

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการจัดกิจกรรมพิเศษของตราสินค้าโดฟ (DOVE)” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้เข้าร่วมกิจกรรมของตราสินค้าโดฟ (DOVE) การเปิดรับการจัดกิจกรรมพิเศษของตราสินค้าโดฟ (DOVE) ของผู้เข้าร่วมกิจกรรม ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมกิจกรรมพิเศษของตราสินค้าโดฟ (DOVE) และศึกษาถึงอิทธิพลของการเข้าร่วมกิจกรรมพิเศษของตราสินค้าโดฟ (DOVE) ต่อการตัดสินใจซื้อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งกลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนเพศหญิง อายุระหว่าง 18-35 ปี ที่เข้าร่วมกิจกรรมของตราสินค้าโดฟ ระหว่างวันที่ 1 มีนาคม พ.ศ. 2550 ถึงวันที่ 5 เมษายน พ.ศ. 2550 ณ ห้างสรรพสินค้าบิ๊กซี สาขาสำโรง จำนวนทั้งสิ้น 200 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้คำตอบด้วยตนเอง (Self – Administered Questionnaire) ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา โดยใช้สถิติแจกแจงค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย เพื่ออธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ ลักษณะพฤติกรรมการเปิดรับต่อการจัดกิจกรรมพิเศษของตราสินค้าโดฟ (DOVE) ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการจัดกิจกรรมพิเศษของตราสินค้าโดฟ (DOVE) และอิทธิพลของกิจกรรมพิเศษของตราสินค้าโดฟ (DOVE) ที่มีต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 18-25 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีรายได้ 10,000 บาทหรือต่ำกว่า ซึ่งผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมที่ใช้อยู่ปัจจุบันของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คือ โดฟ จากการศึกษาพฤติกรรม的开รับของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับทราบจากการเดินทาง ซึ่งมีความใกล้เคียงกับการได้ยินเสียงประกาศของพนักงาน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสาเหตุในการเข้าร่วมกิจกรรมครั้งนี้ เนื่องจาก พนักงานประจำบู๊ธชักชวน ในด้านความคิดเห็นในด้านของความเหมาะสมของกิจกรรมที่จัดขึ้น ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซึ่งมีจำนวนเห็นว่าการจัดกิจกรรมครั้งนี้มีความเหมาะสม มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมเพียง 4 คน คิดเป็นที่เห็นว่าการจัดกิจกรรมครั้งนี้ไม่เหมาะสม เนื่องจากเห็นว่าพนักงานตามตื้อมากเกินไป กิจกรรมที่ผู้เข้าร่วมชื่นชอบมากที่สุด ได้แก่ การให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของพนักงานประจำบู๊ธ มีจำนวนที่มีความใกล้เคียงกับการเล่นเกมสแลกของรางวัล ความคิดเห็นที่มีต่อการจัดกิจกรรมพิเศษของตราสินค้าโดฟ (DOVE) ในด้านต่าง ๆ ซึ่งในนี้มี จำนวนทั้งหมด 12 ด้าน จากการศึกษา พบว่า ภาพรวมค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการจัดกิจกรรมพิเศษของตราสินค้าโดฟ (DOVE) กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยต่อ

ด้านต่าง ๆ ของกิจกรรมพิเศษที่จัดขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 โดยข้อความที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยอย่างยิ่ง ได้แก่ การจัดกิจกรรมครั้งนี้มีความน่าสนใจ และการจัดกิจกรรมพิเศษครั้งนี้สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคต่อสินค้าได้ ต่อมาข้อความที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วย ได้แก่ การจัดกิจกรรมครั้งนี้สามารถส่งเสริมภาพลักษณ์ความเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านเส้นผมของตราสินค้าโดฟ พนักงานประจำร้านสามารถชักชวนให้เข้าร่วมกิจกรรม พนักงานประจำร้านสนใจและเอาใจใส่ลูกค้า ต้องการให้จัด กิจกรรมอย่างสม่ำเสมอ ทำให้ทราบและเข้าใจถึงคุณสมบัติของสินค้ามากยิ่งขึ้น ทำให้สินค้ามีความน่าเชื่อถือและมีคุณภาพ การจัดกิจกรรมครั้งนี้สามารถทำให้ท่านจดจำตราสินค้าโดฟได้ บริเวณที่จัดกิจกรรมสามารถสังเกตเห็นได้ง่าย ระยะเวลาในการจัดกิจกรรมมีความเหมาะสม และสุดท้าย คือ ขนาดของพื้นที่ในการจัดกิจกรรมมีความเหมาะสม และส่วนสุดท้าย อิทธิพลของการจัดกิจกรรมพิเศษที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าการจัดกิจกรรมพิเศษมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างจำนวนถึง 192 คน คิดเป็นร้อยละ 96.0 เห็นว่าการจัดกิจกรรมพิเศษมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ และกิจกรรมที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด คือ โปรโมชั่นของแถม

ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Correlation Coefficient) พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างกิจกรรมพิเศษที่จัดขึ้นกับการตัดสินใจในการซื้อสินค้าของกลุ่มตัวอย่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการเข้าร่วมกิจกรรมพิเศษที่จัดขึ้นมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และมีขนาดของความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง (Pearson Correlation เท่ากับ .206)