

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ตราสินค้า คุณค่าตราสินค้ากับความจงรักภักดี ในตราสินค้าของผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี แบ่งการนำเสนอออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ ในอำเภอเมืองจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยวิเคราะห์จากการแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับภาพลักษณ์ตราสินค้าของผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับคุณค่าตราสินค้าของผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความจงรักภักดีในตราสินค้าของผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ตราสินค้ากับความจงรักภักดี ในตราสินค้า และคุณค่าตราสินค้ากับความจงรักภักดีในตราสินค้าของผู้ใช้เครื่องสำอางต่างประเทศ ในอำเภอเมืองจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตามวิธีของสเปียร์แมน

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมายจากการวิเคราะห์ ข้อมูลที่ได้รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง โดยมีผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

การนำเสนอและผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยวิเคราะห์จากการแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ แสดงด้วย ตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศในอำเภอเมือง
จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (n=385)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	103	26.80
หญิง	282	73.20
2. อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	23	6.00
21 - 30 ปี	172	44.70
31 - 40 ปี	126	32.70
41 - 50 ปี	49	12.70
51 ปี ขึ้นไป	15	3.90
3. สถานภาพ		
โสด	171	44.40
สมรส/อยู่ด้วยกัน	186	48.30
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	28	7.30
4. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	96	24.90
ปริญญาตรี	257	66.80
สูงกว่าปริญญาตรี	32	8.30
5. อาชีพ		
พนักงานบริษัทเอกชน	95	24.70
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	118	30.60
ธุรกิจส่วนตัว	112	29.10
นักเรียน/นักศึกษา	41	10.60
อื่น ๆ	19	4.90
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	107	27.80
15,001 - 25,000 บาท	170	44.20
25,001 - 50,000 บาท	91	23.60
มากกว่า 50,000 บาท	17	4.40

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (n=385)	ร้อยละ
7. ประเภทของเครื่องสำอาง		
บำรุงผิว (Skin care)	187	48.6
แต่งหน้า (Make up)	243	63.1
น้ำหอม (Perfume)	159	41.3

จากตารางที่ 4.1 ผลจากการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21 - 30 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อยู่ในปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 25,000 บาท ประเภทของเครื่องสำอางที่ใช้มากที่สุด คือ แต่งหน้า (Make up)

ตารางที่ 4.2 ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศของผู้ใช้ในอำเภอเมือง
จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้า จากต่างประเทศ	จำนวน (n=385)	ร้อยละ	ลำดับที่
SK II	139	36.10	1
Mac	92	23.90	2
Covermark	90	23.40	3
Revlon	86	22.30	4
Shiseido	64	16.60	5
Loreal	56	14.50	6
Cavin Klein	56	14.50	7
DKNY	53	13.8	8
Lancome	30	7.80	9
Clinique	30	7.80	10
Laura Mercier	28	7.30	11
Nars	27	7.00	12
Estee Lauder	24	6.20	13

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้า จากต่างประเทศ	จำนวน (n=385)	ร้อยละ	ลำดับที่
Versace	24	6.20	14
Tommy Hilfiger	23	6.00	15
Coach	22	5.70	16
Kate	17	4.40	17
Kose	17	4.40	18
Pupa	16	4.20	19
Burberry	14	3.60	20
Bobbi Brow	12	3.10	21
Redeath	7	1.80	22
Ermenegildo Zegna	6	1.60	23
อื่น ๆ	5	1.30	24

จากตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศที่ผู้ใช้เลือกมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ SK II, MAC และ Covermark

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

Copyright© Suratthani Rajabhat University

All Right Reserved

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับภาพลักษณ์ตราสินค้าของผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงด้วยตารางที่ 4.3 - 4.10

ตารางที่ 4.3 ระดับภาพลักษณ์ตราสินค้าของผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานีในภาพรวม

องค์ประกอบของภาพลักษณ์ตราสินค้า	$\bar{X}$	S.D.	ระดับของภาพลักษณ์ ตราสินค้า	ลำดับที่
1. ด้านคุณสมบัติ	4.05	0.61	มาก	1
2. ด้านคุณประโยชน์	3.98	0.65	มาก	3
3. ด้านคุณค่า	3.89	0.67	มาก	5
4. ด้านวัฒนธรรม	3.99	0.65	มาก	2
5. ด้านบุคลิกภาพ	3.94	0.63	มาก	4
6. ด้านผู้ใช้	3.82	0.72	มาก	7
7. ด้านประเทศแหล่งกำเนิด	3.84	0.68	มาก	6
รวม	3.93	0.55	มาก	

จากตารางที่ 4.3 ระดับของภาพลักษณ์ตราสินค้าของผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวมพบว่า ระดับของภาพลักษณ์ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศอยู่ในระดับมาก หากพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านคุณสมบัติ ด้านวัฒนธรรม ด้านคุณประโยชน์ ด้านบุคลิกภาพ ด้านคุณค่า ด้านประเทศแหล่งกำเนิด และด้านผู้ใช้

ตารางที่ 4.4 ระดับภาพลักษณ์ตราสินค้าของผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านคุณสมบัติ

ด้านคุณสมบัติ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับของภาพลักษณ์ ตราสินค้า	ลำดับที่
1. ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	4.24	0.73	มากที่สุด	1
2. ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศมีชื่อเสียงที่เป็นที่รู้จักกว้างขวางและในทิศทางที่ดี	4.06	0.75	มาก	2
3. ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศมีโลโก้ที่โดดเด่น	4.03	0.80	มาก	4
4. ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศมีการบรรจุหีบห่อของผลิตภัณฑ์มีความสวยงามหรูหราและทันสมัย	4.04	0.78	มาก	3
5. ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศมีสีสันทันและรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้เลือกมากมาย	3.89	0.78	มาก	5
รวม	4.05	0.61	มาก	

จากตารางที่ 4.4 ระดับภาพลักษณ์ตราสินค้าของผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านคุณสมบัติ พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมาก 5 ข้อ โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศมีชื่อเสียงที่เป็นที่รู้จักกว้างขวางและในทิศทางที่ดี ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศมีการบรรจุหีบห่อของผลิตภัณฑ์มีความสวยงามหรูหราและทันสมัย ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศมีโลโก้ที่โดดเด่น และตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศมีสีสันทันรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้เลือกมากมาย

ตารางที่ 4.5 ระดับของภาพลักษณ์ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศในอำเภอเมือง
จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านคุณประโยชน์

ด้านคุณประโยชน์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับของภาพลักษณ์ ตราสินค้า	ลำดับที่
1. ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจาก ต่างประเทศนี้มีผลิตภัณฑ์ ที่สามารถใช้งานได้ดี	4.10	0.76	มาก	1
2. ตราสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ ไม่โอ้อวดสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ เกินจริง	3.86	0.81	มาก	5
3. ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจาก ต่างประเทศทำให้ถูกใจ	3.94	0.82	มาก	4
4. ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจาก ต่างประเทศสามารถเพิ่มความมั่นใจ	4.02	0.78	มาก	2
5. ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจาก ต่างประเทศทำให้บุคลิกภาพดูดีขึ้น	3.96	0.85	มาก	3
รวม	3.98	0.65	มาก	

จากตารางที่ 4.5 ระดับภาพลักษณ์ตราสินค้าของผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ
ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านคุณประโยชน์ พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ
อยู่ในระดับมากทั้ง 5 ข้อ โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจาก
ต่างประเทศนี้มีผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้งานได้ดี ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศสามารถ
เพิ่มความมั่นใจให้กับตัวของผู้ใช้ ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศทำให้บุคลิกภาพ
ของผู้ใช้ดูดีขึ้น ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศทำให้ผู้ใช้ถูกใจ และตราสินค้านำเข้าจาก
ต่างประเทศไม่โอ้อวดสรรพคุณของผลิตภัณฑ์เกินจริง

ตารางที่ 4.6 ระดับภาพลักษณ์ตราสินค้าของผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านคุณค่า

ด้านคุณค่า	$\bar{X}$	S.D.	ระดับของภาพลักษณ์ ตราสินค้า	ลำดับที่
1. ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจาก ต่างประเทศคุ้มค่าต่อราคา และการได้รับความสนใจ	3.98	0.80	มาก	1
2. ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจาก ต่างประเทศนี้ทำให้รู้สึกภูมิใจ	3.87	0.80	มาก	4
3. ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจาก ต่างประเทศสร้างความประทับใจ	3.88	0.82	มาก	3
4. ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจาก ต่างประเทศมีราคาที่เหมาะสมกับ คุณสมบัติและการใช้งาน	3.85	0.83	มาก	5
5. ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจาก ต่างประเทศสะท้อนถึงรสนิยม อย่างชัดเจน	3.91	0.79	มาก	2
รวม	3.89	0.67	มาก	

จากตารางที่ 4.6 ระดับภาพลักษณ์ตราสินค้าของผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านคุณค่า พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ อยู่ในระดับมาก โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ คุ้มค่าต่อราคาและการได้รับความสนใจจากผู้อื่น ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ สะท้อนถึงรสนิยมของผู้ใช้ได้อย่างชัดเจน ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศสร้างความประทับใจให้แก่ผู้ใช้ ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศนี้ทำให้ผู้ใช้รู้สึกภูมิใจ และตราสินค้า เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศมีราคาที่เหมาะสมกับคุณสมบัติและการใช้งาน

ตารางที่ 4.7 ระดับภาพลักษณ์ตราสินค้าของผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านวัฒนธรรม

ด้านวัฒนธรรม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับของภาพลักษณ์ ตราสินค้า	ลำดับที่
1. พนักงานที่ให้บริการตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.15	0.81	มาก	1
2. พนักงานที่ให้บริการตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศมีความเป็นมิตรพร้อมให้บริการ	3.91	0.74	มาก	4
3. พนักงานที่บริการตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศมีความรู้ความสามารถ	3.94	0.76	มาก	2
4. พนักงานที่บริการตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศมีความเชี่ยวชาญในการให้บริการ	3.92	0.81	มาก	3
รวม	3.98	0.65	มาก	

จากตารางที่ 4.7 ระดับภาพลักษณ์ตราสินค้าของผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านวัฒนธรรม พบว่าอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมาก โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ พนักงานที่ให้บริการตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พนักงานที่บริการตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศมีความรู้ความสามารถ พนักงานที่บริการตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศมีความเชี่ยวชาญในการให้บริการ และพนักงานที่ให้บริการตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศมีความเป็นมิตรพร้อมให้บริการ

ตารางที่ 4.8 ระดับภาพลักษณ์ตราสินค้าของผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านบุคลิกภาพ

ด้านบุคลิกภาพ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับของภาพลักษณ์ ตราสินค้า	ลำดับที่
1. ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจาก ต่างประเทศแสดงถึงความเป็นผู้นำ ด้านผลิตภัณฑ์	4.01	0.75	มาก	1
2. ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจาก ต่างประเทศมีความน่าเชื่อถือ	3.94	0.78	มาก	2
3. ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจาก ต่างประเทศเป็นที่นิยมอยู่เสมอ	3.91	0.78	มาก	5
4. ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจาก ต่างประเทศมีความมุ่งมั่นในการพัฒนา สินค้าให้ทันสมัย	3.92	0.77	มาก	4
5. ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจาก ต่างประเทศสามารถใช้งานได้นาน	3.93	0.77	มาก	3
รวม	3.94	0.63	มาก	

จากตารางที่ 4.8 ระดับภาพลักษณ์ตราสินค้าของผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านบุคลิกภาพพบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ อยู่ในระดับมาก โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศแสดงถึงความเป็นผู้นำด้านผลิตภัณฑ์ ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศมีความน่าเชื่อถือ ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศสามารถใช้งานได้นาน ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศมีความมุ่งมั่นในการพัฒนาสินค้าให้ทันสมัย และตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศเป็นที่นิยมอยู่เสมอ

ตารางที่ 4.9 ระดับภาพลักษณ์ตราสินค้าของผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านผู้ใช้

ด้านผู้ใช้	$\bar{X}$	S.D.	ระดับของภาพลักษณ์ ตราสินค้า	ลำดับที่
1. ผู้ใช้ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้า จากต่างประเทศเป็นคนทันสมัย	3.83	0.84	มาก	2
2. ผู้ใช้ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้า จากต่างประเทศเป็นคนฉลาดเลือก	3.77	0.84	มาก	5
3. ผู้ใช้ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้า จากต่างประเทศเป็นคนมีรสนิยมดี	3.80	0.84	มาก	3
4. ผู้ใช้ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้า จากต่างประเทศเป็นคนมีความมั่นใจ	3.79	0.84	มาก	4
5. ผู้ใช้ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้า จากต่างประเทศเป็นคนมีความพึงพอใจ เอาใจใส่ตัวเอง	3.88	0.87	มาก	1
รวม	3.82	0.72	มาก	

จากตารางที่ 4.9 ระดับภาพลักษณ์ตราสินค้าของผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านผู้ใช้ พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมาก โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ผู้ใช้ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศเป็นคนมีความพึงพอใจเอาใจใส่ตัวเอง ผู้ใช้ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศเป็นคนทันสมัย ผู้ใช้ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศเป็นคนมีรสนิยมดี ผู้ใช้ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศเป็นคนมีความมั่นใจ และผู้ใช้ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศเป็นคนฉลาดเลือก

ตารางที่ 4.10 ระดับภาพลักษณ์ตราสินค้าของผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านประเทศแหล่งกำเนิด

ด้านประเทศแหล่งกำเนิด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับของภาพลักษณ์ ตราสินค้า	ลำดับที่
1. ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจาก ต่างประเทศมีการใช้เทคโนโลยี การผลิตที่ทันสมัย	3.93	0.77	มาก	1
2. ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจาก ต่างประเทศมีการควบคุมคุณภาพ ในการผลิตทุกขั้นตอน	3.80	0.81	มาก	4
3. ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจาก ต่างประเทศมีความรู้ความเข้าใจ ในขั้นตอนการผลิต	3.84	0.78	มาก	2
4. ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจาก ต่างประเทศมีการผลิตรูปแบบผลิตภัณฑ์ ที่มีคุณภาพ	3.81	0.80	มาก	3
รวม	3.98	0.65	มาก	

จากตารางที่ 4.10 ระดับภาพลักษณ์ตราสินค้าของผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านประเทศแหล่งกำเนิด พบว่าอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมาก โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศมีการใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศมีความรู้ความเข้าใจในขั้นตอนการผลิต ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศมีการผลิตรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศมีการควบคุมคุณภาพในการผลิตทุกขั้นตอน

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับคุณค่าตราสินค้าของผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงด้วยตารางที่ 4.11 - 4.14

ตารางที่ 4.11 ระดับคุณค่าตราสินค้าของผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

องค์ประกอบคุณค่าตราสินค้า	$\bar{X}$	S.D.	ระดับของคุณค่า ตราสินค้า	ลำดับที่
1. ด้านการรู้จักตราสินค้า	3.90	0.67	มาก	1
2. ด้านคุณภาพการรับรู้	3.88	0.64	มาก	3
3. ด้านความเชื่อมโยงกับตราสินค้า	3.89	0.71	มาก	2
รวม	3.89	0.61	มาก	

จากตารางที่ 4.11 ระดับภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวม พบว่า ระดับภาพลักษณ์ของธนาคารพาณิชย์ อยู่ในระดับมาก หากพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการรู้จักตราสินค้า ด้านความเชื่อมโยงกับตราสินค้า และด้านคุณภาพการรับรู้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

Copyright© Suratthani Rajabhat University

All Right Reserved

ตารางที่ 4.12 ระดับคุณค่าตราสินค้าของผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการรู้จักตราสินค้า

ด้านการรู้จักตราสินค้า	$\bar{X}$	S.D.	ระดับของคุณค่า ตราสินค้า	ลำดับที่
1. รู้จักตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจาก ต่างประเทศที่ใช้เป็นอย่างดี	4.00	0.84	มาก	1
2. มีความคุ้นเคยกับตราสินค้าเครื่องสำอาง นำเข้าจากต่างประเทศที่ใช้	3.84	0.77	มาก	5
3. สามารถบอกชื่อตราสินค้าเครื่องสำอาง นำเข้าจากต่างประเทศที่ใช้ได้	3.92	0.86	มาก	2
4. สามารถจดจำตราสินค้าหรือโลโก้ของ เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศได้	3.89	0.79	มาก	3
5. เลือกซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ ที่รู้จักตราสินค้า	3.88	0.78	มาก	4
รวม	3.90	0.67	มาก	

จากตารางที่ 4.12 ระดับคุณค่าตราสินค้าของผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านการรู้จักตราสินค้า พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมาก โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ รู้จักตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศที่ใช้เป็นอย่างดี สามารถบอกชื่อตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศที่ใช้ได้ สามารถจดจำตราสินค้าหรือโลโก้ของเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศได้ ผู้ใช้เลือกซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศที่รู้จักตราสินค้า และมีความคุ้นเคยกับตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศที่ใช้

ตารางที่ 4.13 ระดับคุณค่าตราสินค้าของผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านคุณภาพการรับรู้

ด้านคุณภาพการรับรู้	$\bar{X}$	S.D.	ระดับของคุณค่า ตราสินค้า	ลำดับที่
1. ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจาก ต่างประเทศมีคุณภาพมาตรฐานมากกว่า เมื่อเทียบกับตราสินค้าเครื่องสำอางอื่น	3.96	0.77	มาก	1
2. รู้ถึงคุณภาพในคุณสมบัติและลักษณะของ สินค้าตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจาก ต่างประเทศ	3.84	0.78	มาก	4
3. ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจาก ต่างประเทศมีการพัฒนาเทคโนโลยีในการ ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพอยู่เสมอ	3.89	0.78	มาก	2
4. ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจาก ต่างประเทศมีพนักงานที่มีความสามารถในการ ให้บริการที่มีประสิทธิภาพ	3.83	0.79	มาก	5
5. รู้สึกมั่นใจในความสามารถการใช้งานของ ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจาก ต่างประเทศ	3.88	0.78	มาก	3
รวม	3.88	0.64	มาก	

จากตารางที่ 4.13 ระดับคุณค่าตราสินค้าของผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านคุณภาพการรับรู้ พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมาก โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศมีคุณภาพมาตรฐานมากกว่าเมื่อเทียบกับตราสินค้าเครื่องสำอางอื่น ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศมีการพัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพอยู่เสมอ รู้สึกมั่นใจในความสามารถการใช้งานของตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ รู้ถึงคุณภาพในคุณสมบัติและลักษณะของสินค้าตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ และตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศมีพนักงานที่มีความสามารถในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ

ตารางที่ 4.14 ระดับคุณค่าตราสินค้าของผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความเชื่อมโยงกับตราสินค้า

ด้านความเชื่อมโยงกับตราสินค้า	$\bar{X}$	S.D.	ระดับของคุณค่า ตราสินค้า	ลำดับที่
1. มีความผูกพันกับตราสินค้าเครื่องสำอาง นำเข้าจากต่างประเทศ	3.90	0.83	มาก	2
2. คำนึงเกี่ยวกับตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจาก ต่างประเทศมากกว่าตราสินค้า เครื่องสำอางอื่น	3.84	0.85	มาก	5
3. มีความเชื่อมั่นในตราสินค้าเครื่องสำอาง นำเข้าจากต่างประเทศ	3.92	0.82	มาก	1
4. ไม่เคยผิดหวังที่เลือกใช้ตราสินค้าเครื่องสำอาง นำเข้าจากต่างประเทศ	3.89	0.84	มาก	3
5. เลือกตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจาก ต่างประเทศที่สร้างความภูมิใจ	3.88	0.81	มาก	4
รวม	3.88	0.71	มาก	

จากตารางที่ 4.14 ระดับคุณค่าตราสินค้าของผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความเชื่อมโยงกับตราสินค้า พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมาก โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ มีความเชื่อมั่นในตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ มีความผูกพันกับตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ ไม่เคยผิดหวังที่เลือกใช้ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ เลือกตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศที่สร้างความภูมิใจให้แก่ผู้ใช้ และคำนึงเกี่ยวกับตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศมากกว่าตราสินค้าเครื่องสำอางอื่น

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ระดับความจงรักภักดีของผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ
ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
แสดงด้วยตารางที่ 4.15 - 4.20

**ตารางที่ 4.15 ระดับความจงรักภักดีของผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศในอำเภอเมือง
จังหวัดสุราษฎร์ธานีในภาพรวม**

องค์ประกอบของความจงรักภักดี	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ จงรักภักดี	ลำดับที่
1. ด้านความพึงพอใจ	3.92	0.64	มาก	1
2. ด้านตั้งใจซื้อ	3.87	0.67	มาก	3
3. ด้านซื้อซ้ำตราสินค้าเดิม	3.86	0.72	มาก	4
4. ด้านบอกต่อผู้อื่น	3.90	0.67	มาก	2
5. ด้านความอ่อนไหวต่อราคา	3.85	0.73	มาก	5
รวม	3.88	0.61	มาก	

จากตารางที่ 4.15 ระดับความจงรักภักดีของผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ
ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวม พบว่า ระดับความจงรักภักดีของผู้ใช้อยู่ในระดับมาก
หากพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านความ
พึงพอใจ ด้านบอกต่อผู้อื่น ด้านตั้งใจซื้อ ด้านซื้อซ้ำตราสินค้าเดิม และด้านความอ่อนไหวต่อราคา

All Right Reserved

ตารางที่ 4.16 ระดับความจงรักภักดีของผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศในอำเภอเมือง
จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความพึงพอใจ

ด้านความพึงพอใจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ จงรักภักดี	ลำดับที่
1. มีความพึงพอใจในตราสินค้าเครื่องสำอาง นำเข้าจากต่างประเทศที่ใช้อยู่เป็นประจำ	4.04	0.77	มาก	1
2. ชื่นชอบในตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้า จากต่างประเทศที่ใช้อยู่	3.88	0.73	มาก	4
3. ชื่นชอบในรูปลักษณ์ของตราสินค้า เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ	3.90	0.79	มาก	2
4. ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจาก ต่างประเทศนี้ใช้ดีกว่าตราสินค้า เครื่องสำอางอื่น	3.89	0.78	มาก	3
รวม	3.92	0.64	มาก	

จากตารางที่ 4.16 ระดับความจงรักภักดีของผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ
ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความพึงพอใจ พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ
อยู่ในระดับมาก โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ มีความพึงพอใจในตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้า
จากต่างประเทศที่ใช้อยู่เป็นประจำ ชื่นชอบในรูปลักษณ์ของตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจาก
ต่างประเทศ ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศนี้ใช้ดีกว่าตราสินค้าเครื่องสำอางอื่น
และชื่นชอบในตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศที่ใช้อยู่

All Right Reserved

ตารางที่ 4.17 ระดับความจงรักภักดีของผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านตั้งใจซื้อ

ด้านตั้งใจซื้อ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ จงรักภักดี	ลำดับที่
1. มีการวางแผนในเลือกซื้อตราสินค้า เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ	3.91	0.74	มาก	1
2. เมื่อต้องการจะเลือกซื้อเครื่องสำอาง มีความตั้งใจที่จะซื้อตราสินค้าเครื่องสำอาง นำเข้าจากต่างประเทศที่เป็นอันดับแรก	3.90	0.79	มาก	2
3. มีความตั้งใจที่จะซื้อตราสินค้าเครื่องสำอาง นำเข้าจากต่างประเทศ	3.83	0.84	มาก	5
4. ไม่เปลี่ยนใจไปซื้อตราสินค้าอื่น แม้ตราสินค้า จะไม่ได้อยู่ในช่วงส่งเสริมการขาย	3.88	0.82	มาก	3
5. ไม่เปลี่ยนความตั้งใจ แม้ว่าตราสินค้า เครื่องสำอางอื่นมีการจัดโปรโมชั่น	3.85	0.85	มาก	4
รวม	3.87	0.67	มาก	

จากตารางที่ 4.17 ระดับความจงรักภักดีของผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านตั้งใจซื้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ อยู่ในระดับมาก โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ มีการวางแผนในเลือกซื้อตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ เมื่อต้องการจะเลือกซื้อเครื่องสำอาง มีตั้งใจที่จะซื้อตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศที่เป็นอันดับแรก ไม่เปลี่ยนใจไปซื้อตราสินค้าอื่น แม้ตราสินค้าจะไม่ได้อยู่ในช่วงส่งเสริมการขาย ไม่เปลี่ยนความตั้งใจ แม้ว่าตราสินค้าเครื่องสำอางอื่นมีการจัดโปรโมชั่น และมีความตั้งใจที่จะซื้อตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ

ตารางที่ 4.18 ระดับความจงรักภักดีของผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศในอำเภอเมือง
จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านซื้อซ้ำตราสินค้าเดิม

ด้านซื้อซ้ำตราสินค้าเดิม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ จงรักภักดี	ลำดับที่
1. ถ้าจะซื้อเครื่องสำอางครั้งต่อไป จะเลือกซื้อ ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจาก ต่างประเทศที่ใช้อยู่เป็นประจำ	3.95	0.80	มาก	1
2. ซื้อซ้ำตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจาก ต่างประเทศอย่างสม่ำเสมอ	3.82	0.82	มาก	3
3. ถ้าซื้อเครื่องสำอางครั้งต่อไปจะซื้อซ้ำ เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ	3.86	0.84	มาก	2
4. จะยังซื้อตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจาก ต่างประเทศเดิมแม้จะมีผู้อื่นแนะนำให้ใช้ ตราสินค้าเครื่องสำอางอื่น	3.79	0.85	มาก	4
รวม	3.86	0.72	มาก	

จากตารางที่ 4.18 ระดับความจงรักภักดีของผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ
ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านซื้อซ้ำตราสินค้าเดิม พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณา
เป็นรายข้ออยู่ในระดับมาก โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ถ้าจะซื้อเครื่องสำอางครั้งต่อไป
จะเลือกซื้อตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศที่ใช้อยู่เป็นประจำ ถ้าซื้อเครื่องสำอางครั้งต่อไป
จะซื้อซ้ำเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ ซื้อซ้ำตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ
อย่างสม่ำเสมอ จะยังซื้อตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศเดิมแม้จะมีผู้อื่นแนะนำให้ใช้
ตราสินค้าเครื่องสำอางอื่น

ตารางที่ 4.19 ระดับความจงรักภักดีของผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศในอำเภอเมือง
จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านบอกต่อผู้อื่น

ด้านบอกต่อผู้อื่น	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ จงรักภักดี	ลำดับที่
1. เต็มใจที่จะแนะนำให้บุคคลอื่นใช้ตราสินค้า เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ	4.06	0.80	มาก	1
2. เต็มใจที่จะบอกต่อให้บุคคลอื่นใช้ตราสินค้า เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ	3.87	0.78	มาก	3
3. ยินดีและเต็มใจที่จะบอกบุคคลอื่นว่าใช้ ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจาก ต่างประเทศ	3.89	0.84	มาก	2
4. มีการแนะนำและบอกต่อแก่บุคคลอื่น ให้ใช้ตราสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ ที่ใช้อยู่อย่างแน่นนอน	3.84	0.83	มาก	4
5. พูดสิ่งดี ๆ เกี่ยวกับตราสินค้าเครื่องสำอาง นำเข้าจากต่างประเทศให้ผู้อื่นฟัง	3.83	0.80	มาก	5
รวม	3.90	0.67	มาก	

จากตารางที่ 4.19 ระดับความจงรักภักดีของผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ
ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านบอกต่อผู้อื่น พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ
อยู่ในระดับมาก โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ เต็มใจที่จะแนะนำให้บุคคลอื่นใช้ตราสินค้า
เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ ยินดีและเต็มใจที่จะบอกบุคคลอื่นว่าใช้ตราสินค้าเครื่องสำอาง
นำเข้าจากต่างประเทศ เต็มใจที่จะบอกต่อให้บุคคลอื่นใช้ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ
มีการแนะนำและบอกต่อแก่บุคคลอื่นให้ใช้ตราสินค้านำเข้าจากต่างประเทศที่ใช้อยู่อย่างแน่นนอน
พูดสิ่งดี ๆ เกี่ยวกับตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศให้ผู้อื่นฟัง

ตารางที่ 4.20 ระดับความจงรักภักดีของผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความอ่อนไหวต่อราคา

ด้านความอ่อนไหวต่อราคา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ จงรักภักดี	ลำดับที่
1. ไม่มีปัญหากับการขึ้นราคาของตราสินค้า เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ	3.85	0.83	มาก	2
2. ยอมจ่ายเงินเพิ่มเพื่อใช้ตราสินค้า เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ	3.83	0.84	มาก	4
3. จะยังคงใช้ตราสินค้าเดิมของเครื่องสำอาง นำเข้าจากต่างประเทศแม้จะมีการ เปลี่ยนแปลงราคา	3.84	0.85	มาก	3
4. ยินดีจะจ่ายเพิ่มหากตราสินค้าเครื่องสำอาง นำเข้าจากต่างประเทศนั้นสามารถ ตอบสนองความต้องการได้	3.86	0.85	มาก	1
รวม	3.85	0.73	มาก	

จากตารางที่ 4.20 ระดับความจงรักภักดีของผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้านความอ่อนไหวต่อราคา พบว่า อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมาก โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ยินดีจะจ่ายเพิ่มหากตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศนั้นสามารถตอบสนองความต้องการได้ ไม่มีปัญหากับการขึ้นราคาของตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ จะยังคงใช้ตราสินค้าเดิมของเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ แม้จะมีการเปลี่ยนแปลงราคา ยอมจ่ายเงินเพิ่มเพื่อใช้ตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากต่างประเทศ

**ตอนที่ 5 ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ตราสินค้ากับความจงรักภักดี
ในตราสินค้า ของผู้ใช้เครื่องสำอางต่างประเทศในอำเภอเมืองจังหวัดสุราษฎร์ธานี**

ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ตราสินค้ากับความจงรักภักดีในตราสินค้าของผู้ใช้
เครื่องสำอางต่างประเทศในอำเภอเมืองจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
แบบสเปียร์แมน (The spearman rank-difference method) แสดงด้วยตารางที่ 4.21 - 4.24
โดยกำหนดให้

ภาพลักษณ์ตราสินค้า

- A1 = ด้านคุณสมบัติ
- A2 = ด้านคุณประโยชน์
- A3 = ด้านคุณค่า
- A4 = ด้านวัฒนธรรม
- A5 = ด้านบุคลิกภาพ
- A6 = ด้านผู้ใช้
- A7 = ประเทศแหล่งกำเนิดสินค้า

ความจงรักภักดีในตราสินค้า

- C1 = ด้านความพึงพอใจ
- C2 = ด้านตั้งใจซื้อ
- C3 = ด้านซื้อซ้ำตราสินค้าเดิม
- C4 = ด้านบอกต่อผู้อื่น
- C5 = ด้านความอ่อนไหวต่อราคา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

Copyright© Suratthani Rajabhat University

All Right Reserved

ตารางที่ 4.21 สรุปการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ตราสินค้ากับความจงรักภักดีในตราสินค้าของผู้ใช้เครื่องสำอางต่างประเทศ
ในอำเภอเมืองจังหวัดสุราษฎร์ธานี

	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	C1	C2	C3	C4	C5
A1	1.00	มาก (0.71**)	มาก (0.61**)	ปานกลาง (0.53**)	ปานกลาง (0.56**)	ปานกลาง (0.58**)	ปานกลาง (0.49**)	ปานกลาง (0.59**)	ปานกลาง (0.55**)	ปานกลาง (0.55**)	ปานกลาง (0.53**)	ปานกลาง (0.52**)
A2	-	1.00	มาก (0.69**)	ปานกลาง (0.57**)	มาก (0.62**)	ปานกลาง (0.59**)	ปานกลาง (0.48**)	ปานกลาง (0.55**)	ปานกลาง (0.54**)	ปานกลาง (0.58**)	ปานกลาง (0.52**)	ปานกลาง (0.54**)
A3		-	1.00	ปานกลาง (0.57**)	มาก (0.69**)	มาก (0.68**)	มาก (0.64**)	ปานกลาง (0.54**)	ปานกลาง (0.58**)	มาก (0.63**)	ปานกลาง (0.55**)	มาก (0.61**)
A4			-	1.00	มาก (0.66**)	ปานกลาง (0.60**)	ปานกลาง (0.51**)	ปานกลาง (0.50**)	ปานกลาง (0.56**)	ปานกลาง (0.57**)	ปานกลาง (0.57**)	ปานกลาง (0.54**)
A5				-	1.00	มาก (0.67**)	มาก (0.65**)	ปานกลาง (0.58**)	ปานกลาง (0.58**)	ปานกลาง (0.60**)	ปานกลาง (0.57**)	ปานกลาง (0.58**)
A6					-	1.00	มาก (0.70**)	ปานกลาง (0.59**)	มาก (0.62**)	มาก (0.64**)	ปานกลาง (0.57**)	ปานกลาง (0.60**)
A7						-	1.00	ปานกลาง (0.49**)	ปานกลาง (0.54**)	ปานกลาง (0.56**)	ปานกลาง (0.50**)	ปานกลาง (0.51**)
C1							-	1.00	มาก (0.73**)	มาก (0.65**)	มาก (0.65**)	มาก (0.62**)
C2								-	1.00	มาก (0.72**)	มาก (0.72**)	มาก (0.68**)
C3									-	1.00	มาก (0.67**)	มาก (0.69**)
C4										-	1.00	มาก (0.72**)
C5											-	1.00

**p<0.01

จากตารางที่ 4.21 สรุปผลการวิเคราะห์ระหว่างภาพลักษณ์ตราสินค้ากับความจงรักภักดีในตราสินค้าของผู้ใช้เครื่องสำอางต่างประเทศ ในอำเภอเมืองจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก อย่างมีนัยสำคัญสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ด้านคุณสมบัติ โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางกับความจงรักภักดีในตราสินค้า เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน

ด้านคุณสมบัติ โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางกับความจงรักภักดีในตราสินค้า เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน

ด้านคุณค่า โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางกับความจงรักภักดีในตราสินค้า เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความพึงพอใจ ด้านตั้งใจซื้อ ด้านบอกต่อผู้อื่น มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านซื้อซ้ำตราสินค้าเดิม และด้านความอ่อนไหวต่อราคามีความสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก

ด้านวัฒนธรรม โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางกับความจงรักภักดีในตราสินค้า เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน

ด้านบุคลิกภาพ โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางกับความจงรักภักดีในตราสินค้า เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน

ด้านผู้ใช้ โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางกับความจงรักภักดีในตราสินค้า เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความพึงพอใจ ด้านบอกต่อผู้อื่น และด้านความอ่อนไหวต่อราคามีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านตั้งใจซื้อและด้านซื้อซ้ำตราสินค้าเดิม มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก

ด้านประเทศแหล่งกำเนิด โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางกับความจงรักภักดีในตราสินค้า เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน

ตารางที่ 4.22 สรุปผลรวมการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ตราสินค้ากับ
ความจงรักภักดีในตราสินค้าของผู้ใช้เครื่องสำอางต่างประเทศ
ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

	รวม A	รวม C
รวม A	1.00	มาก (.786**)
รวม C	มาก (.786**)	1.00

**p<0.01

โดยกำหนดให้

รวม A = ภาพลักษณ์ตราสินค้า

รวม c = ความจงรักภักดีในตราสินค้า

จากตารางที่ 4.22 สรุปผลรวมการวิเคราะห์ระหว่างภาพลักษณ์ตราสินค้ากับความจงรักภักดี
ในตราสินค้าของผู้ใช้เครื่องสำอางต่างประเทศในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยภาพรวม
มีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

Copyright© Suratthani Rajabhat University

All Right Reserved

ตารางที่ 4.23 สรุปการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่าตราสินค้ากับความจงรักภักดีในตราสินค้าของผู้ใช้เครื่องสำอางต่างประเทศ
ในอำเภอเมืองจังหวัดสุราษฎร์ธานี

	B1	B2	B3	C1	C2	C3	C4	C5
B1	1.00	มาก (0.66**)	มาก (0.65**)	มาก (0.63**)	มาก (0.61**)	ปานกลาง (0.59**)	มาก (0.62**)	มาก (0.61**)
B2	-	1.00	มาก (0.73**)	ปานกลาง (0.60**)	มาก (0.65**)	มาก (0.67**)	มาก (0.66**)	มาก (0.63**)
B3		-	1.00	มาก (0.63**)	มาก (0.67**)	มาก (0.68**)	มาก (0.64**)	มาก (0.63**)
C1			-	1.00	มาก (0.73**)	มาก (0.65**)	มาก (0.65**)	มาก (0.62**)
C2				-	1.00	มาก (0.72**)	มาก (0.72**)	มาก (0.68**)
C3					-	1.00	มาก (0.67**)	มาก (0.69**)
C4						-	1.00	มาก (0.72**)
C5							-	1.00

**p<0.01

โดยกำหนดให้

คุณค่าตราสินค้า

B1 = ด้านการรู้จักตราสินค้า

B2 = ด้านคุณภาพการรับรู้

B3 = ด้านความเชื่อมโยงกับตราสินค้า

ความจงรักภักดีในตราสินค้า

C1 = ด้านความพึงพอใจ

C2 = ด้านตั้งใจซื้อ

C3 = ด้านซื้อซ้ำตราสินค้าเดิม

C4 = ด้านบอกต่อผู้อื่น

C5 = ด้านความอ่อนไหวต่อราคา

จากตารางที่ 4.23 สรุปผลการวิเคราะห์ระหว่างคุณค่าตราสินค้ากับความจงรักภักดีในตราสินค้าของผู้ใช้เครื่องสำอางต่างประเทศ ในอำเภอเมืองจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยภาพรวม มีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก อย่างมีนัยสำคัญสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ด้านการรู้จักตราสินค้า โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับมากกับความจงรักภักดีในตราสินค้า เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความพึงพอใจ ด้านความตั้งใจซื้อ ด้านบอกต่อผู้อื่น และด้านความอ่อนไหวต่อราคา มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านซื้อซ้ำตราสินค้าเดิมมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านคุณภาพการรับรู้ โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับมากกับความจงรักภักดีในตราสินค้า เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความตั้งใจซื้อ ด้านบอกต่อผู้อื่น ด้านซื้อซ้ำตราสินค้าเดิม และด้านความอ่อนไหวต่อราคามีความสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านความพึงพอใจมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านความเชื่อมโยงกับตราสินค้า โดยภาพรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับมากกับความจงรักภักดีในตราสินค้า เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับมากทุกด้าน

ตารางที่ 4.24 สรุปผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่าตราสินค้ากับความจงรักภักดี
ในตราสินค้าของผู้ใช้เครื่องสำอางต่างประเทศในอำเภอเมืองจังหวัดสุราษฎร์ธานี

	รวม B	รวม C
รวม B	1.00	มาก (.809**)
รวม C	มาก (0.809**)	1.00

**p<0.01

โดยกำหนดให้

รวม B = คุณค่าตราสินค้า

รวม C = ความจงรักภักดีในตราสินค้า

จากตารางที่ 4.24 สรุปผลการวิเคราะห์ระหว่างคุณค่าตราสินค้ากับความจงรักภักดี
ในตราสินค้าของผู้ใช้เครื่องสำอางต่างประเทศในอำเภอเมืองจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยภาพรวม
มีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับมาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

Copyright© Suratthani Rajabhat University

All Right Reserved