

| | |
|--------------------|---|
| ชื่อเรื่อง | การรับรู้บุคลิกภาพของตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากเกาหลีของสตรีในเขต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ |
| ผู้จัดทำ | นางสาวกนกวรรณ กันจินะ |
| หลักสูตร | บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ ประเทศไทย |
| อาจารย์ที่ปรึกษา | อาจารย์ ดร. รุติกุล ไชยวรรณ |
| วันที่อนุมัติผลงาน | 30 มิถุนายน 2559 |
| จำนวนหน้า | 58 |
| คำสำคัญ | บุคลิกภาพตราสินค้า, ตราयीหือเครื่องสำอางนำเข้าจากเกาหลี |

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ศึกษาการรับรู้บุคลิกภาพของตราสินค้าเครื่องสำอางนำเข้าจากเกาหลีของผู้หญิงในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้คือ กลุ่มตัวอย่างผู้หญิงที่อาศัยในเขต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ที่ใช้และไม่ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากเกาหลีจำนวนทั้งหมด 300 คน โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มตัวอย่างผู้หญิงที่อาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากเกาหลี 150 คนและกลุ่มตัวอย่างผู้หญิงที่อาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่ไม่ใช้เครื่องสำอางเกาหลีอีก 150 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบความสะดวก (Convenient Sampling) ทดสอบสถิติเชิงอนุมานใช้ค่าสถิติ t-test สำหรับสถิติเชิงพรรณนาใช้ค่าเฉลี่ย ร้อยละ เครื่องที่ใช้ในการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม Cronbach's Alpha ได้ค่าความน่าเชื่อถือที่ระดับ 0.95

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ต่อบุคลิกภาพของตราสินค้า ทั้ง 5 กลุ่มบุคลิกภาพเปรียบเทียบระหว่างผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากเกาหลีกับผู้ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากเกาหลี ดังนี้

กลุ่มที่ 1 บุคลิกภาพแบบจริงใจ (Sincerity) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากเกาหลีและกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากเกาหลีมีการรับรู้ต่อการรับรู้บุคลิกภาพของตราสินค้าไม่แตกต่างกันโดยค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากเกาหลีเท่ากับ 3.71 อยู่ในระดับมากและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากเกาหลีเท่ากับ 3.75 อยู่ในระดับมากเช่นกัน

กลุ่มที่ 2 บุคลิกภาพแบบชอบความตื่นเต้น (Excitement) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากเกาหลีและกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากเกาหลีมีการรับรู้ต่อการรับรู้บุคลิกภาพของตราสินค้าไม่

แตกต่างกันโดยค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากเกาหลีเท่ากับ 3.74 อยู่ในระดับมากและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากเกาหลีเท่ากับ 3.58 อยู่ในระดับมากเช่นกัน

กลุ่มที่ 3 บุคลิกภาพแบบผู้มีความสามารถ (Competence) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากเกาหลีและกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากเกาหลีมีการรับรู้ต่อการรับรู้บุคลิกภาพของตราสินค้าไม่แตกต่างกันโดยค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากเกาหลีเท่ากับ 3.69 อยู่ในระดับมากและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากเกาหลีเท่ากับ 3.62 อยู่ในระดับมากเช่นกัน

กลุ่มที่ 4 บุคลิกภาพแบบมีรสนิยมสูง (Sophistication) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากเกาหลีและกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากเกาหลีมีการรับรู้ต่อการรับรู้บุคลิกภาพของตราสินค้าไม่แตกต่างกันโดยค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากเกาหลีเท่ากับ 3.71 อยู่ในระดับมากและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากเกาหลีเท่ากับ 3.58 อยู่ในระดับมากเช่นกัน

และกลุ่มที่ 5 บุคลิกภาพแบบห้าวหาญ (Ruggedness) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากเกาหลีและกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากเกาหลีมีการรับรู้ต่อการรับรู้บุคลิกภาพของตราสินค้าไม่แตกต่างกันโดยค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากเกาหลีเท่ากับ 3.17 อยู่ในระดับปานกลางและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากเกาหลีเท่ากับ 3.31 อยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน

จากการศึกษาเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างที่ใช้และไม่ใช้ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ใช้และไม่ใช้เครื่องสำอางนำเข้าจากเกาหลี มีการรับรู้บุคลิกภาพแบบจริงใจ (Sincerity) แบบชอบความตื่นเต้น (Excitement) แบบผู้มีความสามารถ (Competence) แบบมีรสนิยมสูง (Sophistication) และแบบห้าวหาญ (Ruggedness) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05