

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการวิจัย เรื่อง แนวทางในการสร้างตราสินค้าและการสื่อสารแบบสมบูรณ์ของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแป้งพัฟสำหรับผู้บริโภคในเขตจังหวัดชลบุรี โดยเก็บข้อมูลจากผู้มีกำลังในการใช้จ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตจังหวัดชลบุรี จำนวน 385 คน โดยผู้วิจัยเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

N	แทน	จำนวนประชากร
n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
μ	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ยของประชากร
σ	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากร
$\bar{X}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
ρ	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
*	แทน	ค่าแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05
**	แทน	ค่าแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง แป้งพัฟ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ความมีชื่อเสียงของตราสินค้าผลิตภัณฑ์ ราคาการจัดจำหน่าย และลักษณะอื่น ๆ ของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแป้งพัฟ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแป้งพัฟ ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการขายโดยใช้พนักงานขาย ของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแป้งพัฟ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแป้งพัฟ ของผู้มีกำลังในการใช้จ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตจังหวัดชลบุรี

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์สมมติฐานข้อที่ 1 โดยการวิเคราะห์เปรียบเทียบการรับรู้ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแป้งพัฟ ของผู้มีกำลังในการใช้จ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไป จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพทางครอบครัว

ตอนที่ 6 การวิเคราะห์สมมติฐานข้อที่ 2 โดยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ ราคาและการจัดจำหน่าย กับการรับรู้ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ เครื่องสำอางแป้งพฟ ของผู้มีกำลังในการใช้จ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตจังหวัดชลบุรี

ตอนที่ 7 การวิเคราะห์สมมติฐานข้อที่ 3 โดย การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์สำอางแป้งพฟกับการรับรู้ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแป้งพฟ ของผู้มีกำลังในการใช้จ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตจังหวัดชลบุรี

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 จำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป		จำนวน	ร้อยละ
อายุ			
	ต่ำกว่า 21 ปี	49	12.8
	21-30 ปี	96	24.9
	31-40 ปี	96	24.9
	41-50 ปี	96	24.9
	51 ปีขึ้นไป	48	12.5
ระดับการศึกษา			
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	160	41.6
	ปริญญาตรี	196	50.9
	สูงกว่าปริญญาตรี	29	7.5
รายได้ประจำต่อเดือน			
	ต่ำกว่า/ เท่ากับ 10,000 บาท	135	35.1
	10,001-15,000 บาท	73	19.0
	15,001-20,000 บาท	44	11.4

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
รายได้ประจำต่อเดือน		
20,001-25,000 บาท	49	12.7
25,001 บาทขึ้นไป	84	21.8
สถานภาพสมรส		
โสด	161	41.8
สมรส/ อยู่ด้วยกัน	216	56.1
หม้าย/ หย่าร้าง/ แยกกันอยู่	8	2.1
รวม	385	100.0

จากตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-50 ปี ร้อยละ 24.9 รองลงมา อายุต่ำกว่า 21 ปี และ 51 ปี ขึ้นไป ร้อยละ 12.8 และ 12.5 ตามลำดับ ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 50.9 รองลงมาต่ำกว่าปริญญาตรี และ สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 41.6 และ 7.5 ตามลำดับ ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนร้อยละ 48.1 รองลงมา คือรับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 24.7 ประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 10.1 ตามลำดับ และมีรายได้ประจำต่อเดือนต่ำกว่า/ เท่ากับ 10,000 บาท ร้อยละ 35.1 รองลงมาคือ 25,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 21.8 และมีสถานภาพสมรส/ อยู่ด้วยกัน ร้อยละ 56.1 รองลงมาคือ โสด ร้อยละ 41.8

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยด้านคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง แป้งพัฟ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ความมีชื่อเสียงของตราสินค้าผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และลักษณะอื่นๆ ของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแป้งพัฟ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการบริโภค
ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง แป้งพฟ ของผู้มีกำลังในการใช้จ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ
18 ปีขึ้นไปในเขตจังหวัดชลบุรี ในภาพรวม

ปัจจัยด้านคุณสมบัติผลิตภัณฑ์	$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. ด้านผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแป้งพฟ	3.89	.658	มาก	3
2. ด้านบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแป้งพฟ	3.99	.619	มาก	1
3. ด้านความมีชื่อเสียงของตราสินค้าผลิตภัณฑ์ เครื่องสำอางแป้งพฟ	3.97	.567	มาก	2
4. ด้านลักษณะอื่น ๆ ของผลิตภัณฑ์สำอาง แป้งพฟ	3.71	.581	มาก	5
5. ด้านราคา	3.60	.735	มาก	6
6. ด้านการจัดจำหน่าย	3.74	.681	มาก	4
รวม	3.81	.481	มาก	

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้มีกำลังในการใช้จ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปใน
เขตจังหวัดชลบุรีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการบริโภค
ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง แป้งพฟ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์
เครื่องสำอางแป้งพฟ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 รองลงมาคือด้านความมีชื่อเสียงของตราสินค้า
ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแป้งพฟ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ด้านผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแป้งพฟ มีค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 3.89 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง แป้งพฟ ของผู้มีกำลังในการใช้จ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตจังหวัดชลบุรี ด้านผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแป้งพฟ

ด้านผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแป้งพฟ	$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. คุณภาพในการดูแลรักษาผิวพรรณ	3.94	.708	มาก	1
2. ความมีมาตรฐานของผลิตภัณฑ์	3.91	.741	มาก	2
3. ผลที่ได้จากการใช้ผลิตภัณฑ์	3.84	.737	มาก	3
รวม	3.89	.658	มาก	

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้มีกำลังในการใช้จ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตจังหวัดชลบุรีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง แป้งพฟ ด้านผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแป้งพฟอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ คุณภาพในการดูแลรักษาผิวพรรณ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ผลที่ได้จากการ ใช้ผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง แป้งพฟ ของผู้มีกำลังในการใช้จ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตจังหวัดชลบุรี ด้านบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแป้งพฟ

ด้านบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง แป้งพฟ	$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. รูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์	3.93	.725	มาก	2
2. ความสะดวกในการใช้งาน	4.13	.703	มาก	1
3. ขนาดของบรรจุภัณฑ์	3.93	.738	มาก	3
รวม	3.99	.619	มาก	

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้มีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปใน
เขตจังหวัดชลบุรีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการบริโภค
ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง แป้งพัพ ด้านบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแป้งพัพอยู่ในระดับมาก มี
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ความสะดวกในการใช้งาน มี
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการบริโภค
ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง แป้งพัพ ของผู้มีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ
18 ปีขึ้นไปในเขตจังหวัดชลบุรี ด้านความมีชื่อเสียงของตราสินค้าผลิตภัณฑ์
เครื่องสำอางแป้งพัพ

ด้านความมีชื่อเสียงของตราสินค้าผลิตภัณฑ์ เครื่องสำอางแป้งพัพ	$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. ชื่อเสียงตราสินค้า	3.95	.656	มาก	2
2. ความน่าเชื่อถือของตราสินค้า	3.99	.722	มาก	1
รวม	3.97	.567	มาก	

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้มีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปใน
เขตจังหวัดชลบุรี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการบริโภค
ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง แป้งพัพ ด้านความมีชื่อเสียงของตราสินค้าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแป้งพัพ
อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ความน่าเชื่อถือของตราสินค้ามี
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ชื่อเสียงตราสินค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง แป้งพฟ ของผู้มีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตจังหวัดชลบุรี ด้านลักษณะอื่น ๆ ของผลิตภัณฑ์สำอางแป้งพฟ

ด้านลักษณะอื่น ๆ ของผลิตภัณฑ์สำอางแป้งพฟ	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์	3.91	.765	มาก	2
2. การพัฒนาสินค้าใหม่	3.76	.794	มาก	3
3. การมีส่วนผสมจากสมุนไพร	3.48	.813	มาก	5
4. กลิ่นของผลิตภัณฑ์	3.49	.768	มาก	4
5. การเรียบเนียนของเนื้อแป้ง	3.92	.838	มาก	1
รวม	3.71	.581	มาก	

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้มีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตจังหวัดชลบุรีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง แป้งพฟ ด้านลักษณะอื่น ๆ ของผลิตภัณฑ์สำอางแป้งพฟ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การเรียบเนียนของเนื้อแป้งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 รองลงมาคือความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาสินค้าใหม่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 และ 3.76 ตามลำดับ และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ การมีส่วนผสมจากสมุนไพรมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง แป้งพฟ ของผู้มีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตจังหวัดชลบุรี ด้านราคา

ด้านราคา	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. คุณค่าตราสินค้าในรูปตัวเงิน	3.59	.789	มาก	2
2. ราคาที่ยุติธรรม	3.61	.868	มาก	1
รวม	3.60	.735	มาก	

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้มีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปใน
เขตจังหวัดชลบุรีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการบริโภค
ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง แป้งพฟ ด้านราคา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ราคาที่ยุติธรรมมีค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 3.61 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ คุณค่าตราสินค้าในรูปตัวเงินมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการบริโภค
ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง แป้งพฟ ของผู้มีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ
18 ปีขึ้นไปในเขตจังหวัดชลบุรี ด้านการจัดจำหน่าย

ด้านการจัดจำหน่าย	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. โครงสร้างของการจัดจำหน่าย ประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม	3.52	.685	มาก	2
2. ความยากง่ายในการหาซื้อ	3.96	.887	มาก	1
รวม	3.7403	.68184	มาก	

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้มีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปใน
เขตจังหวัดชลบุรีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการบริโภค
ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง แป้งพฟ ด้านการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ความยากง่ายในการหาซื้อ
มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ โครงสร้างของช่องทาง ประกอบด้วยสถาบัน
และกิจกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่มี
อิทธิพลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง แป้งพฟ ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์
การส่งเสริมการขาย และการขายโดยใช้พนักงานขาย ของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง
แป้งพฟ

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์สำอางแป้งพัฟ ของผู้มีกำลังในการใช้จ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตจังหวัดชลบุรี ในภาพรวม

ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาด	$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. ด้านการโฆษณา	2.78	.713	ปานกลาง	4
2. ด้านการประชาสัมพันธ์	2.81	.979	ปานกลาง	3
3. ด้านการส่งเสริมการขาย	3.52	.646	มาก	2
4. ด้านการใช้พนักงานขาย	3.94	.521	มาก	1
รวม	3.27	.527	ปานกลาง	

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้มีกำลังในการใช้จ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตจังหวัดชลบุรีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์สำอางแป้งพัฟ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านการใช้พนักงานขายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 รองลงมาคือด้านการส่งเสริมการขายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 ด้านการประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านการโฆษณา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.78

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์สำอางแป้งพฟ ของผู้มีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไป ในเขตจังหวัดชลบุรี ด้านการโฆษณา

ด้านการโฆษณา	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. อินเทอร์เน็ต	2.14	1.049	น้อย	7
2. โทรทัศน์	4.54	.857	มากที่สุด	1
3. วิทยุ	2.29	1.055	น้อย	5
4. หนังสือพิมพ์	2.79	1.019	ปานกลาง	3
5. นิตยสาร/ วารสาร	2.87	1.311	ปานกลาง	2
6. แผ่นพับ/ ใบปลิว	2.24	.980	น้อย	6
7. ป้ายโฆษณา	2.60	.998	น้อย	4
รวม	2.78	.713	ปานกลาง	

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้มีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตจังหวัดชลบุรีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์สำอางแป้งพฟ ด้านการโฆษณาอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.78

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ โทรทัศน์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 รองลงมาคือนิตยสาร/ วารสารมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.87 หนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.87 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ อินเทอร์เน็ตมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.14

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์สำอางแป้งพฟ ของผู้มีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตจังหวัดชลบุรี ด้านการประชาสัมพันธ์

ด้านการประชาสัมพันธ์	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. ข่าวผลิตภัณฑ์	3.05	1.136	ปานกลาง	1
2. ข่าวการบริการ	2.81	.992	ปานกลาง	2
3. ข่าวการขาย	2.57	1.080	น้อย	3
รวม	2.81	.979	ปานกลาง	

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้มีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปใน
เขตจังหวัดชลบุรีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อ
การบริโภคผลิตภัณฑ์สำอางแป้งพัฟ ด้านการประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ
2.81

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ข่าวผลิตภัณฑ์เช่นแนะนำ
ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ จากสื่อโฆษณามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.05 รองลงมาคือข่าวการบริการ เช่น แนะนำ
ศูนย์จำหน่ายใหม่ ๆ การลดราคา ตาม - ตอบปัญหาค้นผิวพรรณจากสื่อโฆษณามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ
2.81 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ข่าวการขาย เช่น ขอดขาย การเปลี่ยนแปลง ราคาจากสื่อ
โฆษณามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.57

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อ
การบริโภคผลิตภัณฑ์สำอางแป้งพัฟ ของผู้มีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง
อายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตจังหวัดชลบุรี ด้านการส่งเสริมการขาย

ด้านการส่งเสริมการขาย	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. ระบบสมาชิกที่ให้ส่วนลดพิเศษแก่สมาชิก	3.57	.771	มาก	3
2. การแจกสินค้าตัวอย่างให้ทดลอง	3.61	.816	มาก	2
3. ของแถม เช่นรายการซื้อหนึ่งได้สอง ฯลฯ	3.43	.744	มาก	5
4. การรับส่วนลด 50 % เมื่อซื้อชิ้นที่ 2	3.53	.797	มาก	4
5. รายการชิงโชค จับรางวัล	3.34	.762	ปานกลาง	6
6. มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ณ สถานที่จำหน่าย เช่น การสาธิตการใช้ผลิตภัณฑ์ การให้ คำแนะนำเกี่ยวกับการดูแลผิวพรรณ	3.69	.795	มาก	1
รวม	3.52	.646	มาก	

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้มีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปใน
เขตจังหวัดชลบุรีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อ
การบริโภคผลิตภัณฑ์สำอางแป้งพัฟ ด้านการส่งเสริมการขายอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ มีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ณ
สถานที่จำหน่าย เช่น การสาธิตการใช้ผลิตภัณฑ์ การให้คำแนะนำเกี่ยวกับการดูแลผิวพรรณมี

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 รองลงมาคือการแจกสินค้าตัวอย่างให้ทดลองมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 ระบบสมาชิกที่ให้ส่วนลดพิเศษแก่สมาชิก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และข้อที่มีค่านี้น้อยที่สุดคือ รายการชิงโชค จักรรางวัลมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์สำอางแป้งพัฟ ของผู้มีกำลังในการใช้จ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตจังหวัดชลบุรี ด้านการใช้พนักงานขาย

ด้านการใช้พนักงานขาย	$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. การแนะนำความรู้และตอบข้อสงสัยจากพนักงานขาย	4.12	.684	มาก	1
2. ความเป็นกันเองจากพนักงานขาย	4.01	.723	มาก	3
3. การแต่งกายของพนักงานขาย	4.04	.585	มาก	2
4. ความรวดเร็วและการรับคำสั่งซื้อจากพนักงานขาย	3.77	.660	มาก	5
5. คำแนะนำเกี่ยวกับสิทธิพิเศษจากพนักงานขาย	3.79	.733	มาก	4
รวม	3.94	.521	มาก	

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้มีกำลังในการใช้จ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตจังหวัดชลบุรีมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์สำอางแป้งพัฟ ด้านการใช้พนักงานขายอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การแนะนำความรู้และตอบข้อสงสัยจากพนักงานขายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 รองลงมาคือการแต่งกายของพนักงานขายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ความเป็นกันเองจากพนักงานขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 และข้อที่มีค่านี้น้อยที่สุดคือ ความรวดเร็วและการรับคำสั่งซื้อจากพนักงานขายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง
แป้งพัฟ ของผู้มีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตจังหวัด
ชลบุรี

ตารางที่ 14 จำนวน ร้อยละ ตราสินค้าเครื่องสำอางแป้งพัฟที่มีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็น
เพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตจังหวัดชลบุรีใช้เป็นประจำ

ตราสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
1. คลินิกส์	28	7.3
2. ลังโคม	19	4.9
3. ซิเซได้	25	6.5
4. Dior	19	4.9
5. Artistry	17	4.4
6. ZA	13	3.4
7. เฟียซ	41	10.6
8. Oriental princess	7	1.8
9. ซีน	36	9.4
10. มิสทีน	70	18.2
11. ยูสคาร์	8	2.1
12. คิวเพลส	51	13.2
13. กิฟฟารีน	38	9.9
14. มินเนอรี	7	1.7
15. เบนเซ่	1	.3
16. พอนด์	1	.3
17. Hena (Korea)	1	.3
18. BSC	1	.3
19. HANAKO	2	.5
รวม	385	100.0

จากตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละการซื้อตราสินค้าเครื่องสำอางแป้งพัฟของผู้มีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตจังหวัดชลบุรี พบว่า ส่วนใหญ่ซื้อตราสินค้าเครื่องสำอางแป้งพัฟยี่ห้อมีสทิน ร้อยละ 18.2 รองลงมาคือ คิวเพลส เพ็ชช และกิฟฟารีน ร้อยละ 13.2 10.6 และ 9.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 จำนวน ร้อยละ ตราสินค้าเครื่องสำอางแป้งพัฟที่มีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตจังหวัดชลบุรีเคยใช้ภายใน 6 เดือนที่ผ่านมา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ตราสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
1. คลินิกส์	34	8.8
2. ลังโคม	39	10.1
3. ซิเซไค้	28	7.3
4. Dior	19	4.9
5. Artistry	22	5.7
6. ZA	18	4.7
7. เพ็ชช	60	15.6
8. Oriental princess	10	2.6
9. ซีน่	48	12.5
10. มีสทิน	98	25.5
11. ยูสคาร์	18	4.7
12. คิวเพลส	68	17.7
13. กิฟฟารีน	50	13.0
14. มินเนอรี	3	0.8
15. เบนเซ่	4	1.0
16. พอนด์	2	0.5
17. Hena (Korea)	1	0.3
18. BSC	8	2.1
19. HANAKO	6	1.6
20. Covermark	5	1.3

จากตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละตราสินค้าเครื่องสำอางแป้งพัฟที่ผู้มีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตจังหวัดชลบุรีเคยใช้ภายใน 6 เดือนที่ผ่านมาพบว่า ส่วนใหญ่ซื้อตราสินค้าเครื่องสำอางแป้งพัฟยี่ห้อมีสทิน ร้อยละ 25.5 รองลงมาคือคิวเพลส เพ็ชช และกิฟฟารีน ร้อยละ 17.7 15.6 และ 13.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 จำนวน ร้อยละ ความถี่ในการเปลี่ยนตราสินค้าของเครื่องสำอางแป้งพัฟ

ความถี่ในการเปลี่ยนตราสินค้าของเครื่องสำอางแป้งพัฟ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้อยกว่า/เท่ากับ 1 เดือน	23	6.0
2. 1-3 เดือน	48	12.5
3. 4-6 เดือน	64	16.6
4. มากกว่า 6 เดือน	250	64.9
รวม	385	100.0

จากตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละความถี่ในการเปลี่ยนตราสินค้าของเครื่องสำอางแป้งพัฟของผู้มีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตจังหวัดชลบุรี พบว่า ส่วนใหญ่มีความถี่ในการเปลี่ยนตราสินค้าของเครื่องสำอางแป้งพัฟมากกว่า 6 เดือน ร้อยละ 61.9 รองลงมาคือ 4-6 เดือน 1-3 เดือน และน้อยกว่า/เท่ากับ 1 เดือน ร้อยละ 16.6 12.5 และ 6.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแป้งพัฟของผู้มีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตจังหวัดชลบุรี

การรับรู้ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแป้งพัฟ	$\bar{x}$	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. แป้งพัฟมีตราสินค้าสามารถบอกถึงรสนิยมและบุคลิกของผู้ใช้	4.10	.819	มาก	2
2. แป้งพัฟมีตราสินค้าสามารถบอกถึง สถานภาพของผู้ใช้ได้	3.94	.865	มาก	3
3. แป้งพัฟมีตราสินค้าน่าเคารพเพราะมีคุณภาพในการผลิตและวัตถุดิบดี	3.69	.794	มาก	7

ตารางที่ 17 (ต่อ)

การรับรู้ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง แป้งพัพ	$\bar{X}$	SD	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
4. แป้งพัพมีตราสินค้ามีลักษณะเฉพาะเป็น เอกลักษณ์ของตนเอง	4.17	.795	มาก	1
5. เลือกซื้อแป้งพัพมีการพิจารณาจากตราสินค้า เป็นสิ่งสำคัญ	3.74	.814	มาก	6
6. จะตัดสินใจซื้อแป้งพัพมีตราสินค้าโดยพิจารณา จากราคาและคุณภาพ	3.85	.793	มาก	4
7. ซื้อแป้งพัพมีตราสินค้าโดยพิจารณาจากตรา สินค้าที่เคยซื้อเป็นสิ่งสำคัญ	3.83	.829	มาก	5
8. เลือกซื้อแป้งพัพมีตราสินค้าภายใน ประเทศมากกว่าตราสินค้าที่นำเข้าจากต่าง ประเทศ	3.35	.717	ปานกลาง	8
9. จะเปลี่ยนไปซื้อแป้งพัพตราสินค้าอื่นหากมี การลดราคา	2.31	.987	น้อย	9
รวม	3.66	.466	มาก	

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้มีกำลังในการใช้จ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปใน
เขตจังหวัดชลบุรีมีการรับรู้ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแป้งพัพ ในภาพรวมอยู่ในระดับ
มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ แป้งพัพมีตราสินค้ามี
ลักษณะเฉพาะเป็นเอกลักษณ์ของตนเองมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 รองลงมาคือ แป้งพัพมีตราสินค้า
สามารถบอกถึงรสนิยม และบุคลิกของผู้ใช้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 แป้งพัพมีตราสินค้าสามารถบอก
ถึง สถานภาพของผู้ใช้ได้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ จะเปลี่ยนไปซื้อ
แป้งพัพตราสินค้าอื่นหากมีการลดราคามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.31

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์เปรียบเทียบการรับรู้ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง
แป้งพัฟ ของผู้มีกำลังในการใช้จ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปจำแนกตาม
อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพทางครอบครัว

ตารางที่ 18 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบการรับรู้ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแป้งพัฟ
ของผู้มีกำลังในการใช้จ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปจำแนกตามอายุ

	อายุ	n	$\bar{X}$	SD	F	Sig.
การรับรู้ตราสินค้า ของผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่า 21 ปี	49	3.72	.531	1.856	.117
	21-30 ปี	96	3.56	.497		
	31-40 ปี	96	3.66	.447		
	41-50 ปี	96	3.73	.416		
	51 ปี ขึ้นไป	48	3.65	.447		
	รวม	385	3.66	.466		

** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้มีกำลังในการใช้จ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปใน
เขตจังหวัดชลบุรี ที่มีอายุแตกต่างกันมีการรับรู้ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแป้งพัฟ
แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 19 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบการรับรู้ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแป้งพัฟ
ของผู้มีกำลังในการใช้จ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปจำแนกตามระดับ
การศึกษา

	ระดับการศึกษา	n	$\bar{X}$	SD	F	Sig.
การรับรู้ตรา สินค้าของ ผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่าปริญญาตรี	160	3.68	.530	8.073*	.000
	ปริญญาตรี	196	3.60	.401		
	สูงกว่าปริญญาตรี	29	3.95	.379		
	รวม	385	3.66	.466		

** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้มีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปใน
เขตจังหวัดชลบุรี ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการรับรู้ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง
แป้งพัพ แยกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบว่า ผู้มีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปในเขต
จังหวัดชลบุรี ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีการรับรู้ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง
แป้งพัพ แยกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ จึงใช้วิธีของ LSD ตรวจสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ซึ่งปรากฏผล
ดังตารางที่ 20

ตารางที่ 20 การเปรียบเทียบการรับรู้ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแป้งพัพ ของผู้มีกำลังใน
การจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตจังหวัดชลบุรี ที่มีระดับ
การศึกษาแตกต่างกัน

ระดับการศึกษา		ค่าต่ำกว่าปริญญาด	ปริญญาด	สูงกว่าปริญญาด
		$\bar{X}$	ตรี	ตรี
การรับรู้ตรา	ต่ำกว่าปริญญาด	3.68	1.00	.0887
สินค้าของ	ปริญญาด	3.60		1.00
ผลิตภัณฑ์	สูงกว่าปริญญาด	3.95		
				1.00

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้มีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปใน
เขตจังหวัดชลบุรี ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาดมีการรับรู้ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่อง
สำอางแป้งพัพมากกว่าผู้มีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตจังหวัด
ชลบุรี ที่มีระดับการศึกษาค่าต่ำกว่าปริญญาดและปริญญาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 21 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบการรับรู้ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแป้งพัฟ
ของผู้มีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ		n	$\bar{X}$	SD	F	Sig.
การรับรู้ตรา	นักเรียน/นักศึกษา	35	3.55	.394	3.275**	.007
สินค้าของ	พนักงานบริษัทเอกชน	185	3.65	.502		
ผลิตภัณฑ์	แม่บ้าน	29	3.50	.455		
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	95	3.68	.379		
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	39	3.82	.488		
	อื่นๆ	2	4.44	.000		
รวม		385	3.66	.466		

** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้มีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปใน
เขตจังหวัดชลบุรี ที่มีอาชีพแตกต่างกันมีการรับรู้ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแป้งพัฟ
แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบว่า ผู้มีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปในเขต
จังหวัดชลบุรี ที่มีอาชีพแตกต่างกันมีการรับรู้ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแป้งพัฟ แตกต่าง
กันเป็นรายคู่ จึงใช้วิธีของ LSD ตรวจสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ซึ่งปรากฏผลดังตารางที่ 22

ตารางที่ 22 การเปรียบเทียบการรับรู้ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแบ่งเพศของผู้กำลังในการใช้จ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิงอายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตจังหวัดชลบุรี ที่มีอาชีพแตกต่างกัน

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	นักเรียน/นักศึกษา	พนักงาน บริษัทเอกชน	แม่บ้าน	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	อื่นๆ
การรับรู้ตรา สินค้าของ ผลิตภัณฑ์ แม่บ้าน	3.55	1.00	.0985	.0460	.1333	.2735*	.8889*
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.65		1.00	.1445	.0348	.1750*	.7904*
แม่บ้าน	3.50			1.00	.1793	.3195*	.9349*
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.68				1.00	.1402	.7556*
ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	3.82					1.00	.6154
อื่นๆ	4.44						1.00

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้มีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปใน
เขตจังหวัดชลบุรี ที่มีอาชีพอื่น ๆ มีการรับรู้ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแป้งพฟมากกว่าผู้มี
กำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตจังหวัดชลบุรี ที่มีอาชีพนักเรียน/
นักศึกษา พนักงานบริษัทเอกชน แม่บ้าน รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
.05 และผู้มีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตจังหวัดชลบุรี ที่มีอาชีพ
ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีการรับรู้ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแป้งพฟมากกว่าผู้มีกำลังใน
การจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตจังหวัดชลบุรี ที่มีอาชีพนักเรียน/ นักศึกษา
พนักงานบริษัทเอกชน แม่บ้าน รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วน
คู่อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 23 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบการรับรู้ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแป้งพฟ
ของผู้มีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปจำแนกตามรายได้
ประจำต่อเดือน

	รายได้ประจำต่อเดือน	n	$\bar{X}$	SD	F	Sig.
การรับรู้ตรา สินค้าของ ผลิตภัณฑ์	ต่ำกว่า/ เท่ากับ 10,000 บาท	135	3.64	.549	9.776*	.000
	10,001-15,000 บาท	73	3.61	.420		
	15,001-20,000 บาท	44	3.58	.276		
	20,001-25,000 บาท	49	3.45	.423		
	25,001 บาทขึ้นไป	84	3.91	.359		
	รวม	385	3.66	.466		

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้มีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปใน
เขตจังหวัดชลบุรี ที่มีรายได้ประจำต่อเดือนแตกต่างกันมีการรับรู้ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์
เครื่องสำอางแป้งพฟแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
เพื่อให้ทราบว่า ผู้มีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปในเขต
จังหวัดชลบุรี ที่มีรายได้ประจำต่อเดือนแตกต่างกันมีการรับรู้ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง
แป้งพฟ แตกต่างกันเป็นรายคู่ จึงใช้วิธีของ LSD ตรวจสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ซึ่งปรากฏผล
ดังตารางที่ 24

ตารางที่ 24 การเปรียบเทียบการรับรู้ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแบ่งเพศของผู้มาตั้งในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตจังหวัดชลบุรี ที่มีรายได้ประจำต่อเดือนแตกต่างกัน

	รายได้ประจำต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า/ เท่ากับ		10,001-15,000		15,001-20,000		20,001-25,000		25,001 บาทขึ้นไป	
			10,000 บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท	บาท		
การรับรู้ตรา	ต่ำกว่า/ เท่ากับ 10,000 บาท	3.64	1.00	.0308	.0528	.1854*	.2702*					
สินค้าของ	10,001-15,000 บาท	3.61		1.00	.0220	.1546	.3010*					
ผลิตภัณฑ์	15,001-20,000 บาท	3.58			1.00	.1326	.3230*					
	20,001-25,000 บาท	3.45				1.00	.4556*					
	25,001 บาทขึ้นไป	3.91					1.00					

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้มีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตจังหวัดชลบุรี ที่มีรายได้ประจำต่อเดือน 25,001 บาทขึ้นไปมีการรับรู้ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแป้งพฟมากกว่าผู้มีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตจังหวัดชลบุรี ที่มีรายได้ประจำต่อเดือน ต่ำกว่า/ เท่ากับ 10,000 บาท ระหว่าง 10,001-15,000 บาท ระหว่าง 15,001-20,000 บาท ระหว่าง 20,001-25,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และผู้มีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตจังหวัดชลบุรี ที่มีรายได้ประจำต่อเดือนระหว่าง 20,001-25,000 บาท มีการรับรู้ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแป้งพฟมากกว่าผู้มีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตจังหวัดชลบุรี ที่มีรายได้ประจำต่อเดือน ต่ำกว่า/ เท่ากับ 10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 25 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบการรับรู้ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแป้งพฟของผู้มีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปจำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส		n	$\bar{X}$	SD	F	Sig.
การรับรู้ตรา	โลโก้	161	3.6853	.47633	1.717	.181
สินค้าของ	สมรส/ อยู่ด้วยกัน	216	3.6600	.45404		
ผลิตภัณฑ์	หม้าย/ หย่าร้าง/ แยกกันอยู่	8	3.3750	.56010		
รวม		385	3.6646	.46650		

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้มีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตจังหวัดชลบุรี ที่มีสถานภาพสมรสแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแป้งพฟ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณสมบัติผลิตภัณฑ์แปงัพกับการรับรู้ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแปงัพของผู้มีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตจังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 26 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณสมบัติผลิตภัณฑ์แปงัพกับการรับรู้ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแปงัพของผู้มีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตจังหวัดชลบุรี

ปัจจัยด้านคุณสมบัติผลิตภัณฑ์	การรับรู้ตราสินค้า
1. ด้านผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแปงัพ	.732**
2. ด้านบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแปงัพ	.715**
3. ด้านความมีชื่อเสียงของตราสินค้าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแปงัพ	.686**
4. ด้านลักษณะอื่นๆ ของผลิตภัณฑ์สำอางแปงัพ	.880**
5. ด้านราคา	.779**
6. ด้านการจัดจำหน่าย	.676**

** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 26 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ด้านผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแปงัพ ได้แก่ด้านบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแปงัพ ด้านความมีชื่อเสียงของตราสินค้าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแปงัพ ด้านลักษณะอื่นๆ ของผลิตภัณฑ์สำอางแปงัพ ด้านราคาและด้านการจัดจำหน่ายกับการรับรู้ตราสินค้าสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแปงัพ มีความสัมพันธ์กันทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตอนที่ 7 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์สำอางแป้งพฟ์กับการรับรู้ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแป้งพฟ์ ของผู้มีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไป ในเขตจังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 27 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่มีการรับรู้ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์แป้งพฟ์กับการรับรู้ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแป้งพฟ์ ของผู้มีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยที่เป็นเพศหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไป ในเขตจังหวัดชลบุรี

ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาด	การรับรู้ตราสินค้า
1. ด้านการโฆษณา	.852**
2. ด้านการประชาสัมพันธ์	.786**
3. ด้านการส่งเสริมการขาย	.825**
4. ด้านการใช้พนักงานขาย	.506**

** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 27 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ที่มีการรับรู้ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์แป้งพฟ์ ได้แก่ด้านการโฆษณา ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการใช้พนักงานขาย กับการรับรู้ตราสินค้าสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแป้งพฟ์ มีความสัมพันธ์กันทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01