



อิทธิพลของ Social Media กับพฤติกรรมกาแต่งกายเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของ  
ผู้หญิงในยุคปัจจุบัน

An Influence of Social Media to Women's Image from an Appearance

นางสาวอัญมณี รังสีจรัสชัย

รายงานฝึกงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจญี่ปุ่น

คณะบริหารธุรกิจ

สถาบันเทคโนโลยีไทย – ญี่ปุ่น

พ.ศ. 2558

อิทธิพลของ Social Media กับพฤติกรรมการแต่งกายเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของผู้หญิงในยุคปัจจุบัน

An Influence of Social Media to Women's Image from an Appearance

นางสาวอัญมณี รังสีรัศัย

รายงานฝึกงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจญี่ปุ่น

คณะบริหารธุรกิจ

สถาบันเทคโนโลยีไทย – ญี่ปุ่น

พ.ศ. 2558

คณะกรรมการสอบ

.....ประธานกรรมการสอบ

(อาจารย์รังสรรค์ เลิศในสัตย์)

.....กรรมการสอบและอาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์รุ่งศิริ ผดุงรัตน์)

.....กรรมการ

(อาจารย์สันทวุฒิ ตูลารักษ์)



|                  |                                                                                                                                                     |
|------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| หัวข้อ           | อิทธิพลของ Social Media กับพฤติกรรมการแต่งกายเพื่อสร้าง<br>ภาพลักษณ์ของผู้หญิงในยุคปัจจุบัน<br>Appearance Influence via Social Media to Women Image |
| หน่วยกิต         | 1                                                                                                                                                   |
| ผู้เขียน         | นางสาวอัญมณี รังสีรัศชัย                                                                                                                            |
| อาจารย์ที่ปรึกษา | อาจารย์รุ่งศิริ ผดุงรัตน์                                                                                                                           |
| หลักสูตร         | บริหารธุรกิจบัณฑิต                                                                                                                                  |
| สาขาวิชา         | บริหารธุรกิจญี่ปุ่น                                                                                                                                 |
| คณะ              | บริหารธุรกิจ                                                                                                                                        |
| พ.ศ.             | 2558                                                                                                                                                |

### บทคัดย่อ

รายงานฉบับนี้เป็นการศึกษา เกี่ยวกับอิทธิพลของ Social Media กับพฤติกรรมการแต่งกายเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของผู้หญิงในยุคปัจจุบัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ เพื่อศึกษาเทรนด์ของแฟชั่นการแต่งกายเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบัน เพื่อศึกษาแหล่งข้อมูลจาก Social Media ต่างๆที่ส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการแต่งกาย เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้เข้ากับสังคมในปัจจุบันและเพื่อศึกษาสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายคาดหวังว่าจะได้รับจากสื่อต่างๆ โดยเฉพาะ Social Media เพื่อเอื้อต่อการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ของตนเอง เป็นการดำเนินงานวิจัยเชิงคุณภาพ จากผู้หญิงกลุ่มวัยเรียนและกลุ่มวัยทำงานเริ่มต้นที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีอายุ 18-28 ปี โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ กลุ่มวัยเรียน 1 ถึง 8 คน และกลุ่มวัยทำงานเริ่มต้น 8 ถึง 16 คน

จากการศึกษาเรื่องอิทธิพลของ Social Media กับพฤติกรรมการแต่งกายเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของผู้หญิงในยุคปัจจุบัน เพื่อเป็นการอัปเดตข้อมูลอิทธิพลของสื่อ Social Media ที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในช่วงครึ่งปีแรกและหลัง ของปี 2016 ซึ่งครั้งนี้เน้นศึกษาในเรื่องแฟชั่นการแต่งกายเป็นการเจาะจงเลือกเฉพาะกลุ่มที่ต้องการศึกษา โดยพิจารณา พบว่า ผู้หญิงให้

ความสำคัญกับการแต่ตัวเพื่อสร้างภาพลักษณ์ดีให้กับตัวเองมากขึ้น และสิ่งที่มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์คือ เมื่อต้องเจอผู้ใหญ่ การออกไปพบกับลูกค้าหรือคนที่เจอกันครั้งแรก การออกงานทางสังคม แม้แต่การโพสต์รูปลง Social media ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้จะทำให้เห็นภาพในเชิงลึกมากกว่า ซึ่งไม่สามารถเป็นตัวแทนทั้งหมด



## บทสรุป

|                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ชื่อรายงาน       | อิทธิพลของ Social Media กับพฤติกรรมการแต่งกายเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของผู้หญิงในยุคปัจจุบัน<br>Appearance Influence via Social Media to Women Image                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| ผู้เขียน         | นางสาวอัญมณี รังสีจักรสังขย                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| คณะวิชา          | บริหารธุรกิจ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| สาขาวิชา         | บริหารธุรกิจญี่ปุ่น                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| อาจารย์ที่ปรึกษา | อาจารย์รุ่งศิริ ผดุงรัตน์                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| พนักงานที่ปรึกษา | คุณปรางทิพย์ เสริมพานิช                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| ชื่อบริษัท       | บริษัทประกิต แอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| ประเภทธุรกิจ     | วางแผนกลยุทธ์ด้านสื่อโฆษณาและเป็นนายหน้าตัวแทนซื้อสื่อโฆษณาทุกประเภท                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| งานที่ปฏิบัติ    | <p>ศึกษางานในฝ่ายกลยุทธ์และวางแผน ฝ่ายวิจัย โดยนักศึกษาฝึกงานได้รับมอบหมายให้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของ Social Media กับพฤติกรรมการแต่งกายเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของผู้หญิงในยุคปัจจุบัน ซึ่งต้องทำงานร่วมกับแผนกวิจัย</p> <p>ผลที่ได้รับจากการดำเนินงานและประโยชน์ที่ได้รับ</p> <p>จากการได้ปฏิบัติงานภายในแผนกและงานที่ได้รับมอบหมายภายใต้หัวข้อ อิทธิพลของ Social Media กับพฤติกรรมการแต่งกายเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของผู้หญิงในยุคปัจจุบันส่งผลให้เข้าใจงานในฝ่ายกลยุทธ์และวางแผน ฝ่ายวิจัย และได้สัมผัสขั้นตอนการทำงานอย่างลึกซึ้ง</p> |

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาและเรียบเรียงรายงานฝึกงานเล่มนี้ สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณ คุณปรานทิพย์ เสริมพานิช Associate account planning director คุณเสริมศักดิ์ ทองคง หัวหน้าแผนกวิจัย ที่ปรึกษาฝึกงาน และพี่ทีมงานท่านอื่นๆในแผนกวางแผนกลยุทธ์และแผนกวิจัย ของ บริษัท ประกิต แอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด และอาจารย์รุ่งศิริ ผดุงรัตน์ เป็นอย่างสูงในการให้คำปรึกษาได้กรุณาสละเวลาให้ความช่วยเหลือในการตรวจทานข้อมูลเนื้อหาต่างๆ และให้แนวทางข้อเสนอแนะ แก่ไขข้อบกพร่องของการทำงานมาโดยตลอด เพื่อให้รายงานเล่มนี้มีความสมบูรณ์มากขึ้น

ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณแผนกวางแผนและกลยุทธ์ของ บริษัท ประกิต แอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด ที่ให้โอกาสเข้ามาฝึกงาน มาเรียนรู้งานต่างๆตลอดจนการให้คำปรึกษา ให้ความรู้เรื่องต่างๆ และนำความรู้ที่ได้มาใช้ในการทำงาน

ผู้เขียนหวังว่ารายงานเล่มนี้จะมีคุณค่าและเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจและหากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้เขียนขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

นางสาวอัญมณี รัสจรัสชัย

คณะบริหารธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจญี่ปุ่น

สถาบันเทคโนโลยีไทย – ญี่ปุ่น

พ.ศ. 2558

TNI

## สารบัญ

## หน้า

|                                                               |    |
|---------------------------------------------------------------|----|
| บทคัดย่อ                                                      | ก  |
| บทสรุป                                                        | ก  |
| กิตติกรรมประกาศ                                               | ง  |
| สารบัญ                                                        | จ  |
| สารบัญตาราง                                                   | ช  |
| สารบัญรูปภาพ                                                  | ช  |
| บทที่                                                         |    |
| <b>1. บทนำ</b>                                                |    |
| 1.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ                            | 1  |
| 1.2 ลักษณะธุรกิจของสถานประกอบการหรือการให้บริการหลักขององค์กร | 2  |
| 1.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารองค์กร                      | 3  |
| 1.4 ตำแหน่งและหน้าที่งานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย              | 4  |
| 1.5 พนักงานที่ปรึกษาและตำแหน่งงานของพนักงานที่ปรึกษา          | 4  |
| 1.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน                                     | 4  |
| 1.7 วัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายของการปฏิบัติงาน               | 4  |
| 1.8 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา                                | 4  |
| 1.9 ผลที่คาดว่าจะได้รับการปฏิบัติงาน                          | 5  |
| <b>2. ทฤษฎีและเทคโนโลยีที่ใช้ในการปฏิบัติงาน</b>              |    |
| 2.1 กระบวนการในการตัดสินใจซื้อ                                | 6  |
| 2.2 ปัจจัยในการเลือกซื้อของผู้บริโภค                          | 10 |
| 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการรับรู้                            | 11 |
| 2.4 บทบาทของสื่อออนไลน์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค   | 14 |



|                                                          |    |
|----------------------------------------------------------|----|
| <b>3. แผนการปฏิบัติงานและขั้นตอนการดำเนินงาน</b>         |    |
| 3.1 แผนงานปฏิบัติงาน                                     | 16 |
| 3.2 รายละเอียดโครงการที่นักศึกษาปฏิบัติในการฝึกงาน       | 16 |
| 3.3 ขั้นตอนการดำเนินงานที่นักศึกษาปฏิบัติงาน             | 17 |
| <b>4. สรุปผลการดำเนินงาน การวิเคราะห์และสรุปผลต่าง ๆ</b> |    |
| 4.1 ขั้นตอนและผลการดำเนินงาน                             | 22 |
| 4.2 ผลการดำเนินงาน                                       | 24 |
| <b>5. บทสรุปและข้อเสนอแนะ</b>                            |    |
| 5.1 สรุปผลการดำเนินงาน                                   | 25 |
| 5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป                   | 25 |
| 5.3 ข้อเสนอแนะจากการฝึกงาน                               | 26 |
| เอกสารอ้างอิง                                            | 27 |
| ภาคผนวก ก                                                | 28 |
| ประวัติผู้จัดทำ                                          | 40 |

**TNI**

THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY

## สารบัญตาราง

ตารางที่ ๓.๑แผนการปฏิบัติงานปีงบประมาณ

หน้า

๑๖

## สารบัญรูปภาพ

ภาพที่ ๑.๑ ตราสัญลักษณ์บริษัท ประจักษ์ แอคเคอร์ไทซิ่ง จำกัด

หน้า

๑

ภาพที่ ๑.๒ แผนที่บริษัท ประจักษ์ แอคเคอร์ไทซิ่ง จำกัด

๒

ภาพที่ ๑.๓ ผังโครงสร้างแผนกวางแผนกลยุทธ์

๓

ภาพที่ ๑.๔ ผังโครงสร้างแผนกวิจัย

๓

ภาพที่ ๒.๑ กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

๖

ภาพที่ ๒.๒ ขั้นตอนระหว่างการประเมินทางเลือกและการตัดสินใจ

๘

ภาพที่ ๒.๓ ตารางแสดงตัวแบบกระบวนการตอบสนอง

๙

ภาพที่ ๒.๔ โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

๑๐

ภาพที่ ๒.๕ แสดงกระบวนการรับรู้

๑๑

ภาพที่ ๒.๖ แสดงกระบวนการในการเลือกสรรการรับรู้

๑๒

ภาพที่ ๒.๗ ช่องทางการตลาดหรือสื่อออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า

๑๕

ภาพที่ ๒.๘ สื่อออนไลน์และบทบาททางการตลาดของกลุ่มสินค้าในทุกๆอุตสาหกรรม

๑๕

ภาพที่ ๓.๑ Flow แสดงวิธีการดำเนินงาน

๑๖

ภาพที่ ๔.๑ ขอบเขตงานและขั้นตอนการดำเนินงาน

๒๓

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ชื่อและที่ตั้งของสถานประกอบการ

##### 1.1.1 ชื่อสถานที่ประกอบการ

ชื่อภาษาไทย บริษัท ประกิต แอดเวอร์ไทซิง จำกัด

ชื่อภาษาอังกฤษ prakitadvertising limited



prakita  
advertising

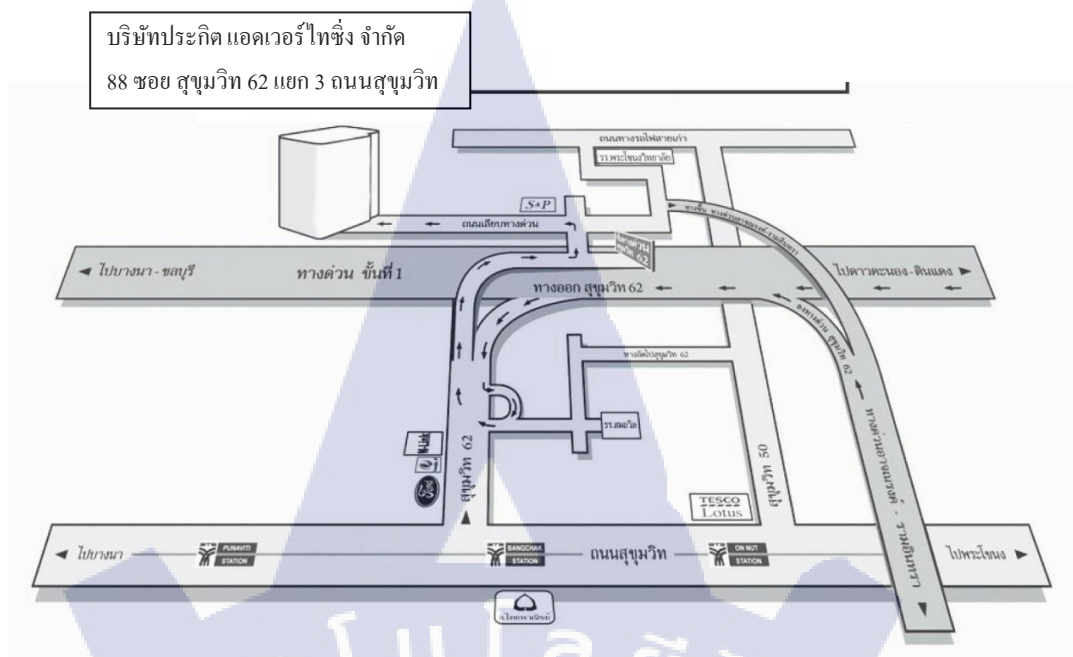
ภาพที่ 1.1 ตราสัญลักษณ์บริษัท ประกิต แอดเวอร์ไทซิง จำกัด

ที่มา : [www.prakitadvertising.com,2558](http://www.prakitadvertising.com,2558)

##### 1.1.2 ที่ตั้งของสถานที่ประกอบการ

เลขที่ 88 ซอยสุขุมวิท 62 แขวง 3 ถนนสุขุมวิท แขวงบางจาก เขตพระโขนง จังหวัด

กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10250



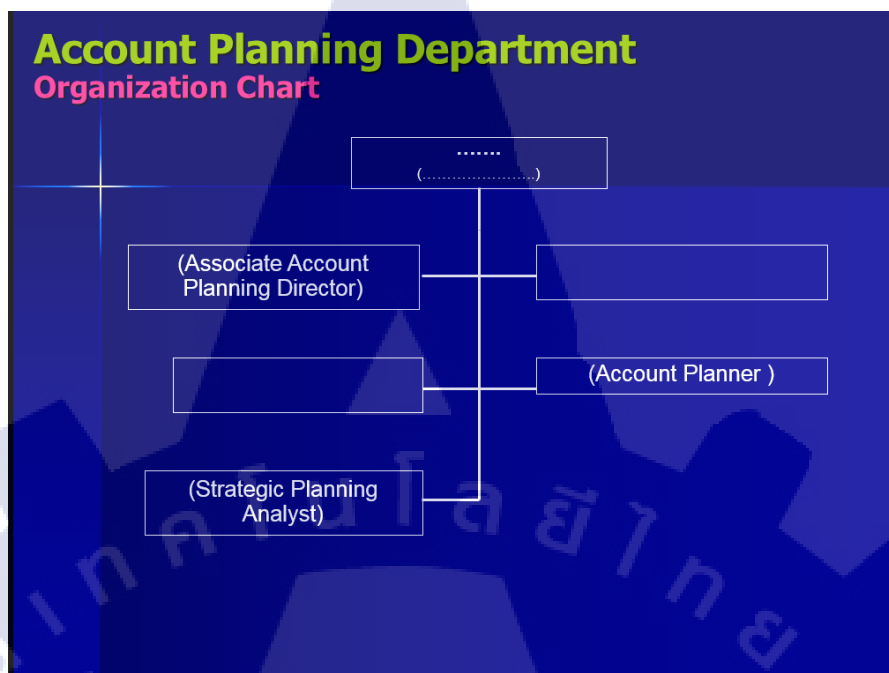
ภาพที่ 1.2 แผนที่บริษัท ประกิต แอควอร์ไทซ์ จำกัด

ที่มา : บริษัทประกิต แอควอร์ไทซ์ จำกัด, 2558

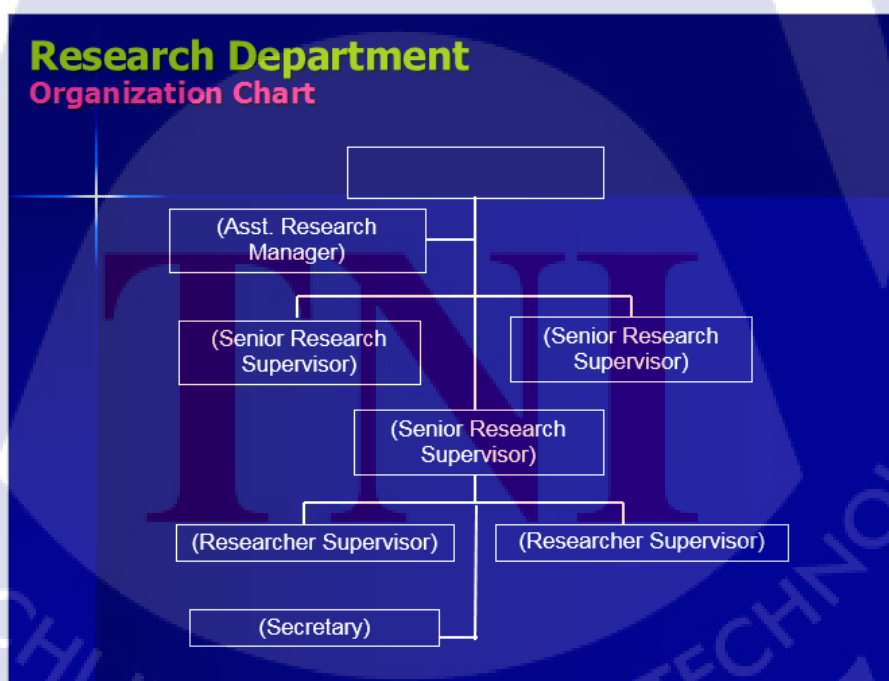
### 1.2 ลักษณะธุรกิจของสถานประกอบการหรือการให้บริการหลักขององค์กร

1. วางแผนกลยุทธ์ด้านสื่อโฆษณาและเป็นนายหน้าตัวแทนซื้อสื่อโฆษณาทุกประเภท
2. รับจ้างผลิตงานโฆษณา ซึ่งประกอบด้วย
  - การผลิตภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์
  - การผลิตสปอตโฆษณาทางวิทยุ
  - การผลิตวัสดุโฆษณาทางสิ่งพิมพ์และสื่ออื่น ๆ
  - บริการออกแบบเว็บไซต์และโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต
3. ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับงานประชาสัมพันธ์และงานโฆษณาต่อกลุ่มเป้าหมายโดยตรง

### 1.3 รูปแบบการจัดองค์กรและการบริหารองค์กร



ภาพที่1.3 แผนผังโครงสร้างแผนกวางแผนกลยุทธ์  
ที่มา : บริษัทประกัน แอควอร์ไทย จำกัด,2558



ภาพที่1.4 แผนผังโครงสร้างแผนกวิจัย  
ที่มา : บริษัทประกัน แอควอร์ไทย จำกัด,2558

#### 1.4 ตำแหน่งและหน้าที่งานที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย

ตำแหน่งที่นักศึกษาได้รับมอบหมาย คือ นักศึกษาฝึกงานในฝ่ายกลยุทธ์และวางแผน โดยนักศึกษาฝึกงานได้รับมอบหมายให้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของ Social Media กับพฤติกรรมการแต่งกายเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของผู้หญิงในยุคปัจจุบัน ซึ่งต้องทำงานร่วมกับแผนกวิจัย

#### 1.5 พนักงานที่ปรึกษาและตำแหน่งงานพนักงานที่ปรึกษา

ที่ปรึกษา คุณปรารถนีย์ เสริมพานิช

ตำแหน่ง associate account planning director

#### 1.6 ระยะเวลาที่ปฏิบัติงาน

ระยะปฏิบัติงาน 21 มีนาคม 2559 ถึง 27 พฤษภาคม 2559

วันจันทร์ – วันศุกร์ เวลา 8.30-17.30 น.

รวมทั้งสิ้น 39 วัน (312 ชั่วโมง)

#### 1.7 วัตถุประสงค์ของการปฏิบัติงาน

1.7.1. เพื่อศึกษาTrendของแฟชั่นการแต่งกายเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบัน

1.7.2. เพื่อศึกษาแหล่งข้อมูลจาก Social Media ต่างๆที่ส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การแต่งกาย เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้เข้ากับสังคมในปัจจุบัน

1.7.3. เพื่อศึกษาสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายคาดหวังว่าจะได้รับจากสื่อต่างๆ โดยเฉพาะSocial Media เพื่อเอื้อต่อการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ของตนเอง

#### 1.8 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

**Street smart** เป็นเครื่องมือการวิจัยของ บริษัทประทีป แอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด

กล่าวคือ การเดินไปขอสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายแบบตัวต่อตัว โดยใช้คำโครงคำถามที่เหมือนกัน พร้อมกับการใช้อุปกรณ์บันทึกเสียงหรือบันทึกภาพและเสียงตลอดการการสัมภาษณ์

**Social network** เป็นคำที่ใช้เรียกคอนเซ็ปต์ “โครงสร้างทางสังคม” แบบหนึ่งที่เกิดจากการรวมตัวกันของคน ซึ่งเขาและเธอจะเชื่อมต่อถึงกันด้วยหลายๆ ปัจจัย เช่น เป็นเพื่อนกัน, เป็นเครือญาติกัน, มีความสนใจที่เหมือนกัน, มีความเชื่อที่เหมือนกัน, ตลอดจนรวมตัวกันเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิด หรือประสบการณ์

## 1.9 ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการปฏิบัติงาน

1.9.1. ได้ทราบถึงTrendของแฟชั่นการแต่งกายเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบัน

1.9.2. ได้ทราบแหล่งข้อมูลจาก Social Media ต่างๆที่ส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การแต่งกายเพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้เข้ากับสังคมในปัจจุบัน

1.9.3. ได้ทราบสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายคาดหวังว่าจะได้รับจากสื่อต่างๆ โดยเฉพาะ Social Media เพื่อเอื้อต่อการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ของตนเอง



## บทที่ 2

### ทฤษฎีและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 กระบวนการในการตัดสินใจซื้อ



ภาพที่ 2.1 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ที่มา : (Kotler; & Armstrong. 2001, pp. 198-201)

#### ขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจซื้อ

คอตเลอร์และอาร์มสตรอง (Kotler; & Armstrong. 2001, pp. 198-201) กล่าวว่า ใน ปัจจุบัน เรามองปัจจัยที่มีอิทธิพลและมีผลกระทบต่อผู้ซื้อเราจะอย่างไรให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ เพื่อให้เกิดความเข้าใจจึงได้แบ่งกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคออกเป็น 5 ขั้นตอน คือ

#### 1. ความต้องการได้รับการกระตุ้นหรือการรับรู้ถึงความต้องการ (Need arousal or Problem recognition)

จุดเริ่มต้นของกระบวนการซื้อคือ การที่ผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหาหรือถูกกระตุ้นให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคอาจเป็นสิ่งกระตุ้นภายในร่างกายหรืออาจสร้าง สิ่งกระตุ้นทางการตลาด เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการขึ้นได้ เราจะต้องรู้ถึงการใช้ตัวกระตุ้น



ให้เกิดความต้องการ ในบางครั้งความต้องการได้รับการกระตุ้นและคงอยู่เป็นเวลานาน แต่ความต้องการนั้นยังไม่ถึงระดับที่จะทำให้เกิดการกระทำ เช่นนักการตลาดอาจกระตุ้นให้ผู้บริโภคซื้อเสื้อผ้าใหม่ๆ โดยการออกแบบหรือเสนอแฟชั่นใหม่ๆ สำหรับผู้นิยมแต่งกายตามแฟชั่น หรือการที่ต้องมีการโฆษณาสินค้าซ้ำๆ ร่วมกับการลดแลกแจกแถมเพื่อกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการความประหยัด

ดังนั้นเราจะต้องทำการวิจัยเพื่อให้ทราบถึงความต้องการหรือปัญหาของผู้บริโภคที่จะนำไปสู่การซื้อผลิตภัณฑ์ของตนเช่นการซื้อเสื้อชุดใหม่เพื่อให้เหมาะสำหรับการไปงานเลี้ยงสังสรรค์ เป็นต้น

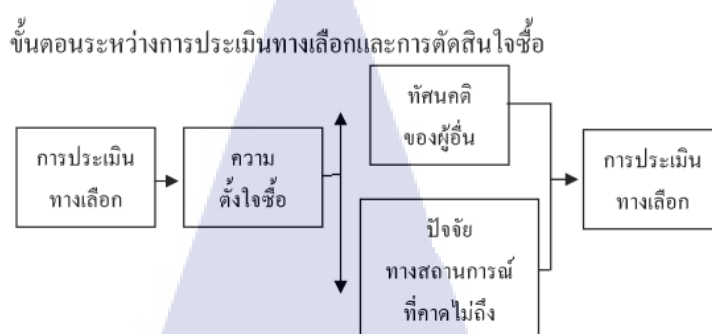
## 2.การแสวงหาข้อมูล (Information search)

เมื่อผู้บริโภคเกิดความต้องการแล้ว จะมีการแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะที่สำคัญเกี่ยวกับประเภทสินค้า ราคาสินค้า สถานที่จำหน่าย และข้อเสนอพิเศษต่างๆ เกี่ยวกับสินค้าที่ต้องการหลายยี่ห้อ เราควรจะสนใจถึงแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่ผู้บริโภคจะหาข้อมูลต่างๆและอิทธิพลของแหล่งข้อมูลที่จะมีต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค แหล่งข้อมูลของผู้บริโภคแบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

- แหล่งบุคคล (Personal Sources) ได้แก่ เพื่อนสนิท ครอบครัว เพื่อนบ้าน และผู้ใกล้ชิด ซึ่งแหล่งบุคคลนี้จะเป็นแหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคมากที่สุด
- แหล่งการค้า (Commercial Sources) ได้แก่ โฆษณาต่างๆ และพนักงานของบริษัท
- แหล่งสาธารณะ (Public Sources) ได้แก่ สื่อมวลชนต่างๆ
- แหล่งทดลอง (Experimental Sources) ได้แก่ ผู้ที่เคยทดลองใช้สินค้านั้นๆ แล้ว

## 3.การประเมินทางเลือก (Evaluation of alternatives)

เมื่อผู้บริโภคได้รับข้อมูลข่าวสารก็จะนำมาใช้ให้เป็นประโยชน์ในการเลือก โดยจะมีการกำหนดความต้องการของตนเองขึ้นพิจารณาลักษณะต่างๆของผลิตภัณฑ์ตรายี่ห้อต่างๆที่ได้รับข้อมูลมาทำการเปรียบเทียบข้อดี ข้อเสียของแต่ละยี่ห้อ และเปรียบเทียบกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ตนตั้งไว้ โดยจะมีเรื่องของความเชื่อต่อตรายี่ห้อและเรื่องของทัศนคติต่างๆ เข้ามาเกี่ยวข้องด้วยก่อนที่จะตัดสินใจเลือกตรายี่ห้อที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด



ภาพที่ 2.2 ขั้นตอนระหว่างกระบวนการประเมินทางเลือกและการตัดสินใจ

ที่มา : อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543, หน้า 164)

#### 4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase decision)

เมื่อผ่านขั้นของการประเมินทางเลือกต่างๆ แล้วผู้บริโภคจะได้สินค้าที่ตรงกับความต้องการของตนเองมากที่สุดที่ตั้งใจจะซื้อมันคือผู้บริโภคจะเกิดความตั้งใจที่จะซื้อ (Purchase Intention) ขึ้น แต่อย่างไรก็ตามเมื่อถึงเวลาที่จะทำการซื้อจริงๆ อาจมีปัจจัยอื่นๆ เข้ามามีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้อีก ได้แก่ ปัจจัยทางด้านสังคม (Social factors) เช่น การที่นางสาวสุดสวยชอบแปรงยี่ห้อหนึ่งแต่เพื่อนๆ ในกลุ่มไม่มีใครใช้ อาจมีผลทำให้นางสาวสุดสวยลังเล ไม่กล้าซื้อหรือเปลี่ยนใจไปซื้อยี่ห้อเหมือน เพราะเกิดความรู้สึกถึงความเสี่ยงว่าไม่เป็นที่ยอมรับของ คนในสังคม และยังเกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านสถานการณ์ที่เกี่ยวกับการซื้อ (Anticipated Situation Factors) เช่น ในช่วงเวลาที่ตัดสินใจแล้ว ไปจนถึงช่วงเวลาที่ซื้อจริงอาจเกิดเหตุการณ์เปลี่ยนแปลงต่างๆ ขึ้นได้แก่ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ผู้ซื้อตกงาน มีผู้เคยใช้มาบอกว่าสินค้านั้นๆ ไม่ดี เป็นต้น ซึ่งจะมีผลทำให้ผู้บริโภคเกิดความลังเลใจในการซื้อทั้งๆ ที่มีความตั้งใจซื้อแล้ว ดังนั้นเราไม่อาจจะเชื่อถือได้เต็มหนึ่งร้อยเปอร์เซ็นต์ว่าการ ที่ผู้บริโภคมีความตั้งใจที่จะซื้อสินค้านั้นจริงๆ เพราะผู้บริโภคมักจะเกิดการรับรู้ถึง ความเสี่ยง (Risk Perception) เกิดขึ้นซึ่งผู้บริโภคมักจะทำการลดความเสี่ยงให้กับตัวเอง โดยการสอบถามจากผู้ที่เคยใช้หรือเลือกเฉพาะยี่ห้อที่มียี่ห้อที่คนใช้กันมากๆ (ไว้ใจได้) ดังนั้นเราจะต้องพยายามให้ผู้บริโภคได้รับทราบข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับสินค้า ให้ความช่วยเหลือแนะนำในการซื้อ เป็นต้น เพื่อช่วยให้ผู้บริโภคคลายความรู้สึกเสี่ยงลงและตัดสินใจซื้อได้

ตารางแสดงตัวแบบกระบวนการตอบสนอง

| ตัวแบบ           | ตัวแบบไลดา AIDA model   | ตัวแบบลำดับขั้น<br>บรรลุลผล Hierarchy<br>of effects model | ตัวแบบการยอมรับ<br>นวัตกรรม Innovation<br>adoption model | ตัวแบบการประมวล<br>ข้อมูล Information<br>processing model |
|------------------|-------------------------|-----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| ขั้นต้น          |                         |                                                           |                                                          |                                                           |
| ขั้นตอนการรับรู้ | ความตั้งใจ              | การรับรู้<br>ความรู้                                      | การรับรู้                                                | การเสนอข่าวสาร<br>ความตั้งใจ<br>ความเข้าใจ                |
| ขั้นพอใจ         | ความสนใจ<br>ความต้องการ | ความชอบ<br>ความพอใจ<br>ความมั่นใจ                         | เกิดความสนใจ<br>ประเมินผล                                | การยอมรับ<br>ความทรงจำ                                    |
| ขั้นแสดงพฤติกรรม | การตัดสินใจซื้อ         | การซื้อ                                                   | ทดลองใช้<br>การยอมรับ                                    | การแสดงพฤติกรรม                                           |

ภาพที่ 2.3 ตารางแสดงตัวแบบกระบวนการตอบสนอง

ที่มา : George E.Belch and Micchael A.Belch, Introduction to Advertistion to Advertising and Promotion, 2ded. (Boston, Mass: Richard D. Inc., 1993), p.199

### 5. พฤติกรรมหลังการซื้อ (Postpurchase behavior)

ในปัจจุบันการซื้อของผู้บริโภคยังสนใจต่อไปถึงพฤติกรรมและความรู้สึกหลังการซื้อของผู้บริโภคอีกด้วย เนื่องจากหากผู้บริโภคซื้อสินค้าไปแล้วเกิดความพึงพอใจในตัวสินค้าก็จะมี การซื้อซ้ำอีกในคราวต่อไป แต่ในทางตรงข้าม หากใช้แล้วไม่พอใจผู้บริโภคจะเกิดทัศนคติที่ไม่ดีต่อตัวสินค้าและเลิกใช้ในที่สุด

ดังนั้นนักการตลาดจะต้องคอยติดตามความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านต่างๆ เพื่อจะได้นำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมต่อไป

## 2.2 ปัจจัยในการเลือกซื้อของผู้บริโภค

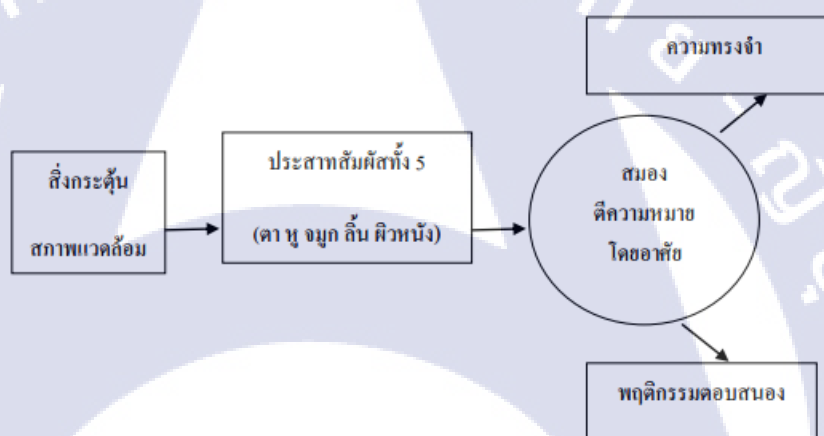
| ปัจจัยภายนอก<br>ปัจจัยส่วนผสม<br>ทางการตลาด                              | ปัจจัยภายในของผู้ซื้อ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                           | การตัดสินใจ<br>ของผู้ซื้อ                                                                                                                    |
|--------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                          | ลักษณะของผู้ซื้อ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | กระบวนการก่อน<br>การตัดสินใจซื้อ                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                              |
| 1. ผลิตภัณฑ์<br>2. ราคา<br>3. การจัดจำหน่าย<br>4. การส่งเสริม<br>การตลาด | 1. ปัจจัยทางวัฒนธรรม<br>1.1 วัฒนธรรม<br>1.2 วัฒนธรรมย่อย<br>1.3 ชั้นทางสังคม<br>2. ปัจจัยทางสังคม<br>2.1 กลุ่มอ้างอิง<br>2.2 ครอบครัว<br>2.3 ชั้นทางสังคม<br>3. ปัจจัยส่วนบุคคล<br>3.1 อายุ<br>3.2 วงจรชีวิต<br>3.3 อาชีพ<br>3.4 สถานะทางเศรษฐกิจ<br>3.5 รูปแบบการดำรงชีวิต<br>3.6 บุคลิกภาพ<br>3.7 แนวความคิดส่วนตัว<br>4. ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา<br>4.1 แรงจูงใจ<br>4.2 การรับรู้<br>4.3 การเรียนรู้<br>4.4 ความเชื่อ<br>4.5 ทักษะ | 1. บทบาทของการซื้อ<br>2. ความเกี่ยวข้องของ<br>ผลิตภัณฑ์กับการ<br>ตัดสินใจซื้อ<br>3. ขั้นตอนของกระบวนการ<br>ตัดสินใจซื้อ<br>3.1 การรับรู้ปัญหา<br>3.2 การค้นหาข้อมูล<br>3.3 การประเมินผล<br>ทางเลือก<br>3.4 การตัดสินใจซื้อ<br>3.5 พฤติกรรมหลัง<br>การซื้อ | 1. การเลือกผลิตภัณฑ์<br>2. การเลือกตราสินค้า<br>3. การเลือกผู้ขาย<br>4. เวลาที่ทำการซื้อ<br>5. ปริมาณการซื้อ<br>6. เงื่อนไขในการ<br>ชำระเงิน |

ภาพที่ 2.4 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

ที่มา : Consumer Behavior Model (Kotler, 2003, p.184)

## 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการรับรู้

กระบวนการรับรู้ของแต่ละบุคคลจะมีขอบเขตการรับรู้และการตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่ต่างกันไปตามประสบการณ์ของแต่ละคน ตามความสามารถและคุณภาพของอวัยวะรับสัมผัสในการรับรู้ได้ไว รวมถึงความแรงของสิ่งกระตุ้นที่มากระทบประสาทสัมผัสนั้น ซึ่งเป็นผลมาจากการมีพันธุกรรม การฝึกฝนและสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน ทำให้แต่ละคนมีการสะสมการรับรู้ที่ต่างกัน เนื่องจากคนเรามีการรับรู้ต่างกัน ความล้มเหลวของการสื่อสารจึงอาจเกิดขึ้นได้ถ้าเราไม่ยอมรับ ความแตกต่างในเรื่องการรับรู้ของแต่ละบุคคล การรับรู้เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการสื่อสาร ทักษะคิดและความคาดหวังของผู้สื่อสารโดยทั่วไป การรับรู้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นโดยไม่รู้ตัว หรือตั้งใจ และมักเกิดตามประสบการณ์และการสังสมทางสังคม คนเราไม่สามารถให้ความสนใจ กับสิ่งต่างๆรอบตัวได้ทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนเท่านั้น แต่ละคนมีความสนใจและรับรู้ สิ่งต่างๆรอบตัวต่างกัน ฉะนั้นเมื่อได้รับสารเดียวกันผู้รับสารสองคนอาจให้ความสนใจและรับรู้ สารเดียวกันต่างกัน



ภาพที่ 2.5 แสดงกระบวนการรับรู้

ที่มา: กิ่งพร ทองใบ,ศิริ โสภากา เขตตานุรักษ์ และกฤษฎารัตน์ วัฒนสุวรรณ, 2538, หน้า 204

สิ่งกระตุ้น สภาพแวดล้อม ประสาทสัมผัสทั้ง 5 (ตา หู จมูก ลิ้น ผิวหนัง) สมองตีความหมาย โดยอาศัยความทรงจำ พฤติกรรมตอบสนอง George & Michael (1993, p.128) ได้กล่าวว่า กระบวนการเลือกสรรการรับรู้ ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังนี้

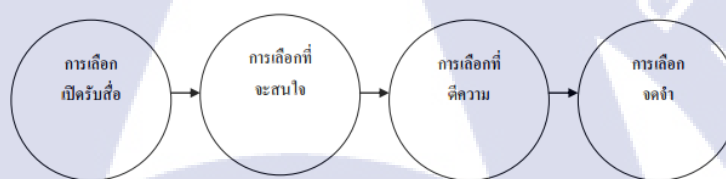
1. การเปิดรับสื่อ (Selective Exposure) หมายถึงการที่ผู้บริโภคจะเลือกรับข้อมูลข่าวสาร ที่เสนออยู่ทั่วไปหรือไม่ ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคอาจเลือกอ่านหรือดูโฆษณาสินค้าที่น่าสนใจจากโทรทัศน์หรือในนิตยสาร แต่ถ้าโฆษณาชิ้นไหนไม่น่าสนใจก็จะเปิดผ่านไป การเลือกซื้อหนังสือพิมพ์และการเลือกเปิดวิทยุ การเลือกเปิดรับข่าวสารข้อมูลดังกล่าวนี้เป็นขั้นแรกของ กระบวนการเลือกสรรการรับรู้



2. การเลือกสนใจ (Selective Attention) เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคลึกมุงเน้นความสนใจไปที่สิ่งเร้าหรือข่าวสารอย่างใดอย่างหนึ่ง และในขณะเดียวกันจะไม่สนใจต่อสิ่งเร้าอื่นๆ เพียงแต่ผ่านหูผ่านตาไป

3. การเลือกตีความเข้าใจ (Selective Comprehension) ซึ่งหมายถึงว่าเมื่อผู้บริโภคเลือกสนใจที่จะรับรู้ข่าวสารอย่างใดอย่างหนึ่งแล้ว ก็จะแปลความหมายหรือตีความเข้าใจข่าวสารที่ได้รับ ไปตามทัศนคติ ความเชื่อ แรงจูงใจ และประสบการณ์ของตนเองเป็นสำคัญ ซึ่งอาจจะผิดเพี้ยนไม่ ตรงตามเจตนาของผู้ส่งข่าวสารก็อาจเป็นได้

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) ซึ่งหมายความว่าสิ่งโฆษณาหรือข่าวสารต่างๆ ที่ได้เห็นได้ยิน และได้อ่าน ผ่านกระบวนการรับรู้มาถึงขั้นตีความหมายทำความเข้าใจแล้วแต่ ไม่ได้หมายความว่าผู้บริโภคจะสามารถจดจำข่าวสารทั้งหมดก็หาไม่ ตรงกันข้ามผู้บริโภคจะจดจำ เฉพาะข่าวสาร บางอย่าง หรือบางส่วนที่มีลักษณะเด่นเฉพาะทำให้จดจำได้หรือข่าวสารที่ตรงกับ ความสนใจ ความต้องการของตนเองเท่านั้น และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจมากนัก



ภาพที่ 2.6 แสดงกระบวนการในการเลือกสรรการรับรู้

ที่มา: George & Michael, 1993, p. 128

การเลือกเปิดรับสื่อ การเลือกที่จะสนใจ การเลือกที่ตีความ การเลือกจดจำ สรุปได้ว่าการรับรู้เป็นกระบวนการ ที่เกิดขึ้นโดยไม่รู้ตัวหรือตั้งใจ มักเกิดตามประสบการณ์และการสังสมทางสังคม เราจะได้เลือก รับรู้เพียงบางส่วนเท่านั้น เพราะไม่สามารถให้ความสนใจกับสิ่งต่างๆ รอบตัวได้ทั้งหมดแต่ละคนมี ความสนใจและรับรู้สิ่งต่างๆ รอบตัวต่างกัน ฉะนั้นเมื่อได้รับสารเดียวกัน ผู้รับสารแต่ละคนอาจให้ ความสนใจและรับรู้สารเดียวกันต่างกัน

#### ขั้นตอนของการรับรู้(Perception Process)

สามารถแบ่งได้เป็น 4 ขั้นตอนดังต่อไปนี้ (เสรี วงษ์มณฑา, 2542, หน้า 88)

1. การเปิดรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective Exposure) เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคเปิดโอกาส ให้ข้อมูลเข้ามาสู่ตัวเอง เช่น การชมโฆษณาโดยไม่เปลี่ยนไปชมช่องอื่น เป็นต้น
2. การตั้งใจรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective Attention) เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคเลือกที่จะ ตั้งใจรับสิ่งกระตุ้นอย่างใดอย่างหนึ่ง

3. ความเข้าใจในข้อมูลที่ได้เลือกสรร (Selective Comprehension) แม้ว่าผู้บริโภคมองว่าข้อมูลที่ได้รับแต่ไม่ได้หมายความว่าข้อมูลนั้นถูกต้องในขั้นนี้จึงเป็นการตีความหมายข้อมูลที่ได้รับความเข้าใจตามที่กำหนดไว้หรือไม่ถ้าเข้าใจก็จะนำไปสู่ขั้นตอนต่อไป การตีความขึ้นอยู่กับทัศนคติความเชื่อมั่น และประสบการณ์

4. การเก็บรักษาข้อมูลที่ได้รับเลือกสรร (Selective Retention) หมายถึงการที่ผู้บริโภคจดจำข้อมูลบางส่วนที่ได้เห็น ได้อ่าน ได้ยิน หลังจากเกิดการเปิดรับข้อมูลและเกิดความเข้าใจแล้ว

**ประเภทของการรับรู้** กรมสรรพากร (2527, หน้า 228-239) ได้กล่าวว่า การรับรู้แบ่งออกเป็น 4 ประการ คือ

1. การรับรู้ทางอารมณ์หมายถึงการรับรู้ความรู้สึกที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ
2. การรับรู้ลักษณะของบุคคลต้องอาศัยข้อมูลประกอบกัน
3. การรับรู้ลักษณะทางกายภาพ พฤติกรรม และคำบอกเล่า
4. การรับรู้ภาพพจน์ของกลุ่มบุคคล หมายถึง มโนภาพหรือมโนคติของสิ่งต่างๆ ตามที่บุคคลรับรู้เป็นภาพที่อยู่ในความคิดหรือจินตนาการของบุคคลและบุคคลสามารถบอกลักษณะของภาพเหล่านั้น ให้ผู้อื่นทราบได้ด้วย การรับรู้ปรากฏการณ์ทางสังคม เป็นการตีความหรือแปลความหมายสิ่งต่างๆ หรือเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมตามความเชื่อตนเอง เพื่อให้เกิดความเข้าใจและอธิบายสิ่งต่างๆ เหล่านั้นได้

**ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคสามารถจัดเป็น กลุ่มที่สำคัญได้ 5 กลุ่มคือ** (Schiff man & Kanuk, 1994, p. 148)

1. ปัจจัยด้านเทคนิค ปัจจัยด้านเทคนิคนั้น หมายถึง สภาพความเป็นจริงของสิ่งที่ผู้บริโภคได้รับรู้ไม่ใช่เป็นการตีความของสิ่งนั้น หลักฐานที่แสดงถึงสิ่งบอกเหตุด้านกายภาพจะมีผลกระทบต่อการพิจารณา ราคาและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ได้มากกว่าสิ่งบอกเหตุที่ไม่ใช่ด้านกายภาพ เช่น ภาพลักษณ์ของร้านค้า เป็นต้น ปัจจัยด้านเทคนิคสำคัญๆ ที่มีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคได้แก่ ขนาด สี สัน ความเข้มข้น การเคลื่อนไหว การวางตำแหน่งการตัดกัน และความโดดเด่น
2. ความเต็มใจในการรับรู้ของผู้บริโภค หมายถึง สภาพของจิตใจ ทัศนคติที่มีต่อสถานะ ความพร้อมที่จะรับรู้ของบุคคล ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจในการรับรู้ของผู้บริโภคได้แก่ ความมั่นคงของการรับรู้นิสัยในการรับรู้ความระมัดระวังและความมั่นใจต่อการรับรู้ความตั้งใจโครงสร้างของจิตใจ ความคิดที่มีต่อการรับรู้ ความคุ้นเคยต่อสิ่งที่ได้รับรู้และการคาดหวังในการรับรู้ของผู้บริโภค
3. ประสบการณ์ในอดีตของผู้บริโภค ได้มีการรับรู้ในปัจจุบันก็เป็นสิ่งที่ได้รับอิทธิพลมาจาก ในอดีตที่ผ่านมาและการคาดหวังของบุคคลก็จะมีพื้นฐานมาจากประสบการณ์ในอดีต การที่ผู้บริโภคจะมีการรับรู้อย่างไรในปัจจุบัน ก็ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่มีต่อตัวกระตุ้นนั้นประสบการณ์ในการใช้ สินค้าตราใดตราหนึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในปัจจุบันและอนาคตด้วย

4. อารมณ์ของผู้บริโภค อารมณ์ หมายถึง ความรู้สึก ทศนคติในปัจจุบัน และสภาวะของจิตใจซึ่งสิ่งเหล่านี้ต่างมีความสำคัญต่อการรับรู้ของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก ถ้าผู้บริโภคมีอารมณ์ดีในขณะที่มีตัวกระตุ้นทาง การตลาดเข้ามา ผู้บริโภคก็จะมีแนวโน้มว่าจะถูกชักชวนหรือถูกทำให้ยอมรับได้ง่าย
5. ปัจจัยการรับรู้ของผู้บริโภคด้านวัฒนธรรมและสังคม (Social and Cultural Factors of Consumer Perception) คือ การเข้าใจปัจจัยทางสังคม และวัฒนธรรมที่มีความแตกต่างกัน เพื่อจะได้สามารถปรับกลยุทธ์ทางการตลาด ให้เหมาะสมกับบุคคล แต่ละกลุ่มในสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

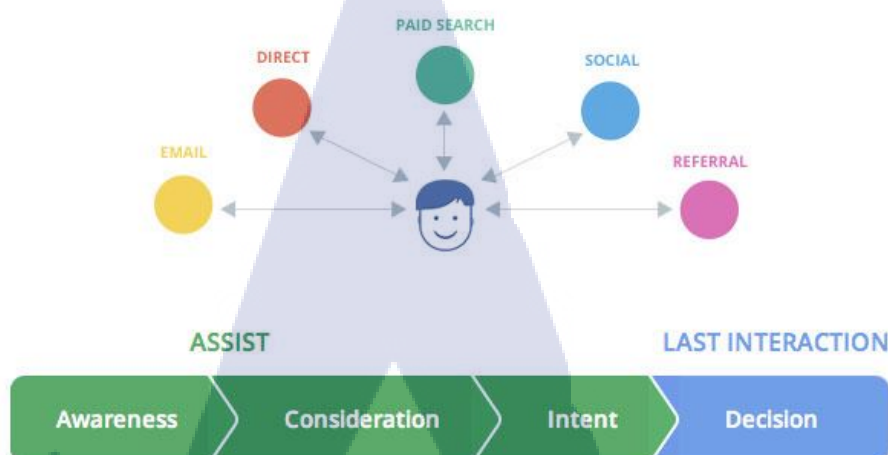
## 2.4 บทบาทของสื่อออนไลน์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค

Customer Journey หรือเส้นทางการเดินทางชีวิตของผู้บริโภคต่อการซื้อสินค้านั้นแตกต่างจากที่เคยเป็นมาและจะซับซ้อนมากขึ้น หลังจากสื่อดิจิทัลมีความสำคัญต่อผู้บริโภค ซึ่งหันมาใช้ชีวิตบนโลกออนไลน์มากขึ้น บ่อยขึ้น เพื่อค้นหาข้อมูลสินค้า การอ่านรีวิวของสินค้า และการหาคำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้สินค้า ก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้า รวมถึงสื่อออนไลน์ใหม่ๆ ที่มีหลายช่องทางและซับซ้อนมากขึ้น ทั้งสื่อโฆษณาแบนเนอร์ (Display Ad), การซื้อ Keyword บน Google (Paid Search), โซเชียลมีเดีย (Social Media), อีเมล (Email) และการใช้สื่อบล็อกเกอร์และผู้ทรงอิทธิพล (Blogger/Influencer) ดังนั้น กว่าผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้า จึงมีขั้นตอนมากขึ้นจากเพียงดูโฆษณา เข้าเว็บไซต์ของแบรนด์ หรือการถามเพื่อนและคนรู้จัก และการทดลองใช้ ผู้บริโภคจะทำการค้นหาข้อดีข้อเสียของผลิตภัณฑ์มากขึ้น

### ช่องทางการตลาดหรือสื่อออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า

โดยทั่วไปของทุกๆ อุตสาหกรรมช่องทางการตลาดออนไลน์อย่าง อีเมล (Email), ไลน์ (Direct), การซื้อ Keyword บน Search Engine (Paid Search หรือ SEM) เป็นช่องทางแรกเริ่มที่ช่วยในการสร้างการรับรู้ (Awareness), การไตร่ตรองหรือพิจารณา (Consideration) และความตั้งใจซื้อสินค้า ส่วนขั้นตอนช่วงตัดสินใจซื้อจะอยู่ในสื่อ โซเชียล (Social) และเพื่อนแนะนำหรืออ้างถึง (Referral) แต่ก็ไม่เสมอไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับอุตสาหกรรมของสินค้าและบริการด้วยเช่นกัน

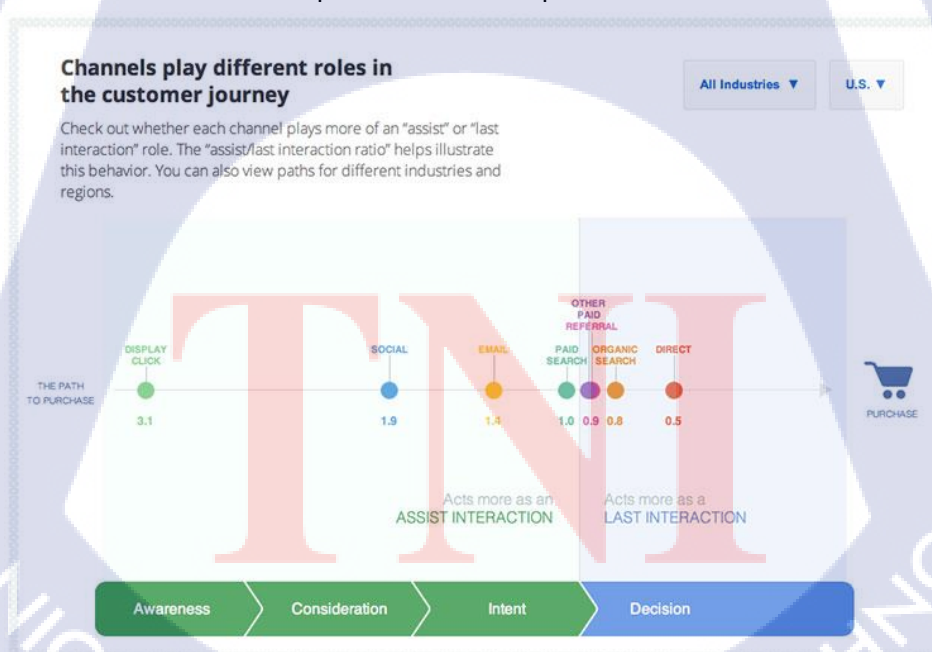




ภาพที่ 2.7 ช่องทางการตลาดหรือสื่อออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า  
ที่มา: <http://www.marketingoops.com/reports/behaviors/customer-journey/>

### สื่อออนไลน์และบทบาททางการตลาดของกลุ่มสินค้าในทุกๆอุตสาหกรรม

จากภาพจะเห็นว่าโฆษณาแบนเนอร์ (Display Clicks), โซเชียล (Social), การซื้อ Keyword บน Search Engine (Paid Search หรือ SEM) และ อีเมล (Email) คือช่องทางที่จะช่วยสร้างการรับรู้ และ พิจารณาก่อนตัดสินใจซื้อ ส่วน online influencer ผลการค้นหบน Google (แบบไม่เสียเงิน, Organic search) และ ใดเร็ค คือช่องทางสุดท้ายที่จะช่วยกระตุ้นต่อมซื้อสินค้า



ภาพที่ 2.8 สื่อออนไลน์และบทบาททางการตลาดของกลุ่มสินค้าในทุกๆอุตสาหกรรม  
ที่มา: <http://www.marketingoops.com/reports/behaviors/customer-journey>

### บทที่ 3

#### แผนงานการปฏิบัติงานและขั้นตอนการดำเนินงาน

##### 3.1 แผนงานการฝึกงาน

แผนการปฏิบัติงานฝึกงานในช่วงระยะเวลา 2 เดือน ดังแสดงในตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 แผนการปฏิบัติงานฝึกงาน

| หัวข้องาน                                                            | เดือนที่ 1 |    |    |    | เดือนที่ 2 |    |    |    |
|----------------------------------------------------------------------|------------|----|----|----|------------|----|----|----|
|                                                                      | W1         | W2 | W3 | W4 | W5         | W6 | W7 | W8 |
| ศึกษางานของฝ่ายและแผนก                                               |            |    |    |    |            |    |    |    |
| กำหนดโครงการ                                                         |            |    |    |    |            |    |    |    |
| ออก Fieldwork นอกสถานที่                                             |            |    |    |    |            |    |    |    |
| ศึกษาการใช้โปรแกรม SPSS                                              |            |    |    |    |            |    |    |    |
| ดำเนินโครงการหา Insight ของผู้หญิงในกลุ่มวัยเรียน – วัยทำงานเริ่มต้น |            |    |    |    |            |    |    |    |
| สรุปและนำเสนอผลงาน                                                   |            |    |    |    |            |    |    |    |

ตารางที่ 3.1 แผนงานการฝึก

##### 3.2 รายละเอียดงานที่นักศึกษาปฏิบัติในการฝึกงาน

หน้าที่หลักในการปฏิบัติงานระหว่างการฝึกงานที่ แผนก Account planning และ แผนก Researcher ของ บริษัท ประกิต แอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด ได้แก่

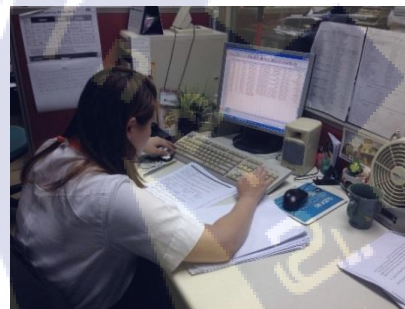
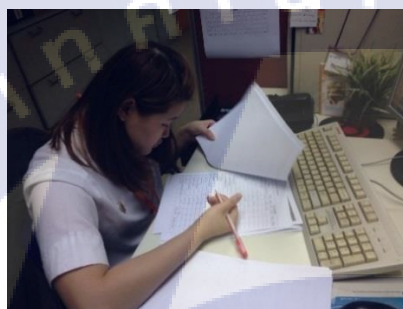
1. เข้าร่วมประชุมเพื่อวางแผนการทำงานภาคสนาม
2. ออก Fieldwork เก็บข้อมูลสถิติ ตามสถานที่ที่กำหนดมาให้
3. เขียน Code คำถามปลายเปิดในแบบสอบถาม แล้วนำไปคีย์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม SPSS
4. จัดทำแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูล เรื่องอิทธิพลของ Social Media กับพฤติกรรมการแต่งกายเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของผู้หญิงในยุคปัจจุบัน
5. จัดทำรายงานพร้อมสรุปผล

### 3.3 ขั้นตอนการดำเนินงานที่นักศึกษาปฏิบัติงาน

1. เข้าร่วมประชุมเพื่อวางแผนการทำงานภาคสนาม และจัดทำแบบสอบถาม
2. ออก Fieldwork เก็บข้อมูลสถิติ ตามสถานที่กำหนดมาให้



3. ลง Code คำถามปลายเปิดในแบบสอบถาม แล้วนำไปคีย์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม SPSS



4. วิเคราะห์ข้อมูล



5. จัดทำรายงานพร้อมสรุปผล



## โครงการวิจัยในช่วงระยะเวลาฝึกงาน

หัวข้อการวิจัย อิทธิพลของ Social Media กับพฤติกรรมการแต่งกายเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของผู้หญิง  
ในยุคปัจจุบัน

### ความเป็นมา

เนื่องจากสังคมในปัจจุบันก้าวเข้าสู่สังคมยุคดิจิทัลที่ Social Media กำลังมีบทบาทสำคัญ  
ในชีวิตประจำวันของประชาชนในปัจจุบัน ซึ่งส่งผลให้พฤติกรรมการดูแลภาพลักษณ์ตนเองของ  
ผู้หญิงมีการปรับเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว ดังนั้น เพื่อต้องการทราบว่า Social Media มีผลต่อผู้หญิงวัย  
18-28 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มวัยเรียนและวัยทำงานเริ่มต้นว่าจะมีพฤติกรรมปรับเปลี่ยนการแต่งกายเพื่อสร้าง  
ภาพลักษณ์ของตนเองให้เข้ากับยุคสมัยนี้ได้อย่างไร จึงได้จัดทำโครงการวิจัยนี้ขึ้นมาเพื่อเป็น  
กรณีศึกษา

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษา Trend ของแฟชั่นการแต่งกายเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษาแหล่งข้อมูลจาก Social Media ต่างๆ ที่ส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการแต่งกายเพื่อ  
สร้างภาพลักษณ์ให้เข้ากับสังคมในปัจจุบัน
3. เพื่อศึกษาสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายคาดหวังว่าจะได้รับจากสื่อต่างๆ โดยเฉพาะ Social Media เพื่อเอื้อต่อ  
การปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ของตนเอง

### ระเบียบวิธีวิจัย

- ดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ Qualitative research โดยการสัมภาษณ์แบบ Street smart  
กล่าวคือ การเดินไปขอสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายแบบตัวต่อตัว โดยใช้เค้าโครงคำถาม  
ที่เหมือนกัน พร้อมใช้อุปกรณ์บันทึกเสียงหรือบันทึกภาพและเสียงตลอดการการ  
สัมภาษณ์
- กลุ่มเป้าหมาย : วัยนักศึกษา ผู้หญิงที่มีอายุ 18-22 ปี จำนวน 8 คน  
วัยทำงานเริ่มต้น ผู้หญิง อายุระหว่าง 23-28 ปี จำนวน 8 คน  
รายได้ C+ รายได้ครอบคลุม 15,000.- ขึ้นไป  
การศึกษา กำลังศึกษา ระดับปริญญาตรี หรือระดับปริญญาตรีขึ้นไป

### สถานที่ทำวิจัย

ถนนเจริญกรุง, ถนนสาทร, ถนนพัฒนาการ, ถนนสุขุมวิท

### ระยะเวลาทำการวิจัย

วันที่ 5-10 พฤษภาคม 2559

### ระยะเวลาประมวลผล

วันที่ 15-24 พ.ค. 2559

### วันที่รายงานผล

วันที่ 27 พ.ค. 2559

### Screening Question

- 1.ในเรื่องของการแต่งกายให้สวยงามทันสมัยตามเทรนด์แฟชั่นอยู่เสมอ กลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นเรียนและกลุ่มวัยทำงานเริ่มต้นจำนวนครึ่งบอกว่าเป็นผู้ที่คอยติดตามเทรนด์แฟชั่นให้ตัวเองดูทันสมัยอยู่เสมอโดยให้เหตุผลว่าชอบติดตามแฟชั่นในปัจจุบัน เพราะไม่อยากทำให้ตัวเองดูด้อยกว่าคนรอบข้างหรือเวลาที่ถ่ายรูปเพื่อลง Social Media ในขณะที่อีกครึ่งหนึ่งไม่ค่อยได้ติดตามเทรนด์แฟชั่นเท่าไร
- 2.ในเรื่องของการติดตามข่าวสารกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นเรียนและกลุ่มวัยทำงานเริ่มต้นทั้งหมดบอกว่าเป็นผู้ที่มักจะติดตามข่าวสารความเป็นไปของแฟชั่นเสื้อผ้า รองเท้า เครื่องประดับ ทรงผม เครื่องสำอางและสไตล์การแต่งหน้าอยู่เป็นประจำ
- 3.ในเรื่องของการที่ชอบเล่น Social Media และติดตามข้อมูลตามสื่อโฆษณาต่างๆเป็นประจำ กลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นเรียนและกลุ่มวัยทำงานเริ่มต้นทั้งหมดบอกว่าเป็นคนที่ชอบเล่น Social Media และติดตามข้อมูลตามสื่อโฆษณาต่างๆเป็นประจำ

### คำถามหลัก

- 1.ในเรื่องของการเปิดรับสื่อเวลาปกติกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นเรียนทั้งหมดจะเล่น Social Media โดยส่วนใหญ่ใช้งาน IG Facebook Twitter เป็นหลักโดยจะติดตามทางเพจหรือบุคคลที่ชอบติดตามข่าวที่เป็นกระแสในสังคมตอนนั้น ข่าววงการบันเทิง หรือรีวิวเครื่องสำอางและกลุ่มเป้าหมายวัยทำงานเริ่มต้นทั้งหมดจะเล่น social media โดยส่วนใหญ่ใช้งาน Facebook IG Pantip YouTube Twitter ในการติดตามข่าวสารประจำวันหรือสิ่งที่เป็นที่พูดถึง ณ ตอนนั้น และ update Trend! เสื้อผ้า แต่งหน้า เครื่องสำอาง
- 2.ในเวลาปกติกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นเรียนส่วนใหญ่จะชอบแต่งตัวแนวสบายๆ/Casual บางคนชอบแต่งตัวแนวสาวเปรี้ยวๆและเช็กชีแต่เกือบจะทุกคนอยากให้ภาพลักษณ์ออกมาแบบเป็นคนที่มีความมั่นใจในตัวเองโดยมักจะซื้อตามแหล่งขายเสื้อผ้าแฟชั่นที่วัยรุ่นชอบไปเดินมากกว่าการซื้อออนไลน์ มีการซื้ออย่างน้อย1ครั้งภายในเดือน ในการใช้จ่ายแต่ละครั้ง 500 บาทขึ้นไปก่อนตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าจะมีการหาข้อมูลจากร้านค้าออนไลน์ เพจใน IG Facebook Twitter และเดินดูตามร้านขายเสื้อผ้าแบรนด์ทั่วไป เช่น H&M ZARA หรือร้านขายเสื้อผ้าทั่วไป

ส่วนผู้หญิงที่อยู่กลุ่มวัยทำงานเริ่มต้นก็ชอบแต่งตัว แนวสบายๆ/Casual โดยซื้อตามแหล่งขายเสื้อผ้าใกล้บ้าน ห้างสรรพสินค้าทั่วไปจะซื้ออย่างน้อย2ครั้ง:1เดือนในการใช้จ่ายต่อครั้งไม่ต่ำกว่า 1,000 บาท โดยจะดูข้อมูลจาก Facebook ตามเพจที่มีคนแชร์มาขึ้นหน้าฟีดโฆษณาร้านเสื้อผ้าใน IG หรือไม่ก็เดินดูตามร้านขายเสื้อผ้าแฟชั่นและตัดสินใจซื้อเลย



3. ในเรื่องของ การแต่งหน้ากลุ่มเป้าหมายวัยเรียนส่วนใหญ่จะเน้นแต่งหน้าแนว Everyday Look กับ makeup no makeup แล้วจะแต่งหน้าทุกวัน ในวันที่มีเรียน แต่ถ้ามีโอกาสต้องไปเที่ยวหรือออกงานจะแต่งหน้าเยอะกว่าวันปกติ ใช้เครื่องสำอางยี่ห้อที่มีการรีวิวของสินค้า และการหาคำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้สินค้าจากช่องทางทาง YouTube Facebook Jiban Twitter Pantip ในห้องโตะเครื่องสำอาง ที่มีบุคคลดังมารีวิว โดยจะเปลี่ยนไปตามกระแสและติดตามไปซื้อที่ EVEANDBOY Watsons Counter brand ต่างๆ Boots หรือสั่งออนไลน์ โดยใช้จ่ายค่าเครื่องสำอางมากกว่า 400 บาทขึ้นไป

ส่วนผู้หญิงที่อยู่กลุ่มวัยทำงานเริ่มต้นส่วนใหญ่จะเน้นแต่งหน้าแนว Everyday Look ทุกวัน เพราะการทำงานทำให้ต้องพบปะกับผู้คนที่หลากหลายกว่าตอนเรียนหนังสือ แต่หากเป็นวันหยุดก็จะพักหน้าและหากต้องออกไปพบลูกค้าหรือออกงานสังคมจะแต่งหน้าเยอะกว่าวันปกติ แล้วเครื่องสำอางยี่ห้อที่มีการรีวิวของสินค้า และการหาคำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้สินค้าจากช่องทาง YouTube Jiban Pantip ในห้องโตะเครื่องสำอาง ที่มีบุคคลดังมารีวิว IG และส่วนมากจะไปซื้อที่ EVEANDBOY Watsons counter brand ต่างๆ Boots หรือสั่งออนไลน์ โดยใช้จ่ายค่าเครื่องสำอางมากกว่า 500 บาทขึ้นไป

4. ในเรื่องของ การไว้ทรงผมกลุ่มเป้าหมายวัยเรียนจะชอบไว้ผมยาวตรงมากกว่าการตัดผมสั้น เพราะส่วนใหญ่จะคิดว่าการไว้ผมยาวสามารถทำผมได้หลายทรงคิดว่าจะช่วยทำให้ใบหน้าดูเรียวขึ้นและเหมาะกับตัวเองมากที่สุดแล้ว แม้ว่าบางคนจะมีความอยากตัดผมสั้นก็ตาม ค่าใช้จ่ายต่อการในการทำผมหรือเข้าร้านทำผมแต่ละครั้งไม่ต่ำกว่า 300 บาท จำนวนมากกว่าครึ่งจะไม่ค้นหาทรงผมไปก่อนแต่จะไปให้ที่ร้านแนะนำหรือตัดเหมือนเดิม

ผู้หญิงที่อยู่กลุ่มวัยทำงานเริ่มต้นจะชอบไว้ผมตรงหรือตัดลอน เพราะเข้ากับใบหน้า เสริมให้ดูดี โดยคนที่ชอบไว้ผมปะบ่าหรือมัดรวบจะให้เหตุผลว่าเพราะอากาศในประเทศร้อน ทำให้ไม่ชอบไว้ผมยาว ค่าใช้จ่ายในการทำผมแต่ละครั้งไม่ต่ำกว่า 500 บาท จำนวนมากกว่าครึ่งไม่ชอบค้นหาทรงผมไปก่อนแต่จะไปให้ที่ร้านแนะนำหรือตัดเหมือนเดิม

5. ในเรื่องของ เทรนด์แฟชั่นในด้านต่างๆข้างต้นที่กล่าวมา ตอนนี้กลุ่มเป้าหมายวัยเรียนและกลุ่มวัยทำงานเริ่มต้นส่วนใหญ่กำลังสนใจเทรนด์ Minimal Style ที่เป็นการคุมโทนสี แต่งน้อยๆแต่ดูดี ตามด้วยลิปสติกสีโทนแดง โดยรับข้อมูลจากการเล่น Facebook Twitter Jiban

6. ในเรื่องของ เทรนด์แฟชั่นในช่วงครึ่งหลังของปี 2016 นี้กลุ่มเป้าหมายวัยเรียนและกลุ่มวัยทำงานเริ่มต้นคิดว่า ยังคงเป็น Minimal Style ที่เป็นการคุมโทนสี แต่งน้อยๆแต่ดูดีอยู่และกระแสนี้จะเยอะขึ้นเรื่อยๆ ตามด้วยการที่ผู้หญิงหันมาออกกำลังกาย แต่งตัว Sporty ใส่รองเท้าผ้าใบมากขึ้น โดยรับข้อมูลจากการเล่น Facebook Twitter IG

7. กลุ่มเป้าหมายวัยเรียนและกลุ่มวัยทำงานเริ่มต้นจำนวนมากกว่าครึ่ง บอกว่าไม่ได้ปรับเปลี่ยนสไตล์การแต่งกายไปตามแฟชั่นใหม่ๆที่ได้ติดตามจากสื่อต่างๆ ทุกครั้งที่ทราบข้อมูลด้วยเหตุผล เพราะรู้สึก

ว่าไม่ชอบแฟชั่นบางอย่างไม่ได้เหมาะสมกับเราทั้งหมด แต่ถ้าปรับจะต้องเป็นสิ่งที่น่าสนใจจริงๆ ส่วนคนที่ชอบเปลี่ยนสไตล์การแต่งตัวไปตามแฟชั่นใหม่ๆ ที่ได้ติดตามจากสื่อต่างๆ ทุกครั้งที่ทราบข้อมูล เพราะอยากจะแต่งให้เข้ากับเทรนด์ปัจจุบันและเมื่อการแต่งตัวแบบเดิมต้องการอะไรใหม่

8. กลุ่มเป้าหมายวัยเรียนและกลุ่มวัยทำงานเริ่มต้น ทุกคนจะมีบุคคลต้นแบบหรือ Idol ที่ชื่นชอบ โดยมักจะเคยใช้บุคคลเหล่านั้นเป็นต้นแบบในการแต่งกาย ด้วยเหตุผลที่ว่า เพราะชื่นชอบอยากสวย เหมือนกับบุคคลนั้นหรือ Idol ที่ชื่นชอบทำให้เกิดแรงบันดาลใจจะทำตาม

ส่วนคนที่ไม่เคยใช้บุคคลเหล่านั้นเป็นต้นแบบในการแต่งกาย เพราะชื่นชอบผลงานมากกว่าและติดตามทาง IG YouTube เป็นหลัก

9. ผู้หญิงที่อยู่กลุ่มเป้าหมายวัยเรียนและกลุ่มวัยทำงานเริ่มต้น ส่วนใหญ่คิดว่าปัจจุบันได้แต่งกายเข้ากับนิสัย บุคลิกและตัวตนจริงๆ แล้ว ถ้าไม่ใช่ในแบบที่เป็นตัวตนจริงๆ ก็อยากจะแต่งตัวตรงกันข้ามกับนิสัย อย่างเป็นคนขี้อาย ก็อยากแต่งแนวเซ็กซี่ ใส่ชุดเดรส โดยคิดว่าจะไปเสาะหาข้อมูลการแต่งกายในแบบตัวตนจริงๆ ได้จาก IG Pantip Facebook นิยายสาร Look Book เดินดูตามห้างสรรพสินค้าและนำเสื้อผ้ามา Mix & Match เอง

10. ในเรื่องของการดูแลเรื่องการแต่งกายกลุ่มเป้าหมายวัยเรียนมากกว่าครึ่งให้ความสำคัญ เพราะทำให้ภาพลักษณ์บุคลิกภาพตัวเองดูดีและเป็นสิ่งแรกที่บุคคลอื่นเห็นเราโดยให้คะแนนตัวเอง 3 คะแนนขึ้นไป จากคะแนนเต็ม 5 คะแนนแต่ถ้าคนที่คิดว่าไม่สำคัญจะคะแนนตัวเองแค่ 2 คะแนน

ส่วนกลุ่มวัยทำงานเริ่มต้นจะคิดว่าการดูแลเรื่องการแต่งกายมีความสำคัญโดยให้เหตุผลว่าเป็นการแสดงออกถึงภาพลักษณ์ในตัวเรา เพื่อส่งไปให้คนภายนอกมองเราในทางดีบวกโดยให้คะแนนตัวเอง 3 คะแนนขึ้นไป

11. ปัจจัยสำคัญและสถานการณ์ที่กลุ่มเป้าหมายวัยเรียนและกลุ่มวัยทำงานเริ่มต้น คิดว่าต้องเกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมแต่งกายเพื่อภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น เมื่อการที่ได้รับสถานะใหม่จากสังคม เช่น การไปพบเจอผู้ใหญ่ ออกไปพบลูกค้า การไปฝึกงาน งานเลี้ยง งานแต่งงาน หรือเมื่อได้รับคำวิจารณ์ด้านลบจากคนอื่น ต้องการสร้างความมั่นใจ เพื่อให้ได้รับการยอมรับจากผู้อื่นจึงเป็นปัจจัยสำคัญและสถานการณ์ที่ทำให้

12. กลุ่มเป้าหมายวัยเรียนและกลุ่มวัยทำงานเริ่มต้น คาดหวังการหาข้อมูลเกี่ยวกับการแต่งตัวในโอกาสพิเศษต่างๆ งานที่เป็นทางการหรือ การสอนแต่งตัวแบบ Mix & Match ให้เข้ากับรูปร่างของเรา รวมไปถึงการค้นหาวินิวนิยายข้อมูลสินค้า และการหาคำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้สินค้า ก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้า เพื่อใช้ในการปรับเปลี่ยนการแต่งกายเพื่อสร้างภาพลักษณ์ในแต่ละโอกาสและ เคยได้รับสิ่งที่คาดหวังนั้นจาก Social Media ส่วนที่ยังไม่เคยได้รับจาก Social Media นั้นคือการแต่งตัวของ Idol คนดังที่มีนักวิจารณ์มาให้คะแนนการแต่งตัว



## บทที่ 4

### ผลการดำเนินงาน การวิเคราะห์ และสรุปผล

#### 4.1 ขั้นตอนและผลการดำเนินงาน

จากการที่สำนักงานบริษัท ประกิต แอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด ตลอดระยะเวลา 2 เดือนที่ผ่านมาทำให้ทราบถึงการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการวางแผนกลยุทธ์และการทำแบบสำรวจวิจัยโฆษณา

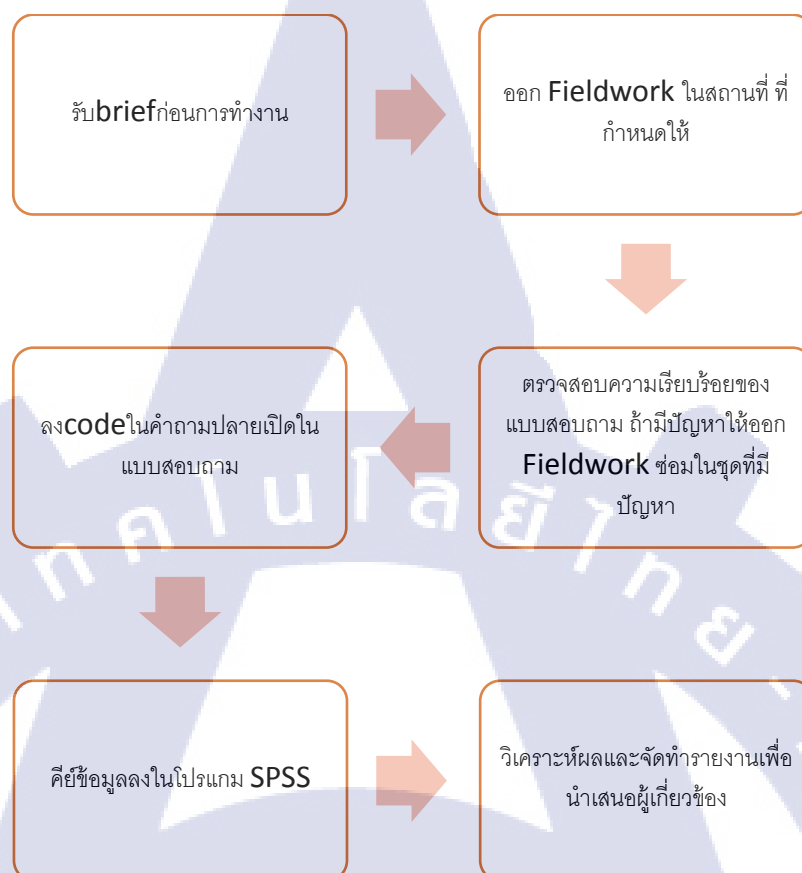
กระบวนการวางแผนกลยุทธ์

เข้าประชุมและรับ**brief**ข้อมูลจาก  
พี่ในแผนก

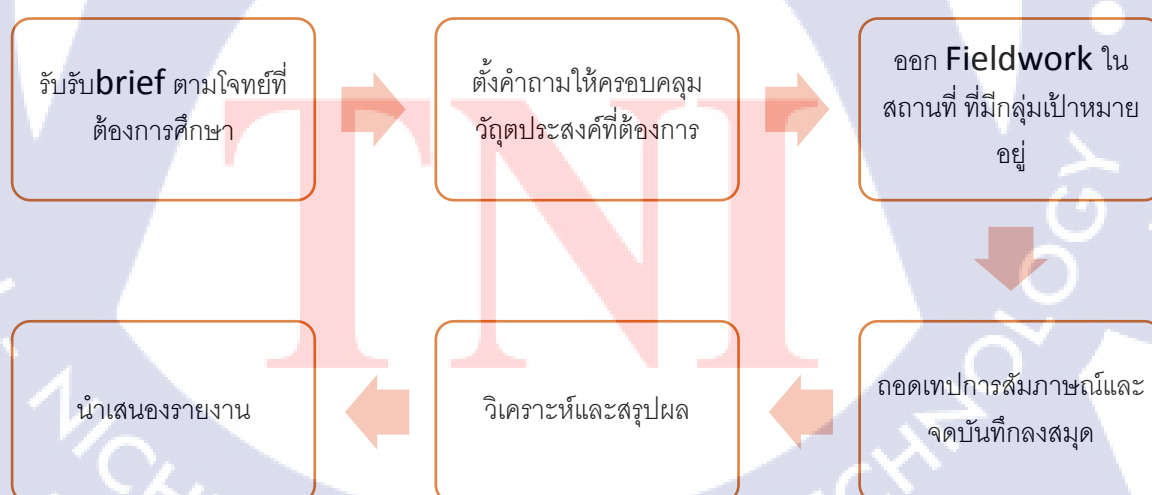
หา**consumer insight**

นำเสนอข้อมูลที่ได้หามา

### กระบวนการวิจัยเชิงปริมาณ



### กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ



ภาพที่4.1ขอบเขตงานและขั้นตอนการดำเนินงาน

## 4.2 ผลการดำเนินงาน

1. เพื่อศึกษาเทรนด์ของแฟชั่นการแต่งกายเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบัน
  - ผลที่ได้จากการศึกษาพบว่ากลุ่มวัยรุ่นเรียนและกลุ่มวัยทำงานเริ่มต้นจะชอบแต่งตัวแนวสบายๆ /Casual ถ้าเป็นการแต่งหน้าจะแต่งแนว **Everyday Look** แต่หากออกงานที่เป็นทางการจะแต่งหน้าที่เน้นกว่าปกติกลุ่มวัยรุ่นเรียนจะชอบไว้ผมยาวตรง ในขณะที่กลุ่มวัยทำงานเริ่มต้นจะชอบไว้ผมปะบ่าหรือคัตลอน เทรนด์การแต่งกายในตอนนี้อยู่ส่วนใหญ่เน้น Minimal Style โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นเรียน ส่วนเทรนด์การแต่งกายในช่วงครึ่งปีหลัง 2016 นี้ ก็ยังคงเป็น Minimal Style อยู่

2. เพื่อศึกษาแหล่งข้อมูลจาก Social Media ต่างๆ ที่ส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการแต่งกาย เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้เข้ากับสังคมในปัจจุบัน

- ผลที่ได้จากการศึกษาพบว่า Facebook Instagram และ Pantip เป็น Social Media ที่กลุ่มเป้าหมายใช้ค้นหาข้อมูลใน ติดตามเทรนด์แฟชั่นต่างๆ ในการสร้างภาพลักษณ์ของตัวเองมากที่สุด

3. เพื่อศึกษาสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายคาดหวังว่าจะได้รับจากสื่อต่างๆ โดยเฉพาะ Social Media เพื่อเอื้อต่อการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ของตนเอง

- ผลที่ได้จากการศึกษาพบว่ากลุ่มเป้าหมายต้องการที่จะแต่งกายให้เข้าบุคลิกและลักษณะนิสัยตนเอง โดยนำเทรนด์แฟชั่นมา Mix&Match และทั้งสองกลุ่มให้ความสำคัญกับการสร้างภาพลักษณ์ในแต่ละโอกาสที่เป็นทางการและการเข้าสังคม

จากการศึกษาอิทธิพลของ Social Media กับพฤติกรรมการแต่งกายเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของผู้หญิงในยุคปัจจุบัน พบว่า Social Media ได้มีอิทธิพลต่อผู้หญิงในกลุ่มวัยรุ่นเรียนและวัยทำงานเริ่มต้นเป็นอย่างมาก โดยจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่หันมาใช้ชีวิตบนโลกออนไลน์มากขึ้น บ่อยขึ้น เพื่อติดตามข้อมูลตามสื่อโฆษณาต่างๆ เป็นประจำ และการค้นหาข้อมูล การอ่านรีวิวของสินค้า และการหาคำแนะนำจากผู้ที่เคยใช้สินค้า ก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้า จาก Social Media จึงทำให้ทราบเทรนด์ต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและหลากหลาย ทั้งการใช้สื่อโซเชียลและผู้หญิงอิทธิพล Idol บุคคลที่ชื่นชอบ โดยกลุ่มเป้าหมายจะค้นหาจากเพจใน Facebook หรือการค้นหาใน Instagram YouTube Google Pantip ในห้องโถงเครื่องแต่งกาย หลังจากมีการรับข้อมูลแล้วกลุ่มเป้าหมายจะไม่ได้ปรับเปลี่ยนทุกครั้งที่มีการรับรู้ข้อมูล เพราะคิดว่าบางอย่างอาจจะไม่เข้ากับตัวเอง จึงอาจจะเลือกบางอย่างของเทรนด์ตอนนั้น และ มีการติดตามซื้อทั้งทางออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อนำมาปรับพฤติกรรมแต่งกายของตัวเอง เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เป็นที่ยอมรับจากผู้อื่น ทั้งใน Social Network และการพบหน้ากัน

## บทที่ 5

### บทสรุปและข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปผลการดำเนินงาน

จากการศึกษาอิทธิพลของ Social Media กับพฤติกรรมการแต่งกายเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของผู้หญิงในยุคปัจจุบันโดยการสัมภาษณ์ผู้หญิงที่อยู่ในกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มวัยทำงานเริ่มต้น ที่มีอายุ 18-28 ปี จำนวนทั้งหมด 16 คน ซึ่งเป็นการเจาะจงเลือกเฉพาะกลุ่มที่ต้องการศึกษา ทำให้เห็นภาพในเชิงลึกมากกว่า ซึ่งเป็นการศึกษาเรื่องการ Update ข้อมูลอิทธิพลของสื่อ Social media ที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในช่วงครึ่งปีแรกและหลัง ของปี 2016 ซึ่งครั้งนี้เน้นศึกษาในเรื่องแฟชั่นการแต่งกายแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของ Social Media จากข้อมูลเห็นได้ชัดว่า แหล่งที่ใช้ติดตามแฟชั่นที่เป็นที่นิยมคือ Social Media เนื่องจากเข้าถึงง่าย สามารถติดตามตลอดเวลา เพราะกลุ่มเป้าหมายจะใช้งาน Social Media เป็นประจำ สังเกตได้ง่ายจากการสัมภาษณ์ทุกคนจะให้คำตอบว่าใช้งาน Social Media มากกว่า 1 อย่าง และจากการสัมภาษณ์ทำให้ได้ข้อมูลว่าผู้หญิงในกลุ่มเป้าหมายให้ความสำคัญกับการแต่งกายเพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับตนเองมากขึ้น อย่างไรก็ตามการศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ ซึ่งไม่สามารถเป็นตัวแทนทั้งหมด

#### 5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้ผลการศึกษาในครั้งนี้สามารถขยายต่อไปในทิศทางที่กว้างมากขึ้นอันจะเป็นประโยชน์ในการอธิบายการปรากฏการณ์และอิทธิพลในการปรับเปลี่ยนการแต่งกายเพื่อภาพลักษณ์ ผู้ศึกษาจึงขอเสนอแนะประเด็นสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

1. การวิจัยครั้งนี้วิจัยเชิงคุณภาพอย่างเดียว อาจทำให้เห็นภาพเพียงด้านเดียว เพราะฉะนั้นครั้งต่อไปควรดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณควบคู่กับการ เพื่อทำให้เห็นภาพเชิงกว้างมากขึ้น
2. ผู้วิจัยท่านต่อไปอาจใช้วิธีการวิจัยเช่นเดียวกันกับงานวิจัยฉบับนี้แต่อาจเพิ่มจำนวนคนในการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลให้มากขึ้น
3. จากการวิจัยครั้งนี้มีบางคำถามที่ยังไม่ค่อยต่อเนื่องกันผู้วิจัยอาจเพิ่มเติมหรือเปลี่ยนคำถามเพื่อการสัมภาษณ์ให้คล่องตัวได้คำตอบที่ตรงประเด็นและลดเวลาการเก็บข้อมูลให้เร็วขึ้น

### 5.3 ข้อเสนอแนะจากการฝึกงาน

จากการปฏิบัติงานที่ บริษัท ประกิต แอดเวอร์ไทซิ่ง จำกัด ในแผนกวางแผนกลยุทธ์และแผนกวิจัย เป็นเวลา 10 สัปดาห์ บริษัทเป็นที่เปิดโอกาสให้นักศึกษาได้เรียนรู้การปฏิบัติงานจริง ฝึกในแผนกคอยให้คำปรึกษาและคำแนะนำตลอด ในระหว่างการทำงานจะได้ลงพื้นที่จริงเพื่อออกไปทำแบบสอบถามเก็บข้อมูลทั้งในเชิงปริมาณ เชิงคุณภาพ รวมทั้งได้เรียนรู้ฝึกฝนตนเองทั้งในด้านความอดทน การมีมนุษยสัมพันธ์กับผู้ที่ช่วยตอบแบบสอบถามจากพี่ๆในทีมทำให้ตนเองรู้สึกว่าได้พัฒนาด้านการพูดเพื่อสร้างมนุษยสัมพันธ์กับผู้อื่นของตนเองมากขึ้น และได้นำความรู้ในวิชาวิจัยตลาดมาใช้กับโปรแกรมSPSS ซึ่งช่วยให้นักศึกษาสามารถพัฒนานำความรู้ที่เรียนมาประยุกต์และปรับใช้กับการทำงานได้

ทางสถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น ควรเน้นวิชาการตลาดมากกว่านี้สำหรับนักศึกษาที่เรียนสาขาการตลาด เพื่อให้ได้มีการเตรียมพร้อมในด้านความรู้พื้นฐานทักษะด้านการตลาดและด้านภาษาอังกฤษก่อนการฝึกงานเพื่อช่วยให้เข้าใจศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการทำงาน และควรให้มีระยะเวลาฝึกงานมากกว่านี้ เนื่องจากระยะเวลาในการฝึกงานน้อยเกินไป ทำให้ไม่สามารถเรียนรู้การทำงานได้ทั้งหมด

TNI

## เอกสารอ้างอิง

กิ่งพร ทองใบ,ศิริโสภา เขตตานุรักษ์ และกฤษฎารัตน์ วัฒนสุวรรณ (2538),การส่งเสริมการตลาด.

นนทบุรี:มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

กมลรัตน์ หล้าสูงศักดิ์ (2527). จิตวิทยาสังคม.กรุงเทพฯ:โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย

ณธิดา รัฐชนาวุฒิ (2556) บทบาทของสื่อออนไลน์กับการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค สืบค้น

25 พฤษภาคม 2559 แหล่งที่มา:<http://www.marketingoops.com/reports/behaviors/customer-journey/>

เสรี วงษ์มณฑา. (2542),การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค.กรุงเทพฯ :โรงพิมพ์ วีระฟิล์มและไซเท็กซ์

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543).พฤติกรรมผู้บริโภค,กรุงเทพฯ:โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

อรชร มณีสงฆ์ (2557). พฤติกรรมผู้บริโภค ,สืบค้น 24 พฤษภาคม 2559 แหล่งที่มา:

<http://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sms/market/Unit3/Subm3/U332-1.htm>

George E.Belch and Michael A.Belch,Introduction to Advertising and

Promotion,2ded.(Boston,Mass:Richard D.Inc.,1993),p.199,p.128

Philip Kotler.Consumer Behavior Model (2003,p.184) Retrieved May 24,2016 , from

[http://www.ex-mba.buu.ac.th/research/Nonthaburi/PM4/51720563/05\\_ch2.pdf](http://www.ex-mba.buu.ac.th/research/Nonthaburi/PM4/51720563/05_ch2.pdf)

Philip Kotler & Gary Armstrong (2001). Principles of Marketing .Consumer buying decision

process . (2001, pp. 198-201) Retrieved May 24,2016 , from :

[http://www.exmba.buu.ac.th/research/Bkk/Mk-6-Bkk/51722420/05\\_ch2.pdf](http://www.exmba.buu.ac.th/research/Bkk/Mk-6-Bkk/51722420/05_ch2.pdf)

Schiffman, Leon G; & Kanuk, Leslie Lazar. (1994) Consumer Behavior. 5th ed. New Jersey :

Prentice-Hall



## ภาคผนวก ก

## Screening Question

1.คุณเป็นคนชอบแต่งตัวให้ดูสวยทันสมัยตามเทรนด์ แฟชั่นอยู่เสมอใช่หรือไม่คะ/ เพราะเหตุใดคะ?

| กลุ่มวัยเรียน 18-22 ปี                                                                              | กลุ่มวัยทำงานเริ่มต้น 23-28 ปี                                      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| 1.ใช่/ ตามเพื่อนและก็กลัวคุยกับเพื่อนไม่รู้เรื่อง                                                   | 1.ไม่/ส่วนใหญ่จะติดตามมากกว่าเพราะปกติใส่ชุดuniform                 |
| 2.ใช่/เวลาที่เรากำลังถ่ายรูปเพื่อPostลงSocial Media                                                 | 2.ใช่/เห็นเพื่อนใส่ เห็นตามรูปภาพในIG ใส่แล้วเข้ากับตัวเรา          |
| 3.ไม่/ รูปร่างไม่สามารถเข้าได้กับทุกสไตล์ ไม่มั่นใจ                                                 | 3.ใช่/อยากสวยขึ้น และทำให้ตัวเองดูดีขึ้น                            |
| 4.ไม่/รู้สึกว่าการบางอย่างไม่เข้ากับตัวเองทำให้เสียเงินโดยใช่เหตุ                                   | 4.ไม่/เพราะเป็นคนชอบติดตามแต่ไม่แต่งตาม                             |
| 5.ใช่/ไม่อยากจะแต่งตัวดีกว่าคนอื่นใน ณ เหตุการณ์หรือสถานที่นั้นๆ                                    | 5.ไม่/ชอบแต่งตามใจตัวเองมากกว่า                                     |
| 6.ไม่/ปัจจุบันTrendการแต่งตัวปรับเปลี่ยนรวดเร็วซื้อมาใส่ไม่กี่ครั้งก็ล้าสมัยแล้วทำให้สิ้นเปลืองเงิน | 6.ใช่/เพื่อแต่งตัวให้เข้ากับTrendปัจจุบัน ชอบ update trend ใหม่เสมอ |
| 7.ใช่/เป็นคนชอบติดตามดูแฟชั่นในปัจจุบัน                                                             | 7.ใช่/ชอบupdate trend ใหม่ๆ อยากเป็นแฟชั่นนิสต้า                    |
| 8.ไม่/ชอบแต่งตัวแบบสบายๆมากกว่า                                                                     | 8.ไม่/รู้สึกว่าไม่จำเป็นต้องตามแฟชั่นตลอดเวลา แต่งตามที่เรชอบดีกว่า |

2.คุณมักจะติดตามข่าวสารความเป็นไปของแฟชั่นเสื้อผ้า รองเท้า เครื่องประดับ ทรงผม เครื่องสำอาง และสไตส์การแต่งหน้าอยู่เป็นประจำใช่หรือไม่คะ?

|       |       |
|-------|-------|
| 1.ใช่ | 1.ใช่ |
| 2.ใช่ | 2.ใช่ |
| 3.ใช่ | 3.ใช่ |
| 4.ใช่ | 4.ใช่ |
| 5.ใช่ | 5.ใช่ |
| 6.ใช่ | 6.ใช่ |

|       |       |
|-------|-------|
| 7.ใช่ | 7.ใช่ |
| 8.ใช่ | 8.ใช่ |

3.คุณเป็นผู้ที่ชอบเล่น Social Mediaและติดตามข้อมูลตามสื่อโฆษณาต่างๆเป็นประจำใช้หรือเปล่า

|       |       |
|-------|-------|
| 1.ใช่ | 1.ใช่ |
| 2.ใช่ | 2.ใช่ |
| 3.ใช่ | 3.ใช่ |
| 4.ใช่ | 4.ใช่ |
| 5.ใช่ | 5.ใช่ |
| 6.ใช่ | 6.ใช่ |
| 7.ใช่ | 7.ใช่ |
| 8.ใช่ | 8.ใช่ |

\*\* ผู้ที่ตอบว่าเป็นคนที่ติดตามข่าวสารแฟชั่นในสื่อต่างๆในข้อ 2.และ3. ให้ถามคำถามหลักต่อ หากตอบว่าไม่ใช่ทั้งสองข้อให้ปิดสัมภาษณ์\*\*

#### คำถามหลัก

1. ในเวลาปกติคุณได้เปิดรับสื่ออะไรบ้าง (เช่น สื่อโฆษณา สื่อsocial media ฯลฯ) /คุณมีการติดตามเรื่องอะไรบ้างจากสื่อที่คุณรับ

|                                                                                                                               |                                                                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Facebook IGมากกว่าTV/ติดตามเรื่องวงการบันเทิง ดูหนัง ซีรีส์เกาหลี ฟังเพลง ดารา ของอะไรที่กำลังออกใหม่                      | 1. Facebook ในเพจ Sanook BBCnews Happy Phone MBK Pantip / ข่าวสารประจำวัน                                            |
| 2.Facebook IG/ฟีดข่าวเด่นประจำวัน ข่าวบันเทิง ดารา                                                                            | 2. Facebook Twitter IG Pantip YouTube / ข่าวบันเทิง แฟชั่นเสื้อผ้า กระเป๋า HotHit                                    |
| 3. Facebook Twitter IG / ศิลปิน idol นักร้อง ซีรีส์เกาหลี เพจน้อง updateข่าวที่เป็นกระแสในสังคมตอนนั้น รีวิวเครื่องสำอาง      | 3. Facebook Twitter YouTube Jiban Wonmen.mthai Pantip / เครื่องสำอาง Trendการแต่งหน้า ข่าวศิลปินที่ชอบ               |
| 4. Facebook Twitter IG Pantip / ข่าวแฟชั่น ข่าวบันเทิงGossipดารา ข่าวสารประจำวัน เพจน้อง updateข่าวที่เป็นกระแสในสังคมตอนนั้น | 4. Facebook IG <a href="http://www.girlsallaround">www.girlsallaround</a> / ข่าวแฟชั่น รีวิว updateความงามของผู้หญิง |
| 5. Facebook IG / การแต่งหน้ารีวิวเครื่องสำอาง                                                                                 | 5. Facebook YouTube/ update Trendเสื้อผ้า การแต่งหน้า                                                                |

|                                                                                     |                                                                            |
|-------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| 6. Facebook IG Jiban E-mail Pantip/ รีวิว<br>เครื่องสำอาง                           | 6. Facebook IG Pantip / update Trend เสื้อผ้า การ<br>แต่งหน้า เครื่องสำอาง |
| 7. Facebook IG YouTube/ข่าวบันเทิง เพจน้อง<br>update ข่าวที่เป็นกระแสในสังคมตอนนั้น | 7. Facebook IG นิติสาร Looker/ update Trend<br>เสื้อผ้า                    |
| 8. Twitter IG YouTube/ เครื่องสำอาง รองเท้า<br>ผ้าใบ                                | 8. Facebook Twitter/ข่าวประจำวันที่เป็นกระแส                               |

2. พฤติกรรมแต่งตัวแบบไหน สไตล์ไหนเป็นประจำคะ เช่น แนวน่ารัก/หวาน แนวเท่ /เซอร์ แนวเปรี้ยว/Sexy แนวสบาย ๆ /Casual แนววินเทจ/ย้อนยุค อื่นๆ /หาซื้อได้ที่ไหนคะ/คุณซื้อบ่อยแค่ไหนคะ/ค่าใช้จ่ายในการซื้อต่อครั้งประมาณเท่าไรคะ/คุณค้นหาข้อมูลแฟชั่นเสื้อผ้า รองเท้า และเครื่องประดับจากสื่อใดบ้างคะ?

|                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.แนวสบาย ๆ /Casual สไตล์ลุคๆ / online ใน<br>IG JJ Green ห้างสรรพสินค้า/ 2ครั้ง:1/1000/<br>ใน IG Facebook ตามร้านค้าonline เดินดูตาม<br>ร้านขายเสื้อผ้าทั่วไป H&M ZARA              | 1.แนวสบายๆ/Casual/ตลาดนัด ร้านเปิดท้าย<br>ทั่วไป/2ครั้ง:1เดือน/2,000/ค้นหาในgoogleเช่น<br>กระเป๋ายอดนิยมตอนนี้ Facebook                                    |
| 2.แนวสาวเปรี้ยวๆดูเป็นสาวมั่นในลุคเสื้อกล้าม<br>กางเกงยีนส์ขาสั้น/สยามจตุจักร/2ครั้ง:1เดือน /<br>2,000/ตามรูปในIGดาราที่ถ่ายรูปลงแล้วแท็ก<br>ชื่อร้านถ้าสนใจสินค้าไหนก็จะกดเข้าไปดู | 2.แนวน่ารัก/หวานผสมวินเทจ/ ยูเนียน<br>มอลล์ สยาม/2-3ครั้ง:1เดือน /1,000/ Facebook<br>ตามเพจที่มีคนแชร์มาขึ้นหน้าฟีด โฆษณาร้าน<br>เสื้อผ้าในIG promote blog |
| 3.แนวสบาย ๆ /Casual บวกกับลวดลายบนเสื้อ/<br>ชีคอนสแควร์ครีครินทร์ ซื้อonlineในIG<br>chywclothes , jycloset /1ครั้ง:1เดือน/500<br>/Twitter IG                                        | 3.Bohemian/เอเชียทิก แพลตตินั่ม/1ครั้ง:1เดือน<br>/1,000/IG Facebookตามหน้าฟีด                                                                              |
| 4. แนวสบายๆง่ายๆ ที่ดูดี น่ารัก/ตลาดนัดรถไฟ<br>ศรีนครินทร์ สยาม/1ครั้ง:1เดือน/1,000/IGของ<br>net idol เช่น พิมฐา                                                                    | 4.สไตล์American/ประตูน้ำ แพลตตินั่ม<br>ยูเนียน H&M/2ครั้ง:1เดือน/1,500/ Facebookใน<br>เพจ I love Fashion girl                                              |
| 5.สไตล์เกาหลี ที่ดูเป็นหวานเซ็กซี่ ที่มีความ<br>มั่นใจ /H&M จตุจักร ตลาดนัดรถไฟศรี<br>นครินทร์/4ครั้ง:1เดือน/1,500/โฆษณาที่เห็นใน<br>Facebook IG ที่มาติดตาม                        | 5.แนวสบาย ๆ /Casual/onlineทางFacebookในเพจ<br>ที่ติดตาม แพลตตินั่ม/4ครั้ง:1เดือน/1,000/ ร้าน<br>หรือเพจในFacebook Mango H&M                                |

|                                                                                                                            |                                                                                           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| 6.แนวสบาย ๆ /Casual /สยาม H&M ยูนิโคล่ จตุจักร/ 2ครั้ง:1เดือน/1,000/เดินดูที่ร้านถ้าชอบก็จะซื้อเลย                         | 6.แนวน่ารัก/หวาน/ซื้อ onlineในFacebook IG/ 8ครั้ง:1เดือน/600/ร้านเสื้อผ้าonlineในFacebook |
| 7.แนวสบาย ๆ /Casual /JJ Green วังหลัง ห้างแกรนด์/1ครั้ง:1เดือน/500/เพจแฟชั่นที่ถูกแชร์มาในFacebook เดินดูถ้าถูกใจก็ซื้อเลย | 7. แนวสบาย ๆ /Casual /ห้างสรรพสินค้าทั่วไป จตุจักร ร้านFred Perry /2ครั้ง:1เดือน/1,500/IG |
| 8.แนวสบาย ๆ /Casual/IG choose dress/1ครั้ง:1เดือน/1,000/ร้านประจำที่ซื้อในIG                                               | 8.แนวสบาย ๆ /Casual/สยาม H&M/1ครั้ง:1เดือน/1,000-2,000/เดินตามห้างสรรพสินค้า              |

3.คุณชอบแต่งหน้าสไตล์ไหนคะ/คุณแต่งหน้าทุกวันเป็นประจำไหมคะ/ในโอกาสใดบ้างคะ/ตอนนี้คุณใช้เครื่องสำอางยี่ห้ออะไรเป็นประจำคะ/หาซื้อได้ที่ไหนคะ/ค่าใช้จ่ายต่อครั้งประมาณเท่าไรคะ/คุณค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการแต่งหน้าและเครื่องสำอางจากสื่อใดบ้างคะ?

|                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Everyday Look/ทุกวัน/ไปเรียน เกี่ยวกับเพื่อน/ M.A.C Laura mercier /counter brand Watsons EVEANDBOY/3,000/ Facebook Twitter                                        | 1.Nude Look เรียบ หรือ/ทุกวัน/ทำงาน ออกจากบ้าน/ Maybelline Gina Glam Bisous Bisous / EVEANDBOY Watsons counter brand /2,000/IG Pearypie ถ้ามามีเพื่อน                                          |
| 2.สไตล์เกาหลี/ไม่ทุกวัน/วันที่มีเรียนสาย ไปเที่ยว/ KARMARTS sleek stylenanda Laura mercier / counter brand EVEANDBOY Watsons/2,000/ใน Facebookบนหน้าฟีด              | 2.Everyday Look /ไม่ทุกวัน/เวลาที่ไปทำงาน กับไปงานที่ดูเป็นทางการ/ The Face shop Benefit KATE/ EVEANDBOY Watsons Boots counter brand ฝากซื้อจากเกาหลี/ 800 Pantip ถ้ามามีเพื่อนหรือคนที่รู้จัก |
| 3.แต่งหน้านั้นสีปากให้โดดเด่น/ประจำ/ไปทำงาน เรียนและเที่ยว/NYX Maybelline stylenanda/ EVEANDBOY Watsons onlineในIG/1,000/ Pantip ในห้องโต๊ะเครื่องแป้ง Jiban Twitter | 3.แต่งหน้าโทนนุ่มแบบoffice lady/ทุกวัน/ไปทำงาน ไปงานเลี้ยง งานแต่งงาน/ Maybelline Revlon/ EVEANDBOY Watsons/1,000-2,000/ Jiban ดูวีวจากโมเมกับอาชีในYoutube                                    |
| 4.Everyday Look/ประจำ/เรียน/L'oreal laura mercier / EVEANDBOY Watsons/2,000-3,000/ดูวีวจากโมเมกับอาชีในYoutube                                                       | 4. Easy Smokey Eye Tutorial/ทุกวัน/เวลาที่ออกจากบ้านกับไปทำงาน/ Revlon Wet n Wild KATE/ Watsons Boots Tsuruha/500-1,500/ดูวีวจากโมเมกับ Pearypie ในYoutube                                     |

|                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5.แนวเฝ้าฯ ได้ลุคสวย ฟรุ้งฟริ้ง ถ้าเจอเพื่อนจะแต่งหน้าให้เด่นกว่าปกติ/ ทุกวัน/ไปออกเดท ทำงานเรียน/M.A.C ETUDE HOUSE/ counter brand EVEANDBOY Watsons Boots/500/ดูรีวิวจากหญิงเกี่ยวกับ net idol ที่ดังๆ ในYoutube | 5. . Everyday Look/ทุกวัน/ทำงาน/ L'Oréal Laura mercier Wet n Wild Maybelline/ Watsons Boots EVEANDBOY /1,000/ Pantipในห้องโตะเครื่องสำอาง                                                             |
| 6. Everyday Look/ทุกวัน/ทำงาน เรียน ไปงานเลี้ยง งานแต่งงาน/ Laneige makeup forever stylenanda/ counter brand EVEANDBOY Sephora/1,000/ Pantipในห้องโตะเครื่องสำอาง Jiban Facebook google รีวิว ยี่ห้อ              | 6. Everyday Look/ทุกวัน/ทำงาน แต่ถ้าไปงานแต่งงาน งานบวช ไปเที่ยวต่างจังหวัดจะแต่งหน้าเน้นมากกว่าปกติกว่าปกติ/ Laneige missha lancome shiseido/ EVEANDBOY ร้านเครื่องสำอางonline/1,000/โมเม ใน YouTube |
| 7. makeup no makeup/ทุกวัน/ไปเรียน/ Maybelline essence shiseido soda/ Boots EVEANDBOY /400 - 500/ Pearypie ในYoutube                                                                                              | 7.ไม่แต่งหน้า                                                                                                                                                                                         |
| 8. makeup no makeup/ไม่ทุกวัน/วันที่มีเรียนหรือต้องออกจากบ้าน/ ETUDE Innisfree store/1,000/ Jiban Twitter PonyในYoutube                                                                                           | 8. Everyday Look/ทุกวัน/ทำงาน / laura mercier Maybelline / counter brand Sephora Watsons Boots/1,000/ Pantipในห้องโตะเครื่องสำอาง Jiban                                                               |

4.คุณชอบไว้ทรงผมสไตล์ไหนบ่อยที่สุดคะ/เพราะอะไรคะ/มีสไตล์อื่นที่ชอบเป็นพิเศษหรือเปล่าคะ/ค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการทำผมหรือเข้าร้านทำผมประมาณเท่าไรคะ/คุณค้นหาข้อมูลรูปแบบทรงผมจากสื่อใดบ้างคะ?

|                                                                                  |                                                                                                   |
|----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.ผมยาวตรง/เข้าได้กับทุกรูปแบบ/ไม่มี/300/Facebookหน้าฟีด                         | 1.มัดผมรวบดึง/อากาศร้อน/เปียผมเกล้ามวย/1,000/เพจ Vlechten met Daan ใน Facebook                    |
| 2.ผมยาวตรง/เข้ากับหน้าทำให้หน้าดูเรียวไม่กลม/ผมสั้น/1,000/ไม่มี                  | 2.ผมยาวประบ่า/อากาศร้อน/ผมตัดปลายทำสี/500/Facebook                                                |
| 3.ผมยาวตัดลอนปลาย/ปิดหน้าช่วยให้หน้าดูเรียว/ตัดผมสั้น/500/ซีรีส์เกาหลี คลิป Idol | 3.ผมยาวตรงปลายเท่ากัน/สามารถทำทรงผมได้หลายทรง/ผมหน้าม้า ยาวประบ่า/250/YouTube www.women.mthai.com |



|                                                                                 |                                                                                      |
|---------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| 4.ผมยาวตรง/เคยทำทรงอื่นไม่เข้ากับหน้า/ไม่มี/2,000/ไม่มี                         | 4.ผมยาวตรง/รู้สึกว่ามีผมไม่สวยทำให้หน้าดูอ้วน/ผมยาวตัดปลาย/www.girlsallaround.com    |
| 5.ผมยาวตรงสไลด์ปลาย/ทำให้ดูมั่นใจกว่าผมสั้นแต่งตัวแบบไหนก็ดูดี/ไม่มี/300/ไม่มี  | 5.ผมยาวประบ่าซ่อมผมสีน้ำตาล/ไม่มี/1,000 /Cleo magazine                               |
| 6.ผมยาวตรงปลายเท่ากัน/ช่วยปิดแก้มทำให้หน้าดูเล็ก/ตัดผมสั้นแบบ DJ soda/500/ไม่มี | 6.ผมยาวตัดตอนปลาย/รู้สึกว่าเข้ากลับหน้าทำให้หน้าดูเรียวขึ้น/ผมตัดตอนใหญ่/500/ไม่มี   |
| 7.ผมสั้นบ๊อบชอยปลาย/เข้ากับหน้า/ผมสั้นเท่า/1,800/ค้นหาในgoogle                  | 7.ผมสั้นเกรียน/ไว้ผมยาวแล้วจะทำให้หน้าดูโทรม/ไม่มี/500/ถามช่างที่ตัดให้              |
| 8.ผมยาวตรงปลายเท่ากัน/รู้สึกว่าเข้ากลับหน้ามากที่สุด/ไม่มี/300/ไม่มี            | 8.ผมยาวประบ่า/รู้สึกสบายหัว/อยากตัดผมสั้นแต่ใส่แว่นแล้วกลัวไม่เข้ากับหน้า/500/google |

5.คุณคิดว่าtrend ของแฟชั่นในด้านต่างๆข้างต้น สไตลอะไรกำลังเป็นที่นิยมในตอนนี้นะ? /คุณทราบข้อมูลนี้มาจากสื่อใดคะ?

|                                                                                                                                                                         |                                                                                                                           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.รองเท้าsandals sneaker/จากเพื่อน Facebook Twitter                                                                                                                     | 1. CANDY APPLE เทรนด์ปากสีแดงแอปเปิ้ลสุดคลาสสิก/ในIG โฆษณาในTV                                                            |
| 2. cushionจากเกาหลี/ในFacebook Jiban มีการรีวิวบ่อยๆ Pantipในห้องโตะเครื่องสำอาง                                                                                        | 2. Minimal Style /เพจในFacebook                                                                                           |
| 3. VAMPIRE WEEKEND ปากสีแดงเข้มแบบแวมไพร์ Minimal Style/Twitter Facebook Pantip ในห้องโตะเครื่องสำอาง                                                                   | 3. Minimal Style แต่งน้อยแต่ดูสวย/สังเกตเห็นจาก IG Facebook เพจ กระเป๋าที่ถูกแชร์                                         |
| 4. Minimal Style /จาก Facebook เพจฉันเป็น "hipster"                                                                                                                     | 4.ผมสั้นสีเทา แฟชั่นแนวฮิปปสเตอร์ของยุค 90s ที่สวมใส่ง่ายและสบายด้วยกางเกงตัวใหญ่โคร่งและเสื้อ Crop Tops ตัวจิ๋ว/Facebook |
| 5. Street Chicเสื้อยืดตัวโคร่งกับกางเกงยีนส์ขาสั้นก็เก๋ จัมพ์สูทขาสั้นปลดกระดุมก็เท่ หรือเชิ้ตเท่าๆ มาใส่ก็ทำให้ดูเซ็กซี่เบาๆ/เห็นคนแต่งแนวนี้บ่อยเวลาไปเที่ยว Facebook | 5. Minimal Style/ Facebook เพจที่เพื่อนแชร์มา                                                                             |
| 6. GO FOR BRONZE ปิดแก้มด้วยสีบรอนซ์ให้ผิวโกลว์ ดูสุขภาพ จะเน้นพวงแก้มสีธรรมชาติ ให้ดูโชนกนูนขึ้น/ PangKirari                                                           | 6.เสื้อผ้าก๊อปแบรนด์ดัง ตามดาราใส่ร้านขายเสื้อผ้าในFacebook                                                               |
| 7. Minimal Style /Facebookในเพจที่ถูกแชร์มา                                                                                                                             | 7. สีผมโทน Ash Silver Color/IG                                                                                            |



|                                                                              |                                                                           |
|------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| 8.ลิปสติกโทนน้ำตาล แดง น้ำตาล Minimal Style / YouTube Twitterใน#How to Jiban | 8.การแต่งตัว LOOK Sporty Girls/การสังเกตจากคนที่ใส่ตอนนี้ เพื่อนๆหรือดารา |
|------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|

6.คุณคิดว่าtrend ของแฟชั่นในช่วงครึ่งหลังของปี 2016 นี้ แฟชั่นสไตล์ไหนกำลังจะมาเป็นทีนิยมอะไร? /คุณทราบข้อมูลนี้มาจากสื่อใดคะ?

|                                                                                                                                                                        |                                                                                   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| 1.รองเท้าผ้าใบของ Nike Adidas เสื้อผ้าสไตล์ชิคๆ/IGชิคๆ สังเกตจากเพื่อน                                                                                                 | 1.Natural and Glowing Makeup การออกกำลังกาย/IGดารา                                |
| 2. Minimal Style รองเท้าผ้าใบของ Nike Adidas / จากรูปของเพื่อนในIG                                                                                                     | 2. แต่งตัวคุมโทน monochrome ใส่sneaker Minimal Style / IG                         |
| 3. Minimal Style คุมโทน รองเท้าผ้าใบ / Twitter Pantipในห้องโตะเครื่องแต่ง                                                                                              | 3.ลิปสติกสีแดง สีน้ำตาลน้ำตาล Mauve/ Jiban Wonmen.mthai                           |
| 4. Minimal Style /จากเพจนั้นเป็น "hipster"                                                                                                                             | 4. soft grunge style/ Facebook                                                    |
| 5.การตัดผมสั้นที่ทำให้หน้าดูเด็กลง/กระต๊อวีวใน Facebook                                                                                                                | 5. Basic Look โทนสีเรียบๆ/นิตยสารแฟชั่นทั่วไป Facebook                            |
| 6.การแต่งหน้า แบบอึมในmvเร้า/YouTube                                                                                                                                   | 6.ลิปของลิ้งโกม “juicy shakre” ดินสอเขียนคิ้ว3มิติ/Facebook                       |
| 7.แนววินเทจ เสื้อผ้าจากยุค80s 90s/Facebook IG                                                                                                                          | 7.โทนสีเรียบๆ คุมโทน Minimal Style/IG                                             |
| 8. Sporty Girls เสื้อยืด รองเท้าผ้าใบหรือกางเกงที่มี ดีเทลตรงเอวอย่างยืด เป็นตัวอักษร อีปๆ ต่างๆ/เห็นผู้หญิงหันมาใส่sneakerมากขึ้น สังเกตได้จากเพื่อนคนรอบข้าง Twitter | 8.การแต่งตัว Sporty Girls การตัดผมสั้น/การสังเกตจากคนที่ใส่ตอนนี้ เพื่อนๆหรือดารา |

7.คุณปรับเปลี่ยนสไตล์การแต่งกายไปตามแฟชั่นใหม่ๆที่คุณได้ติดตามจากสื่อต่างๆทุกครั้งที่คุณทราบข้อมูลหรือเปล่าคะ /ขอทราบเหตุผลที่ปรับเปลี่ยนด้วยค่ะ, ขอทราบเหตุผลที่ไม่ปรับเปลี่ยนด้วยค่ะ

|                                                                                                              |                                                                                               |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.ไม่ทุกครั้ง/ไปเดินดูตามแหล่งแฟชั่น บางทีก็ถามเพื่อนหรือถ้าเพื่อนซื้ออะไรมาเอามาให้ดูว่าตอนนี้เขาฮิตอะไรกัน | 1.ไม่/เพราะบางอย่างก็ไม่ชอบ ส่วนใหญ่เดินดูถ้าชอบก็จะซื้อใส่ เพื่อให้เข้ากับตัวมากกว่า         |
| 2.ไม่ /ส่วนใหญ่จะเน้นเดินดูตามร้าน เพื่อให้เห็นสินค้าจริงมากกว่า                                             | 2.ใช่/บางทีดูหนัง ละคร เห็นในโฆษณาบ้างก็น่าสนใจเพราะใส่แบบเดิมบ่อยแล้วอยากลองเปลี่ยนอะไรใหม่ๆ |

|                                                                                                               |                                                  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| 3. ไม่ทุกครั้ง/จะปรับก็ต่อเมื่อของเดิมเก่าหรือพังแล้วแต่ถ้าเป็นเครื่องสำอางจะปรับเพราะสินค้านั้นมีคนรีวิวเยอะ | 3. ไม่/บางทีสิ่งที่กำลังนิยมอยู่ไม่เข้ากับตัวเรา |
| 4. ไม่/เชื่อเพื่อนมากกว่า แต่จะปรับต่อเมื่อเพื่อนแนะนำมากกว่า                                                 | 4. ไม่/ไม่ได้เหมาะสมกับเราทุกอย่าง               |
| 5. ไม่/มีความชอบเป็นของตัวเอง                                                                                 | 5. ใช่/อยากลองเปลี่ยนสไตล์                       |
| 6. ไม่/รู้สึกไม่เข้ากับตัวเอง                                                                                 | 6. ใช่/ให้ตามทันยุคตามสมัยแฟชั่นอยู่ตลอดเวลา     |
| 7. ไม่/ไม่ใช่สิ่งที่ชอบ                                                                                       | 7. ไม่ทุกครั้ง/ตามสไตล์ที่เราชอบมากกว่า          |
| 8. ไม่ทุกครั้ง/แต่ถ้ามีสิ่งที่น่าสนใจจริงๆ อย่างเครื่องสำอางออกใหม่ก็อยากลอง                                  | 8. ไม่/แต่เปลี่ยนตามความชอบในแต่ละวัยเองมากกว่า  |

8. คุณมีบุคคลต้นแบบหรือ Idol ที่ชื่นชอบบ้างไหมคะ/คุณเคยใช้บุคคลเหล่านั้นเป็นต้นแบบในการแต่งกายหรือไม่คะ/ขอทราบเหตุผลที่ Idol คนนั้นทำให้คุณเกิดแรงบันดาลใจจะทำตามน้อยค่ะ/มีคนอื่นอีกไหมคะ เหตุผลที่ทำตามคืออะไรคะ/คุณติดตามบุคคลดังกล่าวจากช่องทางใดหรือจากสื่อใดคะ?

|                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                               |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. ชมพู อาราย กับ Pearypie/เคย/แต่งแล้วสวย เวลาที่เห็นชมพูจะรู้สึกเหมือนเขาเอาอะไรใหม่มาให้เห็นตลอด/ไม่มี/IG Facebook                                                   | 1. ชมพู อาราย/เคย/เพราะเขาเป็นแฟชั่นนิสต้า การแต่งตัวก็ฟรุ้งฟริ้ง เครื่องประดับที่เขาใส่ก็สวยดูหรูหรา/ศิริรिता เพราะเขาสวย/IG ละครใน TV โฆษณา |
| 2. กีบซี/เคย/รู้สึกว่าเขาไม่ต้องแต่งเยอะก็ Sexy แล้วก็ดูดี/ไม่มี/IG ละครเพื่อนรักเพื่อนร้าย                                                                             | 2. เต๋ย ,เต๋ว, ออม สุชา/เคย/เพราะเป็นสาวตัวเล็กเหมือนกัน หุ่นก็คล้ายๆกัน เขาแต่งตัวน่ารัก/IG                                                  |
| 3. Pony/เคย/เขาสามารถแต่งหน้าแล้วเปลี่ยนเป็นคนอื่นได้ อยากแต่งหน้าแบบเขา/ YouTube IG                                                                                    | 3. Jenn clothesencounters/ไม่เคย/แต่งตัวเก่ง/ YouTube IG                                                                                      |
| 4. Kendall Jenner ,Cara Delevigne/เคย/เขาแต่งแล้วดูหรูหรา/โมเม สามารถทำตามได้กับตัวเอง/YouTube                                                                          | 4. Pearypie กับ ดิชา The Face/ไม่/ชอบสไตล์การแต่งตัว/IG                                                                                       |
| 5. Uee/เคย/จากการดูซีรีส์เกาหลี เรื่อง F4 เพราะว่าเขาสวยโคตรเด่น ไปที่ไหนก็มีแต่คนมอง ดึงดูดผู้ชาย/พิมฐา น่ารัก ดูใสๆ ถ้าไปเรียนจะแต่งแบบพิมฐา ไปเที่ยวจะแต่งแบบ Uee/IG | 5. เป๊ย ปานวาด/เคย/รู้สึกว่าเขาแต่งตัวสวยดูดีมีสไตล์/Facebook                                                                                 |

|                                                                                                                                           |                                                                                                                                           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 6.Song Hye Kyo/เคย/ดูDescendantsOfTheSunc<br>แล้วชอบใบหน้านางเอกที่ดูสวยเป็นธรรมชาติ<br>ทำให้ไปซื้อลิปสติกแบบนางเอกมาใช้/ซีรีย์<br>เกาหลี | 6.Song Hye Kyo/เคย/ดูDescendantsOfTheSunc<br>แล้วชอบใบหน้านางเอกที่ดูสวยเป็นธรรมชาติ<br>ทำให้ไปซื้อลิปสติกแบบนางเอกมาใช้/ซีรีย์<br>เกาหลี |
| 7.CL 2NE1/ไม่เคย/พลอย เฉลิมมาลัย โคอี /IG                                                                                                 | 7.Mark Got7/เคย/เขาดูดี อยากดูดีเหมือน<br>เขา/Facebook IG                                                                                 |
| 8. Hong Young Gi/ไม่เคย/IG YouTube                                                                                                        | 8.พลอย เฉลิมมาลัย /ไม่/เพราะเขาแต่งแพง<br>เกินไป/IG                                                                                       |

9.คุณคิดว่าตนเองเป็นคนที่มีลักษณะนิสัยและบุคลิกเป็นอย่างไรคะ/คุณคิดว่าปัจจุบันคุณได้แต่งกายเพื่อให้เข้ากับตัวตนจริงๆของคุณเองแล้วหรือเปล่านั้น/ถ้าไม่ใช่แล้วการแต่งกายในแบบที่เป็นตัวตนของคุณจริงๆเป็นอย่างไรคะ/คุณคิดว่าจะไปเสาะหาข้อมูลการแต่งกายในแบบตัวตนจริงๆของคุณได้จากสื่อใดคะ

|                                                                                                                                                                     |                                                                            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| 1.นิสัยลุๆ ง่ายๆสบายๆ /ใช่ /IG ตามเพื่อน                                                                                                                            | 1.เป็นคนพูดตรงๆแต่ก็ตลกในบางเวลา/ใช่/ไม่มี<br>เพราะเป็นสิ่งที่ตัวเองชอบ    |
| 2.ถ้ามองภายนอกก็อาจจะดูหยัง แต่ถ้าได้รู้จักก็จะ<br>ดูว่าไม่ได้เป็นคนหยัง/ใช่/ชอบใส่เสื้อเปิดไหล่<br>กางเกงขาสั้น/Pantip google ค้นหา คาร่าที่มีหุ่น<br>คล้ายๆตัวเรา | 2.นิสัยจะเป็นคนกันเอง ร่าเริงยิ้มง่าย/<br>ใช่/Facebook                     |
| 3.เป็นคนตลก พูดเก่ง อธิบายดี/ใช่/Pantip<br>review                                                                                                                   | 3.เป็นคนที่มีความมั่นใจในตัวเองสูง/ใช่/ใน<br>บล็อกรต่างๆแล้วนำมาMix &Match |
| 4.เป็นคนเฮฮาสนุกสนาน แต่ถ้าไม่รู้จักรักก็จะเงียบ<br>ไม่ค่อยมั่นใจในตัวเอง/ไม่/อยากใส่ชุดเดรสให้<br>เข้ากับตัวเอง/IGของO&B Mango Style Q,<br>ZARA                    | 4.นิสัยจะขี้อาย พูดไม่ค่อยเก่ง/ ไม่ /Sexy /<br>Facebook                    |
| 5.มีความมั่นใจในตัวเองสูง ชอบเดินเซดๆ/ใช่/<br>เดินดูตามร้านขายเสื้อผ้าที่ห้างสรรพสินค้าและ<br>ตลาดนัดแฟชั่น                                                         | 5.มีนิสัยเรียบร้อย เงียบๆไม่ค่อยพูด/ ใช่<br>/Facebook                      |
| 6.เป็นคนชอบพูดตรงๆ ชอบทำตัวร่าเริง<br>ตลอดเวลาเพราะไม่อยากเครียด/ใช่/เดินดูตาม<br>ห้างสรรพสินค้า                                                                    | 6.นิสัยขี้อายไม่ค่อยพูด นิ่งๆ /ใช่/Facebook                                |

|                                                                               |                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| 7.นิสัยอื่นๆ เจ็บๆ หน้าตาดูหึงห้อยๆ/ไม่/แนว<br>อินดี้ เซอร์ๆ/IG พลอยเผลอมาลย์ | 7.นิสัยร่าเริง เฮฮาสนุกสนาน/ใช่/นิตยสาร Look<br>Book              |
| 8.นิสัยชอบพูดตรงๆ/ใช่/ดูในIG แล้วนำมา<br>Mix & Match                          | 8.นิสัยลุๆง่ายๆสบายๆไม่ใช่สาวหวาน/ใช่/<br>นิตยสาร Look Book Jiban |

10.คุณคิดว่าการดูแลเรื่องการแต่งกายมีความสำคัญอย่างไรกับตัวคุณบ้างคะ/คุณให้ความสำคัญกับ  
ภาพลักษณ์เรื่องการแต่งกายของตัวเองมากน้อยแค่ไหนคะ จากคะแนนเต็ม5 คะแนน คุณจะให้  
คะแนนสักเท่าไรคะ?

|                                                                                                                |                                                                                                                 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.เวลาที่เรานอกจากบ้าน เราจะต้องคิดล่ะว่าวันนี้<br>ออกไปเจอใคร ที่ไหน เราควรแต่งตัวแบบ<br>ไหนเพื่อให้เหมาะสม/3 | 1.ทำให้บุคลิกภาพของเราดีขึ้น/4                                                                                  |
| 2.ทำให้ภาพลักษณ์เราสะอาดดูดี/5                                                                                 | 2.เป็นสิ่งที่คนอื่นจะมองเห็นเราเพราะฉะนั้น<br>เราต้องดูแลตัวเอง/4                                               |
| 3.เป็นฉากแรกๆที่คนอื่นจะเห็นเราและส่งเสริม<br>บุคลิกภาพตัวเราด้วย                                              | 3.เป็นภาพลักษณ์ในตัวเราและเป็นภาพแรกๆที่คน<br>จะมองเห็นเรา/4                                                    |
| 4.คิดว่าไม่สำคัญ/2                                                                                             | 4.เป็นสิ่งที่สำคัญมากเพราะเป็นการแสดงออกถึง<br>ภาพลักษณ์ในตัวเรา                                                |
| 5.เพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพที่ดีให้กับตัวเรา/5                                                                  | 5.ทำให้คนภายนอกมองเราในทางด้านบวก<br>ส่งเสริมภาพลักษณ์ของตัวเราให้ดูดีขึ้น/3                                    |
| 6.เป็นภาพแรกๆที่คนอื่นจะเห็นเรา ทำให้<br>แสดงออกถึงความเป็นตัวเอง/4                                            | 6.ส่งเสริมให้บุคลิกภาพเราดีขึ้น/5                                                                               |
| 7.เสริมให้บุคลิกภาพเราดีขึ้น/3.5                                                                               | 7.สามารถแสดงออกถึงตัวตนของเราได้จากการ<br>แต่งตัว/4                                                             |
| 8.ทำให้เสริมบุคลิกภาพตัวเองดูดี เข้ากับ<br>กาลเทศะ/3                                                           | 8.สิ่งภายนอกที่คนอื่นจะมองเห็นเราเป็นอันดับแรก<br>ไม่ว่าเราจะบังเอิญเจอใครก็ตามเราก็คงมีความ<br>มั่นใจอยู่ /3.5 |

11.อะไรคือปัจจัยสำคัญและสถานการณ์ใดที่จะทำให้คุณคิดว่าต้องเกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการแต่งกายเพื่อภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น

|                                                                                                                                                         |                                                                                                                  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.การแต่งกายเดิมอาจจะดูล้าสมัยไปแล้วทำให้เราต้องเปลี่ยนรูปแบบการแต่งตัวเพื่อให้เข้ากับยุคสมัย ถ้าเพื่อนแต่งตัวดูทันสมัยกว่าอาจทำให้เรารู้สึกแตกต่าง     | 1.เพื่อภาพลักษณ์ที่ดีในการประกอบอาชีพ ณ ปัจจุบัน เสริมบุคลิกภาพ สร้างความน่าเชื่อถือให้ เป็นกันเองกับผู้ที่พบเจอ |
| 2.เวลาที่ออกไปเดินตามห้างสรรพสินค้าหรือตลาดนัดแฟชั่นแล้วเรารู้สึกว่าแต่งตัวไปจืดจางแล้ว แต่เจอคนแต่งเยอะกว่าสวยกว่าทำให้รู้สึกว่าต้องเปลี่ยนแปลงมากขึ้น | 2.กระแสสังคมจากเพื่อน คนรอบข้างที่ปรับเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว                                                      |
| 3.เวลาที่เราแต่งตัวด้วยความมั่นใจแล้วเจอคนอื่นวิจารณ์เรา                                                                                                | 3.เวลาที่ไปสมัครงาน เพื่อให้มีความน่าเชื่อถือต่อ HR                                                              |
| 4.ที่ทำงานได้รับสถานะใหม่หรือหน้าที่การงานก้าวหน้าขึ้น                                                                                                  | 4.โดนวิจารณ์การแต่งตัวในด้านลบหรือการแต่งตัวให้เข้ากับกาลเทศะ                                                    |
| 5.เพื่อให้ตัวเองดูดีขึ้นและเป็นจุดสนใจกับเพศตรงข้าม                                                                                                     | 5.การแต่งหน้าให้เข้ากับโครงหน้าของเรา เพื่อให้มีใบหน้าที่สวยงาม                                                  |
| 6.เมื่อเวลาออกไปเจอกับผู้ใหญ่                                                                                                                           | 6.ตอนที่รู้สึกว่าย่ำแย่ ทำให้ต้องหาวิธีลดความอ้วน                                                                |
| 7.เมื่อได้รับคำวิจารณ์จากคนอื่น                                                                                                                         | 7.ไปงานเลี้ยงหรือเวลาออกงานที่เป็นทางการ                                                                         |
| 8.การแข่งขันสังคมหรือไปฝึกงาน                                                                                                                           | 8.การไปพบเจอคนใหม่ คนที่สำคัญๆหรือไปงานที่สำคัญก็ต้องคิดว่าควรแต่งอย่างไรให้เหมาะสม                              |

12.คุณคาดหวังสิ่งใดบ้างจาก Social Mediaต่างๆเพื่อใช้ในการปรับเปลี่ยนการแต่งกายเพื่อสร้างภาพลักษณ์ในแต่ละโอกาส/คุณเคยได้รับสิ่งที่คาดหวังนั้นจาก Social Media ช่องทางใดบ้างหรือไม่

|                                                                                                                       |                                                                      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| 1.การสอนแต่งตัวแบบMix&Matchปัจจุบันมีการ Reviewที่ทำให้เห็นภาพมากกว่าแต่ก่อนทำให้รู้สึกว่าง่ายและสะดวกกว่าแต่ก่อน/เคย | 1.แนวทางการแต่งกายเพื่อให้เข้ากับเรา การแต่งกายเหมาะสมกับกาลเทศะ/เคย |
| 2.การupdate Trends Reviewของใหม่/เคย                                                                                  | 2.การแต่งตัวstyleใหม่ๆที่ยังไม่ค่อยเป็นที่นิยมในคนหมู่มาก/เคย        |

|                                                                                                           |                                                                                               |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3.การแต่งตัวของIdolคนดังที่มีนักวิจารณ์มาให้คะแนนการแต่งตัว/ยังไม่เคย                                     | 3.การแต่งตัวให้เหมาะกับการสมัครงาน/เคย                                                        |
| 4.ในช่วงโอกาสพิเศษ เช่นไปสัมภาษณ์งาน ไปงานเลี้ยง ไปเดท เพื่อแต่งตัวให้เหมาะและทำให้ภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น/เคย | 4.การใส่เสื้อผ้าให้เหมาะสมเข้ากับหุ่นของเรา/เคย                                               |
| 5.สิ่งที่เราอยากรู้หรืออยากได้จากการReview/เคย                                                            | 5.เวลาที่จะต้องหาชุดไปงานเลี้ยงเพื่อให้เข้ากับธีมงาน /เคย                                     |
| 6.update Trendsการแต่งตัวในยุคปัจจุบัน เพื่อนำมาแต่งให้เข้ากับตัวเรา/เคย                                  | 6.การเลือกเสื้อผ้าให้เข้ากับหุ่นหรือรูปร่างของเราที่ทำให้ดูดี/เคย                             |
| 7.ทรงผมที่เข้ากับหน้าเรา/เคย                                                                              | 7.สไตล์การแต่งตัวในแบบที่เราชอบ/เคย                                                           |
| 8.เวลาที่จะต้องไปออกงานเลี้ยงทำให้ต้องหาข้อมูลเกี่ยวกับชุดออกงาน/เคย                                      | 8.การหาแรงบันดาลใจในการแต่งตัวเวลาที่ไปออกงานสำคัญหรือหาแหล่งแฟชั่นเพื่อลดเวลาในการเดินดู/เคย |



TNI

NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล

นางสาวอัญมณี รังสิจักรชัย

วัน เดือน ปีเกิด

15 มีนาคม 2537

ประวัติการศึกษา

ระดับประถมศึกษา

ประถมศึกษาตอนปลาย พ.ศ. 2549

โรงเรียนโกศลวิทยา

ระดับมัธยมศึกษา

มัธยมศึกษาตอนปลาย พ.ศ. 2555

โรงเรียนพระหฤทัยคอมเวนต์

ระดับอุดมศึกษา

คณะบริหารธุรกิจ สาขาบริหารธุรกิจญี่ปุ่น พ.ศ. 2559

สถาบันเทคโนโลยีไทย – ญี่ปุ่น

ประวัติการฝึกอบรม

1. Project Management ณ สถาบันเทคโนโลยีไทย – ญี่ปุ่น

2. หลักการ MONOZUKURI ณ สถาบันเทคโนโลยีไทย – ญี่ปุ่น

ประวัติการทำงาน

1. พนักงานรายชั่วโมง ห้องสมุดมารวย

TNI

THAI - NICHI INSTITUTE OF TECHNOLOGY