

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การค้นคว้าอิสระเรื่อง ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร
ธนบุรีในการซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลี ได้ทำการเก็บข้อมูลจำนวน 300 ชุด และนำ
ข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ และแปลผลข้อมูลออกเป็น 5 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตารางที่ 4.1 - 4.6)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์
บำรุงผิวหน้า (ตารางที่ 4.7 - 4.17)

ส่วนที่ 3 ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ในกรุงเทพมหานครฝั่ง
ธนบุรีในการซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า
(ตารางที่ 4.18 - 4.22)

ส่วนที่ 4 ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ในกรุงเทพมหานครฝั่ง
ธนบุรีในการซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า จำแนกตามเพศ
อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาที่ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์
บำรุงผิวหน้า (ตารางที่ 4.23 - 4.38)

ส่วนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

4.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	100	33.33
หญิง	200	66.67
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 และเป็นเพศชาย จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	201	67.00
สมรส	83	27.67
หม้าย	12	4.00
หย่าร้าง	4	1.33
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพ โสด จำนวน 201 คนคิดเป็นร้อยละ 67.00 รองลงมาได้แก่ สมรส จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 27.67 หม้าย จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 และหย่าร้าง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	52	17.34
21-35 ปี	195	65.00
36 - 50 ปี	46	15.33
50 ปี ขึ้นไป	7	2.33
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-35 ปี มากที่สุด จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 รองลงมาได้แก่ มีอายุไม่เกิน 20 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 17.34 มีอายุระหว่าง 36-50 ปี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 15.33 และมีอายุ 50 ปี ขึ้นไปจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช	62	20.67
อนุปริญญา หรือ ปวส	33	11.00
ปริญญาตรี	168	56.00
สูงกว่าปริญญาตรี	37	12.33
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมาได้แก่ มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช คิดเป็นร้อยละ 20.67 อนุปริญญา หรือ ปวส คิดเป็นร้อยละ 11.00 และสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 12.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	70	23.33
ธุรกิจส่วนตัว	44	14.67
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	128	42.67
พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง	58	19.33
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 42.67 รองลงมา ได้แก่ นักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 23.33 พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 19.33 และธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 14.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	105	35.00
15,001 - 30,000 บาท	142	47.33
30,001 - 45,000 บาท	21	7.00
45,001 - 60,000 บาท	20	6.67
60,001 ขึ้นไป	12	4.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มียอดรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 30,000 บาท จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 47.33 รองลงมาคือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 45,000 บาท จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 45,001 - 60,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 ขึ้นไป จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

4.2 ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรู้จัก และ รับรู้ข่าวสารเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า

แหล่งที่ทำให้รู้จักและรับรู้ข่าวสารเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า	จำนวน	ร้อยละ
นิตยสาร/วารสาร	213	71.00
ใบปลิว/แผ่นพับ	84	28.00
เคาน์เตอร์จำหน่าย	140	46.67
หนังสือพิมพ์	25	8.33
อินเทอร์เน็ต	165	55.00
การบอกกล่าวของคนรู้จัก	198	66.00
วิทยุ/โทรทัศน์	50	16.67
อื่นๆ	13	4.33

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 300 ราย

อื่นๆ ได้แก่ ศิลปินจากเกาหลี

จากตารางที่ 4.7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแหล่งที่ทำให้รู้จักและรับรู้ข่าวสารเครื่องสำอางจากนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า จากนิตยสาร/วารสาร จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 71.00 รองลงมาได้แก่ จากการบอกกล่าวของคนรู้จัก จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 66.00 อินเทอร์เน็ต จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 เคาน์เตอร์จำหน่าย จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 46.67 ใบปลิว/แผ่นพับ จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 วิทยุ/โทรทัศน์ จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 หนังสือพิมพ์ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 อื่นๆ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้เครื่องสำอางนำเข้าจาก ประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า

การใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภท ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า	จำนวน	ร้อยละ
ครีมบำรุงกลางวัน	114	38.00
ครีมบำรุงกลางคืน	27	9.00
ทั้งสองอย่าง	159	53.00
รวม	300	100.0

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจาก ประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าทั้งครีมบำรุงกลางวันและกลางคืนจำนวน 159 คน คิด เป็นร้อยละ 53.00 รองลงมา ใช้เฉพาะครีมบำรุงกลางวัน จำนวน 114 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.00 และใช้เฉพาะ ครีมบำรุงกลางคืน จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้เครื่องสำอาง นำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า

ระยะเวลาที่ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลี ประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 6 เดือน	94	31.34
6 เดือน - 1 ปี	76	25.33
1 - 2 ปี	45	15.00
2 ปีขึ้นไป	85	28.33
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจาก ประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ใช้น้อยกว่า 6 เดือน จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 31.34 รองลงมา คือ ใช้ 2 ปีขึ้นไป จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 28.33 และ ใช้ 1 - 2 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่ทำให้เลือกใช้ เครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า

เหตุผลที่ทำให้เลือกใช้เครื่องสำอางนำเข้าจาก ประเทศ เกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า	จำนวน	ร้อยละ
ต้องการให้ใบหน้าดูอ่อนเยาว์ / ลดริ้วรอย	167	55.67
ตามกระแสนิยม	102	34.00
มีส่วนผสมจากธรรมชาติ	96	32.00
บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม	55	18.33
ไม่ก่อให้เกิดการระคายเคือง	44	14.67
ต้องการให้ใบหน้าขาวเนียนใส	102	34.00
มีความปลอดภัย ไม่มีสารส่วนผสมที่เป็นอันตรายต่อผิวหน้า	60	20.00
อื่นๆ	13	4.33

หมายเหตุ : เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 300 คน
อื่นๆ ได้แก่ เหมาะกับผิวหน้า

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกเหตุผลที่ทำให้เลือกใช้ เครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า คือ ต้องการให้ใบหน้าดูอ่อนเยาว์ / ลดริ้วรอย จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 55.67 รองลงมา คือ ตามกระแสนิยม และ ต้องการให้ใบหน้าขาวเนียนใส จำนวน 102 คน เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 34.00 มีส่วนผสมจากธรรมชาติ จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 มีความปลอดภัย ไม่มีสารส่วนผสมที่เป็นอันตรายต่อผิวหน้า จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 18.33 ไม่ก่อให้เกิดการระคายเคือง จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 14.67 และอื่นๆ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามยี่ห้อเครื่องสำอางนำเข้าจาก ประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าที่ใช้ปัจจุบัน

ยี่ห้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภท ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าที่ใช้ปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
ETUDE HOUSE	225	75.00
SKIN FOOD	179	59.67
THE FACE SHOP	101	33.67
MISSHA	30	10.00
LANEIGE	62	20.67
TONY MOLY	44	14.67
KOJI	0	0.00
ROJUKISS	37	12.33
LOTREE	103	34.33
KAMART	15	5.00
อื่นๆ	1	0.33

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 300 ราย

อื่นๆ ได้แก่ Sulwasou

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ยี่ห้อเครื่องสำอางนำเข้าจาก ประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า คือ ยี่ห้อ ETUDE HOUSE จำนวน 225 คน คิดเป็น ร้อยละ 75.00 รองลงมา คือ ใช้ยี่ห้อ SKIN FOOD จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 59.67 ใช้ยี่ห้อ LOTREE จำนวน 103คน คิดเป็นร้อยละ 34.33 ใช้ยี่ห้อ THE FACE SHOP จำนวน 101 คน คิดเป็น ร้อยละ 33.67 ใช้ยี่ห้อ LANEIGE จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 20.67 ใช้ยี่ห้อ TONY MOLY จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 14.67 ใช้ยี่ห้อ ROJUKISS จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 12.33 . ใช้ยี่ห้อ MISSHA จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ใช้ยี่ห้อ KAMART จำนวน 15 คน คิดเป็น ร้อยละ 5.00 อื่นๆ (ใช้ยี่ห้อ SULWASU) 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งที่ซื้อเครื่องสำอาง

แหล่งที่ซื้อเครื่องสำอาง	จำนวน	ร้อยละ
เคาน์เตอร์ในห้างสรรพสินค้า หรือร้านสาขาในห้างสรรพสินค้า	213	71.00
ร้านค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีทั่วไป	56	18.67
ฝากเพื่อนหรือคนรู้จักซื้อมาจากเกาหลีโดยตรง	155	51.67
สั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต	54	18.00
คิวตี้ฟรี (ร้านค้าปลอดภาษี)	27	9.00

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากจำนวน 300 ราย

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า คือ ซื้อจากเคาน์เตอร์ในห้างสรรพสินค้า หรือร้านสาขาในห้างสรรพสินค้า จำนวน 213 ราย คิดเป็นร้อยละ 71.00 รองลงมาคือ ฝากเพื่อนหรือคนรู้จักซื้อมาจากเกาหลีโดยตรง จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 51.67 ซื้อจากร้านค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีทั่วไป จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 18.67 สั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 และซื้อจากคิวตี้ฟรี (ร้านค้าปลอดภาษี) จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม การซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหนังจากประเทศเกาหลีครั้งต่อไป จะเลือกยี่ห้อเดิมหรือไม่

การซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหนังจากประเทศเกาหลีครั้งต่อไป จะเลือกยี่ห้อเดิมหรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อผลิตภัณฑ์ยี่ห้อเดิม	86	28.67
ลองใช้ยี่ห้ออื่น	138	46.00
ไม่แน่ใจ	76	25.33
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะลองใช้ยี่ห้ออื่น จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมา คือ ซื้อผลิตภัณฑ์ยี่ห้อเดิม จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 28.67 และ ไม่แน่ใจ จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหนังโดยเฉลี่ย

ความถี่ในการซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหนังโดยเฉลี่ย	จำนวน	ร้อยละ
มากกว่าเดือนละครึ่ง	28	9.33
เดือนละครึ่ง	19	6.33
สองเดือนต่อครึ่ง	86	28.68
สามเดือนต่อครึ่ง	100	33.33
มากกว่าสามเดือนต่อครึ่ง	66	22.00
อื่น ๆ	1	0.33
รวม	300	100.00

หมายเหตุ: อื่นๆ ไม่แน่นอน จำนวน 1 คน

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าโดยเฉลี่ย คือ ซื้อสามเดือนต่อครั้ง จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาคือ ซื้อสองเดือนต่อครั้ง จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ซื้อ มากกว่าสามเดือนต่อครั้ง จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 ซื้อมากกว่าเดือนละครึ่ง จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 9.33 ซื้อเดือนละครึ่ง จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 6.33 และอื่นๆ (ไม่แน่นอน) จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามมูลค่าการซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

มูลค่าการซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 1,000 บาท	65	21.67
1,001-2,000 บาท	90	30.00
2,001-3,000 บาท	72	24.00
4,001-5,000 บาท	30	10.00
5,001 บาท ขึ้นไป	43	14.33
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า โดยซื้อเฉลี่ยต่อครั้งคือ 1,001 - 2,000 บาท จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ ซื้อเฉลี่ยต่อครั้ง 2,001 - 3,000 บาท จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 ซื้อเฉลี่ยต่อครั้งไม่เกิน 1,000 บาท จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 21.67 ซื้อเฉลี่ยต่อครั้ง 4,001 - 5,000 บาท จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ซื้อเฉลี่ยต่อครั้ง 5,001 บาท ขึ้นไป จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 14.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน	112	37.33
ครอบครัว / คนรัก	13	4.33
ตนเอง	102	34.00
พนักงานขาย	48	16.00
คารา / นักร้อง	25	8.34
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ เพื่อน จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 37.33 รองลงมาคือ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 34.00 พนักงานขาย จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 คารา/นักร้อง จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 8.34 และครอบครัว / คนรัก จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4.33 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม โอกาสใดที่จะซื้อ เครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลี ประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า

โอกาสที่จะซื้อเครื่องสำอางจากประเทศเกาหลี ประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า	จำนวน	ร้อยละ
ผลิตภัณฑ์ที่ใช้อยู่หมด	108	36.00
มีผลิตภัณฑ์ออกใหม่	69	23.00
ช่วงลดราคาหรือแถมสินค้า	87	29.00
มีการโฆษณาที่น่าสนใจ	36	12.00
รวม	300	100.00

จากตารางที่ 4.17 พบว่า โอกาสที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า คือ ซื้อเมื่อผลิตภัณฑ์ที่ใช้อยู่หมด จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมาคือ ซื้อเมื่อช่วงลดราคาหรือแถมสินค้า จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 ซื้อเมื่อมีผลิตภัณฑ์ออกใหม่ จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 และซื้อเมื่อมีการโฆษณาที่น่าสนใจ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.3 ส่วนที่ 3 ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในกรุงเทพมหานครฝั่งธนบุรีในการซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	148 (49.33)	126 (42.00)	26 (8.67)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.41 (มาก)	2
ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติหลายด้าน	101 (33.67)	167 (55.67)	32 (10.67)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.23 (มาก)	5
มีความปลอดภัยในการใช้ ไม่ก่อให้เกิดการแพ้ ระคายเคือง	178 (59.33)	92 (30.67)	30 (10.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.49 (มาก)	1
มีรายละเอียดส่วนผสม บนฉลาก	123 (41.00)	134 (44.67)	30 (10.0)	13 (4.33)	0 (0.00)	4.22 (มาก)	6
มีส่วนผสมของสารสกัด จากธรรมชาติ	145 (48.33)	124 (41.33)	31 (10.33)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.38 (มาก)	4
กลิ่นของผลิตภัณฑ์	110 (36.67)	137 (45.67)	26 (8.67)	13 (4.33)	14 (4.67)	4.05 (มาก)	9
ระบุวันผลิต และวัน หมดอายุที่ชัดเจน	149 (49.67)	121 (40.33)	30 (10.03)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.40 (มาก)	3
มีวิธีการใช้ที่บนฉลาก	99 (33.00)	135 (45.00)	66 (22.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.11 (มาก)	7
รูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์ (Packaging) สวยงาม ทันสมัย	59 (19.67)	168 (56.00)	59 (19.67)	14 (4.67)	0 (0.00)	3.91 (มาก)	10
ผลิตภัณฑ์มีนวัตกรรม ใหม่ๆออกมาเสมอ	108 (36.00)	145 (48.33)	33 (11.00)	0 (0.00)	14 (4.67)	4.11 (มาก)	7
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						4.23 (มาก)	

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.23) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ มีความปลอดภัยในการใช้ ไม่ก่อให้เกิดการแพ้ ระคายเคือง (ค่าเฉลี่ย 4.49) ผลิตภัณฑ์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.41) ระบุวันผลิต และวันหมดอายุที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.40) มีส่วนผสมของสารสกัดจากธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.38) ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติหลายด้าน (ค่าเฉลี่ย 4.23) มีรายละเอียดส่วนผสมบนฉลาก (ค่าเฉลี่ย 4.22) มีวิธีการใช้ที่บนฉลาก (ค่าเฉลี่ย 4.11) ผลิตภัณฑ์มีนวัตกรรมใหม่ๆออกมาเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.11) กลิ่นของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.05) รูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ (Packaging) สวยงาม ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.91) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้า

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณค่าที่ได้รับ	146 (48.67)	126 (42.00)	28 (9.33)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.39 (มาก)	1
ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับปริมาณของผลิตภัณฑ์	129 (43.00)	143 (47.67)	28 (9.33)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.34 (มาก)	2
ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศยี่ห้ออื่น	110 (36.67)	149 (49.67)	41 (13.67)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.23 (มาก)	3
มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน	91 (30.33)	169 (56.33)	40 (13.33)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.17 (มาก)	4
รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	75 (25.00)	94 (31.33)	105 (35.00)	13 (4.33)	13 (4.33)	3.68 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						4.16 (มาก)	

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดได้แก่ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณค่าที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 4.39) ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับปริมาณของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.34) ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศยี่ห้ออื่น (ค่าเฉลี่ย 4.23) มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.17) รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.68) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้า

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
สถานที่จำหน่ายอยู่ใน ทำเลที่ตั้งไปมาสะดวก	91 (30.33)	107 (35.67)	102 (34.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.96 (มาก)	7
มีสินค้าพร้อมจำหน่าย ตลอดเวลา	87 (29.00)	141 (47.00)	59 (19.67)	13 (4.33)	0 (0.00)	4.01 (มาก)	5
มีแคตตาล็อกจำหน่ายแยก จากเครื่องสำอางยี่ห้ออื่น	87 (29.00)	167 (55.67)	46 (15.33)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.14 (มาก)	1
การตกแต่งแคตตาล็อกจัด จำหน่ายมีความสวยงาม ทันสมัยน่าสนใจ	70 (23.3)	180 (60.00)	50 (16.67)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.07 (มาก)	3
การจัดเรียงสินค้าในชั้น วางของมีความเป็น ระเบียบสวยงามน่าสนใจ	70 (23.33)	166 (55.33)	64 (21.33)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.02 (มาก)	4
การจัดสินค้าไว้ใน ตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด หยิบง่าย	70 (23.33)	166 (55.33)	50 (16.67)	14 (4.67)	0 (0.00)	3.97 (มาก)	6
สามารถเลือกหยิบสินค้า ได้เองโดยไม่ต้องรอ พนักงานหยิบให้	86 (28.67)	167 (55.67)	47 (15.67)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.13 (มาก)	2
ค่าเฉลี่ยรวม (แปดผล)						4.04 (มาก)	

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ มีแคตตาล็อกจำหน่ายแยกจากเครื่องสำอางยี่ห้ออื่น (ค่าเฉลี่ย 4.14) สามารถหยิบสินค้าได้เองโดยไม่ต้องรอพนักงานหยิบให้ (ค่าเฉลี่ย 4.13) การตกแต่งแคตตาล็อกจัดจำหน่ายมีความสวยงามทันสมัยน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.07) การจัดเรียงสินค้าในชั้นวางของ มีความเป็นระเบียบสวยงามน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.02) มีสินค้าพร้อมจำหน่ายตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.01) การจัด

สินค้าไว้ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด หยิบง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.97) สถานที่จำหน่ายอยู่ในทำเลที่ตั้งไปมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.96) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้า

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การโฆษณา							
การโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ / อินเทอร์เน็ต	57 (19.00)	180 (60.00)	63 (21.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.98 (มาก)	10
การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร	61 (20.33)	159 (53.00)	80 (26.67)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.94 (มาก)	12
การใช้ดารา นักร้อง นักแสดงเกาหลีเป็นพรีเซ็นเตอร์	55 (18.33)	131 (43.67)	114 (38.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.80 (มาก)	14
การประชาสัมพันธ์							
การรับรู้ข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ของผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายเครื่องสำอางเกาหลี	71 (23.67)	168 (56.00)	47 (15.67)	14 (4.67)	0 (0.00)	3.99 (มาก)	8
มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์แจก	77 (25.67)	132 (44.00)	64 (21.33)	14 (4.67)	13 (4.33)	3.82 (มาก)	13

ตารางที่ 4.21 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับ ความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเครื่องสำอางบำรุงผิวหน้า (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับความสำคัญ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)		
การส่งเสริมการขาย							
การจัดโปรโมชั่นลด ราคา	147 (49.00)	127 (42.33)	26 (8.67)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.40 (มาก)	1
การจัด Gift Set ที่ น่าสนใจ	134 (44.67)	149 (49.67)	17 (5.67)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.39 (มาก)	2
มีการแจกตัวอย่าง ผลิตภัณฑ์ทดลองใช้	94 (31.33)	136 (45.33)	57 (19.00)	0 (0.00)	13 (4.33)	3.99 (มาก)	8
มีการให้ทดลองใช้ ผลิตภัณฑ์ ณ จุดขาย	108 (36.00)	119 (39.67)	60 (20.00)	13 (4.33)	0 (0.00)	4.07 (มาก)	7
มีการสาธิตวิธีการใช้ ผลิตภัณฑ์	73 (24.33)	167 (55.67)	46 (15.33)	0 (0.00)	14 (4.67)	3.95 (มาก)	11
การให้สิทธิพิเศษแก่ สมาชิกเช่น บริการ แต่งหน้าฟรี หรือจัดอบ รpsonแต่งหน้าฟรี	97 (32.33)	126 (42.00)	63 (21.00)	14 (4.67)	0 (0.00)	3.97 (มาก)	10
การขายโดยพนักงาน ขาย							
การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ ของพนักงานขาย ณ จุด ขาย	107 (35.67)	133 (44.33)	60 (20.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.16 (มาก)	4
การบริการและการให้ ความรู้ของพนักงานขาย	109 (36.33)	161 (53.67)	30 (10.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.26 (มาก)	3
พนักงานขายมี บุคลิกภาพที่ดี	78 (26.00)	188 (62.67)	34 (11.33)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.15 (มาก)	5
พนักงานขายมีความ สุภาพ เอาใจใส่ในการ ให้บริการ	109 (36.33)	127 (42.33)	64 (21.33)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.15 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						4.07 (มาก)	

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.07) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัณฑิตย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การจัดโปรโมชันลดราคา (ค่าเฉลี่ย 4.40) การจัด Gift Set ที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.39) การบริการและการให้ความรู้ของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.26) การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของพนักงานขาย ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 4.16) พนักงานขายมีบุคลิกภาพที่ดี และพนักงานขายมีความสุขพอใจในการขาย (ค่าเฉลี่ย 4.15) มีการให้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 4.07) การรับรู้ข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ของผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายเครื่องสำอางเกาหลี และ มีการแจกตัวอย่างผลิตภัณฑ์ทดลองใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.99) การโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ / อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.98) การให้สิทธิพิเศษแก่สมาชิกเช่น บริการแต่งหน้าฟรี หรือจัดอบรมสอนแต่งหน้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.97) มีการสาธิตวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.95) การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.94) มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์แจก (ค่าเฉลี่ย 3.82) และ การใช้ดารา นักร้อง นักแสดงเกาหลี เป็น พิธีเซ็นเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.80) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครฝั่งธนบุรีในการซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ระดับความสำคัญ		
	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.23	มาก	1
ปัจจัยด้านราคา	4.16	มาก	2
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.04	มาก	4
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	4.07	มาก	3
ค่าเฉลี่ยรวม	4.13	มาก	

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบัณฑิตส่วนประสมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัณฑิตที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ บัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.23) บัณฑิตด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 4.16) บัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 4.07) และ บัณฑิตด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 4.04) ตามลำดับ

4.4 ส่วนที่ 4 ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในกรุงเทพมหานครฝั่งธนบุรีในการซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า จำแนกตามเพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาที่ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า

4.1 ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครฝั่งธนบุรีในการซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า จำแนกตามเพศ

ตารางที่ 4.23 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ			
	ชาย (n=100)		หญิง (n=200)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
ผลิตภัณฑ์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	4.38 (มาก)	2	4.42 (มาก)	2
ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติหลายด้าน	4.23 (มาก)	5	4.23 (มาก)	5
มีความปลอดภัยในการใช้ ไม่ก่อให้เกิดการแพ้ ระคายเคือง	4.41 (มาก)	1	4.54 (มากที่สุด)	1
มีรายละเอียดส่วนผสมบนฉลาก	4.18 (มาก)	6	4.25 (มาก)	4
มีส่วนผสมของสารสกัดจากธรรมชาติ	4.37 (มาก)	3	4.39 (มาก)	3
กลิ่นของผลิตภัณฑ์	4.01 (มาก)	8	4.08 (มาก)	8
ระบุวันผลิต และวันหมดอายุที่ชัดเจน	4.36 (มาก)	4	4.42 (มาก)	2
มีวิธีการใช้ที่บนฉลาก	4.00 (มาก)	9	4.17 (มาก)	6
รูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์(Packaging) สวยงามทันสมัย	3.84 (มาก)	10	3.94 (มาก)	9
ผลิตภัณฑ์มีนวัตกรรมใหม่ๆออกมาเสมอ	4.05 (มาก)	7	4.14 (มาก)	7
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.18 (มาก)		4.26 (มาก)	

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่มีความปลอดภัยในการใช้ ไม่ก่อให้เกิดการแพ้ ระคายเคือง (ค่าเฉลี่ย 4.41) ผลิตภัณฑ์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.38) มีส่วนผสมของสารสกัดจากธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.37) ระบุวันผลิต และวันหมดอายุที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.36) ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติหลายด้าน (ค่าเฉลี่ย 4.23) มีรายละเอียดส่วนผสมบนฉลาก (ค่าเฉลี่ย 4.18) ผลิตภัณฑ์มีนวัตกรรมใหม่ๆออกมาเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.05) กลิ่นของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.01) มีวิธีการใช้ที่บนฉลาก (ค่าเฉลี่ย 4.00) รูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์(Packaging) สวยงามทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.84) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.26) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่มีความปลอดภัยในการใช้ ไม่ก่อให้เกิดการแพ้ ระคายเคือง (ค่าเฉลี่ย 4.54) สำหรับบัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ ผลิตภัณฑ์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก และ ระบุวันผลิต และวันหมดอายุที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.42) มีส่วนผสมของสารสกัดจากธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.39) มีรายละเอียดส่วนผสมบนฉลาก (ค่าเฉลี่ย 4.25) ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติหลายด้าน(ค่าเฉลี่ย 4.23)มีวิธีการใช้ที่บนฉลาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) ผลิตภัณฑ์มีนวัตกรรมใหม่ๆออกมาเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.14) กลิ่นของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.08) รูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์(Packaging) สวยงามทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.94) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.24 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ			
	ชาย (n=100)		หญิง (n=200)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณค่าที่ได้รับ	4.36 (มาก)	1	4.41 (มาก)	1
ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับปริมาณของผลิตภัณฑ์	4.29 (มาก)	2	4.36 (มาก)	2
ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศยี่ห้ออื่น	4.25 (มาก)	3	4.22 (มาก)	3
มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน	4.14 (มาก)	4	4.19 (มาก)	4
รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	3.58 (มาก)	5	3.74 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.12 (มาก)		4.18 (มาก)	

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณค่าที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 4.36) ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับปริมาณของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.29) ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศยี่ห้ออื่น (ค่าเฉลี่ย 4.25) มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.14) รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.58) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณค่าที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 4.41) ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับปริมาณของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.36) ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศยี่ห้ออื่น (ค่าเฉลี่ย 4.22) มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.19) และรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.74) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.25 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	เพศ			
	ชาย (n=100)		หญิง (n=200)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
สถานที่จำหน่ายอยู่ในทำเลที่ตั้งไปมาสะดวก	3.88 (มาก)	7	4.01 (มาก)	5
มีสินค้าพร้อมจำหน่ายตลอดเวลา	4.02 (มาก)	5	4.00 (มาก)	6
มีเคาน์เตอร์จำหน่ายแยกจากเครื่องสำอางยี่ห้ออื่น	4.14 (มาก)	1	4.14 (มาก)	2
การตกแต่งเคาน์เตอร์จัดจำหน่ายมีความสวยงามทันสมัยน่าสนใจ	4.03 (มาก)	4	4.09 (มาก)	3
การจัดเรียงสินค้าในชั้นวางของ มีความเป็นระเบียบสวยงามน่าสนใจ	4.04 (มาก)	3	4.01 (มาก)	5
การจัดสินค้าไว้ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด หยิบง่าย	3.98 (มาก)	6	3.97 (มาก)	7
สามารถเลือกหยิบสินค้าได้เอง โดยไม่ต้องรอฟนักงานหยิบให้	4.07 (มาก)	2	4.16 (มาก)	1
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.02 (มาก)		4.05 (มาก)	

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีเคาน์เตอร์จำหน่ายแยกจากเครื่องสำอางยี่ห้ออื่น (ค่าเฉลี่ย 4.14) สามารถเลือกหยิบสินค้าได้เอง โดยไม่ต้องรอฟนักงานหยิบให้ (ค่าเฉลี่ย 4.07) การจัดเรียงสินค้าในชั้นวางของ มีความเป็นระเบียบสวยงามน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.04) การตกแต่งเคาน์เตอร์จัดจำหน่ายมีความสวยงามทันสมัยน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.03) มีสินค้าพร้อมจำหน่ายตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย

4.02) การจัดสินค้าไว้ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด หยิบง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.98) สถานที่จำหน่ายอยู่ในทำเลที่ตั้งไปมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.88) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ สามารถเลือกหยิบสินค้าได้เอง โดยไม่ต้องรบกวนพนักงานหยิบให้ (ค่าเฉลี่ย 4.16) มีเคาน์เตอร์จำหน่ายแยกจากเครื่องสำอางยี่ห้ออื่น (ค่าเฉลี่ย 4.14) การตกแต่งเคาน์เตอร์จัดจำหน่ายมีความสวยงามทันสมัยน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.09) สถานที่จำหน่ายอยู่ในทำเลที่ตั้งไปมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.01) การจัดเรียงสินค้าในชั้นวางของ มีความเป็นระเบียบสวยงามน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.01) มีสินค้าพร้อมจำหน่ายตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.00) การจัดสินค้าไว้ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด หยิบง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.97) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.26 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ			
	ชาย (n=100)		หญิง (n=200)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
การโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ / อินเทอร์เน็ต	3.97 (มาก)	9	3.99 (มาก)	11
การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร	3.97 (มาก)	9	3.92 (มาก)	13
การใช้ดารา นักร้อง นักแสดงเกาหลีเป็น พรีเซ็นเตอร์	3.78 (มาก)	14	3.82 (มาก)	15
การรับรู้ข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ของผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายเครื่องสำอางเกาหลี	3.86 (มาก)	13	4.05 (มาก)	8
มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์แจก	3.75 (มาก)	15	3.86 (มาก)	14
การจัดโปรโมชั่นลดราคา	4.41 (มาก)	2	4.40 (มาก)	1
การจัด Gift Set ที่น่าสนใจ	4.46 (มาก)	1	4.36 (มาก)	2
มีการแจกตัวอย่างผลิตภัณฑ์ทดลองใช้	3.99 (มาก)	8	4.00 (มาก)	9
มีการให้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ ณ จุดขาย	4.02 (มาก)	7	4.10 (มาก)	7
มีการสาธิตวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์	3.92 (มาก)	12	3.97 (มาก)	12
การให้สิทธิพิเศษแก่สมาชิกเช่น บริการ แต่งหน้าฟรี หรือจัดอบรมสอนแต่งหน้าฟรี	3.93 (มาก)	11	4.00 (มาก)	9
การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของพนักงานขาย ณ จุด ขาย	4.11 (มาก)	6	4.18 (มาก)	4
การบริการและการให้ความรู้ของพนักงานขาย	4.27 (มาก)	3	4.26 (มาก)	3
พนักงานขายมีบุคลิกภาพที่ดี	4.13 (มาก)	5	4.16 (มาก)	5
พนักงานขายมีความสุขภาพ เอาใจใส่ในการ ให้บริการ	4.18 (มาก)	4	4.14 (มาก)	6
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.05 (มาก)		4.08 (มาก)	

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่การจัด Gift Set ที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.46) การจัดโปรโมชั่นลดราคา (ค่าเฉลี่ย 4.41) การบริการและการให้ความรู้ของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.27) พนักงานขายมีความสุขภาพ เอาใจใส่ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.18) พนักงานขายมีบุคลิกภาพที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.13) การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของพนักงานขาย ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 4.11) มีการให้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 4.02) มีการแจกตัวอย่างผลิตภัณฑ์ทดลองใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.99) การโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ / อินเทอร์เน็ต และ การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.97) การให้สิทธิพิเศษแก่สมาชิกเช่น บริการแต่งหน้าฟรี หรือจัดอบรมสอนแต่งหน้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.93) มีการสาธิตวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.92) การรับรู้ข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ของผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายเครื่องสำอางเกาหลี (ค่าเฉลี่ย 3.86) การใช้ดารานักร้อง นักแสดงเกาหลีเป็นฟรีเซ็นเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.78) มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์แจก (ค่าเฉลี่ย 3.75) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.08) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่การจัดโปรโมชั่นลดราคา (ค่าเฉลี่ย 4.40) การจัด Gift Set ที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.36) การบริการและการให้ความรู้ของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.26) การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของพนักงานขาย ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 4.18) พนักงานขายมีบุคลิกภาพที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.16) พนักงานขายมีความสุขภาพ เอาใจใส่ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.14) มีการให้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 4.10) การรับรู้ข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ของผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายเครื่องสำอางเกาหลี (ค่าเฉลี่ย 4.05) มีการแจกตัวอย่างผลิตภัณฑ์ทดลองใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.00) การให้สิทธิพิเศษแก่สมาชิกเช่น บริการแต่งหน้าฟรี หรือจัดอบรมสอนแต่งหน้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.00) การโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ / อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.99) มีการสาธิตวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.97) การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.92) มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์แจก (ค่าเฉลี่ย 3.86) และ การใช้ดารานักร้อง นักแสดงเกาหลีเป็นฟรีเซ็นเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.82) ตามลำดับ

4.2 ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครฝั่งธนบุรีในการซื้อ
เครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 4.27 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
เครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ					
	ไม่เกิน 20 ปี (n=52)		21-35 ปี (n=195)		36 ปีขึ้นไป (n=53)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
ผลิตภัณฑ์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	4.37 (มาก)	3	4.38 (มาก)	3	4.53 (มากที่สุด)	1
ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติหลายด้าน	4.25 (มาก)	6	4.22 (มาก)	5	4.26 (มาก)	5
มีความปลอดภัยในการใช้ ไม่ก่อให้เกิดการแพ้ ระคายเคือง	4.56 (มากที่สุด)	1	4.47 (มาก)	1	4.51 (มาก)	2
มีรายละเอียดส่วนผสมบนฉลาก	4.33 (มาก)	5	4.19 (มาก)	6	4.23 (มาก)	6
มีส่วนผสมของสารสกัดจากธรรมชาติ	4.37 (มาก)	3	4.39 (มาก)	2	4.34 (มาก)	4
กลิ่นของผลิตภัณฑ์	4.10 (มาก)	7	4.02 (มาก)	9	4.15 (มาก)	8
ระบุวันผลิต และวันหมดอายุที่ชัดเจน	4.48 (มาก)	2	4.37 (มาก)	4	4.42 (มาก)	3
มีวิธีการใช้ที่บนฉลาก	3.94 (มาก)	9	4.13 (มาก)	8	4.19 (มาก)	7
รูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์(Packaging) สวยงาม ทันสมัย	3.79 (มาก)	10	3.93 (มาก)	10	3.92 (มาก)	10
ผลิตภัณฑ์มีนวัตกรรมใหม่ๆออกมาเสมอ	4.00 (มาก)	8	4.14 (มาก)	7	4.09 (มาก)	9
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.22 (มาก)		4.23 (มาก)		4.26 (มาก)	

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญต่อบังจ้ายด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.22) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บังจ้ายย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่มีความปลอดภัยในการใช้ ไม่ก่อให้เกิดการแพ้ระคายเคือง (ค่าเฉลี่ย 4.56) ระบุวันผลิต และวันหมดอายุที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.48) ผลิตภัณฑ์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก และ มีส่วนผสมของสารสกัดจากธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.37) มีรายละเอียดส่วนผสมบนฉลาก (ค่าเฉลี่ย 4.33) ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติหลายด้าน (ค่าเฉลี่ย 4.25) กลิ่นของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.10) ผลิตภัณฑ์มีนวัตกรรมใหม่ๆออกมาเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีวิธีการใช้ที่บนฉลาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) และ รูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์(Packaging) สวยงามทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.79) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-35 ปี ให้ความสำคัญต่อบังจ้ายด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.23) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บังจ้ายย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่มีความปลอดภัยในการใช้ ไม่ก่อให้เกิดการแพ้ระคายเคือง (ค่าเฉลี่ย 4.47) มีส่วนผสมของสารสกัดจากธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.39) ผลิตภัณฑ์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.38) ระบุวันผลิต และวันหมดอายุที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.37) ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติหลายด้าน (ค่าเฉลี่ย 4.22) มีรายละเอียดส่วนผสมบนฉลาก (ค่าเฉลี่ย 4.19) ผลิตภัณฑ์มีนวัตกรรมใหม่ๆออกมาเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.14) มีวิธีการใช้ที่บนฉลาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) กลิ่นของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.02) และรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์(Packaging) สวยงามทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.93) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบังจ้ายด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.26) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บังจ้ายย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ผลิตภัณฑ์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.53) มีความปลอดภัยในการใช้ ไม่ก่อให้เกิดการแพ้ระคายเคือง (ค่าเฉลี่ย 4.51) ระบุวันผลิต และวันหมดอายุที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.42) มีส่วนผสมของสารสกัดจากธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.34) ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติหลายด้าน (ค่าเฉลี่ย 4.26) มีรายละเอียดส่วนผสมบนฉลาก (ค่าเฉลี่ย 4.23) มีวิธีการใช้ที่บนฉลาก (ค่าเฉลี่ย 4.19) กลิ่นของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.15) ผลิตภัณฑ์มีนวัตกรรมใหม่ๆออกมาเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.09) รูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์(Packaging) สวยงามทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.92) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.28 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ					
	ไม่เกิน 20 ปี (n=52)		21-35 ปี (n=195)		36 ปีขึ้นไป (n=53)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณค่าที่ได้รับ	4.48 (มาก)	1	4.35 (มาก)	1	4.45 (มาก)	1
ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับปริมาณของผลิตภัณฑ์	4.40 (มาก)	2	4.30 (มาก)	2	4.42 (มาก)	2
ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศยี่ห้ออื่น	4.38 (มาก)	3	4.18 (มาก)	3	4.25 (มาก)	3
มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน	4.23 (มาก)	4	4.15 (มาก)	4	4.17 (มาก)	4
รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	3.67 (มาก)	5	3.67 (มาก)	5	3.75 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.23 (มาก)		4.13 (มาก)		4.21 (มาก)	

จากตารางที่ 4.28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านราคา โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.23) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณค่าที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 4.48) ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับปริมาณของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.48) ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศยี่ห้ออื่น (ค่าเฉลี่ย 4.38) มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.23) และรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.67) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-35 ปี ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านราคา โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณค่าที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 4.35) ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับปริมาณของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.30) ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศยี่ห้ออื่น

(ค่าเฉลี่ย 4.18) มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.15) และรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.67) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.21) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณค่าที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 4.45) ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับปริมาณของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.42) ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศยี่ห้ออื่น (ค่าเฉลี่ย 4.25) มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.17) และ รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.75) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.29 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	อายุ					
	ไม่เกิน 20 ปี (n=52)		21-35 ปี (n=195)		36 ปีขึ้นไป (n=53)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
สถานที่จำหน่ายอยู่ในทำเลที่ตั้งไปมาสะดวก	4.00 (มาก)	3	3.92 (มาก)	7	4.08 (มาก)	4
มีสินค้าพร้อมจำหน่ายตลอดเวลา	4.04 (มาก)	2	3.98 (มาก)	6	4.06 (มาก)	5
มีแคาน์เตอร์จำหน่ายแยกจากเครื่องสำอางยี่ห้ออื่น	4.13 (มาก)	1	4.12 (มาก)	2	4.19 (มาก)	1
การตกแต่งแคาน์เตอร์จัดจำหน่ายมีความสวยงามทันสมัยน่าสนใจ	4.00 (มาก)	3	4.07 (มาก)	3	4.13 (มาก)	3
การจัดเรียงสินค้าในชั้นวางของ มีความเป็นระเบียบสวยงามน่าสนใจ	3.90 (มาก)	6	4.04 (มาก)	4	4.06 (มาก)	5
การจัดสินค้าไว้ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด หยิบง่าย	3.83 (มาก)	7	4.00 (มาก)	5	4.02 (มาก)	7
สามารถเลือกหยิบสินค้าได้เอง โดยไม่ต้องรอนักงานหยิบให้	4.00 (มาก)	3	4.15 (มาก)	1	4.19 (มาก)	1
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.99 (มาก)		4.04 (มาก)		4.10 (มาก)	

จากตารางที่ 4.29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีแคนเตอร์จำหน่ายแยกจากเครื่องสำอางยี่ห้ออื่น ๖ (ค่าเฉลี่ย 4.13) มีสินค้าพร้อมจำหน่ายตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.04) สถานที่จำหน่ายอยู่ในทำเลที่ตั้งไปมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.00) การตกแต่งแคนเตอร์จัดจำหน่ายมีความสวยงามทันสมัยน่าสนใจ ค่าเฉลี่ย 4.00) สามารถเลือกหยิบสินค้าได้เอง โดยไม่ต้องรอปพนักงานหยิบให้ (ค่าเฉลี่ย 4.00) การจัดเรียงสินค้าในชั้นวางของ มีความเป็นระเบียบสวยงามน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.90) และจัดสินค้าไว้ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด หยิบง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.83) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-35 ปี ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ สามารถเลือกหยิบสินค้าได้เอง โดยไม่ต้องรอปพนักงานหยิบให้ (ค่าเฉลี่ย 4.15) มีแคนเตอร์จำหน่ายแยกจากเครื่องสำอางยี่ห้ออื่น (ค่าเฉลี่ย 4.12) การตกแต่งแคนเตอร์จัดจำหน่ายมีความสวยงามทันสมัยน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.07) การจัดเรียงสินค้าในชั้นวางของ มีความเป็นระเบียบสวยงามน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.04) การจัดสินค้าไว้ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด หยิบง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีสินค้าพร้อมจำหน่ายตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.98) สถานที่จำหน่ายอยู่ในทำเลที่ตั้งไปมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.92) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีแคนเตอร์จำหน่ายแยกจากเครื่องสำอางยี่ห้ออื่น (ค่าเฉลี่ย 4.19) สามารถเลือกหยิบสินค้าได้เอง โดยไม่ต้องรอปพนักงานหยิบให้ (ค่าเฉลี่ย 4.19) การตกแต่งแคนเตอร์จัดจำหน่ายมีความสวยงามทันสมัยน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.13) สถานที่จำหน่ายอยู่ในทำเลที่ตั้งไปมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.08) มีสินค้าพร้อมจำหน่ายตลอดเวลา และการจัดเรียงสินค้าในชั้นวางของ มีความเป็นระเบียบสวยงามน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.06) และ การจัดสินค้าไว้ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด หยิบง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.02) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.30 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ					
	ไม่เกิน 20 ปี (n=52)		21-35 ปี (n=195)		36 ปีขึ้นไป (n=53)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
การโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ / อินเทอร์เน็ต	3.94 (มาก)	10	3.97 (มาก)	10	4.04 (มาก)	8
การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร	3.96 (มาก)	9	3.92 (มาก)	11	3.96 (มาก)	11
การใช้ดารานักร้อง นักแสดงเกาหลีเป็น พรีเซ็นเตอร์	3.69 (มาก)	15	3.85 (มาก)	13	3.74 (มาก)	14
การรับรู้ข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ของ ผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายเครื่องสำอางเกาหลี	3.94 (มาก)	10	3.99 (มาก)	9	4.02 (มาก)	9
มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์แจก	3.92 (มาก)	12	3.77 (มาก)	14	3.91 (มาก)	13
การจัดโปรโมชั่นลดราคา	4.54 (มากที่สุด)	1	4.36 (มาก)	2	4.43 (มาก)	1
การจัด Gift Set ที่น่าสนใจ	4.50 (มาก)	2	4.37 (มาก)	1	4.36 (มาก)	2
มีการแจกตัวอย่างผลิตภัณฑ์ทดลองใช้	4.13 (มาก)	6	3.92 (มาก)	11	4.11 (มาก)	6
มีการให้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ ณ จุดขาย	4.00 (มาก)	8	4.05 (มาก)	7	4.25 (มาก)	5
มีการสาธิตวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์	3.73 (มาก)	14	3.99 (มาก)	9	4.00 (มาก)	10
การให้สิทธิพิเศษแก่สมาชิกเช่น บริการ แต่งหน้าฟรี หรือจัดอบรมสอนแต่งหน้าฟรี	3.87 (มาก)	13	4.01 (มาก)	8	3.94 (มาก)	12
การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของพนักงานขาย ณ จุดขาย	4.13 (มาก)	6	4.12 (มาก)	5	4.30 (มาก)	3
การบริการและการให้ความรู้ของพนักงาน ขาย	4.46 (มาก)	3	4.21 (มาก)	3	4.28 (มาก)	4

ตารางที่ 4.30 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ					
	ไม่เกิน 20 ปี (n=52)		21-35 ปี (n=195)		36 ปีขึ้นไป (n=53)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
พนักงานขายมีบุคลิกภาพที่ดี	4.25 (มาก)	5	4.14 (มาก)	4	4.08 (มาก)	7
พนักงานขายมีความสุภาพ เอาใจใส่ในการให้บริการ	4.37 (มาก)	4	4.10 (มาก)	6	4.11 (มาก)	6
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.10 (มาก)		4.05 (มาก)		4.10 (มาก)	

จากตารางที่ 4.30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ การจัดโปรโมชั่นลดราคา (ค่าเฉลี่ย 4.54) การจัด Gift Set ที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.50) การบริการและการให้ความรู้ของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.46) พนักงานขายมีความสุภาพ เอาใจใส่ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.37) พนักงานขายมีบุคลิกภาพที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.25) มีการแจกตัวอย่างผลิตภัณฑ์ทดลองใช้ และการให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของพนักงานขาย ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 4.13) มีการให้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 4.00) การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.96) การโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ / อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.94) การรับรู้ข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ของผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายเครื่องสำอางเกาหลี (ค่าเฉลี่ย 3.94) มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์แจก (ค่าเฉลี่ย 3.92) การให้สิทธิพิเศษแก่สมาชิกเช่น บริการแต่งหน้าฟรี หรือจัดอบรมสอนแต่งหน้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.87) มีการสาธิตวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.73) และการใช้คารา นักร้อง นักแสดงเกาหลีเป็นฟรีเซ็นเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.69) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-35 ปี ให้ความสำคัญต่อยปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ การจัด Gift Set ที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.37) การจัดโปรโมชั่นลดราคา (ค่าเฉลี่ย 4.36) การบริการและการให้ความรู้ของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.21) พนักงานขายมีบุคลิกภาพที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.14) การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของพนักงานขาย ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 4.12)

พนักงานขายมีความสุภาพ เอาใจใส่ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.10) มีการให้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 4.05) การให้สิทธิพิเศษแก่สมาชิกเช่น บริการแต่งงานฟรี หรือจัดอบรมสอนแต่งงานฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.01) การรับรู้ข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ของผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายเครื่องสำอางเกาหลี (ค่าเฉลี่ย 3.99) มีการสาธิตวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.99) การโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ / อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.97) การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร และ มีการแจกผลิตภัณฑ์ทดลองใช้ มีการแจกตัวอย่างผลิตภัณฑ์ทดลองใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.92) การใช้ดารานักร้องนักแสดงเกาหลีเป็นพรีเซ็นเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.85) และมีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์แจก (ค่าเฉลี่ย 3.77) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบริการส่งเสริมการตลาดโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่การจัดโปรโมชั่นลดราคา (ค่าเฉลี่ย 4.43) การจัด Gift Set ที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.36) การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของพนักงานขาย ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 4.30) การบริการและการให้ความรู้ของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.28) มีการให้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 4.25) มีการแจกตัวอย่างผลิตภัณฑ์ทดลองใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.11) พนักงานขายมีความสุภาพ เอาใจใส่ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.11) พนักงานขายมีบุคลิกภาพที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.08) การโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ / อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.04) การรับรู้ข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ของผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายเครื่องสำอางเกาหลี (ค่าเฉลี่ย 4.02) มีการสาธิตวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.00) การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.96) การให้สิทธิพิเศษแก่สมาชิกเช่น บริการแต่งงานฟรี หรือจัดอบรมสอนแต่งงานฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.94) มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์แจก (ค่าเฉลี่ย 3.91) และ การใช้ดารานักร้องนักแสดงเกาหลีเป็นพรีเซ็นเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.74) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

4.3 ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครฝั่งธนบุรีในการซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 4.31 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	น้อยกว่า 15,000 บาท (n=105)		15,001 - 30,000 บาท (n=142)		30,001 ขึ้นไป (n=53)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
ผลิตภัณฑ์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	4.37 (มาก)	4	4.42 (มาก)	2	4.45 (มาก)	2
ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติหลายด้าน	4.25 (มาก)	5	4.21 (มาก)	5	4.25 (มาก)	5
มีความปลอดภัยในการใช้ ไม่ก่อให้เกิดการแพ้ระคายเคือง	4.55 (มากที่สุด)	1	4.44 (มาก)	1	4.51 (มากที่สุด)	1
มีรายละเอียดส่วนผสมบนฉลาก	4.31 (มาก)	6	4.19 (มาก)	6	4.13 (มาก)	7
มีส่วนผสมของสารสกัดจากธรรมชาติ	4.39 (มาก)	3	4.35 (มาก)	3	4.43 (มาก)	3
กลิ่นของผลิตภัณฑ์	4.11 (มาก)	7	4.04 (มาก)	9	3.98 (มาก)	9
ระบุวันผลิต และวันหมดอายุที่ชัดเจน	4.47 (มาก)	2	4.35 (มาก)	3	4.40 (มาก)	4
มีวิธีการใช้ที่บนฉลาก	4.03 (มาก)	9	4.15 (มาก)	8	4.17 (มาก)	6
รูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์(Packaging) สวยงามทันสมัย	3.83 (มาก)	10	3.99 (มาก)	10	3.85 (มาก)	10
ผลิตภัณฑ์มีนวัตกรรมใหม่ๆออกมาเสมอ	4.06 (มาก)	8	4.16 (มาก)	7	4.08 (มาก)	8
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.24 (มาก)		4.23 (มาก)		4.22 (มาก)	

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.24) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ให้ความสำคัญต่อการไม่ก่อให้เกิดการแพ้ระคายเคือง (ค่าเฉลี่ย 4.55) ระบุวันผลิต และวันหมดอายุที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.47) มีส่วนผสมของสารสกัดจากธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.39) ผลิตภัณฑ์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.37) มีรายละเอียดส่วนผสมบนฉลาก (ค่าเฉลี่ย 4.31) ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติหลายด้าน (ค่าเฉลี่ย 4.25) กลิ่นของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.11) ผลิตภัณฑ์มีนวัตกรรมใหม่ๆออกมาเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.06) มีวิธีการใช้ที่บนฉลาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) และ รูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์(Packaging) สวยงามทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.83) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.23) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ให้ความสำคัญต่อการไม่ก่อให้เกิดการแพ้ระคายเคือง (ค่าเฉลี่ย 4.44) ผลิตภัณฑ์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.42) มีส่วนผสมของสารสกัดจากธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.35) ระบุวันผลิต และวันหมดอายุที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.35) ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติหลายด้าน (ค่าเฉลี่ย 4.21) มีรายละเอียดส่วนผสมบนฉลาก (ค่าเฉลี่ย 4.19) ผลิตภัณฑ์มีนวัตกรรมใหม่ๆออกมาเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.16) มีวิธีการใช้ที่บนฉลาก (ค่าเฉลี่ย 4.15) กลิ่นของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.04) และ รูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์(Packaging) สวยงามทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.99) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 ขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.22) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ให้ความสำคัญต่อการไม่ก่อให้เกิดการแพ้ระคายเคือง (ค่าเฉลี่ย 4.51) ผลิตภัณฑ์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.45) ระบุวันผลิต และวันหมดอายุที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.40) มีส่วนผสมของสารสกัดจากธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.43) ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติหลายด้าน (ค่าเฉลี่ย 4.25) มีวิธีการใช้ที่บนฉลาก (ค่าเฉลี่ย 4.17) มีรายละเอียดส่วนผสมบนฉลาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) ผลิตภัณฑ์มีนวัตกรรมใหม่ๆออกมาเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.08) กลิ่นของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.98) และรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์(Packaging) สวยงามทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.85) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.32 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	น้อยกว่า 15,000 บาท (n=105)		15,001 - 30,000 บาท (n=142)		30,001 ขึ้นไป (n=53)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณค่าที่ได้รับ	4.44 (มาก)	1	4.37 (มาก)	1	4.36 (มาก)	1
ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับปริมาณของผลิตภัณฑ์	4.36 (มาก)	2	4.32 (มาก)	2	4.34 (มาก)	2
ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศยี่ห้ออื่น	4.30 (มาก)	3	4.20 (มาก)	3	4.15 (มาก)	3
มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน	4.20 (มาก)	4	4.16 (มาก)	4	4.13 (มาก)	4
รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	3.69 (มาก)	5	3.73 (มาก)	5	3.57 (มาก)	5
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.20 (มาก)		4.16 (มาก)		4.11 (มาก)	

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณค่าที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 4.44) ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับปริมาณของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.36) ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศยี่ห้ออื่น (ค่าเฉลี่ย 4.30) มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.20) และ รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.69) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.16) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณค่าที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 4.37) ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับปริมาณของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.32) ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับ

ผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศี่ห่ออื่น(ค่าเฉลี่ย 4.20) มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.16) และรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ค่าเฉลี่ย 3.73) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 ขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณค่าที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 4.36) ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับปริมาณของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.34) ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศี่ห่ออื่น (ค่าเฉลี่ย 4.15) มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.13) และรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.57) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.33 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	น้อยกว่า 15,000 บาท (n=105)		15,001 - 30,000 บาท (n=142)		30,001 ขึ้นไป (n=53)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
สถานที่จำหน่ายอยู่ในทำเลที่ตั้งไปมาสะดวก	4.04 (มาก)	5	3.90 (มาก)	7	3.98 (มาก)	6
มีสินค้าพร้อมจำหน่ายตลอดเวลา	4.07 (มาก)	4	3.93 (มาก)	5	4.09 (มาก)	5
มีแคชเชียร์จำหน่ายแยกจากเครื่องสำอาง ยี่ห้ออื่น	4.18 (มาก)	1	4.06 (มาก)	2	4.26 (มาก)	2
การตกแต่งแคชเชียร์จัดจำหน่ายมีความ สวยงามทันสมัยน่าสนใจ	4.08 (มาก)	3	3.99 (มาก)	3	4.26 (มาก)	2
การจัดเรียงสินค้าในชั้นวางของ มีความเป็น ระเบียบสวยงามน่าสนใจ	4.00 (มาก)	6	3.95 (มาก)	4	4.25 (มาก)	3
การจัดสินค้าไว้ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด หยิบง่าย	3.94 (มาก)	7	3.91 (มาก)	6	4.21 (มาก)	4
สามารถเลือกหยิบสินค้าได้เอง โดยไม่ต้อง รอฟังก์ชันหยิบให้	4.10 (มาก)	2	4.08 (มาก)	1	4.34 (มาก)	1
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.06 (มาก)		3.97 (มาก)		4.20 (มาก)	

จากตารางที่ 4.33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีแคชเชียร์จำหน่ายแยกจากเครื่องสำอางยี่ห้ออื่น (ค่าเฉลี่ย 4.18) สามารถเลือกหยิบสินค้าได้เอง โดยไม่ต้องรอฟังก์ชันหยิบให้ (ค่าเฉลี่ย 4.10) การตกแต่งแคชเชียร์จัดจำหน่ายมีความสวยงามทันสมัยน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.08) มีสินค้าพร้อมจำหน่ายตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.07) สถานที่จำหน่ายอยู่ในทำเลที่ตั้งไปมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย

4.04) การจัดเรียงสินค้าในชั้นวางของ มีความเป็นระเบียบสวยงามน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และการจัดสินค้าไว้ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด หยิบง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.94) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.97) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่สามารถเลือกหยิบสินค้าได้เอง โดยไม่ต้องรออนักงานหยิบให้ (ค่าเฉลี่ย 4.08) มีเคาน์เตอร์จำหน่ายแยกจากเครื่องสำอางยี่ห้ออื่น (ค่าเฉลี่ย 4.06) การตกแต่งเคาน์เตอร์จัดจำหน่ายมีความสวยงามทันสมัยน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.99) การจัดเรียงสินค้าในชั้นวางของ มีความเป็นระเบียบสวยงามน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.95) การจัดสินค้าไว้ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด หยิบง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.91) มีสินค้าพร้อมจำหน่ายตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.93) และสถานที่จำหน่ายอยู่ในทำเลที่ตั้งไปมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.90) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 ขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.20) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่สามารถเลือกหยิบสินค้าได้เอง โดยไม่ต้องรออนักงานหยิบให้ (ค่าเฉลี่ย 4.34) การตกแต่งเคาน์เตอร์จัดจำหน่ายมีความสวยงามทันสมัยน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.26) มีเคาน์เตอร์จำหน่ายแยกจากเครื่องสำอางยี่ห้ออื่น (ค่าเฉลี่ย 4.26) การจัดเรียงสินค้าในชั้นวางของ มีความเป็นระเบียบสวยงามน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.25) การจัดสินค้าไว้ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด หยิบง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.21) มีสินค้าพร้อมจำหน่ายตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.09) และสถานที่จำหน่ายอยู่ในทำเลที่ตั้งไปมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.98) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.34 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	น้อยกว่า 15,000 บาท (n=105)		15,001 - 30,000 บาท (n=142)		30,001 ขึ้นไป (n=53)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
การโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ / อินเทอร์เน็ต	3.99 (มาก)	10	3.94 (มาก)	12	4.06 (มาก)	10
การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร	3.99 (มาก)	10	3.86 (มาก)	13	4.04 (มาก)	11
การใช้ดารา นักร้อง นักแสดงเกาหลีเป็น พรีเซ็นเตอร์	3.77 (มาก)	15	3.78 (มาก)	14	3.92 (มาก)	13
การรับรู้ข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ ของผู้ นำเข้าและจัดจำหน่ายเครื่องสำอางเกาหลี	4.00 (มาก)	9	3.96 (มาก)	10	4.04 (มาก)	11
มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์แจก	3.92 (มาก)	13	3.74 (มาก)	15	3.83 (มาก)	14
การจัดโปรโมชั่นลดราคา	4.50 (มากที่สุด)	1	4.35 (มาก)	1	4.38 (มาก)	2
การจัด Gift Set ที่น่าสนใจ	4.46 (มาก)	2	4.32 (มาก)	2	4.43 (มาก)	1
มีการแจกตัวอย่างผลิตภัณฑ์ทดลองใช้	4.10 (มาก)	7	3.94 (มาก)	10	3.92 (มาก)	13
มีการให้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ ณ จุดขาย	4.06 (มาก)	8	4.06 (มาก)	6	4.13 (มาก)	5
มีการสาธิตวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์	3.84 (มาก)	14	3.99 (มาก)	8	4.08 (มาก)	8
การให้สิทธิพิเศษแก่สมาชิกเช่น บริการ แต่งหน้าฟรี หรือจัดอบรมสอนแต่งหน้า ฟรี	3.95 (มาก)	12	3.96 (มาก)	9	4.06 (มาก)	9

ตารางที่ 4.34 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					
	น้อยกว่า 15,000 บาท (n=105)		15,001 - 30,000 บาท (n=142)		30,001 ขึ้นไป (n=53)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของพนักงานขาย ณ จุดขาย	4.17 (มาก)	6	4.12 (มาก)	4	4.23 (มาก)	3
การบริการและการให้ความรู้ของพนักงานขาย	4.38 (มาก)	3	4.20 (มาก)	3	4.21 (มาก)	4
พนักงานขายมีบุคลิกภาพที่ดี	4.22 (มาก)	5	4.11 (มาก)	5	4.09 (มาก)	7
พนักงานขายมีความสุภาพ เอาใจใส่ในการให้บริการ	4.29 (มาก)	4	4.06 (มาก)	7	4.11 (มาก)	6
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.11 (มาก)		4.03 (มาก)		4.10 (มาก)	

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.11) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การจัดโปรโมชั่นลดราคา (ค่าเฉลี่ย 4.50) การจัด Gift Set ที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.46) การบริการและการให้ความรู้ของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.38) พนักงานขายมีความสุภาพ เอาใจใส่ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.29) พนักงานขายมีบุคลิกภาพที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.22) การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของพนักงานขาย ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 4.17) มีการแจกตัวอย่างผลิตภัณฑ์ทดลองใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.10) มีการให้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 4.06) การรับรู้ข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ของผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายเครื่องสำอางเกาหลี (ค่าเฉลี่ย 4.00) การโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ / อินเทอร์เน็ต และ การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.99) การให้สิทธิพิเศษแก่สมาชิกเช่น บริการแต่งหน้าฟรี หรือจัดอบรมสอนแต่งหน้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.95) มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์แจก (ค่าเฉลี่ย 3.92) มีการสาธิตวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.84) และ การใช้คารา นักร้อง นักแสดงเกาหลีเป็นพรีเซ็นเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.77) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 30,000 บาท ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.03) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การจัดโปรโมชั่นลดราคา (ค่าเฉลี่ย 4.35) การจัด Gift Set ที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.32) การบริการและการให้ความรู้ของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.20) การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของพนักงานขาย ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 4.12) พนักงานขายมีบุคลิกภาพที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.11) มีการให้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ ณ จุดขาย และ พนักงานขายมีความสุภาพ เอาใจใส่ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.06) มีการสาธิตวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.99) การรับรู้ข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ของผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายเครื่องสำอางเกาหลี และ การให้สิทธิพิเศษแก่สมาชิก เช่น บริการแต่งหน้าฟรี หรือจัดอบรมสอนแต่งหน้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.96) การโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ / อินเทอร์เน็ต และ มีการแจกตัวอย่างผลิตภัณฑ์ทดลองใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.94) การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.86) การใช้ดารา นักร้อง นักแสดงเกาหลีเป็นพรีเซ็นเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.78) และมีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์แจก (ค่าเฉลี่ย 3.74) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 ขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่การจัด Gift Set ที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.43) การจัดโปรโมชั่นลดราคา (ค่าเฉลี่ย 4.38) การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของพนักงานขาย ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 4.23) การบริการและการให้ความรู้ของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.21) มีการให้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 4.13) พนักงานขายมีความสุภาพ เอาใจใส่ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.11) พนักงานขายมีบุคลิกภาพที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.09) มีการสาธิตวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.08) การโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ / อินเทอร์เน็ต และ การให้สิทธิพิเศษแก่สมาชิก เช่น บริการแต่งหน้าฟรี หรือจัดอบรมสอนแต่งหน้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.06) การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร และ การรับรู้ข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ของผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายเครื่องสำอางเกาหลี (ค่าเฉลี่ย 4.04) การใช้ดารา นักร้อง นักแสดงเกาหลีเป็นพรีเซ็นเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.92) มีการแจกตัวอย่างผลิตภัณฑ์ทดลองใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.92) และมีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์แจก (ค่าเฉลี่ย 3.83) ตามลำดับ

4.4 ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครฝั่งธนบุรีในการซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า

ตารางที่ 4.35 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระยะเวลาที่ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า							
	น้อยกว่า 6 เดือน (n=94)		6 เดือน - 1 ปี (n=76)		1 - 2 ปี (n=45)		2 ปีขึ้นไป (n=85)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
ผลิตภัณฑ์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	4.47 (มาก)	2	4.26 (มาก)	6	4.27 (มาก)	4	4.54 (มากที่สุด)	1
ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติหลายด้าน	4.18 (มาก)	6	4.00 (มาก)	9	4.58 (มากที่สุด)	1	4.31 (มาก)	4
มีความปลอดภัยในการใช้ไม่ก่อให้เกิดการแพ้ระคายเคือง	4.36 (มาก)	4	4.61 (มากที่สุด)	1	4.58 (มากที่สุด)	1	4.49 (มาก)	2
มีรายละเอียดส่วนผสมบนฉลาก	4.10 (มาก)	9	4.61 (มากที่สุด)	1	4.27 (มาก)	4	4.00 (มาก)	7
มีส่วนผสมของสารสกัดจากธรรมชาติ	4.51	1	4.38 (มาก)	5	3.96 (มาก)	6	4.46 (มาก)	3
กลิ่นของผลิตภัณฑ์	4.41 (มาก)	3	4.43 (มาก)	4	3.33 (ปานกลาง)	9	3.69 (มาก)	9
ระบุวันผลิต และวันหมดอายุที่ชัดเจน	4.36 (มาก)	4	4.43 (มาก)	4	4.58 (มากที่สุด)	1	4.31 (มาก)	4
มีวิธีการใช้ที่บนฉลาก	3.94 (มาก)	10	4.01 (มาก)	8	4.27 (มาก)	3	4.31 (มาก)	4
รูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์ (Packaging) สวยงามทันสมัย	4.11 (มาก)	7	4.05 (มาก)	7	3.64 (มาก)	8	3.69 (มาก)	9
ผลิตภัณฑ์มีนวัตกรรมใหม่ๆ ออกมาเสมอ	4.11 (มาก)	7	4.45 (มาก)	3	3.76 (มาก)	7	4.00 (มาก)	7
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.25 (มาก)		4.32 (มาก)		4.12 (มาก)		4.18 (มาก)	

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า น้อยกว่า 6 เดือน ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.25) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่มีส่วนผสมของสารสกัดจากธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.51) และให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.47) กลิ่นของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.41) มีความปลอดภัยในการใช้ ไม่ก่อให้เกิดการแพ้ระคายเคือง และ ระบุวันผลิต และวันหมดอายุที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.36) ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติหลายด้าน (ค่าเฉลี่ย 4.18) รูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์(Packaging) สวยงามทันสมัย และ ผลิตภัณฑ์มีนวัตกรรมใหม่ๆออกมาเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.11) มีรายละเอียดส่วนผสมบนฉลาก (ค่าเฉลี่ย 4.10) และมีวิธีการใช้ที่บนฉลาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า 6 เดือน - 1 ปี ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.32) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่มีความปลอดภัยในการใช้ ไม่ก่อให้เกิดการแพ้ ระคายเคือง และ มีรายละเอียดส่วนผสมบนฉลาก (ค่าเฉลี่ย 4.61) และให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มีนวัตกรรมใหม่ๆออกมาเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.45) กลิ่นของผลิตภัณฑ์ และ ระบุวันผลิต และวันหมดอายุที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.43) มีส่วนผสมของสารสกัดจากธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.38) ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.26) รูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์(Packaging) สวยงามทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.05) มีวิธีการใช้ที่บนฉลาก (ค่าเฉลี่ย 4.01) ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติหลายด้าน (ค่าเฉลี่ย 4.00) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า 1- 2 ปี ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.12) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติหลายด้าน และ มีความปลอดภัยในการใช้ ไม่ก่อให้เกิดการแพ้ระคายเคือง และ ระบุวันผลิต และวันหมดอายุที่ชัดเจน และ ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.58) มีรายละเอียดส่วนผสมบนฉลาก มีวิธีการใช้ที่บนฉลาก และผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.27) มีส่วนผสมของสารสกัดจากธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 3.96) ผลิตภัณฑ์มีนวัตกรรมใหม่ๆออกมาเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.76) รูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์(Packaging) สวยงามทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.64) มีวิธีการใช้ที่บนฉลาก (ค่าเฉลี่ย 4.27) กลิ่นของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.33) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า 2 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก

ที่สุด ได้แก่ผลิตภัณฑ์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.54) มีความปลอดภัยในการใช้ ไม่ก่อให้เกิดการแพ้ระคายเคือง (ค่าเฉลี่ย 4.49) มีส่วนผสมของสารสกัดจากธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 4.46) ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติหลายด้าน ระบุวันผลิต และวันหมดอายุที่ชัดเจน มีวิธีการใช้ที่บนฉลาก (ค่าเฉลี่ย 4.31) มีรายละเอียดส่วนผสมบนฉลาก และ ผลิตภัณฑ์มีนวัตกรรมใหม่ๆออกมาเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.00) กลิ่นของผลิตภัณฑ์ และ รูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์(Packaging) สวยงามทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.69) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.36 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า

ปัจจัยด้านราคา	ระยะเวลาที่ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า							
	น้อยกว่า 6 เดือน (n=94)		6 เดือน - 1 ปี (n=76)		1 - 2 ปี (n=45)		2 ปีขึ้นไป (n=85)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับ คุณค่าที่ได้รับ	4.36 (มาก)	1	4.38 (มาก)	4	4.58 (มาก)	2	4.34 (มาก)	1
ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับ ปริมาณของผลิตภัณฑ์	4.29 (มาก)	3	4.43 (มาก)	1	4.27 (มาก)	3	4.34 (มาก)	1
ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับ ผลิตภัณฑ์จาก ต่างประเทศที่อื่น	4.16 (มาก)	4	4.43 (มาก)	1	4.69 (มากที่สุด)	1	3.88 (มาก)	3
มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ที่ ชัดเจน	4.32 (มาก)	2	4.43 (มาก)	1	3.96 (มาก)	4	3.88 (มาก)	3
รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	3.52 (มาก)	5	4.18 (มาก)	5	3.96 (มาก)	4	3.27 (ปานกลาง)	5
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.13 (มาก)		4.37 (มาก)		4.29 (มาก)		3.94 (มาก)	

จากตารางที่ 4.36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวน้ำน้อยกว่า 6 เดือน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณค่าที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 4.36) มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 4.32) ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับปริมาณของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.29) ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศยี่ห้ออื่น (ค่าเฉลี่ย 4.16) และรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.52) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวน้ำ 6 เดือน - 1 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.37) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับปริมาณของผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 4.43) ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศยี่ห้ออื่น ค่าเฉลี่ย 4.43) มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน ค่าเฉลี่ย 4.43) ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณค่าที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 4.38) และรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ค่าเฉลี่ย 4.18) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวน้ำ 1 - 2 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.29) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศยี่ห้ออื่น (ค่าเฉลี่ย 4.69) ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณค่าที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 4.58) และให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับปริมาณของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.27) มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.96)รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.96) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวน้ำ 2 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาโดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณค่าที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 4.34) ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับปริมาณของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.34) ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศยี่ห้ออื่น (ค่าเฉลี่ย 3.88) มีป้ายแสดงราคาผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน (ค่าเฉลี่ย 3.88) และ รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต (ค่าเฉลี่ย 3.27) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.37 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระยะเวลาที่ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า							
	น้อยกว่า 6 เดือน (n=94)		6 เดือน - 1 ปี (n=76)		1 - 2 ปี (n=45)		2 ปีขึ้นไป (n=85)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
สถานที่จำหน่ายอยู่ในทำเลที่ตั้งไปมาสะดวก	3.37	7	4.41 (มาก)	1	4.38 (มาก)	2	4.00 (มาก)	5
มีสินค้าพร้อมจำหน่ายตลอดเวลา	3.83 (มาก)	6	4.18 (มาก)	2	4.38 (มาก)	2	3.85 (มาก)	7
มีเจ้าหน้าที่จำหน่ายแยกจากเครื่องสำอางยี่ห้ออื่น	3.96 (มาก)	4	4.18 (มาก)	2	4.69 (มากที่สุด)	1	4.00 (มาก)	5
การตกแต่งเคาน์เตอร์จัดจำหน่ายมีความสวยงามทันสมัยน่าสนใจ	3.94 (มาก)	5	4.01 (มาก)	4	4.27 (มาก)	4	4.15 (มาก)	2
การจัดเรียงสินค้าในชั้นวางของ มีความเป็นระเบียบสวยงามน่าสนใจ	4.12 (มาก)	1	3.79 (มาก)	6	3.96 (มาก)	5	4.15 (มาก)	2
การจัดสินค้าไว้ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด หยิบง่าย	4.12 (มาก)	1	3.79 (มาก)	6	3.64 (มาก)	7	4.15 (มาก)	2
สามารถเลือกหยิบสินค้าได้เอง โดยไม่ต้องรบกวนพนักงานหยิบให้	4.12 (มาก)	1	4.01 (มาก)	4	3.96 (มาก)	5	4.34 (มาก)	1
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.92 (มาก)		4.05 (มาก)		4.18 (มาก)		4.09 (มาก)	

จากตารางที่ 4.37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าน้อยกว่า 6 เดือน ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่การจัดเรียงสินค้าในชั้นวางของ มีความเป็นระเบียบ

สวยงามน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.12) การจัดสินค้าไว้ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด หยิบง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.12) สามารถเลือกหยิบสินค้าได้เอง โดยไม่ต้องรอฟนักงานหยิบให้ (ค่าเฉลี่ย 4.12) มีเคาน์เตอร์จำหน่ายแยกจากเครื่องสำอางยี่ห้ออื่น (ค่าเฉลี่ย 3.96) การตกแต่งเคาน์เตอร์จัดจำหน่ายมีความสวยงามทันสมัย น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.94) มีสินค้าพร้อมจำหน่ายตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.83) และให้ความสำคัญในระดับปานกลางได้แก่ สถานที่จำหน่ายอยู่ในทำเลที่ตั้งไปมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 3.37) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า 6 เดือน - 1 ปี ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่สถานที่จำหน่ายอยู่ในทำเลที่ตั้งไปมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.41) มีสินค้าพร้อมจำหน่ายตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.18) มีเคาน์เตอร์จำหน่ายแยกจากเครื่องสำอางยี่ห้ออื่น (ค่าเฉลี่ย 4.18) การตกแต่งเคาน์เตอร์จัดจำหน่ายมีความสวยงาม ทันสมัยน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.01) สามารถเลือกหยิบสินค้าได้เอง โดยไม่ต้องรอฟนักงานหยิบให้ (ค่าเฉลี่ย 4.01) การจัดเรียงสินค้าในชั้นวางของ มีความเป็นระเบียบสวยงามน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.79) และการจัดสินค้าไว้ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด หยิบง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.79) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า 1 - 2 ปี ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.18) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่มีเคาน์เตอร์จำหน่ายแยกจากเครื่องสำอางยี่ห้ออื่น (ค่าเฉลี่ย 4.69) และให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ สถานที่จำหน่ายอยู่ในทำเลที่ตั้งไปมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.38) มีสินค้าพร้อมจำหน่ายตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 4.38) การตกแต่งเคาน์เตอร์จัดจำหน่ายมีความสวยงามทันสมัยน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.27) การจัดเรียงสินค้าในชั้นวางของ มีความเป็นระเบียบสวยงามน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 3.96) สามารถเลือกหยิบสินค้าได้เอง โดยไม่ต้องรอฟนักงานหยิบให้ (ค่าเฉลี่ย 3.96) การจัดสินค้าไว้ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด หยิบง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.64) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า 2 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า บัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่การตกแต่งเคาน์เตอร์จัดจำหน่ายมีความสวยงามทันสมัยน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.15) การจัดเรียงสินค้าในชั้นวางของ มีความเป็นระเบียบสวยงามน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.15) การจัดสินค้าไว้ในตำแหน่งที่มองเห็นได้ชัด หยิบง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.15) สถานที่จำหน่ายอยู่ในทำเลที่ตั้งไปมาสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีเคาน์เตอร์จำหน่ายแยกจากเครื่องสำอางยี่ห้ออื่น (ค่าเฉลี่ย 4.00) สามารถเลือกหยิบ

สินค้าได้เอง โดยไม่ต้องรอฟนักงานหยิบให้ (ค่าเฉลี่ย 4.34) และมีสินค้าพร้อมจำหน่ายตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.85) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.38 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	ระยะเวลาที่ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า							
	น้อยกว่า 6 เดือน (n=94)		6 เดือน - 1 ปี (n=76)		1 - 2 ปี (n=45)		2 ปีขึ้นไป (n=85)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
การโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ / อินเทอร์เน็ต	3.96 (มาก)	11	3.79 (มาก)	8	4.69 (มากที่สุด)	1	3.80 (มาก)	10
การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร	3.96 (มาก)	11	3.79 (มาก)	8	4.69 (มากที่สุด)	1	3.65 (มาก)	13
การใช้ดารา นักร้อง นักแสดง เกาหลีเป็นพรีเซ็นเตอร์	3.74 (มาก)	14	3.79 (มาก)	11	3.96 (มาก)	9	3.80 (มาก)	10
การรับรู้ข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ของผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายเครื่องสำอางเกาหลี	3.68 (มาก)	15	4.22 (มาก)	3	3.64 (มาก)	12	4.29 (มาก)	1
มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ แจก	3.89 (มาก)	13	3.99 (มาก)	7	3.64 (มาก)	12	3.68 (มาก)	12
การจัดโปรโมชันลดราคา	4.66 (มากที่สุด)	1	4.61 (มากที่สุด)	1	4.58 (มาก)	3	3.85 (มาก)	8
การจัด Gift Set ที่น่าสนใจ	4.66 (มากที่สุด)	1	4.21 (มาก)	4	4.58 (มากที่สุด)	3	4.15 (มาก)	2
มีการแจกตัวอย่างผลิตภัณฑ์ทดลองใช้	4.38 (มาก)	5	4.21 (มาก)	4	3.96 (มาก)	9	3.39	14
มีการให้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ ณ จุดขาย	4.33 (มาก)	7	3.79 (มาก)	8	4.38 (มาก)	7	3.88 (มาก)	7

ตารางที่ 4.38 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด	ระยะเวลาที่ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า							
	น้อยกว่า 6 เดือน (n=94)		6 เดือน - 1 ปี (n=76)		1 - 2 ปี (n=45)		2 ปีขึ้นไป (n=85)	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ลำดับ ที่
มีการสาธิตวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์	4.48 (มาก)	4	3.57 (มาก)	12	3.33 (ปานกลาง)	14	4.04 (มาก)	4
การให้สิทธิพิเศษแก่สมาชิก เช่น บริการ แต่งหน้าฟรี หรือจัดอบรม สอนแต่งหน้าฟรี	4.55 (มากที่สุด)	3	3.79 (มาก)	8	3.33 (ปานกลาง)	14	3.84 (มาก)	9
การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของ พนักงานขาย ณ จุดขาย	4.37 (มาก)	6	4.01 (มาก)	6	3.96 (มาก)	9	4.15 (มาก)	2
การบริการและการให้ความรู้ ของพนักงานขาย	4.21 (มาก)	8	4.43 (มาก)	2	4.58 (มากที่สุด)	3	4.00 (มาก)	5
พนักงานขายมีบุคลิกภาพที่ดี	4.21 (มาก)	8	4.21 (มาก)	4	4.27 (มาก)	8	3.95 (มาก)	6
พนักงานขายมีความสุขภาพ เอาใจใส่ในการ ให้บริการ	4.21 (มาก)	8	4.21 (มาก)	4	4.58 (มากที่สุด)	3	3.80 (มาก)	10
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.22 (มาก)		4.04 (มาก)		4.14 (มาก)		3.88 (มาก)	

จากตารางที่ 4.38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าน้อยกว่า 6 เดือน ให้ความสำคัญต่อบริการส่งเสริมการตลาด โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.22) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ การจัดโปรโมชั่นลดราคา (ค่าเฉลี่ย 4.66) การจัด Gift Set ที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.66) การให้สิทธิพิเศษแก่สมาชิกเช่น บริการแต่งหน้าฟรี หรือจัดอบรม

รบบสอนแต่งหน้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 4.55) และให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ มีการสาธิตวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.48) การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของพนักงานขาย ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 4.37) มีการแจกตัวอย่างผลิตภัณฑ์ทดลองใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.38) มีการให้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 4.33) การบริการและการให้ความรู้ของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.21) พนักงานขายมีบุคลิกภาพที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.21) พนักงานขายมีความสุขภาพ เอาใจใส่ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.21) การโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ / อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.96) การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.96) มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์แจก (ค่าเฉลี่ย 3.89) การใช้ดารานักร้อง นักแสดงเกาหลีเป็น พิธีเซ็นเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.74) การรับรู้ข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ของผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายเครื่องสำอางเกาหลี (ค่าเฉลี่ย 3.68) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า 6 เดือน - 1 ปี ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.04) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ การจัดโปรโมชั่นลดราคา (ค่าเฉลี่ย 4.61) และให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ การบริการและการให้ความรู้ของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.43) การรับรู้ข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ของผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายเครื่องสำอางเกาหลี (ค่าเฉลี่ย 4.22) การจัด Gift Set ที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.21) มีการแจกตัวอย่างผลิตภัณฑ์ทดลองใช้ (ค่าเฉลี่ย 4.21) พนักงานขายมีบุคลิกภาพที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.21) พนักงานขายมีความสุขภาพ เอาใจใส่ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.21) การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของพนักงานขาย ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 4.01) มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์แจก (ค่าเฉลี่ย 3.99) การโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ / อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.79) การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.79) การใช้ดารานักร้อง นักแสดงเกาหลีเป็น พิธีเซ็นเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.79) มีการให้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 3.79) การให้สิทธิพิเศษแก่สมาชิกเช่น บริการแต่งหน้าฟรี หรือจัดอบรมสอนแต่งหน้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.79) และมีการสาธิตวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.57) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า 1 - 2 ปี ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.14) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ / อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 4.69) การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 4.69) การจัดโปรโมชั่นลดราคา (ค่าเฉลี่ย 4.58) การจัด Gift Set ที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.58) การบริการและการให้ความรู้ของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.58) พนักงานขายมีความสุขภาพ เอาใจใส่ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 4.58) และให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ มีการให้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 4.38) พนักงานขายมีบุคลิกภาพที่ดี (ค่าเฉลี่ย 4.27) การใช้

ดารา นักร้อง นักแสดงเกาหลีเป็นฟรีเซ็นเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.96) การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของพนักงานขาย ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 3.96) มีการแจกตัวอย่างผลิตภัณฑ์ทดลองใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.96) การรับรู้ข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ของผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายเครื่องสำอางเกาหลี (ค่าเฉลี่ย 3.64) มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์แจก (ค่าเฉลี่ย 3.64) มีการสาธิตวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.33) การให้สิทธิพิเศษแก่สมาชิกเช่น บริการแต่งหน้าฟรี หรือจัดคอร์สอบสอนแต่งหน้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.33) ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระยะเวลาใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศเกาหลีประเภทผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า 2 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) ซึ่งในรายละเอียดพบว่า ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ การรับรู้ข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ของผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายเครื่องสำอางเกาหลี (ค่าเฉลี่ย 4.29) การจัด Gift Set ที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ย 4.15) การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของพนักงานขาย ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 4.15) มีการสาธิตวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.04) การบริการและการให้ความรู้ของพนักงานขาย (ค่าเฉลี่ย 4.00) พนักงานขายมีบุคลิกภาพที่ดี (ค่าเฉลี่ย 3.95) มีการให้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ ณ จุดขาย (ค่าเฉลี่ย 3.88) การจัดโปรโมชั่นลดราคา (ค่าเฉลี่ย 3.85) การให้สิทธิพิเศษแก่สมาชิกเช่น บริการแต่งหน้าฟรี หรือจัดคอร์สอบสอนแต่งหน้าฟรี (ค่าเฉลี่ย 3.84) การโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ / อินเทอร์เน็ต (ค่าเฉลี่ย 3.80) การใช้ดารา นักร้อง นักแสดงเกาหลีเป็นฟรีเซ็นเตอร์ (ค่าเฉลี่ย 3.80) พนักงานขายมีความสุขภาพ เอาใจใส่ในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.80) มีเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์แจก (ค่าเฉลี่ย 3.68) การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร (ค่าเฉลี่ย 3.65) มีการแจกตัวอย่างผลิตภัณฑ์ทดลองใช้ (ค่าเฉลี่ย 3.39) ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

4.5 ส่วนที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

1. ปัญหา

- | | |
|---|-------------|
| 1) ปริมาณบรรจุภัณฑ์ | จำนวน 2 ราย |
| 2) ราคาสินค้าบางยี่ห้อค่อนข้างแพง | จำนวน 5 ราย |
| 3) บรรจุภัณฑ์ที่เปิดยาก | จำนวน 1 ราย |
| 4) บรรจุภัณฑ์ที่ไม่ค่อยแข็งแรง แตกหักง่าย | จำนวน 2 ราย |
| 5) การโฆษณา มีน้อย | จำนวน 3 ราย |

2. ข้อเสนอแนะ

- | | |
|---|-------------|
| 1) ควรมีบรรจุภัณฑ์ที่หลากหลายรูปแบบ | จำนวน 1 ราย |
| 2) ราคาควรเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า | จำนวน 2 ราย |
| 3) ควรมีสินค้าวางจำหน่ายให้ทั่วถึง | จำนวน 7 ราย |
| 4) ประเภทของผลิตภัณฑ์ควรมีหลากหลาย | จำนวน 1 ราย |
| 5) แจ้งส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ไว้บนบรรจุภัณฑ์ | จำนวน 1 ราย |

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved