

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายของสตรีในกรุงเทพมหานคร ได้เก็บตัวอย่างจากสตรีในกรุงเทพมหานครที่ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายจำนวน 300 ราย ซึ่งผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ และสามารถแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลจากข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย อายุ สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ตารางที่ 4.1 - 4.5)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายของสตรีในกรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายของสตรีในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ความถี่ในการซื้อต่อเดือน ประเภทของเนื้อโลชั่นบำรุงผิวกายที่ซื้อเป็นประจำ คุณสมบัติที่ต้องการซื้อ องค์ประกอบของโลชั่นบำรุงผิวกายที่ต้องการซื้อ ยี่ห้อที่ซื้อ ขนาดที่ซื้อเป็นประจำ ราคาส่วนใหญ่ที่ซื้อ เหตุผลที่ใช้ เหตุผลของช่วงเวลาซื้อมากที่สุด บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อมากที่สุด ช่วงวันที่ไปเลือกซื้อบ่อยที่สุด สถานที่ที่ไปซื้อเป็นส่วนใหญ่ สิ่งที่น่าสนใจในการเลือกยี่ห้อ การส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อมากที่สุด และแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักและรับรู้ข่าวสาร (ตารางที่ 4.6 - 4.20)

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายของสตรีในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามลักษณะต่างๆของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ อาชีพ และรายได้ (ตารางที่ 4.21 - 4.36)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะอื่นๆเกี่ยวกับโลชั่นบำรุงผิวกาย (ตารางที่ 4.37)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 18 ปี	13	4.3
18-22 ปี	49	16.3
23-30 ปี	133	44.4
31-40 ปี	75	25.0
41 ปี ขึ้นไป	30	10.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 23-30 ปี มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.4 รองลงมาได้แก่ อายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.0 อายุระหว่าง 18-22 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.3 อายุระหว่าง 41 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 10.0 และอายุต่ำกว่า 18 ปี คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	205	68.4
แต่งงาน	88	29.3
อื่นๆ	7	2.3
รวม	300	100.0

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ หย่าร้าง

จากตารางที่ 4.2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพโสดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.4 รองลงมาได้แก่ มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 29.3 และมีสถานภาพอื่นๆ ได้แก่ หย่าร้าง คิดเป็นร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	51	17.0
ปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี	218	72.6
ปริญญาโทหรือกำลังศึกษาในระดับปริญญาโท	29	9.7
สูงกว่าระดับปริญญาโท	2	0.7
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือกำลังศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.6 รองลงมาได้แก่ มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 17.0 มีการศึกษาระดับปริญญาโทหรือกำลังศึกษาในระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 9.7 และมีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	46	15.3
ธุรกิจส่วนตัว	18	6.0
รับราชการ	5	1.7
พนักงานบริษัทเอกชน	198	66.0
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	11	3.7
รับจ้างทั่วไป	12	4.0
แม่บ้าน	10	3.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.0 รองลงมาได้แก่ อาชีพนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 15.3 อาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 6.0 อาชีพรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 4.0 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 3.7 อาชีพแม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 3.3 และอาชีพรับราชการ คิดเป็นร้อยละ 1.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	70	23.3
10,001 – 20,000 บาท	111	37.0
20,001 – 30,000 บาท	50	16.7
30,001 – 40,000 บาท	33	11.0
40,001 – 50,000 บาท	15	5.0
50,001 บาท ขึ้นไป	21	7.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมาได้แก่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.7 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 30,001 – 40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 7.0 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 40,001 – 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายของสตรีในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายต่อเดือน

ความถี่ในการซื้อต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ครั้ง	145	48.3
1-2 ครั้ง	143	47.7
3 ครั้ง ขึ้นไป	12	4.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความถี่ในการซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายต่อเดือนน้อยกว่า 1 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.3 รองลงมาได้แก่ มีความถี่ในการซื้อโลชั่นบำรุงผิวกาย 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 47.7 และมีความถี่ในการซื้อโลชั่นบำรุงผิวกาย 3 ครั้ง ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของรูปแบบเนื้อโลชั่นบำรุงผิวกายที่ซื้อเป็นประจำ

ประเภทของรูปแบบเนื้อโลชั่นบำรุงผิวกายที่ซื้อเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
รูปแบบเนื้อครีม	60	20.0
รูปแบบเนื้อโลชั่น	231	77.0
รูปแบบเนื้ออิมัลชัน	1	0.4
รูปแบบเนื้อเจล	4	1.3
รูปแบบเนื้อเซรัม	4	1.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายประเภทของรูปแบบเนื้อโลชั่น มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.0 รองลงมาได้แก่ รูปแบบเนื้อครีม คิดเป็นร้อยละ 20.0 รูปแบบเนื้อเจล คิดเป็นร้อยละ 1.3 รูปแบบเนื้อเซรัม คิดเป็นร้อยละ 1.3 และรูปแบบเนื้ออิมัลชัน คิดเป็นร้อยละ 0.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามคุณสมบัติของโลชั่นบำรุงผิวกายที่ต้องการซื้อ

คุณสมบัติของโลชั่นบำรุงผิวกายที่ต้องการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ด้านบำรุงผิว เช่น ให้ความชุ่มชื้น ไม่แห้งกร้าน ผิวกระชับ เต่งตึง	261	87.0
ด้านป้องกันแสงแดดและรังสีต่างๆ	199	66.3
ด้านสร้างความขาวให้ผิว	140	46.7
ด้านรักษา ริ้วรอยต่างๆ	92	30.7
ด้านความหอม-ความรู้สึกผ่อนคลาย	120	40.0
ด้านคุณลักษณะซึมซับ แห้งง่าย ไม่เหนียวเหนอะหนะ ไม่เป็นคราบ	178	59.3
อื่นๆ	2	0.7

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 ราย โดยเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

: อื่นๆ ได้แก่ ช่วยทำให้รอยแดง รอยยุงกัด จุดด่างดำ จางลง

จากตารางที่ 4.8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายที่มีคุณสมบัติด้านบำรุงผิว เช่น ให้ความชุ่มชื้น ไม่แห้งกร้าน ผิวกระชับ เต่งตึง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.0 รองลงมาได้แก่ คุณสมบัติด้านป้องกันแสงแดดและรังสีต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 66.3 คุณสมบัติด้านคุณลักษณะซึมซับ แห้งง่าย ไม่เหนียวเหนอะหนะ ไม่เป็นคราบ คิดเป็นร้อยละ 59.3 คุณสมบัติด้านสร้างความขาวให้ผิว คิดเป็นร้อยละ 46.7 คุณสมบัติด้านความหอม-ความรู้สึกผ่อนคลาย คิดเป็นร้อยละ 40.0 คุณสมบัติด้านรักษา ริ้วรอยต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 30.7 และคุณสมบัติด้านอื่นๆ ได้แก่ ช่วยทำให้รอยแดง รอยยุงกัด จุดด่างดำ จางลงคิดเป็นร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามองค์ประกอบของโลชั่นบำรุงผิวกายที่ต้องการซื้อ

องค์ประกอบของโลชั่นบำรุงผิวกายที่ต้องการซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
มีวิตามิน เช่น วิตามินเอ บี ซี อี	219	73.0
มีมอยส์เจอร์ไรเซอร์	195	65.0
มีสารต้านอนุมูลอิสระ เช่น โคนเอนไซม์ควิเท็น	77	25.7
มีคอลลาเจนและอีลาสติน	91	30.3
มีสารป้องกันแสงแดดและรังสีต่างๆ เช่น รังสี UVA, UVB, SPF	213	71.0
มีสารสกัดจากธรรมชาติ เช่น ชาเขียว	51	17.0
อื่นๆ	3	1.0

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 ราย โดยเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

: อื่นๆ ผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่ระบุรายละเอียด ทั้ง 3 ราย

จากตารางที่ 4.9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายที่มีองค์ประกอบมีวิตามิน เช่น วิตามินเอ บี ซี อี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 73.0 รองลงมาได้แก่ มีสารป้องกันแสงแดดและรังสีต่างๆ เช่น รังสี UVA, UVB, SPF คิดเป็นร้อยละ 71.0 มีมอยส์เจอร์ไรเซอร์ คิดเป็นร้อยละ 65.0 มีคอลลาเจนและอีลาสติน คิดเป็นร้อยละ 30.3 มีสารต้านอนุมูลอิสระ เช่น โคนเอนไซม์ควิเท็น คิดเป็นร้อยละ 25.7 มีสารสกัดจากธรรมชาติ เช่น ชาเขียว คิดเป็นร้อยละ 17.0 และมีองค์ประกอบอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อโลชั่นบำรุงผิวกายที่ซื้ออยู่ในปัจจุบัน

ยี่ห้อโลชั่นบำรุงผิวกายที่ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ซีตร้า	101	33.7
วาสลีน	168	56.0
บีโนซ์	17	5.7
จอห์นสัน แอนด์ จอห์นสัน	69	23.0
นีเวีย	134	44.7
นาทริฟ	10	3.3
ลอรีอัล	32	10.7
อื่นๆ	51	17.0

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 ราย โดยเลือกตอบได้มากกว่า 1 ยี่ห้อ

: ยี่ห้ออื่นๆ ได้แก่ เจอร์เจนท์ โอเรียนทอลปรินเซส กานิเย่ บาชแอนด์บอดีเวิร์ค ยูเซอร์ริน วิคตอรีเชียเครท บอดีชีอป เกสซ์โลชั่น คิวเพลส มาร์คแอนด์สเปนเซอร์ มีสทิน แอมเวย์ สกินฟู้ด เบบีมายด์ สุฟริเดิร์ม Ellgy และ Crabtree&Evelyn)

จากตารางที่ 4.10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายยี่ห้อวาสลีน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมาได้แก่ นีเวีย คิดเป็นร้อยละ 44.7 ซีตร้า คิดเป็นร้อยละ 33.7 จอห์นสัน แอนด์ จอห์นสัน คิดเป็นร้อยละ 23.0 อื่นๆ คิดเป็น ร้อยละ 17.0 (ยี่ห้ออื่นๆ ได้แก่ เจอร์เจนท์ คิดเป็นร้อยละ 2.7 โอเรียนทอลปรินเซส คิดเป็นร้อยละ 2.3 กานิเย่ คิดเป็นร้อยละ 2.3 บาชแอนด์บอดีเวิร์ค คิดเป็นร้อยละ 1.3 ยูเซอร์ริน คิดเป็นร้อยละ 1.3 วิคตอรีเชียเครท คิดเป็นร้อยละ 1.0 บอดีชีอป คิดเป็นร้อยละ 1.0 เกสซ์โลชั่น คิดเป็นร้อยละ 1.0 คิวเพลส คิดเป็นร้อยละ 0.7 มาร์คแอนด์สเปนเซอร์ คิดเป็นร้อยละ 0.7 มีสทิน คิดเป็นร้อยละ 0.7 แอมเวย์ คิดเป็นร้อยละ 0.7 Ellgy คิดเป็นร้อยละ 0.3 สกินฟู้ด คิดเป็นร้อยละ 0.3 Crabtree&Evelyn คิดเป็นร้อยละ 0.3 เบบีมายด์ คิดเป็นร้อยละ 0.3 และสุฟริเดิร์ม คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ) ลอรีอัล คิดเป็นร้อยละ 10.7 จอห์นสัน แอนด์ จอห์นสัน คิดเป็นร้อยละ 5.7 และนาทริฟ คิดเป็นร้อยละ 3.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดโลชั่นบำรุงผิวกายที่ซื้อเป็นประจำ

ขนาดโลชั่นบำรุงผิวกายที่ซื้อเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
50-100 ม.ล.	31	10.3
101-200 ม.ล.	77	25.7
201-300 ม.ล.	62	20.7
301-400 ม.ล.	57	19.0
401-500 ม.ล.	55	18.3
501 ม.ล. ขึ้นไป	18	6.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายที่มีขนาด 101-200 ม.ล. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.7 รองลงมาได้แก่ ขนาด 201-300 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 20.7 ขนาด 301-400 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 19.0 ขนาด 401-500 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 18.3 ขนาด 50-100 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 10.3 และขนาด 501 ม.ล. ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามราคาโลชั่นบำรุงผิวกาย ส่วนใหญ่ที่ซื้อ

ราคาโลชั่นบำรุงผิวกายส่วนใหญ่ที่ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 50 บาท	5	1.7
51-100 บาท	27	9.0
101-150 บาท	59	19.7
151-200 บาท	89	29.6
201-250 บาท	57	19.0
251-300 บาท	36	12.0
301-350 บาท	15	5.0
351 บาท ขึ้นไป	12	4.0
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายที่มีราคา 151-200 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.6 รองลงมาได้แก่ ราคา 101-150 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.7 ราคา 201-250 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.0 ราคา 251-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.0 ราคา 51-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.0 ราคา 301-350 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.0 ราคา 351 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 4.0 และราคาไม่เกิน 50 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ใช้โลชั่นบำรุงผิวกาย

เหตุผลที่ใช้โลชั่นบำรุงผิวกาย	จำนวน	ร้อยละ
ความงาม	89	29.7
เสริมบุคลิกภาพและความมั่นใจ	51	17.0
ดูแลและป้องกันปัญหาผิวกาย	266	88.7
รักษา ฟันฟูและแก้ไข้ปัญหาผิวกาย	157	52.3
ตามกระแสนิยมที่ใช้กันมาก	12	4.0
อื่นๆ	6	2.0

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 ราย โดยเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

: อื่นๆ ได้แก่ เพื่อความหอมของผิวกาย

จากตารางที่ 4.13 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีเหตุผลที่ใช้โลชั่นบำรุงผิวกายเพื่อดูแลและป้องกันปัญหาผิวกายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.7 รองลงมาได้แก่ เพื่อรักษา ฟันฟูและแก้ไข้ปัญหาผิวกาย คิดเป็นร้อยละ 52.3 เพื่อความงาม คิดเป็นร้อยละ 29.7 เพื่อเสริมบุคลิกภาพและความมั่นใจ คิดเป็นร้อยละ 17.0 เพื่อตามกระแสนิยมที่ใช้กันมาก คิดเป็นร้อยละ 4.0 และอื่นๆ ได้แก่ เพื่อความหอมของผิวกาย คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลของช่วงเวลาที่ซื้อโลชั่นบำรุงผิวมากที่สุดใน

เหตุผลของช่วงเวลาที่ซื้อโลชั่นบำรุงผิวมากที่สุดใน	จำนวน	ร้อยละ
ผลิตภัณฑ์ที่ใช้อยู่หมด	189	63.0
ช่วงลดราคาหรือแถมสินค้า	53	17.7
มีผลิตภัณฑ์ใหม่ออก	33	11.0
มีการโฆษณาที่น่าสนใจ	24	8.0
อื่นๆ	1	0.3
รวม	300	100.0

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ช่วงที่มีโปรโมชั่น สะสมแต้ม สะสมสติ๊กเกอร์

จากตารางที่ 4.14 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะซื้อโลชั่นบำรุงผิวในช่วงเวลาที่ผลิตภัณฑ์ที่ใช้อยู่หมดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.0 รองลงมาได้แก่ ช่วงลดราคาหรือแถมสินค้า คิดเป็นร้อยละ 17.7 ช่วงมีผลิตภัณฑ์ใหม่ออก คิดเป็นร้อยละ 11.0 ช่วงมีการโฆษณาที่น่าสนใจ คิดเป็นร้อยละ 8.0 และช่วงเวลาอื่นๆ ได้แก่ ช่วงที่มีโปรโมชั่น สะสมแต้ม สะสมสติ๊กเกอร์ คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายมากที่สุด

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ตนเอง	254	84.8
บุคคลในครอบครัว	15	5.0
เพื่อน	19	6.3
แฟน คนรัก	7	2.3
ดารา นักร้อง นางแบบ	4	1.3
อื่นๆ	1	0.3
รวม	300	100.0

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ กระชู้พันทิปโต๊ะเครื่องแป้ง

จากตารางที่ 4.15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีตนเองเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 84.8 รองลงมาได้แก่ เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 6.3 บุคคลในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 5.0 แฟน คนรัก คิดเป็นร้อยละ 2.3 ดารา นักร้อง นางแบบ คิดเป็นร้อยละ 1.3 และอื่นๆ ได้แก่ กระชู้พันทิปโต๊ะเครื่องแป้ง คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงวันที่ไปเลือกซื้อ
โลชั่นบำรุงผิวกายบ้อยที่สุด

ช่วงวันที่ไปเลือกซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายบ้อยที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
วันจันทร์ – ศุกร์	73	24.3
วันเสาร์ – อาทิตย์	214	71.4
วันหยุดนักขัตฤกษ์	13	4.3
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไปเลือกซื้อโลชั่นบำรุง
ผิวกายในช่วงวันเสาร์ – อาทิตย์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.4 รองลงมาได้แก่ วันจันทร์ – ศุกร์
คิดเป็นร้อยละ 24.3 และวันหยุดนักขัตฤกษ์ คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานที่ที่ไปซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายเป็นส่วนใหญ่

สถานที่ที่ไปซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายเป็นส่วนใหญ่	จำนวน	ร้อยละ
ซูเปอร์มาร์เก็ต (โมเดิร์นเทรด เช่น ท็อป โลตัส บิ๊กซี คาร์ฟูร์)	223	74.4
เคาน์เตอร์หรือร้านขายโลชั่นบำรุงผิวกายของยี่ห้อต่างๆ ในห้างสรรพสินค้า	31	10.3
ร้านสะดวกซื้อ หรือมินิสโตร์ เช่น เซเว่นอีเลเว่น โลตัสเอ็กเพรส วัตสัน	20	6.7
ร้านค้าปลีกทั่วไป	15	5.0
การตลาดทางตรง เช่น ผ่านผู้แทนขาย	4	1.3
ร้านค้าทางอินเทอร์เน็ต	4	1.3
อื่นๆ	3	1.0
รวม	300	100.0

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ร้านขายยา, คลินิก, ซื้อจากต่างประเทศ

จากตารางที่ 4.17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไปเลือกซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายที่ซูเปอร์มาร์เก็ต (โมเดิร์นเทรด เช่น ท็อป โลตัส บิ๊กซี คาร์ฟูร์) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.4 รองลงมาได้แก่ เคาน์เตอร์หรือร้านขายโลชั่นบำรุงผิวกายของยี่ห้อต่างๆ ในห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 10.3 ร้านสะดวกซื้อหรือมินิสโตร์ เช่น เซเว่นอีเลเว่น โลตัสเอ็กเพรส วัตสัน คิดเป็นร้อยละ 6.7 ร้านค้าปลีกทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 5.0 การตลาดทางตรง เช่น ผ่านผู้แทนขาย คิดเป็นร้อยละ 1.3 ร้านค้าทางอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 1.3 และอื่นๆ ได้แก่ ร้านขายยา คลินิก ซื้อจากต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกยี่ห้อโลชั่นบำรุงผิวกาย

สิ่งที่คำนึงถึงในการเลือกยี่ห้อโลชั่นบำรุงผิวกาย	จำนวน	ร้อยละ
ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง	162	54.0
มีภาพลักษณ์ตราสินค้าดี	111	37.0
บรรจุภัณฑ์สวยงาม น่าใช้	67	22.3
มีราคาที่เหมาะสม	172	57.3
หาซื้อง่าย	56	18.7
มีรายการส่งเสริมการขาย	95	31.7
สื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์	88	29.3
เพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ	44	14.7
อื่นๆ	22	7.3

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 ราย โดยเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

: อื่นๆ ได้แก่ คุณภาพของโลชั่นบำรุงผิวกายและคุณภาพที่เหมาะสมกับผู้ใช้ความหอมของกลิ่นและส่วนประกอบของโลชั่นบำรุงผิวกาย

จากตารางที่ 4.18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามคำนึงถึงราคาที่เหมาะสมในการเลือกยี่ห้อโลชั่นบำรุงผิวกายมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.3 รองลงมาได้แก่ ยี่ห้อที่มีชื่อเสียง คิดเป็นร้อยละ 54.0 มีภาพลักษณ์ตราสินค้าดี คิดเป็นร้อยละ 37.0 มีรายการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 31.7 สื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 29.3 บรรจุภัณฑ์สวยงาม น่าใช้ คิดเป็นร้อยละ 22.3 หาซื้อง่าย คิดเป็นร้อยละ 18.7 เพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 14.7 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 7.3 ตามลำดับ (อื่นๆ ได้แก่ คุณภาพของโลชั่นบำรุงผิวกายและคุณภาพที่เหมาะสมกับผู้ใช้ คิดเป็นร้อยละ 5.7 ความหอมของกลิ่น คิดเป็นร้อยละ 1.0 และส่วนประกอบของโลชั่นบำรุงผิวกาย คิดเป็นร้อยละ 0.7 ตามลำดับ)

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ โลชั่นบำรุงผิวกายมากที่สุด

การส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ของแถม	55	18.3
ส่วนลดคูปอง	10	3.3
ลดราคา	118	39.4
จับฉลากชิงโชค	0	0.0
ขายเป็นชุด ในราคาพิเศษ	35	11.7
มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้	81	27.0
อื่นๆ	1	0.3
รวม	300	100.0

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ส่วนลดในราคาสมาชิก

จากตารางที่ 4.19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ โลชั่นบำรุงผิวกายมากที่สุด คือ ลดราคา คิดเป็นร้อยละ 39.4 รองลงมา ได้แก่ มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ คิดเป็นร้อยละ 27.0 ของแถม คิดเป็นร้อยละ 18.3 ขายเป็นชุด ในราคาพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 11.7 ส่วนลดคูปอง คิดเป็นร้อยละ 3.3 และอื่นๆ ได้แก่ ส่วนลดในราคาสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จัก และรับรู้ข่าวสารผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกาย

แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักและรับรู้ข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
นิตยสาร/วารสาร	136	45.3
ใบปลิว/แผ่นพับ	28	9.3
เคาน์เตอร์จำหน่าย	84	28.0
หนังสือพิมพ์	44	14.7
อินเทอร์เน็ต	32	10.7
การบอกกล่าวของคนรู้จัก	1	0.3
วิทยุ/โทรทัศน์	222	74.0
อื่นๆ	3	1.0

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 ราย โดยเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

: อื่นๆ ได้แก่ อีเมล

จากตารางที่ 4.20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักและรับรู้ข่าวสารผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายจากวิทยุ/โทรทัศน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.0 รองลงมาได้แก่นิตยสาร/วารสาร คิดเป็นร้อยละ 45.3 เคาน์เตอร์จำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 28.0 หนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 14.7 อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 10.7 ใบปลิว/แผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 9.3 อื่นๆ ได้แก่ อีเมล คิดเป็นร้อยละ 1.0 และการบอกกล่าวของคนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามคุณสมบัติของโลชั่นบำรุงผิวกายที่ต้องการซื้อ จำแนกตามอายุ

คุณสมบัติของโลชั่นบำรุงผิวกายที่ต้องการ	อายุ									
	อายุ ต่ำกว่า 18 ปี		อายุ 18-22 ปี		อายุ 23-30 ปี		อายุ 31-40 ปี		อายุ 41 ปี ขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ด้านบำรุงผิว เช่น ให้ความชุ่มชื้น ไม่แห้ง กระจับ แต่งตึง	12	92.3	37	75.5	116	87.2	69	92.0	27	90.0
ด้านป้องกันแสงแดด และรังสีต่างๆ	8	61.5	35	71.4	86	64.7	51	68.0	19	63.3
ด้านสร้างความขาวให้ผิว	10	76.9	38	77.6	67	50.4	18	24.0	7	23.3
ด้านรักษาไวรัรอยต่างๆ	1	7.7	6	12.2	38	28.6	32	42.7	15	50.0
ด้านความหอม-ความรู้สึกลื่นผ่อนคลาย	3	23.1	20	40.8	52	39.1	32	42.7	13	43.3
ด้านคุณลักษณะซึมซับง่าย ไม่เหนียวเหนอะหนะ ไม่เป็นคราบ	5	38.5	24	49.0	90	67.7	45	60.0	14	46.7
อื่นๆ	0	0.0	1	2.0	0	0.0	1	1.3	0	0.0

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 ราย โดยเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

: อื่นๆ ได้แก่ ช่วยทำให้รอยแดง รอยยุบกัด จุดด่างดำ จางลง

จากตารางที่ 4.21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี อายุ 23-30 ปี อายุ 31-40 ปี และอายุ 41 ปี ขึ้นไป มีคุณสมบัติของโลชั่นบำรุงผิวกายที่ต้องการซื้อ ด้านบำรุงผิว เช่น ให้ความชุ่มชื้น ไม่แห้งกร้าน ผิวกระจับ แต่งตึง คิดเป็นร้อยละ 92.3, 87.2, 92.0 และ 90.0 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 18-22 ปี มีคุณสมบัติของโลชั่นบำรุงผิวกายที่ต้องการซื้อ ด้านสร้างความขาวให้ผิว คิดเป็นร้อยละ 77.6 เมื่อพิจารณาสัดส่วนคุณสมบัติของโลชั่นบำรุงผิวกายที่ต้องการซื้อ รายกลุ่มจำแนกตามอายุ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ส่วนใหญ่มีความต้องการซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายที่มีคุณสมบัติ ด้านบำรุงผิว เช่น ให้ความชุ่มชื้น ไม่แห้งกร้าน ผิวกระชับ เต่งตึง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 92.3 รองลงมาได้แก่ ด้านสร้างความขาวให้ผิว คิดเป็นร้อยละ 76.9 ด้านป้องกันแสงแดดและรังสีต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 61.5 ด้านคุณลักษณะซึมซับ แห้งง่าย ไม่เหนียวเหนอะหนะ ไม่เป็นคราบ คิดเป็นร้อยละ 38.5 ด้านความหอม-ความรู้สึกผ่อนคลาย คิดเป็นร้อยละ 23.1 และด้านรักษาไว้รอยต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 7.7

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 18-22 ปี ส่วนใหญ่มีความต้องการซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายที่มีคุณสมบัติด้านสร้างความขาวให้ผิวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.6 รองลงมาได้แก่ ด้านบำรุงผิว เช่น ให้ความชุ่มชื้น ไม่แห้งกร้าน ผิวกระชับ เต่งตึง คิดเป็นร้อยละ 75.5 ด้านป้องกันแสงแดดและรังสีต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 71.4 ด้านคุณลักษณะซึมซับ แห้งง่าย ไม่เหนียวเหนอะหนะ ไม่เป็นคราบ คิดเป็นร้อยละ 49.0 ด้านความหอม-ความรู้สึกผ่อนคลาย คิดเป็นร้อยละ 40.8 ด้านรักษาไว้รอยต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 12.2 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 23-30 ปี ส่วนใหญ่มีความต้องการซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายที่มีคุณสมบัติด้านบำรุงผิว เช่น ให้ความชุ่มชื้น ไม่แห้งกร้าน ผิวกระชับ เต่งตึง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.2 รองลงมาได้แก่ ด้านคุณลักษณะซึมซับ แห้งง่าย ไม่เหนียวเหนอะหนะ ไม่เป็นคราบ คิดเป็นร้อยละ 67.7 ด้านป้องกันแสงแดดและรังสีต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 64.7 ด้านสร้างความขาวให้ผิว คิดเป็นร้อยละ 50.4 ด้านความหอม-ความรู้สึกผ่อนคลาย คิดเป็นร้อยละ 39.1 และด้านรักษาไว้รอยต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 28.6

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่มีความต้องการซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายที่มีคุณสมบัติด้านบำรุงผิว เช่น ให้ความชุ่มชื้น ไม่แห้งกร้าน ผิวกระชับ เต่งตึง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 92.0 รองลงมาได้แก่ ด้านป้องกันแสงแดดและรังสีต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 68.0 ด้านคุณลักษณะซึมซับ แห้งง่าย ไม่เหนียวเหนอะหนะ ไม่เป็นคราบ คิดเป็นร้อยละ 60.0 ด้านรักษาไว้รอยต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 42.7 ด้านความหอม-ความรู้สึกผ่อนคลาย คิดเป็นร้อยละ 42.7 ด้านสร้างความขาวให้ผิว คิดเป็นร้อยละ 24.0 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.3

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปี ขึ้นไป ส่วนใหญ่มีความต้องการซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายที่มีคุณสมบัติด้านบำรุงผิว เช่น ให้ความชุ่มชื้น ไม่แห้งกร้าน ผิวกระชับ เต่งตึง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.0 รองลงมาได้แก่ ด้านป้องกันแสงแดดและรังสีต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 63.3 ด้านรักษาไว้รอยต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 50.0 ด้านคุณลักษณะซึมซับ แห้งง่าย ไม่เหนียวเหนอะหนะ ไม่เป็นคราบ คิดเป็นร้อยละ 46.7 ด้านความหอม-ความรู้สึกผ่อนคลาย คิดเป็นร้อยละ 43.3 และด้านสร้างความขาวให้ผิว คิดเป็นร้อยละ 23.3

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามขนาดโลชั่นบำรุงผิวกายที่ซื้อเป็นประจำ จำแนกตามอายุ

ขนาดโลชั่นบำรุง ผิวกาย	อายุ									
	อายุ ต่ำกว่า 18 ปี		อายุ 18-22 ปี		อายุ 23-30 ปี		อายุ 31-40 ปี		อายุ 41 ปี ขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
50-100 ม.ล.	2	15.4	7	14.3	13	9.8	5	6.6	4	13.3
101-200 ม.ล.	6	46.1	13	26.6	35	26.4	15	20.0	8	26.6
201-300 ม.ล.	3	23.1	11	22.4	29	21.8	14	18.7	5	16.7
301-400 ม.ล.	1	7.7	8	16.3	22	16.5	21	28.0	5	16.7
401-500 ม.ล.	0	0.0	9	18.4	24	18.0	17	22.7	5	16.7
501 ม.ล. ขึ้นไป	1	7.7	1	2.0	10	7.5	3	4.0	3	10.0

จากตารางที่ 4.22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี อายุ 18-22 ปี อายุ 23-30 ปี และอายุ 41 ปี ขึ้นไป ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายขนาด 101-200 ม.ล. เป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 46.1, 26.6, 26.4 และ 26.6 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายขนาด 301-400 ม.ล. เป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 28.0 เมื่อพิจารณาสัดส่วนขนาดโลชั่นบำรุงผิวกายที่ซื้อเป็นประจำ รายกลุ่มจำแนกตามอายุ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ส่วนใหญ่ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายขนาด 101-200 ม.ล. เป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.1 รองลงมาได้แก่ ขนาด 201-300 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 23.1 ขนาด 50-100 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 15.4 ขนาด 301-400 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 7.7 และขนาด 501 ม.ล. ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 7.7

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 18-22 ปี ส่วนใหญ่ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายขนาด 101-200 ม.ล. เป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.6 รองลงมาได้แก่ ขนาด 201-300 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 22.4 ขนาด 401-500 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 18.4 ขนาด 301-400 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 16.3 ขนาด 50-100 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 14.3 และขนาด 501 ม.ล. ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 23-30 ปี ส่วนใหญ่ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายขนาด 101-200 ม.ล. เป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.4 รองลงมาได้แก่ ขนาด 201-300 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 21.8 ขนาด 401-500 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 18.0 ขนาด 301-400 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 16.5 ขนาด 50-100 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 9.8 และขนาด 501 ม.ล. ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 7.5

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายขนาด 301-400 ม.ล. เป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.0 รองลงมาได้แก่ ขนาด 401-500 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 22.7 ขนาด 101-200 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 20.0 ขนาด 201-300 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 18.7 ขนาด 50-100 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 6.6 และขนาด 501 ม.ล. ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 4.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปี ขึ้นไป ส่วนใหญ่ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายขนาด 101-200 ม.ล. เป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.6 ขนาด 201-300 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 16.7 ขนาด 301-400 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 16.7 ขนาด 401-500 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 16.7 ขนาด 50-100 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 13.3 และขนาด 501 ม.ล. ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 10.0

ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามราคาโลชั่นบำรุงผิวกาย ส่วนใหญ่ที่ซื้อ จำแนกตามอายุ

ราคาโลชั่นบำรุง ผิวกาย	อายุ									
	อายุ ต่ำกว่า 18 ปี		อายุ 18-22 ปี		อายุ 23-30 ปี		อายุ 31-40 ปี		อายุ 41 ปี ขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 50 บาท	0	0.0	1	2.0	2	1.5	1	1.3	1	3.3
51-100 บาท	5	38.4	8	16.3	10	7.5	2	2.7	2	6.7
101-150 บาท	4	30.8	10	20.4	27	20.3	12	16.0	6	20.0
151-200 บาท	3	23.1	18	36.8	36	27.1	25	33.3	7	23.3
201-250 บาท	1	7.7	7	14.3	25	18.8	18	24.0	6	20.0
251-300 บาท	0	0.0	1	2.0	21	15.8	8	10.7	6	20.0
301-350 บาท	0	0.0	2	4.1	4	3.0	7	9.3	2	6.7
351 บาท ขึ้นไป	0	0.0	2	4.1	8	6.0	2	2.7	0	0.0

จากตารางที่ 4.23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายส่วนใหญ่ราคา 51-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.4 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 18-22 ปี อายุ 23-30 ปี อายุ 31-40 ปี และอายุ 41 ปี ขึ้นไป ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายส่วนใหญ่ราคา 151-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.8, 27.1, 33.3 และ 23.3 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาสัดส่วนราคาโลชั่นบำรุงผิวกายส่วนใหญ่ที่ซื้อ รายกลุ่มจำแนกตามอายุ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ส่วนใหญ่ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายราคา 51-100 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.4 รองลงมาได้แก่ ราคา 101-150 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.8 ราคา 151-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.1 และราคา 201-250 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.7

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 18-22 ปี ส่วนใหญ่ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายราคา 151-200 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.8 รองลงมาได้แก่ ราคา 101-150 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.4 ราคา 51-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.3 ราคา 201-250 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.3 ราคา 301-350 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.1 ราคา 351 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 4.1 ราคาไม่เกิน 50 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.0 และราคา 251-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 23-30 ปี ส่วนใหญ่ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายราคา 151-200 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.1 รองลงมาได้แก่ ราคา 101-150 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.3 ราคา 201-250 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.8 ราคา 251-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.8 ราคา 51-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.5 ราคา 351 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 6.0 ราคา 301-350 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.0 และราคาไม่เกิน 50 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.5

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายราคา 151-200 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาได้แก่ ราคา 201-250 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.0 ราคา 101-150 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.0 ราคา 251-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.7 ราคา 301-350 บาท คิดเป็นร้อยละ 9.3 ราคา 51-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.7 ราคา 351 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.7 และราคาไม่เกิน 50 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.3

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปี ขึ้นไป ส่วนใหญ่ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายราคา 151-200 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.3 รองลงมาได้แก่ ราคา 101-150 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.0 ราคา 201-250 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.0 ราคา 251-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.0 ราคา 51-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.7 ราคา 301-350 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.7 และราคาไม่เกิน 50 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.3

ตารางที่ 4.24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายมากที่สุด จำแนกตามอายุ

การส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโลชั่นบำรุงผิวกาย	อายุ									
	อายุ ต่ำกว่า 18 ปี		อายุ 18-22 ปี		อายุ 23-30 ปี		อายุ 31-40 ปี		อายุ 41 ปี ขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ของแถม	1	7.7	12	24.5	19	14.3	19	25.3	4	13.3
ส่วนลดคูปอง	0	0.0	2	4.1	2	1.5	2	2.7	4	13.3
ลดราคา	7	53.8	18	36.7	61	45.8	19	25.3	13	43.4
จับฉลากชิงโชค	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
ขายเป็นชุดในราคาพิเศษ	0	0.0	5	10.2	16	12.0	12	16.0	2	6.7
มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้	5	38.5	12	24.5	34	25.6	23	30.7	7	23.3
อื่นๆ	0	0.0	0	0.0	1	0.8	0	0.0	0	0.0

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ส่วนลดในราคาสมาชิก

จากตารางที่ 4.24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี อายุ 18-22 ปี อายุ 23-30 ปี และอายุ 41 ปี ขึ้นไป การส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายมากที่สุด คือ ลดราคา คิดเป็นร้อยละ 53.8, 36.7, 45.8 และ 43.4 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี การส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายมากที่สุด คือ มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ คิดเป็นร้อยละ 30.7 เมื่อพิจารณาสัดส่วนการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายมากที่สุด รายกลุ่มจำแนกตามอายุ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี ส่วนใหญ่มีการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายมากที่สุด คือ ลดราคา คิดเป็นร้อยละ 53.8 รองลงมาได้แก่ มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ คิดเป็นร้อยละ 38.5 และของแถม คิดเป็นร้อยละ 7.7

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 18-22 ปี ส่วนใหญ่มีการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายมากที่สุด คือ ลดราคา คิดเป็นร้อยละ 36.7 รองลงมาได้แก่ ของแถม คิดเป็นร้อยละ 24.5 มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ คิดเป็นร้อยละ 24.5 ขายเป็นชุดในราคาพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 10.2 และส่วนลดคูปอง คิดเป็นร้อยละ 4.1

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 23-30 ปี ส่วนใหญ่มีการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายมากที่สุด คือ ลดราคา คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาได้แก่ มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ คิดเป็นร้อยละ 25.6 ของแถม คิดเป็นร้อยละ 14.3 ขายเป็นชุดในราคาพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 12.0 ส่วนลดคูปอง คิดเป็นร้อยละ 1.5 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.8

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 31-40 ปี ส่วนใหญ่มีการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายมากที่สุด คือ มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ คิดเป็นร้อยละ 30.7 รองลงมาได้แก่ ของแถม คิดเป็นร้อยละ 25.3 ลดราคา คิดเป็นร้อยละ 25.3 ขายเป็นชุดในราคาพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 16.0 และส่วนลดคูปอง คิดเป็นร้อยละ 2.7

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41 ปี ขึ้นไป ส่วนใหญ่มีการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายมากที่สุด คือ ลดราคา คิดเป็นร้อยละ 43.4 รองลงมาได้แก่ มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ คิดเป็นร้อยละ 23.3 ของแถม คิดเป็นร้อยละ 13.3 ส่วนลดคูปอง คิดเป็นร้อยละ 13.3 และขายเป็นชุดในราคาพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 6.7

ตารางที่ 4.25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามความถี่ในการซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายต่อเดือน จำแนกตามอาชีพ

ความถี่ในการซื้อ ต่อเดือน	อาชีพ													
	นักเรียน/ นักศึกษา		ธุรกิจส่วนตัว		รับราชการ		พนักงาน บริษัทเอกชน		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		รับจ้างทั่วไป		แม่บ้าน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ครั้ง	28	60.9	9	50.0	2	40.0	91	46.0	3	27.3	5	41.7	7	70.0
1-2 ครั้ง	15	32.6	8	44.4	3	60.0	100	50.5	7	63.6	7	58.3	3	30.0
3 ครั้ง ขึ้นไป	3	6.5	1	5.6	0	0.0	7	3.5	1	9.1	0	0.0	0	0.0

จากตารางที่ 4.25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา อาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพแม่บ้าน มีความถี่ในการซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายต่อเดือนน้อยกว่า 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 60.9, 50.0 และ 70.0 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ และอาชีพรับจ้างทั่วไป มีความถี่ในการซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายต่อเดือน 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 60.0, 50.5, 63.6 และ 58.3 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาสัดส่วนความถี่ในการซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายต่อเดือนรายกลุ่มจำแนกตามอาชีพ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายต่อเดือนน้อยกว่า 1 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.9 รองลงมาได้แก่ ผู้ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายต่อเดือน 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 32.6 และซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายต่อเดือน 3 ครั้ง ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 6.5

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายต่อเดือนน้อยกว่า 1 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาได้แก่ ผู้ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายต่อเดือน 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 44.4 และซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายต่อเดือน 3 ครั้ง ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 5.6

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ ส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายต่อเดือน 1-2 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาได้แก่ ผู้ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายต่อเดือน น้อยกว่า 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 40.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อ
โลชั่นบำรุงผิวกายต่อเดือน 1-2 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมาได้แก่ ซื้อโลชั่นบำรุง
ผิวกายต่อเดือน น้อยกว่า 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 46.0 และซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายต่อเดือน 3 ครั้ง ขึ้นไป
คิดเป็นร้อยละ 3.5

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อ
โลชั่นบำรุงผิวกายต่อเดือน 1-2 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63.6 รองลงมาได้แก่ ซื้อโลชั่นบำรุง
ผิวกายต่อเดือน น้อยกว่า 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 27.3 และซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายต่อเดือน 3 ครั้ง ขึ้นไป
คิดเป็นร้อยละ 9.1

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป ส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อโลชั่น
บำรุง ผิวกายต่อเดือน 1-2 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.3 รองลงมาได้แก่ ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกาย
ต่อเดือน น้อยกว่า 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 41.7

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแม่บ้าน ส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อโลชั่นบำรุง
ผิวกายต่อเดือนน้อยกว่า 1 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.0 รองลงมาได้แก่ ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกาย
ต่อเดือน 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30.0

ตารางที่ 4.26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามองค์ประกอบของโลชั่นบำรุงผิวกายที่ต้องการซื้อ จำแนกตามอาชีพ

องค์ประกอบ ของโลชั่น บำรุงผิวกาย ที่ต้องการ	อาชีพ													
	นักเรียน/ นักศึกษา		ธุรกิจส่วนตัว		รับราชการ		พนักงาน บริษัทเอกชน		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		รับจ้างทั่วไป		แม่บ้าน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีวิตามิน เช่น วิตามินเอ บี ซี อี	33	71.7	16	88.9	3	60.0	141	71.2	10	90.9	11	91.7	5	50.0
มีมอยส์เจอร์ ไรเซอร์	31	67.4	12	66.7	4	80.0	133	67.2	6	54.5	3	25.0	6	60.0
มีสารต้าน อนุมูลอิสระ	6	13.0	6	33.3	1	20.0	57	28.8	4	36.4	3	25.0	0	0.0
มีคอลลาเจน และอีลาสติน	7	15.2	9	50.0	1	20.0	69	34.8	3	27.3	1	8.3	1	10.0
มีสารป้องกัน แสงแดดและ รังสีต่างๆ	35	76.1	14	77.8	5	100.0	141	71.2	8	72.7	6	50.0	4	40.0
มีสารสกัดจาก ธรรมชาติ	9	19.6	6	33.3	2	40.0	30	15.2	0	0.0	1	8.3	3	30.0
อื่นๆ	1	2.2	0	0.0	0	0.0	2	1.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 ราย โดยเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และอาชีพรับราชการ มีองค์ประกอบของโลชั่นบำรุงผิวกายที่ต้องการซื้อ คือ มีสารป้องกันแสงแดดและรังสีต่างๆ เช่น รังสี UVA, UVB, SPF คิดเป็นร้อยละ 76.1 และ 100.0 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ และอาชีพรับจ้างทั่วไป มีองค์ประกอบของโลชั่นบำรุงผิวกายที่ต้องการซื้อ คือ วิตามิน เช่น วิตามินเอ บี ซี อี คิดเป็นร้อยละ 88.9, 90.9 และ 91.7 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีองค์ประกอบของโลชั่นบำรุงผิวกายที่ต้องการซื้อ คือ วิตามิน เช่น วิตามินเอ บี ซี อี คิดเป็นร้อยละ 71.2 และสารป้องกันแสงแดดและรังสีต่างๆ เช่น รังสี UVA, UVB, SPF คิดเป็นร้อยละ 71.2 อาชีพแม่บ้าน มีองค์ประกอบของ

โลชั่นบำรุงผิวกายที่ต้องการซื้อ คือ มีมอยส์เจอร์ไรเซอร์ คิดเป็นร้อยละ 60.0 เมื่อพิจารณาสัดส่วนองค์ประกอบของโลชั่นบำรุงผิวกายที่ต้องการซื้อ รายกลุ่มจำแนกตามอาชีพ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ส่วนใหญ่มีองค์ประกอบของโลชั่นบำรุงผิวกายที่ต้องการซื้อ คือ มีสารป้องกันแสงแดดและรังสีต่างๆ เช่น รังสี UVA, UVB, SPF มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.1 รองลงมาได้แก่ มีวิตามิน เช่น วิตามินเอ บี ซี อี คิดเป็นร้อยละ 71.7 มีมอยส์เจอร์ไรเซอร์ คิดเป็นร้อยละ 67.4 มีสารสกัดจากธรรมชาติ เช่น ชาเขียว คิดเป็นร้อยละ 19.6 มีคอลลาเจนและอีลาสติน คิดเป็นร้อยละ 15.2 มีสารต้านอนุมูลอิสระ เช่น โคนเอนไซม์ควิเท็น คิดเป็นร้อยละ 13.0 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.2

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่มีองค์ประกอบของโลชั่นบำรุงผิวกายที่ต้องการซื้อ คือ มีวิตามิน เช่น วิตามินเอ บี ซี อี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.9 รองลงมาได้แก่ มีสารป้องกันแสงแดดและรังสีต่างๆ เช่น รังสี UVA, UVB, SPF คิดเป็นร้อยละ 77.8 มีมอยส์เจอร์ไรเซอร์ คิดเป็นร้อยละ 66.7 มีคอลลาเจนและอีลาสติน คิดเป็นร้อยละ 50.0 มีสารต้านอนุมูลอิสระ เช่น โคนเอนไซม์ควิเท็น คิดเป็นร้อยละ 33.3 และมีสารสกัดจากธรรมชาติ เช่น ชาเขียว คิดเป็นร้อยละ 33.3

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ ส่วนใหญ่มีองค์ประกอบของโลชั่นบำรุงผิวกายที่ต้องการซื้อ คือ มีสารป้องกันแสงแดดและรังสีต่างๆ เช่น รังสี UVA, UVB, SPF มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 100.0 รองลงมาได้แก่ มีมอยส์เจอร์ไรเซอร์ คิดเป็นร้อยละ 80.0 มีวิตามิน เช่น วิตามินเอ บี ซี อี คิดเป็นร้อยละ 60.0 มีสารสกัดจากธรรมชาติ เช่น ชาเขียว คิดเป็นร้อยละ 40.0 มีสารต้านอนุมูลอิสระ เช่น โคนเอนไซม์ควิเท็น คิดเป็นร้อยละ 20.0 และมีคอลลาเจนและอีลาสติน คิดเป็นร้อยละ 20.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่มีองค์ประกอบของโลชั่นบำรุงผิวกายที่ต้องการซื้อ คือ มีวิตามิน เช่น วิตามินเอ บี ซี อี คิดเป็นร้อยละ 71.2 และมีสารป้องกันแสงแดดและรังสีต่างๆ เช่น รังสี UVA, UVB, SPF คิดเป็นร้อยละ 71.2 รองลงมาได้แก่ มีมอยส์เจอร์ไรเซอร์ คิดเป็นร้อยละ 67.2 มีคอลลาเจนและอีลาสติน คิดเป็นร้อยละ 34.8 มีสารต้านอนุมูลอิสระ เช่น โคนเอนไซม์ควิเท็น คิดเป็นร้อยละ 28.8 มีสารสกัดจากธรรมชาติ เช่น ชาเขียว คิดเป็นร้อยละ 15.2 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่มีองค์ประกอบของ โលชั่นบำรุงผิวกายที่ต้องการซื้อ คือ มีวิตามิน เช่น วิตามินเอ บี ซี อี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90.9 รองลงมาได้แก่ มีสารป้องกันแสงแดดและรังสีต่างๆ เช่น รังสี UVA, UVB, SPF คิดเป็นร้อยละ 72.7 มีมอยส์เจอร์ไรเซอร์ คิดเป็นร้อยละ 54.5 มีสารต้านอนุมูลอิสระ เช่น โคอเอนไซม์คิวเท็น คิดเป็นร้อยละ 36.4 และมีคอลลาเจนและอีลาสติน คิดเป็นร้อยละ 27.3

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป ส่วนใหญ่มีองค์ประกอบของ โលชั่นบำรุงผิวกายที่ต้องการซื้อ คือ มีวิตามิน เช่น วิตามินเอ บี ซี อี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 91.7 รองลงมาได้แก่ มีสารป้องกันแสงแดดและรังสีต่างๆ เช่น รังสี UVA, UVB, SPF คิดเป็นร้อยละ 50.0 มีมอยส์เจอร์ไรเซอร์ คิดเป็นร้อยละ 25.0 มีสารต้านอนุมูลอิสระ เช่น โคอเอนไซม์คิวเท็น คิดเป็นร้อยละ 25.0 มีคอลลาเจนและอีลาสติน คิดเป็นร้อยละ 8.3 และมีสารสกัดจากธรรมชาติ เช่น ชาเขียว คิดเป็นร้อยละ 8.3

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแม่บ้าน ส่วนใหญ่มีองค์ประกอบของ โលชั่นบำรุงผิวกายที่ต้องการซื้อ คือ มีมอยส์เจอร์ไรเซอร์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาได้แก่ มีวิตามิน เช่น วิตามินเอ บี ซี อี คิดเป็นร้อยละ 50.0 มีสารป้องกันแสงแดดและรังสีต่างๆ เช่น รังสี UVA, UVB, SPF คิดเป็นร้อยละ 40.0 มีสารสกัดจากธรรมชาติ เช่น ชาเขียว คิดเป็นร้อยละ 30.0 และมีคอลลาเจนและอีลาสติน คิดเป็นร้อยละ 10.0

ตารางที่ 4.27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามยี่ห้อโลชั่นบำรุงผิวกายที่ซื้ออยู่ในปัจจุบัน จำแนกตามอาชีพ

ยี่ห้อโลชั่น บำรุงผิวกาย	อาชีพ													
	นักเรียน/ นักศึกษา		ธุรกิจส่วนตัว		รับราชการ		พนักงาน บริษัทเอกชน		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		รับจ้างทั่วไป		แม่บ้าน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ซิตร่า	22	47.8	5	27.8	2	40.0	58	29.3	3	27.3	6	50.0	5	50.0
วาสลิน	24	52.2	14	77.8	1	20.0	113	57.1	8	72.2	6	50.0	2	20.0
บีโนซ์	6	13.0	0	0.0	1	20.0	10	5.1	0	0.0	0	0.0	0	0.0
จอห์นสัน แอนด์จอห์น สัน	11	23.9	4	22.2	2	40.0	49	24.7	1	9.1	1	8.3	1	10.0
นีเวีย	13	28.3	8	44.4	3	60.0	96	48.5	7	63.6	3	25.0	4	40.0
นาทรีฟ	3	6.5	0	0.0	0	0.0	4	2.0	1	9.1	1	8.3	1	10.0
ลอรีอัล	4	8.7	4	22.2	1	20.0	21	10.6	1	9.1	0	0.0	1	10.0
อื่นๆ	11	23.9	1	5.6	0	0.0	37	18.7	0	0.0	1	8.3	1	10.0

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 ราย โดยเลือกตอบได้มากกว่า 1 ยี่ห้อ

: ยี่ห้ออื่นๆ ได้แก่ เจอร์เจนท์ โอเรียนทอลปรินเซส กานิเย่ บารแอนด์บอดีเวิร์ค ยูเซอร์ริน วิกตอเรียซีเครท บอดีซ้อป เกสซ์โลชั่น คิวเพลส มาร์คแอนด์สเปนเซอร์ มีสทีน แอมเวย์ สกินฟู้ด เบบี๋มายด์ สุปรีเดิร์ม Ellgy และ Crabtree&Evelyn)

จากตารางที่ 4.27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา อาชีพธุรกิจส่วนตัว อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ชื่อ โลชั่นบำรุงผิวกายยี่ห้อวาสลีน คิดเป็นร้อยละ 52.2, 77.8, 57.1 และ 72.2 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ ชื่อ โลชั่นบำรุงผิวกายยี่ห้อนีเวีย คิดเป็นร้อยละ 60.0 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป ชื่อ โลชั่นบำรุงผิวกายยี่ห้อซิตร่า คิดเป็นร้อยละ 50.0 และวาสลีน คิดเป็นร้อยละ 50.0 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแม่บ้าน ชื่อ โลชั่นบำรุงผิวกายยี่ห้อ ซิตร่า คิดเป็นร้อยละ 50.0 เมื่อพิจารณาสัดส่วนยี่ห้อ โลชั่นบำรุงผิวกายยี่ห้อที่อยู่ในปัจจุบัน รายกลุ่มจำแนกตามอาชีพ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ส่วนใหญ่ชื่อ โลชั่นบำรุงผิวกายยี่ห้อวาสลีน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.2 รองลงมาได้แก่ ซิตร่า คิดเป็นร้อยละ 47.8 นีเวีย คิดเป็นร้อยละ 28.3 จอห์นสัน แอนด์ จอห์นสัน คิดเป็นร้อยละ 23.9 อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 23.9 บีโชนซ์ คิดเป็นร้อยละ 13.0 ลอริอัล คิดเป็นร้อยละ 8.7 และนาทริฟ คิดเป็นร้อยละ 6.5

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่ชื่อ โลชั่นบำรุงผิวกายยี่ห้อวาสลีน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.8 รองลงมาได้แก่ นีเวีย คิดเป็นร้อยละ 44.4 ซิตร่า คิดเป็นร้อยละ 27.8 จอห์นสัน แอนด์ จอห์นสัน คิดเป็นร้อยละ 22.2 ลอริอัล คิดเป็นร้อยละ 22.2 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 5.6

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ ส่วนใหญ่ชื่อ โลชั่นบำรุงผิวกายยี่ห้อนีเวีย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาได้แก่ ซิตร่า คิดเป็นร้อยละ 40.0 จอห์นสัน แอนด์ จอห์นสัน คิดเป็นร้อยละ 40.0 วาสลีน คิดเป็นร้อยละ 20.0 บีโชนซ์ คิดเป็นร้อยละ 20.0 และลอริอัล คิดเป็นร้อยละ 20.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่ชื่อ โลชั่นบำรุงผิวกายยี่ห้อวาสลีน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.1 รองลงมาได้แก่ นีเวีย คิดเป็นร้อยละ 48.5 ซิตร่า คิดเป็นร้อยละ 29.3 จอห์นสัน แอนด์ จอห์นสัน คิดเป็นร้อยละ 24.7 อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 18.7 ลอริอัล คิดเป็นร้อยละ 10.6 บีโชนซ์ คิดเป็นร้อยละ 5.1 และนาทริฟ คิดเป็นร้อยละ 2.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ชื่อ โลชั่นบำรุงผิวกายยี่ห้อวาสลีน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.2 รองลงมาได้แก่ นีเวีย คิดเป็นร้อยละ 63.6 ซิตร่า คิดเป็นร้อยละ 27.3 จอห์นสัน แอนด์ จอห์นสัน คิดเป็นร้อยละ 9.1 นาทริฟ คิดเป็นร้อยละ 9.1 และลอริอัล คิดเป็นร้อยละ 9.1

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป ส่วนใหญ่ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายยี่ห้อ
ซิตร้า คิดเป็นร้อยละ 50.0 และวาสลีน คิดเป็นร้อยละ 50.0 มากที่สุด รองลงมาได้แก่ นิเวีย คิดเป็น
ร้อยละ 25.0 จอห์นสัน แอนด์ จอห์นสัน คิดเป็นร้อยละ 8.3 นาทริฟ คิดเป็นร้อยละ 8.3 และ อื่นๆ
คิดเป็นร้อยละ 8.3

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแม่บ้าน ส่วนใหญ่ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายยี่ห้อซิตร้า
มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาได้แก่ นิเวีย คิดเป็นร้อยละ 40.0 วาสลีน คิดเป็นร้อยละ 20.0
จอห์นสัน แอนด์ จอห์นสัน คิดเป็นร้อยละ 10.0 นาทริฟ คิดเป็นร้อยละ 10.0 ลอริอัล คิดเป็นร้อยละ
10.0 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 10.0

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant facing left, with a decorative tusk-like element above its head. The elephant is surrounded by a circular border containing the text 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964'. There are also decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามขนาดโลชั่นบำรุงผิวกายที่ซื้อเป็นประจำ จำแนกตามอาชีพ

ขนาดโลชั่น บำรุงผิวกาย	อาชีพ													
	นักเรียน/ นักศึกษา		ธุรกิจส่วนตัว		รับราชการ		พนักงาน บริษัทเอกชน		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		รับจ้างทั่วไป		แม่บ้าน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
50-100 ม.ล.	5	10.9	0	0.0	0	0.0	19	9.6	0	0.0	3	25.0	4	40.0
101-200 ม.ล.	15	32.6	5	27.8	2	40.0	46	23.2	3	27.2	3	25.0	3	30.0
201-300 ม.ล.	12	26.1	4	22.2	1	20.0	43	21.7	0	0.0	1	8.3	1	10.0
301-400 ม.ล.	5	10.9	1	5.6	2	40.0	41	20.7	4	36.4	2	16.7	2	20.0
401-500 ม.ล.	6	13.0	7	38.8	0	0.0	37	18.7	4	36.4	1	8.3	0	0.0
501 ม.ล. ขึ้นไป	3	6.5	1	5.6	0	0.0	12	6.1	0	0.0	2	16.7	0	0.0

จากตารางที่ 4.28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายขนาด 101-200 ม.ล. เป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 32.6 และ 23.2 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายขนาด 401-500 ม.ล. เป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 38.8 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายขนาด 101-200 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 40.0 และขนาด 301-400 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 40.0 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายขนาด 301-400 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 36.4 และขนาด 401-500 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 36.4 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายขนาด 50-100 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 25.0 และขนาด 101-200 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 25.0 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแม่บ้าน ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายขนาด 50-100 ม.ล. เป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 40.0 เมื่อพิจารณาสัดส่วนขนาดโลชั่นบำรุงผิวกายที่ซื้อเป็นประจำ รายกลุ่มจำแนกตามอาชีพ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ส่วนใหญ่ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกาย ขนาด 101-200 ม.ล. เป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.6 รองลงมาได้แก่ ขนาด 201-300 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 26.1 ขนาด 401-500 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 13.0 ขนาด 50-100 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 10.9 ขนาด 301-400 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 10.9 และขนาด 501 ม.ล. ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 6.5

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายขนาด 401-500 ม.ล. เป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.8 รองลงมาได้แก่ ขนาด 101-200 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 27.8 ขนาด 201-300 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 22.2 ขนาด 301-400 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 5.6 และขนาด 501 ม.ล. ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 5.6

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ ส่วนใหญ่ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายขนาด 101-200 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 40.0 และขนาด 301-400 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 40.0 เป็นประจำมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ขนาด 201-300 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 20.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายขนาด 101-200 ม.ล. เป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.2 รองลงมาได้แก่ ขนาด 201-300 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 21.7 ขนาด 301-400 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 20.7 ขนาด 401-500 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 18.7 ขนาด 50-100 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 9.6 และขนาด 501 ม.ล. ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 6.1

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายขนาด 301-400 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 36.4 และขนาด 401-500 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 36.4 เป็นประจำมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ขนาด 101-200 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 27.2

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป ส่วนใหญ่ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายขนาด 50-100 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 25.0 และขนาด 101-200 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 25.0 เป็นประจำมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ขนาด 301-400 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 16.7 ขนาด 501 ม.ล. ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 16.7 ขนาด 201-300 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 8.3 ขนาด 401-500 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 8.3

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแม่บ้าน ส่วนใหญ่ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายขนาด 50-100 ม.ล. เป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาได้แก่ ขนาด 101-200 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 30.0 ขนาด 301-400 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 20.0 และขนาด 201-300 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 10.0

ตารางที่ 4.29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามราคาโลชั่นบำรุงผิวกาย ส่วนใหญ่ที่ซื้อ จำแนกตามอาชีพ

ราคาโลชั่น บำรุงผิวกาย	อาชีพ													
	นักเรียน/ นักศึกษา		ธุรกิจส่วนตัว		รับราชการ		พนักงาน บริษัทเอกชน		พนักงาน รัฐวิสาหกิจ		รับจ้างทั่วไป		แม่บ้าน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 50 บาท	1	2.2	0	0.0	0	0.0	1	0.5	0	0.0	2	16.7	1	10.0
51-100 บาท	4	8.7	1	5.6	2	40.0	15	7.6	0	0.0	3	25.0	2	20.0
101-150 บาท	13	28.3	3	16.7	1	20.0	37	18.7	0	0.0	2	16.7	3	30.0
151-200 บาท	16	34.7	4	22.2	2	40.0	57	28.8	5	45.6	2	16.7	3	30.0
201-250 บาท	7	15.2	5	27.7	0	0.0	40	20.2	4	36.4	0	0.0	1	10.0
251-300 บาท	1	2.2	4	22.2	0	0.0	29	14.6	0	0.0	2	16.7	0	0.0
301-350 บาท	1	2.2	1	5.6	0	0.0	10	5.1	2	18.2	1	8.2	0	0.0
351 บาท ขึ้นไป	3	6.5	0	0.0	0	0.0	9	4.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0

จากตารางที่ 4.29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายส่วนใหญ่ราคา 151-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.7, 28.8 และ 45.6 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายส่วนใหญ่ราคา 201-250 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.7 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายส่วนใหญ่ราคา 51-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.0 และราคา 151-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.0 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายส่วนใหญ่ราคา 51-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.0 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแม่บ้าน ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายส่วนใหญ่ราคา 101-150 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.0 และราคา 151-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.0 เมื่อพิจารณาสัดส่วนราคาโลชั่นบำรุงผิวกายส่วนใหญ่ที่ซื้อ ราชกลุ่มจำแนกตามอายุพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ส่วนใหญ่ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกาย ราคา 151-200 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.7 รองลงมาได้แก่ ราคา 101-150 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.3 ราคา 201-250 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.2 ราคา 51-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.7 ราคา 351 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 6.5 ราคา ไม่เกิน 50 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.2 ราคา 251-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.2 และราคา 301-350 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.2

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายราคา 201-250 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.7 รองลงมาได้แก่ ราคา 151-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.2 ราคา 251-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 22.2 ราคา 101-150 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.7 ราคา 51-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.6 และราคา 301-350 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.6

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ ส่วนใหญ่ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายราคา 51-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.0 และราคา 151-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.0 มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ราคา 101-150 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายราคา 151-200 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.8 รองลงมาได้แก่ ราคา 201-250 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.2 ราคา 101-150 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.7 ราคา 251-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.6 ราคา 51-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 7.6 ราคา 301-350 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.1 และราคา 351 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 4.5 ราคา ไม่เกิน 50 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.5

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายราคา 151-200 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.6 รองลงมาได้แก่ ราคา 201-250 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.4 และราคา 301-350 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.2

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป ส่วนใหญ่ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายราคา 51-100 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.0 รองลงมาได้แก่ ราคา ไม่เกิน 50 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.7 ราคา 101-150 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.7 ราคา 151-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.7 ราคา 251-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.7 และราคา 301-350 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.2

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแม่บ้าน ส่วนใหญ่ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายราคา 101-150 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.0 และราคา 151-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.0 มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ราคา 51-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.0 ราคา ไม่เกิน 50 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.0 และราคา 201-250 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.0

ตารางที่ 4.30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายมากที่สุด จำแนกตามอาชีพ

การส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโลชั่นบำรุงผิวกาย	อาชีพ													
	นักเรียน/นักศึกษา		ธุรกิจส่วนตัว		รับราชการ		พนักงานบริษัทเอกชน		พนักงานรัฐวิสาหกิจ		รับจ้างทั่วไป		แม่บ้าน	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ของแถม	9	19.6	3	16.7	1	20.0	36	18.2	3	27.3	0	0.0	3	30.0
ส่วนลดคูปอง	0	0.0	0	0.0	1	20.0	6	3.0	0	0.0	1	8.3	2	20.0
ลดราคา	20	43.4	4	22.2	2	40.0	79	39.9	3	27.3	6	50.0	4	40.0
จับฉลากชิงโชค	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
ขายเป็นชุดในราคาพิเศษ	4	8.7	2	11.1	0	0.0	24	12.1	1	9.1	3	25.0	1	10.0
มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้	13	28.3	9	50.0	1	20.0	52	26.3	4	36.3	2	16.7	0	0.0
อื่นๆ	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	0.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ส่วนลดในราคาสมาชิก

จากตารางที่ 4.30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา อาชีพรับราชการ อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน อาชีพรับจ้างทั่วไป และอาชีพแม่บ้าน มีการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายมากที่สุด คือ ลดราคา คิดเป็นร้อยละ 43.4, 40.0, 39.9, 50.0 และ 40.0 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว และอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายมากที่สุด คือ มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ คิดเป็นร้อยละ 50.0 และ 36.3 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาส่วนการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายมากที่สุด รายกลุ่มจำแนกตามอาชีพ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ส่วนใหญ่มีการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายมากที่สุด คือ ลดราคา คิดเป็นร้อยละ 43.4 รองลงมาได้แก่ มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ คิดเป็นร้อยละ 28.3 ของแถม คิดเป็นร้อยละ 19.6 และขายเป็นชุดในราคาพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 8.7

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่มีการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายมากที่สุด คือ มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาได้แก่ ลดราคา คิดเป็นร้อยละ 22.2 ของแถม คิดเป็นร้อยละ 16.7 และขายเป็นชุดในราคาพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 11.1

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับราชการ ส่วนใหญ่มีการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายมากที่สุด คือ ลดราคา คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาได้แก่ ของแถม คิดเป็นร้อยละ 20.0 ส่วนลดคูปอง คิดเป็นร้อยละ 20.0 และมีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ คิดเป็นร้อยละ 20.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่มีการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายมากที่สุด คือ ลดราคา คิดเป็นร้อยละ 39.9 รองลงมาได้แก่ มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ คิดเป็นร้อยละ 26.3 ของแถม คิดเป็นร้อยละ 18.2 ขายเป็นชุดในราคาพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 12.1 ส่วนลดคูปอง คิดเป็นร้อยละ 3.0 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.5

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่มีการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายมากที่สุด คือ มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ คิดเป็นร้อยละ 36.3 รองลงมาได้แก่ ของแถม คิดเป็นร้อยละ 27.3 ลดราคา คิดเป็นร้อยละ 27.3 และขายเป็นชุดในราคาพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 9.1

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป ส่วนใหญ่มีการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายมากที่สุด คือ ลดราคา คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาได้แก่ ขายเป็นชุดในราคาพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 25.0 มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ คิดเป็นร้อยละ 16.7 และส่วนลดคูปอง คิดเป็นร้อยละ 8.3

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพแม่บ้าน ส่วนใหญ่มีการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายมากที่สุด คือ ลดราคา คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาได้แก่ ของแถม คิดเป็นร้อยละ 30.0 ส่วนลดคูปอง คิดเป็นร้อยละ 20.0 และขายเป็นชุดในราคาพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 10.0

ตารางที่ 4.31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามความถี่ในการซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายต่อเดือน จำแนกตามรายได้

ความถี่ในการซื้อต่อเดือน	รายได้											
	ไม่เกิน 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		40,001-50,000 บาท		50,001 บาท ขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ครั้ง	36	51.4	62	55.9	19	38.0	14	42.3	6	40.0	8	38.1
1-2 ครั้ง	32	45.7	44	39.6	28	56.0	19	57.7	8	53.3	12	57.1
3 ครั้ง ขึ้นไป	2	2.9	5	4.5	3	6.0	0	0.0	1	6.7	1	4.8

จากตารางที่ 4.31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท และรายได้ 10,001-20,000 บาท มีความถี่ในการซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายต่อเดือน น้อยกว่า 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 51.4 และ 55.9 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท รายได้ 30,001-40,000 บาท รายได้ 40,001-50,000 บาท และรายได้ 50,001 บาท ขึ้นไป มีความถี่ในการซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายต่อเดือน 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 56.0, 57.7, 53.3 และ 57.1 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาสัดส่วนความถี่ในการซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายต่อเดือนรายกลุ่มจำแนกตามอายุ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายต่อเดือน น้อยกว่า 1 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.4 รองลงมาได้แก่ ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายต่อเดือน 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 45.7 และซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายต่อเดือน 3 ครั้ง ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.9

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายต่อเดือน น้อยกว่า 1 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.9 รองลงมาได้แก่ ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายต่อเดือน 1-2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 39.6 และซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายต่อเดือน 3 ครั้ง ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 4.5

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท ส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายต่อเดือน 1-2 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมาได้แก่ ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายต่อเดือน น้อยกว่า 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 38.0 และซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายต่อเดือน 3 ครั้ง ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 6.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท ส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อ
โลชั่นบำรุงผิวกายต่อเดือน 1-2 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.7 รองลงมาได้แก่ ซื้อโลชั่นบำรุง
ผิวกายต่อเดือน น้อยกว่า 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 42.3

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท ส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อ
โลชั่นบำรุงผิวกายต่อเดือน 1-2 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมาได้แก่ ซื้อโลชั่นบำรุง
ผิวกายต่อเดือน น้อยกว่า 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 40.0 และซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายต่อเดือน 3 ครั้ง ขึ้นไป
คิดเป็นร้อยละ 6.7

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 50,001 บาท ขึ้นไป ส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อ
โลชั่นบำรุงผิวกายต่อเดือน 1-2 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.1 รองลงมาได้แก่ ซื้อโลชั่นบำรุง
ผิวกายต่อเดือน น้อยกว่า 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 38.1 และซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายต่อเดือน 3 ครั้ง ขึ้นไป
คิดเป็นร้อยละ 4.8

ตารางที่ 4.32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามองค์ประกอบของโลชั่นบำรุงผิวร่างกายที่ต้องการซื้อ จำแนกตามรายได้

องค์ประกอบ ของโลชั่น บำรุงผิวร่างกายที่ ต้องการ	รายได้											
	ไม่เกิน 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		40,001-50,000 บาท		50,001 บาท ขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีวิตามิน เช่น วิตามินเอ บี ซี อี	54	77.1	72	64.9	38	76.0	27	81.8	13	86.7	15	71.4
มีมอยส์เจอร์ ไรเซอร์	40	57.1	73	65.8	33	66.0	19	57.6	12	80.0	18	85.7
มีสารต้านอนุมูล อิสระ	11	15.7	33	29.7	16	32.0	10	30.3	2	13.3	5	23.8
มีคอลลาเจน และอีลาสติน	14	20.0	32	28.8	19	38.0	11	33.3	8	53.3	7	33.3
มีสารป้องกัน แสงแดดและ รังสีต่างๆ	49	70.0	84	75.7	30	60.0	23	69.7	11	73.3	16	76.2
มีสารสกัดจาก ธรรมชาติ	16	22.9	16	14.4	7	14.0	5	15.2	3	20.0	4	19.0
อื่นๆ	1	1.4	2	1.8	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0

หมายเหตุ: จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 ราย โดยเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท รายได้ 20,001-30,000 บาท รายได้ 30,001-40,000 บาท และรายได้ 40,001-50,000 บาท มีองค์ประกอบของโลชั่นบำรุงผิวร่างกายที่ต้องการซื้อ คือ วิตามิน เช่น วิตามินเอ บี ซี อี คิดเป็นร้อยละ 77.1, 76.0, 81.8 และ 86.7 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท มีองค์ประกอบของโลชั่นบำรุงผิวร่างกายที่ต้องการซื้อ คือ มีสารป้องกันแสงแดดและรังสีต่างๆ เช่น รังสี UVA, UVB, SPF คิดเป็นร้อยละ 75.7 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 50,001 บาท ขึ้นไป มีองค์ประกอบของโลชั่นบำรุงผิวร่างกายที่ต้องการซื้อ คือ มีมอยส์เจอร์ไรเซอร์ คิดเป็นร้อยละ 85.7 เมื่อพิจารณาสัดส่วนองค์ประกอบของโลชั่นบำรุงผิวร่างกายที่ต้องการซื้อ รายกลุ่มจำแนกตามรายได้ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนใหญ่มีความต้องการซื้อ โลชั่นบำรุงผิวกายที่มีองค์ประกอบ มีวิตามิน เช่น วิตามินเอ บี ซี อี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77.1 รองลงมาได้แก่ มีสารป้องกันแสงแดดและรังสีต่างๆ เช่น รังสี UVA, UVB, SPF คิดเป็นร้อยละ 70.0 มีมอยส์เจอร์ไรเซอร์ คิดเป็นร้อยละ 57.1 มีสารสกัดจากธรรมชาติ เช่น ชาเขียว คิดเป็นร้อยละ 22.9 มีคอลลาเจนและอีลาสติน คิดเป็นร้อยละ 20.0 มีสารต้านอนุมูลอิสระ เช่น โคนเอนไซม์ควิเท็น คิดเป็นร้อยละ 15.7 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.4

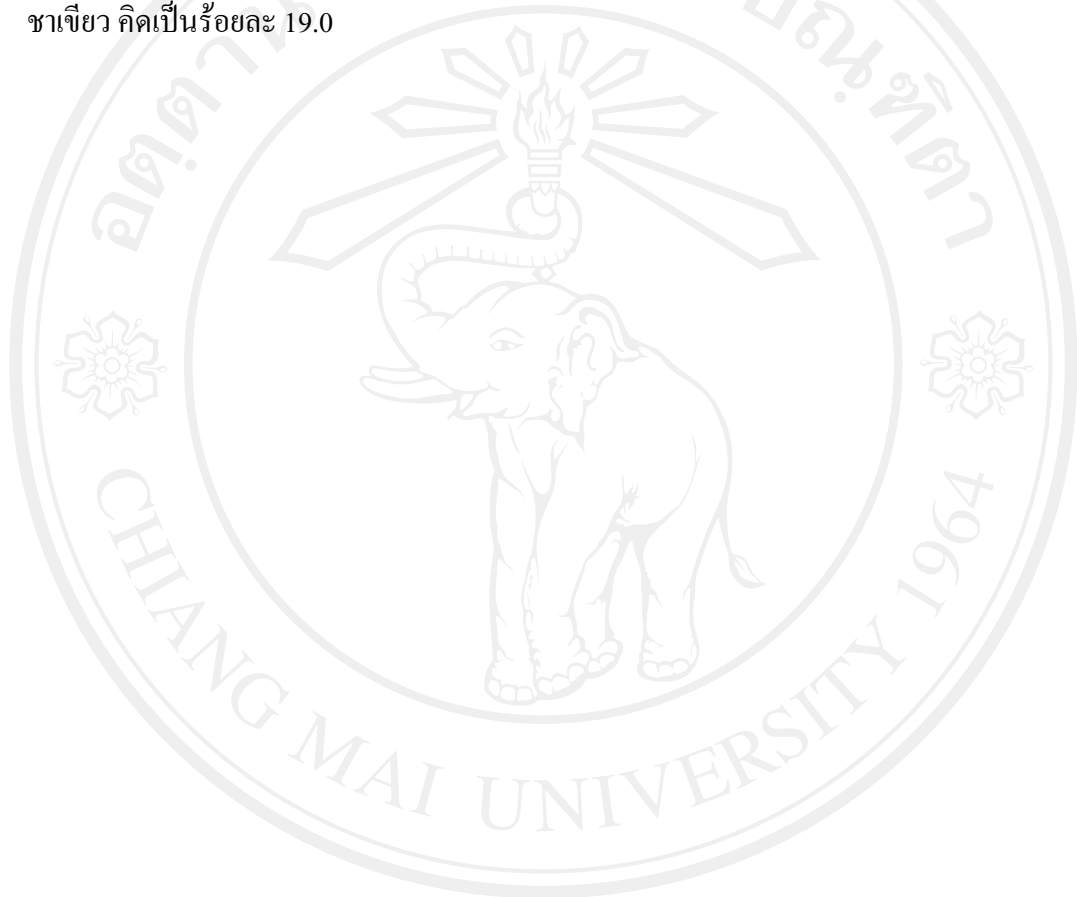
ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่มีความต้องการซื้อ โลชั่นบำรุงผิวกายที่มีองค์ประกอบ มีสารป้องกันแสงแดดและรังสีต่างๆ เช่น รังสี UVA, UVB, SPF มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75.7 รองลงมาได้แก่ มีมอยส์เจอร์ไรเซอร์ คิดเป็นร้อยละ 65.8 มีวิตามิน เช่น วิตามินเอ บี ซี อี คิดเป็นร้อยละ 64.9 มีสารต้านอนุมูลอิสระ เช่น โคนเอนไซม์ควิเท็น คิดเป็นร้อยละ 29.7 มีคอลลาเจนและอีลาสติน คิดเป็นร้อยละ 28.8 มีสารสกัดจากธรรมชาติ เช่น ชาเขียว คิดเป็นร้อยละ 14.4 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.8

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท ส่วนใหญ่มีความต้องการซื้อ โลชั่นบำรุงผิวกายที่มีองค์ประกอบ มีวิตามิน เช่น วิตามินเอ บี ซี อี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76.0 รองลงมาได้แก่ มีมอยส์เจอร์ไรเซอร์ คิดเป็นร้อยละ 66.0 มีสารป้องกันแสงแดดและรังสีต่างๆ เช่น รังสี UVA, UVB, SPF คิดเป็นร้อยละ 60.0 มีคอลลาเจนและอีลาสติน คิดเป็นร้อยละ 38.0 มีสารต้านอนุมูลอิสระ เช่น โคนเอนไซม์ควิเท็น คิดเป็นร้อยละ 32.0 และมีสารสกัดจากธรรมชาติ เช่น ชาเขียว คิดเป็นร้อยละ 14.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท ส่วนใหญ่มีความต้องการซื้อ โลชั่นบำรุงผิวกายที่มีองค์ประกอบ มีวิตามิน เช่น วิตามินเอ บี ซี อี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 81.8 รองลงมาได้แก่ มีสารป้องกันแสงแดดและรังสีต่างๆ เช่น รังสี UVA, UVB, SPF คิดเป็นร้อยละ 69.7 มีมอยส์เจอร์ไรเซอร์ คิดเป็นร้อยละ 57.6 มีคอลลาเจนและอีลาสติน คิดเป็นร้อยละ 33.3 มีสารต้านอนุมูลอิสระ เช่น โคนเอนไซม์ควิเท็น คิดเป็นร้อยละ 30.3 และมีสารสกัดจากธรรมชาติ เช่น ชาเขียว คิดเป็นร้อยละ 15.2

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท ส่วนใหญ่มีความต้องการซื้อ โลชั่นบำรุงผิวกายที่มีองค์ประกอบ มีวิตามิน เช่น วิตามินเอ บี ซี อี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 86.7 รองลงมาได้แก่ มีมอยส์เจอร์ไรเซอร์ คิดเป็นร้อยละ 80.0 มีสารป้องกันแสงแดดและรังสีต่างๆ เช่น รังสี UVA, UVB, SPF คิดเป็นร้อยละ 73.3 มีคอลลาเจนและอีลาสติน คิดเป็นร้อยละ 53.3 มีสารสกัดจากธรรมชาติ เช่น ชาเขียว คิดเป็นร้อยละ 20.0 และมีสารต้านอนุมูลอิสระ เช่น โคนเอนไซม์ควิเท็น คิดเป็นร้อยละ 13.3

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 50,001 บาท ขึ้นไป ส่วนใหญ่มีความต้องการซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายที่มีองค์ประกอบ มีมอยส์เจอร์ไรเซอร์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.7 รองลงมาได้แก่ มีสารป้องกันแสงแดดและรังสีต่างๆ เช่น รังสี UVA, UVB, SPF คิดเป็นร้อยละ 76.2 มีวิตามิน เช่น วิตามินเอ บี ซี อี คิดเป็นร้อยละ 71.4 มีคอลลาเจนและอีลาสติน คิดเป็นร้อยละ 33.3 มีสารต้านอนุมูลอิสระ เช่น โคนเอนไซม์คิวเท็น คิดเป็นร้อยละ 23.8 และมีสารสกัดจากธรรมชาติ เช่น ชาเขียว คิดเป็นร้อยละ 19.0



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามขนาดโลชั่นบำรุงผิวกายที่ซื้อเป็นประจำ จำแนกตามรายได้

ขนาดโลชั่น บำรุงผิวกาย	รายได้											
	ไม่เกิน 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		40,001-50,000 บาท		50,001 บาท ขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
50-100 ม.ล.	13	18.6	11	9.9	1	2.0	3	9.1	0	0.0	3	14.3
101-200 ม.ล.	20	28.5	33	29.8	11	22.0	7	21.2	2	13.3	4	19.0
201-300 ม.ล.	13	18.6	22	19.8	10	20.0	7	21.2	7	46.7	3	14.3
301-400 ม.ล.	10	14.3	23	20.7	16	32.0	5	15.2	1	6.7	2	9.5
401-500 ม.ล.	10	14.3	17	15.3	9	18.0	7	21.2	5	33.3	7	33.4
501 ม.ล. ขึ้นไป	4	5.7	5	4.5	3	6.0	4	12.1	0	0.0	2	9.5

จากตารางที่ 4.33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท และรายได้ 10,001-20,000 บาท ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายขนาด 101-200 ม.ล. เป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.5 และ 29.8 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายขนาด 301-400 ม.ล. เป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.0 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายขนาด 101-200 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 21.2 ขนาด 201-300 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 21.2 และขนาด 401-500 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 21.2 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกาย ขนาด 201-300 ม.ล. เป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.7 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 50,001 บาท ขึ้นไป ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกาย ขนาด 401-500 ม.ล. เป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.4 เมื่อพิจารณาสัดส่วนขนาดโลชั่นบำรุงผิวกายที่ซื้อเป็นประจำ รายกลุ่มจำแนกตามรายได้ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนใหญ่ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายขนาด 101-200 ม.ล. เป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.5 รองลงมาได้แก่ ขนาด 50-100 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 18.6 ขนาด 201-300 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 18.6 ขนาด 301-400 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 14.3 ขนาด 401-500 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 14.3 และขนาด 501 ม.ล. ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 5.7

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายขนาด 101-200 ม.ล. เป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.8 รองลงมาได้แก่ ขนาด 301-400 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 20.7 ขนาด 201-300 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 19.8 ขนาด 401-500 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 15.3 ขนาด 50-100 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 9.9 และขนาด 501 ม.ล. ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 4.5

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท ส่วนใหญ่ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายขนาด 301-400 ม.ล. เป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.0 รองลงมาได้แก่ ขนาด 101-200 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 22.0 ขนาด 201-300 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 20.0 ขนาด 401-500 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 18.0 ขนาด 501 ม.ล. ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 6.0 และขนาด 50-100 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 2.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท ส่วนใหญ่ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายขนาด 101-200 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 21.2 ขนาด 201-300 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 21.2 ขนาด 401-500 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 21.2 เป็นประจำมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ขนาด 301-400 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 15.2 ขนาด 501 ม.ล. ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 12.1 และขนาด 50-100 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 9.1

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท ส่วนใหญ่ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายขนาด 201-300 ม.ล. เป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.7 รองลงมาได้แก่ ขนาด 401-500 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 33.3 ขนาด 101-200 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 13.3 และขนาด 301-400 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 6.7

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 50,001 บาท ขึ้นไป ส่วนใหญ่ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายขนาด 401-500 ม.ล. เป็นประจำมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.4 รองลงมาได้แก่ ขนาด 101-200 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 19.0 ขนาด 50-100 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 14.3 ขนาด 201-300 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 14.3 ขนาด 301-400 ม.ล. คิดเป็นร้อยละ 15.2 และขนาด 501 ม.ล. ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 12.1

ตารางที่ 4.34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามราคาโลชั่นบำรุงผิวกาย ส่วนใหญ่ที่ซื้อ จำแนกตามรายได้

ราคาโลชั่น บำรุงผิวกาย	รายได้											
	ไม่เกิน 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		40,001-50,000 บาท		50,001 บาท ขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 50 บาท	4	5.7	0	0.0	1	2.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
51-100 บาท	12	17.1	13	11.7	1	2.0	0	0.0	0	0.0	1	4.8
101-150 บาท	18	25.8	28	25.2	4	8.0	4	12.1	4	26.7	1	4.8
151-200 บาท	23	32.9	35	31.6	19	38.0	6	18.2	3	20.0	3	14.3
201-250 บาท	8	11.4	18	16.2	13	26.0	10	30.4	2	13.3	6	28.5
251-300 บาท	3	4.3	9	8.1	9	18.0	8	24.2	2	13.3	5	23.8
301-350 บาท	1	1.4	2	1.8	1	2.0	4	12.1	3	20.0	4	19.0
351 บาท ขึ้นไป	1	1.4	6	5.4	2	4.0	1	3.0	1	6.7	1	4.8

จากตารางที่ 4.34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท รายได้ 10,001-20,000 บาท และรายได้ 20,001-30,000 บาท ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายส่วนใหญ่ราคา 151-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 32.9, 31.6 และ 38.0 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายส่วนใหญ่ราคา 201-250 บาท คิดเป็นร้อยละ 30.4 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายส่วนใหญ่ราคา 101-150 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.7 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 50,001 บาท ขึ้นไป ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกาย ส่วนใหญ่ราคา 201-250 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.5 เมื่อพิจารณาสัดส่วนราคาโลชั่นบำรุงผิวกายส่วนใหญ่ที่ซื้อ รายกลุ่ม จำแนกตามอายุ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนใหญ่ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกาย ราคา 151-200 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.9 รองลงมาได้แก่ ราคา 101-150 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.8 ราคา 51-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 17.1 ราคา 201-250 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.4 ราคาไม่เกิน 50 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.7 ราคา 251-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.3 ราคา 301-350 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.4 และราคา 351 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 1.4

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายราคา 151-200 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.6 รองลงมาได้แก่ ราคา 101-150 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.2 ราคา 201-250 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.2 ราคา 51-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.7 ราคา 251-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.1 ราคา 351 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 5.4 และราคา 301-350 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.8

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท ส่วนใหญ่ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายราคา 151-200 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมาได้แก่ ราคา 201-250 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.0 ราคา 251-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.0 ราคา 101-150 บาท คิดเป็นร้อยละ 8.0 ราคา 351 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 4.0 ราคาไม่เกิน 50 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.0 ราคา 51-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.0 และราคา 301-350 บาท คิดเป็นร้อยละ 2.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท ส่วนใหญ่ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายราคา 201-250 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.4 รองลงมาได้แก่ ราคา 251-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.2 ราคา 151-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.2 ราคา 101-150 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.1 ราคา 301-350 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.1 และราคา 351 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 3.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท ส่วนใหญ่ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายราคา 101-150 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.7 รองลงมาได้แก่ ราคา 151-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.0 ราคา 301-350 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.0 ราคา 201-250 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.3 ราคา 251-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.3 และราคา 351 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 6.7

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 50,001 บาท ขึ้นไป ส่วนใหญ่ซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายราคา 201-250 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.5 รองลงมาได้แก่ ราคา 251-300 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.8 ราคา 301-350 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.0 ราคา 151-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.3 ราคา 51-100 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.8 ราคา 101-150 บาท คิดเป็นร้อยละ 4.8 และราคา 351 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 4.8

ตารางที่ 4.35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายมากที่สุด จำแนกตามรายได้

การส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโลชั่นบำรุงผิวกาย	รายได้											
	ไม่เกิน 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		40,001-50,000 บาท		50,001 บาท ขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ของแถม	11	15.7	17	15.3	13	26.0	7	21.2	3	20.0	4	19.0
ส่วนลดคูปอง	5	7.1	2	1.8	0	0.0	1	3.0	0	0.0	2	9.5
ลดราคา	27	38.6	49	44.2	19	38.0	12	36.5	6	40.0	5	23.8
จับฉลากชิงโชค	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
ขายเป็นชุดในราคาพิเศษ	9	12.9	13	11.7	4	8.0	6	18.2	1	6.7	2	9.5
มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้	18	25.7	29	26.1	14	28.0	7	21.1	5	33.3	8	38.2
อื่นๆ	0	0.0	1	0.9	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ส่วนลดในราคาสมาชิก

จากตารางที่ 4.35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท รายได้ 10,001-20,000 บาท รายได้ 20,001-30,000 บาท รายได้ 30,001-40,000 บาท และรายได้ 40,001-50,000 บาท การส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายมากที่สุด คือ ลดราคา คิดเป็นร้อยละ 38.6, 44.2, 38.0, 36.5 และ 40.0 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 50,001 บาท ขึ้นไป การส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายมากที่สุด คือ มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ คิดเป็นร้อยละ 38.2 เมื่อพิจารณาสัดส่วนการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายมากที่สุด รายกลุ่มจำแนกตามรายได้ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนใหญ่มีการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายมากที่สุด คือ ลดราคา คิดเป็นร้อยละ 38.6 รองลงมาได้แก่ มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ คิดเป็นร้อยละ 25.7 ของแถม คิดเป็นร้อยละ 15.7 ขายเป็นชุดในราคาพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 12.9 และส่วนลดคูปอง คิดเป็นร้อยละ 7.1

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่มีการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายมากที่สุด คือ ลดราคา คิดเป็นร้อยละ 44.2 รองลงมาได้แก่ มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ คิดเป็นร้อยละ 26.1 ของแถม คิดเป็นร้อยละ 15.3 ขายเป็นชุดในราคาพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 11.7 ส่วนลดคูปอง คิดเป็นร้อยละ 1.8 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.9

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท ส่วนใหญ่มีการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายมากที่สุด คือ ลดราคา คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมาได้แก่ มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ คิดเป็นร้อยละ 28.0 ของแถม คิดเป็นร้อยละ 26.0 และขายเป็นชุดในราคาพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 8.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท ส่วนใหญ่มีการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายมากที่สุด คือ ลดราคา คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมาได้แก่ ของแถม คิดเป็นร้อยละ 21.2 มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ คิดเป็นร้อยละ 21.1 ขายเป็นชุดในราคาพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 18.2 และส่วนลดคูปอง คิดเป็นร้อยละ 3.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท ส่วนใหญ่มีการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายมากที่สุด คือ ลดราคา คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาได้แก่ มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ คิดเป็นร้อยละ 33.3 ของแถม คิดเป็นร้อยละ 20.0 และขายเป็นชุดในราคาพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 6.7

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 50,001 บาท ขึ้นไป ส่วนใหญ่มีการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโลชั่นบำรุงผิวกายมากที่สุด คือ มีสินค้าตัวอย่างให้ทดลองใช้ คิดเป็นร้อยละ 38.2 รองลงมาได้แก่ ลดราคา คิดเป็นร้อยละ 23.8 ของแถม คิดเป็นร้อยละ 19.0 ส่วนลดคูปอง คิดเป็นร้อยละ 9.5 และขายเป็นชุดในราคาพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 9.5

ตารางที่ 4.36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักและรับรู้ข่าวสารผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกายจำแนกตามรายได้

แหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักและรับรู้ข่าวสาร	รายได้											
	ไม่เกิน 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		40,001-50,000 บาท		50,001 บาทขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นิตยสาร/วารสาร	23	32.9	49	44.1	26	52.0	14	42.4	10	66.7	14	66.7
ใบปลิว/แผ่นพับ	2	2.9	11	9.9	7	14.0	4	12.1	4	26.7	0	0.0
แคตตาล็อกจำหน่าย	15	21.4	38	34.2	14	28.0	9	27.3	5	33.3	3	14.3
หนังสือพิมพ์	6	8.6	19	17.1	6	12.0	5	15.2	3	20.0	5	23.8
อินเทอร์เน็ต	10	14.3	8	7.2	10	20.0	3	9.1	0	0.0	1	4.8
การบอกกล่าวของคนรู้จัก	0	0.0	1	0.9	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0
วิทยุ/โทรทัศน์	50	71.4	83	74.8	35	70.0	27	81.8	10	66.7	17	81.0
อื่นๆ	0	0.0	0	0.0	1	2.0	1	3.0	1	6.7	0	0.0

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 ราย โดยเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

: อื่นๆ ได้แก่ อีเมล

จากตารางที่ 4.36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท รายได้ 10,001-20,000 บาท รายได้ 20,001-30,000 บาท รายได้ 30,001-40,000 บาท และรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป มีแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักและรับรู้ข่าวสารผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกาย จากวิทยุ/โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 71.4, 74.8, 70.0, 81.8 และ 81.0 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท มีแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักและรับรู้ข่าวสารผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกาย จากวิทยุ/โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 66.7 และจากนิตยสาร/วารสาร คิดเป็นร้อยละ 66.7 เมื่อพิจารณาสัดส่วนแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักและรับรู้ข่าวสารผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกาย รายกลุ่มจำแนกตามอายุ พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักและรับรู้ข่าวสารผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกาย จากวิทยุ/โทรทัศน์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.4 รองลงมาได้แก่ นิตยสาร/วารสารคิดเป็นร้อยละ 32.9 เคาน์เตอร์จำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 21.4 อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 14.3 หนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 8.6 และใบปลิว/แผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 2.9

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักและรับรู้ข่าวสารผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกาย จากวิทยุ/โทรทัศน์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.8 รองลงมาได้แก่ นิตยสาร/วารสารคิดเป็นร้อยละ 44.1 เคาน์เตอร์จำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 34.2 หนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 17.1 ใบปลิว/แผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 9.9 อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 7.2 และการบอกกล่าวของคนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 0.9

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท ส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักและรับรู้ข่าวสารผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกาย จากวิทยุ/โทรทัศน์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.0 รองลงมาได้แก่ นิตยสาร/วารสารคิดเป็นร้อยละ 52.0 เคาน์เตอร์จำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 28.0 อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 20.0 ใบปลิว/แผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 14.0 หนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 12.0 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท ส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักและรับรู้ข่าวสารผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกาย จากวิทยุ/โทรทัศน์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 81.8 รองลงมาได้แก่ นิตยสาร/วารสารคิดเป็นร้อยละ 42.4 เคาน์เตอร์จำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 27.3 หนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 15.2 ใบปลิว/แผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 12.1 อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 9.1 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 3.0

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท ส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักและรับรู้ข่าวสารผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกาย จากนิตยสาร/วารสารคิดเป็นร้อยละ 66.7 และจากวิทยุ/โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 66.7 มากที่สุด รองลงมาได้แก่ เคาน์เตอร์จำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 33.3 ใบปลิว/แผ่นพับ คิดเป็นร้อยละ 26.7 หนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 20.0 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 6.7

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 50,001 บาท ขึ้นไป ส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลที่ทำให้รู้จักและรับรู้ข่าวสารผลิตภัณฑ์โลชั่นบำรุงผิวกาย จากวิทยุ/โทรทัศน์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 81.0 รองลงมาได้แก่ นิตยสาร/วารสารคิดเป็นร้อยละ 66.7 หนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 23.8 เคาน์เตอร์จำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 14.3 และอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 4.8

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะอื่นๆเกี่ยวกับโลชั่นบำรุงผิวกาย

ตารางที่ 4.37 แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัญหาและข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เหนียวเหนอะหนะ ซึมซับรวดเร็ว แห้งง่าย ไม่เป็นคราบ	11	3.7
บรรจุภัณฑ์ควรสวยงามมากกว่านี้ และอยากให้มีแบบชนิดเติม	5	1.7
ราคาควรเหมาะสมกับคุณภาพ	2	0.7
ผลิตภัณฑ์ควรมีคุณภาพ ให้ความชุ่มชื้นมาก ไม่แห้งกร้าน ติดผิวหนัง	2	0.7
ผลิตภัณฑ์ตัวเดียว ควรมีคุณสมบัติหลายอย่าง จะได้ไม่ต้องซื้อหลายขวด	2	0.7
ควรมีส่วนผสมจากธรรมชาติหรือสมุนไพร	2	0.7
กลิ่นและระดับความแรงของกลิ่นควรมีให้เลือกหลากหลาย	2	0.7
ฉลากควรเป็นภาษาไทย และชัดเจน	1	0.3
ใช้แล้วไม่เห็นผลอย่างที่โฆษณาไว้ โฆษณาเกินความเป็นจริง	1	0.3

หมายเหตุ : จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 300 ราย โดยตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 4.37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาและข้อเสนอแนะในเรื่องของคุณสมบัติของโลชั่นบำรุงผิวกายควรไม่เหนียวเหนอะหนะ ซึมซับรวดเร็ว แห้งง่าย ไม่เป็นคราบเป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ บรรจุภัณฑ์ควรสวยงามมากกว่านี้และอยากให้มีแบบชนิดเติม ราคาควรเหมาะสมกับคุณภาพ ผลิตภัณฑ์ควรมีคุณภาพ ให้ความชุ่มชื้นมาก ไม่แห้งกร้าน ติดผิวหนัง ผลิตภัณฑ์ตัวเดียวควรมีคุณสมบัติหลายอย่าง จะได้ไม่ต้องซื้อหลายขวด ควรมีส่วนผสมจากธรรมชาติหรือสมุนไพร กลิ่นและระดับความแรงของกลิ่นควรมีให้เลือกหลากหลาย ฉลากควรเป็นภาษาไทยและชัดเจน และปัญหาใช้แล้วไม่เห็นผลอย่างที่โฆษณาไว้ โฆษณาเกินความเป็นจริง