

หาข้อมูล

อยากซื้อ



98.4 %

เปรียบเทียบราคาก่อนซื้อ

- 49.7% เปรียบเทียบทุกครั้ง
- 48.7% เปรียบเทียบบางครั้ง
- 1.6% ไม่เคยเปรียบเทียบ

88.9 %

ไม่ใช่เงินสดซื้อสินค้า

- 72.8% ใช้ e-banking
- 12.1% เงินสด
- 10.0% ใช้บัตรเดบิต
- 5.0% ใช้บัตรเครดิต
- 0.1% ใช้ e-wallet

เก็บข้อมูลแบบออนไลน์กับนักศึกษาปริญญาตรีทั่วประเทศ วันที่ 16 พฤศจิกายน - 23 ธันวาคม 2565 จำนวน 1,205 คน



ติดตามผลสำรวจของ AU POLL ได้ที่
www.iras.au.edu
 facebook : IRAS, Assumption University of Thailand



ข้อมูลจากผู้ใช้งานจริง คือจรรยาของ GEN Z

พฤติกรรมติดตามสินค้า/บริการของชาว Gen Z พบว่า เกินครึ่งหรือ 59.5% ติดตามสินค้าผ่านการรีวิวของคนที่ใช้จริง รองลงมาคือ 44.3% ติดตามจากเว็บไซต์ของแบรนด์สินค้าต่างๆ และ 40.2% ติดตามผ่านทาง Youtube ในขณะที่เกิน 1 ใน 3 หรือ 35.7 % ที่ติดตามสินค้าผ่านเว็บมาร์เก็ตเพลสต่างๆ เช่น Shopee, Lazada

ทั้งนี้ช่องทางที่ทำให้ GEN Z อยากซื้อสินค้า/บริการมากที่สุดคือสินค้าที่เห็นผ่าน Instagram (49.9%) รองลงมาคือ การรีวิวจากผู้ใช้งานจริง (46.7%) และ เห็นผ่านทาง Youtube (40.3%) ตามลำดับ

98.4% เปรียบเทียบราคาก่อนซื้อ

การซื้อสินค้า/บริการของ GEN Z เกือบทั้งหมด 98.4% จะเปรียบเทียบราคาก่อนซื้อสินค้า โดย 49.7% เปรียบเทียบทุกครั้ง ในขณะที่ 48.7% เปรียบเทียบเป็นบางครั้ง มีเพียง 1.6% ที่ไม่เคยเปรียบเทียบราคาก่อนซื้อเลย

เกือบ 90% ไม่ใช้เงินสดซื้อของ

ช่องทางในการชำระเงินเพื่อซื้อสินค้าและบริการของ GEN Z พบว่า 88.9% ไม่ได้ใช้เงินสดในการใช้จ่ายใช้สอย โดยส่วนใหญ่ 72.8% จะชำระผ่าน e-banking ที่เหลือ 15.1% ชำระผ่านบัตรเครดิต บัตรเครดิต หรือ e-wallet แทน ในขณะที่มีเพียง 12.1% ที่ยังคงใช้เงินสดในการซื้อสินค้า/บริการ

จากการที่ประเทศไทยได้เข้าสู่สังคมไร้เงินสด ประกอบกับ GEN Z ที่เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยี จึงทำให้พฤติกรรมการใช้จ่ายใช้สอยของคนกลุ่มนี้นิยมชำระค่าสินค้าและบริการผ่าน Mobile banking มากขึ้น และสิ่งที่เห็นชัดเจนคือส่วนใหญ่จะติดตามดูสินค้าต่างๆ จาก 3 ช่องทางหลัก ได้แก่ การรีวิวจากผู้ใช้งานจริง เว็บไซต์ของแบรนด์สินค้าต่างๆ และ Youtube ในขณะที่สินค้าที่เห็นใน Instagram เป็นช่องทางที่ทำให้อยากซื้อตามมากที่สุด รองลงมาคือซื้อตามการรีวิวจากผู้ใช้งานจริง และ Youtube ตามลำดับ แต่ที่น่าสังเกตคือกลุ่ม GEN Z จะค่อนข้างระมัดระวังในการซื้อสินค้า/บริการ มีการเปรียบเทียบราคาก่อนซื้อแทบทุกครั้ง และศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าจากเว็บไซต์ของแบรนด์ต่างๆ ในสัดส่วนที่สูงแต่ไม่ได้อยากซื้อสินค้าจากเว็บไซต์ดังกล่าวมากนัก เข้าไปดูเพียงเพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้าเท่านั้น แต่เวลาจะซื้อจริงส่วนใหญ่จะซื้อตามสินค้าที่อยู่ใน Instagram ซื้อตามรีวิวจากผู้ใช้งานจริง และจาก Youtube เป็นหลัก ซึ่งปัจจัยสำคัญที่ GEN Z พิจารณาในการซื้อสินค้า/บริการยังคงเป็นเรื่อง ราคาที่เหมาะสม คุณภาพของสินค้า และส่วนลดและโปรโมชั่นต่างๆ