

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง ความสำคัญของกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภค สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ อาชีพ ที่พักอาศัย รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ข้อมูลการใช้งานอินเทอร์เน็ต และกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม และข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

ส่วนที่ 2 การใช้ข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม เพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ส่วนที่ 3 การให้ความสำคัญกับข้อมูลและความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม เพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง จำแนกตามข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
หญิง	185	92.50
ชาย	15	7.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 1 มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 200 ราย โดยแบ่งเป็นเพศหญิง ร้อยละ 92.50 และเพศชาย ร้อยละ 7.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	19	9.50
21 – 25 ปี	90	45.00
26 – 30 ปี	54	27.00
31 – 35 ปี	24	12.00
36 – 40 ปี	9	4.50
มากกว่า 40 ปี	4	2.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 21-25 ปี ร้อยละ 45.00 รองลงมาคือมีอายุ 26-30 ปี ร้อยละ 27.00 และมีอายุ 31-35 ปี ร้อยละ 12.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	62	31.00
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	23	11.50
รับจ้างทั่วไป/พนักงานบริษัทเอกชน	92	46.00
ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของธุรกิจ	22	11.00
อื่นๆ	1	0.50
รวม	200	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ว่างาน

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป/พนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมาคือ นักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 31.00 และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจร้อยละ 11.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามที่พักอาศัย

ที่พักอาศัย	จำนวน	ร้อยละ
ภาคเหนือ	50	25.00
ภาคกลาง	109	54.50
ภาคใต้	6	3.00
ภาคตะวันออก	7	3.50
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	10	5.00
ภาคตะวันตก	5	2.50
ต่างประเทศ	13	6.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่ในเขตภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 54.50 รองลงมาคือเขตภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 25.00 และต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 6.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเปรียบเทียบกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	53	26.50
10,001 – 20,000 บาท	78	39.00
20,001 – 30,000 บาท	23	11.50
30,001 – 40,000 บาท	19	9.50
40,001 – 50,000 บาท	14	7.00
มากกว่า 50,001 บาท	13	6.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.00 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 26.50 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวันที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต

วันที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	193	96.50
วันธรรมดา ยกเว้นวันหยุด	5	2.50
เฉพาะวันหยุดเท่านั้น	2	1.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้งานอินเทอร์เน็ตทุกวันคิดเป็นร้อยละ 96.50 รองลงมาคือใช้งานอินเทอร์เน็ตวันธรรมดา ยกเว้นวันหยุดคิดเป็นร้อยละ 2.50 และเฉพาะวันหยุดเท่านั้นคิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่วงเวลาที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต

ช่วงเวลาที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต	จำนวน	ร้อยละ
8.01-12.00 น.	18	9.00
12.01-16.00 น.	16	8.00
16.01-20.00 น.	12	6.00
20.01-24.00 น.	74	37.00
ตลอดเวลา	80	40.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้งานอินเทอร์เน็ตตลอดเวลา คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือช่วงเวลา 20.01-24.00 น. คิดเป็นร้อยละ 37.00 และช่วงเวลา 8.01-12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 9.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามจากเว็บไซต์ต่างๆที่ใช้งานอยู่

กระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามจากเว็บไซต์ต่างๆ	จำนวน	ร้อยละ
www.pantip.com (กระดานสนทนาโต๊ะเครื่องแป้ง)	171	85.50
www.jeban.com	104	52.00
www.cosmenet.in.th	32	16.00
www.vanilla.in.th	28	14.00
อื่นๆ	16	8.00

หมายเหตุ 1. ผู้ตอบเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบ 200 คน)

2. อื่นๆ ได้แก่ www.totalbeauty.com, www.makeupalley.com, และwww.temptallia.com

จากตารางที่ 8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้งานกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามจาก www.pantip.com (กระดานสนทนาโต๊ะเครื่องแป้ง) คิดเป็นร้อยละ 85.50 รองลงมาคือ www.jeban.com คิดเป็นร้อยละ 52.00 และ www.cosmenet.in.th คิดเป็นร้อยละ 16.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการเป็นสมาชิกกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามจากเว็บไซต์ต่างๆที่ใช้งานอยู่

สถานะการเป็นสมาชิก	จำนวน	ร้อยละ
ใช่	110	55.00
ไม่ใช่	90	45.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นสมาชิกของกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามจากเว็บไซต์ต่างๆที่ใช้งานอยู่ คิดเป็นร้อยละ 55.00 และไม่ได้เป็นสมาชิกของกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามจากเว็บไซต์ต่างๆที่ใช้งานอยู่ คิดเป็นร้อยละ 45.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอุปกรณ์ที่ใช้งานในการเข้าใช้กระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามจากเว็บไซต์ข้างต้นที่กล่าวมา

อุปกรณ์ที่ใช้งาน	จำนวน	ร้อยละ
คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ/คอมพิวเตอร์พกพา/Tablet	170	85.00
โทรศัพท์ Smart Phone เช่น iPhone, Blackberry, Samsung, HTC เป็นต้น	30	15.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้งานกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามจากเว็บไซต์ต่างๆผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ/คอมพิวเตอร์พกพา/Tablet คิดเป็นร้อยละ 85.00 รองลงมาคือผ่านโทรศัพท์ Smart Phone เช่น iPhone, Blackberry, Samsung, HTC เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

สถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง	จำนวน	ร้อยละ
เคาน์เตอร์เครื่องสำอางโดยเฉพาะ	142	71.00
ซูเปอร์สโตร์ เช่น บิ๊กซี, โลตัส เป็นต้น	62	31.00
ร้านค้าเพื่อสุขภาพและความงาม เช่น Watson, Boots เป็นต้น	128	64.00
ร้านค้าออนไลน์	72	36.00
อื่นๆ	10	5.00

หมายเหตุ 1. ผู้ตอบเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบ 200 คน)

2. อื่นๆ ได้แก่ ร้านขายยา, ร้านค้าปลอดภาษี (Duty-Free), และฝากคนรู้จักซื้อมาให้จากต่างประเทศ

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่เคาน์เตอร์เครื่องสำอางโดยเฉพาะ คิดเป็นร้อยละ 71.00 รองลงมาคือร้านค้าเพื่อสุขภาพและความงาม เช่น Watson, Boots เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 64.00 และร้านค้าออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 36.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในแต่ละเดือนโดยประมาณ

ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในแต่ละเดือนโดยประมาณ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 1,000 บาท	57	28.50
1,001-2,000 บาท	82	41.00
2,001-3,000 บาท	37	18.50
3,001-4,000 บาท	14	7.00
4,001-5,000 บาท	6	3.00
มากกว่า 5,001 บาท	4	2.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในแต่ละเดือนโดยประมาณ 1,001-2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.50 รองลงมาคือไม่เกิน 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.50 และ 2,001-3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.00 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การใช้ข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม เพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

เหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง	จำนวน	ร้อยละ
มีปัญหาสุขภาพผิว และต้องการแก้ไขปัญหานั้น	135	67.50
ต้องการบำรุงรักษาผิว	148	74.00
ต้องการเสริมความมั่นใจและบุคลิกภาพให้แก่ตนเอง	100	50.00
ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ใช้อยู่ใกล้หมด, หมด หรือหมดอายุ	111	55.50
เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ออกใหม่ ต้องการทดลอง	69	34.50
เป็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่มีการส่งเสริมทางการตลาดที่น่าสนใจ	25	12.50
เห็นสมาชิกในกระดานสนทนาเข้ามาถามถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางนั้นๆ	47	23.50
เห็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่มีผู้ใช้งานจริงมาแนะนำ (Review) ในกระดานสนทนา	140	70.50
อื่นๆ	3	1.50

หมายเหตุ 1. ผู้ตอบเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบ 200 คน)

2. อื่นๆ ได้แก่ ตัวผลิตภัณฑ์ถูกใจ อยากรู้ และเพื่อนบอกต่อว่าใช้ดี

จากตารางที่ 13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเพราะต้องการบำรุงรักษาผิว คิดเป็นร้อยละ 74.00 รองลงมาคือเห็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่มีผู้ใช้งานจริงมาแนะนำ (Review) ในกระดานสนทนา คิดเป็นร้อยละ 70.50 และมีปัญหาสุขภาพผิว และต้องการแก้ไขปัญหานั้น คิดเป็นร้อยละ 67.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีในการค้นหาข้อมูลเมื่อมีความสนใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

วิธีในการค้นหาข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
หาข้อมูลจากการค้นหาผ่านเว็บไซต์ที่ให้บริการสืบค้นออนไลน์เช่น www.google.com เป็นต้น	155	77.50
หาข้อมูลจากกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามที่ท่านใช้งานอยู่เป็นประจำ	174	87.00
โพสถามลงใน Social Network เช่น Facebook หรือ Google+ เป็นต้น	42	21.00
หาข้อมูลจากทางโทรทัศน์หรือวิทยุ	9	4.50
หาข้อมูลจากสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร, โบปลิว เป็นต้น	52	26.00
สอบถามจากบุคคลใกล้ชิด เช่น เพื่อน,ญาติ เป็นต้น	111	55.50
สอบถามจากพนักงานขาย	54	27.00
อื่นๆ	2	1.00

หมายเหตุ 1. ผู้ตอบเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบ 200 คน)

2. อื่นๆ ได้แก่ ถามผู้เชี่ยวชาญด้านผิวหนัง

จากตารางที่ 14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวิธีในการค้นหาข้อมูลเมื่อมีความสนใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางโดยหาข้อมูลจากกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามที่ท่านใช้งานอยู่เป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 87.00 รองลงมาคือหาข้อมูลจากการค้นหาผ่านเว็บไซต์ที่ให้บริการสืบค้นออนไลน์เช่น www.google.com เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 77.50 และสอบถามจากบุคคลใกล้ชิด เช่น เพื่อน,ญาติ เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 55.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางมากที่สุด

แหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
สื่อออนไลน์	133	65.00
สื่อโทรทัศน์ วิทยุ	5	2.50
สื่อสิ่งพิมพ์	7	3.50
บุคคลใกล้ชิด	46	23.00
พนักงานขาย	7	3.50
อื่นๆ	2	1.00
รวม	200	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ตนเอง

จากตารางที่ 15 พบว่าแหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ สื่อออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมาคือ บุคคลใกล้ชิด คิดเป็นร้อยละ 23.00 พนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 3.50 และสื่อสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวิธีการค้นข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามที่ใช้งานบ่อยๆ

วิธีการค้นข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
ค้นข้อมูลเฉพาะเรื่องหรือผลิตภัณฑ์ตรายี่ห้อที่ท่านต้องการในช่องค้นข้อมูลแล้วคลิก Search	116	58.00
สำรวจกระทู้ไปเรื่อยๆจนกว่าจะเจอข้อมูลที่ตนเองสนใจ	73	36.50
ตั้งกระทู้ถามข้อมูลลงบนกระดานสนทนานั้น	6	3.00
ส่งข้อความหลังไมค์ไปสอบถามผู้ที่เคยใช้ หรือจากผู้เชี่ยวชาญประจำกระดานสนทนานั้น	5	2.50
อื่นๆ	0	0.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวิธีการค้นข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามที่ใช้งานบ่อยๆคือ ค้นข้อมูลเฉพาะเรื่องหรือผลิตภัณฑ์ตรายี่ห้อที่ท่านต้องการในช่องค้นข้อมูลแล้วคลิก Search คิดเป็นร้อยละ 58.00 รองลงมาคือสำรวจกระทู้ไปเรื่อยๆจนกว่าจะเจอข้อมูลที่ตนเองสนใจ คิดเป็นร้อยละ 36.50 และตั้งกระทู้ถามข้อมูลลงบนกระดานสนทนานั้น คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามจำนวนกระทู้ที่ได้จากการค้นหาในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามเพียงพอต่อการตัดสินใจ

จำนวนกระทู้ที่ได้จากการค้นหาจากกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม ที่เพียงพอต่อการตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10 กระทู้	61	30.50
11 - 20 กระทู้	3	1.50
ขึ้นไปเรื่อยๆจนกว่าจะตัดสินใจได้	136	68.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการค้นหาข้อมูลจากกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามจากเว็บไซต์ที่ใช้งานอยู่เป็นประจำ โดยจะขึ้นไปเรื่อยๆจนกว่าจะตัดสินใจได้ คิดเป็นร้อยละ 68.00 รองลงมาคือไม่เกิน 10 กระทู้ คิดเป็นร้อยละ 30.50 และจำนวน 11-20 กระทู้ คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญของข้อมูล					คะแนนเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ได้ข้อมูลยืนยันว่าเป็นยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่นิยม และมีมาตรฐานระดับสากล	45 (22.50)	96 (48.00)	55 (27.50)	4 (2.00)	0 (0.00)	3.91 (มาก)	4
ได้ข้อมูลคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการ	126 (63.00)	67 (33.50)	7 (3.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.60 (มากที่สุด)	1
ได้ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนผสมของผลิตภัณฑ์	38 (19.00)	75 (37.50)	66 (33.00)	19 (9.50)	2 (1.00)	3.64 (มาก)	5
ได้ข้อมูลเกี่ยวกับข้อดีและข้อเสียของผลิตภัณฑ์	104 (52.00)	81 (40.50)	14 (7.00)	1 (0.50)	0 (0.00)	4.44 (มาก)	2
ได้ข้อมูลอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์	30 (15.00)	52 (26.00)	65 (32.50)	44 (22.00)	9 (4.50)	3.25 (มาก)	7
ได้ข้อมูลเปรียบเทียบคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ของแต่ละยี่ห้ออย่างชัดเจน	69 (34.50)	78 (39.00)	47 (23.50)	6 (3.00)	0 (0.00)	4.05 (มาก)	3
ได้ข้อมูลวิธีการสังเกตผลิตภัณฑ์ระหว่างของแท้และของปลอม	65 (32.50)	55 (27.50)	47 (23.50)	24 (12.00)	9 (4.50)	3.72 (มาก)	6
ค่าเฉลี่ยรวม						3.94 (มาก)	

จากตารางที่ 18 พบว่าข้อมูลปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามมีความสำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับ

มาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.94 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ได้ข้อมูลคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 รองลงมาคือได้ข้อมูลเกี่ยวกับข้อดีและข้อเสียของผลิตภัณฑ์ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 และได้ข้อมูลเปรียบเทียบคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ของแต่ละยี่ห้ออย่างชัดเจนในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านราคาของผลิตภัณฑ์ภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญของข้อมูล					คะแนนเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ได้ข้อมูลเปรียบเทียบราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละยี่ห้ออย่างชัดเจน	56 (28.00)	82 (41.00)	47 (23.50)	14 (7.00)	1 (0.50)	3.89 (มาก)	2
ได้ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างราคากับคุณภาพหรือปริมาณของผลิตภัณฑ์	58 (29.00)	87 (43.50)	40 (20.00)	14 (7.00)	1 (0.50)	3.94 (มาก)	1
ได้ข้อมูลเปรียบเทียบราคาของแต่ละร้าน	38 (19.00)	68 (34.00)	66 (33.00)	20 (10.00)	8 (4.00)	3.54 (มาก)	3
ค่าเฉลี่ยรวม						3.79 (มาก)	

จากตารางที่ 19 พบว่าข้อมูลปัจจัยด้านราคาภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามมีความสำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.79 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ได้ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างราคากับคุณภาพ หรือปริมาณของผลิตภัณฑ์ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 รองลงมาคือได้ข้อมูลเปรียบเทียบราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละยี่ห้ออย่างชัดเจนในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 และได้ข้อมูลเปรียบเทียบราคาของแต่ละร้านในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความสำคัญของข้อมูลด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญของข้อมูล					คะแนนเฉลี่ย (แปดผล)	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ได้ข้อมูลสถานที่วางจำหน่ายที่สามารถเดินทางไปซื้อได้สะดวก	47 (23.50)	55 (27.50)	57 (28.50)	24 (12.00)	17 (8.50)	3.46 (ปานกลาง)	1
ได้ข้อมูลแนะนำเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ที่เชื่อถือได้สำหรับการสั่งซื้อสินค้า	38 (19.00)	56 (28.00)	40 (20.00)	32 (16.00)	34 (17.00)	3.16 (ปานกลาง)	3
ได้ข้อมูลแนะนำแหล่งขายที่มีสินค้าให้เลือกมาก	37 (18.50)	53 (26.50)	56 (28.00)	32 (16.00)	22 (11.00)	3.26 (ปานกลาง)	2
ค่าเฉลี่ยรวม						3.29 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 20 พบว่าข้อมูลปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามมีความสำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.29 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือได้ข้อมูลสถานที่วางจำหน่ายที่สามารถเดินทางไปซื้อได้สะดวกในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 รองลงมาคือได้ข้อมูลแนะนำแหล่งขายที่มีสินค้าให้เลือกมากในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 และได้ข้อมูลแนะนำเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ที่เชื่อถือได้สำหรับการสั่งซื้อสินค้าในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความสำคัญของข้อมูลด้านการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์ภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญของข้อมูล					คะแนนเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ได้ข้อมูลการลดราคาของผลิตภัณฑ์	55 (27.50)	71 (35.50)	54 (27.00)	15 (7.50)	5 (2.50)	3.78 (มาก)	1
ได้ข้อมูลการแถมสินค้าของผลิตภัณฑ์	36 (18.00)	60 (30.00)	67 (33.50)	24 (12.00)	13 (6.50)	3.41 (ปานกลาง)	2
มีการแนะนำพนักงานขายสินค้าที่สร้างความประทับใจ	32 (16.00)	50 (25.00)	62 (31.00)	34 (17.00)	22 (11.00)	3.18 (ปานกลาง)	3
ค่าเฉลี่ยรวม						3.46 (ปานกลาง)	

จากตารางที่ 21 พบว่าข้อมูลปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามมีความสำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.46 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือ ได้ข้อมูลการลดราคาของผลิตภัณฑ์ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 รองลงมาคือ ได้ข้อมูลการแถมสินค้าของผลิตภัณฑ์ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 และมีการแนะนำพนักงานขายสินค้าที่สร้างความประทับใจในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม

คุณสมบัติของแหล่งข้อมูล	ระดับความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูล					คะแนนเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ผู้ให้ข้อมูลเป็นแพทย์/เภสัชกร	72 (36.00)	85 (42.50)	41 (20.50)	2 (1.00)	0 (0.00)	4.14 (มาก)	1
ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้เชี่ยวชาญในวงการเครื่องสำอาง	65 (32.50)	80 (40.00)	46 (23.00)	9 (4.50)	0 (0.00)	4.01 (มาก)	5
ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้บริโภคทั่วไปที่มีประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางนั้นๆจริง	64 (32.00)	92 (46.00)	40 (20.00)	3 (1.5)	1 (0.50)	4.08 (มาก)	2
ผู้ให้ข้อมูลสามารถให้รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางได้มากกว่าคำอธิบายบนฉลากผลิตภัณฑ์	60 (30.00)	96 (48.00)	41 (20.50)	3 (1.50)	0 (0.00)	4.07 (มาก)	3
ผู้ให้ข้อมูลสามารถให้ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างตัวผลิตภัณฑ์ของแต่ละยี่ห้อได้	63 (31.50)	84 (42.00)	47 (23.50)	5 (2.50)	1 (0.50)	4.02 (มาก)	4
ผู้ให้ข้อมูลเป็นบล็อกเกอร์ด้านความงามที่มีชื่อเสียง	18 (9.00)	54 (27.00)	89 (44.50)	24 (12.00)	15 (7.50)	3.18 (ปานกลาง)	8
ผู้ให้ข้อมูลให้คำแนะนำโดยปราศจากการแอบแฝงโฆษณาใดๆ	55 (27.50)	77 (38.50)	60 (30.00)	7 (3.50)	1 (0.50)	3.89 (มาก)	6

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม (ต่อ)

คุณสมบัติของแหล่งข้อมูล	ระดับความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูล					คะแนนเฉลี่ย (แปลผล)	อันดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ข้อมูลที่ได้มาจากหลายๆผู้ตอบ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เป็นประชาคมติ	59 (29.50)	66 (33.00)	66 (33.00)	8 (4.00)	1 (0.50)	3.87 (มาก)	7
ค่าเฉลี่ยรวม						3.90 (มาก)	

จากตารางที่ 22 พบว่าระดับความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภค โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.90 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรกคือผู้ให้ข้อมูลเป็นแพทย์/เภสัชกรในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 รองลงมาคือผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้บริโภคทั่วไปที่มีประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางนั้นๆจริงในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 และผู้ให้ข้อมูลสามารถให้รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางได้มากกว่าคำอธิบายบนฉลากผลิตภัณฑ์ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง หลังจากได้ทำการสืบค้นข้อมูลจากกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม

ระยะเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ภายใน 1 วัน	22	11.00
2-7 วัน	111	55.50
8-14 วัน	40	20.00
มากกว่า 2 สัปดาห์	27	13.50
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ 2-7 วัน หลังจากได้ทำการสืบค้นข้อมูลจากกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม คิดเป็นร้อยละ 55.50 รองลงมาคือ 8-14 วัน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และมากกว่า 2 สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 13.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละเฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่สามารถตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางได้ในทันที จำแนกตามเหตุผล

เหตุผลที่ไม่สามารถตัดสินใจซื้อได้ในทันที	จำนวน	ร้อยละ
ยังไม่มั่นใจในข้อมูลที่รับจากกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม จึงต้องการคิดให้รอบคอบ	137	68.50
ต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ทดลองก่อนซื้อผลิตภัณฑ์จริง	37	18.50
อื่นๆ	4	2.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมอยู่แล้ว จึงไม่ตัดสินใจซื้อในทันที, และรอเก็บเงินเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางชิ้นนั้น

จากตารางที่ 24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่สามารถตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางได้ในทันทีเพราะยังไม่มั่นใจในข้อมูลที่รับจากกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม

งาม จึงต้องการคิดให้รอบคอบ คิดเป็นร้อยละ 68.50 รองลงมาคือต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ทดลองก่อนซื้อผลิตภัณฑ์จริง คิดเป็นร้อยละ 18.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมภายหลังการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ในกรณีที่พอใจ

พฤติกรรมภายหลังการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ในกรณีที่พอใจ	จำนวน	ร้อยละ
ใช้ผลิตภัณฑ์ตัวนั้นต่อไป	193	96.50
แสดงความคิดเห็นในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม	52	26.00
ตั้งกระทู้แนะนำ (Review) ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม	16	8.00
อื่นๆ	10	5.00

หมายเหตุ 1. ผู้ตอบเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบ 200 คน)

2. อื่นๆ ได้แก่ บอกต่อบุคคลใกล้ชิด

จากตารางที่ 25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เมื่อพอใจกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ซื้อมาแล้วจะใช้ผลิตภัณฑ์ตัวนั้นต่อไป คิดเป็นร้อยละ 96.50 รองลงมาคือ แสดงความคิดเห็นในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม คิดเป็นร้อยละ 26.00 และตั้งกระทู้แนะนำ (Review) ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพฤติกรรมภายหลังการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ในกรณีที่ไม่พอใจ

พฤติกรรมภายหลังการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ในกรณีที่ไม่พอใจ	จำนวน	ร้อยละ
ใช้ผลิตภัณฑ์ตัวนั้นต่อไป	46	23.00
เอาทิ้ง	60	30.00
นำไปขายต่อ	11	5.50
ยกให้คนอื่น	114	57.00
แสดงความคิดเห็นในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม	56	28.00
ตั้งกระทู้แนะนำ (Review) ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม	8	4.00
อื่นๆ	6	3.00

หมายเหตุ 1. ผู้ตอบเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ (จำนวนผู้ตอบ 200 คน)

2. อื่นๆ ได้แก่ บอกต่อบุคคลใกล้ชิด และเก็บไว้แต่ไม่ใช้

จากตารางที่ 26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เมื่อไม่พอใจกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ซื้อมาแล้วจะยกให้คนอื่น คิดเป็นร้อยละ 57.00 เอาทิ้ง คิดเป็นร้อยละ 30.00 และแสดงความคิดเห็นในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม คิดเป็นร้อยละ 28.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการแชร์ข้อมูลเกี่ยวกับกระตุ้ริวิวหรือแนะนำผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่สนใจให้กับเพื่อนผ่านทาง Social Network เช่น Facebook หรือ Google+

การแชร์ข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ
แชร์ข้อมูล	102	51.00
ไม่แชร์ข้อมูล	98	49.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะแชร์ข้อมูลเกี่ยวกับกระตุ้ริวิวหรือแนะนำผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่สนใจให้กับเพื่อนผ่านทาง Social Network เช่น Facebook หรือ Google+ คิดเป็นร้อยละ 51.00 รองลงมาคือไม่แชร์ข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 49.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อจากกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามในอนาค

การศึกษาข้อมูลในอนาคต	จำนวน	ร้อยละ
ศึกษาแน่นอน	169	84.50
อาจจะศึกษา	24	12.00
ไม่แน่ใจ	7	3.50
อาจจะไม่ศึกษา	0	0.00
ไม่ศึกษาแน่นอน	0	0.00
รวม	200	100.00

จากตารางที่ 28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อจากกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามในอนาคตแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 84.50 รองลงมาคืออาจจะศึกษา คิดเป็นร้อยละ 12.00 และไม่แน่ใจ คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การให้ความสำคัญกับข้อมูลและความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม เพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง จำแนกตามข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ	
	หญิง (185 คน)	ชาย (15 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ได้ข้อมูลยืนยันว่าเป็นยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่นิยม และมีมาตรฐานระดับสากล	3.60 (มาก)	3.94 (มาก)
ได้ข้อมูลคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการ	4.47 (มาก)	4.61 (มากที่สุด)
ได้ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนผสมของผลิตภัณฑ์	3.47 (ปานกลาง)	3.65 (มาก)
ได้ข้อมูลเกี่ยวกับข้อดีและข้อเสียของผลิตภัณฑ์	4.27 (มาก)	4.45 (มาก)
ได้ข้อมูลอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์	2.87 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
ได้ข้อมูลเปรียบเทียบคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ของแต่ละยี่ห้ออย่างชัดเจน	3.87 (มาก)	4.06 (มาก)
ได้ข้อมูลวิธีการสังเกตผลิตภัณฑ์ระหว่างของแท้และของปลอม	3.20 (ปานกลาง)	3.76 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.68 (มาก)	3.96 (มาก)

จากตารางที่ 29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศหญิงและเพศชายให้ความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามในระดับมาก ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามเพศ ดังนี้

เพศหญิง ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.68 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47

เพศชาย ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.96 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านราคาที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ	
	หญิง (185 คน)	ชาย (15 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ได้ข้อมูลเปรียบเทียบราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละยี่ห้ออย่างชัดเจน	3.67 (มาก)	3.91 (มาก)
ได้ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างราคากับคุณภาพหรือปริมาณของผลิตภัณฑ์	3.87 (มาก)	3.94 (มากที่สุด)
ได้ข้อมูลเปรียบเทียบราคาของแต่ละร้าน	2.93 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.49 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)

จากตารางที่ 30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศหญิงและเพศชายให้ความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านราคาที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามในระดับปานกลางและระดับมาก ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามเพศ ดังนี้

เพศหญิง ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.49 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านราคาที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนา

ออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างราคากับคุณภาพหรือปริมาณของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87

เพศชาย ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.81 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านราคาที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างราคากับคุณภาพหรือปริมาณของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	เพศ	
	หญิง (185 คน)	ชาย (15 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ได้ข้อมูลสถานที่วางจำหน่ายที่สามารถเดินทางไปซื้อได้สะดวก	2.80 (ปานกลาง)	3.51 (มาก)
ได้ข้อมูลแนะนำเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ที่เชื่อถือได้ สำหรับการสั่งซื้อสินค้า	2.80 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)
ได้ข้อมูลแนะนำแหล่งขายที่มีสินค้าให้เลือกมาก	2.87 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	2.82 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศหญิงและเพศชายให้ความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามในระดับปานกลาง ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามเพศ ดังนี้

เพศหญิง ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.82 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลแนะนำแหล่งขายที่มีสินค้าให้เลือกมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.87

เพศชาย ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.33 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลสถานที่วางจำหน่ายที่สามารถเดินทางไปซื้อได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ	
	หญิง (185 คน)	ชาย (15 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ได้ข้อมูลการลดราคาของผลิตภัณฑ์	3.40 (ปานกลาง)	3.81 (มาก)
ได้ข้อมูลการแถมสินค้าของผลิตภัณฑ์	3.20 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)
มีการแนะนำพนักงานขายสินค้าที่สร้างความประทับใจ	2.80 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.13 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศหญิงและเพศชายให้ความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามในระดับปานกลาง ซึ่งพิจารณารายละเอียดแยกตามเพศ ดังนี้

เพศหญิง ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.13 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลการลดราคาของผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40

เพศชาย ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.48 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายใน

กระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลการลดราคาของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลระดับความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลออนไลน์เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ต้องการซื้อภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม จำแนกตามเพศ

ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลออนไลน์	เพศ	
	หญิง (185 คน) ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ชาย (15 คน) ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ผู้ให้ข้อมูลเป็นแพทย์/เภสัชกร	3.73 (มาก)	4.17 (มาก)
ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้เชี่ยวชาญในวงการเครื่องสำอาง	3.80 (มาก)	4.02 (มาก)
ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้บริโภคทั่วไปที่มีประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางนั้นๆจริง	3.93 (มาก)	4.09 (มาก)
ผู้ให้ข้อมูลสามารถให้รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางได้มากกว่าคำอธิบายบนฉลากผลิตภัณฑ์	3.93 (มาก)	4.08 (มาก)
ผู้ให้ข้อมูลสามารถให้ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างตัวผลิตภัณฑ์ของแต่ละยี่ห้อได้	3.73 (มาก)	4.04 (มาก)
ผู้ให้ข้อมูลเป็นบล็อกเกอร์ด้านความงามที่มีชื่อเสียง	3.20 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
ผู้ให้ข้อมูลให้คำแนะนำโดยปราศจากการแอบแฝงโฆษณาใดๆ	3.53 (มาก)	3.92 (มาก)
ข้อมูลที่ได้มาจากหลายๆผู้ตอบ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เป็นประขามติ	3.60 (มาก)	3.89 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.68 (มาก)	3.92 (มาก)

จากตารางที่ 33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศหญิงและเพศชายให้ระดับความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลออนไลน์เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ต้องการซื้อภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามในระดับมาก ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามเพศ ดังนี้

เพศหญิง ให้ระดับความน่าเชื่อถือในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.68 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลออนไลน์เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ต้องการซื้อภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้บริโภคทั่วไปที่มีประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางนั้นๆจริง และผู้ให้ข้อมูลสามารถให้รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางได้มากกว่าคำอธิบายบนฉลากผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93

เพศชาย ให้ระดับความน่าเชื่อถือในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.92 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลออนไลน์เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ต้องการซื้อภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ผู้ให้ข้อมูลเป็นแพทย์/เภสัชกร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยและการแปรผลความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ					
	ไม่เกิน 20 ปี (19 คน)	21-25 ปี (90 คน)	26-30 ปี (54 คน)	31-35 ปี (24 คน)	36-40 ปี (9 คน)	มากกว่า 40 ปี (4 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	ค่าเฉลี่ย (แปรผล)	ค่าเฉลี่ย (แปรผล)
ได้ข้อมูลยืนยันว่าเป็นยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่นิยม และมีมาตรฐานระดับสากล	3.74 (มาก)	3.91 (มาก)	4.04 (มาก)	3.71 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
ได้ข้อมูลคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการ	4.74 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)	4.44 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
ได้ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนผสมของผลิตภัณฑ์	3.21 (ปานกลาง)	3.76 (มาก)	3.69 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)	4.00 (มาก)
ได้ข้อมูลเกี่ยวกับข้อดีและข้อเสียของผลิตภัณฑ์	4.21 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.39 (มาก)	4.33 (มาก)	4.44 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)
ได้ข้อมูลอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์	2.95 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	4.25 (มาก)
ได้ข้อมูลเปรียบเทียบคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ของแต่ละยี่ห้ออย่างชัดเจน	3.79 (มาก)	4.18 (มาก)	3.94 (มาก)	3.92 (มาก)	4.00 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)
ได้ข้อมูลวิธีการสังเกตผลิตภัณฑ์ระหว่างของแท้และของปลอม	3.89 (มาก)	3.89 (มาก)	3.59 (มาก)	3.17 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	4.25 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปรผล)	3.79 (มาก)	4.04 (มาก)	3.91 (มาก)	3.71 (มาก)	3.92 (มาก)	4.32 (มาก)

จากตารางที่ 34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละช่วงอายุที่กำหนด ให้ระดับความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามในระดับมาก ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามช่วงอายุ ดังนี้

ช่วงอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.79 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.74

ช่วงอายุ 21-25 ปี ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.04 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57

ช่วงอายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.91 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.63

ช่วงอายุ 31-35 ปี ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.71 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58

ช่วงอายุ 36-40 ปี ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.92 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการ และได้ข้อมูลเกี่ยวกับข้อดีและข้อเสียของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44

ช่วงอายุมากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.32 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลที่เปรียบเทียบคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ของแต่ละยี่ห้ออย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านราคาที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ					
	ไม่เกิน 20 ปี (19 คน)	21-25 ปี (90 คน)	26-30 ปี (54 คน)	31-35 ปี (24 คน)	36-40 ปี (9 คน)	มากกว่า 40 ปี (4 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ได้ข้อมูลเปรียบเทียบราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละยี่ห้ออย่างชัดเจน	4.00 (มาก)	4.04 (มาก)	3.69 (มาก)	3.54 (มาก)	3.89 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)
ได้ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างราคากับคุณภาพหรือปริมาณของผลิตภัณฑ์	4.11 (มาก)	3.94 (มาก)	3.89 (มาก)	3.75 (มาก)	3.89 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)
ได้ข้อมูลเปรียบเทียบราคาของแต่ละร้าน	3.84 (มาก)	3.56 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	4.25 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.98 (มาก)	3.85 (มาก)	3.67 (มาก)	3.54 (มาก)	3.81 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)

จากตารางที่ 35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละช่วงอายุที่กำหนด ให้ระดับความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านราคาที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามในระดับมากที่สุดและระดับมาก ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามช่วงอายุ ดังนี้

ช่วงอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.98 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านราคาที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างราคากับคุณภาพหรือปริมาณของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11

ช่วงอายุ 21-25 ปี ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.85 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านราคาที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลเปรียบเทียบราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละยี่ห้ออย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04

ช่วงอายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.67 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านราคาที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงสุดคือ ได้ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างราคากับคุณภาพหรือ ปริมาณของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89

ช่วงอายุ 31-35 ปี ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.54 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านราคาที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงสุดคือ ได้ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างราคากับคุณภาพหรือ ปริมาณของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75

ช่วงอายุ 36-40 ปี ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.81 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านราคาที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงสุดคือ ได้ข้อมูลเปรียบเทียบราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละยี่ห้ออย่างชัดเจน และได้ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างราคากับคุณภาพหรือปริมาณของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89

ช่วงอายุมากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.58 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านราคาที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงสุดคือ ได้ข้อมูลเปรียบเทียบราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละยี่ห้ออย่างชัดเจน และได้ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างราคากับคุณภาพหรือปริมาณของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.75

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อายุ					
	ไม่เกิน 20 ปี (19 คน)	21-25 ปี (90 คน)	26-30 ปี (54 คน)	31-35 ปี (24 คน)	36-40 ปี (9 คน)	มากกว่า 40 ปี (4 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ได้ข้อมูลสถานที่วางจำหน่ายที่สามารถเดินทางไปซื้อได้สะดวก	3.32 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)	3.89 (มาก)	4.00 (มาก)
ได้ข้อมูลแนะนำเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ที่เชื่อถือได้ สำหรับการสั่งซื้อสินค้า	3.16 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	2.98 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)
ได้ข้อมูลแนะนำแหล่งขายที่มีสินค้าให้เลือกมาก	3.26 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.75 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.25 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.92 (มาก)

จากตารางที่ 36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละช่วงอายุที่กำหนด ให้ระดับความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามในระดับมากและระดับปานกลาง ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามช่วงอายุ ดังนี้

ช่วงอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.25 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลสถานที่วางจำหน่ายที่สามารถเดินทางไปซื้อได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32

ช่วงอายุ 21-25 ปี ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.35 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลสถานที่วางจำหน่ายที่สามารถเดินทางไปซื้อได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46

ช่วงอายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.19 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลสถานที่วางจำหน่ายที่สามารถเดินทางไปซื้อได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48

ช่วงอายุ 31-35 ปี ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.07 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลสถานที่วางจำหน่ายที่สามารถเดินทางไปซื้อได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25

ช่วงอายุ 36-40 ปี ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.67 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลสถานที่วางจำหน่ายที่สามารถเดินทางไปซื้อได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89

ช่วงอายุมากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.92 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลสถานที่วางจำหน่ายที่สามารถเดินทางไปซื้อได้สะดวก และได้ข้อมูลแนะนำเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ที่เชื่อถือได้ สำหรับการสั่งซื้อสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ					
	ไม่เกิน 20 ปี (19 คน)	21-25 ปี (90 คน)	26-30 ปี (54 คน)	31-35 ปี (24 คน)	36-40 ปี (9 คน)	มากกว่า 40 ปี (4 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ได้ข้อมูลการลดราคาของผลิตภัณฑ์	3.89 (มาก)	3.80 (มาก)	3.78 (มาก)	3.58 (มาก)	3.78 (มาก)	4.00 (มาก)
ได้ข้อมูลการแถมสินค้าของผลิตภัณฑ์	3.26 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	4.00 (มาก)
มีการแนะนำพนักงานขายสินค้าที่สร้างความประทับใจ	2.95 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.89 (มาก)	4.00 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.37 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.17 (ปานกลาง)	3.78 (มาก)	4.00 (มาก)

จากตารางที่ 37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละช่วงอายุที่กำหนด ให้ระดับความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามในระดับมากและระดับปานกลาง ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามช่วงอายุ ดังนี้

ช่วงอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.37 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลการลดราคาของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89

ช่วงอายุ 21-25 ปี ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.46 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลการลดราคาของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80

ช่วงอายุ 26-30 ปี ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.52 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลการตลาดราคาของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78

ช่วงอายุ 31-35 ปี ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.17 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลการตลาดราคาของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58

ช่วงอายุ 36-40 ปี ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.78 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ มีการแนะนำพนักงานขายสินค้าที่สร้างความประทับใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89

ช่วงอายุมากกว่า 40 ปี ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.00 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลการตลาดราคาของผลิตภัณฑ์, ได้ข้อมูลการแถมสินค้าของผลิตภัณฑ์ และมีการแนะนำพนักงานขายสินค้าที่สร้างความประทับใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลระดับความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลออนไลน์เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ต้องการซื้อภายในกระดานสนทนาออนไลน์ ด้านความงาม จำแนกตามอายุ

ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลออนไลน์	อายุ					
	ไม่เกิน 20 ปี (19 คน)	21-25 ปี (90 คน)	26-30 ปี (54 คน)	31-35 ปี (24 คน)	36-40 ปี (9 คน)	มากกว่า 40 ปี (4 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ผู้ให้ข้อมูลเป็นแพทย์/เภสัชกร	4.42 (มาก)	4.16 (มาก)	4.06 (มาก)	4.13 (มาก)	3.78 (มาก)	4.25 (มาก)
ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้เชี่ยวชาญในวงการเครื่องสำอาง	4.37 (มาก)	4.06 (มาก)	3.91 (มาก)	3.83 (มาก)	3.67 (มาก)	4.25 (มาก)
ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้บริโภคทั่วไปที่มีประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางนั้นๆ จริง	4.00 (มาก)	4.13 (มาก)	3.91 (มาก)	4.21 (มาก)	4.22 (มาก)	4.25 (มาก)
ผู้ให้ข้อมูลสามารถให้รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางได้มากกว่าคำอธิบายบนฉลากผลิตภัณฑ์	3.95 (มาก)	4.14 (มาก)	3.89 (มาก)	4.17 (มาก)	4.22 (มาก)	4.25 (มาก)
ผู้ให้ข้อมูลสามารถให้ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างตัวผลิตภัณฑ์ของแต่ละยี่ห้อได้	4.05 (มาก)	4.04 (มาก)	3.89 (มาก)	4.00 (มาก)	4.33 (มาก)	4.25 (มาก)
ผู้ให้ข้อมูลเป็นบล็อกเกอร์ด้านความงามที่มีชื่อเสียง	3.53 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)
ผู้ให้ข้อมูลให้คำแนะนำโดยปราศจากการแอบแฝงโฆษณาใดๆ	3.74 (มาก)	3.96 (มาก)	3.81 (มาก)	3.79 (มาก)	4.22 (มาก)	4.00 (มาก)
ข้อมูลที่ได้มาจากหลายๆผู้ตอบและเป็นไปในทิศทางเดียวกันเป็นประจํา	4.16 (มาก)	3.81 (มาก)	3.76 (มาก)	3.92 (มาก)	4.22 (มาก)	4.25 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.03 (มาก)	3.95 (มาก)	3.77 (มาก)	3.85 (มาก)	4.00 (มาก)	4.16 (มาก)

จากตารางที่ 38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละช่วงอายุที่กำหนดให้ระดับความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลออนไลน์เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ต้องการซื้อภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามในระดับมาก ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามอายุ ดังนี้

ช่วงอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ระดับความน่าเชื่อถือในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.03 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลออนไลน์เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ต้องการซื้อภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงสุดคือ ผู้ให้ข้อมูลเป็นแพทย์/เภสัชกร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42

ช่วงอายุ 21-25 ปี ให้ระดับความน่าเชื่อถือในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.95 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลออนไลน์เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ต้องการซื้อภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงสุดคือ ผู้ให้ข้อมูลเป็นแพทย์/เภสัชกร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16

ช่วงอายุ 26-30 ปี ให้ระดับความน่าเชื่อถือในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.77 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลออนไลน์เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ต้องการซื้อภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงสุดคือ ผู้ให้ข้อมูลเป็นแพทย์/เภสัชกร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06

ช่วงอายุ 31-35 ปี ให้ระดับความน่าเชื่อถือในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.85 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลออนไลน์เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ต้องการซื้อภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงสุดคือ ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้บริโภคทั่วไปที่มีประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางนั้นๆจริง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21

ช่วงอายุ 36-40 ปี ให้ระดับความน่าเชื่อถือในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.00 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลออนไลน์เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ต้องการซื้อภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงสุดคือ ผู้ให้ข้อมูลสามารถให้ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างตัวผลิตภัณฑ์ของแต่ละยี่ห้อได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33

ช่วงอายุมากกว่า 40 ปี ให้ระดับความน่าเชื่อถือในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.16 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลออนไลน์เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ต้องการซื้อภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงสุดคือ ผู้ให้ข้อมูลเป็นแพทย์/เภสัชกร, ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้เชี่ยวชาญในวงการเครื่องสำอาง, ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้บริโภคทั่วไปที่มีประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางนั้นๆจริง, ผู้ให้ข้อมูลสามารถให้

รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางได้มากกว่าคำอธิบายบนฉลากผลิตภัณฑ์, ผู้ให้ข้อมูลสามารถให้ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างตัวผลิตภัณฑ์ของแต่ละยี่ห้อได้, และข้อมูลที่ได้มาจากหลายๆผู้ตอบ และเป็นไปในทิศทางเดียวกันเป็นประจําติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อาชีพ				
	นักเรียน/ นักศึกษา (62 คน)	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (23 คน)	รับจ้างทั่วไป/ พนักงาน บริษัทเอกชน (92 คน)	ธุรกิจ ส่วนตัว/ เจ้าของ ธุรกิจ (22 คน)	อื่นๆ (ว่างงาน 1 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ได้ข้อมูลยืนยันว่าเป็นยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่นิยม และมีมาตรฐานระดับสากล	3.84 (มาก)	4.17 (มาก)	3.82 (มาก)	4.18 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)
ได้ข้อมูลคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการ	4.60 (มากที่สุด)	4.65 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)	4.64 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)
ได้ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนผสมของผลิตภัณฑ์	3.61 (มาก)	3.83 (มาก)	3.64 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	5.00 (มากที่สุด)
ได้ข้อมูลเกี่ยวกับข้อดีและข้อเสียของผลิตภัณฑ์	4.45 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)	4.32 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)
ได้ข้อมูลอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์	3.34 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ได้ข้อมูลเปรียบเทียบคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ของแต่ละยี่ห้ออย่างชัดเจน	4.06 (มาก)	4.30 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.00 (มาก)
ได้ข้อมูลวิธีการสังเกตผลิตภัณฑ์ระหว่างของแท้และของปลอม	3.77 (มาก)	3.78 (มาก)	3.65 (มาก)	3.68 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.95 (มาก)	4.10 (มาก)	3.89 (มาก)	3.95 (มาก)	4.43 (มาก)

จากตารางที่ 39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละอาชีพ ให้ระดับความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามในระดับมาก ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามอาชีพ ดังนี้

นักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.95 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60

ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.10 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65

รับจ้างทั่วไป/พนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.89 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57

ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของธุรกิจ ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.95 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64

อื่นๆ : ว่างาน ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.43 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลยืนยันว่าเป็นยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่นิยม และมีมาตรฐานระดับสากล, ได้ข้อมูลคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการ, ได้ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนผสมของผลิตภัณฑ์, ได้ข้อมูลเกี่ยวกับข้อดีและข้อเสียของผลิตภัณฑ์ และได้ข้อมูลวิธีการสังเกตผลิตภัณฑ์ระหว่างของแท้และของปลอม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านราคาที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านราคา	อาชีพ				
	นักเรียน/ นักศึกษา (62 คน)	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (23 คน)	รับจ้าง ทั่วไป/ พนักงาน บริษัทเอกชน (92 คน)	ธุรกิจ ส่วนตัว/ เจ้าของ ธุรกิจ (22 คน)	อื่นๆ (ว่างงาน 1 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ได้ข้อมูลเปรียบเทียบราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละยี่ห้ออย่างชัดเจน	3.98 (มาก)	4.22 (มาก)	3.77 (มาก)	3.82 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)
ได้ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างราคากับคุณภาพหรือปริมาณของผลิตภัณฑ์	4.03 (มาก)	4.26 (มาก)	3.78 (มาก)	4.00 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)
ได้ข้อมูลเปรียบเทียบราคาของแต่ละร้าน	3.65 (มาก)	3.74 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.89 (มาก)	4.07 (มาก)	3.67 (มาก)	3.73 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละอาชีพ ให้ระดับความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านราคาที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามในระดับมากและระดับปานกลาง ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามอาชีพ ดังนี้

นักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.89 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านราคาที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างราคากับคุณภาพหรือปริมาณของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03

ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.07 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านราคาที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างราคากับคุณภาพหรือปริมาณของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26

รับจ้างทั่วไป/พนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.67 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านราคาที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างราคากับคุณภาพหรือปริมาณของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78

ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของธุรกิจ ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.73 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านราคาที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างราคากับคุณภาพหรือปริมาณของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

อื่นๆ : ว่างาน ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.00 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านราคาที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลเปรียบเทียบราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละยี่ห้ออย่างชัดเจน, ได้ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างราคากับคุณภาพหรือปริมาณของผลิตภัณฑ์ และได้ข้อมูลเปรียบเทียบราคาของแต่ละร้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	อาชีพ				
	นักเรียน/ นักศึกษา (62 คน)	ข้าราชการ /พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (23 คน)	รับจ้าง ทั่วไป/ พนักงาน บริษัทเอกชน (92 คน)	ธุรกิจ ส่วนตัว/ เจ้าของ ธุรกิจ (22 คน)	อื่นๆ (ว่างงาน 1 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ได้ข้อมูลสถานที่วางจำหน่ายที่สามารถ เดินทางไปซื้อได้สะดวก	3.39 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)
ได้ข้อมูลแนะนำเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ ที่เชื่อถือได้ สำหรับการสั่งซื้อสินค้า	3.24 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)
ได้ข้อมูลแนะนำแหล่งขายที่มีสินค้าให้ เลือกมาก	3.31 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.31 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละอาชีพ ให้ระดับความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามในระดับมากและระดับปานกลาง ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามอาชีพ ดังนี้

นักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.31 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลสถานที่วางจำหน่ายที่สามารถเดินทางไปซื้อได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39

ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.23 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลสถานที่วางจำหน่ายที่สามารถเดินทางไปซื้อได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52

รับจ้างทั่วไป/พนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.26 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลสถานที่วางจำหน่ายที่สามารถเดินทางไปซื้อได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42

ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของธุรกิจ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.39 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลสถานที่วางจำหน่ายที่สามารถเดินทางไปซื้อได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73

อื่นๆ : ว่างาน ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.33 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลแนะนำเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ที่เชื่อถือได้ สำหรับการสั่งซื้อสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อาชีพ				
	นักเรียน/ นักศึกษา (62 คน)	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (23 คน)	รับจ้างทั่วไป/ พนักงาน บริษัทเอกชน (92 คน)	ธุรกิจ ส่วนตัว/ เจ้าของ ธุรกิจ (22 คน)	อื่นๆ (ว่างงาน 1 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ได้ข้อมูลการลดราคาของ ผลิตภัณฑ์	3.74 (มาก)	4.22 (มาก)	3.75 (มาก)	3.59 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)
ได้ข้อมูลการแถมสินค้าของ ผลิตภัณฑ์	3.34 (ปานกลาง)	3.83 (มาก)	3.35 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)
มีการแนะนำพนักงานขายสินค้าที่ สร้างความประทับใจ	3.11 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.26 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	1.00 (น้อยที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.40 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.45 (ปานกลาง)	3.45 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละอาชีพ ให้ระดับความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามในระดับมากและระดับปานกลาง ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามอาชีพ ดังนี้

นักเรียน/นักศึกษา ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.40 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลการลดราคาของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74

ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.68 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลการลดราคาของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22

รับจ้างทั่วไป/พนักงานบริษัทเอกชน ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.45 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงสุดคือ ได้ข้อมูลการตลาดราคาของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75

ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของธุรกิจ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.45 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงสุดคือ ได้ข้อมูลการตลาดราคาของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59

อื่นๆ : ว่างาน ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.46 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงสุดคือ ได้ข้อมูลการแถมสินค้าของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลระดับความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลออนไลน์เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ต้องการซื้อภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม จำแนกตามอาชีพ

ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลออนไลน์	อาชีพ				
	นักเรียน/ นักศึกษา (62 คน)	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ (23 คน)	รับจ้างทั่วไป/ พนักงาน บริษัทเอกชน (92 คน)	ธุรกิจส่วนตัว/ เจ้าของธุรกิจ (22 คน)	อื่นๆ (ว่างงาน 1 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ผู้ให้ข้อมูลเป็นแพทย์/เภสัชกร	4.26 (มาก)	4.30 (มาก)	4.09 (มาก)	3.86 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)
ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้เชี่ยวชาญในวงการเครื่องสำอาง	4.11 (มาก)	4.13 (มาก)	3.96 (มาก)	3.86 (มาก)	2.00 (น้อย)
ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้บริโภคทั่วไปที่มีประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางนั้นๆจริง	4.15 (มาก)	3.87 (มาก)	4.12 (มาก)	3.91 (มาก)	4.00 (มาก)
ผู้ให้ข้อมูลสามารถให้รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางได้มากกว่าคำอธิบายบนฉลากผลิตภัณฑ์	4.18 (มาก)	4.17 (มาก)	3.97 (มาก)	4.05 (มาก)	4.00 (มาก)
ผู้ให้ข้อมูลสามารถให้ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างตัวผลิตภัณฑ์ของแต่ละยี่ห้อได้	4.06 (มาก)	4.22 (มาก)	3.93 (มาก)	4.05 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)
ผู้ให้ข้อมูลเป็นบล็อกเกอร์ด้านความงามที่มีชื่อเสียง	3.26 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	1.00 (น้อยที่สุด)
ผู้ให้ข้อมูลให้คำแนะนำโดยปราศจากการแอบแฝงโฆษณาใดๆ	3.92 (มาก)	3.87 (มาก)	3.86 (มาก)	4.00 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)
ข้อมูลที่ได้มาจากหลายๆผู้ตอบและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เป็นประจักษ์	4.03 (มาก)	3.87 (มาก)	3.82 (มาก)	3.73 (มาก)	2.00 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.00 (มาก)	3.96 (มาก)	3.86 (มาก)	3.82 (มาก)	2.75 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 43 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละอาชีพ ระดับความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลออนไลน์เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ต้องการซื้อภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามในระดับมากและระดับปานกลาง ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามอาชีพ ดังนี้

นักเรียน/นักศึกษา ให้ระดับความน่าเชื่อถือในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.00 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลออนไลน์เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ต้องการซื้อภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงสุดคือ ผู้ให้ข้อมูลเป็นแพทย์/เภสัชกร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26

ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ให้ระดับความน่าเชื่อถือในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.96 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลออนไลน์เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ต้องการซื้อภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงสุดคือ ผู้ให้ข้อมูลเป็นแพทย์/เภสัชกร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30

รับจ้างทั่วไป/พนักงานบริษัทเอกชน ให้ระดับความน่าเชื่อถือในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.86 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลออนไลน์เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ต้องการซื้อภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงสุดคือ ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้บริโภคทั่วไปที่มีประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางนั้นๆจริง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12

ธุรกิจส่วนตัว/เจ้าของธุรกิจ ให้ระดับความน่าเชื่อถือในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.82 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลออนไลน์เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ต้องการซื้อภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงสุดคือ ผู้ให้ข้อมูลสามารถให้รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางได้มากกว่าคำอธิบายบนฉลากผลิตภัณฑ์ และผู้ให้ข้อมูลสามารถให้ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างตัวผลิตภัณฑ์ของแต่ละยี่ห้อได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05

อื่นๆ : ว่างาน ให้ระดับความน่าเชื่อถือในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.75 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลออนไลน์เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ต้องการซื้อภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงสุดคือ ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้บริโภคทั่วไปที่มีประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางนั้นๆจริง และผู้ให้ข้อมูลสามารถให้รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางได้มากกว่าคำอธิบายบนฉลากผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม จำแนกตามที่พักอาศัย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ที่พักอาศัย						
	ภาคเหนือ (50 คน)	ภาค กลาง (109 คน)	ภาคใต้ (6 คน)	ภาค ตะวันออก (7 คน)	ภาค ตะวันออก เฉียงเหนือ (10 คน)	ภาค ตะวันตก (5 คน)	ต่างประ เทศ (13 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ได้ข้อมูลยืนยันว่าเป็น ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็น ที่นิยม และมี มาตรฐานระดับสากล	3.90 (มาก)	3.85 (มาก)	3.83 (มาก)	4.00 (มาก)	4.10 (มาก)	4.20 (มาก)	4.15 (มาก)
ได้ข้อมูลคุณสมบัติ ของผลิตภัณฑ์ที่ตรง กับความต้องการ	4.62 (มาก ที่สุด)	4.59 (มาก ที่สุด)	4.67 (มาก ที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.80 (มาก ที่สุด)	4.46 (มาก)
ได้ข้อมูลเกี่ยวกับ ส่วนผสมของ ผลิตภัณฑ์	3.90 (มาก)	3.53 (มาก)	3.33 (ปาน กลาง)	3.71 (มาก)	3.70 (มาก)	3.80 (มาก)	3.54 (มาก)
ได้ข้อมูลเกี่ยวกับ ข้อดีและข้อเสียของ ผลิตภัณฑ์	4.46 (มาก)	4.47 (มาก)	4.17 (มาก)	4.14 (มาก)	4.40 (มาก)	4.60 (มาก ที่สุด)	4.38 (มาก)
ได้ข้อมูลอายุการใช้ งานของผลิตภัณฑ์	3.34 (ปาน กลาง)	3.16 (ปาน กลาง)	3.00 (ปาน กลาง)	3.29 (ปาน กลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.40 (ปาน กลาง)	3.62 (มาก)
ได้ข้อมูลเปรียบเทียบ คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ ของแต่ละยี่ห้ออย่าง ชัดเจน	4.14 (มาก)	4.09 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.50 (มาก)	4.40 (มาก)	3.69 (มาก)
ได้ข้อมูลวิธีการ สังเกตผลิตภัณฑ์ ระหว่างของแท้และ ของปลอม	4.06 (มาก)	3.57 (มาก)	3.67 (มาก)	3.71 (มาก)	3.60 (มาก)	4.20 (มาก)	3.54 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.06 (มาก)	3.89 (มาก)	3.81 (มาก)	3.94 (มาก)	3.89 (มาก)	4.20 (มาก)	3.91 (มาก)

ออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านราคาที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม จำแนกตามที่พักอาศัย

ปัจจัยด้านราคา	ที่พักอาศัย						
	ภาคเหนือ (50 คน)	ภาค กลาง (109 คน)	ภาคใต้ (6 คน)	ภาค ตะวันออก (7 คน)	ภาค ตะวันออก เฉียง เหนือ (10 คน)	ภาค ตะวันตก (5 คน)	ต่างประ เทศ (13 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ได้ข้อมูลเปรียบเทียบ ราคาของผลิตภัณฑ์ แต่ละยี่ห้ออย่างชัดเจน	4.10 (มาก)	3.79 (มาก)	4.00 (มาก)	3.57 (มาก)	3.70 (มาก)	4.40 (มาก)	4.00 (มาก)
ได้ข้อมูลเปรียบเทียบ ระหว่างราคากับ คุณภาพหรือปริมาณ ของผลิตภัณฑ์	4.16 (มาก)	3.83 (มาก)	4.17 (มาก)	3.86 (มาก)	4.10 (มาก)	4.20 (มาก)	3.69 (มาก)
ได้ข้อมูลเปรียบเทียบ ราคาของแต่ละร้าน	3.68 (มาก)	3.46 (ปาน กลาง)	3.50 (มาก)	3.57 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)	3.85 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.98 (มาก)	3.69 (มาก)	3.89 (มาก)	3.67 (มาก)	3.67 (มาก)	4.13 (มาก)	3.85 (มาก)

จากตารางที่ 45 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละที่พักอาศัย ให้ระดับความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านราคาที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามในระดับมากที่สุดและระดับมาก ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามที่พักอาศัย ดังนี้

ภาคเหนือ ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.98 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านราคาที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์

ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างราคากับคุณภาพหรือปริมาณของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16

ภาคกลาง ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.69 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านราคาที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลเปรียบเทียบราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละยี่ห้ออย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83

ภาคใต้ ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.89 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านราคาที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างราคากับคุณภาพหรือปริมาณของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17

ภาคตะวันออก ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.67 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านราคาที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างราคากับคุณภาพหรือปริมาณของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.67 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านราคาที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างราคากับคุณภาพหรือปริมาณของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10

ภาคตะวันตก ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.13 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านราคาที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลเปรียบเทียบราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละยี่ห้ออย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40

ต่างประเทศ ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.85 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านราคาที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลเปรียบเทียบราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละยี่ห้ออย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม จำแนกตามที่พักอาศัย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ที่พักอาศัย						
	ภาคเหนือ (50 คน)	ภาค กลาง (109 คน)	ภาคใต้ (6 คน)	ภาค ตะวันออก (7 คน)	ภาค เฉียงเหนือ (10 คน)	ภาค ตะวันตก (5 คน)	ต่างประ เทศ (13 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ได้ข้อมูลสถานที่ว่าง จำหน่ายที่สามารถ เดินทางไปซื้อได้ สะดวก	3.44 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)	3.83 (มาก)	3.71 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
ได้ข้อมูลแนะนำ เว็บไซต์ร้านค้า ออนไลน์ที่เชื่อถือได้ สำหรับการสั่งซื้อ สินค้า	3.32 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)	3.62 (มาก)
ได้ข้อมูลแนะนำ แหล่งขายที่มีสินค้า ให้เลือกมาก	3.28 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.46 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.35 (ปานกลาง)	3.43 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.69 (มาก)

จากตารางที่ 46 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละที่พักอาศัย ให้ระดับความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามในระดับมากและระดับปานกลาง ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามที่พักอาศัย ดังนี้

ภาคเหนือ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.35 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลสถานที่ว่างจำหน่ายที่สามารถเดินทางไปซื้อได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44

ภาคกลาง ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.43 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลสถานที่วางจำหน่ายที่สามารถเดินทางไปซื้อได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54

ภาคใต้ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.33 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลสถานที่วางจำหน่ายที่สามารถเดินทางไปซื้อได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83

ภาคตะวันออก ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.24 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลสถานที่วางจำหน่ายที่สามารถเดินทางไปซื้อได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.13 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลสถานที่วางจำหน่ายที่สามารถเดินทางไปซื้อได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40

ภาคตะวันตก ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.67 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลสถานที่วางจำหน่ายที่สามารถเดินทางไปซื้อได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ต่างประเทศ ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.69 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลสถานที่วางจำหน่ายที่สามารถเดินทางไปซื้อได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม จำแนกตามที่พักอาศัย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ที่พักอาศัย						
	ภาคเหนือ (50 คน)	ภาค กลาง (109 คน)	ภาคใต้ (6 คน)	ภาค ตะวันออก (7 คน)	ภาค ตะวันออก เฉียงเหนือ (10 คน)	ภาค ตะวันตก (5 คน)	ต่างประ เทศ (13 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ได้ข้อมูลการตลาด ราคาของผลิตภัณฑ์	3.92 (มาก)	3.72 (มาก)	3.83 (มาก)	3.71 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)
ได้ข้อมูลการแถม สินค้าของ ผลิตภัณฑ์	3.48 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)	3.62 (มาก)
มีการแนะนำ พนักงานขายสินค้า ที่สร้างความ ประทับใจ	3.24 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.46 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.55 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.69 (มาก)

จากตารางที่ 47 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละที่พักอาศัย ให้ระดับความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามในระดับมากและระดับปานกลาง ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามที่พักอาศัย ดังนี้ ภาคเหนือ ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.55 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลการตลาดราคาของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92

ภาคกลาง ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.43 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายใน

กระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลการตลาดราคาของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72

ภาคใต้ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.33 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลการตลาดราคาของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83

ภาคตะวันออกให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.24 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลการตลาดราคาของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.13 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลการตลาดราคาของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40

ภาคตะวันตกให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.67 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลการตลาดราคาของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ต่างประเทศให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.69 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลการตลาดราคาของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลระดับความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลออนไลน์เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ต้องการซื้อภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม จำแนกตามที่พักอาศัย

ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลออนไลน์	ที่พักอาศัย						
	ภาคเหนือ (50 คน)	ภาค กลาง (109 คน)	ภาคใต้ (6 คน)	ภาค ตะวันออก (7 คน)	ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ (10 คน)	ภาค ตะวันตก (5 คน)	ต่างประ เทศ (13 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)	ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ผู้ให้ข้อมูลเป็นแพทย์/เภสัชกร	4.14 (มาก)	4.06 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)	3.90 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)	4.31 (มาก)
ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้เชี่ยวชาญในวงการเครื่องสำอาง	3.94 (มาก)	3.96 (มาก)	4.17 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)	3.92 (มาก)
ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้บริโภคทั่วไปที่มีประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางนั้นๆจริง	4.04 (มาก)	4.03 (มาก)	4.17 (มาก)	4.14 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.23 (มาก)
ผู้ให้ข้อมูลสามารถให้รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางได้มากกว่าคำอธิบายบนฉลากผลิตภัณฑ์	4.04 (มาก)	4.07 (มาก)	4.17 (มาก)	4.00 (มาก)	4.30 (มาก)	4.20 (มาก)	3.85 (มาก)
ผู้ให้ข้อมูลสามารถให้ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างตัวผลิตภัณฑ์ของแต่ละยี่ห้อได้	4.16 (มาก)	3.99 (มาก)	4.00 (มาก)	3.86 (มาก)	4.00 (มาก)	4.20 (มาก)	3.69 (มาก)

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลระดับความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลออนไลน์เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ต้องการซื้อภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม จำแนกตามที่พักอาศัย (ต่อ)

ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลออนไลน์	ที่พักอาศัย						
	ภาคเหนือ (50 คน)	ภาค กลาง (109 คน)	ภาคใต้ (6 คน)	ภาค ตะวันออก (7 คน)	ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ (10 คน)	ภาค ตะวันตก (5 คน)	ต่างประ เทศ (13 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)	ค่าเฉลี่ย (แปล ผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ผู้ให้ข้อมูลเป็นบล็อกเกอร์ด้านความงามที่มีชื่อเสียง	3.32 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.29 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.20 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)
ผู้ให้ข้อมูลให้คำแนะนำโดยปราศจากการแอบแฝงโฆษณาใดๆ	3.82 (มาก)	3.95 (มาก)	3.83 (มาก)	3.86 (มาก)	4.00 (มาก)	3.80 (มาก)	3.62 (มาก)
ข้อมูลที่ได้มาจากหลายๆผู้ตอบ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เป็นประชาคติ	3.90 (มาก)	3.92 (มาก)	3.83 (มาก)	3.71 (มาก)	3.90 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.92 (มาก)	3.89 (มาก)	3.96 (มาก)	4.00 (มาก)	3.98 (มาก)	4.05 (มาก)	3.78 (มาก)

จากตารางที่ 48 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละที่พักอาศัยให้ระดับความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลออนไลน์เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ต้องการซื้อภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามในระดับมาก ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามที่พักอาศัย ดังนี้

ภาคเหนือ ให้ระดับความน่าเชื่อถือในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.92 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลออนไลน์เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ต้องการซื้อภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงสุดคือ ผู้ให้ข้อมูลสามารถให้ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างตัวผลิตภัณฑ์ของแต่ละยี่ห้อได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16

ภาคกลาง ให้ระดับความน่าเชื่อถือในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.89 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลออนไลน์เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ต้องการซื้อภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงสุดคือ ผู้ให้ข้อมูลสามารถให้รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางได้มากกว่าคำอธิบายบนฉลากผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07

ภาคใต้ ให้ระดับความน่าเชื่อถือในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.96 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลออนไลน์เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ต้องการซื้อภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงสุดคือ ผู้ให้ข้อมูลเป็นแพทย์/เภสัชกร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ให้ระดับความน่าเชื่อถือในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.00 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลออนไลน์เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ต้องการซื้อภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงสุดคือ ผู้ให้ข้อมูลเป็นแพทย์/เภสัชกร และ ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้เชี่ยวชาญในวงการเครื่องสำอาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ให้ระดับความน่าเชื่อถือในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.98 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลออนไลน์เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ต้องการซื้อภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงสุดคือ ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้บริโภคทั่วไปที่มีประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางนั้นๆ จริง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50

ภาคตะวันตก ให้ระดับความน่าเชื่อถือในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.05 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลออนไลน์เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ต้องการซื้อภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงสุดคือ ผู้ให้ข้อมูลเป็นแพทย์/เภสัชกร และ ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้เชี่ยวชาญในวงการเครื่องสำอาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80

ต่างประเทศ ให้ระดับความน่าเชื่อถือในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.78 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลออนไลน์เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับ

ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ต้องการซื้อภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ผู้ให้ข้อมูลเป็นแพทย์/เภสัชกร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม จำแนกตามรายได้

	รายได้					
	ไม่เกิน 10,000 บาท (53 คน)	10,001- 20,000 บาท (78 คน)	20,001- 30,000 บาท (23 คน)	30,001- 40,000 บาท (19 คน)	40,001- 50,000 บาท (14 คน)	มากกว่า 50,001 บาท (13 คน)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ได้ข้อมูลยืนยันว่าเป็นยี่ห้อที่มีชื่อเสียง เป็นที่นิยม และมีมาตรฐานระดับสากล	3.89 (มาก)	3.91 (มาก)	3.96 (มาก)	3.84 (มาก)	3.86 (มาก)	4.08 (มาก)
ได้ข้อมูลคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการ	4.64 (มากที่สุด)	4.62 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)	4.37 (มาก)	4.71 (มากที่สุด)	4.54 (มากที่สุด)
ได้ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนผสมของผลิตภัณฑ์	3.58 (มาก)	3.78 (มาก)	3.52 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.92 (มาก)
ได้ข้อมูลเกี่ยวกับข้อดีและข้อเสียของผลิตภัณฑ์	4.43 (มาก)	4.46 (มาก)	4.43 (มาก)	4.42 (มาก)	4.43 (มาก)	4.38 (มาก)
ได้ข้อมูลอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์	3.40 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.31 (ปานกลาง)
ได้ข้อมูลเปรียบเทียบคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ของแต่ละยี่ห้ออย่างชัดเจน	4.17 (มาก)	4.03 (มาก)	4.09 (มาก)	4.00 (มาก)	3.93 (มาก)	3.85 (มาก)
ได้ข้อมูลวิธีการสังเกตผลิตภัณฑ์ระหว่างของแท้และของปลอม	4.04 (มาก)	3.82 (มาก)	3.65 (มาก)	3.63 (มาก)	2.93 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.02 (มาก)	3.97 (มาก)	3.96 (มาก)	3.78 (มาก)	3.78 (มาก)	3.85 (มาก)

จากตารางที่ 49 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละช่วงรายได้ ให้ระดับความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามในระดับมาก ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามช่วงรายได้ ดังนี้

ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.02 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64

10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.97 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62

20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.96 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57

30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.78 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37

40,001-50,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.78 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71

มากกว่า 50,001 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.85 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลเปรียบเทียบคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ของแต่ละยี่ห้ออย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านราคาที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านราคา	รายได้					
	ไม่เกิน 10,000 บาท (53 คน)	10,001- 20,000 บาท (78 คน)	20,001- 30,000 บาท (23 คน)	30,001- 40,000 บาท (19 คน)	40,001- 50,000 บาท (14 คน)	มากกว่า 50,001 บาท (13 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ได้ข้อมูลเปรียบเทียบราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละยี่ห้ออย่างชัดเจน	4.17 (มาก)	3.88 (มาก)	3.78 (มาก)	3.89 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.46 (ปานกลาง)
ได้ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างราคากับคุณภาพหรือปริมาณของผลิตภัณฑ์	4.09 (มาก)	4.00 (มาก)	3.87 (มาก)	3.84 (มาก)	3.43 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)
ได้ข้อมูลเปรียบเทียบราคาของแต่ละร้าน	3.79 (มาก)	3.62 (มาก)	3.22 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	3.54 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.02 (มาก)	3.83 (มาก)	3.62 (มาก)	3.63 (มาก)	3.36 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)

จากตารางที่ 50 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละช่วงรายได้ ให้ระดับความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านราคาที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามในระดับมากที่สุดและระดับมากและระดับปานกลาง ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามช่วงรายได้ดังนี้

ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.02 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านราคาที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลเปรียบเทียบราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละยี่ห้ออย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17

10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.83 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านราคาที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดาน

สนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างราคากับคุณภาพหรือปริมาณของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.62 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านราคาที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างราคากับคุณภาพหรือปริมาณของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87

30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.63 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านราคาที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลเปรียบเทียบราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละยี่ห้ออย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89

40,001-50,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.36 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านราคาที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลเปรียบเทียบราคาของผลิตภัณฑ์แต่ละยี่ห้ออย่างชัดเจน และได้ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างราคากับคุณภาพหรือปริมาณของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43

มากกว่า 50,001 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.56 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านราคาที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างราคากับคุณภาพ หรือปริมาณของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	รายได้					
	ไม่เกิน 10,000 บาท (53 คน)	10,001- 20,000 บาท (78 คน)	20,001- 30,000 บาท (23 คน)	30,001- 40,000 บาท (19 คน)	40,001- 50,000 บาท (14 คน)	มากกว่า 50,001 บาท (13 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ได้ข้อมูลสถานที่วางจำหน่ายที่สามารถเดินทางไปซื้อได้สะดวก	3.57 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.48 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.36 (ปานกลาง)	3.69 (มาก)
ได้ข้อมูลแนะนำเว็บไซต์ร้านค้าออนไลน์ที่เชื่อถือได้ สำหรับการสั่งซื้อสินค้า	3.26 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	2.21 (น้อย)	2.92 (ปานกลาง)
ได้ข้อมูลแนะนำแหล่งขายที่มีสินค้าให้เลือกมาก	3.43 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.42 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)	2.81 (ปานกลาง)	3.21 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 51 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละช่วงรายได้ ให้ระดับความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามในระดับปานกลาง ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามช่วงรายได้ ดังนี้

ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.42 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลสถานที่วางจำหน่ายที่สามารถเดินทางไปซื้อได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57

10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.32 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลสถานที่วางจำหน่ายที่สามารถเดินทางไปซื้อได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44

20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.35 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลสถานที่วางจำหน่ายที่สามารถเดินทางไปซื้อได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48

30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.16 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลแนะนำแหล่งขายที่มีสินค้าให้เลือกมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21

40,001-50,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.81 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลสถานที่วางจำหน่ายที่สามารถเดินทางไปซื้อได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36

มากกว่า 50,001 บาท ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.21 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลสถานที่วางจำหน่ายที่สามารถเดินทางไปซื้อได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม จำแนกตามรายได้

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้					
	ไม่เกิน 10,000 บาท (53 คน)	10,001-20,000 บาท (78 คน)	20,001-30,000 บาท (23 คน)	30,001-40,000 บาท (19 คน)	40,001-50,000 บาท (14 คน)	มากกว่า 50,001 บาท (13 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ได้ข้อมูลการลดราคาของผลิตภัณฑ์	3.96 (มาก)	3.82 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.68 (มาก)	3.93 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)
ได้ข้อมูลการแถมสินค้าของผลิตภัณฑ์	3.66 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)	3.58 (มาก)	3.71 (มาก)	3.31 (ปานกลาง)
มีการแนะนำพนักงานขายสินค้าที่สร้างความประทับใจ	3.02 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.86 (มาก)	3.23 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.55 (มาก)	3.44 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	3.83 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 52 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละช่วงรายได้ ให้ระดับความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามในระดับมากและระดับปานกลาง ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามช่วงรายได้ ดังนี้

ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.55 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลการลดราคาของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96

10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.44 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลการลดราคาของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82

20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.19 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ได้จาก

แหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลการตลาดราคาของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39

30,001-40,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.42 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลการตลาดราคาของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68

40,001-50,000 บาท ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.83 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลการตลาดราคาของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93

มากกว่า 50,001 บาท ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.33 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของข้อมูลปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ได้จากแหล่งข้อมูลภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุดคือ ได้ข้อมูลการตลาดราคาของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลผลระดับความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลออนไลน์เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ต้องการซื้อภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงาม จำแนกตามรายได้

ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูล ออนไลน์	รายได้					
	ไม่เกิน 10,000 บาท (53 คน)	10,001- 20,000 บาท (78 คน)	20,001- 30,000 บาท (23 คน)	30,001- 40,000 บาท (19 คน)	40,001- 50,000 บาท (14 คน)	มากกว่า 50,001 บาท (13 คน)
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ผู้ให้ข้อมูลเป็นแพทย์/เภสัชกร	4.25 (มาก)	4.17 (มาก)	4.22 (มาก)	3.95 (มาก)	4.07 (มาก)	3.69 (มาก)
ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้เชี่ยวชาญใน วงการเครื่องสำอาง	4.19 (มาก)	4.00 (มาก)	4.13 (มาก)	3.95 (มาก)	3.64 (มาก)	3.54 (มาก)
ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้บริโภคทั่วไปที่มี ประสบการณ์ในการใช้ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางนั้นๆจริง	4.28 (มาก)	3.96 (มาก)	4.00 (มาก)	4.05 (มาก)	4.29 (มาก)	3.85 (มาก)
ผู้ให้ข้อมูลสามารถให้ รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เครื่องสำอางได้มากกว่า คำอธิบายบนฉลากผลิตภัณฑ์	4.25 (มาก)	3.97 (มาก)	3.96 (มาก)	3.84 (มาก)	4.29 (มาก)	4.15 (มาก)
ผู้ให้ข้อมูลสามารถให้ข้อมูล เปรียบเทียบระหว่างตัว ผลิตภัณฑ์ของแต่ละยี่ห้อได้	4.32 (มาก)	3.88 (มาก)	3.78 (มาก)	3.89 (มาก)	4.21 (มาก)	3.92 (มาก)
ผู้ให้ข้อมูลเป็นบล็อกเกอร์ด้าน ความงามที่มีชื่อเสียง	3.49 (มาก)	3.24 (ปานกลาง)	2.83 (ปาน กลาง)	2.95 (ปานกลาง)	2.79 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)
ผู้ให้ข้อมูลให้คำแนะนำโดยปราศ จากการแอบแฝงโฆษณาใดๆ	4.08 (มาก)	3.76 (มาก)	3.83 (มาก)	3.79 (มาก)	4.00 (มาก)	4.08 (มาก)
ข้อมูลที่ได้มาจากหลายผู้ตอบ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เป็นประจํา	4.15 (มาก)	3.72 (มาก)	3.74 (มาก)	3.84 (มาก)	3.86 (มาก)	3.92 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.13 (มาก)	3.84 (มาก)	3.81 (มาก)	3.78 (มาก)	3.89 (มาก)	3.76 (มาก)

จากตารางที่ 53 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละช่วงรายได้ ให้ระดับความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลออนไลน์เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ต้องการซื้อภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามในระดับมาก ซึ่งพิจารณารายละเอียดจำแนกตามรายได้ ดังนี้

ไม่เกิน 10,000 บาท ให้ระดับความน่าเชื่อถือในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.13 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลออนไลน์เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ต้องการซื้อภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงสุดคือ ผู้ให้ข้อมูลสามารถให้ข้อมูลเปรียบเทียบระหว่างตัวผลิตภัณฑ์ของแต่ละยี่ห้อได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32

10,001-20,000 บาท ให้ระดับความน่าเชื่อถือในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.84 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลออนไลน์เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ต้องการซื้อภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงสุดคือ ผู้ให้ข้อมูลเป็นแพทย์/เภสัชกร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17

20,001-30,000 บาท ให้ระดับความน่าเชื่อถือในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.81 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลออนไลน์เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ต้องการซื้อภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงสุดคือ ผู้ให้ข้อมูลเป็นแพทย์/เภสัชกร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22

30,001-40,000 บาท ให้ระดับความน่าเชื่อถือในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.78 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลออนไลน์เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ต้องการซื้อภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงสุดคือ ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้บริโภคทั่วไปที่มีประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางนั้นๆจริง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05

40,001-50,000 บาท ให้ระดับความน่าเชื่อถือในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.89 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลออนไลน์เมื่อต้องการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ต้องการซื้อภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงสุดคือ ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้บริโภคทั่วไปที่มีประสบการณ์ในการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางนั้นๆจริง และผู้ให้ข้อมูลสามารถให้รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางได้มากกว่าคำอธิบายบนฉลากผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29

มากกว่า 50,001 บาท ให้ระดับความน่าเชื่อถือในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.76 โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลออนไลน์เมื่อต้องการค้นหาข้อมูล

เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ต้องการซื้อภายในกระดานสนทนาออนไลน์ด้านความงามสูงที่สุด
คือ ผู้ให้ข้อมูลสามารถให้รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางได้มากกว่าคำอธิบายบนฉลาก
ผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved