

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาศักยภาพของผู้ชายต่อการใช้เครื่องสำอาง ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ได้เก็บรวบรวมข้อมูลและแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถาม จากกลุ่มประชากรเป็นหมาย คือผู้ชายวัยทำงานที่มีช่วงอายุตั้งแต่ 15-60 ปี จำนวน 379 ชุด และข้อมูลที่ได้นำมาทำการวิเคราะห์และแปลผล โดยแบ่งการแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกได้เป็น 3 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 1 ถึง ตารางที่ 5)

- 1.1 อายุ
- 1.2 สถานภาพการสมรส
- 1.3 อาชีพ
- 1.4 ระดับการศึกษา
- 1.5 รายได้ส่วนตัวต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ศักยภาพของผู้ชายวัยทำงานต่อการใช้เครื่องสำอาง (ตารางที่ 6 ถึง ตารางที่ 52)

- 2.1 องค์กรประกอบเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ
- 2.2 องค์กรประกอบทางด้านความชอบ
- 2.3 องค์กรประกอบเกี่ยวกับความตั้งใจก่อพฤติกรรม

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์กันของข้อมูล (ตารางที่ 53 ถึง ตารางที่ 75)

- 3.1 ความแตกต่างกันของความรู้ความเข้าใจด้านความคิดเห็นต่อคำกล่าวต่างๆ จำแนกตามอายุ รายได้ และการศึกษา
- 3.2 ความแตกต่างกันของความรู้สึกรู้ชอบและไม่ชอบ เครื่องสำอางชนิดต่างๆ จำแนกตามอายุ รายได้ และการศึกษา
- 3.3 ความแตกต่างกันของความตั้งใจที่จะใช้เครื่องสำอางชนิดต่างๆ ในอนาคตอย่างแน่นอนจำแนกตามอายุ รายได้ และการศึกษา
- 3.4 ความแตกต่างกันของพฤติกรรมการใช้ เครื่องสำอางชนิดต่างๆ จำแนกตามอายุ รายได้ และการศึกษา

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	53	14.0
20-29 ปี	90	23.7
30-39 ปี	102	26.9
40-49 ปี	92	24.3
50 ปี ขึ้นไป	42	11.1
รวม	379	100.0

จากตารางที่ 1 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 30-39 ปีมากที่สุด ร้อยละ 26.9 รองลงมาคืออายุ 40-49 ปี ร้อยละ 24.3 อายุ 20-29 ปี ร้อยละ 23.7 อายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 14.0 และอายุ 50 ปี ขึ้นไป ร้อยละ 11.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพการสมรส

สถานภาพการสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	188	49.6
สมรสแล้ว	187	49.3
อื่นๆ เช่น หย่าร้าง	4	1.1
รวม	379	100.0

จากตารางที่ 2 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพการสมรสโสดมากที่สุด ร้อยละ 49.6 สมรสแล้ว ร้อยละ 49.3 และอื่นๆ ร้อยละ 1.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	85	22.4
ปริญญาตรี	236	62.3
สูงกว่าปริญญาตรี	58	15.3
รวม	379	100.0

จากตารางที่ 3 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 62.3 ต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 22.4 และสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 15.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน หรือนักศึกษา	132	34.8
รับราชการ หรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ	94	24.8
พนักงานบริษัทเอกชน	85	22.4
เจ้าของกิจการ	44	11.6
อื่นๆ เช่น ไม่มีอาชีพ หรือพ่อบ้าน	24	6.3
รวม	379	100.0

จากตารางที่ 4 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพเป็นนักเรียน หรือนักศึกษามากที่สุด ร้อยละ 34.8 รับราชการ หรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 24.8 พนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 22.4 เจ้าของกิจการ ร้อยละ 11.6 และ มีอาชีพอื่นๆ ร้อยละ 6.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ส่วนตัวต่อเดือน

รายได้ส่วนตัวต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	90	23.7
5,001-10,000 บาท	114	30.1
10,001-15,000 บาท	74	19.5
15,001-20,000 บาท	56	14.8
20,001 บาท ขึ้นไป	45	11.9
รวม	379	100.0

จากตารางที่ 5 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับรายได้ 5,001-10,000 บาทมากที่สุด ร้อยละ 30.1 รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 23.7 รายได้ 10,001-15,000 บาท ร้อยละ 19.5 รายได้ 15,001-20,000 บาท ร้อยละ 14.8 และ รายได้ 20,001 บาท ขึ้นไป ร้อยละ 11.9 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 ทักษะของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการใช้เครื่องสำอาง

### 2.1 องค์ประกอบเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ

ตารางที่ 6 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อผลิตภัณฑ์ต่างๆ เป็นเครื่องสำอางหรือไม่

ชนิดผลิตภัณฑ์	ความคิดเห็น						รวม	
	ใช่		ไม่ใช่		ไม่แน่ใจ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้ำหอม	314	82.8	54	14.2	11	2.9	379	100.0
2. โคลโลญ	310	81.8	57	15.0	12	3.2	379	100.0
3. แชมพูสระผม	143	37.7	209	55.1	27	7.1	379	100.0
4. ครีมนวดผม	133	35.1	220	58.0	26	6.9	379	100.0
5. เจลใส่ผม	260	68.6	88	23.2	31	8.2	379	100.0
6. น้ำมันใส่ผม	243	64.1	102	26.9	34	9.0	379	100.0
7. ยาบารุงป้องกันผมร่วง	97	25.6	229	60.4	53	14.0	379	100.0
8. ยาสีฟัน	111	29.3	244	64.4	24	6.3	379	100.0
9. น้ำยาล้างปาก	88	23.2	261	68.9	30	7.9	379	100.0
10. สเปรย์พ่นดับกลิ่นปาก	143	37.7	194	51.2	42	11.1	379	100.0
11. สบู่	134	35.4	222	58.6	23	6.1	379	100.0
12. ครีมอาบน้ำ	120	31.7	229	60.4	30	7.9	379	100.0
13. ยาระงับกลิ่นตัว	244	64.4	103	27.2	32	8.4	379	100.0
14. ผลิตภัณฑ์ใส่ระงับกลิ่นเท้า	155	40.9	170	44.9	54	14.2	379	100.0
15. ครีมโกนหนวด	105	27.7	230	60.7	44	11.6	379	100.0
16. โลชั่นหลังโกน	197	52.0	140	36.9	42	11.1	379	100.0
17. ครีมทำให้เคราอ่อนตัว	171	45.1	167	44.1	41	10.8	379	100.0
18. โลชั่นทาผิว	327	86.3	44	11.6	8	2.1	379	100.0
19. ครีมทาเล็บ	308	81.3	64	16.9	7	1.8	379	100.0
20. ครีมบำรุงผิวหน้า	352	92.9	25	6.6	2	0.5	379	100.0
21. ครีมทาขอบดวงตา	326	86.0	50	13.2	3	0.8	379	100.0
22. ครีมทาหน้าลดรอยเหี่ยวย่น	326	86.0	50	13.2	3	0.8	379	100.0
23. โฟมล้างหน้า	238	62.8	131	34.6	10	2.6	379	100.0
24. โลชั่นทามือ	296	78.1	73	19.3	10	2.6	379	100.0

ชนิดผลิตภัณฑ์	ความคิดเห็น						รวม	
	ใช่		ไม่ใช่		ไม่แน่ใจ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
25. ลิบสติคมันทาปาก	326	86.0	50	13.2	3	0.8	379	100.0
26. ครีมทาหน้าป้องกันแดด	283	74.7	78	20.6	18	4.7	379	100.0
27. ครีมทาลำตัวป้องกันแดด	272	71.8	88	23.2	19	5.0	379	100.0
28. โลชั่นทาหลังตากแดด	270	71.2	89	23.5	20	5.3	379	100.0

จากตารางที่ 6 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุด มีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์ต่างๆ ว่าเป็นเครื่องสำอางหรือไม่ ดังนี้

มีความคิดเห็นว่าผลิตภัณฑ์ต่อไปนี้ เป็นเครื่องสำอาง เรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ครีมบำรุงผิวหน้า โลชั่นทาผิว ครีมทาขอบดวงตา ลิบสติคมันทาปาก ครีมทาหน้าลดรอยเหี่ยวย่น น้ำหอม โคลโลญ ครีมทาเล็บ โลชั่นทามือ ครีมทาหน้าป้องกันแดด ครีมทาลำตัวป้องกันแดด โลชั่นทาหลังตากแดด เจลใส่ผม ยาระงับกลิ่นตัว น้ำมันใส่ผม โฟมล้างหน้าโลชั่นหลังโกน และครีมทำให้เคราอ่อนตัว ตามลำดับ

มีความคิดเห็นว่าผลิตภัณฑ์ต่อไปนี้ ไม่เป็นเครื่องสำอาง เรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ น้ำยาขี้ผึ้งปาก ยาสีฟัน ครีมโกนหนวด ครีมอาบน้ำ ยาบำรุงป้องกันผมร่วง สบู่ ครีมนวดผม แชมพูสระผม สเปรย์พ่นดับกลิ่นปาก และผลิตภัณฑ์ใส่ระงับกลิ่นเท้า ตามลำดับ



ตารางที่ 7 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์และวิธีการใช้เครื่องสำอางประเภทต่างๆ

ประเภทเครื่องสำอาง	ระดับความรู้										ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	มีความรู้มาก		มีความรู้ปานกลาง		มีความรู้น้อย		ไม่มีความรู้เลย		รวม				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
1. เครื่องหอม	21	5.5	205	54.1	128	33.8	25	6.6	379	100.0	2.59	ปานกลาง	4
2. สิ่งปรุงสำหรับผมไม่เกี่ยวกับการแต่งสีผม	36	9.5	230	60.7	99	26.1	14	3.7	379	100.0	2.76	ปานกลาง	3
3. ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอนามัยช่องปาก	56	14.8	240	63.3	73	19.3	10	2.6	379	100.0	2.90	ปานกลาง	2
4. ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดร่างกาย	65	17.2	247	65.2	56	14.8	11	2.9	379	100.0	2.97	ปานกลาง	1
5. สิ่งปรุงสำหรับกรโกน	19	5.0	130	34.3	151	39.8	79	20.8	379	100.0	2.23	น้อย	7
6. สิ่งปรุงถนอมผิว	17	4.5	167	44.1	145	38.3	50	13.2	379	100.0	2.40	น้อย	5
7. สิ่งปรุงแต่งให้ผิวคล้ำและสิ่งปรุงป้องกันแดด	20	5.3	144	38.0	147	38.8	68	17.9	379	100.0	2.31	น้อย	6

จากตารางที่ 7 เมื่อพิจารณาถึงค่าเฉลี่ยระดับความรู้เกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์และวิธีการใช้เครื่องสำอางประเภทต่างๆ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้เกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์และวิธีการใช้เครื่องสำอางประเภทต่างๆ แบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

มีความรู้เกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์และวิธีการใช้เครื่องสำอางประเภทต่างๆ ในระดับเฉลี่ยปานกลาง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดร่างกาย ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอนามัยช่องปาก สิ่งปรุงแต่งสำหรับผมไม่เกี่ยวกับการแต่งสีผม และผลิตภัณฑ์เครื่องหอม

มีความรู้เกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์และวิธีการใช้เครื่องสำอางประเภทต่างๆ ในระดับเฉลี่ยน้อย ได้แก่ สิ่งปรุงแต่งกลิ่นอมผิว สิ่งปรุงแต่งให้ผิวคล้ำและสิ่งปรุงแต่งป้องกันแดด และสิ่งปรุงแต่งสำหรับการโกน

ตารางที่ 8 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปริมาณการใช้เครื่องสำอางของผู้ชายในอดีตเทียบกับในปัจจุบัน

ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
ใช้เพิ่มขึ้น	358	94.5
ใช้เท่าเดิม	16	4.2
ใช้ลดลง	5	1.3
รวม	379	100.0

จากตารางที่ 8 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าปริมาณการใช้เครื่องสำอางของผู้ชายในอดีตเทียบกับในปัจจุบันมีปริมาณการใช้เพิ่มขึ้น ร้อยละ 94.5 มีการปริมาณการใช้เท่าเดิม ร้อยละ 4.2 และมีการปริมาณการใช้ลดลง ร้อยละ 1.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อความคิดต่างๆ

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น												รวม	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	เห็นด้วยอย่าง มาก		เห็นด้วย		เฉยๆ		ไม่เห็นด้วย		ไม่เห็นด้วย อย่างมาก		รวม					
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ				
1. การใช้เครื่องสำอางช่วยในการเข้าสังคม	65	17.2	201	53.0	92	24.3	20	5.3	1	0.3	379	100.0	3.82	เห็นด้วย	2	
2. เครื่องสำอางเป็นสิ่งสิ้นเปลืองไม่มีความจำเป็นต้องใช้	14	3.7	99	26.1	155	40.9	104	27.4	7	1.8	379	100.0	3.02	เฉยๆ	5	
3. การใช้เครื่องสำอางทำให้บุคลิกภาพดีขึ้น	69	18.2	217	57.3	81	21.4	11	2.9	1	0.3	379	100.0	3.90	เห็นด้วย	1	
4. การใช้เครื่องสำอางเป็นแฟชั่นอย่างหนึ่ง	49	12.9	168	44.3	123	32.5	34	9.0	5	1.3	379	100.0	3.59	เห็นด้วย	4	
5. ผู้ชายที่ใช้เครื่องสำอาง เป็นคนที่ยังเบนทางเพศ	11	2.9	30	7.9	116	30.6	151	39.8	71	18.7	379	100.0	2.36	ไม่เห็นด้วย	8	
6. ทานยังไม่กล้าลองใช้เครื่องสำอาง ถ้ายังไม่มีความรู้	71	18.7	153	40.4	114	30.1	37	9.8	4	1.1	379	100.0	3.66	เห็นด้วย	3	
7. ผู้ชายไม่จำเป็นต้องใช้โลชั่นทาผิว หรือครีมกันแดด	13	3.4	43	11.3	130	34.3	161	42.5	32	8.4	379	100.0	2.59	เฉยๆ	6	
8. การใช้เครื่องสำอางเป็นเรื่องของผู้หญิง	24	6.3	47	12.4	93	24.5	160	42.2	55	14.5	379	100.0	2.54	เฉยๆ	7	

จากตารางที่ 9 เมื่อพิจารณาถึงค่าเฉลี่ยระดับความความคิดเห็นพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นเกี่ยวกับคำกล่าวต่างๆ แบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

มีความคิดเห็นในระดับเฉลี่ยเห็นด้วยกับคำกล่าวต่อไปนี้ ได้แก่ การใช้เครื่องสำอางทำให้บุคลิกภาพดีขึ้น การใช้เครื่องสำอางช่วยในการเข้าสังคม ท่านยังไม่กล้าลองใช้เครื่องสำอางถ้ายังไม่มีความรู้ และการใช้เครื่องสำอางเป็นแฟชั่นอย่างหนึ่ง

มีความคิดเห็นในระดับเฉลี่ยเฉยๆกับคำกล่าวต่อไปนี้ ได้แก่ เครื่องสำอางเป็นสิ่งสิ้นเปลืองไม่มีความจำเป็นต้องใช้ ผู้ชายไม่จำเป็นต้องใช้โลชั่นทาผิวหรือครีมกันแดด และการใช้เครื่องสำอางเป็นเรื่องของผู้หญิง

มีความคิดเห็นในระดับไม่เห็นด้วยกับคำกล่าวต่อไปนี้ ได้แก่ ผู้ชายที่ใช้เครื่องสำอางเป็นคนที่เบี่ยงเบนทางเพศ

## 2.2 องค์ประกอบทางด้านความชอบ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นต่อความหลากหลายของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประเภทต่างๆ

ประเภทเครื่องสำอาง	ระดับความเหมาะสม						รวม		ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	ดี		พอใช้		ปรับปรุง		จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
1. เครื่องหอม	198	52.2	167	44.1	14	3.7	379	100.0	2.49	พอใช้	3
2. สิ่งปรุงสำหรับผมไม่เกี่ยวกับการแต่งสีผม	197	52.0	158	41.7	24	6.3	379	100.0	2.46	พอใช้	4
3. ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอนามัยช่องปาก	189	49.9	170	44.9	20	5.3	379	100.0	2.45	พอใช้	5
4. ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดร่างกาย	281	74.1	90	23.7	8	2.1	379	100.0	2.72	ดี	1
5. สิ่งปรุงสำหรับการโกน	82	21.6	218	57.5	79	20.8	379	100.0	2.01	พอใช้	7
6. สิ่งปรุงถนอมผิว	217	57.3	136	35.9	26	6.9	379	100.0	2.50	ดี	2
7. สิ่งปรุงแต่งให้ผิวคล้ำและสิ่งปรุงป้องกันแดด	140	36.9	191	50.4	48	12.7	379	100.0	2.24	พอใช้	6

จากตารางที่ 10 เมื่อพิจารณาถึงค่าเฉลี่ยระดับความเหมาะสมของความหลากหลายของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประเภทต่างๆพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มดังต่อไปนี้

มีความคิดเห็นว่าอยู่ในระดับดี ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดร่างกาย และสิ่งปรุงถนอมผิว

มีความคิดเห็นว่าอยู่ในระดับพอใช้ ได้แก่ เครื่องหอม สิ่งปรุงสำหรับผมไม่เกี่ยวกับการแต่งสีผม ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอนามัยช่องปาก สิ่งปรุงแต่งให้ผิวคล้ำและสิ่งปรุงป้องกันแดด และสิ่งปรุงสำหรับการโกน

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประเภทต่างๆ

ประเภทเครื่องสำอาง	ระดับความเหมาะสม						รวม		ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	ดี		พอใช้		ปรับปรุง		จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
1. เครื่องหอม	121	31.9	233	61.5	25	6.6	379	100.0	2.25	พอใช้	5
2. สิ่งปรุงสำหรับผมไม่เกี่ยวกับการแต่งสีผม	145	38.3	200	52.8	34	9.0	379	100.0	2.29	พอใช้	4
3. ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอนามัยช่องปาก	151	39.8	204	53.8	24	6.3	379	100.0	2.34	พอใช้	3
4. ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดร่างกาย	191	50.4	172	45.4	16	4.2	379	100.0	2.46	พอใช้	1
5. สิ่งปรุงสำหรับการโกน	102	26.9	234	61.7	43	11.3	379	100.0	2.16	พอใช้	7
6. สิ่งปรุงถนอมผิว	157	41.4	197	52.0	25	6.6	379	100.0	2.35	พอใช้	2
7. สิ่งปรุงแต่งให้ผิวคล้ำและสิ่งปรุงป้องกันแดด	113	29.8	232	61.2	34	9.0	379	100.0	2.21	พอใช้	6

จากตารางที่ 11 เมื่อพิจารณาถึงค่าเฉลี่ยระดับความเหมาะสม ของคุณภาพของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประเภทต่างๆพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าทั้งหมดอยู่ในระดับพอใช้ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดร่างกาย สิ่งปรุงถนอมผิว ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอนามัยช่องปาก สิ่งปรุงสำหรับผมไม่เกี่ยวกับการแต่งสีผม เครื่องหอม สิ่งปรุงแต่งให้ผิวคล้ำและสิ่งปรุงป้องกันแดด และสิ่งปรุงสำหรับการโกน

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นต่อการมีขนาดบรรจุหลายขนาดให้เลือกของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประเภทต่างๆ

ประเภทเครื่องสำอาง	ระดับความเหมาะสม						รวม		ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	ดี		พอใช้		ปรับปรุง		จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
1. เครื่องหอม	173	45.6	169	44.6	37	9.8	379	100.0	2.36	พอใช้	3
2. สิ่งปรุงสำหรับผมไม่เกี่ยวกับการแต่งสีผม	172	45.4	174	45.9	33	8.7	379	100.0	2.37	พอใช้	2
3. ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอนามัยช่องปาก	153	40.4	190	50.1	36	9.5	379	100.0	2.31	พอใช้	5
4. ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดร่างกาย	207	54.6	144	38.0	28	7.4	379	100.0	2.47	พอใช้	1
5. สิ่งปรุงสำหรับการโกน	91	24.0	204	53.8	84	22.2	379	100.0	2.02	พอใช้	7
6. สิ่งปรุงถนอมผิว	168	44.3	175	46.4	35	9.2	379	100.0	2.35	พอใช้	4
7. สิ่งปรุงแต่งให้ผิวคล้ำและสิ่งปรุงป้องกันแดด	120	31.7	212	55.9	47	12.4	379	100.0	2.19	พอใช้	6

จากตารางที่ 12 เมื่อพิจารณาถึงค่าเฉลี่ยระดับความเหมาะสม การมีขนาดบรรจุหลายขนาดให้เลือกของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประเภทต่างๆพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าทั้งหมดอยู่ในระดับพอใช้ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดร่างกาย สิ่งปรุงสำหรับผมไม่เกี่ยวกับการแต่งสีผม เครื่องหอม สิ่งปรุงถนอมผิว ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอนามัยช่องปาก สิ่งปรุงแต่งให้ผิวคล้ำและสิ่งปรุงป้องกันแดด และสิ่งปรุงสำหรับการ โกน



ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นต่อความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประเภทต่างๆ

ประเภทเครื่องสำอาง	ระดับความเหมาะสม						รวม		ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	ดี		พอใช้		ปรับปรุง		จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
1. เครื่องหอม	195	51.5	157	41.4	27	7.1	379	100.0	2.44	พอใช้	1
2. สิ่งปรุงสำหรับผมไม่เกี่ยวกับการแต่งสีผม	147	38.8	197	52.0	35	9.2	379	100.0	2.30	พอใช้	4
3. ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอนามัยช่องปาก	122	32.2	213	56.2	44	11.6	379	100.0	2.21	พอใช้	6
4. ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดสัอาดร่างกาย	178	47.0	175	46.2	26	6.9	379	100.0	2.40	พอใช้	2
5. สิ่งปรุงสำหรับการโกน	103	27.2	212	55.9	64	16.9	379	100.0	2.10	พอใช้	7
6. สิ่งปรุงถนอมผิว	162	42.7	186	49.1	31	8.2	379	100.0	2.35	พอใช้	3
7. สิ่งปรุงแต่งให้ผิวคล้ำและสิ่งปรุงป้องกันแดด	135	35.6	200	52.8	44	11.6	379	100.0	2.24	พอใช้	5

จากตารางที่ 13 เมื่อพิจารณาถึงค่าเฉลี่ยระดับความเหมาะสม ของความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประเภทต่างๆพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าทั้งหมดอยู่ในระดับพอใช้ ได้แก่ เครื่องหอม ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดสัอาดร่างกาย สิ่งปรุงถนอมผิว สิ่งปรุงสำหรับผมไม่เกี่ยวกับการแต่งสีผม สิ่งปรุงแต่งให้ผิวคล้ำและสิ่งปรุงป้องกันแดด ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอนามัยช่องปาก และสิ่งปรุงสำหรับการ โกน

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นต่อความเหมาะสมของราคาของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประเภทต่างๆ

ประเภทเครื่องสำอาง	ระดับความเหมาะสม						รวม		ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	ดี		พอใช้		ปรับปรุง		จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
1. เครื่องหอม	73	19.3	207	54.6	99	26.2	379	100.0	1.93	พอใช้	5
2. สิ่งปรุงสำหรับผมไม่เกี่ยวกับการแต่งสีผม	95	25.1	220	58.0	64	16.9	379	100.0	2.08	พอใช้	4
3. ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอนามัยช่องปาก	124	32.7	191	50.4	64	16.9	379	100.0	2.16	พอใช้	2
4. ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดร่างกาย	179	47.2	160	42.2	40	10.6	379	100.0	2.37	พอใช้	1
5. สิ่งปรุงสำหรับการโกน	65	17.2	214	56.5	100	26.4	379	100.0	1.91	พอใช้	6
6. สิ่งปรุงถนอมผิว	113	29.8	206	54.4	60	15.8	379	100.0	2.14	พอใช้	3
7. สิ่งปรุงแต่งให้ผิวคล้ำและสิ่งปรุงป้องกันแดด	70	18.5	205	54.1	104	27.4	379	100.0	1.91	พอใช้	6

จากตารางที่ 14 เมื่อพิจารณาถึงค่าเฉลี่ยระดับความเหมาะสม ของราคาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประเภทต่างๆพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าทั้งหมดอยู่ในระดับพอใช้ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดร่างกาย ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอนามัยช่องปาก สิ่งปรุงถนอมผิว สิ่งปรุงสำหรับผมไม่เกี่ยวกับการแต่งสีผม เครื่องหอม สิ่งปรุงแต่งให้ผิวคล้ำและสิ่งปรุงป้องกันแดด และ สิ่งปรุงสำหรับการโกน

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นต่อการมีให้  
เลือกซื้อหลายระดับราคาของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประเภทต่างๆ

ประเภทเครื่องสำอาง	ระดับความเหมาะสม						รวม		ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	ดี		พอใช้		ปรับปรุง		จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
1. เครื่องหอม	127	33.5	204	53.8	48	12.7	379	100.0	2.21	พอใช้	4
2. สิ่งปรุงสำหรับผมไม่ เกี่ยวกับการแต่งสีผม	153	40.4	190	50.1	36	9.5	379	100.0	2.31	พอใช้	2
3. ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ อนามัยช่องปาก	148	39.1	177	46.7	54	14.2	379	100.0	2.25	พอใช้	3
4. ผลิตภัณฑ์ทำความ สะอาดร่างกาย	182	48.0	159	42.0	38	10.0	379	100.0	2.38	พอใช้	1
5. สิ่งปรุงสำหรับการโกน	82	21.6	213	56.3	84	22.2	379	100.0	1.99	พอใช้	7
6. สิ่งปรุงถนอมผิว	142	37.5	199	52.5	38	10.0	379	100.0	2.27	พอใช้	5
7. สิ่งปรุงแต่งให้ผิวคล้ำ และสิ่งปรุงป้องกันแดด	115	30.3	198	52.2	66	17.4	379	100.0	2.13	พอใช้	6

จากตารางที่ 15 เมื่อพิจารณาถึงค่าเฉลี่ยระดับความเหมาะสม ของการมีให้เลือกซื้อ  
หลายระดับราคาของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประเภทต่างๆพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็น  
ว่าทั้งหมดอยู่ในระดับพอใช้ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดร่างกาย สิ่งปรุงสำหรับผมไม่เกี่ยวกับ  
การแต่งสีผม ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอนามัยช่องปาก เครื่องหอม สิ่งปรุงถนอมผิว สิ่งปรุงแต่งให้ผิว  
คล้ำและสิ่งปรุงป้องกันแดด และสิ่งปรุงสำหรับการโกน

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นต่อความง่ายในการหาซื้อสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประเภทต่างๆ

ประเภทเครื่องสำอาง	ระดับความเหมาะสม						รวม		ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	ดี		พอใช้		ปรับปรุง		จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
1. เครื่องหอม	196	51.7	153	40.4	30	7.9	379	100.0	2.44	พอใช้	5
2. สิ่งปรุงสำหรับผมไม่เกี่ยวกับการแต่งสีผม	202	53.3	158	41.7	19	5.0	379	100.0	2.48	พอใช้	2
3. ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอนามัยช่องปาก	208	54.9	139	36.7	32	8.4	379	100.0	2.46	พอใช้	3
4. ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดร่างกาย	234	61.7	124	32.7	21	5.5	379	100.0	2.56	ดี	1
5. สิ่งปรุงสำหรับการโกน	132	34.8	194	51.2	53	14.0	379	100.0	2.21	พอใช้	7
6. สิ่งปรุงถนอมผิว	197	52.0	154	40.6	28	7.4	379	100.0	2.45	พอใช้	4
7. สิ่งปรุงแต่งให้ผิวคล้ำและสิ่งปรุงป้องกันแดด	145	38.3	185	48.8	49	12.9	379	100.0	2.25	พอใช้	6

จากตารางที่ 16 เมื่อพิจารณาถึงค่าเฉลี่ยระดับความเหมาะสมของความง่ายในการหาซื้อสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประเภทต่างๆพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

มีความคิดเห็นว่าอยู่ในระดับดี ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดร่างกาย

มีความคิดเห็นว่าอยู่ในระดับพอใช้ ได้แก่ สิ่งปรุงสำหรับผมไม่เกี่ยวกับการแต่งสีผม ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอนามัยช่องปาก สิ่งปรุงถนอมผิว เครื่องหอม สิ่งปรุงแต่งให้ผิวคล้ำและสิ่งปรุงป้องกันแดด และสิ่งปรุงสำหรับการโกน

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นต่อการมีสินค้าไม่ขาดตลาดของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประเภทต่างๆ

ประเภทเครื่องสำอาง	ระดับความเหมาะสม						รวม		ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	ดี		พอใช้		ปรับปรุง		จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
1. เครื่องหอม	184	48.5	158	41.7	37	9.8	379	100.0	2.39	พอใช้	4
2. สิ่งปรุงสำหรับผมไม่เกี่ยวกับการแต่งสีผม	189	49.9	176	46.4	14	3.7	379	100.0	2.46	พอใช้	2
3. ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอนามัยช่องปาก	190	50.1	160	42.2	29	7.7	379	100.0	2.42	พอใช้	3
4. ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดสระอคร่างกาย	217	57.3	144	38.0	18	4.7	379	100.0	2.53	ดี	1
5. สิ่งปรุงสำหรับการโกน	136	35.9	194	51.2	49	12.9	379	100.0	2.23	พอใช้	6
6. สิ่งปรุงถนอมผิว	194	51.2	166	43.8	19	5.0	379	100.0	2.46	พอใช้	2
7. สิ่งปรุงแต่งให้ผิวคล้ำและสิ่งปรุงป้องกันแดด	160	42.2	179	47.2	40	10.6	379	100.0	2.32	พอใช้	5

จากตารางที่ 17 เมื่อพิจารณาถึงค่าเฉลี่ยระดับความเหมาะสมของการมีสินค้าไม่ขาดตลาดของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประเภทต่างๆพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

มีความคิดเห็นว่าอยู่ในระดับดี ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดสระอคร่างกาย

มีความคิดเห็นว่าอยู่ในระดับพอใช้ ได้แก่ สิ่งปรุงสำหรับผมไม่เกี่ยวกับการแต่งสีผม สิ่งปรุงถนอมผิว ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอนามัยช่องปาก เครื่องหอม สิ่งปรุงแต่งให้ผิวคล้ำและสิ่งปรุงป้องกันแดด และสิ่งปรุงสำหรับการโกน

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นต่อการประชาสัมพันธ์แนะนำสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประเภทต่างๆ

ประเภทเครื่องสำอาง	ระดับความเหมาะสม						รวม		ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	ดี		พอใช้		ปรับปรุง		จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
1. เครื่องหอม	177	46.7	166	43.8	36	9.5	379	100.0	2.37	พอใช้	4
2. สิ่งปรุงสำหรับผมไม่เกี่ยวกับการแต่งสีผม	201	53.0	145	38.3	33	8.7	379	100.0	2.44	พอใช้	3
3. ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอนามัยช่องปาก	171	45.1	171	45.1	37	9.8	379	100.0	2.35	พอใช้	5
4. ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดร่างกาย	251	66.2	116	30.6	12	3.2	379	100.0	2.63	ดี	1
5. สิ่งปรุงสำหรับการโกน	83	21.9	192	50.7	104	27.4	379	100.0	1.94	พอใช้	7
6. สิ่งปรุงถนอมผิว	230	60.7	123	32.5	26	6.9	379	100.0	2.54	ดี	2
7. สิ่งปรุงแต่งให้ผิวคล้ำ	139	36.7	181	47.8	59	15.6	379	100.0	2.21	พอใช้	6
8. และสิ่งปรุงป้องกันแดด											

จากตารางที่ 18 เมื่อพิจารณาถึงค่าเฉลี่ยระดับความเหมาะสมของการประชาสัมพันธ์แนะนำสินค้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประเภทต่างๆพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

มีความคิดเห็นว่าอยู่ในระดับดี ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดร่างกาย และสิ่งปรุงถนอมผิว

มีความคิดเห็นว่าอยู่ในระดับพอใช้ ได้แก่ สิ่งปรุงสำหรับผมไม่เกี่ยวกับการแต่งสีผม เครื่องหอม ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอนามัยช่องปาก สิ่งปรุงแต่งให้ผิวคล้ำและสิ่งปรุงป้องกันแดด และสิ่งปรุงสำหรับการโกน

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นต่อการโฆษณา  
ดึงดูดใจของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประเภทต่างๆ

ประเภทเครื่องสำอาง	ระดับความเหมาะสม						รวม		ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับ
	ดี		พอใช้		ปรับปรุง		จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
1. เครื่องหอม	192	50.7	151	39.8	36	9.5	379	100.0	2.41	พอใช้	3
2. สิ่งปรุงสำหรับผมไม่ เกี่ยวกับการแต่งสีผม	196	51.7	160	42.2	23	6.1	379	100.0	2.46	พอใช้	2
3. ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ อนามัยช่องปาก	157	41.4	182	48.0	40	10.6	379	100.0	2.31	พอใช้	4
4. ผลิตภัณฑ์ทำความ สะอาดร่างกาย	215	56.7	151	39.8	13	3.4	379	100.0	2.53	ดี	1
5. สิ่งปรุงสำหรับการ โขน	79	20.8	196	51.7	104	27.4	379	100.0	1.93	พอใช้	6
6. สิ่งปรุงถนอมผิว	202	53.3	151	39.8	26	6.9	379	100.0	2.46	พอใช้	2
7. สิ่งปรุงแต่งให้ผิวคล้ำ และสิ่งปรุงป้องกันแดด	131	34.6	178	47.0	70	18.5	379	100.0	2.16	พอใช้	5

จากตารางที่ 19 เมื่อพิจารณาถึงค่าเฉลี่ยระดับความเหมาะสมของการโฆษณาดึงดูดใจ  
ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นแบ่งได้เป็น 2  
กลุ่ม ดังต่อไปนี้

มีความคิดเห็นว่าอยู่ในระดับดี ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดร่างกาย

มีความคิดเห็นว่าอยู่ในระดับพอใช้ ได้แก่ สิ่งปรุงสำหรับผมไม่เกี่ยวกับการแต่งสีผม สิ่ง  
ปรุงถนอมผิว เครื่องหอม ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอนามัยช่องปาก สิ่งปรุงแต่งให้ผิวคล้ำและสิ่งปรุง  
ป้องกันแดด และสิ่งปรุงสำหรับการ โขน

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นต่อการให้ส่วนลดของแถมของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประเภทต่างๆ

ประเภทเครื่องสำอาง	ระดับความเหมาะสม						รวม		ค่าเฉลี่ย	แปรผล	ลำดับ
	ดี		พอใช้		ปรับปรุง		จำนวน	ร้อยละ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ					
1. เครื่องหอม	70	18.5	196	51.7	113	29.8	379	100.0	1.89	พอใช้	5
2. สิ่งปรุงสำหรับผมไม่เกี่ยวกับการแต่งสีผม	72	19.0	214	56.5	93	24.5	379	100.0	1.94	พอใช้	3
3. ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอนามัยช่องปาก	79	20.8	192	50.7	108	28.5	379	100.0	1.92	พอใช้	4
4. ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดสอะคร่างกาย	100	26.4	194	51.2	85	22.4	379	100.0	2.04	พอใช้	1
5. สิ่งปรุงสำหรับการโกน	57	15.0	168	44.3	154	40.6	379	100.0	1.74	พอใช้	7
6. สิ่งปรุงนอมผิว	84	22.2	195	51.5	100	26.4	379	100.0	1.96	พอใช้	2
7. สิ่งปรุงแต่งให้ผิวคล้ำ	58	15.3	182	48.0	139	36.7	379	100.0	1.79	พอใช้	6
8. และสิ่งปรุงป้องกันแดด											

จากตารางที่ 20 เมื่อพิจารณาถึงค่าเฉลี่ยระดับความเหมาะสม ของการให้ส่วนลดของแถมของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประเภทต่างๆพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าทั้งหมดอยู่ในระดับพอใช้ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดสอะคร่างกาย สิ่งปรุงนอมผิว สิ่งปรุงสำหรับผมไม่เกี่ยวกับการแต่งสีผม ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอนามัยช่องปาก เครื่องหอม สิ่งปรุงแต่งให้ผิวคล้ำและ สิ่งปรุงป้องกันแดด และสิ่งปรุงสำหรับการโกน



ตารางที่ 21 แสดงความรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางประเภทชนิดต่างๆ

ชนิดผลิตภัณฑ์	ความรู้สึก				รวม	
	ชอบ		ไม่ชอบ		จำนวน	ร้อยละ
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
1. น้ำหอม	252	66.5	127	33.5	379	100.0
2. โคลโลญ	219	57.8	160	42.2	379	100.0
3. แชมพูสระผม	373	98.4	6	1.6	379	100.0
4. ครีมนวดผม	311	82.1	68	17.9	379	100.0
5. เจลใส่ผม	155	40.9	224	59.1	379	100.0
6. น้ำมันใส่ผม	114	30.1	265	69.9	379	100.0
7. ยาบารุงป้องกันผมร่วง	123	32.5	256	67.5	379	100.0
8. ยาสีฟัน	379	100.0	0	0.0	379	100.0
9. น้ำยาขี้ฟันปาก	272	71.8	107	28.2	379	100.0
10. สเปรย์พ่นดับกลิ่นปาก	173	45.6	206	54.4	379	100.0
11. สบู่	372	98.2	7	1.8	379	100.0
12. ครีมอาบน้ำ	285	75.2	94	24.8	379	100.0
13. ขาระงับกลิ่นตัว	266	70.2	113	29.8	379	100.0
14. ผลิตภัณฑ์ใส่ระงับกลิ่นเท้า	153	40.4	226	59.6	379	100.0
15. ครีมโกนหนวด	181	47.8	198	52.2	379	100.0
16. โลชั่นหลังโกน	112	29.6	267	70.4	379	100.0
17. ครีมทำให้เคราอ่อนตัว	97	25.6	282	74.4	379	100.0
18. โลชั่นทาผิว	294	77.6	85	22.4	379	100.0
19. ครีมทาเล็บ	57	15.0	322	85.0	379	100.0
20. ครีมบำรุงผิวหน้า	239	63.1	140	36.9	379	100.0
21. ครีมทาขอบดวงตา	94	24.8	285	75.2	379	100.0
22. ครีมทาหน้าลดรอยเหี่ยวย่น	112	29.6	267	70.4	379	100.0
23. โฟมล้างหน้า	257	67.8	122	32.2	379	100.0
24. โลชั่นทามือ	154	40.5	225	59.4	379	100.0
25. ลิบสติกันทาปาก	172	45.4	207	54.6	379	100.0
26. ครีมทาหน้าป้องกันแดด	212	55.9	167	44.1	379	100.0
27. ครีมทาตัวป้องกันแดด	168	44.3	211	55.7	379	100.0
28. โลชั่นทาหลังตากแดด	132	34.8	247	65.2	379	100.0

จากตารางที่ 21 แสดงว่าความรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุด ต่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางชนิดต่างๆ สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มดังต่อไปนี้

มีความรู้สึกชอบ เรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ได้แก่ ยาสีฟัน แชมพูสระผม สบู่ครีมนวดผม โลชั่นทาผิว ครีมอาบน้ำ น้ำยาบ้วนปาก ยาระงับกลิ่นตัวโฟมล้างหน้า น้ำหอม ครีมบำรุงผิวหน้า โคลโลญ และครีมทาหน้าป้องกันแดด ตามลำดับ

มีความรู้สึกไม่ชอบ เรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ครีมทาเล็บ ครีมทาขอบดวงตา ครีมทำให้เคราอ่อนตัว โลชั่นหลังโกน ครีมทาหน้าลดรอยเหี่ยวย่น น้ำมันใส่ผม ยาบำรุงป้องกันผมร่วง โลชั่นทาหลังตากแดด ผลิตภัณฑ์ใส่ระงับกลิ่นเท้า โลชั่นทามือ เจลใส่ผม ครีมทาลำตัวป้องกันแดด ลิบสติคมันทาปาก สเปรย์ฟันค้ำบกลิ่นปาก และครีมโกนหนวด ตามลำดับ

### 2.3 องค์ประกอบเกี่ยวกับความตั้งใจก่อพฤติกรรม

ตารางที่ 22 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการใช้เครื่องสำอางชนิดต่างๆ ในอนาคต

ชนิดผลิตภัณฑ์	การใช้ในอนาคต						รวม	
	ใช้แน่นอน		อาจจะใช้		ไม่ใช้			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้ำหอม	151	39.8	164	43.3	64	16.9	379	100.0
2. โคลโลญ	134	35.4	145	38.3	100	26.4	379	100.0
3. แชมพูสระผม	353	93.1	24	6.3	2	0.5	379	100.0
4. ครีมนวดผม	268	70.7	76	20.1	35	9.2	379	100.0
5. เจลใส่ผม	123	32.5	140	36.9	116	30.6	379	100.0
6. น้ำมันใส่ผม	83	21.9	137	36.1	159	42.0	379	100.0
7. ยารักษาป้องกันผมร่วง	63	16.6	181	47.8	135	35.6	379	100.0
8. ยาสีฟัน	360	95.0	19	5.0	0	0.0	379	100.0
9. น้ำยาขจัดคราบ	191	50.4	145	38.3	43	11.3	379	100.0
10. สเปรย์ฟันคั่นลิ้นปาก	79	20.8	197	52.0	103	27.2	379	100.0
11. สบู่	356	93.9	22	5.8	1	0.3	379	100.0
12. ครีมอาบน้ำ	224	59.1	108	28.5	47	12.4	379	100.0
13. ยาระงับกลิ่นตัว	214	56.5	97	25.6	68	17.9	379	100.0
14. ผลิตภัณฑ์ใส่ระงับกลิ่นเท้า	57	15.0	198	52.2	124	32.7	379	100.0
15. ครีมโกนหนวด	127	33.5	88	23.2	164	43.3	379	100.0
16. โลชั่นหลังโกน	62	16.4	122	32.2	195	51.5	379	100.0
17. ครีมทำให้เคราอ่อนตัว	41	10.8	124	32.7	214	56.5	379	100.0
18. โลชั่นทาผิว	222	58.6	97	25.6	60	15.8	379	100.0
19. ครีมทาเล็บ	26	6.9	121	31.9	232	61.2	379	100.0
20. ครีมบำรุงผิวหน้า	178	47.0	92	24.3	109	28.8	379	100.0
21. ครีมทาขอบดวงตา	44	11.6	138	36.4	197	52.0	379	100.0
22. ครีมทาหน้าลดรอยเหี่ยวย่น	59	15.6	147	38.8	173	45.6	379	100.0
23. โฟมล้างหน้า	203	53.6	84	22.2	92	24.3	379	100.0
24. โลชั่นทามือ	84	22.2	146	38.5	149	39.3	379	100.0

ชนิดผลิตภัณฑ์	การใช้ในอนาคต						รวม	
	ใช้แน่นอน		อาจจะใช้		ไม่ใช้			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
25. ลิบสติคมันทาปาก	132	34.8	109	28.8	138	36.4	379	100.0
26. ครีมหาน้ำป้องกันแดด	136	35.9	131	34.6	112	29.6	379	100.0
27. ครีมหาลำตัวป้องกันแดด	92	24.3	155	40.9	132	34.8	379	100.0
28. โลชั่นทาหลังตากแดด	48	12.7	175	46.2	156	41.2	379	100.0

จากตารางที่ 22 แสดงว่าความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุด ต่อการใช้เครื่องสำอางชนิดต่างๆในอนาคตสามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มดังต่อไปนี้

มีความคิดว่าจะใช้แน่นอน เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ยาสีฟัน สบู่ แชมพูสระผม ครีมนวดผม ครีมนวดผม โลชั่นทาผิว ขาระจับกลิ่นตัว โฟมล้างหน้า น้ำยาบ้วนปาก ครีมนำรุงผิวหน้า และครีมหาน้ำป้องกันแดด ตามลำดับ

มีความคิดว่าจะอาจจะใช้ เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ใส่ระงับกลิ่นเท้า สเปรย์พ่นดับกลิ่นปาก ขาบำรุงป้องกันผดผื่น โลชั่นทาหลังตากแดด น้ำหอม ครีมหาลำตัวป้องกันแดด โคลโลญ และเจลใส่ผม ตามลำดับ

มีความคิดว่าจะไม่ใช้ เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ครีมหาลิ็บ ครีมหาลิ็บทำให้เรื่ออ่อนตัว ครีมหาลิ็บดวงตา โลชั่นหลังโกน ครีมหาลิ็บบรุษเพื่อช่วยกัน ครีมหาลิ็บหน้าผาก น้ำมันใส่ผม โลชั่นทาผิว และลิบสติคมันทาปาก ตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการใช้เครื่องสำอางชนิดต่างๆ

ชนิดผลิตภัณฑ์	พฤติกรรมการใช้						รวม	
	ใช้ประจำ		ใช้นานๆครั้ง		ไม่ใช้			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้ำหอม	106	28.0	118	31.1	155	40.9	379	100.0
2. โคลโลญ	91	24.0	83	21.9	205	54.1	379	100.0
3. แชมพูสระผม	370	97.6	8	2.1	1	0.3	379	100.0
4. ครีมนวดผม	234	61.7	81	21.4	64	16.9	379	100.0
5. เจลใส่ผม	74	19.5	98	25.9	207	54.6	379	100.0
6. น้ำมันใส่ผม	48	12.7	81	21.4	250	66.0	379	100.0
7. ยาบารุงป้องกันผมร่วง	19	5.0	72	19.0	288	76.0	379	100.0
8. ยาสีฟัน	377	99.5	1	0.3	1	0.3	379	100.0
9. น้ำยาขี้ผึ้งปาก	120	31.7	88	23.2	171	45.1	379	100.0
10. สเปรย์ฟันคั่นกลิ่นปาก	32	8.4	73	19.3	273	72.0	379	100.0
11. สบู่	340	89.7	27	7.1	12	3.2	379	100.0
12. ครีมอาบน้ำ	146	38.5	92	24.3	141	37.2	379	100.0
13. ยาระงับกลิ่นตัว	166	43.8	40	10.6	173	45.6	379	100.0
14. ผลิตภัณฑ์ใส่ระงับกลิ่นเท้า	15	4.0	47	12.4	317	83.6	379	100.0
15. ครีมโกนหนวด	85	22.4	49	12.9	245	64.6	379	100.0
16. โลชั่นหลังโกน	24	6.3	42	11.1	313	82.6	379	100.0
17. ครีมทำให้เคราอ่อนตัว	9	2.4	39	10.3	331	87.3	379	100.0
18. โลชั่นทาผิว	184	48.5	87	23.0	108	28.5	379	100.0
19. ครีมทาเล็บ	8	2.1	29	7.7	342	90.2	379	100.0
20. ครีมบำรุงผิวหน้า	155	40.9	47	12.4	177	46.7	379	100.0
21. ครีมทาขอบดวงตา	18	4.7	30	7.9	331	87.3	379	100.0
22. ครีมทาหน้าลดรอยเหี่ยวย่น	18	4.7	27	7.1	334	88.1	379	100.0
23. โฟมล้างหน้า	191	50.4	32	8.4	156	41.2	379	100.0
24. โลชั่นทามือ	39	10.3	42	11.1	298	78.6	379	100.0
25. ลิปสติกมันทาปาก	98	25.9	76	20.1	205	54.1	379	100.0
26. ครีมทาหน้าป้องกันแดด	79	20.8	64	16.9	236	62.3	379	100.0
27. ครีมทาตัวป้องกันแดด	47	12.4	56	14.8	276	72.8	379	100.0
28. โลชั่นทาหลังตากแดด	19	5.0	37	9.8	323	85.2	379	100.0

จากตารางที่ 23 แสดงว่าความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดต่อพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางชนิดต่างๆ สามารถแบ่งได้ ดังต่อไปนี้

มีพฤติกรรมใช้เป็นประจำ เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ยาสีฟัน แชมพูสระผม สบู่ ครีมนวดผม โฟมล้างหน้า โลชั่นทาผิว และครีมอาบน้ำ ตามลำดับ

มีพฤติกรรมใช้นานๆครั้ง ได้แก่ น้ำหอม เจลใส่ผม ครีมอาบน้ำ โลชั่นทาผิว และน้ำยาบ้วนปาก เป็นต้น

มีพฤติกรรมไม่ใช้ เรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ครีมทาเล็บ ครีมทาหน้าลดรอยเหี่ยวย่น ครีมทาขอบดวงตา ครีมทำให้เคราอ่อนตัว โลชั่นทาหลังตากแดด ผลิตภัณฑ์ใส่ระงับกลิ่นเท้า โลชั่นหลังโกน โลชั่นทามือ ยาบำรุงป้องกันผมร่วง ครีมทาตัวป้องกันแดด สเปรย์พ่นดับกลิ่นปาก น้ำมันใส่ผม ครีมโกนหนวด ครีมทาหน้าป้องกันแดด เจลใส่ผม โคลโลญ ลิปสติกมันทาปาก ครีมบำรุงผิวหน้า ยาระงับกลิ่นตัว น้ำยาบ้วนปาก และน้ำหอม ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงยี่ห้อของน้ำหอมที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อยู่ในปัจจุบัน

ยี่ห้อน้ำหอม	จำนวน	ร้อยละ
1. คาวินไคน์ (Calvin kline)	20	14.8
2. มีสทีน (Misteen)	20	14.8
3. โปโล (Polo)	17	12.6
4. เอวอน (Avon)	15	11.1
5. ทอมมี่ (Tommy)	10	7.4
6. คริสเตียนดิออร์ (Christian Dior)	7	5.2
7. เอล (Elle)	5	3.7
8. แอมเวย์ Amway)	4	3.0
9. คลินิกซ์ (Clinique)	4	3.0
10. ดีเคเอ็นวาย (Dkny)	4	3.0
11. ลาคอสต (Lacoste)	3	2.2
12. ยี่ห้ออื่นๆ	26	19.3
รวม	135	100.0

จากตารางที่ 24 แสดงว่าในปัจจุบันผู้ตอบแบบสอบถามใช้น้ำหอมยี่ห้อคาวินไคน์ (Calvin kline) และมีสทีน (Misteen) มากที่สุด ร้อยละ 14.8 รองลงมา ได้แก่ ยี่ห้อโปโล (Polo) ร้อยละ 12.6 และเอวอน (Avon) ร้อยละ 11.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 25 แสดงยี่ห้อของโคโลญที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อยู่ในปัจจุบัน

ยี่ห้อโคโลญ	จำนวน	ร้อยละ
1. ทรอส (Tros)	25	20.8
2. เอเวอร์เซ็นส์ (Eversense)	21	17.5
3. แอ็กซ์ (Axe)	14	11.7
4. แคนซ์ (Dance)	13	10.8
5. ทเวลฟ์พลัส (Twelve Plus)	12	10.0
6. มีสทีน (Misteen)	8	6.7
7. โคโลญ 4711	3	2.5
8. เอวอน (Avon)	3	2.5
9. เอ็กซ์ิท(Exit)	3	2.5
10. ยี่ห้ออื่นๆ	18	15.0
รวม	120	100.0

จากตารางที่ 25 แสดงว่าในปัจจุบันผู้ตอบแบบสอบถามใช้โคโลญยี่ห้อทรอส (Tros) มากที่สุด ร้อยละ 20.8 รองลงมา ได้แก่ ยี่ห้อเอเวอร์เซ็นส์ (Eversense) ร้อยละ 17.5 และแอ็กซ์ (Axe) ร้อยละ 11.7 ตามลำดับ



ตารางที่ 26 แสดงยี่ห้อของแชมพูสระผมที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อยู่ในปัจจุบัน

ยี่ห้อแชมพูสระผม	จำนวน	ร้อยละ
1. ซัลซิล (Sunsilk)	94	27.9
2. แพนทีน (Pantene)	73	21.7
3. คลินิก (Clinic)	44	13.1
4. ออร์แกนิกส์ (Organics)	20	5.9
5. ลาเวนิส (Lavenus)	19	5.6
6. เฮดแอนด์โชว์เดอร์ (Head and Shoulders)	14	4.2
7. แคลรอล (Clairol)	13	3.9
8. รีจอยส์ (Rejoice)	13	3.9
9. แพ้ซ่า	11	3.3
10. เฮอรัลบอลเอสเซนส์ (Herbal Essences)	7	2.1
11. ยี่ห้ออื่นๆ	29	8.6
รวม	337	100.0

จากตารางที่ 26 แสดงว่าในปัจจุบันผู้ตอบแบบสอบถามใช้แชมพูสระผมยี่ห้อซัลซิล (Sunsilk) มากที่สุด ร้อยละ 27.9 รองลงมา ได้แก่ ยี่ห้อแพนทีน (Pantene) ร้อยละ 21.7 และคลินิก (Clinic) ร้อยละ 13.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงยี่ห้อของครีมนวดผมที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อยู่ในปัจจุบัน

ยี่ห้อครีมนวดผม	จำนวน	ร้อยละ
1. ซัลซิล (Sunsilk)	82	30.9
2. แพนทีน (Pantene)	71	26.8
3. คลินิก (Clinic)	26	9.8
4. ลาวีน่าส (Lavenus)	18	6.8
5. แคลรอล (Clairol)	13	4.9
6. ออร์แกนิกส์ (Organics)	13	4.9
7. เฮดแอนด์โชว์เดอร์ (Head and Shoulders)	10	3.8
8. รีจอยส์ (Rejoice)	9	3.4
9. เฮอรับบัลเอสเซนส์ (Herbal Essences)	4	1.5
10. โชกุบุสซึ (Shokubusu)	3	1.1
11. แพ้ซ่า	3	1.1
12. ยี่ห้ออื่นๆ	13	4.9
รวม	265	100.0

จากตารางที่ 27 แสดงว่าในปัจจุบันผู้ตอบแบบสอบถามใช้ครีมนวดผมยี่ห้อซัลซิล (Sunsilk) มากที่สุด ร้อยละ 30.9 รองลงมา ได้แก่ ยี่ห้อแพนทีน (Pantene) ร้อยละ 26.8 และคลินิก (Clinic) ร้อยละ 9.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงยี่ห้อของเจลใส่ผมที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อยู่ในปัจจุบัน

ยี่ห้อเจลใส่ผม	จำนวน	ร้อยละ
1. ทรอส (Tros)	35	37.2
2. ออด้าซ (Audace)	22	23.4
3. อูโน่ (Uno)	10	10.6
4. แกสบี้ (Gatsby)	8	8.5
5. ลอรีอัล (Loreal)	4	4.3
6. แคลรอล (Clairol)	2	2.1
7. ยี่ห้ออื่นๆ	13	13.8
รวม	94	100.0

จากตารางที่ 28 แสดงว่าในปัจจุบันผู้ตอบแบบสอบถามใช้เจลใส่ผมยี่ห้อทรอส (Tros) มากที่สุด ร้อยละ 37.2 รองลงมา ได้แก่ ยี่ห้อออด้าซ (Audace) ร้อยละ 23.4 และอูโน่ (Uno) ร้อยละ 10.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 29 แสดงยี่ห้อของน้ำมันใส่ผมที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อยู่ในปัจจุบัน

ยี่ห้อน้ำมันใส่ผม	จำนวน	ร้อยละ
1. ออด้าซ (Audace)	13	21.0
2. จอห์นสัน (Johnson's)	9	14.5
3. แฮร์ โทท (Hair Coat)	7	11.3
4. แอ็คชั่น (Action)	6	9.7
5. โลแลน (Lolane)	6	9.7
6. น้ำมันมะกอก	5	8.1
7. เอสเซนส์ (Essence)	2	3.2
8. แคริ่ง (Caring)	2	3.2
9. ยี่ห้ออื่นๆ	12	19.4
รวม	62	100.0

จากตารางที่ 29 แสดงว่าในปัจจุบันผู้ตอบแบบสอบถามใช้น้ำมันใส่ผมยี่ห้อออด้าซ (Audace) มากที่สุด ร้อยละ 21.0 รองลงมา ได้แก่ ยี่ห้อจอห์นสัน (Johnson's) ร้อยละ 14.5 และแฮร์ โทท (Hair Coat) ร้อยละ 11.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 30 แสดงยี่ห้อยของยาบำรุงป้องกันผมร่วงที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อยู่ในปัจจุบัน

ยี่ห้อยยาบำรุงป้องกันผมร่วง	จำนวน	ร้อยละ
1. เบอกามอต(Bergamot)	22	51.2
2. ออคีซ (Audace)	8	18.6
3. รีแกน (Regan)	5	11.6
4. ยี่ห้อยอื่นๆ	8	18.6
รวม	43	100.0

จากตารางที่ 30 แสดงว่าในปัจจุบันผู้ตอบแบบสอบถามใช้ยาบำรุงป้องกันผมร่วงยี่ห้อยเบอกามอต (Bergamot) มากที่สุด ร้อยละ 51.2 รองลงมา ได้แก่ ยี่ห้อยออคีซ (Audace) ร้อยละ 18.6 และรีแกน (Regan) ร้อยละ 11.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 31 แสดงยี่ห้อของยาสีฟันที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อยู่ในปัจจุบัน

ยี่ห้อยาสีฟัน	จำนวน	ร้อยละ
1. คอลเกต (Colgate)	142	40.9
2. คาร์ลี (Darlie)	51	14.7
3. ไกล์ซิด	38	11
4. ฟลู โอคาริล (Fluocaril)	28	8.1
5. คอกบับวู้	26	7.5
6. ซอลล์ (Salz)	19	5.5
7. ออรัลบี (Oral-B)	11	3.2
8. แอมเวย์ (Amway)	9	2.6
9. ออรัลเมด (Oralmed)	5	1.4
10. พาโรดอนแท็กซ์ (Parodontax)	5	1.4
11. เซ็น โซดาเยน (Sensodyne)	5	1.4
12. ยี่ห้ออื่นๆ	8	2.3
รวม	347	100.0

จากตารางที่ 31 แสดงว่าในปัจจุบันผู้ตอบแบบสอบถามใช้ยาสีฟันยี่ห้อคอลเกต (Colgate) มากที่สุด ร้อยละ 40.9 รองลงมา ได้แก่ ยี่ห้อคาร์ลี (Darlie) ร้อยละ 14.7 และไกล์ซิด ร้อยละ 11.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 32. แสดงยี่ห้อของน้ำยาล้างปากที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อยู่ในปัจจุบัน

ยี่ห้อน้ำยาล้างปาก	จำนวน	ร้อยละ
1. ลิสเตอร์ลิน (Listerline)	72	53.3
2. เดทตอล (Dettol)	11	8.1
3. มอนดามิน (Mondamin)	9	6.7
4. ฟลูโอคาริล (Fluocaril)	7	5.2
5. คอลเกต (Colgate)	6	4.4
6. อีโมฟอร์ม (Emoform)	5	3.7
7. กิฟฟารีน (Giffarine)	4	3.0
8. ออรัลเมด (Oralmed)	4	3.0
9. มายบาซิด	4	3.0
10. แอมเวย์ (Amway)	3	2.2
11. ยี่ห้ออื่นๆ	10	7.4
รวม	135	100.0

จากตารางที่ 32 แสดงว่าในปัจจุบันผู้ตอบแบบสอบถามใช้น้ำยาล้างปากยี่ห้อลิสเตอร์ลิน (Listerline) มากที่สุด ร้อยละ 53.3 รองลงมา ได้แก่ ยี่ห้อเดทตอล (Dettol) ร้อยละ 8.1 และมอนดามิน (Mondamin) ร้อยละ 6.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 33 แสดงยี่ห้อของสเปรย์พ่นดับกลิ่นปากที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อยู่ในปัจจุบัน

ยี่ห้อสเปรย์พ่นดับกลิ่นปาก	จำนวน	ร้อยละ
1. แอมเวย์ (Amway)	21	58.3
2. ออรัลบี (Oral-B)	4	11.1
3. เอวอน (Avon)	3	8.3
4. กิฟฟารีน (Giffarine)	2	5.6
5. พาโรดอนแท็กซ์ (Parodontax)	2	5.6
6. ยี่ห้ออื่นๆ	4	11.1
รวม	36	100.0

จากตารางที่ 33 แสดงว่าในปัจจุบันผู้ตอบแบบสอบถามใช้สเปรย์พ่นดับกลิ่นปากยี่ห้อ แอมเวย์ (Amway) มากที่สุด ร้อยละ 58.3 รองลงมา ได้แก่ ยี่ห้อออรัลบี (Oral-B) ร้อยละ 11.1 และเอวอน (Avon) ร้อยละ 8.3 ตามลำดับ



ตารางที่ 34 แสดงยี่ห้อของสบู่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อยู่ในปัจจุบัน

ยี่ห้อสบู่	จำนวน	ร้อยละ
1. ลักส์ (Lux)	105	33.5
2. โพรเทคส์ (Protect)	48	15.3
3. เซฟการ์ด (Safeguard)	27	8.6
4. นกแก้ว	20	6.4
5. ฮาร์โมนี (Harmony)	18	5.8
6. แคร์ (Care)	15	4.8
7. อิมพีเรียลเลเธอร์ (Imperial Leather)	14	4.5
8. ปาล์มโอลีฟ (Palmolive)	14	4.5
9. เดททอล (Dettol)	11	3.5
10. โดฟ (Dove)	9	2.9
11. แอมเวย์ (Amway)	4	1.3
12. จอห์นสัน (Johnson's)	4	1.3
13. ดอกบัวคู่	4	1.3
14. ยี่ห้ออื่นๆ	20	6.4
รวม	313	100.0

จากตารางที่ 34 แสดงว่าในปัจจุบันผู้ตอบแบบสอบถามใช้สบู่ยี่ห้อลักส์ (Lux) มากที่สุด ร้อยละ 33.5 รองลงมา ได้แก่ ยี่ห้อโพรเทคส์ (Protect) ร้อยละ 15.3 และเซฟการ์ด (Safeguard) ร้อยละ 8.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 35 แสดงยี่ห้อของครีมอาบน้ำที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อยู่ในปัจจุบัน

ยี่ห้อครีมอาบน้ำ	จำนวน	ร้อยละ
1. ลักส์ (Lux)	81	46.0
2. โชกุบุสซึ (Shokubusu)	31	17.6
3. โพรเทคส์ (Protect)	14	8.0
4. โดฟ (Dove)	9	5.1
5. ทีทรี (Tea Tree)	9	5.1
6. ปาล์มโอลีฟ (Palmolive)	4	2.3
7. เซฟการ์ด (Safeguard)	4	2.3
8. จอห์นสัน (Johnson's)	3	1.7
9. แอมเวย์ (Amway)	3	1.7
10. ยี่ห้ออื่นๆ	18	10.2
รวม	176	100.0

จากตารางที่ 35 แสดงว่าในปัจจุบันผู้ตอบแบบสอบถามใช้ครีมอาบน้ำยี่ห้อลักส์ (Lux) มากที่สุด ร้อยละ 46.0 รองลงมา ได้แก่ ยี่ห้อโชกุบุสซึ (Shokubusu) ร้อยละ 17.6 และโพรเทคส์ (Protect) ร้อยละ 8.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 36 แสดงยี่ห้อของยาระงับกลิ่นตัวที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อยู่ในปัจจุบัน

ยี่ห้อยาระงับกลิ่นตัว	จำนวน	ร้อยละ
1. นีเวีย (Nevia)	28	18.4
2. แบน (Band)	14	9.2
3. เอวอน (Avon)	14	9.2
4. มีสทีน (Misteen)	13	8.6
5. แอมเวย์ (Amway)	11	7.2
6. แอ็กซ์ (Axe)	11	7.2
7. เรโซน่า (Rasona)	11	7.2
8. ทรอส (Tros)	10	6.6
9. ยิลเลตต์ (Gillete)	8	5.3
10. ทเวลฟ์พลัส (Twelve Plus)	7	4.6
11. แคนซ์ (Dance)	5	3.3
12. โอเรียนทัลพริ้นเซส (Oriental Princess)	4	2.6
13. ยี่ห้ออื่นๆ	16	10.5
รวม	152	100.0

จากตารางที่ 36 แสดงว่าในปัจจุบันผู้ตอบแบบสอบถามใช้ยาระงับกลิ่นตัวยี่ห้อนีเวีย (Nevia) มากที่สุด ร้อยละ 18.4 รองลงมา ได้แก่ ยี่ห้อแบน (Band) และ เอวอน (Avon) ร้อยละ 9.2 และ ยี่ห้อมีสทีน (Misteen) ร้อยละ 8.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 37 แสดงยี่ห้อของผลิตภัณฑ์ใส่ระงับกลิ่นเท้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อยู่ในปัจจุบัน

ยี่ห้อผลิตภัณฑ์ใส่ระงับกลิ่นเท้า	จำนวน	ร้อยละ
1. มีสทีน (Misteen)	7	33.3
2. สกอล (Scholl)	5	23.8
3. เอวอน (Avon)	3	14.3
4. ยี่ห้ออื่นๆ	6	28.6
รวม	21	100.0

จากตารางที่ 37 แสดงว่าในปัจจุบันผู้ตอบแบบสอบถามใช้ผลิตภัณฑ์ใส่ระงับกลิ่นเท้ายี่ห้อมีสทีน (Misteen) มากที่สุด ร้อยละ 33.3 รองลงมา ได้แก่ ยี่ห้อสกอล (Scholl) ร้อยละ 23.8 และ เอวอน (Avon) ร้อยละ 14.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 38 แสดงยี่ห้อของครีม โกนหนวดที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อยู่ในปัจจุบัน

ยี่ห้อครีม โกนหนวด	จำนวน	ร้อยละ
1. ยิลเลตต์ (Gillete)	78	86.7
2. มีสทีน (Misteen)	3	3.3
3. แอมเวย์ (Amway)	2	2.2
4. ทรอส (Tros)	2	2.2
5. ยี่ห้ออื่นๆ	5	5.6
รวม	90	100.0

จากตารางที่ 38 แสดงว่าในปัจจุบันผู้ตอบแบบสอบถามใช้ครีม โกนหนวดยี่ห้อยิลเลตต์ (Gillete) มากที่สุด ร้อยละ 86.7 รองลงมา ได้แก่ ยี่ห้อ มีสทีน (Misteen) ร้อยละ 3.3 แอมเวย์ (Amway) และทรอส (Tros) ร้อยละ 2.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 39 แสดงยี่ห้อของโลชั่นหลังโกนที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อยู่ในปัจจุบัน

ยี่ห้อโลชั่นหลังโกน (Aftershave Lotion)	จำนวน	ร้อยละ
1. ยิลเลตต์ (Gillete)	21	72.4
2. แอมเวย์ (Amway)	1	3.4
3. มีสทีน (Misteen)	1	3.4
4. มิสซิฟ (Mishif Aftershave)	1	3.4
5. บูทส์ (Boots)	1	3.4
6. เนเวีย (Nevia)	1	3.4
7. ซีเค (Ck)	1	3.4
8. จันทร์เป็ง (พม่า)	1	3.4
9. Isey	1	3.4
รวม	29	100.0

จากตารางที่ 39 แสดงว่าในปัจจุบันผู้ตอบแบบสอบถามใช้โลชั่นหลังโกน(Aftershave Lotion) ยี่ห้อยิลเลตต์ (Gillete) มากที่สุด ร้อยละ 72.4 นอกนั้นเป็นยี่ห้ออื่นๆ

ตารางที่ 40 แสดงยี่ห้อของครีมทำให้เคราอ่อนตัวที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อยู่ในปัจจุบัน

ยี่ห้อครีมทำให้เคราอ่อนตัว	จำนวน	ร้อยละ
1. ยิลเลตต์ (Gillete)	17	85.0
2. แอมเวย์ (Amway)	1	5.0
3. มีสทีน (Misteen)	1	5.0
4. จันทรเบิ้ง (พม่า)	1	5.0
รวม	20	100.0

จากตารางที่ 40 แสดงว่าในปัจจุบันผู้ตอบแบบสอบถามใช้ครีมทำให้เคราอ่อนตัวยี่ห้อ ยิลเลตต์ (Gillete) มากที่สุด ร้อยละ 85.0 รองลงมา ได้แก่ ยี่ห้อแอมเวย์ (Amway) มีสทีน (Misteen) และจันทรเบิ้ง (พม่า) ร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 41 แสดงยี่ห้อของโลชั่นทาผิวที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อยู่ในปัจจุบัน

ยี่ห้อโลชั่นทาผิว	จำนวน	ร้อยละ
1. เนเวีย (Nevia)	72	32.4
2. จอห์นสัน (Johnson's)	34	15.3
3. ซิตร้า (Citra)	32	14.4
4. วาสลีน (Vaseline)	29	13.1
5. เอวอน (Avon)	9	4.1
6. แคร์ (Care)	8	3.6
7. แอมเวย์ (Amway)	6	2.7
8. มีสทีน (Misteen)	5	2.3
9. พอนด์ส์ (Pond's)	5	2.3
10. เบบี้มายด์ (Babymild)	4	1.8
11. ยี่ห้ออื่นๆ	18	8.1
รวม	222	100.0

จากตารางที่ 41 แสดงว่าในปัจจุบันผู้ตอบแบบสอบถามใช้โลชั่นทาผิวยี่ห้อเนเวีย (Nevia) มากที่สุด ร้อยละ 32.4 รองลงมา ได้แก่ ยี่ห้อจอห์นสัน (Johnson's) ร้อยละ 15.3 และซิตร้า (Citra) ร้อยละ 14.4 ตามลำดับ



ตารางที่ 42 แสดงยี่ห้อของครีมทาเล็บที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อยู่ในปัจจุบัน

ยี่ห้อครีมทาเล็บ	จำนวน	ร้อยละ
1. วาสลีน (Vaseline)	6	40.0
2. มีสทีน (Misteen)	4	26.7
3. เอวอน (Avon)	2	13.3
4. แคร์ (Care)	1	6.7
5. แฮนแอนด์เนล (Hand and Nail)	1	6.7
6. นีเวีย (Nevia)	1	6.7
รวม	15	100.0

จากตารางที่ 42 แสดงว่าในปัจจุบันผู้ตอบแบบสอบถามใช้ครีมทาเล็บยี่ห้อวาสลีน (Vaseline) มากที่สุด ร้อยละ 40.0 รองลงมา ได้แก่ ยี่ห้อมีสทีน (Misteen) ร้อยละ 26.7 และเอวอน (Avon) ร้อยละ 13.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 43 แสดงยี่ห้อของครีมบำรุงผิวหน้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อยู่ในปัจจุบัน

ยี่ห้อครีมบำรุงผิวหน้า	จำนวน	ร้อยละ
1. พอนด์ส (Pond's)	37	23.0
2. เนเวีย (Nevia)	33	20.5
3. จอห์นสัน (Johnson's)	22	13.7
4. ออยออฟโอเลย์ (Oil of Olay)	16	9.9
5. สมูทอี (Smoothe)	8	5.0
6. เอวอน (Avon)	5	3.1
7. ซีแคร์	5	3.1
8. สกาแคร์	5	3.1
9. มิสทีน (Misteen)	4	2.5
10. ยี่ห้ออื่นๆ	26	16.1
รวม	161	100.0

จากตารางที่ 43 แสดงว่าในปัจจุบันผู้ตอบแบบสอบถามใช้ครีมบำรุงผิวหน้ายี่ห้อพอนด์ส (Pond's) มากที่สุด ร้อยละ 23.0 รองลงมา ได้แก่ ยี่ห้อเนเวีย (Nevia) ร้อยละ 20.5 และจอห์นสัน (Johnson's) ร้อยละ 13.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 44 แสดงยี่ห้อครีมทาขอบดวงตาที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อยู่ในปัจจุบัน

ยี่ห้อครีมทาขอบดวงตา	จำนวน	ร้อยละ
1. เอวอน (Avon)	7	29.2
2. ออยออฟโอเลย์ (Oil of Olay)	5	20.8
3. มีสทีน (Misteen)	3	12.5
4. คลินิกซ์ (Clinique)	2	8.3
5. ลอรีอัล (Loreal)	2	8.3
6. พอนด์ส์ (Pond's)	2	8.3
7. ยี่ห้ออื่นๆ	3	12.5
รวม	24	100.0

จากตารางที่ 44 แสดงว่าในปัจจุบันผู้ตอบแบบสอบถามใช้ครีมทาขอบดวงต้ายี่ห้อ เอวอน (Avon) มากที่สุด ร้อยละ 29.2 รองลงมา ได้แก่ ยี่ห้อออยออฟโอเลย์ (Oil of Olay) ร้อยละ 20.8 และมีสทีน (Misteen) ร้อยละ 12.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 45 แสดงยี่ห้อของครีมทาหน้าลบรอยเหี่ยวย่นที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อยู่ในปัจจุบัน

ยี่ห้อครีมทาหน้าลบรอยเหี่ยวย่น	จำนวน	ร้อยละ
1. เอวอน (Avon)	6	35.3
2. มีสทีน (Misteen)	2	11.8
3. นีเวีย (Nevia)	2	11.8
4. ออยออฟโอเลย์ (Oil of Olay)	2	11.8
5. บูทส์ (Boots)	1	5.9
6. คลินิกซ์ (Clinique)	1	5.9
7. นูสกินส์ (Nuskin)	1	5.9
8. พอนด์ส์ (Pond's)	1	5.9
9. เทลมี (Tell me)	1	5.9
รวม	17	100.0

จากตารางที่ 45 แสดงว่าในปัจจุบันผู้ตอบแบบสอบถามใช้ครีมทาหน้าลบรอยเหี่ยวย่นยี่ห้อเอวอน (Avon) มากที่สุด ร้อยละ 35.3 รองลงมา ได้แก่ ยี่ห้อมีสทีน (Misteen) นีเวีย (Nevia) และ ออยออฟโอเลย์ (Oil of Olay) ร้อยละ 11.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 46 แสดงยี่ห้อของโฟมล้างหน้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อยู่ในปัจจุบัน

ยี่ห้อโฟมล้างหน้า	จำนวน	ร้อยละ
1. ทีทรี (Tea Tree)	21	11.9
2. พอนด์ส (Pond's)	18	10.2
3. สมูทธี (Smoothe)	16	9.1
4. ทรอส (Tros)	15	8.5
5. บีโอเร (Biore)	12	6.8
6. โดฟ (Dove)	11	6.3
7. ซีแคร์	7	4.0
8. เนเวีย (Nevia)	7	4.0
9. คร. มนตรี	6	3.4
10. จอห์นสัน (Johnson's)	5	2.8
11. สกนแคร์	5	2.8
12. แบน (Ban)	4	2.3
13. มิสทีน (Misteen)	4	2.3
14. แพน (Pan)	4	2.3
15. ยี่ห้ออื่นๆ	42	23.9
รวม	177	100.0

จากตารางที่ 46 แสดงว่าในปัจจุบันผู้ตอบแบบสอบถามใช้โฟมล้างหน้ายี่ห้อทีทรี (Tea Tree) มากที่สุด ร้อยละ 11.9 รองลงมา ได้แก่ ยี่ห้อพอนด์ส (Pond's) ร้อยละ 10.2 และสมูทธี (Smoothe) ร้อยละ 9.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 47 แสดงยี่ห้อของโลชั่นทามือที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อยู่ในปัจจุบัน

ยี่ห้อโลชั่นทามือ	จำนวน	ร้อยละ
1. วาสลีน (Vaseline)	21	41.2
2. เนเวีย (Nevia)	11	21.6
3. จอห์นสัน (Johnson's)	5	9.8
4. แคร์ (Care)	2	3.9
5. มีสทีน (Misteen)	2	3.9
6. ยี่ห้ออื่นๆ	10	19.6
รวม	51	100.0

จากตารางที่ 47 แสดงว่าในปัจจุบันผู้ตอบแบบสอบถามใช้โลชั่นทามือยี่ห้อวาสลีน (Vaseline) มากที่สุด ร้อยละ 41.2 รองลงมา ได้แก่ ยี่ห้อเนเวีย (Nevia) ร้อยละ 21.6 และจอห์นสัน (Johnson's) ร้อยละ 9.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 48 แสดงยี่ห้อของลิปสติกม้นทาปากที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อยู่ในปัจจุบัน

ยี่ห้อลิปสติกม้นทาปาก	จำนวน	ร้อยละ
1. ลาเบลโล่ (Labello)	30	23.1
2. ลิบไอซ์ (Lip Ice)	21	16.2
3. เอวอน (Avon)	13	10.0
4. เคเอ (KA)	11	8.5
5. นีเวีย (Nevia)	9	6.9
6. แอมเวย์ (Amway)	6	4.6
7. มีสทีน (Misteen)	6	4.6
8. โอเรียลทัลพรีนเซส (Oriental Princess)	5	3.8
9. แร็ป (Chap)	4	3.1
10. เปียซ (Pias)	3	2.3
11. ยี่ห้ออื่นๆ	22	16.9
รวม	130	100.0

จากตารางที่ 48 แสดงว่าในปัจจุบันผู้ตอบแบบสอบถามใช้ลิปสติกม้นทาปากยี่ห้อ ลาเบลโล่ (Labello) มากที่สุด ร้อยละ 23.1 รองลงมา ได้แก่ ยี่ห้อลิบ ไอซ์ (Lip Ice) ร้อยละ 16.2 และ เอวอน (Avon) ร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 49 แสดงยี่ห้อของครีมทาหน้าป้องกันแดดที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อยู่ในปัจจุบัน

ยี่ห้อครีมทาหน้าป้องกันแดด	จำนวน	ร้อยละ
1. นีเวีย (Nevia)	44	44.0
2. ออยออฟโอเลย์ (Oil of Olay)	7	7.0
3. พอนด์ส (Pond's)	7	7.0
4. เอวอน (Avon)	6	6.0
5. โอเรียลทัลพริ้นเซส (Oriental Princess)	5	5.0
6. บานานาโบ๊ต (Banana Boat)	3	3.0
7. มีสทีน (Misteen)	3	3.0
8. วาสลีน (Vaseline)	3	3.0
9. ยี่ห้ออื่นๆ	22	22.0
รวม	100	100.0

จากตารางที่ 49 แสดงว่าในปัจจุบันผู้ตอบแบบสอบถามใช้ครีมทาหน้าป้องกันแดดยี่ห้อ นีเวีย(Nevia)มากที่สุด ร้อยละ 44.0 รองลงมา ได้แก่ ยี่ห้อออยออฟโอเลย์ (Oil of Olay) และพอนด์ส (Pond's) ร้อยละ 7.0 และยี่ห้อเอวอน (Avon) ร้อยละ 6.0 ตามลำดับ



ตารางที่ 50 แสดงยี่ห้อของครีมทาฝ้าป้องกันแดดที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อยู่ในปัจจุบัน

ยี่ห้อครีมทาฝ้าป้องกันแดด	จำนวน	ร้อยละ
1. เนเวีย (Nevia)	37	59.7
2. เอวอน (Avon)	4	6.5
3. โอเรียลทัลพริ้นเซส (Oriental Princess)	4	6.5
4. บานานา โป๊ต (Banana Boat)	3	4.8
5. มีสทีน (Misteen)	3	4.8
6. วาสลีน (Vaseline)	3	4.8
7. กิฟฟารีน (Giffarine)	2	3.2
8. ยี่ห้ออื่นๆ	6	9.7
รวม	62	100.0

จากตารางที่ 50 แสดงว่าในปัจจุบันผู้ตอบแบบสอบถามใช้ครีมทาฝ้าป้องกันแดดยี่ห้อเนเวีย(Nevia)มากที่สุด ร้อยละ 59.7รองลงมา ได้แก่ ยี่ห้อเอวอน(Avon) และ โอเรียลทัลพริ้นเซส (Oriental Princess) ร้อยละ 6.5 บานานา โป๊ต(Banana Boat) มีสทีน(Misteen) และวาสลีน(Vaseline) ร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 51 แสดงยี่ห้อของโลชั่นทาหลังตากแดดที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้อยู่ในปัจจุบัน

ยี่ห้อโลชั่นทาหลังตากแดด	จำนวน	ร้อยละ
1. นีเวีย (Nevia)	14	58.3
2. มีสทีน (Misteen)	3	12.5
3. เอวอน (Avon)	2	8.3
4. บานานาโบ๊ต (Banana Boat)	2	8.3
5. ซันเปอร์เฟค	1	4.2
6. ดร. สมชาย	1	4.2
7. ยูเซอร์ริน (Ucerin)	1	4.2
รวม	24	100.0

จากตารางที่ 51 แสดงว่าในปัจจุบันผู้ตอบแบบสอบถามใช้โลชั่นทาหลังตากแดดยี่ห้อนีเวีย (Nevia) มากที่สุด ร้อยละ 58.3 รองลงมา ได้แก่ ยี่ห้อมีสทีน (Misteen) ร้อยละ 12.4 ยี่ห้อเอวอน (Avon) และบานานาโบ๊ต (Banana Boat) ร้อยละ 8.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 52 แสดงการได้มาของเครื่องสำอางประเภทต่างๆของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประเภทเครื่องสำอาง	วิธีการได้มา								รวม	
	ตัวเอง		เพื่อน		บุคคลในครอบครัว		อื่นๆ			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เครื่องหอม	207	54.6	25	6.6	110	29.0	37	9.8	379	100
2. สิ่งปรุงสำหรับผมไม่เกี่ยวกับการแต่งสีผม	207	54.6	16	4.2	135	35.4	22	5.8	379	100
3. ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอนามัยช่องปาก	216	57.0	5	1.3	146	38.5	12	3.1	379	100
4. ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดระอาร่างกาย	231	60.9	3	0.8	142	37.5	3	0.8	379	100
5. สิ่งปรุงสำหรับการโกน	131	34.6	7	1.8	109	28.8	132	34.7	379	100
6. สิ่งปรุงถนอมผิว	195	51.5	12	3.2	143	37.7	29	7.7	379	100
7. สิ่งปรุงแต่งให้ผิวคล้ำ, สิ่งปรุงป้องกันแดด	147	38.8	14	3.7	134	35.4	84	22.2	379	100

จากตารางที่ 52 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามได้เครื่องสำอางมาจากการซื้อเองจำนวนมากที่สุด รองลงมาได้มาจากบุคคลในครอบครัว จากเพื่อน และอื่นๆตามลำดับ การได้มาจากการซื้อเอง จะซื้อเองผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดระอาร่างกาย มากที่สุด ร้อยละ 60.9 รองลงมาได้แก่ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอนามัยช่องปาก ร้อยละ 57.0 การได้มาจากเพื่อน จะได้เครื่องหอมมาจากเพื่อนมากที่สุด ร้อยละ 6.6 รองลงมาคือสิ่งปรุงสำหรับผมไม่เกี่ยวกับการแต่งสีผม ร้อยละ 4.2 การได้มาจากบุคคลในครอบครัว จะได้ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอนามัยช่องปากมากที่สุด ร้อยละ 38.5 รองลงมาเป็นสิ่งปรุงถนอมผิว ร้อยละ 37.7

### ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์กันของข้อมูล

#### 3.1 การทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อค่าต่างๆตามอายุ รายได้ และการศึกษา

ตารางที่ 53 แสดงค่าการทดสอบความแตกต่าง และค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อค่าต่างๆจำแนกตามอายุ

ค่ากล่าว	อายุ						ค่าเฉลี่ยรวม	df	$\chi^2$ ตาราง ( $\alpha=0.05$ )	$\chi^2$ ค่ารวม	ผลการทดสอบ
	ต่ำกว่า 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	51 ปีขึ้นไป						
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย						
1. การใช้เครื่องสำอางช่วยในการเข้าสังคม	3.85	3.62	3.92	3.88	3.79	3.82	16	26.30	24.12	ไม่มีความแตกต่าง	
2. เครื่องสำอางเป็นสิ่งจำเป็นหรือไม่จำเป็นต้องใช้	2.91	3.03	3.09	2.91	3.24	3.02	16	26.30	23.39	ไม่มีความแตกต่าง	
3. การใช้เครื่องสำอางทำให้บุคลิกภาพดีขึ้น	3.85	3.87	4.04	3.83	3.88	3.90	16	26.30	14.19	ไม่มีความแตกต่าง	
4. การใช้เครื่องสำอางเป็นแฟชั่นอย่างหนึ่ง	3.58	3.58	3.65	3.54	3.55	3.59	16	26.30	15.14	ไม่มีความแตกต่าง	
5. ผู้ชายที่ใช้เครื่องสำอาง เป็นคนที่ยังไม่ยอมรับ	2.42	2.39	2.29	2.35	2.45	2.36	16	26.30	19.40	ไม่มีความแตกต่าง	
6. ท่านยังไม่กล้าลองใช้เครื่องสำอาง ถ้ายังไม่มีความรู้	3.72	3.79	3.67	3.59	3.45	3.66	16	26.30	12.65	ไม่มีความแตกต่าง	
7. ผู้ชายไม่จำเป็นต้องใช้โลชั่นทาผิว หรือครีมกันแดด	2.51	2.49	2.58	2.55	3.00	2.59	16	26.30	21.78	ไม่มีความแตกต่าง	
8. การใช้เครื่องสำอางเป็นเรื่องของผู้หญิง	2.51	2.52	2.42	2.60	2.76	2.54	16	26.30	22.52	ไม่มีความแตกต่าง	

จากตารางที่ 53 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มอายุต่างๆ มีความคิดเห็นต่อคำกล่าวต่างๆ ดังต่อไปนี้

กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี และกลุ่มอายุ 41-50 ปี มีความคิดเห็น เห็นด้วย ได้แก่ การใช้เครื่องสำอางช่วยในการเข้าสังคม การใช้เครื่องสำอางทำให้บุคลิกภาพดีขึ้น ท่านยังไม่กล้าลองใช้เครื่องสำอางถ้ายังไม่มีความรู้ และการใช้เครื่องสำอางเป็นแฟชั่นอย่างหนึ่ง และมีความคิดเห็นเฉยๆ ได้แก่ เครื่องสำอางเป็นสิ่งสิ้นเปลืองไม่มีความจำเป็นต้องใช้ ผู้ชายไม่จำเป็นต้องใช้โลชั่นทาผิว หรือครีมกันแดด และการใช้เครื่องสำอางเป็นเรื่องของผู้หญิง ส่วนความคิดเห็นไม่เห็นด้วย ได้แก่ ผู้ชายที่ใช้เครื่องสำอางเป็นคนที่เบี่ยงเบนทางเพศ

กลุ่มอายุ 21-30 ปี มีความคิดเห็นๆด้วย ได้แก่ การใช้เครื่องสำอางช่วยในการเข้าสังคม การใช้เครื่องสำอางทำให้บุคลิกภาพดีขึ้น ท่านยังไม่กล้าลองใช้เครื่องสำอางถ้ายังไม่มีความรู้ และการใช้เครื่องสำอางเป็นแฟชั่นอย่างหนึ่ง และมีความคิดเห็นเฉยๆ ได้แก่ เครื่องสำอางเป็นสิ่งสิ้นเปลืองไม่มีความจำเป็นต้องใช้ และการใช้เครื่องสำอางเป็นเรื่องของผู้หญิง ส่วนมีความคิดเห็นไม่เห็นด้วย ได้แก่ ผู้ชายที่ใช้เครื่องสำอางเป็นคนที่เบี่ยงเบนทางเพศ และผู้ชายไม่จำเป็นต้องใช้โลชั่นทาผิว หรือครีมกันแดด

กลุ่มอายุ 31-40 ปี มีความคิดเห็นๆด้วย ได้แก่ การใช้เครื่องสำอางช่วยในการเข้าสังคม การใช้เครื่องสำอางทำให้บุคลิกภาพดีขึ้น ท่านยังไม่กล้าลองใช้เครื่องสำอางถ้ายังไม่มีความรู้ และการใช้เครื่องสำอางเป็นแฟชั่นอย่างหนึ่ง และมีความคิดเห็นเฉยๆ ได้แก่ เครื่องสำอางเป็นสิ่งสิ้นเปลืองไม่มีความจำเป็นต้องใช้ และผู้ชายไม่จำเป็นต้องใช้โลชั่นทาผิว หรือครีมกันแดด ส่วนมีความคิดเห็นไม่เห็นด้วย ได้แก่ ผู้ชายที่ใช้เครื่องสำอางเป็นคนที่เบี่ยงเบนทางเพศ และการใช้เครื่องสำอางเป็นเรื่องของผู้หญิง

กลุ่มอายุ 51 ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นๆด้วย ได้แก่ การใช้เครื่องสำอางช่วยในการเข้าสังคม การใช้เครื่องสำอางทำให้บุคลิกภาพดีขึ้น และการใช้เครื่องสำอางเป็นแฟชั่นอย่างหนึ่ง และมีความคิดเห็นเฉยๆ ได้แก่ ท่านยังไม่กล้าลองใช้เครื่องสำอางถ้ายังไม่มีความรู้ เครื่องสำอางเป็นสิ่งสิ้นเปลืองไม่มีความจำเป็นต้องใช้ ผู้ชายไม่จำเป็นต้องใช้โลชั่นทาผิวหรือครีมกันแดด และการใช้เครื่องสำอางเป็นเรื่องของผู้หญิง ส่วนมีความคิดเห็นไม่เห็นด้วย ได้แก่ ผู้ชายที่ใช้เครื่องสำอางเป็นคนที่เบี่ยงเบนทางเพศ

ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นต่อทุกคำกล่าวไม่แตกต่างกันตามอายุ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 54 แสดงค่าการทดสอบความแตกต่าง และค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อคำกล่าวต่างๆจำแนกตามรายได้

คำกล่าว	รายได้ต่อเดือน					ค่าเฉลี่ยรวม	df	$\chi^2$ ตาราง ( $\alpha=0.05$ )	$\chi^2$ ค่ารวม	ผลการทดสอบ
	ต่ำกว่า 5,000บาท	5,001-10,000บาท	10,001-15,000บาท	15,001-20,000บาท	20,000บาทขึ้นไป					
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย					
1. การใช้เครื่องสำอางช่วยในการเข้าถึงคน	3.66	3.85	3.95	3.79	3.87	3.82	16	26.30	26.90	มีความแตกต่าง
2. เครื่องสำอางเป็นสิ่งเป็นสิ่งไม่มีความจำเป็นต้องใช้	3.02	2.94	3.16	3.00	3.04	3.02	16	26.30	13.39	ไม่มีความแตกต่าง
3. การใช้เครื่องสำอางทำให้บุคลิกภาพดีขึ้น	3.77	4.01	3.93	3.91	3.84	3.90	16	26.30	17.06	ไม่มีความแตกต่าง
4. การใช้เครื่องสำอางเป็นแฟชั่นอย่างหนึ่ง	3.56	3.55	3.62	3.84	3.36	3.59	16	26.30	14.38	ไม่มีความแตกต่าง
5. ผู้ชายที่ใช้เครื่องสำอาง เป็นคนที่ยังงบนทางเพศ	2.52	2.30	2.27	2.38	2.36	2.36	16	26.30	22.74	ไม่มีความแตกต่าง
6. ท่านยังไม่กล้าลองใช้เครื่องสำอาง ถ้ายังไม่มีความรู้	3.76	3.71	3.59	3.57	3.56	3.66	16	26.30	18.75	ไม่มีความแตกต่าง
7. ผู้ชายไม่จำเป็นต้องใช้โลชั่นทาผิว หรือครีมกันแดด	2.63	2.45	2.57	2.68	2.78	2.59	16	26.30	18.33	ไม่มีความแตกต่าง
8. การใช้เครื่องสำอางเป็นเรื่องของผู้หญิง	2.60	2.56	2.57	2.41	2.47	2.54	16	26.30	18.82	ไม่มีความแตกต่าง



และผู้ชายไม่จำเป็นต้องใช้โลชั่นทาผิวหรือครีมกันแดด ส่วนมีความคิดเห็นไม่เห็นด้วย ได้แก่ การใช้เครื่องสำอางเป็นเรื่องของผู้หญิง

ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อคำกล่าวที่ว่า การใช้เครื่องสำอางช่วยในการเข้าสังคมแตกต่างกันตามรายได้ โดยผู้มีรายได้ต่อเดือน 10001-15000 บาท เห็นด้วยมากที่สุด รองลงมา คือ ผู้มีรายได้ต่อเดือน 20000 บาทขึ้นไป ผู้มีรายได้ต่อเดือน 5001-10000 บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือน 15001-20000 บาท และผู้มีรายได้ต่ำกว่า 5000 บาทต่อเดือน ตามลำดับ ส่วนคำกล่าวอื่นๆมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันตามรายได้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05



ตารางที่ 55 แสดงค่าการทดสอบความแตกต่าง และค่าเฉลี่ยความถี่เห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อคำถามต่าง ๆ จำแนกตามระดับการศึกษา

คำกล่าว	ระดับการศึกษา			ค่าเฉลี่ยรวม	df	$\chi^2$ ตาราง ( $\alpha = 0.05$ )	$\chi^2$ จำนวน	ผลการทดสอบ
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี					
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย					
1. การใช้เครื่องสำอางช่วยในการเข้าสังคม	3.91	3.75	3.93	3.82	8	15.51	7.01	ไม่มีความแตกต่าง
2. เครื่องสำอางเป็นสิ่งสิ้นเปลืองไม่มีความจำเป็นต้องใช้	3.07	3.06	2.83	3.02	8	15.51	11.93	ไม่มีความแตกต่าง
3. การใช้เครื่องสำอางทำให้บุคลิกภาพดีขึ้น	3.95	3.86	3.98	3.90	8	15.51	8.81	ไม่มีความแตกต่าง
4. การใช้เครื่องสำอางเป็นแฟชั่นอย่างหนึ่ง	3.62	3.62	3.40	3.59	8	15.51	6.79	ไม่มีความแตกต่าง
5. ผู้ชายที่ใช้เครื่องสำอาง เป็นคนที่เยี่ยงเบนทางเพศ	2.49	2.34	2.26	2.36	8	15.51	17.88	มีความแตกต่าง
6. ท่านยังไม่กล้าลองใช้เครื่องสำอาง ถ้ายังไม่มีความรู้	3.69	3.63	3.72	3.66	8	15.51	3.81	ไม่มีความแตกต่าง
7. ผู้ชายไม่จำเป็นต้องใช้โลชั่นทาผิว หรือครีมกันแดด	2.73	2.53	2.60	2.59	8	15.51	9.42	ไม่มีความแตกต่าง
8. การใช้เครื่องสำอางเป็นเรื่องของผู้หญิง	2.80	2.48	2.38	2.54	8	15.51	14.50	ไม่มีความแตกต่าง

จากตารางที่ 55 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามในระดับการศึกษาต่างๆมีความคิดเห็นต่อคำกล่าวต่างๆ ดังต่อไปนี้

ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นๆด้วย ได้แก่ การใช้เครื่องสำอางช่วยในการเข้าสังคม การใช้เครื่องสำอางทำให้บุคลิกภาพดีขึ้น ท่านยังไม่กล้าลองใช้เครื่องสำอางถ้ายังไม่มีความรู้ และการใช้เครื่องสำอางเป็นแฟชั่นอย่างหนึ่ง และมีความคิดเห็นเฉยๆ ได้แก่ เครื่องสำอางเป็นสิ่งสิ้นเปลืองไม่มีความจำเป็นต้องใช้ ผู้ชายไม่จำเป็นต้องใช้โลชั่นทาผิวหรือครีมกันแดด และการใช้เครื่องสำอางเป็นเรื่องของผู้หญิง ส่วนมีความคิดเห็นไม่เห็นด้วย ได้แก่ ผู้ชายที่ใช้เครื่องสำอางเป็นคนที่เบี่ยงเบนทางเพศ

ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความคิดเห็นๆด้วย ได้แก่ การใช้เครื่องสำอางช่วยในการเข้าสังคม การใช้เครื่องสำอางทำให้บุคลิกภาพดีขึ้น ท่านยังไม่กล้าลองใช้เครื่องสำอางถ้ายังไม่มีความรู้ และการใช้เครื่องสำอางเป็นแฟชั่นอย่างหนึ่ง และมีความคิดเห็นเฉยๆ ได้แก่ เครื่องสำอางเป็นสิ่งสิ้นเปลืองไม่มีความจำเป็นต้องใช้ และผู้ชายไม่จำเป็นต้องใช้โลชั่นทาผิวหรือครีมกันแดด ส่วนมีความคิดเห็นไม่เห็นด้วย ได้แก่ ผู้ชายที่ใช้เครื่องสำอางเป็นคนที่เบี่ยงเบนทางเพศ และการใช้เครื่องสำอางเป็นเรื่องของผู้หญิง

ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นๆด้วย ได้แก่ การใช้เครื่องสำอางช่วยในการเข้าสังคม การใช้เครื่องสำอางทำให้บุคลิกภาพดีขึ้น และท่านยังไม่กล้าลองใช้เครื่องสำอางถ้ายังไม่มีความรู้ และมีความคิดเห็นเฉยๆ ได้แก่ การใช้เครื่องสำอางเป็นแฟชั่นอย่างหนึ่ง เครื่องสำอางเป็นสิ่งสิ้นเปลืองไม่มีความจำเป็นต้องใช้ การใช้เครื่องสำอางเป็นเรื่องของผู้หญิง และผู้ชายไม่จำเป็นต้องใช้โลชั่นทาผิวหรือครีมกันแดด ส่วนมีความคิดเห็นไม่เห็นด้วย ได้แก่ ผู้ชายที่ใช้เครื่องสำอางเป็นคนที่เบี่ยงเบนทางเพศ

ผลการวิเคราะห์พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อคำกล่าวที่ว่าผู้ชายที่ใช้เครื่องสำอางเป็นคนที่เบี่ยงเบนทางเพศแตกต่างกันตามระดับการศึกษา โดยผู้มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีไม่เห็นด้วยมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ผู้มีการศึกษาปริญญาตรี และผู้มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ตามลำดับ ส่วนคำกล่าวอื่นๆมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันตามระดับการศึกษา ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 56 ตารางสรุปผลการวิเคราะห์ความแตกต่างกันของความคิดเห็นต่อคำกล่าวต่างๆ จำแนกตามอายุ รายได้ และระดับการศึกษา

คำกล่าวต่างๆ	อายุ	รายได้	การศึกษา
1. การใช้เครื่องสำอางช่วยในการเข้าสังคม	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
2. เครื่องสำอางเป็นสิ่งสิ้นเปลือง ไม่มีความจำเป็นต้องใช้	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
3. การใช้เครื่องสำอางทำให้บุคลิกภาพดีขึ้น	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
4. การใช้เครื่องสำอางเป็นแฟชั่นอย่างหนึ่ง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
5. ผู้ชายที่ใช้เครื่องสำอาง เป็นคนที่เบี่ยงเบนทางเพศ	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
6. ท่านยังไม่กล้าลองใช้เครื่องสำอาง ถ้ายังไม่มีความรู้	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
7. ผู้ชายไม่จำเป็นต้องใช้โลชั่นทาผิว หรือครีมกันแดด	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
8. การใช้เครื่องสำอางเป็นเรื่องของผู้หญิง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง

จากตารางที่ 56 แสดงว่าส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อคำกล่าวต่างๆ ไม่แตกต่างกันตามอายุ รายได้ และการศึกษา จะมีความคิดเห็นแตกต่างกันในบางส่วน รายละเอียดดังต่อไปนี้

ความคิดเห็นที่ว่า การใช้เครื่องสำอางช่วยในการเข้าสังคมมีความคิดเห็นแตกต่างกันตามรายได้ โดยผู้มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000บาท เห็นด้วยมากที่สุด รองลงมาคือผู้มีรายได้ต่อเดือน 20,000บาทขึ้นไป ผู้มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000บาท และผู้มีรายได้ต่ำกว่า 5,000บาทต่อเดือน ตามลำดับ

ความคิดเห็นที่ว่าผู้ชายที่ใช้เครื่องสำอางเป็นคนที่เบี่ยงเบนทางเพศมีความคิดเห็นแตกต่างกันตามระดับการศึกษา โดยผู้มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีไม่เห็นด้วยมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ผู้มีการศึกษาปริญญาตรี และผู้มีการศึกษาคต่ำกว่าปริญญาตรี ตามลำดับ

3.2 ความแตกต่างกันของความรู้สึกชอบและไม่ชอบ เครื่องสำอางชนิดต่างๆ จำแนกตามอายุ รายได้ และการศึกษา

ตารางที่ 57 แสดงความรู้สึกชอบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางชนิดต่างๆ จำแนกตามอายุ

ชนิดผลิตภัณฑ์	อายุ										รวม (n=379)	
	ต่ำกว่า20ปี (n=53)		21-30 ปี (n=90)		31-40ปี (n=102)		41-50ปี (n=92)		51 ปีขึ้นไป (n=42)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้ำหอม	33	62.3	63	70.0	74	72.5	62	67.4	20	47.6	252	66.5
2. โคลโลญ	38	71.7	50	55.6	67	65.7	47	51.1	17	40.5	219	57.8
3. แชมพูสระผม	49	92.5	89	98.9	101	99.0	92	100	42	100	373	98.4
4. ครีมนวดผม	44	83.0	72	80.0	87	85.3	71	77.2	37	88.1	311	82.1
5. เจลใส่ผม	21	39.6	44	48.9	38	37.3	40	43.5	12	28.6	155	40.9
6. น้ำมันใส่ผม	15	28.3	25	27.8	32	31.4	30	32.6	12	28.6	114	30.1
7. ยาบารุงป้องกันผมร่วง	18	34.0	23	25.6	35	34.3	30	32.6	17	40.5	123	32.5
8. ยาสีฟัน	53	100	90	100	102	100	92	100	42	100	379	100.0
9. น้ำยาขี้ฟันปาก	39	73.6	64	71.1	75	73.5	62	67.4	32	76.2	272	71.8
10. สเปรย์ฟันคืบกลิ่นปาก	28	52.8	46	51.1	48	47.1	36	39.1	15	35.7	173	45.6
11. สบู่	52	98.1	87	96.7	102	100	89	96.7	42	100	372	98.2
12. ครีมอาบน้ำ	48	90.6	71	78.9	75	73.5	64	69.6	27	64.3	285	75.2
13. ยาระงับกลิ่นตัว	40	75.5	72	80.0	79	77.5	55	59.8	20	47.6	266	70.2
14. ผลิตภัณฑ์ใส่ระงับกลิ่นเท้า	27	50.9	42	46.7	42	41.2	30	32.6	12	28.6	153	40.4
15. ครีมโกนหนวด	21	39.6	50	55.6	45	44.1	42	45.7	23	54.8	181	47.8
16. โลชั่นหลังโกน	12	22.6	32	35.6	29	28.4	29	31.5	10	23.8	112	29.6
17. ครีมทำให้เคราอ่อนตัว	12	22.6	28	31.1	27	26.5	23	25.0	7	16.7	97	25.6
18. โลชั่นทาผิว	44	83.0	72	80.0	83	81.4	71	77.2	24	57.1	294	77.6
19. ครีมทาเล็บ	15	28.3	12	13.3	17	16.7	12	13.0	1	2.4	57	15.0
20. ครีมบำรุงผิวหน้า	40	75.5	66	73.3	62	60.8	54	58.7	17	40.5	239	63.1
21. ครีมทาขอบดวงตา	22	41.5	25	27.8	27	26.5	19	20.7	1	2.4	94	24.8
22. ครีมทาหน้าลบบรอยเหี่ยวย่น	23	43.4	26	28.9	30	29.4	26	28.3	7	16.7	112	29.6

ชนิดผลิตภัณฑ์	อายุ										รวม (n=379)	
	ต่ำกว่า20ปี (n=53)		21-30 ปี (n=90)		31-40ปี (n=102)		41-50ปี (n=92)		51 ปีขึ้นไป (n=42)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
23. โฟมล้างหน้า	42	79.2	75	83.3	67	65.7	57	62.0	16	38.1	257	67.8
24. โลชั่นทาผิว	26	49.1	43	47.8	39	38.2	39	42.4	7	16.7	154	40.6
25. ลิปสติกมันทาปาก	32	60.4	52	57.8	47	46.1	36	39.1	5	11.9	172	45.4
26. ครีมทาหน้าป้องกันแดด	38	71.7	57	63.3	54	52.9	47	51.1	16	38.1	212	55.9
27. ครีมทาลำตัวป้องกันแดด	32	60.4	41	45.6	44	43.1	40	43.5	11	26.2	168	44.3
28. โลชั่นทาหลังตากแดด	24	45.3	31	34.4	36	35.3	31	33.7	10	23.8	132	34.8

$X^2$  ตาราง = 133.26 DF=108  $\alpha$  =0.05

จากตารางที่ 57 แสดงว่าในทุกกลุ่มอายุ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกชอบยาสีฟันมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ สบู่ และแชมพูสระผม ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า  $X^2$  จากการคำนวณ = 95.56 แสดงว่าความรู้สึกชอบที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางชนิดต่างๆของผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่มีความแตกต่างกันตามอายุ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 58 แสดงความรู้สึกชอบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางชนิดต่างๆ  
จำแนกตามรายได้

ชนิดผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน										รวม (n=379)	
	ต่ำกว่า 5,000 บาท (n=90)		5,001- 10,000บาท (n=114)		10,001- 15,000บาท (n=74)		15,001- 20,000บาท (n=56)		20,000บาท ขึ้นไป (n=45)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้ำหอม	58	64.4	74	64.9	56	75.7	36	64.3	28	62.2	252	66.5
2. โคลโลญ	62	68.9	63	55.3	47	63.5	26	46.4	21	46.7	219	57.8
3. แชมพูสระผม	84	93.3	114	100	74	100	56	100	45	100	373	98.4
4. ครีมนวดผม	69	76.7	90	78.9	61	82.4	53	94.6	38	84.4	311	82.1
5. เจลใส่ผม	38	42.2	43	37.7	36	48.6	25	44.6	13	28.9	155	40.9
6. น้ำมันใส่ผม	27	30.0	27	23.7	27	36.5	17	30.4	16	35.6	114	30.1
7. ยาบ่ารุงป้องกันผมร่วง	31	34.4	35	30.7	24	32.4	17	30.4	16	35.6	123	32.5
8. ยาสีฟัน	90	100	114	100	74	100	56	100	45	100	379	100.0
9. น้ำยาบ้วนปาก	65	72.2	83	72.8	51	68.9	39	69.6	34	75.6	272	71.8
10. สบปรู่ฟันดับกลิ่นปาก	45	50.0	54	47.4	36	48.6	23	41.1	15	33.3	173	45.6
11. สบู่	88	97.8	111	97.4	73	98.6	56	100	44	97.8	372	98.2
12. ครีมอาบน้ำ	68	75.6	89	78.1	56	75.7	40	71.4	32	71.1	285	75.2
13. ยาระงับกลิ่นตัว	68	75.6	88	77.2	54	73.0	38	67.9	18	40.0	266	70.2
14. ผลิตภัณฑ์ใส่ระงับกลิ่นเท้า	39	43.3	51	44.7	31	41.9	20	35.7	12	26.7	153	40.4
15. ครีมโกนหนวด	43	47.8	49	43.0	37	50.0	27	48.2	25	55.6	181	47.8
16. โลชั่นหลังโกน	22	24.4	37	32.5	25	33.8	20	35.7	8	17.8	112	29.6
17. ครีมทำให้เคราอ่อนตัว	22	24.4	30	26.3	23	31.1	14	25.0	8	17.8	97	25.6
18. โลชั่นทาผิว	72	80.0	90	78.9	61	82.4	42	75.0	29	64.4	294	77.6
19. ครีมทาเล็บ	17	18.9	19	16.7	13	17.6	7	12.5	1	2.2	57	15.0
20. ครีมบำรุงผิวหน้า	63	70.0	77	67.5	47	63.5	31	55.4	21	46.7	239	63.1
21. ครีมทาขอบคางตา	23	25.6	34	29.8	18	24.3	14	25.0	5	11.1	94	24.8
22. ครีมทาหน้าลดรอยเหี่ยวย่น	26	28.9	41	36.0	23	31.1	11	19.6	11	24.4	112	29.6
23. โฟมล้างหน้า	71	78.9	81	71.1	50	67.6	29	51.8	26	57.8	257	67.8
24. โลชั่นทามือ	39	43.3	50	43.9	34	45.9	20	35.7	11	24.4	154	40.6

ชนิดผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน										รวม (n=379)	
	ต่ำกว่า 5,000 บาท (n=90)		5,001- 10,000บาท (n=114)		10,001- 15,000บาท (n=74)		15,001- 20,000บาท (n=56)		20,000บาท ขึ้นไป (n=45)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
25. ลิบสติคมันทาปาก	41	45.6	61	53.5	37	50.0	22	39.3	11	24.4	172	45.4
26. ครีมทาหน้าป้องกันแดด	53	58.9	68	59.6	42	56.8	29	51.8	20	44.4	212	55.9
27. ครีมทาลำตัวป้องกันแดด	37	41.1	54	47.4	34	45.9	26	46.4	17	37.8	168	44.3
28. โถชั้นทาหลังตากแดด	27	30.0	43	37.7	28	37.8	18	32.1	16	35.6	132	34.8

$X^2$  ตาราง = 133.26 DF=108  $\alpha$  =0.05

จากตารางที่ 58 แสดงว่าในทุกกลุ่มรายได้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกชอบผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางชนิดต่างๆมากที่สุด สามลำดับแรก ได้แก่ ยาสีฟัน สบู่ และแชมพูสระผม

ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า  $X^2$  จากการคำนวณ = 59.50 แสดงว่าความรู้สึกชอบที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางชนิดต่างๆของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความแตกต่างกันตามรายได้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 59 แสดงความรู้สึกรับชอบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางชนิดต่างๆ  
จำแนกตามระดับการศึกษา

ชนิดผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา						รวม (n=379)	
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี (n=85)		ปริญญาตรี (n=236)		สูงกว่า ปริญญาตรี (n=58)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้ำหอม	52	61.2	163	69.1	37	63.8	252	66.5
2. โคลโลยู	61	71.8	135	57.2	23	39.7	219	57.8
3. แชมพูสระผม	81	95.3	234	99.2	58	100	373	98.4
4. ครีมนวดผม	68	80.0	196	83.1	47	81.0	311	82.1
5. เจลใส่ผม	32	37.6	96	40.7	27	46.6	155	40.9
6. น้ำมันใส่ผม	25	29.4	69	29.2	20	34.5	114	30.1
7. ยารักษาป้องกันผมร่วง	28	32.9	74	31.4	21	36.2	123	32.5
8. ยาสีฟัน	85	100	236	100	58	100	379	100.0
9. น้ำยาขัดฟัน	68	80.0	168	71.2	36	62.1	272	71.8
10. สเปรย์พ่นดับกลิ่นปาก	38	44.7	116	49.2	19	32.8	173	45.6
11. สบู่	85	100	232	98.3	55	94.8	372	98.2
12. ครีมอาบน้ำ	59	69.4	180	76.3	46	79.3	285	75.2
13. ยาระงับกลิ่นตัว	61	71.8	171	72.5	34	58.6	266	70.2
14. ผลิตภัณฑ์ใส่ระงับกลิ่นเท้า	32	37.6	102	43.2	19	32.8	153	40.4
15. ครีม โคนหนวด	33	38.8	115	48.7	33	56.9	181	47.8
16. โลชั่นหลัง โคน	21	24.7	74	31.4	17	29.3	112	29.6
17. ครีมทำให้เคราอ่อนตัว	21	24.7	62	26.3	14	24.1	97	25.6
18. โลชั่นทาผิว	59	69.4	193	81.8	42	72.4	294	77.6
19. ครีมทาเล็บ	7	8.2	45	19.1	5	8.6	57	15.0
20. ครีมบำรุงผิวหน้า	49	57.6	151	64.0	39	67.2	239	63.1
21. ครีมทาขอบดวงตา	13	15.3	69	29.2	12	20.7	94	24.8
22. ครีมทาหน้าสารถยให้ยวบยาบ	18	21.2	74	31.4	20	34.5	112	29.6
23. โฟมล้างหน้า	59	69.4	157	66.5	41	70.7	257	67.8
24. โลชั่นทามือ	29	34.1	103	43.6	22	37.9	154	40.6



ชนิดผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา						รวม (n=379)	
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี (n=85)		ปริญญาตรี (n=236)		สูงกว่า ปริญญาตรี (n=58)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
25. น้ำหอม	32	37.6	110	46.6	30	51.7	172	45.4
26. โคลโลญ	39	45.9	139	58.9	34	58.6	212	55.9
27. แชมพูสระผม	24	28.2	116	49.2	28	48.3	168	44.3
28. ครีมนวดผม	23	27.1	88	37.3	21	36.2	132	34.8

$X^2$  ตาราง = 72.15 DF=54  $\alpha$  =0.05

จากตารางที่ 59 แสดงว่าในทุกระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกรับชอบผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางชนิดต่างๆมากที่สุด สามลำดับแรก ได้แก่ ยาสีฟัน สบู่ และแชมพูสระผม

ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า  $X^2$  จากการคำนวณ = 48.94 แสดงว่าความรู้สึกรับชอบที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางชนิดต่างๆของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความแตกต่างกันตามระดับการศึกษาที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 60 แสดงความรู้สึกไม่ชอบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางชนิดต่างๆ จำแนกตามอายุ

ชนิดผลิตภัณฑ์	อายุ										รวม (n=379)	
	ต่ำกว่า20ปี (n=53)		21-30 ปี (n=90)		31-40ปี (n=102)		41-50ปี (n=92)		51 ปีขึ้นไป (n=42)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้ำหอม	20	37.7	27	30.0	28	27.5	30	32.6	22	52.4	127	33.5
2. โคลโลญ	15	28.3	40	44.4	35	34.3	45	48.9	25	59.5	160	42.2
3. แชมพูสระผม	4	7.5	1	1.1	1	1.0	-	-	-	-	6	1.6
4. ครีมนวดผม	9	17.0	18	20.0	15	14.7	21	22.8	5	11.9	68	17.9
5. เจลใส่ผม	32	60.4	46	51.1	64	62.7	52	56.5	30	71.4	224	59.1
6. น้ำมันใส่ผม	38	71.7	65	72.2	70	68.6	62	67.4	30	71.4	265	69.9
7. ยาบารุงป้องกันผมร่วง	35	66.0	67	74.4	67	65.7	62	67.4	25	59.5	256	67.5
8. ยาสีฟัน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
9. น้ำยาล้างปาก	14	26.4	26	28.9	27	26.5	30	32.6	10	23.8	107	28.2
10. สเปรย์พ่นดับกลิ่นปาก	25	47.2	44	48.9	54	52.9	56	60.9	27	64.3	206	54.4
11. สบู่	1	1.9	3	3.3	-	-	3	3.3	-	-	7	1.8
12. ครีมอาบน้ำ	5	9.4	19	21.1	27	26.5	28	30.4	15	35.7	94	24.8
13. ยาระงับกลิ่นตัว	13	24.5	18	20.0	23	22.5	37	40.2	22	52.4	113	29.8
14. ผลิตภัณฑ์ใส่ระงับกลิ่นเท้า	26	49.1	48	53.3	60	58.8	62	67.4	30	71.4	226	59.6
15. ครีมโกนหนวด	32	60.4	40	44.4	57	55.9	50	54.3	19	45.2	198	52.2
16. โลชั่นหลังโกน	41	77.4	58	64.4	73	71.6	63	68.5	32	76.2	267	70.4
17. ครีมทำให้เคราอ่อนตัว	41	77.4	62	68.9	75	73.5	69	75.0	35	83.3	282	74.4
18. โลชั่นทาผิว	9	17.0	18	20.0	19	18.6	21	22.8	18	42.9	85	22.4
19. ครีมทาเล็บ	38	71.7	78	86.7	85	83.3	80	87.0	41	97.6	322	85.0
20. ครีมบำรุงผิวหน้า	13	24.5	24	26.7	40	39.2	38	41.3	25	59.5	140	36.9
21. ครีมทาขอบคางคตา	31	58.5	65	72.2	75	73.5	73	79.3	41	97.6	285	75.2
22. ครีมทาหน้าลดรอยเหี่ยวย่น	30	56.6	64	71.1	72	70.6	66	71.7	35	83.3	267	70.4
23. โฟมล้างหน้า	11	20.8	15	16.7	35	34.3	35	38.0	26	61.9	122	32.2
24. โลชั่นทามือ	27	50.9	47	52.2	63	61.8	53	57.6	35	83.3	225	59.4

ชนิดผลิตภัณฑ์	อายุ										รวม (n=379)	
	ต่ำกว่า20ปี (n=53)		21-30 ปี (n=90)		31-40ปี (n=102)		41-50ปี (n=92)		51 ปีขึ้นไป (n=42)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
25. ลิปสติกมันทาปาก	21	39.6	38	42.2	55	53.9	56	60.9	37	88.1	207	54.6
26. ครีมทาหน้าป้องกันแดด	15	28.3	33	36.7	48	47.1	45	48.9	26	61.9	167	44.1
27. ครีมทาลำตัวป้องกันแดด	21	39.6	49	54.4	58	56.9	52	56.5	31	73.8	211	55.7
28. โลชั่นทาหลังตากแดด	29	54.7	59	65.6	66	64.7	61	66.3	32	76.2	247	65.2

$X^2$  ตาราง = 133.26 DF=108  $\alpha$  =0.05

จากตารางที่ 60 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกไม่ชอบผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางชนิดต่างๆตามกลุ่มอายุ ดังนี้

กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี ไม่ชอบโลชั่นหลังโกนและครีมทำให้เคราอ่อนตัวมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ครีมทาเล็บ และน้ำมันใส่ผม ตามลำดับ

กลุ่มอายุต่ำกว่า 21-30 ปี ไม่ชอบครีมทาเล็บมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ยาบารุงป้องกันผมร่วง และน้ำมันใส่ผม ตามลำดับ

กลุ่มอายุต่ำกว่า 31-40 ปี ไม่ชอบครีมทาเล็บมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ครีมทาขอบดวงตา และครีมทำให้เคราอ่อนตัว ตามลำดับ

กลุ่มอายุต่ำกว่า 41-50 ปี ไม่ชอบครีมทาเล็บมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ครีมทาขอบดวงตา และครีมทำให้เคราอ่อนตัว ตามลำดับ

กลุ่มอายุต่ำกว่า 50 ปี ขึ้นไป ไม่ชอบครีมทาเล็บ และครีมทาขอบดวงตามากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ลิปสติกมันทาปาก ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า  $X^2$  จากการคำนวณ = 105.46 แสดงว่าความรู้สึกไม่ชอบที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางชนิดต่างๆของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความแตกต่างกันตามอายุ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 61 แสดงความรู้สึกไม่ชอบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางชนิดต่างๆ จำแนกตามรายได้

ชนิดผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน										รวม (n=379)	
	ต่ำกว่า 5,000 บาท (n=90)		5,001- 10,000บาท (n=114)		10,001- 15,000บาท (n=74)		15,001- 20,000บาท (n=56)		20,000บาท ขึ้นไป (n=45)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้ำหอม	32	35.6	40	35.1	18	24.3	20	35.7	17	37.8	127	33.5
2. โคลโลญ	28	31.1	51	44.7	27	36.5	30	53.6	24	53.3	160	42.2
3. แชมพูสระผม	6	6.7	-	-	-	-	-	-	-	-	6	1.6
4. ครีมนวดผม	21	23.3	24	21.1	13	17.6	3	5.4	7	15.6	68	17.9
5. เจลใส่ผม	52	57.8	71	62.3	38	51.4	31	55.4	32	71.1	224	59.1
6. น้ำมันใส่ผม	63	70.0	87	76.3	47	63.5	39	69.6	29	64.4	265	69.9
7. ยาบารุงป้องกันผมร่วง	59	65.6	79	69.3	50	67.6	39	69.6	29	64.4	256	67.5
8. ชาสีฟัน	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
9. น้ำยาดูแลปาก	25	27.8	31	27.2	23	31.1	17	30.4	11	24.4	107	28.2
10. สเปรย์ฟันคั่นกลิ่นปาก	45	50.0	60	52.6	38	51.4	33	58.9	30	66.7	206	54.4
11. แป้ง	2	2.2	3	2.6	1	1.4	-	-	1	2.2	7	1.8
12. ครีมอาบน้ำ	22	24.4	25	21.9	18	24.3	16	28.6	13	28.9	94	24.8
13. ยาระงับกลิ่นตัว	22	24.4	26	22.8	20	27.0	18	32.1	27	60.0	113	29.8
14. ผลิตภัณฑ์ใส่ระงับกลิ่นเท้า	51	56.7	63	55.3	43	58.1	36	64.3	33	73.3	226	59.6
15. ครีมโกนหนวด	47	52.2	65	57.0	37	50.0	29	51.8	20	44.4	198	52.2
16. โลชั่นหลังโกน	68	75.6	77	67.5	49	66.2	36	64.3	37	82.2	267	70.4
17. ครีมทำให้เคราอ่อนตัว	68	75.6	84	73.7	51	68.9	42	75.0	37	82.2	282	74.4
18. โลชั่นทาผิว	18	20.0	24	21.1	13	17.6	14	25.0	16	35.6	85	22.4
19. ครีมทาเล็บ	73	81.1	95	83.3	61	82.4	49	87.5	44	97.8	322	85.0
20. ครีมบำรุงผิวหน้า	27	30.0	37	32.5	27	36.5	25	44.6	24	53.3	140	36.9
21. ครีมทาขอบดวงตา	67	74.4	80	70.2	56	75.7	42	75.0	40	88.9	285	75.2
22. ครีมทาหน้าลดรอยเหี่ยวย่น	64	71.1	73	64.0	51	68.9	45	80.4	34	75.6	267	70.4
23. โฟมล้างหน้า	19	21.1	33	28.9	24	32.4	27	48.2	19	42.2	122	32.2
24. โลชั่นทามือ	51	56.7	64	56.1	40	54.1	36	64.3	34	75.6	225	59.4

ชนิดผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน										รวม (n=379)	
	ต่ำกว่า 5,000 บาท (n=90)		5,001- 10,000บาท (n=114)		10,001- 15,000บาท (n=74)		15,001- 20,000บาท (n=56)		20,000บาท ขึ้นไป (n=45)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
25. ลิบสติคมันทาปาก	49	54.4	53	46.5	37	50.0	34	60.7	34	75.6	207	54.6
26. ครีมหาทหน้าป้องกันแดด	37	41.1	46	40.4	32	43.2	27	48.2	25	55.6	167	44.1
27. ครีมหาลำตัวป้องกันแดด	53	58.9	60	52.6	40	54.1	30	53.6	28	62.2	211	55.7
28. โลชั่นทาหลังตากแดด	63	70.0	71	62.3	46	62.2	38	67.9	29	64.4	247	65.2

$X^2$  ตาราง = 133.26 DF=108  $\alpha$  =0.05

จากตารางที่ 61 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกไม่ชอบผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางชนิดต่างๆ ตามระดับรายได้ ดังนี้

รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ไม่ชอบครีมทาเล็บมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ โลชั่นหลังโกน และครีมทำให้เคราอ่อนตัว ตามลำดับ

รายได้ 5,001-10,000 บาท ไม่ชอบครีมทาเล็บมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ครีมทำให้เคราอ่อน และครีมทาขอบดวงตาตามลำดับ

รายได้ 10,001-15,000 บาท ไม่ชอบครีมทาเล็บมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ครีมทาขอบดวงตา และครีมทาหน้าลบรอยเหี่ยวย่น ตามลำดับ

รายได้ 15,001-20,000 บาท ไม่ชอบครีมทาเล็บมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ครีมทาหน้าลบรอยเหี่ยวย่น และครีมทำให้เคราอ่อนตัว ตามลำดับ

รายได้ 20,001 ขึ้นไป ไม่ชอบครีมทาเล็บมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ครีมทาขอบดวงตา และโลชั่นหลังโกน ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า  $X^2$  จากการคำนวณ = 78.43 แสดงว่าความรู้สึกไม่ชอบที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางชนิดต่างๆของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความแตกต่างกันตามรายได้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 62 แสดงความรู้สึกรู้สึกไม่ชอบของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางชนิดต่างๆ จำแนกตามระดับการศึกษา

ชนิดผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา						รวม (n=379)	
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี (n=85)		ปริญญาตรี (n=236)		สูงกว่า ปริญญาตรี (n=58)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้ำหอม	33	38.8	73	30.9	21	36.2	127	33.5
2. โคลโลญ	24	28.2	101	42.8	35	60.3	160	42.2
3. แชมพูสระผม	4	4.7	2	0.8	-	-	6	1.6
4. ครีมนวดผม	17	20.0	40	16.9	11	19.0	68	17.9
5. เจลใส่ผม	53	62.4	140	59.3	31	53.4	224	59.1
6. น้ำมันใส่ผม	60	70.6	167	70.8	38	65.5	265	69.9
7. ยารักษาป้องกันผมร่วง	57	67.1	162	68.6	37	63.8	256	67.5
8. ยาสีฟัน	-	-	-	-	-	-	0	0.0
9. น้ำยาดัดฟัน	17	20.0	68	28.8	22	37.9	107	28.2
10. สเปรย์พ่นดับกลิ่นปาก	47	55.3	120	50.8	39	67.2	206	54.4
11. สบู่	-	-	4	1.7	3	5.2	7	1.8
12. ครีมอาบน้ำ	26	30.6	56	23.7	12	20.7	94	24.8
13. ยาระงับกลิ่นตัว	24	28.2	65	27.5	24	41.4	113	29.8
14. ผลิตภัณฑ์ใส่ระงับกลิ่นเท้า	53	62.4	134	56.8	39	67.2	226	59.6
15. ครีมโกนหนวด	52	61.2	121	51.3	25	43.1	198	52.2
16. โลชั่นหลังโกน	64	75.3	162	68.6	41	70.7	267	70.4
17. ครีมทำให้เคราอ่อนตัว	64	75.3	174	73.7	44	75.9	282	74.4
18. โลชั่นทาผิว	26	30.6	43	18.2	16	27.6	85	22.4
19. ครีมทาเล็บ	78	91.8	191	80.9	53	91.4	322	85.0
20. ครีมบำรุงผิวหน้า	36	42.4	85	36.0	19	32.8	140	36.9
21. ครีมทาขอบดวงตา	72	84.7	167	70.8	46	79.3	285	75.2
22. ครีมทาหน้าลดรอยเหี่ยวย่น	67	78.8	162	68.6	38	65.5	267	70.4
23. โฟมล้างหน้า	26	30.6	79	33.5	17	29.3	122	32.2
24. โลชั่นทามือ	56	65.9	133	56.4	36	62.1	225	59.4

ชนิดผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา						รวม (n=379)	
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี (n=85)		ปริญญาตรี (n=236)		สูงกว่า ปริญญาตรี (n=58)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
25. ลิบสติคมันทาปาก	53	62.4	126	53.4	28	48.3	207	54.6
26. ครีมหาน้ำป้องกันแดด	46	54.1	97	41.1	24	41.4	167	44.1
27. ครีมหาลำตัวป้องกันแดด	61	71.8	120	50.8	30	51.7	211	55.7
28. โลชั่นทาหลังตากแดด	62	72.9	148	62.7	37	63.8	247	65.2

$X^2$  ตาราง = 72.15 DF=54  $\alpha$  = 0.05

จากตารางที่ 62 แสดงว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้สึกไม่ชอบผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางชนิดต่างๆ ตามระดับการศึกษา ดังนี้

ต่ำกว่าปริญญาตรี ไม่ชอบครีมทาเล็บมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ครีมหาทาขอบดวงตา และ ครีมหาน้ำลบรอยเหี่ยวย่น ตามลำดับ

ปริญญาตรี ไม่ชอบครีมทาเล็บมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ครีมทำให้เคราอ่อนตัว และน้ำมันไล่ผม ตามลำดับ

สูงกว่าปริญญาตรี ไม่ชอบครีมทาเล็บมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ครีมหาทาขอบดวงตา และครีมทำให้เคราอ่อนตัว ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า  $X^2$  จากการคำนวณ = 43.04 แสดงว่าความรู้สึกไม่ชอบที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางชนิดต่างๆของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความแตกต่างกันตามระดับการศึกษา ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

### 3.3 ความแตกต่างกันของความตั้งใจที่จะใช้เครื่องสำอางชนิดต่างๆในอนาคอย่างแน่นอนจำแนกตามอายุ รายได้ และการศึกษา

ตารางที่ 63 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่จะใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางชนิดต่างๆในอนาคอย่างแน่นอนจำแนกตามอายุ

ชนิดผลิตภัณฑ์	อายุ										รวม (n=379)	
	ต่ำกว่า20ปี (n=53)		21-30 ปี (n=90)		31-40ปี (n=102)		41-50ปี (n=92)		51 ปีขึ้นไป (n=42)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้ำหอม	19	35.8	33	36.7	50	49.0	34	37.0	15	35.7	151	39.8
2. โคลโลญ	27	50.9	31	34.4	40	39.2	23	25.0	13	31.0	134	35.4
3. แชมพูสระผม	46	86.8	87	96.7	92	90.2	86	93.5	42	100	353	93.1
4. ครีมนวดผม	39	73.6	67	74.4	72	70.6	57	62.0	33	78.6	268	70.7
5. เจลใส่ผม	18	34.0	33	36.7	31	30.4	30	32.6	11	26.2	123	32.5
6. น้ำมันใส่ผม	11	20.8	16	17.8	21	20.6	23	25.0	12	28.6	83	21.9
7. ยาบารุงป้องกันผมร่วง	8	15.1	8	8.9	19	18.6	17	18.5	11	26.2	63	16.6
8. ยาสีฟัน	48	90.6	88	97.8	97	95.1	86	93.5	41	97.6	360	95.0
9. น้ำยาขี้วนปาก	27	50.9	44	48.9	54	52.9	42	45.7	24	57.1	191	50.4
10. สเปรย์พ่นดับกลิ่นปาก	13	24.5	19	21.1	25	24.5	14	15.2	8	19.0	79	20.8
11. สบู่	50	94.3	83	92.2	98	96.1	85	92.4	40	95.2	356	93.9
12. ครีมหาหน้า	40	75.5	60	66.7	59	57.8	43	46.7	22	52.4	224	59.1
13. ขาระงับกลิ่นตัว	34	64.2	56	62.2	70	68.6	43	46.7	11	26.2	214	56.5
14. ผลิตภัณฑ์ใส่ระงับกลิ่นเท้า	10	18.9	16	17.8	17	16.7	12	13.0	2	4.8	57	15.0
15. ครีม โคนหนวด	15	28.3	36	40.0	30	29.4	30	32.6	16	38.1	127	33.5
16. โลชั่นหลังโกน	7	13.2	16	17.8	17	16.7	16	17.4	6	14.3	62	16.4
17. ครีมทำให้เคราอ่อนตัว	5	9.4	11	12.2	11	10.8	11	12.0	3	7.1	41	10.8
18. โลชั่นทาผิว	39	73.6	55	61.1	64	62.7	48	52.2	16	38.1	222	58.6
19. ครีมทาลิป	4	7.5	7	7.8	8	7.8	6	6.5	1	2.4	26	6.9
20. ครีมบำรุงผิวหน้า	31	58.5	46	51.1	51	50.0	40	43.5	10	23.8	178	47.0
21. ครีมทาขอบดวงตา	10	18.9	13	14.4	14	13.7	6	6.5	1	2.4	44	11.6



ชนิดผลิตภัณฑ์	อายุ										รวม (n=379)	
	ต่ำกว่า20ปี (n=53)		21-30 ปี (n=90)		31-40ปี (n=102)		41-50ปี (n=92)		51 ปีขึ้นไป (n=42)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
22. ครีมทาหน้าลดรอยเหี่ยวย่น	10	18.9	18	20.0	17	16.7	10	10.9	4	9.5	59	15.6
23. โฟมล้างหน้า	32	60.4	63	70.0	56	54.9	41	44.6	11	26.2	203	53.6
24. โลชั่นทาผิว	14	26.4	24	26.7	21	20.6	21	22.8	4	9.5	84	22.2
25. ลิบสติคมันทาปาก	27	50.9	40	44.4	37	36.3	25	27.2	3	7.1	132	34.8
26. ครีมทาหน้าป้องกันแดด	27	50.9	42	46.7	34	33.3	26	28.3	7	16.7	136	35.9
27. ครีมทาลำตัวป้องกันแดด	22	41.5	29	32.2	21	20.6	16	17.4	4	9.5	92	24.3
28. โลชั่นทาหลังตากแดด	12	22.6	11	12.2	14	13.7	8	8.7	3	7.1	48	12.7

$X^2$  ตาราง = 133.26 DF=108  $\alpha$  =0.05

จากตารางที่ 63 แสดงว่าในทุกกลุ่มอายุ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุด คิดว่าจะใช้ในอนาคตอย่างแน่นอน สามลำดับแรกคือ ชาลีฟิน สบู่ และแชมพูสระผม

ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า  $X^2$  จากการคำนวณ = 112.72 แสดงว่าความคิดที่จะใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางชนิดต่างๆ ในอนาคตอย่างแน่นอนของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความแตกต่างกันตามอายุ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 64 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่จะใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางชนิดต่างๆ  
ในขนาดตัวอย่างแน่นอนจำแนกตามรายได้

ชนิดผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน										รวม (n=379)	
	ต่ำกว่า 5,000 บาท (n=90)		5,001- 10,000บาท (n=114)		10,001- 15,000บาท (n=74)		15,001- 20,000บาท (n=56)		20,000บาท ขึ้นไป (n=45)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้ำหอม	30	33.3	43	37.7	31	41.9	24	42.9	23	51.1	151	39.8
2. โคลโลญ	42	46.7	40	35.1	19	25.7	17	30.4	16	35.6	134	35.4
3. แชมพูสระผม	80	88.9	106	93.0	68	91.9	55	98.2	44	97.8	353	93.1
4. ครีมนวดผม	63	70.0	75	65.8	52	70.3	45	80.4	33	73.3	268	70.7
5. เจลไต้ผม	31	34.4	31	27.2	28	37.8	24	42.9	9	20.0	123	32.5
6. น้ำมันไต้ผม	18	20.0	21	18.4	15	20.3	15	26.8	14	31.1	83	21.9
7. ยาบ่ารุงป้องกันผมร่วง	14	15.6	14	12.3	10	13.5	12	21.4	13	28.9	63	16.6
8. ยาสีฟัน	83	92.2	109	95.6	69	93.2	54	96.4	45	100	360	95.0
9. น้ำยาบ้วนปาก	44	48.9	56	49.1	37	50.0	29	51.8	25	55.6	191	50.4
10. สเปรย์พ่นดับกลิ่นปาก	23	25.6	21	18.4	16	21.6	12	21.4	7	15.6	79	20.8
11. สบู่	83	92.2	106	93.0	69	93.2	54	96.4	44	97.8	356	93.9
12. ครีมอาบน้ำ	56	62.2	72	63.2	44	59.5	27	48.2	25	55.6	224	59.1
13. ยาระงับกลิ่นตัว	52	57.8	70	61.4	44	59.5	33	58.9	15	33.3	214	56.5
14. ผลิตภัณฑ์ใส่ระงับกลิ่นเท้า	18	20.0	15	13.2	12	16.2	7	12.5	5	11.1	57	15.0
15. ครีมโกนหนวด	30	33.3	33	28.9	25	33.8	21	37.5	18	40.0	127	33.5
16. โลชั่นหลังโกน	13	14.4	16	14.0	15	20.3	13	23.2	5	11.1	62	16.4
17. ครีมทำให้เคราอ่อนตัว	10	11.1	10	8.8	9	12.2	10	17.9	2	4.4	41	10.8
18. โลชั่นทาผิว	55	61.1	74	64.9	43	58.1	27	48.2	23	51.1	222	58.6
19. ครีมทาเล็บ	8	8.9	8	7.0	6	8.1	4	7.1		0.0	26	6.9
20. ครีมบำรุงผิวหน้า	46	51.1	61	53.5	34	45.9	19	33.9	18	40.0	178	47.0
21. ครีมทาขอบดวงตา	12	13.3	16	14.0	7	9.5	7	12.5	2	4.4	44	11.6
22. ครีมทาหน้าลดรอยเหี่ยวย่น	17	18.9	22	19.3	10	13.5	5	8.9	5	11.1	59	15.6
23. โฟมล้างหน้า	54	60.0	70	61.4	41	55.4	17	30.4	21	46.7	203	53.6
24. โลชั่นทามือ	20	22.2	29	25.4	17	23.0	11	19.6	7	15.6	84	22.2

ชนิดผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน										รวม (n=379)	
	ต่ำกว่า 5,000 บาท (n=90)		5,001- 10,000บาท (n=114)		10,001- 15,000บาท (n=74)		15,001- 20,000บาท (n=56)		20,000บาท ขึ้นไป (n=45)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
25. ลิบสติคมันทาปาก	31	34.4	47	41.2	32	43.2	15	26.8	7	15.6	132	34.8
26. ครีมหาทหน้าป้องกันแดด	40	44.4	49	43.0	24	32.4	16	28.6	7	15.6	136	35.9
27. ครีมหาท่าตัวป้องกันแดด	25	27.8	36	31.6	17	23.0	12	21.4	2	4.4	92	24.3
28. โลชั่นทาหลังตากแดด	14	15.6	17	14.9	10	13.5	6	10.7	1	2.2	48	12.7

$X^2$  ตาราง = 133.26 DF=108  $\alpha$  =0.05

จากตารางที่ 64 แสดงว่าในทุกระดับรายได้ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุด คิดว่าจะใช้ในอนาคคอย่างแน่นอน สามลำดับแรกคือ ยาสีฟัน สบู่ และแชมพูสระผม

ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า  $X^2$  จากการคำนวณ = 104.98 ความคิดที่จะใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางชนิดต่างๆในอนาคตอย่างแน่นอนของผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่มีความแตกต่างกันตามรายได้ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 65 แสดงความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่จะใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางชนิดต่างๆ  
 ในอนาคตอย่างแน่นอนจําแนกตามระดับการศึกษา

ชนิดผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา						รวม (n=379)	
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี (n=85)		ปริญญาตรี (n=236)		สูงกว่า ปริญญาตรี (n=58)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้ำหอม	32	37.6	92	39.0	27	46.6	151	39.8
2. โคลโลญ	46	54.1	75	31.8	13	22.4	134	35.4
3. แชมพูสระผม	76	89.4	219	92.8	58	100.0	353	93.1
4. ครีมนวดผม	58	68.2	167	70.8	43	74.1	268	70.7
5. เจลใส่ผม	26	30.6	74	31.4	23	39.7	123	32.5
6. น้ำมันใส่ผม	20	23.5	45	19.1	18	31.0	83	21.9
7. ยาบํารุงป้องกันผมร่วง	14	16.5	34	14.4	15	25.9	63	16.6
8. ยาสีฟัน	81	95.3	221	93.6	58	100.0	360	95.0
9. น้ำยาบ้วนปาก	48	56.5	116	49.2	27	46.6	191	50.4
10. สเปรย์พ่นดับกลิ่นปาก	19	22.4	53	22.5	7	12.1	79	20.8
11. สบู่	83	97.6	218	92.4	55	94.8	356	93.9
12. ครีมอาบน้ำ	49	57.6	135	57.2	40	69.0	224	59.1
13. ยาระงับกลิ่นตัว	46	54.1	139	58.9	29	50.0	214	56.5
14. ผลิตภัณฑ์ใส่ระงับกลิ่นเท้า	14	16.5	34	14.4	9	15.5	57	15.0
15. ครีมโกนหนวด	25	29.4	78	33.1	24	41.4	127	33.5
16. โลชั่นหลังโกน	10	11.8	45	19.1	7	12.1	62	16.4
17. ครีมทำให้เคราอ่อนตัว	9	10.6	27	11.4	5	8.6	41	10.8
18. โลชั่นทาผิว	43	50.6	146	61.9	33	56.9	222	58.6
19. ครีมทาเล็บ	3	3.5	20	8.5	3	5.2	26	6.9
20. ครีมบํารุงผิวหน้า	34	40.0	111	47.0	33	56.9	178	47.0
21. ครีมทาขอบดวงตา	7	8.2	30	12.7	7	12.1	44	11.6
22. ครีมทาหน้าลดรอยเหี่ยวย่น	8	9.4	40	16.9	11	19.0	59	15.6
23. โฟมล้างหน้า	46	54.1	125	53.0	32	55.2	203	53.6
24. โลชั่นทามือ	13	15.3	60	25.4	11	19.0	84	22.2

ชนิดผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา						รวม (n=379)	
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี (n=85)		ปริญญาตรี (n=236)		สูงกว่า ปริญญาตรี (n=58)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
25. ลิบสติคมันทาปาก	22	25.9	88	37.3	22	37.9	132	34.8
26. ครีมทาหน้าป้องกันแดด	25	29.4	89	37.7	22	37.9	136	35.9
27. ครีมทาลำตัวป้องกันแดด	13	15.3	64	27.1	15	25.9	92	24.3
28. โลชั่นทาหลังตากแดด	11	12.9	30	12.7	7	12.1	48	12.7

$X^2$  ตาราง = 72.15 DF=54  $\alpha$  =0.05

จากตารางที่ 65 แสดงว่าในทุกระดับการศึกษาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุด คิดว่าจะใช้ในอนาคตอย่างแน่นอน สามลำดับแรกคือ ยาสีฟัน สบู่ และแชมพูสระผม

ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า  $X^2$  จากการคำนวณ = 53.62 ความคิดที่จะใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางชนิดต่างๆในอนาคตอย่างแน่นอนของผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่มีความแตกต่างกันตามระดับการศึกษา ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

### 3.4 ความแตกต่างกันของพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางชนิดต่างๆจำแนกตามอายุ รายได้ และการศึกษา

ตารางที่ 66 แสดงพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางชนิดต่างๆเป็นประจำของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ชนิดผลิตภัณฑ์	อายุ										รวม (n=379)	
	ต่ำกว่า20ปี (n=53)		21-30ปี (n=90)		31-40ปี (n=102)		41-50ปี (n=92)		51ปีขึ้นไป (n=42)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้ำหอม	9	17.0	20	22.2	32	31.4	28	30.4	12	28.6	101	26.6
2. โคลโลญ	20	37.7	24	26.7	22	21.6	19	20.7	8	19.0	93	24.5
3. แชมพูสระผม	51	96.2	87	96.7	100	98.0	90	97.8	42	100	370	97.6
4. ครีมนวดผม	37	69.8	62	68.9	60	58.8	53	57.6	22	52.4	234	61.7
5. เจลใส่ผม	10	18.9	23	25.6	19	18.6	17	18.5	5	11.9	74	19.5
6. น้ำมันใส่ผม	8	15.1	12	13.3	10	9.8	11	12.0	7	16.7	48	12.7
7. ยาบ่ารุงป้องกันผมร่วง	1	1.9	3	3.3	6	5.9	4	4.3	5	11.9	19	5.0
8. ยาสีฟัน	51	96.2	90	100	102	100	92	100	42	100	377	99.5
9. น้ำยาล้างปาก	25	47.2	29	32.2	35	34.3	18	19.6	13	31.0	120	31.7
10. สเปรย์พ่นดับกลิ่นปาก	7	13.2	4	4.4	11	10.8	5	5.4	5	11.9	32	8.4
11. สบู่	47	88.7	75	83.3	91	89.2	86	93.5	41	97.6	340	89.7
12. ครีมอาบน้ำ	28	52.8	41	45.6	41	40.2	25	27.2	11	26.2	146	38.5
13. ขาระงับกลิ่นตัว	22	41.5	43	47.8	58	56.9	34	37.0	9	21.4	166	43.8
14. ผลิตภัณฑ์ใส่ระงับกลิ่นเท้า	-	-	3	3.3	9	8.8	2	2.2	1	2.4	15	4.0
15. ครีมโกนหนวด	11	20.8	25	27.8	19	18.6	20	21.7	10	23.8	85	22.4
16. โลชั่นหลังโกน	4	7.5	6	6.7	7	6.9	5	5.4	2	4.8	24	6.3
17. ครีมทำให้เคราอ่อนตัว	2	3.8	2	2.2	3	2.9	1	1.1	1	2.4	9	2.4
18. โลชั่นทาผิว	26	49.1	55	61.1	49	48.0	44	47.8	10	23.8	184	48.5
19. ครีมทาเล็บ	4	7.5	-	-	2	2.0	2	2.2	-	-	8	2.1
20. ครีมบำรุงผิวหน้า	26	49.1	48	53.3	42	41.2	30	32.6	9	21.4	155	40.9
21. ครีมทาขอบดวงตา	3	5.7	3	3.3	10	9.8	1	1.1	1	2.4	18	4.7
22. ครีมทาหน้าบรุษเหี่ยวขุ่น	2	3.8	1	1.1	10	9.8	3	3.3	2	4.8	18	4.7
23. โฟมล้างหน้า	36	67.9	61	67.8	47	46.1	37	40.2	10	23.8	191	50.4

ชนิดผลิตภัณฑ์	อายุ										รวม (n=379)	
	ต่ำกว่า20ปี (n=53)		21-30 ปี (n=90)		31-40ปี (n=102)		41-50ปี (n=92)		51 ปีขึ้นไป (n=42)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
24. โลชั่นทามือ	7	13.2	11	12.2	12	11.8	7	7.6	2	4.8	39	10.3
25. ลิบสติคมันทาปาก	20	37.7	33	36.7	28	27.5	17	18.5	-	-	98	25.9
26. ครีมทาหน้าป้องกันแดด	17	32.1	26	28.9	18	17.6	15	16.3	3	7.1	79	20.8
27. ครีมทาลำตัวป้องกันแดด	13	24.5	11	12.2	12	11.8	10	10.9	1	2.4	47	12.4
28. โลชั่นทาหลังตากแดด	4	7.5	5	5.6	5	4.9	4	4.3	1	2.4	19	5.0

$X^2$  ตาราง = 133.26 DF=108  $\alpha$  =0.05

จากตารางที่ 66 แสดงว่าในกลุ่มอายุ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุด มีพฤติกรรมใช้เป็นประจำ ตามลำดับแรกคือ ยาสีฟัน สบู่ และแชมพูสระผม

ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า  $X^2$  จากการคำนวณ = 145.33 แสดงว่าพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางชนิดต่างๆเป็นประจำของผู้ตอบแบบสอบถามมีความแตกต่างกันตามอายุ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี มีพฤติกรรมใช้เครื่องสำอางชนิดต่างๆเป็นประจำมากที่สุด รองลงมาได้แก่ อายุ41-50ปี อายุต่ำกว่า20ปี อายุ21-30 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไป ตามลำดับ

ตารางที่ 67 แสดงพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางชนิดต่างๆเป็นประจำของผู้ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามรายได้

ชนิดผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน										รวม (n=379)	
	ต่ำกว่า 5,000 บาท (n=90)		5,001- 10,000บาท (n=114)		10,001- 15,000บาท (n=74)		15,001- 20,000บาท (n=56)		20,000บาท ขึ้นไป (n=45)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้ำหอม	15	16.7	27	23.7	26	35.1	19	33.9	14	31.1	101	26.6
2. โคลโลญ	32	35.6	31	27.2	16	21.6	7	12.5	7	15.6	93	24.5
3. แชมพูสระผม	86	95.6	110	96.5	74	100	55	98.2	45	100	370	97.6
4. ครีมนวดผม	58	64.4	64	56.1	46	62.2	38	67.9	28	62.2	234	61.7
5. เจลใส่ผม	12	13.3	20	17.5	20	27.0	16	28.6	6	13.3	74	19.5
6. น้ำมันใส่ผม	13	14.4	12	10.5	5	6.8	8	14.3	10	22.2	48	12.7
7. ยารักษาป้องกันผมร่วง	3	3.3	4	3.5	1	1.4	6	10.7	5	11.1	19	5.0
8. ยาสีฟัน	88	97.8	114	100	74	100	56	100	45	100	377	99.5
9. น้ำยารักษาฟัน	39	43.3	31	27.2	18	24.3	16	28.6	16	35.6	120	31.7
10. แปรงฟันค้ำก้นปาก	9	10.0	11	9.6	3	4.1	5	8.9	4	8.9	32	8.4
11. สบู่	83	92.2	95	83.3	67	90.5	53	94.6	42	93.3	340	89.7
12. ครีมอาบน้ำ	36	40.0	47	41.2	27	36.5	21	37.5	15	33.3	146	38.5
13. ยาระงับกลิ่นตัว	35	38.9	52	45.6	38	51.4	29	51.8	12	26.7	166	43.8
14. ผลิตภัณฑ์ใส่ระงับกลิ่นเท้า	1	1.1	4	3.5	7	9.5	2	3.6	1	2.2	15	4.0
15. ครีม โคนหนวด	19	21.1	21	18.4	18	24.3	12	21.4	15	33.3	85	22.4
16. โลชั่นหลังโกน	4	4.4	8	7.0	6	8.1	1	1.8	5	11.1	24	6.3
17. ครีมทำให้เคราอ่อนตัว	4	4.4	1	0.9	3	4.1	1	1.8	-	-	9	2.4
18. โลชั่นทาผิว	38	42.2	68	59.6	46	62.2	21	37.5	11	24.4	184	48.5
19. ครีมทาเล็บ	4	4.4	1	0.9	2	2.7	1	1.8	-	-	8	2.1
20. ครีมบำรุงผิวหน้า	37	41.1	57	50.0	31	41.9	19	33.9	11	24.4	155	40.9
21. ครีมทาขอบดวงตา	6	6.7	6	5.3	2	2.7	4	7.1	-	-	18	4.7
22. ครีมทาหน้าลดรอยเหี่ยวย่น	4	4.4	5	4.4	5	6.8	2	3.6	2	4.4	18	4.7
23. โฟมล้างหน้า	52	57.8	65	57.0	36	48.6	16	28.6	22	48.9	191	50.4
24. โลชั่นทามือ	9	10.0	17	14.9	6	8.1	6	10.7	1	2.2	39	10.3



ชนิดผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน										รวม (n=379)	
	ต่ำกว่า 5,000 บาท (n=90)		5,001- 10,000บาท (n=114)		10,001- 15,000บาท (n=74)		15,001- 20,000บาท (n=56)		20,000บาท ขึ้นไป (n=45)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
25. ลิบสติคมันทปาก	23	25.6	38	33.3	25	33.8	8	14.3	4	8.9	98	25.9
26. ครีมหาทหน้าป้องกันแดด	20	22.2	28	24.6	18	24.3	11	19.6	2	4.4	79	20.8
27. ครีมหาลำตัวป้องกันแดด	13	14.4	12	10.5	13	17.6	8	14.3	1	2.2	47	12.4
28. โลชั่นทาหลังตากแดด	6	6.7	4	3.5	5	6.8	4	7.1	-	-	19	5.0

$X^2$  ตาราง = 133.26 DF=108  $\alpha$  =0.05

จากตารางที่ 67 แสดงว่าในทุกระดับรายได้ ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุด มีพฤติกรรมใช้เป็นประจำ สามลำดับแรกคือ ยาสีฟัน สบู่ และแชมพูสระผม

ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า  $X^2$  จากถารคำนวณ = 145.25 แสดงว่าพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางชนิดต่างๆเป็นประจำของผู้ตอบแบบสอบถามมีความแตกต่างกันตามระดับรายได้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท มีพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางชนิดต่างๆเป็นประจำมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ผู้มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000บาท และผู้มีรายได้ต่อเดือน 20,000บาทขึ้นไป ตามลำดับ

ตารางที่ 68 แสดงพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางชนิดต่างๆเป็นประจำของผู้ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามระดับการศึกษา

ชนิดผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา						รวม (n=379)	
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี (n=85)		ปริญญาตรี (n=236)		สูงกว่า ปริญญาตรี (n=58)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้ำหอม	19	22.4	64	27.1	18	31.0	101	26.6
2. โคลโลญ	29	34.1	54	22.9	10	17.2	93	24.5
3. แชมพูสระผม	83	97.6	229	97.0	58	100.0	370	97.6
4. ครีมนวดผม	44	51.8	149	63.1	41	70.7	234	61.7
5. เจลใส่ผม	8	9.4	47	19.9	19	32.8	74	19.5
6. น้ำมันใส่ผม	8	9.4	30	12.7	10	17.2	48	12.7
7. ยารักษาป้องกันผมร่วง	2	2.4	13	5.5	4	6.9	19	5.0
8. ยาสีฟัน	84	98.8	235	99.6	58	100.0	377	99.5
9. น้ำยาบ้วนปาก	29	34.1	72	30.5	19	32.8	120	31.7
10. สเปรย์พ่นดับกลิ่นปาก	8	9.4	20	8.5	4	6.9	32	8.4
11. สบู่	80	94.1	211	89.4	49	84.5	340	89.7
12. ครีมอาบน้ำ	26	30.6	95	40.3	25	43.1	146	38.5
13. ยาระงับกลิ่นตัว	27	31.8	113	47.9	26	44.8	166	43.8
14. ผลิตภัณฑ์ใส่ระงับกลิ่นเท้า	2	2.4	10	4.2	3	5.2	15	4.0
15. ครีมโกนหนวด	14	16.5	50	21.2	21	36.2	85	22.4
16. โลชั่นหลังโกน	4	4.7	17	7.2	3	5.2	24	6.3
17. ครีมทำให้เคราอ่อนตัว	1	1.2	6	2.5	2	3.4	9	2.4
18. โลชั่นทาผิว	27	31.8	131	55.5	26	44.8	184	48.5
19. ครีมทาเล็บ	3	3.5	5	2.1	-	-	8	2.1
20. ครีมบำรุงผิวหน้า	26	30.6	104	44.1	25	43.1	155	40.9
21. ครีมทาขอบดวงตา	6	7.1	10	4.2	2	3.4	18	4.7
22. ครีมทาหน้าลดรอยเหี่ยวย่น	6	7.1	10	4.2	2	3.4	18	4.7
23. โฟมล้างหน้า	35	41.2	129	54.7	27	46.6	191	50.4
24. โลชั่นทามือ	11	12.9	24	10.2	4	6.9	39	10.3

ชนิดผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา						รวม (n=379)	
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี (n=85)		ปริญญาตรี (n=236)		สูงกว่า ปริญญาตรี (n=58)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
25. ลิบสติคมันทาปาก	17	20.0	68	28.8	13	22.4	98	25.9
26. ครีมทาหน้าป้องกันแดด	9	10.6	57	24.2	13	22.4	79	20.8
27. ครีมทาลำตัวป้องกันแดด	6	7.1	35	14.8	6	10.3	47	12.4
28. โลชั่นทาหลังตากแดด	6	7.1	11	4.7	2	3.4	19	5.0

$X^2$  ตาราง = 72.15 DF=54  $\alpha$ =0.05

จากตารางที่ 68 แสดงว่าในทุกุระดับการศึกษา ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุด มีพฤติกรรมใช้เป็นประจำ สามลำดับแรก คือ ยาสีฟัน สบู่ และแชมพูสระผม

ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า  $X^2$  จากการคำนวณ = 58.22 แสดงว่าพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางชนิดต่างๆเป็นประจำของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความแตกต่างกันตามระดับการศึกษา ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 69 แสดงพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางชนิดต่าง ๆ นาน ๆ ครั้งของผู้ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามอายุ

ชนิดผลิตภัณฑ์	อายุ										รวม (n=379)	
	ต่ำกว่า 20 ปี (n=53)		21-30 ปี (n=90)		31-40 ปี (n=102)		41-50 ปี (n=92)		51 ปีขึ้นไป (n=42)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้ำหอม	20	37.7	27	30.0	32	31.4	23	25.0	15	35.7	117	30.9
2. โคลโลญ	13	24.5	19	21.1	31	30.4	14	15.2	6	14.3	83	21.9
3. แชมพูสระผม	2	3.8	3	3.3	2	2.0	1	1.1	-	-	8	2.1
4. ครีมนวดผม	9	17.0	17	18.9	29	28.4	18	19.6	8	19.0	81	21.4
5. เจลใส่ผม	18	34.0	19	21.1	29	28.4	19	20.7	13	31.0	98	25.9
6. น้ำมันใส่ผม	12	22.6	12	13.3	21	20.6	24	26.1	12	28.6	81	21.4
7. ขาบารุงป้องกันผมร่วง	10	18.9	14	15.6	13	12.7	24	26.1	11	26.2	72	19.0
8. ยาสีฟัน	1	1.9	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.3
9. น้ำยาบ้วนปาก	10	18.9	23	25.6	25	24.5	21	22.8	9	21.4	88	23.2
10. สเปรย์พ่นดับกลิ่นปาก	8	15.1	16	17.8	20	19.6	19	20.7	10	23.8	73	19.3
11. สบู่	5	9.4	8	8.9	9	8.8	4	4.3	1	2.4	27	7.1
12. ครีมหาบน้ำ	13	24.5	23	25.6	23	22.5	24	26.1	9	21.4	92	24.3
13. ยาระงับกลิ่นตัว	10	18.9	12	13.3	8	7.8	6	6.5	4	9.5	40	10.6
14. ผลิตภัณฑ์ใส่ระงับกลิ่นเท้า	10	18.9	12	13.3	13	12.7	9	9.8	3	7.1	47	12.4
15. ครีมนวดหน้า	3	5.7	8	8.9	15	14.7	14	15.2	9	21.4	49	12.9
16. โลชั่นหลังโกน	5	9.4	13	14.4	10	9.8	9	9.8	5	11.9	42	11.1
17. ครีมทำให้เคราอ่อนตัว	5	9.4	11	12.2	11	10.8	9	9.8	3	7.1	39	10.3
18. โลชั่นทาผิว	9	17.0	20	22.2	25	24.5	16	17.4	17	40.5	87	23.0
19. ครีมทาเล็บ	6	11.3	7	7.8	8	7.8	7	7.6	1	2.4	29	7.7
20. ครีมบำรุงผิวหน้า	8	15.1	12	13.3	11	10.8	12	13.0	4	9.5	47	12.4
21. ครีมทาขอบคิ้ว	5	9.4	9	10.0	9	8.8	5	5.4	2	4.8	30	7.9
22. ครีมทาหน้าลดรอยเหี่ยวย่น	5	9.4	10	11.1	7	6.9	4	4.3	1	2.4	27	7.1
23. โฟมล้างหน้า	7	13.2	8	8.9	7	6.9	8	8.7	2	4.8	32	8.4
24. โลชั่นทามือ	7	13.2	7	7.8	15	14.7	11	12.0	2	4.8	42	11.1

ชนิดผลิตภัณฑ์	อายุ										รวม (n=379)	
	ต่ำกว่า20ปี (n=53)		21-30 ปี (n=90)		31-40ปี (n=102)		41-50ปี (n=92)		51 ปีขึ้นไป (n=42)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
25. ลิขสติกมันทาปาก	8	15.1	18	20.0	18	17.6	25	27.2	7	16.7	76	20.1
26. ครีมทาหน้าป้องกันแดด	8	15.1	15	16.7	21	20.6	14	15.2	6	14.3	64	16.9
27. ครีมทาตัวป้องกันแดด	8	15.1	17	18.9	17	16.7	11	12.0	3	7.1	56	14.8
28. โลชั่นทาหลังตากแดด	7	13.2	6	6.7	11	10.8	11	12.0	2	4.8	37	9.8

$X^2$  ตาราง = 133.26 DF=108  $\alpha$  =0.05

จากตารางที่ 69 แสดงว่าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุด มีพฤติกรรมใช้นานๆครั้ง แบ่งตามกลุ่มอายุได้ดังนี้

กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี เครื่องสำอางที่มีพฤติกรรมใช้นานๆครั้งมากที่สุด ได้แก่ น้ำหอม รองลงมา ได้แก่ เจลใส่ผม และครีมอาบน้ำ ตามลำดับ

กลุ่มอายุต่ำกว่า 21-30 ปี เครื่องสำอางที่มีพฤติกรรมใช้นานๆครั้งมากที่สุด ได้แก่ น้ำหอม รองลงมา ได้แก่ น้ำยาล้างปาก และครีมอาบน้ำ ตามลำดับ

กลุ่มอายุต่ำกว่า 31-40 ปี เครื่องสำอางที่มีพฤติกรรมใช้นานๆครั้งมากที่สุด ได้แก่ น้ำหอม รองลงมา ได้แก่ โคลโลญ และครีมนวดผม ตามลำดับ

กลุ่มอายุต่ำกว่า 41-50 ปี เครื่องสำอางที่มีพฤติกรรมใช้นานๆครั้งมากที่สุด ได้แก่ ลิขสติกมันทาปาก รองลงมา ได้แก่ ครีมอาบน้ำ, น้ำมันใส่ผม และครีมบำรุงป้องกันผมร่วง ตามลำดับ

กลุ่มอายุต่ำกว่า 50 ปี ขึ้นไป เครื่องสำอางที่มีพฤติกรรมใช้นานๆครั้งมากที่สุด ได้แก่ โลชั่นทาผิว รองลงมา ได้แก่ น้ำหอม และเจลใส่ผม ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า  $X^2$  จากการคำนวณ = 92.81 แสดงว่าพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางชนิดต่าง ๆ นานๆครั้งของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความแตกต่างกันตามอายุ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 70 แสดงพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางชนิดต่าง ๆ นาน ๆ ครั้งของผู้ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามรายได้

ชนิดผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน										รวม (n=379)	
	ต่ำกว่า 5,000 บาท (n=90)		5,001- 10,000บาท (n=114)		10,001- 15,000บาท (n=74)		15,001- 20,000บาท (n=56)		20,000บาท ขึ้นไป (n=45)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้ำหอม	29	32.2	34	29.8	25	33.8	13	23.2	16	35.6	117	30.9
2. โคลโลญ	20	22.2	23	20.2	19	25.7	13	23.2	8	17.8	83	21.9
3. แชมพูสระผม	4	4.4	3	2.6	-	-	1	1.8	-	-	8	2.1
4. ครีมนวดผม	17	18.9	31	27.2	17	23.0	9	16.1	7	15.6	81	21.4
5. เจลใส่ผม	28	31.1	26	22.8	21	28.4	10	17.9	13	28.9	98	25.9
6. น้ำมันใส่ผม	17	18.9	24	21.1	19	25.7	10	17.9	11	24.4	81	21.4
7. ขาบำรุงป้องกันผมร่วง	16	17.8	18	15.8	13	17.6	14	25.0	11	24.4	72	19.0
8. ชาลีฟิน	1	1.1	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.3
9. น้ำยารักษาปาก	17	18.9	26	22.8	20	27.0	19	33.9	6	13.3	88	23.2
10. สเปรย์ฟันคั่นกลิ่นปาก	17	18.9	13	11.4	18	24.3	15	26.8	10	22.2	73	19.3
11. สบู่	7	7.8	9	7.9	6	8.1	3	5.4	2	4.4	27	7.1
12. ครีมอาบน้ำ	24	26.7	27	23.7	15	20.3	16	28.6	10	22.2	92	24.3
13. ยาระงับกลิ่นตัว	16	17.8	11	9.6	8	10.8	3	5.4	2	4.4	40	10.6
14. ผลิตภัณฑ์ใส่ระงับกลิ่นเท้า	17	18.9	10	8.8	8	10.8	7	12.5	5	11.1	47	12.4
15. ครีมโกนหนวด	11	12.2	10	8.8	10	13.5	9	16.1	9	20.0	49	12.9
16. โลชั่นหลังโกน	10	11.1	14	12.3	5	6.8	9	16.1	4	8.9	42	11.1
17. ครีมทำให้เคราอ่อนตัว	8	8.9	14	12.3	6	8.1	6	10.7	5	11.1	39	10.3
18. โลชั่นทาผิว	21	23.3	23	20.2	11	14.9	16	28.6	16	35.6	87	23.0
19. ครีมทาเล็บ	10	11.1	10	8.8	2	2.7	5	8.9	2	4.4	29	7.7
20. ครีมบำรุงผิวหน้า	12	13.3	14	12.3	11	14.9	3	5.4	7	15.6	47	12.4
21. ครีมทาขอบดวงตา	8	8.9	12	10.5	3	4.1	6	10.7	1	2.2	30	7.9
22. ครีมทาหน้าลดรอยเหี่ยวย่น	8	8.9	12	10.5	2	2.7	4	7.1	1	2.2	27	7.1
23. โฟมล้างหน้า	10	11.1	9	7.9	7	9.5	5	8.9	1	2.2	32	8.4
24. โลชั่นทามือ	12	13.3	10	8.8	10	13.5	8	14.3	2	4.4	42	11.1

ชนิดผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน										รวม (n=379)	
	ต่ำกว่า 5,000 บาท (n=90)		5,001- 10,000บาท (n=114)		10,001- 15,000บาท (n=74)		15,001- 20,000บาท (n=56)		20,000บาท ขึ้นไป (n=45)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
25. ลิบสติคมันทาปาก	14	15.6	26	22.8	14	18.9	16	28.6	6	13.3	76	20.1
26. ครีมทาหน้าป้องกันแดด	16	17.8	18	15.8	10	13.5	11	19.6	9	20.0	64	16.9
27. ครีมทาลำตัวป้องกันแดด	15	16.7	17	14.9	10	13.5	9	16.1	5	11.1	56	14.8
28. โลชั่นทาหลังตากแดด	10	11.1	9	7.9	5	6.8	9	16.1	4	8.9	37	9.8

$X^2$  ตาราง = 133.26 DF=108  $\alpha$  =0.05

จากตารางที่ 70 แสดงว่าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีพฤติกรรมใช้นานๆครั้ง แบ่งตามระดับรายได้ ดังนี้

รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท เครื่องสำอางที่มีพฤติกรรมใช้นานๆครั้งมากที่สุด ได้แก่ น้ำหอม รองลงมา ได้แก่ เจลใส่ผม และครีมอาบน้ำ ตามลำดับ

รายได้ 5,001-10,000 บาท เครื่องสำอางที่มีพฤติกรรมใช้นานๆครั้งมากที่สุด ได้แก่ น้ำหอม รองลงมา ได้แก่ ครีมนวดผม และครีมอาบน้ำ ตามลำดับ

รายได้ 10,001-15,000 บาท เครื่องสำอางที่มีพฤติกรรมใช้นานๆครั้งมากที่สุด ได้แก่ น้ำหอม รองลงมา ได้แก่ เจลใส่ผม และน้ำยาบ้วนปาก ตามลำดับ

รายได้ 15,001-20,000 บาท เครื่องสำอางที่มีพฤติกรรมใช้นานๆครั้งมากที่สุด ได้แก่ น้ำยาบ้วนปาก รองลงมา ได้แก่ ลิบสติคมันทาปาก ครีมอาบน้ำ และโลชั่นทาผิว และสปรอยพ่นดับกลิ่นปาก ตามลำดับ

รายได้ 20,001 ขึ้นไป เครื่องสำอางที่มีพฤติกรรมใช้นานๆครั้งมากที่สุด ได้แก่ น้ำหอม และโลชั่นทาผิว รองลงมา ได้แก่ เจลใส่ผม และน้ำมันใส่ผม และยาบำรุงป้องกันผมร่วง ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า  $X^2$  จากการคำนวณ = 92.60 แสดงว่าพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางชนิดต่าง ๆ นานๆครั้งของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความแตกต่างกันตามรายได้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 71 แสดงพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางชนิดต่าง ๆ นาน ๆ ครั้งของผู้ตอบแบบสอบถาม  
จำแนกตามระดับการศึกษา

ชนิดผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา						รวม (n=379)	
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี (n=85)		ปริญญาตรี (n=236)		สูงกว่า ปริญญาตรี (n=58)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้ำหอม	27	31.8	70	29.7	20	34.5	117	30.9
2. โกลโลยู	18	21.2	50	21.2	15	25.9	83	21.9
3. แชมพูสระผม	1	1.2	7	3.0	-	-	8	2.1
4. ครีมนวดผม	24	28.2	49	20.8	8	13.8	81	21.4
5. เจลใส่ผม	30	35.3	58	24.6	10	17.2	98	25.9
6. น้ำมันใส่ผม	17	20.0	51	21.6	13	22.4	81	21.4
7. ยาบารุงป้องกันผมร่วง	15	17.6	39	16.5	18	31.0	72	19.0
8. ยาสีฟัน	-	-	1	0.4	-	-	1	0.3
9. น้ำยาบ้วนปาก	13	15.3	62	26.3	13	22.4	88	23.2
10. สเปรย์ฟันค้ำกั้นปาก	15	17.6	43	18.2	15	25.9	73	19.3
11. สบู่	2	2.4	19	8.1	6	10.3	27	7.1
12. ครีมอาบน้ำ	20	23.5	61	25.8	11	19.0	92	24.3
13. ยาระงับกลิ่นตัว	13	15.3	24	10.2	3	5.2	40	10.6
14. ผลิตภัณฑ์ใส่ระงับกลิ่นเท้า	11	12.9	27	11.4	9	15.5	47	12.4
15. ครีม โคนหนวด	7	8.2	35	14.8	7	12.1	49	12.9
16. โลชั่นหลัง โคน	6	7.1	27	11.4	9	15.5	42	11.1
17. ครีมทำให้เคราอ่อนตัว	7	8.2	25	10.6	7	12.1	39	10.3
18. โลชั่นทาผิว	23	27.1	44	18.6	20	34.5	87	23.0
19. ครีมทาเล็บ	4	4.7	19	8.1	6	10.3	29	7.7
20. ครีมบำรุงผิวหน้า	9	10.6	24	10.2	14	24.1	47	12.4
21. ครีมทาขอบดวงตา	3	3.5	20	8.5	7	12.1	30	7.9
22. ครีมทาหน้าลดรอยเหี่ยวย่น	2	2.4	16	6.8	9	15.5	27	7.1
23. โฟมล้างหน้า	6	7.1	20	8.5	6	10.3	32	8.4
24. โลชั่นทามือ	4	4.7	30	12.7	8	13.8	42	11.1



ชนิดผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา						รวม (n=379)	
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี (n=85)		ปริญญาตรี (n=236)		สูงกว่า ปริญญาตรี (n=58)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
25. ลิบสติกันทาปาก	13	15.3	46	19.5	17	29.3	76	20.1
26. ครีมทาหน้าป้องกันแดด	12	14.1	39	16.5	13	22.4	64	16.9
27. ครีมทาลำตัวป้องกันแดด	9	10.6	33	14.0	14	24.1	56	14.8
28. โลชั่นทาหลังตากแดด	8	9.4	18	7.6	11	19.0	37	9.8

$X^2$  ตาราง = 72.15 DF=54  $\alpha$  = 0.05

จากตารางที่ 71 แสดงว่าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุด มีพฤติกรรมใช้นานๆครั้ง แบ่งตามระดับการศึกษาได้ดังนี้

ต่ำกว่าปริญญาตรี เครื่องสำอางที่มีพฤติกรรมใช้นานๆครั้งมากที่สุด ได้แก่ เจลใส่ผม รองลงมา ได้แก่ น้ำหอม และครีมนวดผม ตามลำดับ

ปริญญาตรี เครื่องสำอางที่มีพฤติกรรมใช้นานๆครั้งมากที่สุด ได้แก่ น้ำหอม รองลงมา ได้แก่ น้ำยารักษาปาก และครีมอาบน้ำ ตามลำดับ

สูงกว่าปริญญาตรี เครื่องสำอางที่มีพฤติกรรมใช้นานๆครั้งมากที่สุด ได้แก่ น้ำหอม และ โลชั่นทาผิว รองลงมา ได้แก่ ยารักษาป้องกันผมร่วง และลิบสติกันทาปาก ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า  $X^2$  จากการคำนวณ = 80.43 แสดงว่าพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางชนิดต่าง ๆ นานๆครั้งของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความแตกต่างกันตามระดับการศึกษา ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 72 แสดงพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางชนิดต่างๆของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

ชนิดผลิตภัณฑ์	อายุ										รวม (n=379)	
	ต่ำกว่า20ปี (n=53)		21-30 ปี (n=90)		31-40ปี (n=102)		41-50ปี (n=92)		51 ปีขึ้นไป (n=42)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้ำหอม	24	45.3	43	47.8	38	37.3	41	44.6	15	35.7	161	42.5
2. โคลโลญ	20	37.7	47	52.2	49	48.0	59	64.1	28	66.7	203	53.6
3. แชมพูสระผม	-	-	-	-	-	-	1	1.1	-	-	1	0.3
4. ครีมนวดผม	7	13.2	11	12.2	13	12.7	21	22.8	12	28.6	64	16.9
5. เจลใส่ผม	25	47.2	48	53.3	54	52.9	56	60.9	24	57.1	207	54.6
6. น้ำมันใส่ผม	33	62.3	66	73.3	71	69.6	57	62.0	23	54.8	250	66.0
7. ยาบ่ารุงป้องกันผมร่วง	42	79.2	73	81.1	83	81.4	64	69.6	26	61.9	288	76.0
8. ยาสีฟัน	1	1.9	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.3
9. น้ำยาขี้วนปาก	18	34.0	38	42.2	42	41.2	53	57.6	20	47.6	171	45.1
10. สเปรย์ฟันทับกลิ่นปาก	38	71.7	70	77.8	71	69.6	68	73.9	26	61.9	273	72.0
11. สบู่	1	1.9	7	7.8	2	2.0	2	2.2	-	-	12	3.2
12. ครีมอบาน้ำ	12	22.6	26	28.9	38	37.3	43	46.7	22	52.4	141	37.2
13. ยาระงับกลิ่นตัว	21	39.6	35	38.9	36	35.3	52	56.5	29	69.0	173	45.6
14. ผลิตภัณฑ์ใส่ระงับกลิ่นเท้า	43	81.1	75	83.3	80	78.4	81	88.0	38	90.5	317	83.6
15. ครีมนอนหวด	39	73.6	57	63.3	68	66.7	58	63.0	23	54.8	245	64.6
16. โลชั่นหลังโกน	44	83.0	71	78.9	85	83.3	78	84.8	35	83.3	313	82.6
17. ครีมทำให้เคราอ่อนตัว	46	86.8	77	85.6	88	86.3	82	89.1	38	90.5	331	87.3
18. โลชั่นทาผิว	18	34.0	15	16.7	28	27.5	32	34.8	15	35.7	108	28.5
19. ครีมทาเล็บ	43	81.1	83	92.2	92	90.2	83	90.2	41	97.6	342	90.2
20. ครีบบำรุงผิวหน้า	19	35.8	30	33.3	49	48.0	50	54.3	29	69.0	177	46.7
21. ครีมทาขอบดวงตา	45	84.9	78	86.7	83	81.4	86	93.5	39	92.9	331	87.3
22. ครีมหาหน้าลบรอยเหี่ยวย่น	46	86.8	79	87.8	85	83.3	85	92.4	39	92.9	334	88.1
23. โฟมล้างหน้า	10	18.9	21	23.3	48	47.1	47	51.1	30	71.4	156	41.2
24. โลชั่นทามือ	39	73.6	72	80.0	75	73.5	74	80.4	38	90.5	298	78.6

ชนิดผลิตภัณฑ์	อายุ										รวม (n=379)	
	ต่ำกว่า20ปี (n=53)		21-30 ปี (n=90)		31-40ปี (n=102)		41-50ปี (n=92)		51 ปีขึ้นไป (n=42)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
25. ลิปสติกมันทาปาก	25	47.2	39	43.3	56	54.9	50	54.3	35	83.3	205	54.1
26. ครีมทาหน้าป้องกันแดด	28	52.8	49	54.4	63	61.8	63	68.5	33	78.6	236	62.3
27. ครีมทาลำตัวป้องกันแดด	32	60.4	62	68.9	73	71.6	71	77.2	38	90.5	276	72.8
28. โลชั่นทาหลังตากแดด	42	79.2	79	87.8	86	84.3	77	83.7	39	92.9	323	85.2

$X^2$  ตาราง = 133.26 DF=108  $\alpha$  =0.05

จากตารางที่ 72 แสดงว่าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีพฤติกรรมไม่ใช้เลยสามารถแบ่งตามกลุ่มอายุ ได้ดังนี้

กลุ่มอายุต่ำกว่า 20 ปี เครื่องสำอางที่มีพฤติกรรมไม่ใช้เลยมากที่สุด ได้แก่ ครีมทาหน้า ลบรอยเหี่ยวย่น และครีมทำให้เคราอ่อนตัว รองลงมาได้แก่ ครีมทาขอบดวงตา และโลชั่นหลังโกน ตามลำดับ

กลุ่มอายุต่ำกว่า 21-30 ปี เครื่องสำอางที่มีพฤติกรรมไม่ใช้เลยมากที่สุด ได้แก่ ครีมทา เล็บ รองลงมาได้แก่ โลชั่นทาหลังแดด และครีมทาหน้าลบรอยเหี่ยวย่น ตามลำดับ

กลุ่มอายุต่ำกว่า 31-40 ปี เครื่องสำอางที่มีพฤติกรรมไม่ใช้เลยมากที่สุด ได้แก่ ครีมทา เล็บรองลงมาได้แก่ ครีมทำให้เคราอ่อนตัว และ โลชั่นทาหลังแดด ตามลำดับ

กลุ่มอายุต่ำกว่า 41-50 ปี เครื่องสำอางที่มีพฤติกรรมไม่ใช้เลยมากที่สุด ได้แก่ ครีมทา ขอบดวงตา รองลงมาได้แก่ ครีมทาหน้าลบรอยเหี่ยวย่น และครีมทาเล็บ ตามลำดับ

กลุ่มอายุต่ำกว่า 50 ปี ขึ้นไป เครื่องสำอางที่มีพฤติกรรมไม่ใช้เลยมากที่สุด ได้แก่ ครีมทาเล็บ รองลงมา ได้แก่ โลชั่นทาหลังแดด ครีมทาหน้าลบรอยเหี่ยวย่น และครีมทาขอบดวงตา ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า  $X^2$  จากการคำนวณ = 107.57 แสดงว่าพฤติกรรมการไม่ใช้ เครื่องสำอางชนิดต่างๆของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความแตกต่างกันตามอายุ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 73 แสดงพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางชนิดต่างๆของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้

ชนิดผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน										รวม (n=379)	
	ต่ำกว่า 5,000 บาท (n=90)		5,001- 10,000บาท (n=114)		10,001- 15,000บาท (n=74)		15,001- 20,000บาท (n=56)		20,000บาท ขึ้นไป (n=45)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้ำหอม	46	51.1	53	46.5	23	31.1	24	42.9	15	33.3	161	42.5
2. โคลโลญ	38	42.2	60	52.6	39	52.7	36	64.3	30	66.7	203	53.6
3. แชมพูสระผม	-	-	1	0.9	-	-	-	-	-	-	1	0.3
4. ครีมนวดผม	15	16.7	19	16.7	11	14.9	9	16.1	10	22.2	64	16.9
5. เจลใส่ผม	50	55.6	68	59.6	33	44.6	30	53.6	26	57.8	207	54.6
6. น้ำมันใส่ผม	60	66.7	78	68.4	50	67.6	38	67.9	24	53.3	250	66.0
7. ขาบำรุงป้องกันผมร่วง	71	78.9	92	80.7	60	81.1	36	64.3	29	64.4	288	76.0
8. ยาสีฟัน	1	1.1	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0.3
9. น้ำยาบ้วนปาก	34	37.8	57	50.0	36	48.6	21	37.5	23	51.1	171	45.1
10. สเปรย์พ่นดับกลิ่นปาก	64	71.1	90	78.9	53	71.6	36	64.3	30	66.7	273	72.0
11. สบู่	-	-	10	8.8	1	1.4	-	-	1	2.2	12	3.2
12. ครีมอาบน้ำ	30	33.3	40	35.1	32	43.2	19	33.9	20	44.4	141	37.2
13. ยาระงับกลิ่นตัว	39	43.3	51	44.7	28	37.8	24	42.9	31	68.9	173	45.6
14. ผลิตภัณฑ์ใส่ระงับกลิ่นเท้า	72	80.0	100	87.7	59	79.7	47	83.9	39	86.7	317	83.6
15. ครีมโกนหนวด	60	66.7	83	72.8	46	62.2	35	62.5	21	46.7	245	64.6
16. โลชั่นหลังโกน	76	84.4	92	80.7	63	85.1	46	82.1	36	80.0	313	82.6
17. ครีมทำให้เคราอ่อนตัว	78	86.7	99	86.8	65	87.8	49	87.5	40	88.9	331	87.3
18. โลชั่นทาผิว	31	34.4	23	20.2	17	23.0	19	33.9	18	40.0	108	28.5
19. ครีมทาเล็บ	76	84.4	103	90.4	70	94.6	50	89.3	43	95.6	342	90.2
20. ครีมบำรุงผิวหน้า	41	45.6	43	37.7	32	43.2	34	60.7	27	60.0	177	46.7
21. ครีมทาขอบคางคาง	76	84.4	96	84.2	69	93.2	46	82.1	44	97.8	331	87.3
22. ครีมทาหน้าลดรอยเหี่ยวย่น	78	86.7	97	85.1	67	90.5	50	89.3	42	93.3	334	88.1
23. โฟมล้างหน้า	28	31.1	40	35.1	31	41.9	35	62.5	22	48.9	156	41.2
24. โลชั่นทามือ	69	76.7	87	76.3	58	78.4	42	75.0	42	93.3	298	78.6

ชนิดผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน										รวม (n=379)	
	ต่ำกว่า 5,000 บาท (n=90)		5,001- 10,000บาท (n=114)		10,001- 15,000บาท (n=74)		15,001- 20,000บาท (n=56)		20,000บาท ขึ้นไป (n=45)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
25. ลิบสติมมันทาปาก	53	58.9	50	43.9	35	47.3	32	57.1	35	77.8	205	54.1
26. ครีมหาน้ำป้องกันแดด	54	60.0	68	59.6	46	62.2	34	60.7	34	75.6	236	62.3
27. ครีมหาลำตัวป้องกันแดด	62	68.9	85	74.6	51	68.9	39	69.6	39	86.7	276	72.8
28. โลชั่นทาหลังตากแดด	74	82.2	101	88.6	64	86.5	43	76.8	41	91.1	323	85.2

$X^2$  ตาราง = 133.26 DF=108  $\alpha$  =0.05

จากตารางที่ 73 แสดงว่าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีพฤติกรรมไม่ใช้เลย สามารถแบ่งตามระดับรายได้ ได้ดังนี้

รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท เครื่องสำอางที่มีพฤติกรรมไม่ใช้เลยมากที่สุด ได้แก่ ครีมหาน้ำลบรอยเหี่ยวย่น และครีมทำให้เคราอ่อนตัว รองลงมา ได้แก่ ครีมหาทบดวงตา ครีมหาเล็บ และ โลชั่นหลังโกน ตามลำดับ

รายได้ 5,001-10,000 บาท เครื่องสำอางที่มีพฤติกรรมไม่ใช้เลยมากที่สุด ได้แก่ ครีมหาเล็บ รองลงมาได้แก่ โลชั่นทาหลังแดด และผลิตภัณฑ์ใส่ระงับกลิ่นเท้า ตามลำดับ

รายได้ 10,001-15,000 บาท เครื่องสำอางที่มีพฤติกรรมไม่ใช้เลยมากที่สุด ได้แก่ ครีมหาเล็บ รองลงมาได้แก่ ครีมหาทบดวงตาและผลิตภัณฑ์ใส่ระงับกลิ่นเท้า ตามลำดับ

รายได้ 15,001-20,000 บาท เครื่องสำอางที่มีพฤติกรรมไม่ใช้เลยมากที่สุด ได้แก่ ครีมหาเล็บ และครีมหาน้ำลบรอยเหี่ยวย่น รองลงมาได้แก่ ครีมทำให้เคราอ่อนตัว และผลิตภัณฑ์ใส่ระงับกลิ่นเท้า ตามลำดับ

รายได้ 20,001 ขึ้นไป เครื่องสำอางที่มีพฤติกรรมไม่ใช้เลยมากที่สุด ได้แก่ ครีมหาทบดวงตา รองลงมาได้แก่ ครีมหาเล็บ โลชั่นทาผิว และครีมหาน้ำลบรอยเหี่ยวย่น ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า  $X^2$  จากการคำนวณ = 88.79 แสดงว่าพฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางชนิดต่างๆของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความแตกต่างกันตามรายได้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 74 แสดงพฤติกรรมการไม่ใช้เครื่องสำอางชนิดต่างๆของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ชนิดผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา						รวม (n=379)	
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี (n=85)		ปริญญาตรี (n=236)		สูงกว่า ปริญญาตรี (n=58)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. น้ำหอม	39	45.9	102	43.2	20	34.5	161	42.5
2. โกลโลยู	38	44.7	132	55.9	33	56.9	203	53.6
3. แชมพูสระผม	1	1.2	-	-	-	-	1	0.3
4. ครีมนวดผม	17	20.0	38	16.1	9	15.5	64	16.9
5. เจลใส่ผม	47	55.3	131	55.5	29	50.0	207	54.6
6. น้ำมันใส่ผม	60	70.6	155	65.7	35	60.3	250	66.0
7. ยาบารุงป้องกันผมร่วง	68	80.0	184	78.0	36	62.1	288	76.0
8. ยาสีฟัน	1	1.2	-	-	-	-	1	0.3
9. น้ำยาขี้ผึ้งปาก	43	50.6	102	43.2	26	44.8	171	45.1
10. สเปรย์พ่นดับกลิ่นปาก	62	72.9	173	73.3	38	65.5	273	72.0
11. สบู่	3	3.5	6	2.5	3	5.2	12	3.2
12. ครีมอาบน้ำ	39	45.9	80	33.9	22	37.9	141	37.2
13. ยาระงับกลิ่นตัว	45	52.9	99	41.9	29	50.0	173	45.6
14. ผลิตภัณฑ์ใส่ระงับกลิ่นเท้า	72	84.7	199	84.3	46	79.3	317	83.6
15. ครีมโกนหนวด	64	75.3	151	64.0	30	51.7	245	64.6
16. โลชั่นหลังโกน	75	88.2	192	81.4	46	79.3	313	82.6
17. ครีมทำให้เคราอ่อนตัว	77	90.6	205	86.9	49	84.5	331	87.3
18. โลชั่นทาผิว	35	41.2	61	25.8	12	20.7	108	28.5
19. ครีมทาเล็บ	78	91.8	212	89.8	52	89.7	342	90.2
20. ครีมบำรุงผิวหน้า	50	58.8	108	45.8	19	32.8	177	46.7
21. ครีมทาขอบดวงตา	76	89.4	206	87.3	49	84.5	331	87.3
22. ครีมทาทาหน้าลดรอยเหี่ยวย่น	77	90.6	210	89.0	47	81.0	334	88.1
23. โฟมล้างหน้า	44	51.8	87	36.9	25	43.1	156	41.2
24. โลชั่นทามือ	70	82.4	182	77.1	46	79.3	298	78.6

ชนิดผลิตภัณฑ์	ระดับการศึกษา						รวม (n=379)	
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี (n=85)		ปริญญาตรี (n=236)		สูงกว่า ปริญญาตรี (n=58)			
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
25. ลิบสติกันทาปาก	55	64.7	122	51.7	28	48.3	205	54.1
26. ครีมทาหน้าป้องกันแดด	64	75.3	140	59.3	32	55.2	236	62.3
27. ครีมทาลำตัวป้องกันแดด	70	82.4	168	71.2	38	65.5	276	72.8
28. โลชั่นทาหลังตากแดด	71	83.5	207	87.7	45	77.6	323	85.2

$X^2$  ตาราง = 72.15 DF=54  $\alpha$  = 0.05

จากตารางที่ 74 แสดงว่าผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีพฤติกรรมไม่ใช้เลย สามารถแบ่งตามระดับการศึกษา ได้ดังนี้

ต่ำกว่าปริญญาตรี เครื่องสำอางที่มีพฤติกรรมไม่ใช้เลยมากที่สุด ได้แก่ ครีมทาเล็บ รองลงมา ได้แก่ ครีมทาหน้าลดรอยเหี่ยวย่น ครีมทำให้เคราอ่อนตัว และครีมทาขอบดวงตา ตามลำดับ

ปริญญาตรี เครื่องสำอางที่มีพฤติกรรมไม่ใช้เลยมากที่สุด ได้แก่ ครีมทาเล็บ รองลงมา ได้แก่ ครีมทาหน้าลดรอยเหี่ยวย่น และ โลชั่นทาหลังตากแดด ตามลำดับ

สูงกว่าปริญญาตรี เครื่องสำอางที่มีพฤติกรรมไม่ใช้เลยมากที่สุด ได้แก่ ครีมทาเล็บ รองลงมา ได้แก่ ครีมทาขอบดวงตา ครีมทำให้เคราอ่อนตัว และครีมทาหน้าลดรอยเหี่ยวย่น ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า  $X^2$  จากการคำนวณ = 26.89 แสดงว่าพฤติกรรมการไม่ใช้เครื่องสำอางชนิดต่างๆของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความแตกต่างกันตามระดับการศึกษา ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ตารางที่ 75 ตารางแสดงสรุปผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของความรู้สึกรู้สึกชอบ พฤติกรรมการใช้ และความตั้งใจที่จะใช้เครื่องสำอางชนิดต่างๆ

ประเภท	อายุ	รายได้	การศึกษา
1. ความรู้สึกชอบ	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
2. ความรู้สึกไม่ชอบ	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
3. ความตั้งใจที่จะใช้ในอนาคตอย่างแน่นอน	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
4. พฤติกรรมการใช้เป็นประจำ	แตกต่าง	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
5. พฤติกรรมการใช้นานๆครั้ง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง
6. พฤติกรรมไม่ใช้เลย	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง

จากตารางที่ 75 แสดงว่าส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถาม จะมีความรู้สึกชอบ พฤติกรรมการใช้ และความตั้งใจที่จะใช้เครื่องสำอางชนิดต่างๆ ไม่แตกต่างกันตามอายุ รายได้ และการศึกษา จะมีความคิดเห็นแตกต่างกันในบางส่วน รายละเอียด ดังต่อไปนี้

พฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางชนิดต่างๆเป็นประจำของผู้ตอบแบบสอบถามมีความแตกต่างกันตามอายุ โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี มีพฤติกรรมาใช้เครื่องสำอางชนิดต่างๆเป็นประจำมากที่สุด รองลงมาได้แก่ อายุ41-50ปี อายุต่ำกว่า20ปี อายุ21-30 ปี และอายุ 51 ปี ขึ้นไปตามลำดับ

พฤติกรรมการใช้เครื่องสำอางชนิดต่างๆเป็นประจำของผู้ตอบแบบสอบถามมีความแตกต่างกันตามระดับรายได้ โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท มีพฤติกรรมาใช้เครื่องสำอางชนิดต่างๆเป็นประจำมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ผู้มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000บาท ผู้มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000บาท และผู้มีรายได้ต่อเดือน 20,000บาทขึ้นไป ตามลำดับ