

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการวิจัยเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตราย เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตราย และเพื่อเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตราย โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยเก็บข้อมูลจากรักรุ่นหญิงที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก จำนวน 370 คน ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ เป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นส่วนประสมทางการตลาดและกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตราย

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลและกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตราย

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตราย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 5 จำนวนและร้อยละข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ระดับชั้นการศึกษา		
ม.4	119	32.20
ม.5	190	51.40
ม.6	61	16.50
รวม	370	100.00

ตาราง 5 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2. รายได้ส่วนตัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 2,000 บาท	156	42.30
2,001-3,000 บาท	114	30.90
3,001-4,000 บาท	54	14.60
4,001-5,000 บาท	13	3.50
5,001 บาทขึ้นไป	32	8.70
รวม	370	100.00
3. รายได้ของครอบครัวโดยเฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	68	18.50
15,001-30,000 บาท	150	40.80
30,001-45,000 บาท	61	16.60
45,001-60,000 บาท	52	14.10
60,001 บาทขึ้นไป	37	10.10
รวม	370	100.00
4. สีผิวที่อยากมี		
ผิวตามธรรมชาติ	185	50.00
ผิวขาว	126	34.10
ผิวสองสี	23	6.20
ผิวสีน้ำตาลแทนหรือเข้ม	31	8.40
ผิวดำ	5	1.40
รวม	370	100.00
5. คุณสมบัติเครื่องสำอางที่เลือกซื้อ		
ทำให้ผิวขาว	45	12.20
รักษาสิว	144	39.10
ป้องกันแสงแดด	47	12.80
บำรุงผิว	118	32.10
ลดริ้วรอย	14	3.80
รวม	370	100.00

ตาราง 5 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
6. ส่วนประกอบเครื่องสำอางที่ใช้		
ส่วนประกอบที่มาจากพืชหรือสมุนไพร	161	28.90
ส่วนประกอบที่มาจากสัตว์	16	2.90
ส่วนประกอบที่เป็นนวัตกรรมเวชสำอาง	160	28.70
ส่วนประกอบที่เป็นสารอาหาร	220	39.50
รวม	557	100.00
7. ระดับความรู้เกี่ยวกับเครื่องสำอางอันตราย		
มากที่สุด	25	6.80
มาก	50	13.50
ปานกลาง	216	58.40
น้อย	42	11.40
น้อยที่สุด	37	10.00
รวม	370	100.00
8. ชนิดเครื่องสำอางอันตรายที่เลือกใช้		
บำรุงผิวหน้า	128	22.80
ป้องกันแสงแดด	105	18.70
หน้าขาว สดผ่ำ กระ จุดต่างดํา	136	24.20
รักษาสิว	152	27.10
ลดริ้วรอย	40	7.10
รวม	561	100.00
9. จำนวนครั้งที่ซื้อเครื่องสำอางอันตรายต่อเดือน		
1-2 ครั้ง	292	80.00
3-4 ครั้ง	44	12.10
5-6 ครั้ง	12	3.30
มากกว่า 6 ครั้ง	17	4.70
รวม	370	100.00

ตาราง 5 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
10. จำนวนเงินที่ซื้อเครื่องสำอางอันตรายโดยเฉลี่ย ต่อครั้ง		
ต่ำกว่า 200 บาท	183	50.10
201-300 บาท	103	28.20
301-400 บาท	34	9.30
401-500 บาท	13	3.60
500 บาทขึ้นไป	32	8.80
รวม	370	100.00
11. ประสบการณ์การแพ้เครื่องสำอางอันตราย		
แพ้	169	44.90
ไม่เคยแพ้	201	55.10
รวม	370	100.00
12. อาการแพ้จากการใช้เครื่องสำอางอันตราย		
หน้าลอก	27	16.50
แสบร้อน หน้าไหม้	12	7.30
สิ่วขึ้น	70	42.70
เกิดผื่นแดงและมีอาการคัน	55	33.50
รวม	164	100.00

จากตาราง 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 51.40 รองลงมาคือ ศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 32.20 และน้อยที่สุดคือ ศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 ตามลำดับ

รายได้ส่วนตัวโดยของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เฉลี่ยอยู่ที่ต่ำกว่า 2,000 บาทต่อเดือน จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 42.30 รองลงมาคือ มีรายได้ส่วนตัวโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 2,001-3,000 บาทต่อเดือน จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 30.90 มีรายได้ส่วนตัวโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 3,001-4,000 บาทต่อเดือน จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 14.60 มีรายได้ส่วนตัวโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 5,001 บาทขึ้นไป

ต่อเดือน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.70 และน้อยที่สุดคือ มีรายได้ส่วนตัวโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 4,001-5,000 บาทต่อเดือน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 ตามลำดับ

รายได้ของครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 15,001-30,000 บาทต่อเดือน จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 40.80 รองลงมาคือ มีรายได้ของครอบครัวโดยเฉลี่ยอยู่ที่ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 มีรายได้ของครอบครัวโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 30,001-45,000 บาทต่อเดือน จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 16.60 มีรายได้ของครอบครัวโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 45,001-60,000 บาทต่อเดือน จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 14.10 และน้อยที่สุดคือ มีรายได้ของครอบครัวโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 60,001 บาทขึ้นไปต่อเดือน จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 10.10 ตามลำดับ

สีผิวที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยากมีคือ สีผิวตามธรรมชาติ จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ อยากมีสีผิวขาว จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 34.10 อยากมีผิวสีน้ำตาลแทนหรือเข้ม จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.40 อยากมีผิวสองสี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 6.20 และน้อยที่สุดคือ อยากมีผิวดำ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.40 ตามลำดับ

เครื่องสำอางที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อเป็นอันดับแรกคือ เครื่องสำอางที่มีคุณสมบัติรักษาผิว จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 39.10 รองลงมาคือ เลือกซื้อเครื่องสำอางที่มีคุณสมบัติบำรุงผิว จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 32.10 เลือกซื้อเครื่องสำอางที่มีคุณสมบัติป้องกันแสงแดด จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 12.80 เลือกซื้อเครื่องสำอางที่มีคุณสมบัติทำให้ผิวขาว จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 12.20 และน้อยที่สุดคือ เลือกซื้อเครื่องสำอางที่มีคุณสมบัติลดริ้วรอย จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.80 ตามลำดับ

ส่วนประกอบของเครื่องสำอางที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้คือ เครื่องสำอางที่มีส่วนประกอบเป็นสารอาหาร เช่น วิตามิน แร่ธาตุ จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 รองลงมาคือ ใช้เครื่องสำอางที่มีส่วนประกอบจากพืชหรือสมุนไพร จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 28.90 ใช้เครื่องสำอางที่มีส่วนประกอบที่เป็นนวัตกรรมทางเวชสำอาง จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 28.70 และน้อยที่สุดคือ ใช้เครื่องสำอางที่มีส่วนประกอบจากสัตว์ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 2.90 ตามลำดับ

ความรู้เกี่ยวกับเครื่องสำอางอันตรายของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 58.40 รองลงมาคือ มีความรู้เกี่ยวกับเครื่องสำอางอันตรายอยู่ในระดับมาก จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 มีความรู้เกี่ยวกับเครื่องสำอางอันตรายอยู่ในระดับน้อย จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 11.40 มีความรู้เกี่ยวกับเครื่องสำอางอันตรายอยู่ในระดับน้อย

ที่สุด จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และน้อยที่สุดคือ มีความรู้เกี่ยวกับเครื่องสำอางอันตราย อยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.80 ตามลำดับ

เครื่องสำอางอันตรายที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกใช้คือ เครื่องสำอางอันตรายที่ช่วย รักษาผิว จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 27.10 รองลงมาคือ ช่วยทำให้หน้าขาว ลดฝ้า กระ จุดด่างดำ จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 24.20 ช่วยบำรุงผิวหน้า จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 22.80 ช่วยป้องกันแสงแดด จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 18.70 และน้อยที่สุดคือ ช่วยลดริ้วรอย จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 7.10 ตามลำดับ

จำนวนครั้งที่ซื้อเครื่องสำอางอันตรายของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ที่ 1-2 ครั้งต่อเดือน จำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมาคือ ซื้อเครื่องสำอางอันตราย 3-4 ครั้งต่อเดือน จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 12.10 ซื้อเครื่องสำอางอันตรายมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.70 และน้อยที่สุดคือ ซื้อเครื่องสำอางอันตราย 5-6 ครั้งต่อเดือน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.30 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จ่ายเงินเพื่อซื้อเครื่องสำอางอันตราย ต่ำกว่า 200 บาทต่อครั้ง จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 50.10 รองลงมาคือ 201-300 บาทต่อครั้ง จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 28.20 ซื้อเครื่องสำอางอันตราย 301-400 บาทต่อครั้ง จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 9.30 ซื้อเครื่องสำอางอันตรายมากกว่า 500 บาทขึ้นไปต่อครั้ง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.80 และน้อยที่สุดคือ ซื้อเครื่องสำอางอันตราย 401-500 บาทต่อครั้ง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.60 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยมีประสบการณ์การแพ้เครื่องสำอางอันตราย จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 55.10 และเคยมีประสบการณ์การแพ้เครื่องสำอางอันตราย จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 44.90 ตามลำดับ

อาการไม่พึงประสงค์จากการแพ้เครื่องสำอางอันตรายของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คือ สิวขึ้น จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 42.70 รองลงมาคือมีอาการเกิดผื่นแดงและมีอาการคัน จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 มีอาการหน้าลอก จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 และน้อยที่สุดคือ มีอาการแสบร้อน หน้าไหม้ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 7.30 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นส่วนประสมทางการตลาดและกระบวนการ
ตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตราย

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นส่วนประสม
ทางการตลาดโดยรวม

ส่วนประสมทางการตลาด	\bar{x}	S.D.	แปลความ	อันดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.08	0.63	มาก	1
2. ด้านราคา	3.85	0.68	มาก	2
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.73	0.80	มาก	3
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.56	0.82	มาก	4
ภาพรวม	3.81	0.58	มาก	

จากตาราง 6 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้
เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก โดยรวมอยู่ในระดับมาก
มีค่าเฉลี่ย 3.81 (S.D.= 0.58) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์มีระดับความ
คิดเห็นเป็นอันดับแรก อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.08 (S.D.= 0.63) รองลงมาคือ ด้านราคา
อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.85 (S.D.= 0.68) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก
มีค่าเฉลี่ย 3.73 (S.D.= 0.80) และน้อยที่สุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก
มีค่าเฉลี่ย 3.56 (S.D.= 0.82) ตามลำดับ

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นส่วนประสม
ทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	\bar{x}	S.D.	แปลความ	อันดับ
1. ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายตามลักษณะ การใช้งานของผู้บริโภค	4.18	0.80	มาก	1
2. คุณภาพของผลิตภัณฑ์ เช่น ทำให้ผิวขาว ขึ้น รักษาสิว ฝ้า กระ จุดด่างดำ เป็นต้น	4.01	0.84	มาก	4
3. ลักษณะของผลิตภัณฑ์ เช่น ซึ่มซาบเร็ว บางเบา ไม่เหนียว	4.08	0.83	มาก	3
4. บรรจุภัณฑ์และการออกแบบสวยงาม	3.97	0.84	มาก	5

ตาราง 7 (ต่อ)

ด้านผลิตภัณฑ์	\bar{x}	S.D.	แปลความ	อันดับ
5. ผลิตภัณฑ์ที่มีให้เลือกซื้อหลากหลายยี่ห้อ	4.13	0.88	มาก	2
ภาพรวม	4.08	0.63	มาก	

จากตาราง 7 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.08 (S.D.= 0.63) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายตามลักษณะการใช้งานของผู้บริโภคมีระดับความคิดเห็นเป็นอันดับแรก อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.18 (S.D.= 0.80) รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ที่มีให้เลือกซื้อหลากหลายยี่ห้ออยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.13 (S.D.= 0.88) ลักษณะของผลิตภัณฑ์ เช่น ซึมซาบเร็ว บางเบา ไม่เหนียว อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.08 (S.D.= 0.83) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ เช่น ทำให้ผิวขาวขึ้น รักษาสิ่ว ผ่า กระ จุดต่างดำ เป็นต้น อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.01 (S.D.= 0.84) และน้อยที่สุดคือ บรรจุภัณฑ์และการออกแบบสวยงามอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.97 (S.D.= 0.84) ตามลำดับ

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา

ด้านราคา	\bar{x}	S.D.	แปลความ	อันดับ
1. ราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น	3.56	0.99	มาก	4
2. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ	4.04	0.90	มาก	1
3. มีให้เลือกหลากหลายราคา	3.85	0.91	มาก	3
4. มีราคาที่เป็นมาตรฐาน	3.94	0.86	มาก	2
ภาพรวม	3.85	0.68	มาก	

จากตาราง 8 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.85 (S.D.= 0.68) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ราคาเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับมีระดับความคิดเห็นเป็นอันดับแรก อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.04 (S.D.= 0.90) รองลงมาคือ มีราคาที่เป็นมาตรฐานอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.94 (S.D.= 0.86) มีให้เลือกหลากหลายราคาอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.85 (S.D.= 0.91) และน้อยที่สุดคือ ราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.56 (S.D.= 0.99) ตามลำดับ

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นส่วนประสม
ทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	\bar{x}	S.D.	แปลความ	อันดับ
1. มีช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านระบบออนไลน์	3.56	1.09	มาก	5
2. มีช่องทางการจัดจำหน่ายตามร้านค้า ร้านสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้า	4.07	0.84	มาก	1
3. มีช่องทางจากจัดจำหน่ายผ่านระบบตัวแทน	3.41	1.21	มาก	6
4. ช่องทางการจัดจำหน่ายมีความน่าเชื่อถือ	3.74	1.10	มาก	4
5. ช่องทางการจัดจำหน่ายที่เลือกใช้มีความสะดวกรวดเร็ว	3.80	1.06	มาก	3
6. ช่องทางที่เลือกใช้สามารถหาซื้อเครื่องสำอางได้ง่าย	3.82	1.04	มาก	2
ภาพรวม	3.73	0.80	มาก	

จากตาราง 9 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.73 (S.D.= 0.80) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีช่องทางการจัดจำหน่ายตามร้านค้า ร้านสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้ามีระดับความคิดเห็นเป็นอันดับแรก อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.07 (S.D.= 0.84) รองลงมาคือ ช่องทางที่เลือกใช้สามารถหาซื้อเครื่องสำอางได้ง่ายอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.82 (S.D.= 1.04) ช่องทางการจัดจำหน่ายที่เลือกใช้มีความสะดวกรวดเร็ว อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.80 (S.D.= 1.06) ช่องทางการจัดจำหน่ายมีความน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.74 (S.D.= 1.10) มีช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านระบบออนไลน์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.56 (S.D.= 1.09) และน้อยที่สุดคือ มีช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านระบบตัวแทนอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.41 (S.D.= 1.21) ตามลำดับ

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นส่วนประสม
ทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	\bar{x}	S.D.	แปลความ	อันดับ
1. ผู้นำเสนอสินค้าในโฆษณาเป็น ดาราที่ชื่นชอบ	3.41	1.07	มาก	4
2. คำแนะนำจากคนใกล้ชิด คนที่มา รีวิวนสื่อทางการตลาด หรือจาก ตัวแทนจำหน่าย	3.82	0.92	มาก	1
3. มีพนักงานให้คำแนะนำเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์	3.55	1.17	มาก	2
4. การลดแลก แจก แถมสินค้า	3.48	1.21	มาก	3
ภาพรวม	3.56	0.82	มาก	

จากตาราง 10 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริม
การตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.56 (S.D.= 0.82) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า
คำแนะนำจากคนใกล้ชิด คนที่มารีวิวนสื่อทางการตลาด หรือจากตัวแทนจำหน่ายมีระดับความ
คิดเห็นเป็นอันดับแรก อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.82 (S.D.= 0.92) รองลงมาคือ มีพนักงานให้
คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.55 (S.D.= 1.17) มีการลดแลก แจก
แถมสินค้า อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.48 (S.D.= 1.21) และน้อยที่สุดคือ ผู้นำเสนอสินค้าใน
โฆษณาเป็นดาราที่ชื่นชอบอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.41 (S.D.= 1.07) ตามลำดับ

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นกระบวนการ
ตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตราขายของวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก โดยรวม

กระบวนการตัดสินใจ	\bar{x}	S.D.	แปลความ	อันดับ
1. ด้านการรับรู้ความต้องการ	3.45	0.93	มาก	5
2. ด้านการค้นหาข้อมูล	3.47	0.88	มาก	4
3. ด้านการประเมินทางเลือก	3.85	0.71	มาก	1
4. ด้านการตัดสินใจเลือกซื้อ	3.56	0.86	มาก	3
5. ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ	3.74	0.81	มาก	2
ภาพรวม	3.62	0.67	มาก	

จากตาราง 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อกระบวนการตัดสินใจที่ใช้เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.62 (S.D.= 0.67) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการประเมินทางเลือกมีระดับความคิดเห็นเป็นอันดับแรก อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.85 (S.D.= 0.71) รองลงมาคือ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้ออยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.74 (S.D.= 0.81) ด้านการตัดสินใจเลือกซื้ออยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.56 (S.D.= 0.86) ด้านการค้นหาข้อมูลอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.47 (S.D.= 0.88) และน้อยที่สุดคือ ด้านการรับรู้ความต้องการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.45 (S.D.= 0.93) ตามลำดับ

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ด้านการรับรู้ความต้องการ

ด้านการรับรู้ความต้องการ	\bar{x}	S.D.	แปลความ	อันดับ
1. ตัดสินใจใช้เพราะตราชี่ห้อ	3.67	1.01	มาก	1
2. ตัดสินใจใช้เพราะทำให้ผิวขาวไว	3.24	1.19	ปานกลาง	4
3. ตัดสินใจใช้เพราะคนส่วนใหญ่ใช้กัน	3.43	1.11	มาก	3
4. ตัดสินใจใช้เพราะเห็นคนอื่นใช้แล้ว ผิวสวย หน้าขาวใส	3.45	1.11	มาก	2
ภาพรวม	3.45	0.93	มาก	

จากตาราง 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อกระบวนการตัดสินใจที่ใช้เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ด้านการรับรู้ความต้องการอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.45 (S.D.= 0.93) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายเพราะตราชี่ห้อ มีระดับความคิดเห็นเป็นอันดับแรก อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.67 (S.D.= 1.01) รองลงมาคือ ตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายเพราะเห็นคนอื่นใช้แล้ว ผิวสวย หน้าขาวใสอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.45 (S.D.= 1.11) ตัดสินใจใช้เพราะคนส่วนใหญ่ใช้กันอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.43 (S.D.= 1.11) และน้อยที่สุดคือ ตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายเพราะทำให้ผิวขาวไวอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.24 (S.D.= 1.19) ตามลำดับ

ตาราง 13 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ด้านการค้นหาข้อมูล

ด้านการค้นหาข้อมูล	\bar{x}	S.D.	แปลความ	อันดับ
1. ได้รับคำแนะนำจากเพื่อน คนใกล้ชิด หรือบุคคลที่มีชื่อเสียง	3.66	0.99	มาก	1
2. ได้รับข้อมูลจากการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก เป็นต้น	3.43	1.05	มาก	2
3. ได้รับข้อมูลจากพนักงาน หรือ ตัวแทนจำหน่าย	3.31	1.10	ปานกลาง	3
ภาพรวม	3.47	0.88	มาก	

จากตาราง 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อกระบวนการตัดสินใจที่ใช้เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ด้านการค้นหาข้อมูลอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.47 (S.D.= 0.88) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ได้รับคำแนะนำจากเพื่อน คนใกล้ชิด หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงมีระดับความคิดเห็นเป็นอันดับแรก อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.66 (S.D.= 0.99) รองลงมาคือ ได้รับข้อมูลจากการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.43 (S.D.= 1.05) ตามลำดับ และน้อยที่สุดคือ ได้รับข้อมูลจากพนักงาน หรือ ตัวแทนจำหน่ายอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.31 (S.D.= 1.10)

ตาราง 14 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ด้านการประเมินทางเลือก

ด้านการประเมินทางเลือก	\bar{x}	S.D.	แปลความ	อันดับ
1. พิจารณาจากผลิตภัณฑ์	4.03	0.86	มาก	1
2. พิจารณาจากราคาของผลิตภัณฑ์	3.86	0.86	มาก	3
3. พิจารณาจากชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์	3.80	0.84	มาก	4
4. พิจารณาจากช่องทางจำหน่าย	3.61	0.96	มาก	5

ตาราง 14 (ต่อ)

ด้านการประเมินทางเลือก	\bar{x}	S.D.	แปลความ	อันดับ
5. พิจารณาจากความต้องการส่วนตัวเป็นหลัก	3.96	0.95	มาก	2
ภาพรวม	3.85	0.71	มาก	

จากตาราง 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อกระบวนการตัดสินใจที่ใช้เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ด้านการประเมินทางเลือกอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.85 (S.D.= 0.71) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า พิจารณาจากผลิตภัณฑ์มีระดับความคิดเห็นเป็นอันดับแรก อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.03 (S.D.= 0.86) รองลงมาคือ พิจารณาจากความต้องการส่วนตัวเป็นหลักอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.96 (S.D.= 0.95) พิจารณาจากราคาของผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.86 (S.D.= 0.86) พิจารณาจากชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.80 (S.D.= 0.84) และน้อยที่สุดคือ พิจารณาจากช่องทางจำหน่ายอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.61 (S.D.= 0.96) ตามลำดับ

ตาราง 15 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ด้านการตัดสินใจเลือกซื้อ

ด้านการตัดสินใจเลือกซื้อ	\bar{x}	S.D.	แปลความ	อันดับ
1. ตัดสินใจจากความพึงพอใจของตัวเอง	4.04	0.87	มาก	1
2. ตัดสินใจจากคำแนะนำของบุคคลใกล้ชิด หรือบุคคลที่มีชื่อเสียง	3.45	1.07	มาก	2
3. ตัดสินใจจากการเชิญชวนทางการตลาด เช่น การโฆษณา การลดแลก แจกแถม เป็นต้น	3.17	1.15	ปานกลาง	3
ภาพรวม	3.56	0.86	มาก	

จากตาราง 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อกระบวนการตัดสินใจที่ใช้เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ด้านการตัดสินใจเลือกซื้ออยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.56 (S.D.= 0.86) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ตัดสินใจจากความพึงพอใจของตัวเองมีระดับความคิดเห็นเป็นอันดับแรก อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.04 (S.D.= 0.87) รองลงมาคือ ตัดสินใจจากคำแนะนำของบุคคลใกล้ชิด หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.45 (S.D.= 1.07) และน้อยที่สุดคือ ตัดสินใจจากการเชิญชวนทางการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.17 (S.D.= 1.15) ตามลำดับ

ตาราง 16 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ

ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ	\bar{x}	S.D.	แปลความ	อันดับ
1. พึงพอใจในผลิตภัณฑ์ที่ซื้อไป	3.93	0.92	มาก	1
2. ในอนาคตจะใช้ผลิตภัณฑ์ต่อ	3.82	0.91	มาก	2
3. จะแนะนำบอกต่อหรือให้ข้อมูลต่าง ๆ กับบุคคลอื่น	3.48	1.13	มาก	3
ภาพรวม	3.74	0.82	มาก	

จากตาราง 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อกระบวนการตัดสินใจที่ใช้เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ด้านพฤติกรรมหลังการซื้ออยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.74 (S.D.= 0.82) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า พึงพอใจในผลิตภัณฑ์ที่ซื้อไปมีระดับความคิดเห็นเป็นอันดับแรก อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.93 (S.D.= 0.92) รองลงมาคือ ในอนาคตจะใช้ผลิตภัณฑ์ต่ออยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.82 (S.D.= 0.91) และน้อยที่สุดคือ จะแนะนำบอกต่อหรือให้ข้อมูลต่าง ๆ กับบุคคลอื่นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.48 (S.D.= 1.13) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลและกระบวนการตัดสินใจใช้
เครื่องสำอางอันตราย

ผู้วิจัยทำการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับการเปรียบเทียบกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ตามระดับการศึกษาและรายได้ ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ตามวิธีของเชฟเฟ (Scheffe's test)

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับชั้นการศึกษามีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก

ตาราง 17 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามระดับชั้นการศึกษา

กระบวนการตัดสินใจใช้ เครื่องสำอางอันตรายของ วัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก	ระดับชั้นการศึกษา					
	ม.4		ม.5		ม.6	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
1. ด้านการรับรู้ความต้องการ	3.33	0.99	3.53	0.91	3.42	0.86
2. ด้านการค้นหาข้อมูล	3.40	0.97	3.58	0.85	3.27	0.74
3. ด้านการประเมินทางเลือก	3.84	0.77	3.92	0.67	3.67	0.66
4. ด้านการตัดสินใจเลือกซื้อ	3.57	0.87	3.52	0.89	3.64	0.74
5. ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ	3.79	0.77	3.74	0.85	3.66	0.79
รวม	3.59	0.70	3.66	0.67	3.55	0.60

จากตาราง 17 พบว่า วัยรุ่นหญิงอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 มัธยมศึกษาปีที่ 5 และมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.59 (S.D.= 0.70), 3.66 (S.D.= 0.67), 3.55 (S.D.= 0.60) ตามลำดับ

ตาราง 18 ผลเปรียบเทียบความแตกต่างกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของ
วัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก จำแนกตามระดับชั้นการศึกษา

กระบวนการตัดสินใจใช้ เครื่องสำอางอันตราย	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
1. ด้านการรับรู้ความต้องการ	ระหว่างกลุ่ม	2	2.87	1.44	1.66	.19
	ภายในกลุ่ม	365	315.47	.86		
	รวม	367	318.34			
2. ด้านการค้นหาข้อมูล	ระหว่างกลุ่ม	2	5.16	2.58	3.40	.03*
	ภายในกลุ่ม	365	277.01	.76		
	รวม	367	282.17			
3. ด้านการประเมินทางเลือก	ระหว่างกลุ่ม	2	2.79	1.40	2.83	.06
	ภายในกลุ่ม	365	179.95	.49		
	รวม	367	182.74			
4. ด้านการตัดสินใจเลือกซื้อ	ระหว่างกลุ่ม	2	.66	.33	.45	.64
	ภายในกลุ่ม	365	267.82	.73		
	รวม	367	268.48			
5. ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ	ระหว่างกลุ่ม	2	.68	.34	.51	.60
	ภายในกลุ่ม	365	243.63	.67		
	รวม	367	244.31			
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	2	.71	.36	.79	.45
	ภายในกลุ่ม	365	164.16	.45		
	รวม	367	164.87			

จากตาราง 18 พบว่า วัยรุ่นหญิงอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ที่มีระดับชั้นการศึกษาแตกต่างกันมีกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายโดยรวมไม่แตกต่างกัน โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.45 จึงปฏิเสธสมมติฐาน และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการค้นหาข้อมูลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือมีค่า Sig. เท่ากับ 0.03 ส่วนด้านการรับรู้ความต้องการ ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจเลือกซื้อ และด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ไม่แตกต่างกัน

เมื่อพบความแตกต่างดังกล่าว ผู้วิจัยใช้วิธีการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของของเชฟเฟ (Scheffe's test) ดังตาราง 19

ตาราง 19 การทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ กระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ด้านการค้นหาข้อมูล จำแนกตามระดับชั้นการศึกษา

ระดับชั้นการศึกษา	\bar{x}	ม.4	ม.5	ม.6
ม.4	3.40		-.18	.13
ม.5	3.58			.31
ม.6	3.27			

จากตาราง 19 พบว่า กระบวนการใช้เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ด้านการค้นหาข้อมูล ระหว่างระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 และระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก

ตาราง 20 ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก โดยรวมและรายด้าน จำแนกตามรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน

กระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตราย	รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน (บาท)									
	$\leq 2,000$		2,001-3,000		3,001-4,000		4,001-5,000		$\geq 5,001$	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
1. ด้านการรับรู้ความต้องการ	3.23	.93	3.50	.91	3.53	.91	3.60	.90	4.11	.70
2. ด้านการค้นหาข้อมูล	3.25	.94	3.56	.75	3.57	.80	3.87	.95	3.96	.80

ตาราง 20 (ต่อ)

กระบวนการ ตัดสินใจใช้ เครื่องสำอาง อันตราย	รายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน (บาท)									
	≤ 2,000		2,001- 3,000		3,001- 4,000		4,001- 5,000		≥ 5,001	
	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D	\bar{x}	S.D.
3. ด้านการ ประเมินทางเลือก	3.70	.67	3.90	.70	3.97	.70	4.06	.66	4.16	.82
4. ด้านการ ตัดสินใจซื้อ	3.31	.92	3.65	.76	3.76	.70	3.87	.71	3.93	.87
5. ด้านพฤติกรรม หลังการซื้อ	3.53	.81	3.82	.71	3.94	.76	4.05	.67	4.04	1.11
รวม	3.40	.67	3.69	.58	3.75	.62	3.89	.67	4.04	.73

จากตาราง 20 พบว่า วัยรุ่นหญิงอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ที่มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย อยู่ที่ ต่ำกว่า 2,000 บาท 2,001-3,000 บาท 3,001-4,000 บาท 4,001-5,000 บาท และ 5,000 บาท ขึ้นไป มีกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.40 (S.D.= 0.67), 3.69 (S.D.= 0.58), 3.75 (S.D.= 0.62), 3.89 (S.D.= 0.67), 4.04 (S.D.= 0.73) ตามลำดับ

ตาราง 21 ผลเปรียบเทียบความแตกต่างกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของ
วัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก จำแนกตามรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน

กระบวนการตัดสินใจใช้ เครื่องสำอางอันตราย	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
1. ด้านการรับรู้ความ ต้องการ	ระหว่างกลุ่ม	4	22.66	5.67	6.95	.000**
	ภายในกลุ่ม	362	295.04	.82		
	รวม	366	317.70			
2. ด้านการค้นหาข้อมูล	ระหว่างกลุ่ม	4	18.74	4.68	6.44	.000**
	ภายในกลุ่ม	362	263.40	.73		
	รวม	366	282.13			

ตาราง 21 (ต่อ)

กระบวนการตัดสินใจใช้ เครื่องสำอางอันตราย	แหล่งความ แปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
1. ด้านการรับรู้ความ ต้องการ	ระหว่างกลุ่ม	4	22.66	5.67	6.95	.000**
	ภายในกลุ่ม	362	295.04	.82		
	รวม	366	317.70			
2. ด้านการค้นหาข้อมูล	ระหว่างกลุ่ม	4	18.74	4.68	6.44	.000**
	ภายในกลุ่ม	362	263.40	.73		
	รวม	366	282.13			
3. ด้านการประเมินทางเลือก	ระหว่างกลุ่ม	4	8.27	2.07	4.29	.002**
	ภายในกลุ่ม	362	174.35	.48		
	รวม	366	182.62			
4. ด้านการตัดสินใจเลือกซื้อ	ระหว่างกลุ่ม	4	17.92	4.48	6.49	.000**
	ภายในกลุ่ม	362	249.95	.69		
	รวม	366	267.87			
5. ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ	ระหว่างกลุ่ม	4	13.71	3.43	5.37	.000**
	ภายในกลุ่ม	362	230.53	.64		
	รวม	366	244.24			
รวมทุกด้าน	ระหว่างกลุ่ม	4	15.48	3.87	9.42	.000**
	ภายในกลุ่ม	362	149.17	.41		
	รวม	366	164.65			

จากตาราง 21 พบว่า วัยรุ่นหญิงอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ที่มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ย ต่อเดือนแตกต่างกัน มีกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 จึงยอมรับสมมติฐาน และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการรับรู้ความต้องการ ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจ เลือกซื้อ และด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000, 0.000, 0.002, 0.000, 0.000 ตามลำดับ

เมื่อพบความแตกต่างดังกล่าว ผู้วิจัยใช้วิธีการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีของของเซฟเฟ (Scheffe's test) ดังตาราง 22

ตาราง 22 การทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่ กระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิงอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก จำแนกตามรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน

รายได้ส่วนตัว เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	\bar{x}	$\leq 2,000$	2,001- 3,000	3,001- 4,000	4,001- 5,000	$\geq 5,001$
1. ด้านการรับรู้ความต้องการ						
$\leq 2,000$	3.23		-0.27	-0.30	-0.37	-0.88*
2,001-3,000	3.50			-0.03	-0.10	-0.61*
3,001-4,000	3.53				-0.07	-0.58
4,001-5,000	3.60					-0.51
$\geq 5,000$	4.11					
2. ด้านการค้นหาข้อมูล						
$\leq 2,000$	3.25		-0.31	-0.32	-0.62	-0.71*
2,001-3,000	3.56			-0.01	-0.31	-0.40
3,001-4,000	3.57				-0.30	-0.39
4,001-5,000	3.87					-0.09
$\geq 5,000$	3.96					
3. ด้านการประเมินทางเลือก						
$\leq 2,000$	3.70		-0.20	-0.27	-0.36	-0.46*
2,001-3,000	3.90			-0.07	-0.16	-0.26
3,001-4,000	3.97				-0.09	-0.19
4,001-5,000	4.06					-0.10
$\geq 5,000$	4.16					

ตาราง 22(ต่อ)

รายได้ส่วนตัว เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	\bar{x}	$\leq 2,000$	2,001- 3,000	3,001- 4,000	4,001- 5,000	$\geq 5,001$
4. ด้านการตัดสินใจเลือกซื้อ						
$\leq 2,000$	3.31		-.34*	-.45*	-.56	-.62*
2,001-3,000	3.65			-.11	-.22	-.28
3,001-4,000	3.76				-.11	-.17
4,001-5,000	3.87					-.06
$\geq 5,000$	3.93					
5. ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ						
$\leq 2,000$	3.53		-.29	-.41*	-.52	-.51*
2,001-3,000	3.82			-.12	-.23	-.22
3,001-4,000	3.94				-.11	-.10
4,001-5,000	4.05					.01
$\geq 5,000$	4.04					

จากตาราง 22 พบว่า วิทยุรณรงค์อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ที่มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีกระบวนการใช้เครื่องสำอางอันตรายแตกต่างกันดังนี้ คือ

ด้านการรับรู้ความต้องการ วิทยุรณรงค์ที่มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ต่ำกว่า 2,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายแตกต่างกับวิทยุรณรงค์ที่มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนที่ 5,001 บาทขึ้นไปอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และวิทยุรณรงค์ที่มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ 2,001-3,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายแตกต่างกับวิทยุรณรงค์ที่มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนที่ 5,001 บาทขึ้นไปอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านการค้นหาข้อมูล วิทยุรณรงค์ที่มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ต่ำกว่า 2,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายแตกต่างกับวิทยุรณรงค์ที่มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนที่ 5,001 บาทขึ้นไปอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านการประเมินทางเลือก วิทยุหนึ่งที่มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ต่ำกว่า 2,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายแตกต่างกับวิทยุหนึ่งที่มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนที่ 5,001 บาทขึ้นไปอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ด้านการตัดสินใจเลือกซื้อ วิทยุหนึ่งที่มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ต่ำกว่า 2,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายแตกต่างกับวิทยุหนึ่งที่มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 2,001-3,000 บาท วิทยุหนึ่งที่มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 3,001-4,000 บาท และวิทยุหนึ่งที่มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนที่ 5,001 บาทขึ้นไปอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ

ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ วิทยุหนึ่งที่มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ต่ำกว่า 2,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายแตกต่างกับวิทยุหนึ่งที่มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 3,001-4,000 บาท และวิทยุหนึ่งที่มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนที่ 5,001 บาทขึ้นไปอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตราย

ผู้วิจัยทำการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของวิทยุหนึ่ง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก จึงเลือกใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

สมมติฐานที่ 1 ส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของวิทยุหนึ่ง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก

ตาราง 23 ระดับความคิดเห็นของวิทยุหนึ่งอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก

ตัวแปร (Variables)	\bar{x}	S.D.	แปลความ
ด้านผลิตภัณฑ์ (P ₁)	4.08	0.63	มาก
ด้านราคา (P ₂)	3.85	0.68	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (P ₃)	3.73	0.80	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด (P ₄)	3.56	0.82	มาก
กระบวนการตัดสินใจ (DIS)	3.62	0.67	มาก

จากตาราง 23 พบว่าระดับความคิดเห็นของวัยรุ่นหญิงอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ของทุกตัวแปรที่ศึกษาภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดเท่ากับ 4.08 (S.D.= 0.63) รองลงมาเป็นด้านราคามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 (S.D.= 0.68) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 (S.D.= 0.80) ด้านกระบวนการตัดสินใจมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 (S.D.= 0.67) และน้อยที่สุดด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 (S.D.= 0.82) ตามลำดับ

ตาราง 24 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณส่วนประสมทางการตลาดในกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก

ตัวแปรปัจจัย (Variables)	ค่าสัมประสิทธิ์ ถดถอย (β)	ค่าสัมประสิทธิ์ ถดถอยปรับ มาตรฐาน	t-statistic	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	.922		5.138	.000***
ด้านผลิตภัณฑ์ (P ₁)	.127	.053	2.531	.012*
ด้านราคา (P ₂)	.061	.049	1.227	.221
ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย (P ₃)	.240	.042	4.779	.000***
ด้านการส่งเสริมการตลาด (P ₄)	.400	.042	7.850	.000***
R				.689
R ²				.475
Adjust R ²				.469
Sig.				.000***

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตาราง 24 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณของกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ที่ประกอบด้วยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าโดยรวมปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายโดยมีค่า Sig.เท่ากับ .000 จึงยอมรับสมมติฐาน และสามารถร่วมกันพยากรณ์กระบวนการตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายของวัยรุ่นหญิงได้เท่ากับร้อยละ 47.50 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 52.50 เป็นอิทธิพลจากปัจจัยด้านอื่นๆที่ผู้วิจัยไม่ได้นำมาศึกษาในงานวิจัยนี้ โดยมีขนาดของอิทธิพล (β) มากที่สุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด เท่ากับ .400 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 รองมาคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เท่ากับ .240 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ด้านผลิตภัณฑ์ เท่ากับ .127 อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$\text{DIS} = .922 + .127 P_1 + .240 P_3 + .400 P_4 \quad \text{-----} \quad (1)$$

$$(5.138^{***}) \quad (2.531^{**}) \quad (4.779^{***}) \quad (7.850^{***})$$

$$R^2 = .475$$

หมายเหตุ

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

DIS = กระบวนการตัดสินใจ, P_1 = ด้านผลิตภัณฑ์, P_3 = ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย, P_4
= ด้านการส่งเสริมการตลาด