

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของการใช้สีบนแผ่นป้ายโฆษณาต่อบุคลิกภาพของตราสินค้า สามารถแบ่งผลการศึกษานี้ออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ทดสอบความแตกต่างของวาระสี

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม

จำแนกตามวาระของสีแผ่นป้ายโฆษณา สีวาระเย็น, วาระร้อน และสีกลาง

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ผลกระทบหลัก (Main effect) ของสีแผ่นป้ายโฆษณาที่มีผลต่อบุคลิกภาพตราสินค้า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

| เพศ | จำนวน | ร้อยละ |
|------------|------------|--------------|
| ชาย | 81 | 27 |
| หญิง | 219 | 73 |
| รวม | 300 | 100.0 |

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 73 เป็นเพศชาย ร้อยละ 27

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

| อายุ | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------|------------|--------------|
| 17 ปี | 1 | 0.33 |
| 18 ปี | 1 | 0.33 |
| 19 ปี | 147 | 49.00 |
| 20 ปี | 121 | 40.33 |
| 21 ปี | 18 | 6.00 |
| 22 ปี | 9 | 3.00 |
| 23 ปี | 1 | 0.33 |
| 24 ปี | 2 | 0.67 |
| Total | 300 | 100.0 |

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 19 ปี มากที่สุดร้อยละ 49.00 รองลงมาอายุ 20 ปี ร้อยละ 40.33 อายุ 21 ปี ร้อยละ 6.00 อายุ 22 ปี ร้อยละ 3.00 อายุ 24 ปี ร้อยละ 0.67 อายุ 23 ปี ร้อยละ 0.33 อายุ 18 ปี ร้อยละ 0.33 และอายุ 17 ปี ร้อยละ 0.33

ส่วนที่ 2 ทดสอบความแตกต่างของวรรณคดี (ผลการทดสอบ Manipulation Check)

ตารางที่ 5 แสดงการทดสอบความแตกต่างของสิ่งทั้ง 7 สิ่งที่ใช้ในการทดลอง

| สิ่ง | ค่าเฉลี่ย | Std. Deviation (ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน) | F | Sig |
|-----------|-----------|--|--------|------|
| สีน้ำเงิน | 4.14 | 0.79 | 50.576 | 0.00 |
| สีเขียว | 3.89 | 1.16 | | |
| สีขา | 3.48 | 1.10 | | |
| สีเทา | 3.25 | 0.96 | | |
| สีดำ | 3.18 | 1.45 | | |
| สีส้ม | 2.08 | 1.13 | | |
| สีแดง | 2.13 | 1.17 | | |

หมายเหตุ การให้คะแนนเป็นแบบ 5-pointed semantic differential scale โดย 1=เห็นด้วยกับข้อความด้านหน้าว่าสิ่งนี้เป็นสีร้อน, 2=เห็นด้วยกับข้อความด้านหน้า, 3 =เห็นด้วยกับข้อความทั้งสองด้าน, 4 =เห็นด้วยกับข้อความด้านหลัง, และ 5 =เห็นด้วยกับข้อความด้านหลังว่าสิ่งนี้เป็นสีเขียว

จากตารางที่ 5 พบว่าจากการทดสอบด้วย One-Way ANOVA ได้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของสิ่งทั้ง 7 สิ่ง ดังต่อไปนี้สีน้ำเงิน มีค่าเฉลี่ย 4.14 (S.D.=0.79) ,สีเขียว มีค่าเฉลี่ย 3.89 (S.D.= 1.16) สีขา มีค่าเฉลี่ย 3.48 (S.D.=1.10) ,สีเทา มีค่าเฉลี่ย 3.25 (S.D.=0.96),สีดำ มีค่าเฉลี่ย 3.18 (S.D.=1.45) สีส้ม มีค่าเฉลี่ย 2.08 (S.D.=1.13) และ สีแดง มีค่าเฉลี่ย 2.13 (S.D.=1.17) ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าสิ่งทั้ง 7 สิ่ง มีความมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P \leq 0.05$) (Sig = 0.00,F=50.576) สามารถนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาจำแนกตามวรรณทั้ง 3 วรรณ โดยการทำ Post Hoc Multiple Comparisons ด้วยวิธี Tukey's HSD test ของสิ่ง 7 สิ่ง เปรียบเทียบระหว่าง สีพื้นหลังแผ่นป้ายโฆษณาจำแนก เป็นรายคู่ โดยนำสีที่ไม่แตกต่างกันมาอยู่ในวรรณเดียวกัน

ตารางที่ 6 แสดงสีแยกตามวรรณะสี

| วรรณะ | ค่าเฉลี่ย | สี |
|-------|-----------|-----------|
| เย็น | 4.14 | สีน้ำเงิน |
| | 3.89 | สีเขียว |
| กลาง | 3.48 | สีขาว |
| | 3.25 | สีเทา |
| | 3.18 | สีดำ |
| ร้อน | 2.08 | สีแดง |
| | 2.13 | สีส้ม |

จากตารางที่ 6 พบว่า จากการทดสอบ โดยการทำให้ Post Hoc Multiple Comparisons ด้วยวิธี Tukey's HSD test (ดังแสดงไว้ในภาคผนวก ข) สามารถแบ่งกลุ่มสีแยกตามวรรณะสี ได้ ดังนี้ สีน้ำเงินและสีเขียว อยู่ในสีวรรณะเย็น , สีขาว,สีเทา และ สีดำ อยู่ในสีกลาง และ สีแดง และ สี ส้ม อยู่ในสีวรรณะร้อน

ตารางที่ 7 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่างวรรณะสี

| วรรณะ | สี | ค่าเฉลี่ย | Std. Deviation (ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน) | F | Sig |
|-------|-----------|-----------|--|---------|------|
| เย็น | สีน้ำเงิน | 4.02 | 1.00 | 147.964 | 0.00 |
| | สีเขียว | | | | |
| กลาง | สีขาว | 3.30 | 1.19 | | |
| | สีเทา | | | | |
| | สีดำ | | | | |
| ร้อน | สีแดง | 2.11 | 1.14 | | |
| | สีส้ม | | | | |

จากตารางที่ 7 พบว่าจากการทดสอบด้วย One-Way ANOVA ได้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของสี่แต่ละวาระมีดังต่อไปนี้ สี่วาระเย็น มีค่าเฉลี่ย 4.02 (S.D.=1.00) , สี่กลาง 3.30 (S.D.=1.19) และ สี่วาระร้อน 2.10 (S.D. 1.14) สี่ทั้ง 3 วาระ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P \leq 0.05$) (Sig = 0.00, F=147.964) ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าการทำ Manipulation Check ประสบความสำเร็จ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม

การหาจำนวนกลุ่มบุคลิกภาพตราสินค้าของแผ่นป้ายโฆษณา จากสี่ของพื้นหลัง สี่วาระร้อน (สีแดง, สีส้ม) สี่วาระเย็น (สีเขียว, สีนํ้าเงิน) และ สี่กลาง (สีขาว, สีเทา และสีดำ) ทำโดยการนำตัวแปรบุคลิกภาพตราสินค้าทั้ง 42 ตัวแปรมาวิเคราะห์ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เพื่อจัดแบ่งกลุ่มโดยการลดตัวแปร โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันมากกว่าก็จะอยู่ในกลุ่มเดียวกัน

ตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ยการรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม

| กลุ่มบุคลิกภาพตราสินค้า | Mean (ค่าเฉลี่ย) | Std. Deviation (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) |
|--|---------------------|--|
| กลุ่มบุคลิกภาพแบบจริงจัง (Sincerely) | 3.30 | 1.08 |
| กลุ่มบุคลิกภาพแบบน่าตื่นเต้น (Excitement) | 3.46 | 1.10 |
| กลุ่มบุคลิกภาพแบบผู้มีความสามารถ (Competence) | 3.55 | 1.01 |
| กลุ่มบุคลิกภาพแบบหรูหรา (Sophistication) | 3.42 | 1.10 |
| กลุ่มบุคลิกภาพแบบห้าวหาญ (Ruggedness) | 3.46 | 1.13 |

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าในกลุ่มบุคลิกภาพแบบผู้มีความสามารถ (Competence) มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.55) รองลงมาคือ กลุ่มบุคลิกภาพแบบห้าวหาญ (Ruggedness) และ กลุ่มบุคลิกภาพแบบน่าตื่นเต้น (Excitement) เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.46) กลุ่มบุคลิกภาพแบบหรูหรา (Sophistication) (ค่าเฉลี่ย 3.42) และกลุ่มบุคลิกภาพแบบจริงจัง (Sincerely) (ค่าเฉลี่ย 3.30) ตามลำดับ

นอกจากการอธิบายบุคลิกภาพตราสินค้าตามมาตรวัดบุคลิกภาพตราสินค้าของ J.Aaker(1999) ตามกลุ่มลักษณะทางบุคลิกภาพตราสินค้า 5 กลุ่ม แล้วนั้นยังสามารถอธิบายเพิ่มเติม

แยกตามลักษณะของกลุ่มย่อยได้เช่นกัน โดยกลุ่มบุคลิกภาพแบบจริงใจ (Sincerely) ประกอบด้วย 4 กลุ่มย่อย คือ กลุ่มลักษณะแบบคนติดดิน (Down-to-earth) กลุ่มลักษณะแบบจริงใจ (Honest) กลุ่มลักษณะแบบดีงาม มีประโยชน์ (Wholesome) กลุ่มลักษณะแบบสนุกสนาน ร่าเริง (Cheerful, Warm, Happy) กลุ่มบุคลิกภาพแบบน่าตื่นเต้น (Excitement) ประกอบด้วย 4 กลุ่มย่อย คือ กลุ่มลักษณะแบบมีความกล้าทำทายเป็น (Daring) กลุ่มลักษณะแบบมีความมุ่งมั่น (Spirited) กลุ่มลักษณะแบบมีจินตนาการ (Imagination) กลุ่มลักษณะแบบทันสมัย (Up-to date) กลุ่มบุคลิกภาพแบบผู้มีความสามารถ (Competence) ประกอบด้วย 3 กลุ่มย่อย คือ กลุ่มลักษณะแบบน่าเชื่อถือ น่าไว้วางใจ (Reliable) กลุ่มลักษณะแบบความเป็นผู้นำ (Leader) กลุ่มลักษณะแบบ ความสำเร็จ (Successful) กลุ่มบุคลิกภาพแบบหรูหรา (Sophistication) ประกอบด้วย 2 กลุ่มย่อย กลุ่มลักษณะแบบชีวิตหรูหรา (Upper Class, Glamorous, Sophisticated) และ กลุ่มลักษณะแบบมีเสน่ห์ (Charming, Sexy) และกลุ่มบุคลิกภาพแบบห้าวหาญ (Ruggedness) ประกอบด้วย 2 กลุ่มย่อย และ กลุ่มลักษณะแบบชอบกิจกรรมกลางแจ้ง , นอกบ้าน (Outdoorsy) กลุ่มลักษณะแบบเป็นชาย เข้มแข็ง (Active, Masculine)

ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ยการรับรู้กลุ่มบุคลิกภาพแบบจริงใจ (Sincerely) ของผู้ร่วมการทดลอง

| กลุ่มบุคลิกภาพแบบจริงใจ (Sincerely) | Mean (ค่าเฉลี่ย) | Std. Deviation (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) | กลุ่มย่อย | Mean (ค่าเฉลี่ย) | Std. Deviation (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) |
|-------------------------------------|------------------|---------------------------------------|------------------------|------------------|---------------------------------------|
| เป็นคนติดดิน | 3.08 | 1.17 | เป็นคนติดดิน | 3.12 | 1.11 |
| เป็นคนรักครอบครัว, อบอุ่น | 3.35 | 1.01 | | | |
| เป็นคนไม่ค่อยเปิดรับสิ่งใหม่ๆ | 2.94 | 1.14 | | | |
| เป็นคนมีความซื่อสัตย์ | 3.38 | 1.04 | มีความจริงใจ | 3.47 | 1.05 |
| เป็นคนจริงใจ | 3.37 | 1.06 | | | |
| เป็นคนมีความเป็นตัวของตัวเอง | 3.65 | 1.05 | | | |
| มีความดีงาม มีประโยชน์ | 3.41 | 1.01 | มีความดีงาม มีประโยชน์ | 3.44 | 1.06 |
| เป็นคนที่ไม่แปลกไม่เหมือนใคร | 3.47 | 1.11 | | | |

ตารางที่ 9(ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยการรับรู้กลุ่มบุคลิกภาพแบบจริงใจ (Sincerely) ของผู้ร่วมการทดลอง

| กลุ่มบุคลิกภาพแบบจริงใจ (Sincerely) | Mean (ค่าเฉลี่ย) | Std. Deviation (ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน) | กลุ่มย่อย | Mean (ค่าเฉลี่ย) | Std. Deviation (ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน) |
|--|---------------------|--|---------------------|---------------------|--|
| เป็นคนสนุกสนาน ร่าเริง | 3.29 | 1.18 | สนุกสนาน ร่าเริง | 3.21 | 1.10 |
| เป็นคนมีอารมณ์อ่อนไหว | 3.06 | 1.07 | | | |
| เป็นคนมีความเป็นมิตร | 3.29 | 1.05 | | | |

จากตารางที่ 9 พบว่าในการพิจารณากลุ่มบุคลิกภาพแบบจริงใจ (Sincerely) เมื่อแยกพิจารณาตามลักษณะของกลุ่มย่อยทั้ง 4 กลุ่มแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะบุคลิกภาพอยู่ในกลุ่มย่อย มีความจริงใจมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.47) รองลงมาคือ มีความดีงาม มีประโยชน์ (ค่าเฉลี่ย 3.44) สนุกสนาน ร่าเริง (ค่าเฉลี่ย 3.21) และ เป็นคนติดดิน (ค่าเฉลี่ย 3.12)

ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ยการรับรู้กลุ่มบุคลิกภาพแบบน่าตื่นเต้น (Excitement) ของผู้ร่วมการทดลอง

| กลุ่มบุคลิกภาพ แบบน่าตื่นเต้น (Excitement) | Mean (ค่าเฉลี่ย) | Std. Deviation (ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน) | กลุ่มย่อย | Mean (ค่าเฉลี่ย) | Std. Deviation (ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน) |
|--|---------------------|--|----------------|---------------------|--|
| มีความกล้าหาญ | 3.47 | 1.10 | มีความกล้าหาญ | 3.43 | 1.15 |
| มีความน่าสนใจ | 3.43 | 1.17 | | | |
| น่าตื่นเต้น | 3.38 | 1.18 | | | |
| เป็นคนมีความมุ่งมั่น | 3.62 | 1.02 | มีความมุ่งมั่น | 3.47 | 1.10 |
| เป็นคนเท่ | 3.41 | 1.15 | | | |
| มีความเป็นวัยรุ่น | 3.38 | 1.13 | | | |
| เป็นคนมีจินตนาการ | 3.36 | 1.09 | มีจินตนาการ | 3.44 | 1.09 |
| เป็นคนไม่เหมือนใคร, โดดเด่นเฉพาะตัว | 3.52 | 1.09 | | | |
| มีความทันสมัย | 3.46 | 1.08 | มีความทันสมัย | 3.50 | 1.04 |

ตารางที่ 10 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยการรับรู้กลุ่มบุคลิกภาพแบบน่าตื่นเต้น (Excitement) ของผู้ร่วมการทดลอง

| กลุ่มบุคลิกภาพ แบบน่าตื่นเต้น (Excitement) | Mean (ค่าเฉลี่ย) | Std. Deviation (ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน) | กลุ่มย่อย | Mean (ค่าเฉลี่ย) | Std. Deviation (ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน) |
|--|---------------------|--|-----------|---------------------|--|
| ทำทุกอย่างได้โดยไม่พึ่งใคร | 3.57 | 1.02 | | | |
| เป็นคนร่วมสมัย | 3.46 | 1.01 | | | |

จากตารางที่ 10 พบว่าในการพิจารณากลุ่มบุคลิกภาพแบบน่าตื่นเต้น (Excitement) เมื่อแยกพิจารณาตามลักษณะของกลุ่มย่อยทั้ง 4 กลุ่มแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะบุคลิกภาพอยู่ในกลุ่มย่อย มีความทันสมัยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.50) รองลงมาคือ มีความมุ่งมั่น (ค่าเฉลี่ย 3.47) มีจินตนาการ (ค่าเฉลี่ย 3.44) และ มีความกล้าทำทนาย (ค่าเฉลี่ย 3.43)

ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ยการรับรู้กลุ่มบุคลิกภาพแบบผู้มีความสามารถ (Competence) ของผู้ร่วมการทดลอง

| กลุ่มบุคลิกภาพแบบผู้มีความสามารถ (Competence) | Mean (ค่าเฉลี่ย) | Std. Deviation (ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน) | กลุ่มย่อย | Mean (ค่าเฉลี่ย) | Std. Deviation (ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน) |
|--|---------------------|--|----------------------------|---------------------|--|
| น่าเชื่อถือ น่าไว้วางใจ | 3.47 | 1.06 | น่าเชื่อถือ น่าไว้วางใจ | 3.49 | 1.01 |
| เป็นคนขยัน | 3.45 | 0.98 | | | |
| เป็นคนมั่นคง | 3.54 | 1.00 | | | |
| เป็นคนฉลาด | 3.56 | 1.01 | ฉลาด | 3.56 | 0.95 |
| มีความเชี่ยวชาญ มีทักษะ | 3.72 | 0.92 | | | |
| เป็นคนเห็นแก่ส่วนรวม | 3.40 | 0.93 | | | |
| เป็นคนประสบความสำเร็จ | 3.47 | 1.08 | เป็นคนประสบ ความสำเร็จ | 3.64 | 1.07 |
| มีความเป็นผู้นำ | 3.68 | 1.09 | | | |
| มั่นใจในตนเอง | 3.78 | 1.05 | | | |

จากตารางที่ 11 พบว่าในการพิจารณากลุ่มบุคลิกภาพแบบผู้มีความสามารถ (Competence) เมื่อแยกพิจารณาตามลักษณะของกลุ่มย่อยทั้ง 3 กลุ่มแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะบุคลิกภาพอยู่ในกลุ่มย่อย มีความเป็นผู้นำ (ค่าเฉลี่ย 3.64) รองลงมาคือ ฉลาด (ค่าเฉลี่ย 3.56) และน่าเชื่อถือ น่าไว้วางใจ (ค่าเฉลี่ย 3.49)

ตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ยการรับรู้กลุ่มบุคลิกภาพแบบหรูหรา (Sophistication) ของผู้ร่วมการทดลอง

| กลุ่มบุคลิกภาพ แบบหรูหรา (Sophistication) | Mean (ค่าเฉลี่ย) | Std. Deviation (ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน) | กลุ่มย่อย | Mean (ค่าเฉลี่ย) | Std. Deviation (ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน) |
|---|---------------------|--|----------------|---------------------|--|
| เป็นคนมีระดับ | 3.60 | 1.08 | เป็นคนมีระดับ | 3.57 | 1.06 |
| เป็นคนใช้ชีวิตหรูหรา | 3.42 | 1.12 | | | |
| เป็นคนคูดี | 3.68 | 0.97 | | | |
| เป็นคนมีเสน่ห์ | 3.62 | 1.00 | เป็นคนมีเสน่ห์ | 3.27 | 1.14 |
| มีความเป็นผู้หญิง อ่อนโยน | 2.91 | 1.18 | | | |
| เป็นคนเรียบง่าย | 3.28 | 1.24 | | | |

จากตารางที่ 12 พบว่าในการพิจารณากลุ่มบุคลิกภาพแบบผู้มีความสามารถ (Competence) เมื่อแยกพิจารณาตามลักษณะของกลุ่มย่อยทั้ง 2 กลุ่มแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะบุคลิกภาพอยู่ในกลุ่มย่อยเป็นคนมีระดับ (ค่าเฉลี่ย 3.57) รองลงมาคือ เป็นคนมีเสน่ห์ (ค่าเฉลี่ย 3.27)

ตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ยการรับรู้กลุ่มบุคลิกภาพแบบห้าวหาญ (Ruggedness) ของผู้ร่วมการทดลอง

| กลุ่มบุคลิกภาพ แบบห้าวหาญ (Ruggedness) | Mean (ค่าเฉลี่ย) | Std. Deviation (ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน) | กลุ่มย่อย | Mean (ค่าเฉลี่ย) | Std. Deviation (ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน) |
|--|---------------------|--|-------------------------------------|---------------------|--|
| ชอบกิจกรรมกลางแจ้ง, นอกบ้าน | 3.39 | 1.12 | ชอบกิจกรรม กลางแจ้ง , นอกบ้าน | 3.48 | 1.12 |
| มีความเป็นชาย เข้มแข็ง | 3.50 | 1.15 | | | |
| มีความเป็นสากล | 3.55 | 1.10 | | | |
| เป็นคน แข็งแกร่ง ทรหด | 3.47 | 1.12 | แข็งแกร่ง ทรหด | 3.42 | 1.15 |
| เป็นคนห้าวหาญ บึกบึน | 3.37 | 1.17 | | | |

จากตารางที่ 13 พบว่าในการพิจารณากลุ่มบุคลิกภาพแบบผู้มีความสามารถ (Competence) เมื่อแยกพิจารณาตามลักษณะของกลุ่มย่อยทั้ง 2 กลุ่มแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะบุคลิกภาพอยู่ในกลุ่มย่อย ชอบกิจกรรมกลางแจ้ง, นอกบ้าน (ค่าเฉลี่ย 3.48) รองลงมาคือ แข็งแกร่ง ทรหด (ค่าเฉลี่ย 3.42)

ตารางที่ 14 ผลค่าน้ำหนักถ่วงที่ได้จากการจัดองค์ประกอบของข้อมูลตัวแปรอิสระเรื่องบุคลิกภาพ
ตราสินค้า

| | Rotated Component Matrix* | | | | | | |
|------------------------------|---------------------------|------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|
| | กลุ่มที่1 | กลุ่มที่ 2 | กลุ่มที่3 | กลุ่มที่ 4 | กลุ่มที่5 | กลุ่มที่ 6 | กลุ่มที่7 |
| เป็นคนที่รักครอบครัว, อบอุ่น | | | | .586 | | | |
| เป็นคนมีความซื่อสัตย์ | | | | .811 | | | |
| เป็นคนจริงใจ | | | | .820 | | | |
| มีความดีงาม มีประโยชน์ | | | | .662 | | | |
| มีความกล้าทำทายเป็นคน | .604 | | | | | | |

ตารางที่ 14 (ต่อ) ผลค่าน้ำหนักถ่วงที่ได้จากการจัดองค์ประกอบของข้อมูลตัวแปรอิสระเรื่อง
บุคลิกภาพตราสินค้า

| | Rotated Component Matrix* | | | | | | |
|--|---------------------------|------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|
| | กลุ่มที่1 | กลุ่มที่ 2 | กลุ่มที่3 | กลุ่มที่ 4 | กลุ่มที่5 | กลุ่มที่ 6 | กลุ่มที่7 |
| มีความน่ายศมัย | .708 | | | | | | |
| น่าตื่นตื่น | .746 | | | | | | |
| เป็นคนมีความมุ่งมั่น | .563 | | | | | | |
| เป็นคนเท่ | .611 | | | | | | |
| มีความเป็นวัยรุ่น | .731 | | | | | | |
| เป็นคนมีจินตนาการ | .737 | | | | | | |
| เป็นคนไม่เหมือนใคร, โดดเด่นเฉพาะตัว | .728 | | | | | | |
| มีความทันสมัย | .727 | | | | | | |
| ทำทุกอย่างได้โดยไม่พึ่งใคร | .477 | | | | | | |
| เป็นคนร่วมสมัย | .554 | | | | | | |
| น่าเชื่อถือ น่าไว้วางใจ | | .620 | | | | | |
| เป็นคนขยัน | | .743 | | | | | |
| เป็นคนมั่นคง | | .740 | | | | | |
| เป็นคนฉลาด | | .776 | | | | | |
| มีความเชี่ยวชาญ มีทักษะ | | .669 | | | | | |
| เป็นคนเห็นแก่ส่วนรวม | | .474 | | | | | |
| เป็นคนประสบความสำเร็จ | | | | | | .630 | |
| มีความเป็นผู้นำ | | | | | | .699 | |
| มั่นใจในตนเอง | | | | | | .641 | |
| เป็นคนมีระดับ | | | .488 | | | .552 | |
| เป็นคนใช้ชีวิตหรูหรา | | | .769 | | | | |
| เป็นคนคูดี | | | .804 | | | | |

ตารางที่ 15 ผลค่าน้ำหนักถ่วงที่ได้จากการจัดองค์ประกอบของข้อมูลตัวแปรอิสระเรื่องบุคลิกภาพ
ตราสินค้า

| | Rotated Component Matrix* | | | | | | |
|----------------------------|---------------------------|------------|-----------|------------|-----------|------------|-----------|
| | กลุ่มที่1 | กลุ่มที่ 2 | กลุ่มที่3 | กลุ่มที่ 4 | กลุ่มที่5 | กลุ่มที่ 6 | กลุ่มที่7 |
| เป็นคนมีเสน่ห์ | | | .734 | | | | |
| มีความเป็นผู้หญิง อ่อน โชน | | | | | | | .694 |
| เป็นคนเรียบง่าย | | | | | | | .667 |
| มีความเป็นชาย เข้มแข็ง | | | | | .737 | | |
| มีความเป็นสากล | | | | | .461 | | |
| เป็นคน แข็งแกร่ง ทรหด | | | | | .859 | | |
| เป็นคนหัวหาญ บึกบึน | | | | | .836 | | |

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

A Rotation converged in 8 iterations.

หมายเหตุ : ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร Reliability Analysis –Scale (Alpha) จากตัวแปร 42 ตัวแปร
ที่นำมาสกัดค่า Alpha =0.890

การวิเคราะห์ Rotated Component Matrix แสดงถึง Factor Loading เมื่อมีการหมุน
แกนด้วยวิธี Varimax และทำการพิจารณาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร Reliability Analysis –Scale
(Alpha) ประกอบ พบว่าจากตัวแปรทั้ง 42 ตัวแปร สามารถสกัดให้เหลือ 34 ตัวแปร คือตัดตัวแปรที่
คือตัวแปรที่ 1 เป็นคนติดดิน ตัวแปรที่ 3 เป็นคนไม่ค่อยเปิดรับสิ่งใหม่ๆ ตัวแปรที่ 6 เป็นคนมีความ
เป็นตัวของตัวเอง ตัวแปรที่ 8 เป็นคนที่แปลกไม่เหมือนใคร ตัวแปรที่ 9 เป็นคนสนุกสนาน ร่าเริง
ตัวแปรที่ 10 เป็นคนมีอารมณ์อ่อนไหว ตัวแปรที่ 11 เป็นคนมีความเป็นมิตร และ ตัวแปรที่ 38
ชอบกิจกรรมกลางแจ้ง , นอกบ้านเนื่องจากค่า Factor Loading ไม่สามารถจัดกลุ่มได้อย่างชัดเจน
หลักในการเลือกค่า Factor Loading คือพิจารณาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรต่างๆ ว่ามี
ค่ามากที่สุดอยู่ที่องค์ประกอบใด ก็จัดว่าเป็นตัวแปรที่วัดองค์ประกอบนั้น และมีค่าน้ำหนักตั้งแต่
0.3-0.4 ขึ้นไปในกรณีที่กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนมาก (ศรีจันทร์ ทานะจันทร์, 2552: ออนไลน์)

จากตารางที่ 15 สามารถจัดกลุ่มบุคลิกภาพตราสินค้าของแผ่นป้ายโฆษณาได้เป็น 7
กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 แบบจริงใจ

ประกอบด้วย เป็นคนรักครอบครัว, อบอุ่น (Family-oriented) เป็นคนมีความซื่อสัตย์ (Honest) เป็นคนจริงใจ (Sincere) มีความดีงาม มีประโยชน์ (Wholesome)

กลุ่มที่ 1 มีค่า Eigen values = 8.609 และสามารถอธิบายความแปรปรวนของข้อมูลได้ 25.320%

กลุ่มที่ 2 แบบนำตื่นเต้น

ประกอบด้วย มีความกล้าทำท่าย (Daring) มีความทันสมัย (Trendy) นำตื่นเต้น (Exciting) เป็นคนมีความมุ่งมั่น (Spirited) เป็นคนเท่ (Cool) มีความเป็นวัยรุ่น (Young) เป็นคนมีจินตนาการ (Imaginative) เป็นคนไม่เหมือนใคร, โดดเด่นเฉพาะตัว (Unique) มีความทันสมัย (Up-to-date) ทำทุกอย่างได้โดยไม่พึ่งใคร (Independent) เป็นคนร่วมสมัย (Contemporary)

กลุ่มที่ 2 มีค่า Eigen values = 5.080 และสามารถอธิบายความแปรปรวนของข้อมูลได้ 14.942%

กลุ่มที่ 3 แบบผู้มีความสามารถ

ประกอบด้วย น่าเชื่อถือ น่าไว้วางใจ (Reliable) เป็นคนขยัน (Hard working) เป็นคนมั่นคง (Secure) เป็นคนฉลาด (Intelligent) มีความเชี่ยวชาญ มีทักษะ (Technical) เป็นคนเห็นแก่ส่วนรวม (Corporate)

กลุ่มที่ 3 มีค่า Eigen values = 2.451 และสามารถอธิบายความแปรปรวนของข้อมูลได้ 7.210%

หมายเหตุ ผลของการวิเคราะห์ปัจจัย ทำให้ เป็นคนประสบความสำเร็จ (Successful) มีความเป็นผู้นำ (Leader) มั่นใจในตนเอง (Confident) ถูกแยกออกมาเป็นกลุ่มบุคลิกภาพใหม่

กลุ่มที่ 4 แบบประสบความสำเร็จ

ประกอบด้วยเป็นคนประสบความสำเร็จ (Successful) มีความเป็นผู้นำ (Leader) มั่นใจในตนเอง (Confident)

กลุ่มที่ 4 มีค่า Eigen values = 1.923 และสามารถอธิบายความแปรปรวนของข้อมูลได้ 5.657%

หมายเหตุ ผลของการวิเคราะห์ปัจจัย ทำให้เป็นคนประสบความสำเร็จ (Successful) มีความเป็นผู้นำ (Leader) มั่นใจในตนเอง (Confident) ถูกแยกออกมาเป็นกลุ่มบุคลิกภาพแบบผู้มีความสามารถ

กลุ่มที่ 5 แบบหรูหรา

ประกอบด้วยเป็นคนมีระดับ(Upper class) เป็นคนใช้ชีวิตหรูหรา (Glamorous) เป็นคนดูดี (Good looking) เป็นคนมีเสน่ห์ (Charming)

กลุ่มที่ 5 มีค่า Eigen values = 1.437 และสามารถอธิบายความแปรปรวนของข้อมูลได้ 4.227 %

หมายเหตุ ผลของการวิเคราะห์ปัจจัย ทำให้เป็นผู้หญิง อ่อนโยน(Feminine) เป็นคนเรียบง่าย (Smooth) ถูกแยกออกมาเป็นกลุ่มบุคลิกภาพใหม่

กลุ่มที่ 6 แบบผู้หญิง อ่อนโยน

ประกอบด้วย มีความเป็นผู้หญิง อ่อนโยน(Feminine) เป็นคนเรียบง่าย (Smooth)

กลุ่มที่ 6 มีค่า Eigen values = 1.203 และสามารถอธิบายความแปรปรวนของข้อมูลได้ 3.539 %

หมายเหตุ ผลของการวิเคราะห์ปัจจัย ทำให้เป็นผู้หญิง อ่อนโยน(Feminine) เป็นคนเรียบง่าย (Smooth) ถูกแยกออกมาเป็นกลุ่มบุคลิกภาพแบบหรูหรา

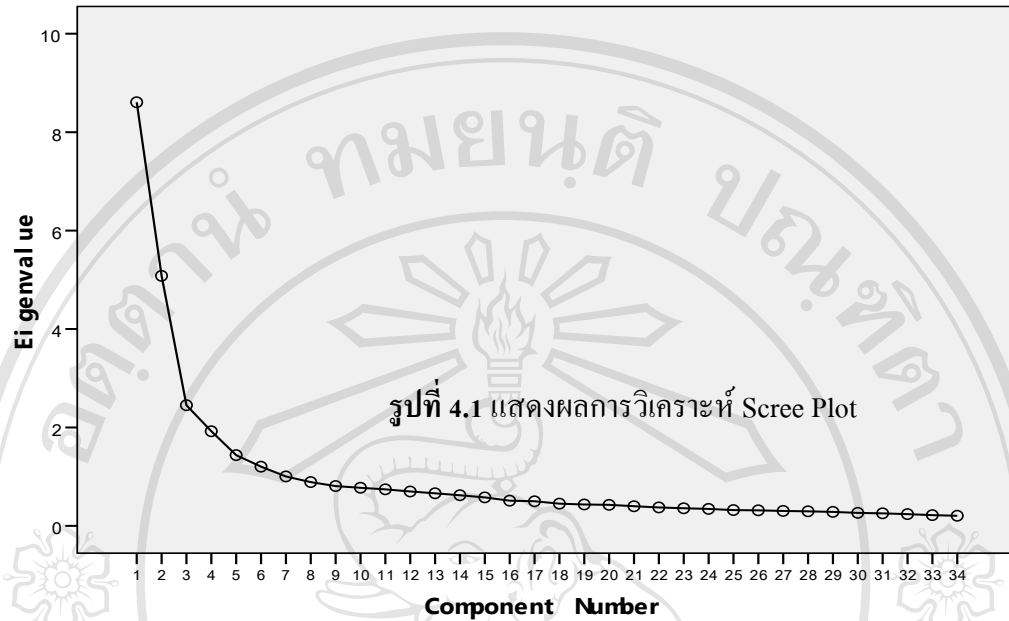
กลุ่มที่ 7 แบบห้าวหาญ

ประกอบด้วยมีความเป็นชาย เข้มแข็ง (Masculine) มีความเป็นสากล (Western) เป็นคน แข็งแกร่ง ทรหด (Tough) เป็นคนห้าวหาญ บึกบึน (Rugged)

กลุ่มที่ 7 มีค่า Eigen values = 1.005 และสามารถอธิบายความแปรปรวนของข้อมูลได้ 2.956 %

โดยมีค่า Cumulative % เท่ากับ 63.851 ซึ่งหมายถึงกลุ่มทั้ง 7สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรทั้ง 42 ตัวแปรได้ 63.851 โดยมีกลุ่มที่สำคัญที่สุด คือ กลุ่มที่ 1 รองลงมาคือ กลุ่มที่ 2 กลุ่มที่ 3กลุ่มที่ 4 กลุ่มที่ 5 กลุ่มที่ 6 และ กลุ่มที่ 7 ตามลำดับ

Scree Plot



การวิเคราะห์ Scree Plot ในภาพที่ 1 เป็นกราฟที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนองค์ประกอบและค่า Eigen values ของแต่ละกลุ่ม โดยเรียงจากมากไปน้อย พบว่ากราฟเริ่มคงที่ตั้งแต่องค์ประกอบที่ 7 เป็นต้นไป ดังนั้นจำนวนกลุ่มที่เหมาะสมในการอธิบายผลการวิเคราะห์นี้จึงควรประกอบด้วย 7 กลุ่ม

ตารางที่ 16 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ของตัวแปร Analysis –Scale (Alpha) ทั้ง 7 กลุ่ม

| กลุ่มบุคลิกภาพตราสินค้า | ค่า Alpha |
|-------------------------------|-----------|
| กลุ่มที่ 1 แบบจริงจัง | 0.771 |
| กลุ่มที่ 2 แบบน่าตื่นเต้น | 0.899 |
| กลุ่มที่ 3 แบบผู้มีความสามารถ | 0.831 |
| กลุ่มที่ 4 แบบประสบความสำเร็จ | 0.810 |
| กลุ่มที่ 5 แบบหรูหรา | 0.833 |
| กลุ่มที่ 6 แบบผู้หญิง อ่อนโยน | 0.618 |
| กลุ่มที่ 7 แบบหัวหาญ | 0.789 |

จากตารางที่ 16 พบว่า ความสัมพันธ์ Analysis –Scale (Alpha) ทั้ง 7 กลุ่ม มีค่าจากมากไปน้อยดังนี้ กลุ่มที่ 2 แบบน่าตื่นเต้น มีค่าAlpha 0.899

กลุ่มที่ 5 แบบหรรษา มีค่าAlpha 0.833

กลุ่มที่ 3 แบบผู้มีความสามารถ มีค่าAlpha0.831

กลุ่มที่ 4 แบบประสบความสำเร็จ มีค่า Alpha0.81

กลุ่มที่ 7 แบบหัวหาญ มีค่าAlpha0.789

กลุ่มที่ 1 แบบจริงใจมีค่าAlpha 0.771 และ

กลุ่มที่ 6 แบบผู้หญิง อ่อนโยน มีค่าAlpha0.618 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณา ค่าความสัมพันธ์ Analysis –Scale (Alpha) ทั้ง 7 กลุ่ม พบว่ากลุ่มที่ 1-กลุ่มที่ 7 มีค่า Alpha มากกว่า 0.6 แสดงว่าข้อมูลในกลุ่มนั้นๆ มีความน่าเชื่อถือ (Hair et al.,1998: ออนไลน์ อ้างถึงใน Val Hooper , You Zhou,2007 และ สุธี อยู่ยิ้ม 2552) ซึ่งในที่นี้มีมากถึง 700 ตัวอย่าง และ เมื่อย้อนกลับไปดูค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร Alpha โดยรวมของทั้ง 42 ลักษณะย่อยในตารางที่ 15 พบว่า ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร Alpha มีค่ามากถึง 0.887 ซึ่งแสดงว่าข้อมูลโดยรวมมีความน่าเชื่อถือ

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 1 แบบจริงใจ ของสี่ของแผ่นป้ายโฆษณาทั้ง 3 วรรณะสี

| กลุ่มที่ 1 แบบจริงใจ | ระดับความคิดเห็น | | | | | รวม | ค่าเฉลี่ยและ การแปลผล |
|----------------------------------|-----------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|-----------------|--------------------------|
| | ไม่เห็น ตัวอย่าง ยิ่ง | ไม่เห็น ด้วย | เฉยๆ | เห็นด้วย | เห็นด้วย อย่างยิ่ง | | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | | |
| เป็นคนรัก ครอบครัว, อบอุ่น | 20.00 (2.86) | 120.00 (17.14) | 255.00 (36.43) | 208.00 (29.71) | 97.00 (13.86) | 700 (100.00) | 3.35 เฉยๆ |
| เป็นคนมี ความซื่อสัตย์ | 25.00 (3.57) | 114.00 (16.29) | 237.00 (33.86) | 217.00 (31.00) | 107.00 (15.29) | 700 (100.00) | 3.38 เฉยๆ |
| เป็นคนจริงใจ | 27.00 (3.86) | 123.00 (17.57) | 227.00 (32.43) | 212.00 (30.29) | 111.00 (15.86) | 700 (100.00) | 3.37 เฉยๆ |

ตารางที่ 17 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 1 แบบจริงใจ ของสี่ของแผ่นป้ายโฆษณาทั้ง 3 วรรณะสี

| กลุ่มที่ 1 แบบจริงใจ | ระดับความคิดเห็น | | | | | รวม | ค่าเฉลี่ยและ การแปลผล |
|---------------------------|-----------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|-----------------|--------------------------|
| | ไม่เห็น ตัวอย่าง ยิ่ง | ไม่เห็น ด้วย | เฉยๆ | เห็นด้วย | เห็นด้วย อย่างยิ่ง | | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | | |
| มีความดีงาม มีประโยชน์ | 27.00 (3.86) | 91.00 (13.00) | 244.00 (34.86) | 241.00 (34.43) | 97.00 (13.86) | 700 (100.00) | 3.41 เฉยๆ |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | | | | | | 700 (100.00) | 3.38 เฉยๆ |

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 1 แบบจริงใจ ของสี่ของแผ่นป้ายโฆษณาทั้ง 3 กลุ่มสี มีค่าเฉลี่ยในระดับ เฉยๆ (ค่าเฉลี่ย 3.38) บุคลิกภาพย่อยมีความคิดเห็น ในระดับเฉยๆ ดังต่อไปนี้ มีความดีงาม มีประโยชน์ (ค่าเฉลี่ย 3.41) เป็นคนมีความซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 3.38) เป็นคนจริงใจ (ค่าเฉลี่ย 3.37) และ เป็นคนรักครอบครัว, อบอุน (ค่าเฉลี่ย 3.35)

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 2 แบบนำตื่นเต้น ของสี่ของแผ่นป้ายโฆษณาทั้ง 3 วรรณะสี

| กลุ่มที่ 2 แบบนำตื่นเต้น | ระดับความคิดเห็น | | | | | รวม | ค่าเฉลี่ยและ การแปลผล |
|-----------------------------|-----------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|-----------------|--------------------------|
| | ไม่เห็น ตัวอย่าง ยิ่ง | ไม่เห็น ด้วย | เฉยๆ | เห็นด้วย | เห็นด้วย อย่างยิ่ง | | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | | |
| มีความกล้า ทำท่าย | 31.00 (4.43) | 104.00 (14.86) | 209.00 (29.86) | 217.00 (31.00) | 139.00 (19.86) | 700 (100.00) | 3.47 เฉยๆ |

ตารางที่ 18 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพ
ตราสินค้ากลุ่มที่ 2 แบบนำต้นต้น ของสีของแผ่นป้ายโฆษณาทั้ง 3 วรรณะสี

| กลุ่มที่ 2 แบบนำต้นต้น | ระดับความคิดเห็น | | | | | รวม | ค่าเฉลี่ยและ การแปลผล |
|---|------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|-----------------|--------------------------|
| | ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง | ไม่เห็น ด้วย | เฉยๆ | เห็นด้วย | เห็นด้วย อย่างยิ่ง | | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | | |
| มีความน่าสนใจ | 40.00 (5.71) | 119.00 (17.00) | 195.00 (27.86) | 192.00 (27.43) | 154.00 (22.00) | 700 (100.00) | 3.43 เฉยๆ |
| เป็นคนที่น่า ต้นต้น | 41.00 (5.86) | 138.00 (19.71) | 178.00 (25.43) | 198.00 (28.29) | 145.00 (20.71) | 700 (100.00) | 3.38 เฉยๆ |
| เป็นคนมีความ มุ่งมั่น | 19.00 (2.71) | 77.00 (11.00) | 201.00 (28.71) | 256.00 (36.57) | 147.00 (21.00) | 700 (100.00) | 3.62 เห็นด้วย |
| เป็นคนเท่ | 45.00 (6.43) | 98.00 (14.00) | 231.00 (33.00) | 178.00 (25.43) | 148.00 (21.14) | 700 (100.00) | 3.41 เฉยๆ |
| มีความเป็นวัยรุ่น | 43.00 (6.14) | 115.00 (16.43) | 194.00 (27.71) | 229.00 (32.71) | 119.00 (17.00) | 700 (100.00) | 3.38 เฉยๆ |
| เป็นคนมี จินตนาการ | 35.00 (5.00) | 118.00 (16.86) | 218.00 (31.14) | 216.00 (30.86) | 113.00 (16.14) | 700 (100.00) | 3.36 เฉยๆ |
| เป็นคนไม่เหมือน ใครโดดเด่น เฉพาะตัว | 28.00 (4.00) | 101.00 (14.43) | 198.00 (28.29) | 227.00 (32.43) | 146.00 (20.86) | 700 (100.00) | 3.52 เห็นด้วย |
| มีความทันสมัย | 37.00 (5.29) | 81.00 (11.57) | 231.00 (33.00) | 224.00 (32.00) | 127.00 (18.14) | 700 (100.00) | 3.46 เฉยๆ |
| ทำทุกอย่างได้ โดยไม่พึ่งใคร | 22.00 (3.14) | 71.00 (10.14) | 231.00 (33.00) | 235.00 (33.57) | 141.00 (20.14) | 700 (100.00) | 3.57 เห็นด้วย |
| เป็นคนร่วมสมัย | 27.00 (3.86) | 84.00 (12.00) | 240.00 (34.29) | 241.00 (34.43) | 108.00 (15.43) | 700 (100.00) | 3.46 เฉยๆ |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | | | | | | 700 (100.00) | 3.46 เฉยๆ |

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 2 แบบนำตื่นเต็น ของสีของแผ่นป้ายโฆษณาทั้ง 3 กลุ่มสี มีค่าเฉลี่ยในระดับ เฉยๆ (ค่าเฉลี่ย 3.46) บุคลิกภาพย่อยมีความคิดเห็น ในระดับเห็นด้วย 3 ลำดับดังนี้ เป็นคนมีความมุ่งมั่น (ค่าเฉลี่ย 3.62) ทำทุกอย่างได้โดยไม่พึ่งใคร (ค่าเฉลี่ย 3.57) และเป็นคนไม่เหมือนใคร โดดเด่นเฉพาะตัว (ค่าเฉลี่ย 3.52) มีความคิดเห็น ในระดับเฉยๆ ดังนี้ มีความกล้าทำทนาย (ค่าเฉลี่ย 3.47) มีความทันสมัย และเป็นคนร่วมสมัย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.46) มีความน่าสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.43) เป็นคนเท่ (ค่าเฉลี่ย 3.41) เป็นคนที่น่าตื่นเต็น และ มีความเป็นวัยรุ่น เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.38) เป็นคนมีจินตนาการ (ค่าเฉลี่ย 3.36)

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 3 แบบผู้มีความสามารถ ของสีของแผ่นป้ายโฆษณาทั้ง 3 วรรณะสี

| กลุ่มที่ 3 แบบผู้มีความสามารถ | ระดับความคิดเห็น | | | | | รวม | ค่าเฉลี่ยและการแปลผล |
|-------------------------------|----------------------|----------------|----------------|----------------|-------------------|-----------------|----------------------|
| | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วย | เฉยๆ | เห็นด้วย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | | |
| น่าเชื่อถือ | 22.00 | 116.00 | 198.00 | 239.00 | 125.00 | 700 | 3.47 |
| น่าไว้วางใจ | (3.14) | (16.57) | (28.29) | (4.14) | (17.86) | (100.00) | เห็นด้วย |
| เป็นคนขยัน | 19.00 | 91.00 | 243.00 | 247.00 | 100.00 | 700 | 3.45 |
| | (2.71) | (13.00) | (34.71) | (35.29) | (14.29) | (100.00) | เฉยๆ |
| เป็นคนมั่นคง | 16.00 | 98.00 | 196.00 | 270.00 | 120.00 | 700 | 3.56 |
| | (2.29) | (14.00) | (28.00) | (38.57) | (17.14) | (100.00) | เห็นด้วย |
| เป็นคนฉลาด | 17.00 | 81.00 | 232.00 | 231.00 | 139.00 | 700 | 3.54 |
| | (2.43) | (11.57) | (33.14) | (33.00) | (19.86) | (100.00) | เห็นด้วย |
| มีความเชี่ยวชาญ | 11.00 | 48.00 | 209.00 | 287.00 | 145.00 | 700 | 3.72 |
| มีทักษะ | (1.57) | (6.86) | (29.86) | (41.00) | (20.7) | (100.00) | เห็นด้วย |
| เป็นคนเห็นแก่ | 19.00 | 88.00 | 259.00 | 260.00 | 74.00 | 700 | 3.40 |
| ส่วนรวม | (2.71) | (12.57) | (37.00) | (37.14) | (10.57) | (100.00) | เฉยๆ |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | | | | | | 700 (100.00) | 3.53 เห็นด้วย |

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 3 ผู้มีความสามารถ ของสีของแผ่นป้ายโฆษณาทั้ง 3 กลุ่มสี มีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วย (3.53) บุคลิกภาพย่อยมีความคิดเห็น ในระดับเห็นด้วย 4 อันดับ ดังต่อไปนี้ มีความเชี่ยวชาญ มีทักษะ (ค่าเฉลี่ย 3.72) เป็นคนมั่นคง (ค่าเฉลี่ย 3.56) เป็นคนฉลาด (ค่าเฉลี่ย 3.54) และมีความคิดเห็น ในระดับ เฉยๆ ดังต่อไปนี้ น่าเชื่อถือ น่าไว้วางใจ (ค่าเฉลี่ย 3.47) เป็นคนขยัน (ค่าเฉลี่ย 3.45) และ เป็นคนเห็นแก่ส่วนรวม(ค่าเฉลี่ย 3.40)

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 4 แบบประสบความสำเร็จ ของสีของแผ่นป้ายโฆษณาทั้ง 3 วรรณะสี

| กลุ่มที่ 4 แบบประสบความสำเร็จ ความล้มเหลว | ระดับความคิดเห็น | | | | | รวม | ค่าเฉลี่ยและ การแปลผล |
|---|----------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------|--------------------------|
| | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วย | เฉยๆ | เห็นด้วย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | | |
| เป็นคนประสบความสำเร็จ | 37.00 (5.29) | 86.00 (12.29) | 215.00 (30.71) | 236.00 (33.71) | 126.00 (18.00) | 700 (100.00) | 3.47 เฉยๆ |
| มีความเป็นผู้นำ | 34.00 (4.86) | 58.00 (8.29) | 183.00 (26.14) | 249.00 (35.57) | 176.00 (25.14) | 700 (100.00) | 3.68 เห็นด้วย |
| มั่นใจในตนเอง | 22.00 (3.14) | 60.00 (8.57) | 164.00 (23.43) | 257.00 (36.71) | 197.00 (28.14) | 700 (100.00) | 3.78 เห็นด้วย |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | | | | | | 700 (100.00) | 3.64 เห็นด้วย |

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 4 แบบประสบความสำเร็จ ของสีของแผ่นป้ายโฆษณาทั้ง 3 กลุ่มสี มีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.64) บุคลิกภาพย่อยมีความคิดเห็น ในระดับเห็นด้วย ดังต่อไปนี้ มั่นใจในตนเอง (ค่าเฉลี่ย 3.78) มีความเป็นผู้นำ (ค่าเฉลี่ย 3.68) มีความคิดเห็นในระดับเฉยๆ คือ เป็นคนประสบความสำเร็จ (ค่าเฉลี่ย 3.47)

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตรา
สินค้ากลุ่มที่ 5 แบบหรรุหรา ของสีของแผ่นป้ายโฆษณาทั้ง 3 วรรณะสี

| กลุ่มที่ 5 แบบหรรุหรา | ระดับความคิดเห็น | | | | | รวม | ค่าเฉลี่ยและ การแปลผล |
|---------------------------|------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|-----------------|--------------------------|
| | ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง | ไม่เห็น ด้วย | เฉยๆ | เห็นด้วย | เห็นด้วย อย่างยิ่ง | | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | | |
| เป็นคนมีระดับ | 34.00 (4.86) | 61.00 (8.71) | 222.00 (31.71) | 219.00 (31.29) | 164.00 (23.43) | 700 (100.00) | 3.60 เห็นด้วย |
| เป็นคนใช้ ชีวิตหรรุหรา | 35.00 (5.00) | 109.00 (15.57) | 224.00 (32.00) | 193.00 (27.57) | 139.00 (19.86) | 700 (100.00) | 3.42 เฉยๆ |
| เป็นคนคูดี | 19.00 (2.71) | 51.00 (7.29) | 206.00 (29.43) | 282.00 (40.29) | 142.00 (20.29) | 700 (100.00) | 3.68 เห็นด้วย |
| เป็นคนมีเสน่ห์ | 15.00 (2.14) | 71.00 (10.14) | 230.00 (32.86) | 236.00 (33.71) | 148.00 (21.14) | 700 (100.00) | 3.62 เห็นด้วย |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | | | | | | 700 (100.00) | 3.58 เห็นด้วย |

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตรา
สินค้ากลุ่มที่ 5 แบบหรรุหรา ของสีของแผ่นป้ายโฆษณาทั้ง 3 กลุ่มสี มีค่าเฉลี่ยในระดับ เห็นด้วย
(ค่าเฉลี่ย 3.58) บุคลิกภาพย่อยมีความคิดเห็น ในระดับเห็นด้วย ดังต่อไปนี้ เป็นคนคูดี (ค่าเฉลี่ย
3.68) เป็นคนมีเสน่ห์ (ค่าเฉลี่ย 3.62) เป็นคนมีระดับ (ค่าเฉลี่ย 3.60) และมีความคิดเห็นในระดับ
เฉยๆ เป็นคนใช้ชีวิตหรรุหรา (ค่าเฉลี่ย 3.42)

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 6 แบบผู้หญิง อ่อน โชน ของสี่ของแผ่นป้ายโฆษณาทั้ง 3 วรรณะสี

| กลุ่มที่ 6 แบบผู้หญิง อ่อน โชน | ระดับความคิดเห็น | | | | | รวม | ค่าเฉลี่ยและ การแปลผล |
|--------------------------------------|------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|-----------------|--------------------------|
| | ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง | ไม่เห็น ด้วย | เฉยๆ | เห็นด้วย | เห็นด้วย อย่างยิ่ง | | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | | |
| มีความเป็น ผู้หญิง อ่อน โชน | 93.00 (13.29) | 162.00 (23.14) | 243.00 (34.71) | 122.00 (17.43) | 80.00 (11.43) | 700 (100.00) | 2.91 เลขๆ |
| เป็นคนเรียบ ง่าย | 64.00 (9.14) | 135.00 (19.29) | 180.00 (25.71) | 185.00 (26.43) | 136.00 (19.43) | 700 (100.00) | 3.28 เลขๆ |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | | | | | | 700 (100.00) | 3.10 เลขๆ |

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 6 แบบผู้หญิงอ่อน โชน ของสี่ของแผ่นป้ายโฆษณาทั้ง 3 กลุ่มสี มีค่าเฉลี่ยในระดับเฉยๆ (ค่าเฉลี่ย 3.10) บุคลิกภาพย่อยมีความคิดเห็น ในระดับเห็นด้วย ดังต่อไปนี้ เป็นคนเรียบง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.28) และมีความเป็นผู้หญิง อ่อน โชน (ค่าเฉลี่ย 2.91)

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตรา
สินค้ากลุ่มที่ 7 แบบห้าวหาญ ของสีของแผ่นป้ายโฆษณาทั้ง 3 วรรณะสี

| กลุ่มที่ 7 แบบห้าวหาญ | ระดับความคิดเห็น | | | | | รวม | ค่าเฉลี่ยและ การแปลผล |
|---------------------------------|------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|-----------------|--------------------------|
| | ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง | ไม่เห็น ด้วย | เฉยๆ | เห็นด้วย | เห็นด้วย อย่างยิ่ง | | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | | |
| มีความเป็นชาย เข้มแข็ง | 39.00 (5.57) | 89.00 (12.71) | 224.00 (32.00) | 179.00 (25.57) | 169.00 (24.14) | 700 (100.00) | 3.50 เห็นด้วย |
| มีความเป็น สากล | 29.00 (4.14) | 82.00 (11.71) | 233.00 (33.29) | 190.00 (27.14) | 166.00 (23.71) | 700 (100.00) | 3.55 เห็นด้วย |
| เป็นคนแข็ง แกร่ง ทรหด | 31.00 (4.43) | 101.00 (14.43) | 237.00 (33.86) | 172.00 (24.57) | 159.00 (22.71) | 700 (100.00) | 3.47 เฉยๆ |
| เป็นคนห้าว หาญ บึกบึน | 42.00 (6.00) | 118.00 (16.86) | 230.00 (32.86) | 159.00 (22.71) | 151.00 (21.57) | 700 (100.00) | 3.37 เฉยๆ |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | | | | | | 700 (100.00) | 3.47 เฉยๆ |

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตรา
สินค้ากลุ่มที่ 7 แบบมีความเป็นห้าวหาญ ของสีของแผ่นป้ายโฆษณาทั้ง 3 กลุ่มสี มีค่าเฉลี่ยในระดับ
เฉยๆ (ค่าเฉลี่ย 3.47) บุคลิกภาพย่อยมีความคิดเห็น ในระดับเห็นด้วย 2 อันดับ ดังต่อไปนี้ มีความ
เป็นสากล (ค่าเฉลี่ย 3.55) มีความเป็นชาย เข้มแข็ง (ค่าเฉลี่ย 3.50) และมีความคิดเห็นในระดับ เฉยๆ
ดังต่อไปนี้ เป็นคนแข็งแกร่ง ทรหด (ค่าเฉลี่ย 3.47) และ เป็นคนห้าวหาญ บึกบึน (ค่าเฉลี่ย 3.37)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้าโดยรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม
วรรณะของสีแผ่นป้ายโฆษณา สีวรรณะเย็น, สีวรรณะร้อน และสีกลาง

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยและการแปรผล ระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้าทั้ง 7 กลุ่ม
ของแผ่นป้ายโฆษณาสีวรรณะเย็น

| กลุ่มบุคลิกภาพ | ค่าเฉลี่ยและการแปรผล | ลำดับที่ |
|-------------------------------|----------------------|----------|
| กลุ่มที่ 1 แบบจริงจัง | 3.36 (เฉยๆ) | 5 |
| กลุ่มที่ 2 แบบน่าตื่นเต้น | 3.16 (เฉยๆ) | 7 |
| กลุ่มที่ 3 แบบผู้มีความสามารถ | 3.66 (เห็นด้วย) | 2 |
| กลุ่มที่ 4 แบบประสบความสำเร็จ | 3.44 (เฉยๆ) | 3 |
| กลุ่มที่ 5 แบบหรูหรา | 3.41 (เฉยๆ) | 4 |
| กลุ่มที่ 6 แบบผู้หญิง อ่อนโยน | 3.30 (เฉยๆ) | 6 |
| กลุ่มที่ 7 แบบหัวหาญ | 3.68 (เห็นด้วย) | 1 |

จากตารางที่ 24 พบว่า กลุ่มบุคลิกภาพ กลุ่มที่ 7 แบบหัวหาญ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด
(ค่าเฉลี่ย 3.37) รองลงมาคือ กลุ่มที่ 3 แบบผู้มีความสามารถ (ค่าเฉลี่ย 3.66) กลุ่มที่ 4 แบบประสพ
ความสำเร็จ (ค่าเฉลี่ย 3.44) กลุ่มที่ 5 แบบหรูหรา (ค่าเฉลี่ย 3.41) กลุ่มที่ 6 แบบผู้หญิง อ่อนโยน
(ค่าเฉลี่ย 3.3) กลุ่มที่ 1 แบบจริงจัง (ค่าเฉลี่ย 3.36) และ กลุ่มที่ 2 แบบน่าตื่นเต้น (ค่าเฉลี่ย 3.16)
ตามลำดับ

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตรา
สินค้ากลุ่มที่ 1 แบบจริงใจของแผ่นป้ายโฆษณาทีวีระยะเย็น

| กลุ่มที่ 1 แบบจริงใจ | ระดับความคิดเห็น | | | | | รวม | ค่าเฉลี่ยและ การแปลผล |
|---------------------------------|------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|-----------------|--------------------------|
| | ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง | ไม่เห็น ด้วย | เฉยๆ | เห็นด้วย | เห็นด้วย อย่างยิ่ง | | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | | |
| เป็นคนรัก ครอบครัว, อบอุ่น | 7.00 3.50 | 29.00 14.50 | 77.00 38.50 | 48.00 24.00 | 39.00 19.50 | 200 (100.00) | 3.42 เฉยๆ |
| เป็นคนมีความ ซื่อสัตย์ | 10.00 5.00 | 49.00 24.50 | 49.00 24.50 | 62.00 31.00 | 30.00 15.00 | 200 (100.00) | 3.27 เฉยๆ |
| เป็นคนจริงใจ | 10.00 5.00 | 35.00 17.50 | 55.00 27.50 | 71.00 35.50 | 29.00 14.50 | 200 (100.00) | 3.37 เฉยๆ |
| มีความดีงาม มี ประโยชน์ | 8.00 4.00 | 38.00 19.00 | 54.00 27.00 | 68.00 34.00 | 32.00 16.00 | 200 (100.00) | 3.39 เฉยๆ |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | | | | | | 200 (100.00) | 3.36 เฉยๆ |

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตรา
สินค้ากลุ่มที่ 1 แบบจริงใจ ของทีวีระยะเย็น มีค่าเฉลี่ยในระดับ เฉยๆ (ค่าเฉลี่ย 3.36) บุคลิกภาพย่อยมีความ
คิดเห็นในระดับเฉยๆ คือ เป็นคนรักครอบครัว, อบอุ่น (ค่าเฉลี่ย 3.42), มีความดีงาม มีประโยชน์
(ค่าเฉลี่ย 3.39) เป็นคนจริงใจ (ค่าเฉลี่ย 3.37) และ เป็นคนมีความซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 3.27)

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 2 แบบนำต้นต้น ของแผ่นป้ายโฆษณาสีวรรณะเข็ญ

| กลุ่มที่ 2 แบบนำต้นต้น | ระดับความคิดเห็น | | | | | รวม | ค่าเฉลี่ยและ การแปลผล |
|--|------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|-----------------|--------------------------|
| | ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง | ไม่เห็นด้วย | เฉยๆ | เห็นด้วย | เห็นด้วย อย่างยิ่ง | | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | | |
| มีความกล้า ทำทนาย | 14.00 (7.00) | 50.00 (25.00) | 56.00 (28.00) | 62.00 (31.00) | 18.00 (9.00) | 200 (100.00) | 3.10 เฉยๆ |
| มีความน่าสมัย | 17.00 (8.50) | 51.00 (25.50) | 57.00 (28.50) | 58.00 (29.00) | 17.00 (8.50) | 200 (100.00) | 3.04 เฉยๆ |
| เป็นคนที่น่า ต้นต้น | 19.00 (9.50) | 53.00 (26.50) | 52.00 (26.00) | 59.00 (29.50) | 17.00 (8.50) | 200 (100.00) | 3.01 เฉยๆ |
| เป็นคนมีความ มุ่งมั่น | 12.00 (6.00) | 26.00 (13.00) | 48.00 (24.00) | 79.00 (39.50) | 35.00 (17.50) | 200 (100.00) | 3.50 เห็นด้วย |
| เป็นคนเท่ | 18.00 (9.00) | 42.00 (21.00) | 50.00 (25.00) | 58.00 (29.00) | 32.00 (16.00) | 200 (100.00) | 3.22 เฉยๆ |
| มีความเป็นวัยรุ่น | 17.00 (8.50) | 56.00 (28.00) | 60.00 (30.00) | 49.00 (24.50) | 18.00 (9.00) | 200 (100.00) | 2.98 เฉยๆ |
| เป็นคนมี จินตนาการ | 14.00 (7.00) | 57.00 (28.50) | 73.00 (36.50) | 41.00 (20.50) | 15.00 (7.50) | 200 (100.00) | 2.93 เฉยๆ |
| เป็นคนไม่เหมือน ใคร โดดเด่น เฉพาะตัว | 14.00 (7.00) | 41.00 (20.50) | 69.00 (34.50) | 69.00 (34.50) | 7.00 (3.50) | 200 (100.00) | 3.07 เฉยๆ |
| มีความทันสมัย | 13.00 (6.50) | 36.00 (18.00) | 58.00 (29.00) | 74.00 (37.00) | 19.00 (9.50) | 200 (100.00) | 3.25 เฉยๆ |
| ทำทุกอย่างได้ โดยไม่พึ่งใคร | 15 (7.5) | 27 (13.5) | 49 (24.5) | 81 (40.5) | 28 (14) | 200 (100.00) | 3.40 เฉยๆ |
| เป็นคนร่วมสมัย | 16.00 (8.00) | 39.00 (19.50) | 47.00 (23.50) | 65.00 (32.50) | 33.00 (16.50) | 200 (100.00) | 3.30 เฉยๆ |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | | | | | | 200 (100.00) | 3.16 เฉยๆ |

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 2 แบบนำดินเต็นของสีเขียว มีค่าเฉลี่ยในระดับ เฉยๆ (ค่าเฉลี่ย 3.16) บุคลิกภาพย่อยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย 1 อันดับ คือ เป็นคนมีความมุ่งมั่น (ค่าเฉลี่ย 3.50) และ มีความคิดเห็นในระดับ เฉยๆ คือ ทำทุกอย่างได้โดยไม่พึ่งใคร (ค่าเฉลี่ย 3.40) เป็นคนร่วมสมัย(ค่าเฉลี่ย 3.30) มีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.25) เป็นคนเท่ (ค่าเฉลี่ย 3.22) มีความกล้าทำทนาย(ค่าเฉลี่ย 3.10) เป็นคนไม่เหมือนใคร โดดเด่น เฉพาะตัว(ค่าเฉลี่ย 3.07) มีความน่าสมัย(ค่าเฉลี่ย 3.04) เป็นคนที่น่าตื่นเต้น (ค่าเฉลี่ย 3.01) มีความเป็นวัยรุ่น(ค่าเฉลี่ย 2.98) และ เป็นคนมีจินตนาการ(ค่าเฉลี่ย 2.93)

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 3 แบบผู้มีความสามารถของแผ่นป้ายโฆษณาสี่วรรณะเย็น

| กลุ่มที่ 3 แบบ ผู้มีความสามารถ | ระดับความคิดเห็น | | | | | รวม | ค่าเฉลี่ยและ การแปลผล |
|-----------------------------------|------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|-----------------|--------------------------|
| | ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง | ไม่เห็น ด้วย | เฉยๆ | เห็นด้วย | เห็นด้วย อย่างยิ่ง | | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | | |
| น่าเชื่อถือ | 6.00 | 35.00 | 36.00 | 77.00 | 46.00 | 200 | 3.61 |
| น่าไว้วางใจ | (3.00) | (17.50) | (18.00) | (38.50) | (23.00) | (100.00) | เห็นด้วย |
| เป็นคนขยัน | 9.00 | 24.00 | 55.00 | 82.00 | 30.00 | 200 | 3.50 |
| | (4.50) | (12.00) | (27.50) | (41.00) | (15.00) | (100.00) | เห็นด้วย |
| เป็นคนมั่นคง | 4.00 | 30.00 | 28.00 | 90.00 | 48.00 | 200 | 3.74 |
| | (2.00) | (15.00) | (14.00) | (45.00) | (24.00) | (100.00) | เห็นด้วย |
| เป็นคนฉลาด | 7.00 | 23.00 | 34.00 | 89.00 | 47.00 | 200 | 3.73 |
| | (3.50) | (11.50) | (17.00) | (44.50) | (23.50) | (100.00) | เห็นด้วย |
| มีความเชี่ยวชาญ มีทักษะ | 5.00 | 24.00 | 26.00 | 87.00 | 58.00 | 200 | 3.85 |
| | (2.50) | (12.00) | (13.00) | (43.50) | (29.00) | (100.00) | เห็นด้วย |
| เป็นคนเห็นแก่ ส่วนรวม | 3.00 | 23.00 | 51.00 | 105.00 | 18.00 | 200 | 3.56 |
| | (1.50) | (11.50) | (25.50) | (52.50) | (9.00) | (100.00) | เห็นด้วย |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | | | | | | 200 (100.00) | 3.66 เห็นด้วย |

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 3 แบบผู้มีความสามารถ ของสีเขียว มีค่าเฉลี่ยในระดับ เห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.66) บุคลิกภาพย่อยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย ดังต่อไปนี้ มีความเชี่ยวชาญ มีทักษะ (ค่าเฉลี่ย 3.85) เป็นคนมั่นคง (ค่าเฉลี่ย 3.74) เป็นคนฉลาด (ค่าเฉลี่ย 3.73) น่าเชื่อถือน่าไว้วางใจ (ค่าเฉลี่ย 3.61) เป็นคนเห็นแก่ส่วนรวม (ค่าเฉลี่ย 3.56) และเป็นคนขยัน (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 4 แบบประสบความสำเร็จของแผ่นป้ายโฆษณาสี่วรรณะเขียน

| กลุ่มที่ 4 แบบประสบความสำเร็จ ความล้ำเลิศ | ระดับความคิดเห็น | | | | | รวม | ค่าเฉลี่ยและ การแปลผล |
|---|------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|-----------------|--------------------------|
| | ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง | ไม่เห็น ด้วย | เฉยๆ | เห็นด้วย | เห็นด้วย อย่างยิ่ง | | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | | |
| เป็นคนประสบความสำเร็จ | 17.00 (8.50) | 36.00 (18.00) | 64.00 (32.00) | 45.00 (22.50) | 38.00 (19.00) | 200 (100.00) | 3.26 เฉยๆ |
| มีความเป็นผู้นำ | 17.00 (8.50) | 19.00 (9.50) | 47.00 (23.50) | 67.00 (33.50) | 50.00 (25.00) | 200 (100.00) | 3.57 เห็นด้วย |
| มั่นใจในตนเอง | 15.00 (7.50) | 20.00 (10.00) | 60.00 (30.00) | 63.00 (31.50) | 42.00 (21.00) | 200 (100.00) | 3.49 เฉยๆ |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | | | | | | 200 (100.00) | 3.44 เฉยๆ |

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 4 แบบประสบความสำเร็จของสีเขียว มีค่าเฉลี่ยในระดับ เฉยๆ (ค่าเฉลี่ย 3.44) บุคลิกภาพย่อยมีความคิดเห็น ในระดับเห็นด้วย 1 อันดับคือ คือ มีความเป็นผู้นำ (ค่าเฉลี่ย 3.57) และความคิดเห็นในระดับ เฉยๆ คือ มั่นใจในตนเอง (ค่าเฉลี่ย 3.49) เป็นคนประสบความสำเร็จ (ค่าเฉลี่ย 3.26)

ตารางที่ 29 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตรา
สินค้ากลุ่มที่ 5 แบบหรรษาของแผ่นป้ายโฆษณาสี่วรรณะเย็น

| กลุ่มที่ 5 แบบหรรษา | ระดับความคิดเห็น | | | | | รวม | ค่าเฉลี่ยและ การแปลผล |
|-------------------------|------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|-----------------|--------------------------|
| | ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง | ไม่เห็น ด้วย | เฉยๆ | เห็นด้วย | เห็นด้วย อย่างยิ่ง | | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | | |
| เป็นคนมีระดับ | 18.00 (9.00) | 25.00 (12.50) | 79.00 (39.50) | 43.00 (21.50) | 35.00 (17.50) | 200 (100.00) | 3.26 เฉยๆ |
| เป็นคนใช้ ชีวิตหรรษา | 7.00 (3.50) | 39.00 (19.50) | 77.00 (38.50) | 54.00 (27.00) | 23.00 (11.50) | 200 (100.00) | 3.24 เฉยๆ |
| เป็นคนคูดี | 4.00 (2.00) | 13.00 (6.50) | 55.00 (27.50) | 103.00 (51.50) | 25.00 (12.50) | 200 (100.00) | 3.66 เห็นด้วย |
| เป็นคนมีเสน่ห์ | 6.00 (3.00) | 29.00 (14.50) | 77.00 (38.50) | 42.00 (21.00) | 46.00 (23.00) | 200 (100.00) | 3.47 เฉยๆ |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | | | | | | 200 (100.00) | 3.41 เฉยๆ |

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตรา
สินค้ากลุ่มที่ 5 แบบหรรษา ของสี่เย็น มีค่าเฉลี่ยในระดับ เฉยๆ (ค่าเฉลี่ย 3.41) บุคลิกภาพย่อยมีความ
คิดเห็นในระดับเห็นด้วย คือ เป็นคนคูดี (ค่าเฉลี่ย 3.66) เป็นคนมีเสน่ห์ และความคิดเห็นในระดับ
เฉยๆ (ค่าเฉลี่ย 3.47) เป็นคนมีระดับ (ค่าเฉลี่ย 3.26) และเป็นคนใช้ชีวิตหรรษา (ค่าเฉลี่ย 3.24)

ตารางที่ 30 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตรา
สินค้ากลุ่มที่ 6 แบบผู้หญิง อ่อน โยนของแผ่นป้ายโฆษณาทีวีวาระเย็น

| กลุ่มที่ 6 แบบผู้หญิง อ่อนโยน | ระดับความคิดเห็น | | | | | รวม | ค่าเฉลี่ยและ การแปลผล |
|----------------------------------|-----------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|-----------------|--------------------------|
| | ไม่เห็น ตัวอย่าง ยิ่ง | ไม่เห็น ด้วย | เฉยๆ | เห็นด้วย | เห็นด้วย อย่างยิ่ง | | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | | |
| มีความเป็นผู้หญิง อ่อน โยน | 13.00 (6.50) | 48.00 (24.00) | 91.00 (45.50) | 25.00 (12.50) | 23.00 (11.50) | 200 (100.00) | 2.99 เฉยๆ |
| เป็นคนเรียบง่าย | 7.00 (3.50) | 34.00 (17.00) | 42.00 (21.00) | 64.00 (32.00) | 53.00 (26.50) | 200 (100.00) | 3.61 เห็นด้วย |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | | | | | | 200 (100.00) | 3.30 เฉยๆ |

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตรา
สินค้ากลุ่มที่ 6 แบบผู้หญิง อ่อน โยน ของสี่ของแผ่นป้ายโฆษณาทีวีวาระเย็น มีค่าเฉลี่ยในระดับ เฉยๆ
(ค่าเฉลี่ย 3.30) บุคลิกภาพย่อยมีความคิดเห็น ในระดับเห็นด้วย คือ เป็นคนเรียบง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.61)
และมีความคิดเห็น ในระดับเฉยๆ ดังต่อไปนี้ คือ มีความเป็นผู้หญิง อ่อนโยน (ค่าเฉลี่ย 2.99)

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 7 แบบห้าวหาญของแผ่นป้ายโฆษณาทีวีระยะเย็น

| กลุ่มที่ 7 แบบห้าวหาญ | ระดับความคิดเห็น | | | | | รวม | ค่าเฉลี่ยและ การแปลผล |
|--------------------------|----------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------|--------------------------|
| | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วย | เฉยๆ | เห็นด้วย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | | |
| มีความเป็นชายเข้มแข็ง | 5.00 (2.50) | 22.00 (11.00) | 44.00 (22.00) | 68.00 (34.00) | 61.00 (30.50) | 200 (100.00) | 3.79 เห็นด้วย |
| มีความเป็นสากล | 8.00 (4.00) | 25.00 (12.50) | 55.00 (27.50) | 47.00 (23.50) | 65.00 (32.50) | 200 (100.00) | 3.68 เห็นด้วย |
| เป็นคนเข้มแข็งทรหด | 6.00 (3.00) | 21.00 (10.50) | 60.00 (30.00) | 61.00 (30.50) | 52.00 (26.00) | 200 (100.00) | 3.66 เห็นด้วย |
| เป็นคนห้าวหาญบึกบั่น | 9.00 (4.50) | 27.00 (13.50) | 59.00 (29.50) | 50.00 (25.00) | 55.00 (27.50) | 200 (100.00) | 3.58 เห็นด้วย |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | | | | | | 200 (100.00) | 3.68 เห็นด้วย |

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 7 แบบห้าวหาญของทีวีระยะเย็น มีค่าเฉลี่ยในระดับ เห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.68) บุคลิกภาพย่อยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย ดังต่อไปนี้ คือ มีความเป็นชายเข้มแข็ง (ค่าเฉลี่ย 3.79) มีความเป็นสากล (ค่าเฉลี่ย 3.68) เป็นคนเข้มแข็งทรหด (ค่าเฉลี่ย 3.66) และ เป็นคนห้าวหาญบึกบั่น (ค่าเฉลี่ย 3.58)

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผล ระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้าทั้ง 7 กลุ่มของแผ่นป้ายโฆษณาสีวรรณะร้อน

| กลุ่มบุคลิกภาพ | ค่าเฉลี่ยและการแปลผล | ลำดับที่ |
|-------------------------------|----------------------|----------|
| กลุ่มที่ 1 แบบจริงใจ | 3.30 (เฉยๆ) | 5 |
| กลุ่มที่ 2 แบบน่าตื่นเต้น | 3.76 (เห็นด้วย) | 2 |
| กลุ่มที่ 3 แบบผู้มีความสามารถ | 3.36 (เฉยๆ) | 4 |
| กลุ่มที่ 4 แบบประสบความสำเร็จ | 3.84 (เห็นด้วย) | 1 |
| กลุ่มที่ 5 แบบหรูหรา | 3.68 (เห็นด้วย) | 3 |
| กลุ่มที่ 6 แบบผู้หญิง อ่อนโยน | 2.64 (เฉยๆ) | 6 |
| กลุ่มที่ 7 แบบหัวหาญ | 3.36 (เฉยๆ) | 4 |

จากตารางที่ 32 พบว่า กลุ่มบุคลิกภาพที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ กลุ่มที่ 4 แบบประสบความสำเร็จ (ค่าเฉลี่ย 3.84) รองลงมาคือ กลุ่มที่ 2 แบบน่าตื่นเต้น (ค่าเฉลี่ย 3.76) กลุ่มที่ 5 แบบหรูหรา (ค่าเฉลี่ย 3.68) กลุ่มที่ 3 แบบผู้มีความสามารถ และกลุ่มที่ 7 แบบหัวหาญ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.36) กลุ่มที่ 1 แบบจริงใจ (ค่าเฉลี่ย 3.3) และ กลุ่มที่ 6 แบบผู้หญิง อ่อนโยน (ค่าเฉลี่ย 2.64)

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 1 แบบจริงใจของแผ่นป้ายโฆษณาสีวรรณะร้อน

| กลุ่มที่ 1 แบบจริงใจ | ระดับความคิดเห็น | | | | | รวม | ค่าเฉลี่ยและ การแปลผล |
|-------------------------------|------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|----------------|--------------------------|
| | ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง | ไม่เห็น ด้วย | เฉยๆ | เห็นด้วย | เห็นด้วย อย่างยิ่ง | | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | | |
| เป็นคนรัก ครอบครัว, อบอุ่น | 5 (2.5) | 51 (25.5) | 68 (34) | 53 (26.5) | 23 (11.5) | 200 (100.0) | 3.19 เฉยๆ |
| เป็นคนมีความ ซื่อสัตย์ | 7 (3.5) | 26 (13) | 87 43.5 | 59 29.5 | 21 10.5 | 200 (100.0) | 3.31 เฉยๆ |

ตารางที่ 33 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพ
ตราสินค้ากลุ่มที่ 1 แบบจริงใจของแผ่นป้ายโฆษณาทีวีวรรณะร้อน

| กลุ่มที่ 1 แบบจริงใจ | ระดับความคิดเห็น | | | | | รวม | ค่าเฉลี่ยและ การแปลผล |
|---------------------------------|------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|----------------|--------------------------|
| | ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง | ไม่เห็น ด้วย | เฉยๆ | เห็นด้วย | เห็นด้วย อย่างยิ่ง | | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | | |
| เป็นคนจริงใจ | 7 (3.5) | 39 (19.5) | 78 (39) | 49 (24.5) | 27 (13.5) | 200 (100.0) | 3.25 เฉยๆ |
| มีความดีงาม มีประโยชน์ | 10 (5) | 6 (3) | 88 (44) | 78 (39) | 18 (9) | 200 (100.0) | 3.44 เฉยๆ |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | | | | | | 200 (100.0) | 3.30 เฉยๆ |

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตรา
สินค้ากลุ่มที่ 1 แบบจริงใจ ของทีวีร้อน มีค่าเฉลี่ยในระดับ เฉยๆ (ค่าเฉลี่ย 3.30) บุคลิกภาพพ้อย มี
ความคิดเห็นในระดับ เฉยๆ ดังต่อไปนี้ มีความดีงาม มีประโยชน์ (ค่าเฉลี่ย 3.44) เป็นคนมีความ
ซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 3.31) เป็นคนจริงใจ (ค่าเฉลี่ย 3.25) และ เป็นคนรักครอบครัว, อบอุ่น (ค่าเฉลี่ย
3.19)

ตารางที่ 34 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 2 แบบนำต้นต้น ของแผ่นป้ายโฆษณาทีวีวาระร้อน

| กลุ่มที่ 2 แบบนำต้นต้น | ระดับความคิดเห็น | | | | | รวม | ค่าเฉลี่ยและ การแปลผล |
|--|------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|----------------|--------------------------|
| | ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง | ไม่เห็น ด้วย | เฉยๆ | เห็นด้วย | เห็นด้วย อย่างยิ่ง | | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | | |
| มีความกล้า ทำท่าย | 2 (1) | 4 (2) | 54 (27) | 77 (38.5) | 63 (31.5) | 200 (100.0) | 3.98 เห็นด้วย |
| มีความน่าสมัย | 2 (1) | 27 (13.5) | 42 (21) | 63 (31.5) | 66 (33) | 200 (100.0) | 3.82 เห็นด้วย |
| เป็นคนที่น่าต้นต้น | 2 (1) | 27 (13.5) | 38 (19) | 65 (32.5) | 68 (34) | 200 (100.0) | 3.85 เห็นด้วย |
| เป็นคนมีความ มุ่งมั่น | 0 (0.0) | 16 (8) | 56 (28) | 71 (35.5) | 57 (28.5) | 200 (100.0) | 3.85 เห็นด้วย |
| เป็นคนเท่ | 13 (6.5) | 21 (10.5) | 69 (34.5) | 50 (25) | 47 (23.5) | 200 (100.0) | 3.49 เห็นด้วย |
| มีความเป็นวัยรุ่น | 9 (4.5) | 20 (10) | 35 (17.5) | 82 (41) | 54 (27) | 200 (100.0) | 3.76 เห็นด้วย |
| เป็นคนมีจินตนาการ | 5 (2.5) | 24 (12) | 50 (25) | 75 (37.5) | 46 (23) | 200 (100.0) | 3.67 เห็นด้วย |
| เป็นคนไม่เหมือน ใคร โดดเด่น เฉพาะตัว | 5 (2.5) | 21 (10.5) | 36 (18) | 71 (35.5) | 67 (33.5) | 200 (100.0) | 3.87 เห็นด้วย |
| ความทันสมัย | 8 (4) | 11 (5.5) | 60 (30) | 68 (34) | 53 (26.5) | 200 (100.0) | 3.74 เห็นด้วย |
| ทำทุกอย่างได้โดย ไม่พึ่งใคร | 4 (2) | 16 (8) | 70 (35) | 57 (28.5) | 53 (26.5) | 200 (100.0) | 3.70 เห็นด้วย |
| เป็นคนร่วมสมัย | 7.00 (3.50) | 13.00 (6.50) | 55.00 (27.50) | 90.00 (45.00) | 35.00 (17.50) | 200 (100.0) | 3.67 เห็นด้วย |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | | | | | | 200 (100.0) | 3.76 เห็นด้วย |

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 2 แบบนำตื่นเต้น ของสีของแผ่นป้ายโฆษณาสีร้อน มีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.76) บุคลิกภาพย่อยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย ดังต่อไปนี้ คือ มีความกล้า ทำท่าย (ค่าเฉลี่ย 3.98) เป็นคนไม่เหมือนใคร โดดเด่น เฉพาะตัว (ค่าเฉลี่ย 3.87) เป็นคนที่น่าตื่นเต้น (ค่าเฉลี่ย 3.85) เป็นคนมีความมุ่งมั่น (ค่าเฉลี่ย 3.85) มีความน่าสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.82) มีความเป็นวัยรุ่น (ค่าเฉลี่ย 3.76) มีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.74) ทำทุกอย่างได้โดยไม่พึ่งใคร (ค่าเฉลี่ย 3.7) เป็นคนมีจินตนาการ (ค่าเฉลี่ย 3.67) เป็นคนร่วมสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.67) และเป็นคนเท่ (ค่าเฉลี่ย 3.49)

ตารางที่ 35 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 3 แบบผู้มีความสามารถของแผ่นป้ายโฆษณาสีวอร์ณะร้อน

| กลุ่มที่ 3 แบบผู้มีความสามารถ | ระดับความคิดเห็น | | | | | รวม | ค่าเฉลี่ยและการแปลผล |
|-------------------------------|----------------------|----------------|----------------|----------------|-------------------|-------------|----------------------|
| | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วย | เฉยๆ | เห็นด้วย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | | |
| น่าเชื่อถือ | 7 (3.5) | 33 (16.5) | 68 (34) | 72 (36) | 20 (10) | 200 (100.0) | 3.33 |
| น่าไว้วางใจ | | | | | | | เฉยๆ |
| เป็นคนขยัน | 5 (2.5) | 38 (19) | 64 (32) | 74 (37) | 19 (9.5) | 200 (100.0) | 3.32 |
| เป็นคนมั่นคง | 6 (3) | 38 (19) | 70 (35) | 65 (32.5) | 21 (10.5) | 200 (100.0) | 3.40 |
| เป็นคนฉลาด | 4 (2) | 34 (17) | 73 (36.5) | 56 (28) | 33 (16.5) | 200 (100.0) | 3.29 |
| มีความเชี่ยวชาญ มีทักษะ | 4 (2) | 14 (7) | 61 (30.5) | 92 (46) | 29 (14.5) | 200 (100.0) | 3.64 เห็นด้วย |
| เป็นคนเห็นแก่ส่วนรวม | 9 (4.5) | 41 (20.5) | 72 (36) | 64 (32) | 14 (7) | 200 (100.0) | 3.17 |
| | ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | | | | | 200 (100.0) | 3.36 |
| | | | | | | | เฉยๆ |

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 3 แบบผู้มีความสามารถ ของสีร้อน มีค่าเฉลี่ยในระดับ เฉยๆ (ค่าเฉลี่ย 3.36) บุคลิกภาพย่อยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย 1 อันดับ คือ มีความเชี่ยวชาญ มีทักษะ (ค่าเฉลี่ย 3.64) และมีความคิดเห็นในระดับ เฉยๆ ดังต่อไปนี้ เป็นคนมั่นคง (ค่าเฉลี่ย 3.4) น่าเชื่อถือ น่าไว้วางใจ (ค่าเฉลี่ย 3.33) เป็นคนขยัน (ค่าเฉลี่ย 3.32) เป็นคนฉลาด (ค่าเฉลี่ย 3.29) และ เป็นคนเห็นแก่ส่วนรวม (ค่าเฉลี่ย 3.17)

ตารางที่ 36 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 4 แบบประสบความสำเร็จของแผ่นป้ายโฆษณาสีวรรณะร้อน

| กลุ่มที่ 4 แบบประสบความสำเร็จ ความสำเร็จ | ระดับความคิดเห็น | | | | | รวม | ค่าเฉลี่ยและ การแปลผล |
|--|------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|----------------|--------------------------|
| | ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง | ไม่เห็น ด้วย | เฉยๆ | เห็นด้วย | เห็นด้วย อย่างยิ่ง | | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | | |
| เป็นคนประสบความสำเร็จ | 6 (3) | 13 (6.5) | 43 (21.5) | 100 (50) | 38 (19) | 200 (100.0) | 3.76 เห็นด้วย |
| มีความเป็นผู้นำ | 9.00 (4.50) | 15.00 (7.50) | 50.00 (25.00) | 80.00 (40.00) | 46.00 (23.00) | 200 (100.0) | 3.69 เห็นด้วย |
| มั่นใจในตนเอง | 4.00 (2.00) | 11.00 (5.50) | 24.00 (12.00) | 88.00 (44.00) | 73.00 (36.50) | 200 (100.0) | 4.08 เห็นด้วย |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | | | | | | 200 (100.0) | 3.84 เห็นด้วย |

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 4 แบบประสบความสำเร็จ ของสีร้อนสีของแผ่นป้ายโฆษณาสีร้อน มีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.84) บุคลิกภาพย่อย มีความคิดเห็นแบบเห็นด้วย คือ มั่นใจในตนเอง (ค่าเฉลี่ย 4.08) เป็นคนประสบความสำเร็จ (ค่าเฉลี่ย 3.76) และมีความเป็นผู้นำ (ค่าเฉลี่ย 3.69)

ตารางที่ 37 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตรา
สินค้ากลุ่มที่ 5 แบบหุรหราชองแผ่นดินป้ายโฆษณาสี่วรรณะร้อน

| กลุ่มที่ 5 แบบหุรหราช | ระดับความคิดเห็น | | | | | รวม | ค่าเฉลี่ยและ การแปลผล |
|---------------------------|------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|----------------|--------------------------|
| | ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง | ไม่เห็น ด้วย | เฉยๆ | เห็นด้วย | เห็นด้วย อย่างยิ่ง | | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | | |
| เป็นคนมีระดับ | 10 (5) | 6 (3) | 51 (25.5) | 81 (40.5) | 52 (26) | 200 (100.0) | 3.80 เห็นด้วย |
| เป็นคนใช้ ชีวิตหุรหราช | 13 (6.5) | 19 (9.5) | 66 (33) | 52 (26) | 50 (25) | 200 (100.0) | 3.54 เห็นด้วย |
| เป็นคนคูดี | 9 (4.5) | 11 (5.5) | 54 (27) | 82 (41) | 44 (22) | 200 (100.0) | 3.71 เห็นด้วย |
| เป็นคนมีเสน่ห์ | 6 (3) | 8 (4) | 67 (33.5) | 81 (40.5) | 38 (19) | 200 (100.0) | 3.69 เห็นด้วย |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | | | | | | 200 (100.0) | 3.68 เห็นด้วย |

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตรา
สินค้ากลุ่มที่ 3 แบบหุรหราชองสี่ร้อน มีค่าเฉลี่ยในระดับ เห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.68) บุคลิกภาพย่อยมี
ความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย ดังต่อไปนี้ เป็นคนมีระดับ (ค่าเฉลี่ย 3.80) เป็นคนคูดี (ค่าเฉลี่ย 3.71)
เป็นคนมีเสน่ห์ (ค่าเฉลี่ย 3.69) และ เป็นคนใช้ ชีวิตหุรหราช (ค่าเฉลี่ย 3.54)

ตารางที่ 38 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตรา
สินค้ากลุ่มที่ 6 แบบผู้หญิง อ่อน โยนของแผ่นป้ายโฆษณาทีวีวอร์เนอร์

| กลุ่มที่ 6 แบบผู้หญิง อ่อนโยน | ระดับความคิดเห็น | | | | | รวม | ค่าเฉลี่ยและ การแปลผล |
|----------------------------------|--------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|----------------|--------------------------|
| | ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง | ไม่เห็น ด้วย | เฉยๆ | เห็นด้วย | เห็นด้วย อย่างยิ่ง | | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | | |
| มีความเป็นผู้หญิง อ่อนโยน | 40 (20) | 52 (26) | 61 (30.5) | 32 (16) | 15 (7.5) | 200 (100.0) | 2.65 เฉยๆ |
| เป็นคนเรียบง่าย | 43 (21.5) | 52 (26) | 60 (30) | 27 (13.5) | 18 (9) | 200 (100.0) | 2.63 เฉยๆ |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | | | | | | 200 (100.0) | 2.64 เฉยๆ |

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตรา
สินค้ากลุ่มที่ 6 แบบผู้หญิง อ่อนโยนของทีวีวอร์เนอร์ มีค่าเฉลี่ยในระดับ เฉยๆ (ค่าเฉลี่ย 2.64) บุคลิกภาพ
ย่อยมีความคิดเห็นในระดับเฉยๆ ดังต่อไปนี้ มีความเป็นผู้หญิง อ่อนโยน (ค่าเฉลี่ย 2.65) และเป็น
คนเรียบง่าย (ค่าเฉลี่ย 2.64)

ตารางที่ 39 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 7 แบบห้าวหาญของแผ่นป้ายโฆษณาทีวีวรรณร่อน

| กลุ่มที่ 7 แบบห้าวหาญ | ระดับความคิดเห็น | | | | | รวม | ค่าเฉลี่ยและ การแปลผล |
|---------------------------------|------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|----------------|--------------------------|
| | ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง | ไม่เห็น ด้วย | เฉยๆ | เห็นด้วย | เห็นด้วย อย่างยิ่ง | | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | | |
| มีความเป็นชาย เข้มแข็ง | 13.00 (6.50) | 23.00 (11.50) | 80.00 (40.00) | 44.00 (22.00) | 40.00 (20.00) | 200 (100.0) | 3.38 เฉยๆ |
| มีความเป็นสากล | 14.00 (7.00) | 17.00 (8.50) | 80.00 (40.00) | 56.00 (28.00) | 33.00 (16.50) | 200 (100.0) | 3.39 เฉยๆ |
| เป็นคน แข็งแกร่ง ทรหด | 11.00 (5.50) | 31.00 (15.50) | 75.00 (37.50) | 40.00 (20.00) | 43.00 (21.50) | 200 (100.0) | 3.37 เฉยๆ |
| เป็นคนห้าวหาญ บึกบึน | 9.00 (4.50) | 35.00 (17.50) | 79.00 (39.50) | 45.00 (22.50) | 32.00 (16.00) | 200 (100.0) | 3.28 เฉยๆ |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | | | | | | 200 (100.0) | 3.36 เฉยๆ |

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 7 แบบห้าวหาญของทีวีวรรณร่อน มีค่าเฉลี่ยในระดับ เฉยๆ (ค่าเฉลี่ย 3.36) บุคลิกภาพย่อยมีความคิดเห็นในระดับเฉยๆ ดังต่อไปนี้ มีความเป็นสากล (ค่าเฉลี่ย 3.39) มีความเป็นชาย เข้มแข็ง (ค่าเฉลี่ย 3.38) เป็นคนแข็งแกร่ง ทรหด (ค่าเฉลี่ย 3.37) และ เป็นคนห้าวหาญ บึกบึน (ค่าเฉลี่ย 3.28)

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผล ระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้าทั้ง 7 กลุ่มของแผ่นป้ายโฆษณาทีวีกลาง

| กลุ่มบุคลิกภาพ | ค่าเฉลี่ยและการแปลผล | ลำดับที่ |
|--------------------------|----------------------|----------|
| กลุ่มที่ 1 แบบจริงจัง | 3.44 (เฉยๆ) | 5 |
| กลุ่มที่ 2 แบบนำดีต้นต้น | 3.46 (เฉยๆ) | 4 |

ตารางที่ 40 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผล ระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้าทั้ง 7 กลุ่มของแผ่นป้ายโฆษณาสีกลาง

| กลุ่มบุคลิกภาพ | ค่าเฉลี่ยและการแปลผล | ลำดับที่ |
|-------------------------------|----------------------|----------|
| กลุ่มที่ 3 แบบผู้มีความสามารถ | 3.55 (เห็นด้วย) | 3 |
| กลุ่มที่ 4 แบบประสบความสำเร็จ | 3.65 (เห็นด้วย) | 1 |
| กลุ่มที่ 5 แบบหรูหรา | 3.63 (เห็นด้วย) | 2 |
| กลุ่มที่ 6 แบบผู้หญิง อ่อนโยน | 3.30 (เฉยๆ) | 7 |
| กลุ่มที่ 7 แบบหัวหาญ | 3.41 (เฉยๆ) | 6 |

จากตารางที่ 40 พบว่า กลุ่มบุคลิกภาพที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ กลุ่มที่ 4 แบบประสบความสำเร็จ (ค่าเฉลี่ย 3.65) รองลงมาคือ กลุ่มที่ 5 แบบหรูหรา (ค่าเฉลี่ย 3.63) กลุ่มที่ 3 แบบผู้มีความสามารถ (ค่าเฉลี่ย 3.55) กลุ่มที่ 2 แบบน่าตื่นเต้น (ค่าเฉลี่ย 3.46) กลุ่มที่ 1 แบบจริงจัง (ค่าเฉลี่ย 3.44) กลุ่มที่ 7 แบบหัวหาญ (ค่าเฉลี่ย 3.41) และกลุ่มที่ 6 แบบผู้หญิง อ่อนโยน (ค่าเฉลี่ย 3.30) ตามลำดับ

ตารางที่ 41 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 1 แบบจริงจังของแผ่นป้ายโฆษณาสีกลาง

| กลุ่มที่ 1 แบบจริงจัง | ระดับความคิดเห็น | | | | | รวม | ค่าเฉลี่ยและ การแปลผล |
|------------------------------|------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|-----------------|--------------------------|
| | ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง | ไม่เห็น ด้วย | เฉยๆ | เห็นด้วย | เห็นด้วย อย่างยิ่ง | | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | | |
| เป็นคนรักครอบครัว, อบอุ่น | 8.00 (2.67) | 40.00 (13.33) | 110.00 (36.67) | 107.00 (35.67) | 35.00 (11.67) | 300 (100.00) | 3.40 เฉยๆ |
| เป็นคนมีความ ซื่อสัตย์ | 8.00 (2.67) | 39.00 (13.00) | 101.00 (33.67) | 96.00 (32.00) | 56.00 (18.67) | 300 (100.00) | 3.51 เห็นด้วย |
| เป็นคนจริงจัง | 10.00 (3.33) | 49.00 (16.33) | 94.00 (31.33) | 92.00 (30.67) | 55.00 (18.33) | 300 (100.00) | 3.44 เฉยๆ |

ตารางที่ 41 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพ
ตราสินค้ากลุ่มที่ 1 แบบจริงใจของแผ่นป้ายโฆษณาสีกลาง

| กลุ่มที่ 1 แบบจริงใจ | ระดับความคิดเห็น | | | | | รวม | ค่าเฉลี่ยและ การแปลผล |
|----------------------------|------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|-----------------|--------------------------|
| | ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง | ไม่เห็น ด้วย | เฉยๆ | เห็นด้วย | เห็นด้วย อย่างยิ่ง | | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | | |
| มีความดีงาม มี ประโยชน์ | 9.00 (3.00) | 47.00 (15.67) | 102.00 (34.00) | 95.00 (31.67) | 47.00 (15.67) | 300 (100.00) | 3.41 เฉยๆ |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | | | | | | 300 (100.00) | 3.44 เฉยๆ |

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตรา
สินค้ากลุ่มที่ 1 แบบจริงใจของสีกลาง มีค่าเฉลี่ยในระดับ เฉยๆ (ค่าเฉลี่ย 3.44) บุคลิกภาพย่อยมี
ความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย1 อันดับ ดังนี้ เป็นคนมีความซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย 3.51) และบุคลิกภาพ
ย่อยมีความคิดเห็นในระดับ เฉยๆ ดังต่อไปนี้ เป็นคนจริงใจ (ค่าเฉลี่ย 3.44) มีความดีงาม มี
ประโยชน์ (ค่าเฉลี่ย 3.41) และเป็นคนรักครอบครัว, อบอุน (ค่าเฉลี่ย 3.40)

ตารางที่ 42 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตรา
สินค้ากลุ่มที่ 2 แบบนำต้นเต็น ของแผ่นป้ายโฆษณาสีกลาง

| กลุ่มที่ 2 แบบนำต้นเต็น | ระดับความคิดเห็น | | | | | รวม | ค่าเฉลี่ยและ การแปลผล |
|----------------------------|------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|-----------------|--------------------------|
| | ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง | ไม่เห็น ด้วย | เฉยๆ | เห็นด้วย | เห็นด้วย อย่างยิ่ง | | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | | |
| มีความกล้าทำทาส | 15.00 (5.00) | 50.00 (16.67) | 99.00 (33.00) | 78.00 (26.00) | 58.00 (19.33) | 300 (100.00) | 3.38 เฉยๆ |

ตารางที่ 42 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพ
ตราสินค้ากลุ่มที่ 2 แบบนำต้นต้น ของแผ่นป้ายโฆษณาสีกลาง

| กลุ่มที่ 2 แบบนำต้นต้น | ระดับความคิดเห็น | | | | | รวม | ค่าเฉลี่ยและ การแปลผล |
|---|------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|-----------------|--------------------------|
| | ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง | ไม่เห็น ด้วย | เฉยๆ | เห็นด้วย | เห็นด้วย อย่างยิ่ง | | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | | |
| มีความน่าสมัย | 21.00 (7.00) | 41.00 (13.67) | 96.00 (32.00) | 71.00 (23.67) | 71.00 (23.67) | 300 (100.00) | 3.43 เฉยๆ |
| เป็นคนที่น่า ต้นต้น | 20.00 (6.67) | 58.00 (19.33) | 88.00 (29.33) | 74.00 (24.67) | 60.00 (20.00) | 300 (100.00) | 3.32 เฉยๆ |
| เป็นคนมีความ มุ่งมั่น | 7.00 (2.33) | 35.00 (11.67) | 97.00 (32.33) | 106.00 (35.33) | 55.00 (18.33) | 300 (100.00) | 3.56 เห็นด้วย |
| เป็นคนเท่ | 14.00 (4.67) | 35.00 (11.67) | 112.00 (37.33) | 70.00 (23.33) | 69.00 (23.00) | 300 (100.00) | 3.48 เฉยๆ |
| มีความเป็นวัยรุ่น | 17.00 (5.67) | 39.00 (13.00) | 99.00 (33.00) | 98.00 (32.67) | 47.00 (15.67) | 300 (100.00) | 3.40 เฉยๆ |
| เป็นคนมี จินตนาการ | 16.00 (5.33) | 37.00 (12.33) | 95.00 (31.67) | 100.00 (33.33) | 52.00 (17.33) | 300 (100.00) | 3.45 เฉยๆ |
| เป็นคนไม่เหมือน ใครโดดเด่น เฉพาะตัว | 9.00 (3.00) | 39.00 (13.00) | 93.00 (31.00) | 87.00 (29.00) | 72.00 (24.00) | 300 (100.00) | 3.58 เห็นด้วย |
| มีความทันสมัย | 16.00 (5.33) | 34.00 (11.33) | 113.00 (37.67) | 82.00 (27.33) | 55.00 (18.33) | 300 (100.00) | 3.42 เฉยๆ |
| ทำทุกอย่างได้โดย ไม่พึ่งใคร | 3.00 (1.00) | 28.00 (9.33) | 112.00 (37.33) | 97.00 (32.33) | 60.00 (20.00) | 300 (100.00) | 3.61 เห็นด้วย |
| เป็นคนร่วมสมัย | 4.00 (1.33) | 32.00 (10.67) | 138.00 (46.00) | 86.00 (28.67) | 40.00 (13.33) | 300 (100.00) | 3.42 เฉยๆ |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | | | | | | 300 (100.00) | 3.46 เฉยๆ |

จากตารางที่ 42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 2 แบบนำตื่นเต็นของสีกลาง มีค่าเฉลี่ยในระดับ เฉยๆ(ค่าเฉลี่ย 3.46) บุคลิกภาพย่อยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย 3 อันดับ ดังนี้ ทำทุกอย่างได้โดยไม่พึ่งใคร (ค่าเฉลี่ย3.61) เป็นคนไม่เหมือนใคร โดดเด่น เฉพาะตัว (ค่าเฉลี่ย3.58) และ เป็นคนมีความมุ่งมั่น (ค่าเฉลี่ย3.56) และ บุคลิกภาพย่อยมีความคิดเห็นในระดับ เฉยๆ ดังต่อไปนี้ เป็นคนเท่ (ค่าเฉลี่ย3.48) เป็นคนมีจินตนาการ(ค่าเฉลี่ย3.45) มีความน้าสมัย (ค่าเฉลี่ย3.43) มีความทันสมัย (ค่าเฉลี่ย3.42) เป็นคนร่วมสมัย (ค่าเฉลี่ย3.42) มีความเป็นวัยรุ่น (ค่าเฉลี่ย3.40) มีความกล้าทำท่าย (ค่าเฉลี่ย3.38) และเป็นคนที่นำตื่นเต็น (ค่าเฉลี่ย3.32)

ตารางที่ 43 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 3 แบบผู้มีความสามารถของแผ่นป้ายโฆษณาสีกลาง

| กลุ่มที่ 3 แบบผู้มีความสามารถ | ระดับความคิดเห็น | | | | | รวม | ค่าเฉลี่ยและการแปลผล |
|-------------------------------|----------------------|----------------|----------------|----------------|-------------------|----------|----------------------|
| | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วย | เฉยๆ | เห็นด้วย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | | |
| น่าเชื่อถือ | 9.00 | 48.00 | 94.00 | 90.00 | 59.00 | 300 | 3.47 |
| น่าไว้วางใจ | (3.00) | (16.00) | (31.33) | (30.00) | (19.67) | (100.00) | เฉยๆ |
| เป็นคนขยัน | 5.00 | 29.00 | 124.00 | 91.00 | 51.00 | 300 | 3.51 |
| | (1.67) | (9.67) | (41.33) | (30.33) | (17.00) | (100.00) | เห็นด้วย |
| เป็นคนมั่นคง | 6.00 | 30.00 | 98.00 | 115.00 | 51.00 | 300 | 3.58 |
| | (2.00) | (10.00) | (32.67) | (38.33) | (17.00) | (100.00) | เห็นด้วย |
| เป็นคนฉลาด | 6.00 | 24.00 | 125.00 | 86.00 | 59.00 | 300 | 3.56 |
| | (2.00) | (8.00) | (41.67) | (28.67) | (19.67) | (100.00) | เห็นด้วย |
| มีความเชี่ยวชาญ | 2.00 | 10.00 | 122.00 | 108.00 | 58.00 | 300 | 3.70 |
| มีทักษะ | (0.67) | (3.33) | (40.67) | (36.00) | (19.33) | (100.00) | เห็นด้วย |
| เป็นคนเห็นแก่ | 7.00 | 24.00 | 136.00 | 91.00 | 42.00 | 300 | 3.46 |
| ส่วนรวม | (2.33) | (8.00) | (45.33) | (30.33) | (14.00) | (100.00) | เฉยๆ |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | | | | | | 300 | 3.55 |
| | | | | | | (100.00) | เห็นด้วย |

จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 3 แบบผู้มีความสามารถของสีกลาง มีค่าเฉลี่ยในระดับ เห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.55) บุคลิกภาพย่อยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย ดังต่อไปนี้ มีความเชี่ยวชาญ มีทักษะ (ค่าเฉลี่ย 3.70) เป็นคนมั่นคง (ค่าเฉลี่ย 3.58) เป็นคนฉลาด (ค่าเฉลี่ย 3.56) และเป็นคนขยัน (ค่าเฉลี่ย 3.51) และบุคลิกภาพย่อยมีความคิดเห็นในระดับ เฉยๆ ดังต่อไปนี้ น่าเชื่อถือ น่าไว้วางใจ (ค่าเฉลี่ย 3.47) และเป็นคนเห็นแก่ส่วนรวม (ค่าเฉลี่ย 3.46)

ตารางที่ 44 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 4 แบบประสบความสำเร็จของแผ่นป้ายโฆษณาสีกลาง

| กลุ่มที่ 4 แบบประสบความสำเร็จ ความกล้าจริง | ระดับความคิดเห็น | | | | | รวม | ค่าเฉลี่ยและ การแปลผล |
|--|----------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------|--------------------------|
| | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วย | เฉยๆ | เห็นด้วย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | | |
| เป็นคนประสบความสำเร็จ | 14.00 (4.67) | 37.00 (12.33) | 108.00 (36.00) | 91.00 (30.33) | 50.00 (16.67) | 300 (100.00) | 3.42 เฉยๆ |
| มีความเป็นผู้นำ | 8.00 (2.67) | 24.00 (8.00) | 86.00 (28.67) | 102.00 (34.00) | 80.00 (26.67) | 300 (100.00) | 3.74 เห็นด้วย |
| มั่นใจในตนเอง | 3.00 (1.00) | 29.00 (9.67) | 80.00 (26.67) | 106.00 (35.33) | 82.00 (27.33) | 300 (100.00) | 3.78 เห็นด้วย |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | | | | | | 300 (100.00) | 3.65 เห็นด้วย |

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 4 แบบประสบความสำเร็จ มีค่าเฉลี่ยในระดับ เห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.65) บุคลิกภาพย่อยมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย ดังต่อไปนี้ มั่นใจในตนเอง (ค่าเฉลี่ย 3.78) และมีความเป็นผู้นำ (ค่าเฉลี่ย 3.74) และบุคลิกภาพย่อยมีความคิดเห็นในระดับ เฉยๆ ดังนี้ เป็นคนประสบความสำเร็จ (ค่าเฉลี่ย 3.42)

ตารางที่ 45 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตรา
สินค้ากลุ่มที่ 5 แบบหรรษาของแผ่นป้ายโฆษณาสี่กลาง

| กลุ่มที่ 5 แบบหรรษา | ระดับความคิดเห็น | | | | | รวม | ค่าเฉลี่ยและ การแปลผล |
|-------------------------|------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|-----------------|--------------------------|
| | ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง | ไม่เห็น ด้วย | เฉยๆ | เห็นด้วย | เห็นด้วย อย่างยิ่ง | | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | | |
| เป็นคนมีระดับ | 6.00 (2.00) | 30.00 (10.00) | 92.00 (30.67) | 95.00 (31.67) | 77.00 (25.67) | 300 (100.00) | 3.69 เห็นด้วย |
| เป็นคนใช้ ชีวิตหรรษา | 15.00 (5.00) | 51.00 (17.00) | 81.00 (27.00) | 87.00 (29.00) | 66.00 (22.00) | 300 (100.00) | 3.46 เฉยๆ |
| เป็นคนดูดี | 6.00 (2.00) | 27.00 (9.00) | 97.00 (32.33) | 97.00 (32.33) | 73.00 (24.33) | 300 (100.00) | 3.68 เห็นด้วย |
| เป็นคนมีเสน่ห์ | 3.00 (1.00) | 34.00 (11.33) | 86.00 (28.67) | 113.00 (37.67) | 64.00 (21.33) | 300 (100.00) | 3.67 เห็นด้วย |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | | | | | | 300 (100.00) | 3.63 เห็นด้วย |

จากตารางที่ 45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตรา
สินค้ากลุ่มที่ กลุ่มที่ 5 แบบหรรษาของสี่กลาง มีค่าเฉลี่ยในระดับ เห็นด้วย (ค่าเฉลี่ย 3.63)
บุคลิกภาพย่อยมีความคิดเห็นในระดับ เห็นด้วย ดังต่อไปนี้ เป็นคนมีระดับ (ค่าเฉลี่ย 3.69) เป็นคนดู
ดี (ค่าเฉลี่ย 3.68) และเป็นคนมีเสน่ห์ (ค่าเฉลี่ย 3.67) บุคลิกภาพย่อยมีความคิดเห็นในระดับเฉยๆ
ดังนี้ เป็นคนใช้ ชีวิตหรรษา (ค่าเฉลี่ย 3.46)

ตารางที่ 46 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 6 แบบผู้หญิง อ่อน โยนของแผ่นป้ายโฆษณาสีกลาง

| กลุ่มที่ 6 แบบผู้หญิง อ่อนโยน | ระดับความคิดเห็น | | | | | รวม | ค่าเฉลี่ยและ การแปลผล |
|-------------------------------------|------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|-----------------|--------------------------|
| | ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง | ไม่เห็น ด้วย | เฉยๆ | เห็นด้วย | เห็นด้วย อย่างยิ่ง | | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | | |
| มีความเป็นผู้หญิง อ่อนโยน | 40.00 (13.33) | 62.00 (20.67) | 91.00 (30.33) | 65.00 (21.67) | 42.00 (14.00) | 300 (100.00) | 3.02 เฉยๆ |
| เป็นคนเรียบง่าย | 14.00 (4.67) | 49.00 (16.33) | 78.00 (26.00) | 94.00 (31.33) | 65.00 (21.67) | 300 (100.00) | 3.49 เฉยๆ |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | | | | | | 300 (100.00) | 3.30 เฉยๆ |

จากตารางที่ 46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ กลุ่มที่ 6 แบบผู้หญิง อ่อน โยน ของสีกลาง มีค่าเฉลี่ยในระดับ เฉยๆ (ค่าเฉลี่ย 3.30) บุคลิกภาพย่อยมีความคิดเห็นในระดับ เฉยๆ ดังต่อไปนี้ เป็นคนเรียบง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.49) และมีความเป็นผู้หญิง อ่อน โยน (ค่าเฉลี่ย 3.02)

ตารางที่ 47 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 7 แบบหัวหาญของแผ่นป้ายโฆษณาสีกลาง

| กลุ่มที่ 7 แบบหัวหาญ | ระดับความคิดเห็น | | | | | รวม | ค่าเฉลี่ยและ การแปลผล |
|---------------------------|------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|-----------------|--------------------------|
| | ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง | ไม่เห็น ด้วย | เฉยๆ | เห็นด้วย | เห็นด้วย อย่างยิ่ง | | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | | |
| มีความเป็นชาย เข้มแข็ง | 21.00 (7.00) | 44.00 (14.67) | 100.00 (33.33) | 67.00 (22.33) | 68.00 (22.67) | 300 (100.00) | 3.39 เฉยๆ |

ตารางที่ 47 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพ
ตราสินค้ากลุ่มที่ 7 แบบห้าวหาญของแผ่นป้ายโฆษณาสีกลาง

| กลุ่มที่ 7 แบบห้าวหาญ | ระดับความคิดเห็น | | | | | รวม | ค่าเฉลี่ยและ การแปลผล |
|--------------------------|------------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-----------------------|-----------------|--------------------------|
| | ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง | ไม่เห็น ด้วย | เฉยๆ | เห็นด้วย | เห็นด้วย อย่างยิ่ง | | |
| | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | จำนวน (ร้อยละ) | | |
| มีความเป็นสากล | 7.00 (2.33) | 40.00 (13.33) | 98.00 (32.67) | 87.00 (29.00) | 68.00 (22.67) | 300 (100.00) | 3.56 เห็นด้วย |
| เป็นคน แข็งแกร่ง ทรหด | 14.00 (4.67) | 49.00 (16.33) | 102.00 (34.00) | 71.00 (23.67) | 64.00 (21.33) | 300 (100.00) | 3.41 เฉยๆ |
| เป็นคนห้าวหาญ บีบบัง | 24.00 (8.00) | 56.00 (18.67) | 92.00 (30.67) | 64.00 (21.33) | 64.00 (21.33) | 300 (100.00) | 3.29 เฉยๆ |
| ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล) | | | | | | 300 (100.00) | 3.41 เฉยๆ |

จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตรา
สินค้ากลุ่มที่ กลุ่มที่ 7 แบบห้าวหาญของสีกลางของสีกลางมีค่าเฉลี่ยในระดับ เฉยๆ (ค่าเฉลี่ย 3.41)
บุคลิกภาพย่อยมีความคิดเห็นในระดับ เห็นด้วย 1 อันดับ ดังต่อไปนี้ มีความเป็นสากล (ค่าเฉลี่ย
3.56) บุคลิกภาพย่อยมีความคิดเห็นในระดับ เฉยๆ ดังต่อไปนี้ เป็นคน แข็งแกร่ง ทรหด (ค่าเฉลี่ย
3.41) มีความเป็นชาย เข้มแข็ง (ค่าเฉลี่ย 3.39) และ เป็นคนห้าวหาญ บีบบัง (ค่าเฉลี่ย 3.29)

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ผลกระทบหลัก (Main effect) ของสีแผ่นป้ายโฆษณาที่มีผลต่อบุคลิกภาพตราสินค้า

สมมติฐาน

สีที่ต่างกันของแผ่นป้ายโฆษณา จะส่งผล (Main effect) ต่อบุคลิกภาพตราสินค้า

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยรวมผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้าทั้ง 7 กลุ่มเปรียบเทียบระหว่างสีพื้นหลังแผ่นป้ายโฆษณาทั้ง 3 วรรณะสี

| กลุ่มบุคลิกภาพตราสินค้า ของสีพื้นหลังแผ่นป้ายโฆษณาทั้ง 3 สี | ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นและการแปลผล | | | F-test | Sig. |
|---|--------------------------------------|------------------|------------------|--------|------------------|
| | สีเขียว | สีกลาง | สีร้อน | | |
| กลุ่มที่ 1 แบบจริงจัง | 3.42 เลขๆ | 3.40 เลขๆ | 3.19 เลขๆ | 3.362 | 0.035 แตกต่าง |
| กลุ่มที่ 2 แบบน่าตื่นเต้น | 3.10 เลขๆ | 3.38 เลขๆ | 3.98 เห็นด้วย | 36.789 | 0.000 แตกต่าง |
| กลุ่มที่ 3 แบบผู้มีความสามารถ | 3.61 เห็นด้วย | 3.47 เลขๆ | 3.32 เลขๆ | 3.631 | 0.027 แตกต่าง |
| กลุ่มที่ 4 แบบประสบความสำเร็จ | 3.26 เลขๆ | 3.42 เลขๆ | 3.76 เห็นด้วย | 11.516 | 0.000 แตกต่าง |
| กลุ่มที่ 5 แบบหรูหรา | 3.26 เลขๆ | 3.69 เห็นด้วย | 3.80 เห็นด้วย | 14.637 | 0.000 แตกต่าง |
| กลุ่มที่ 6 แบบผู้หญิง อ่อนโยน | 2.99 เลขๆ | 3.02 เลขๆ | 2.65 เลขๆ | 6.772 | 0.001 แตกต่าง |
| กลุ่มที่ 7 แบบหัวหาญ | 3.79 เห็นด้วย | 3.39 เลขๆ | 3.38 เลขๆ | 9.114 | 0.000 แตกต่าง |

หมายเหตุ : ทดสอบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 48 พบว่าผลการทดสอบทางสถิติของแผ่นป้ายโฆษณาที่มีสีแตกต่างกันทั้งหมด 3 วรรณะสีนั้น สามารถวิเคราะห์ในแต่ละกลุ่มบุคลิกภาพดังนี้

กลุ่มที่ 1 แบบจริงจัง สีของแผ่นป้ายโฆษณาทั้ง 3 วรรณะสี มีผลกระทบต่อบุคลิกภาพ

ตราสินค้าแบบจริงจัง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ $P \leq 0.05$ ($F = 3.362$, $Sig = 0.035$)

กล่าวคือ ค่าเฉลี่ยของบุคลิกภาพแบบจริงใจของสีเขียวมีค่ามากที่สุด คือ 3.42 รองลงมาคือ สีกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.40 และ สีร้อน มีค่าเฉลี่ย 3.19

กลุ่มที่ 2 แบบนำตื่นเต้น สีของแผ่นป้ายโฆษณาทั้ง 3 วรรณะสี มีผลกระทบต่อบุคลิกภาพ แบบนำตื่นเต้น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ $P \leq 0.05$ ($F= 36.789$, $Sig=0.000$) กล่าวคือ ค่าเฉลี่ยของบุคลิกภาพแบบนำตื่นเต้นของสีร้อนมีค่ามากที่สุด คือ 3.98 รองลงมาคือ สีกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.38 และ สีร้อน มีค่าเฉลี่ย 3.10

กลุ่มที่ 3 แบบผู้มีความสามารถ สีของแผ่นป้ายโฆษณาทั้ง 3 วรรณะสี มีผลกระทบต่อบุคลิกภาพ แบบผู้มีความสามารถ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ $P \leq 0.05$ ($F= 3.631$, $Sig = 0.027$) กล่าวคือ ค่าเฉลี่ยของบุคลิกภาพแบบผู้มีความสามารถของสีเขียวมีค่ามากที่สุด คือ 3.61 รองลงมาคือ สีกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.47 และ สีร้อน มีค่าเฉลี่ย 3.32

กลุ่มที่ 4 แบบประสบความสำเร็จ สีของแผ่นป้ายโฆษณาทั้ง 3 วรรณะสี มีผลกระทบต่อบุคลิกภาพตราสินค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ $P \leq 0.05$ ($F= 11.516$, $Sig = 0.000$) กล่าวคือ ค่าเฉลี่ยของบุคลิกภาพแบบประสบความสำเร็จของสีร้อนมีค่ามากที่สุด คือ 3.76 รองลงมาคือ สีกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.42 และ สีเย็น มีค่าเฉลี่ย 3.26

กลุ่มที่ 5 แบบหรูหรา สีของแผ่นป้ายโฆษณาทั้ง 3 วรรณะสี มีผลกระทบต่อบุคลิกภาพตราสินค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ $P \leq 0.05$ ($F= 14.637$, $Sig = 0.000$) กล่าวคือ ค่าเฉลี่ยของบุคลิกภาพแบบหรูหราของสีร้อนมีค่ามากที่สุด คือ 3.80 รองลงมา คือ สีกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.69 และ สีเย็น มีค่าเฉลี่ย 3.26

กลุ่มที่ 6 แบบผู้หญิง อ่อนโยน สีของแผ่นป้ายโฆษณาทั้ง 3 วรรณะสี มีผลกระทบต่อบุคลิกภาพตราสินค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ $P \leq 0.05$ ($F= 6.772$, $Sig = 0.001$) กล่าวคือ ค่าเฉลี่ยของบุคลิกภาพแบบผู้หญิง อ่อนโยน ของสีกลางมีค่ามากที่สุด 3.02 รองลงมา คือ สีเย็น มีค่าเฉลี่ย 2.99 และ สีร้อน มีค่าเฉลี่ย 2.65

กลุ่มที่ 7 แบบหัวหาญ สีของแผ่นป้ายโฆษณาทั้ง 3 วรรณะสี มีผลกระทบต่อบุคลิกภาพตราสินค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ $P \leq 0.05$ ($F= 9.114$, $Sig = 0.000$) กล่าวคือ ค่าเฉลี่ยของบุคลิกภาพแบบหัวหาญ ของสีเขียวมีค่ามากที่สุด 3.79 รองลงมาคือ สีกลาง ค่าเฉลี่ย 3.39 และ สีร้อน มีค่าเฉลี่ย 3.38

จากการวิเคราะห์ผลการทดลองข้างต้น ทำให้สามารถสรุปได้ว่า ตัวแปรของการใช้สีบนแผ่นป้ายโฆษณานั้นมีผลกระทบหลักต่อบุคลิกภาพตราสินค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่

$P \leq 0.05$ ทั้ง 7 กลุ่มบุคลิกภาพตราสินค้า ดังนั้นจากผลดังกล่าวทำให้สามารถยอมรับสมมติฐานซึ่งกำหนดไว้ว่า สีที่ต่างกันของสีพื้นหลังแผ่นป้ายโฆษณาจะส่งผลโดยตรงต่อบุคลิกภาพตราสินค้า

ตารางที่ 49 แสดง Post Hoc Multiple Comparisons ด้วยวิธี Tukey ของบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 1 แบบจริงจัง เปรียบเทียบระหว่าง สีพื้นหลังแผ่นป้ายโฆษณาจำแนกตาม 3 วรรณะสี เป็นรายคู่

| กลุ่มบุคลิกภาพตราสินค้า | วรรณะสี | ค่าเฉลี่ย | ผลต่างของค่าเฉลี่ย / Sig | | |
|--------------------------|---------|-----------|--------------------------|--------|--------|
| | | | สีเขียว | สีกลาง | สีร้อน |
| กลุ่มที่ 1 แบบจริงจัง | สีเขียว | 3.42 | - | .2567* | .4700* |
| | สีกลาง | 3.40 | - | - | .2133* |
| | สีร้อน | 3.19 | - | - | - |

หมายเหตุ : 1. ทดสอบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

2. * หมายถึง ค่าเฉลี่ยมีความแตกต่างระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญ

จากตารางที่ 49 พบว่า กลุ่มที่ 1 แบบจริงจัง สีเขียวมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าสีกลาง .2567 และสูงกว่าสีร้อน .4700 และ สีกลางมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าสีร้อน .2133 สามารถสรุปได้ว่า บุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 1 แบบจริงจังวรรณะสีที่มีความโดดเด่นคือ สีเขียว

ตารางที่ 50 แสดง Post Hoc Multiple Comparisons ด้วยวิธี Tukey ของบุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 2 แบบนำต้นเต้าน เปรียบเทียบระหว่าง สีพื้นหลังแผ่นป้ายโฆษณาจำแนกตาม 3 วรรณะสี เป็นรายคู่

| กลุ่มบุคลิกภาพตราสินค้า | วรรณะสี | ค่าเฉลี่ย | ผลต่างของค่าเฉลี่ย / Sig | | |
|-----------------------------|---------|-----------|--------------------------|---------|---------|
| | | | สีเขียว | สีกลาง | สีร้อน |
| กลุ่มที่ 2 แบบนำต้นเต้าน | สีเขียว | 3.10 | - | -.2800* | -.8750* |
| | สีกลาง | 3.38 | - | - | -.5950* |
| | สีร้อน | 3.98 | - | - | - |

หมายเหตุ : 1. ทดสอบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

2. * หมายถึง ค่าเฉลี่ยมีความแตกต่างระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญ

จากตารางที่ 50 พบว่า กลุ่มที่ 2 แบบนำต้นเต็น สีเย็นมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าสีกลาง -.2800 และต่ำกว่าสีร้อน -.8750* และ สีกลางมีค่าเฉลี่ย ต่ำกว่า สีร้อน-.5950 สามารถสรุปได้ว่า สีวรรณะ ร้อน มีการรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 2 แบบนำต้นเต็น มากที่สุด

ตารางที่ 51 แสดง Post Hoc Multiple Comparisons ด้วยวิธี Tukey ของบุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 3 แบบผู้มีความสามารถ เปรียบเทียบระหว่าง สีพื้นหลังแผ่นป้ายโฆษณาจำแนกตาม 3 วรรณะสี เป็น รายคู่

| กลุ่มบุคลิกภาพตราสินค้า | วรรณะสี | ค่าเฉลี่ย | ผลต่างของค่าเฉลี่ย / Sig | | |
|----------------------------------|---------|-----------|--------------------------|--------|--------|
| | | | สีเย็น | สีกลาง | สีร้อน |
| | | | 3.61 | 3.47 | 3.32 |
| กลุ่มที่ 3 แบบผู้มีความสามารถ | สีเย็น | 3.61 | - | .1367 | .2850* |
| | สีกลาง | 3.47 | - | - | .1483 |
| | สีร้อน | 3.32 | - | - | - |

หมายเหตุ : 1. ทดสอบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

2. * หมายถึง ค่าเฉลี่ยมีความแตกต่างระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญ

จากตารางที่ 51 พบว่า กลุ่มที่ 3 แบบผู้มีความสามารถสีเย็นมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าสีร้อน .2850 สามารถสรุปได้ว่า สีวรรณะเย็น มีการรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 3 แบบผู้มีความสามารถ มากที่สุด

ตารางที่ 52 แสดง Post Hoc Multiple Comparisons ด้วยวิธี Tukey ของบุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 4 แบบประสบความสำเร็จ เปรียบเทียบระหว่าง สีพื้นหลังแผ่นป้ายโฆษณาจำแนกตาม 3 วรรณะสี เป็นรายคู่

| กลุ่มบุคลิกภาพตราสินค้า | วรรณะสี | ค่าเฉลี่ย | ผลต่างของค่าเฉลี่ย / Sig | | |
|----------------------------------|---------|-----------|--------------------------|--------|--------|
| | | | สีเย็น | สีกลาง | สีร้อน |
| | | | 3.26 | 3.42 | 3.76 |
| กลุ่มที่ 4 แบบประสบความสำเร็จ | สีเย็น | 3.26 | - | -.17 | -.50* |
| | สีกลาง | 3.42 | - | - | -.34* |
| | สีร้อน | 3.76 | - | - | - |

หมายเหตุ : 1. ทดสอบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

2. * หมายถึง ค่าเฉลี่ยมีความแตกต่างระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญ

จากตารางที่ 52 พบว่า กลุ่มที่ 4 แบบประสบความสำเร็จ สีร้อนมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าสีเขียว .50 และ สูงกว่าสีกลาง .34 สามารถสรุปได้ว่า สีวรรณะร้อน มีการรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 4 แบบประสบความสำเร็จ มากที่สุด

ตารางที่ 53 แสดง Post Hoc Multiple Comparisons ด้วยวิธี Tukey ของบุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 5 แบบหรูหราเปรียบเทียบระหว่าง สีพื้นหลังแผ่นป้ายโฆษณาจำแนกตาม 3 วรรณะสี เป็นรายคู่

| กลุ่มบุคลิกภาพตราสินค้า | วรรณะสี | ค่าเฉลี่ย | ผลต่างของค่าเฉลี่ย / Sig | | |
|-------------------------|---------|-----------|--------------------------|--------|--------|
| | | | สีเขียว | สีกลาง | สีร้อน |
| กลุ่มที่ 5 แบบหรูหรา | สีเขียว | 3.26 | - | -4300* | -5350* |
| | สีกลาง | 3.69 | - | - | -1050 |
| | สีร้อน | 3.80 | - | - | - |

หมายเหตุ : 1. ทดสอบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

2. * หมายถึง ค่าเฉลี่ยมีความแตกต่างระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญ

จากตารางที่ 52 พบว่า กลุ่มที่ 5 แบบหรูหรา สีเย็นมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าสีกลาง -4300 และ ต่ำกว่าสีร้อน -5350 สามารถสรุปได้ว่า สีวรรณะร้อนและ สีกลาง มีการรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 5 แบบหรูหรามากที่สุด

ตารางที่ 54 แสดง Post Hoc Multiple Comparisons ด้วยวิธี Tukey ของบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 6 แบบผู้หญิง อ่อนโยน เปรียบเทียบระหว่าง สีพื้นหลังแผ่นป้ายโฆษณาจำแนกตาม 3 วรรณะสี เป็นรายคู่

| กลุ่มบุคลิกภาพตราสินค้า | วรรณะสี | ค่าเฉลี่ย | ผลต่างของค่าเฉลี่ย / Sig | | |
|----------------------------------|---------|-----------|--------------------------|--------|--------|
| | | | สีเขียว | สีกลาง | สีร้อน |
| กลุ่มที่ 6 แบบผู้หญิง อ่อนโยน | สีเขียว | 2.99 | - | -0383 | .3350* |
| | สีกลาง | 3.02 | - | - | .3733* |
| | สีร้อน | 2.65 | - | - | - |

หมายเหตุ : 1. ทดสอบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

2. * หมายถึง ค่าเฉลี่ยมีความแตกต่างระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญ

จากตารางที่ 54 พบว่า กลุ่มที่ 6 แบบผู้หญิง อ่อนโยน สีเย็นมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าสีร้อน .3350 และ สีกลางมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าสีร้อน .3733 สามารถสรุปได้ว่า สีวรรณะเย็น และ สีกลาง มีการรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 6 แบบผู้หญิง อ่อนโยนมากที่สุด

ตารางที่ 55 แสดง Post Hoc Multiple Comparisons ด้วยวิธี Tukey ของบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 7 แบบหัวหาญ เปรียบเทียบระหว่าง สีพื้นหลังแผ่นป้ายโฆษณาจำแนกตาม 3 วรรณะสี เป็นรายคู่

| กลุ่มบุคลิกภาพตราสินค้า | วรรณะสี | ค่าเฉลี่ย | ผลต่างของค่าเฉลี่ย / Sig | | |
|-------------------------|---------|-----------|--------------------------|--------|--------|
| | | | สีเย็น | สีกลาง | สีร้อน |
| | | | 3.79 | 3.39 | 3.38 |
| กลุ่มที่ 7 แบบหัวหาญ | สีเย็น | 3.79 | - | .4000* | .4150* |
| | สีกลาง | 3.39 | - | - | .0150 |
| | สีร้อน | 3.38 | - | - | - |

หมายเหตุ : 1. ทดสอบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

2. * หมายถึง ค่าเฉลี่ยมีความแตกต่างระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญ

จากตารางที่ 55 พบว่า กลุ่มที่ 7 แบบหัวหาญ สีเย็นมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าสีกลาง .4000 และ สูงกว่าสีร้อน .4150 สามารถสรุปได้ว่า สีวรรณะเย็น มีการรับรู้บุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 7 แบบหัวหาญ มากที่สุด

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ยรวมผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้าทั้ง 7 กลุ่มเปรียบเทียบระหว่างสีพื้นหลังแผ่นป้ายโฆษณาทั้ง 3 สี แตกต่างตามเพศ

| กลุ่มบุคลิกภาพตราสินค้า ของสีพื้นหลัง แผ่นป้ายโฆษณาทั้ง 3 สี | ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น และการแปลผล | | T-test | Sig. |
|---|--|------|--------|--------------------|
| | ชาย | หญิง | | |
| กลุ่มที่ 1 แบบจริงใจ | 3.44 | 3.31 | 1.42 | 0.23 ไม่แตกต่าง |
| กลุ่มที่ 2 แบบน่าตื่นเต้น | 3.42 | 3.49 | 3.75 | 0.05 แตกต่าง |
| กลุ่มที่ 3 แบบผู้มีความสามารถ | 3.48 | 3.47 | 1.39 | 0.24 ไม่แตกต่าง |

ตารางที่ 56 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยรวมผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้าทั้ง 7 กลุ่มเปรียบเทียบระหว่างสีพื้นหลังแผ่นป้ายโฆษณาทั้ง 3 สี แตกต่างตามเพศ

| กลุ่มบุคลิกภาพตราสินค้า ของสีพื้นหลัง แผ่นป้ายโฆษณาทั้ง 3 สี | ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น และการแปลผล | | T-test | Sig. |
|---|--|------|--------|--------------------|
| | ชาย | หญิง | | |
| กลุ่มที่ 4 แบบประสบความสำเร็จ | 3.49 | 3.46 | 1.07 | 0.30 ไม่แตกต่าง |
| กลุ่มที่ 5 แบบหรูหรา | 3.66 | 3.57 | 0.14 | 0.70 ไม่แตกต่าง |
| กลุ่มที่ 6 แบบผู้หญิง อ่อนโยน | 2.96 | 2.89 | 0.83 | 0.36 ไม่แตกต่าง |
| กลุ่มที่ 7 แบบหัวหาญ | 3.59 | 3.47 | 4.24 | 0.04 แตกต่าง |

หมายเหตุ : ทดสอบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 56 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้าทั้ง 7 กลุ่มเปรียบเทียบระหว่างเพศชายและเพศหญิง สีพื้นหลังแผ่นป้ายโฆษณาทั้ง 3 สี ดังนี้

กลุ่มที่ 1 แบบจริงใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้าไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ $P \leq 0.05$ ($t = 1.42$, $Sig = 0.23$)

กลุ่มที่ 2 แบบน่าตื่นเต้น ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ $P \leq 0.05$ ($t = 3.75$, $Sig = 0.05$)

กลุ่มที่ 3 แบบผู้มีความสามารถ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้าไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ $P \leq 0.05$ ($t = 1.39$, $Sig = 0.24$)

กลุ่มที่ 4 แบบประสบความสำเร็จ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้าไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ $P \leq 0.05$ ($t = 1.07$, $Sig = 0.30$)

กลุ่มที่ 5 แบบหรูหรา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้าไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ $P \leq 0.05$ ($t = 0.14$, $Sig = 0.70$)

กลุ่มที่ 6 แบบผู้หญิง อ่อน โชน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตรา

สินค้าไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ $P \leq 0.05$ ($t= 0.83$, $Sig = 0.36$)

กลุ่มที่ 7 แบบหัวหาญ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้า

แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ $P \leq 0.05$ ($t= 4.24$, $Sig = 0.04$)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved