









































ตาราง 22(ต่อ)

รายได้ส่วนตัว เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	$\bar{x}$	$\leq 2,000$	2,001- 3,000	3,001- 4,000	4,001- 5,000	
4. ด้านการตัดสินใจเลือกซื้อ						
$\leq 2,000$	3.31		-.34*	-.45*		
2,001-3,000	3.65					
3,001-4,000	3.76					
4,001-5,000	3.87					
$\geq 5,000$	3.93					
5. ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ						
$\leq 2,000$	3.53					-.51*
2,001-3,000	3.7					-.22
3,001-4,000					.11	-.10
4,001-5,000						.01
$>$						

ต่อคือ

จังหวัดพิษณุโลก ที่มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ย  
รายแตกต่างกันดังนี้ คือ

หญิงที่มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ต่ำกว่า

จะใช้เครื่องสำอางอันตรายแตกต่างกับวัยรุ่นหญิงที่มี

บาทขึ้นไปอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ

เดือนอยู่ 2,001-3,000 บาท มีกระบวนการตัดสินใจตัดสินใจใช้

กับวัยรุ่นหญิงที่มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนที่ 5,001 บาทขึ้นไป

สถิติที่ระดับ 0.05

ค้นหาข้อมูล วัยรุ่นหญิงที่มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ต่ำกว่า 2,000 บาท  
มีกระบวนการตัดสินใจตัดสินใจใช้เครื่องสำอางอันตรายแตกต่างกับวัยรุ่นหญิงที่มีรายได้ส่วนตัว  
เฉลี่ยต่อเดือนที่ 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 <sub>1</sub> )	4.08	0.63	มาก
ด้านราคา (P <sub>2</sub> )	3.85	0.68	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (P <sub>3</sub> )	3.73	0.80	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด (P <sub>4</sub> )	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 ( $\beta$ )	ค่าสัมประสิทธิ์ ถดถอยปรับ มาตรฐาน	t-statistic	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	.922		5.138	.000***
ด้านผลิตภัณฑ์ (P <sub>1</sub> )	.127	.053	2.531	.012*
ด้านราคา (P <sub>2</sub> )	.061	.049	1.227	.221
ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย (P <sub>3</sub> )	.240	.042	4.779	.000***
ด้านการส่งเสริมการตลาด (P <sub>4</sub> )	.400	.042	7.850	.000***
R				.689
R <sup>2</sup>				.475
Adjust R <sup>2</sup>				.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 ( $\beta$ ) 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