

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูลจากผลการวิจัย

ในบทนี้จะเป็นการนำเอาข้อมูลขั้นปฐมภูมิ (Primary Data) ที่ได้จากการสำรวจโดยการออกแบบสอบถามผู้บริโภคนในหัวข้อเรื่อง "การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร" ซึ่งรายละเอียดการดำเนินการวิจัยได้กล่าวไว้ในบทที่ 1 หัวข้อเรื่อง กรรมวิธีการทำวิทยานิพนธ์ (Thesis Procedure) มาทำการวิเคราะห์และสรุปผล

การสุ่มตัวอย่างจากการสำรวจในขั้นแรกได้ทำการออกแบบสอบถามทั้งหมด 500 ราย แต่จากการดำเนินการสำรวจมีผู้ให้สัมภาษณ์ที่ให้ความร่วมมือในการตอบอย่างสมบูรณ์ทั้งสิ้น 450 ราย

แบบสอบถามที่ใช้สัมภาษณ์ผู้บริโภคนั้นจะครอบคลุมวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ที่กำหนด คือ

1. เพื่อให้ทราบถึงการรู้จักตราผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของผู้ให้สัมภาษณ์
2. เพื่อให้ทราบถึงอัตราส่วนตลาดของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อให้ทราบถึงคุณสมบัติของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ใช้ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ
4. เพื่อให้ทราบถึงราคาส่งของผู้ให้สัมภาษณ์นิยมใช้
5. เพื่อให้ทราบถึงสาเหตุสำคัญที่ผู้ให้สัมภาษณ์เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นประจำ
6. เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมในการใช้และการซื้อของผู้ให้สัมภาษณ์
7. เพื่อให้ทราบถึงสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงตราผลิตภัณฑ์
8. เพื่อให้ทราบถึงเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ
9. เพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับสีและกลิ่นของผลิตภัณฑ์ที่ชอบ
10. เพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย
11. เพื่อให้ทราบถึงทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของตนเองใช้

ในการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลที่จะกล่าวในบทนี้จะเรียกผู้บริโภคนหรือผู้ให้สัมภาษณ์ ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรตัวอย่างว่า "ผู้ตอบ" และจะเขียนคำว่าผลิตภัณฑ์ว่า "สิ่ง"

ผลจากการวิจัย

การวิเคราะห์ตารางข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบ

ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบที่ได้ทำการศึกษาเป็นการศึกษาถึงลักษณะทั่ว ๆ ไป ได้แก่ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครอบครัว เพื่อให้ทราบถึงการดำเนินชีวิตส่วนตัวของผู้ตอบอย่างกว้าง ๆ อันจะเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านข้อคิดเห็น แนวทางในการตัดสินใจ รวมทั้งพฤติกรรมที่แสดงออกของผู้ตอบ

ในจำนวนผู้ตอบทั้งหมด 450 ราย จะเป็นลูกพลีตรีที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

การกระจายอายุของผู้ตอบ ผู้เขียนได้แบ่งออกเป็น 3 ระดับ ซึ่งพิจารณาจากการกระจายของข้อมูล (Distribution of the data) และเพื่อง่ายต่อการวิเคราะห์ คือ ผู้ตอบอายุระหว่าง 18 - 25 ปี มีจำนวน 42.9% อายุระหว่าง 26 - 30 มีจำนวน 26.4% และผู้ตอบอายุระหว่าง 31 - 45 ปี อีกจำนวน 30.7%

สถานภาพของผู้ตอบ ผู้ตอบที่ยังเป็นโสด มีจำนวน 51.6% ส่วนผู้ตอบที่มีครอบครัวแล้วมีจำนวน 48.4%

ระดับการศึกษา ผู้ตอบส่วนใหญ่จะมีระดับการศึกษาต่ำกว่าชั้น ม. 6 คือ 46.2% ผู้ตอบที่มีการศึกษาระดับ สูงกว่า ม.6 - อนุปริญญา (อาชีวศึกษา / ปกค. / อนุปริญญา) มีจำนวน 28.2% ส่วนผู้ตอบที่มีการศึกษาระดับอุดมศึกษามีจำนวน 25.6%

ลักษณะอาชีพ ผู้ตอบที่อยู่ในวัยที่กำลังศึกษาอยู่มีจำนวน 18% ผู้ตอบที่มีอาชีพรับจ้างทำงานเอกชนหรือค้าขายส่วนตัวมีจำนวน 35.1% ผู้ตอบที่มีอาชีพรับราชการหรือทำงานรัฐวิสาหกิจมีจำนวน 14.7% และมีจำนวนอีก 32.2% เป็นแม่บ้านที่อยู่บ้านไม่ได้ทำงานนอกบ้าน

สำหรับรายได้ครอบครัว ผู้เขียนได้พิจารณาจากการกระจายข้อมูลและการวิเคราะห์ จึงได้แบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ ผู้ตอบที่มีรายได้ครอบครัวต่ำกว่า 5,000 บาท มีจำนวน 31.1% ผู้ตอบที่มีรายได้ครอบครัวอยู่ระหว่าง 5,000 บาท ถึง 10,000 บาท มีจำนวน 39.6% และผู้ตอบที่มีรายได้ครอบครัวมากกว่า 10,000 บาท มีจำนวน 29.3%

ตารางแสดงข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์

ข้อมูลส่วนตัว	จำนวนราย	เปอร์เซ็นต์
1. ผู้ตอบสุภาพสตรีในเขตกรุงเทพฯ	450	100
2. อายุระหว่าง 18 - 25 ปี	193	42.9
26 - 30 ปี	119	26.4
31 - 45 ปี	138	30.7
3. สถานภาพ โสด	232	51.6
มีครอบครัว	218	48.4
4. ระดับการศึกษา ต่ำกว่าชั้น ม. 6	208	46.2
สูงกว่า ม. 6-อนุปริญญา	127	28.2
อุดมศึกษา	115	25.6
5. อาชีพ กำลังศึกษาอยู่	81	18.0
รับจ้าง / ค้าขาย	158	25.1
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	66	14.7
แม่บ้าน / อื่น ๆ	145	32.2
6. รายได้ครอบครัว ต่ำกว่า 5,000 บาท	140	31.1
5,000 - 10,000 บาท	178	39.6
มากกว่า 10,000 บาท	132	29.3

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผลการวิเคราะห์จากตาราง ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ทรายี่ห้อที่รู้จักโดยให้ผู้ตอบเฝ้าขึ้นเอง (un-aid-awareness)

3 ยี่ห้อ โดยแยกตามอายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครอบครัว จากตารางที่ 1 ในจำนวนคำตอบ 1,350 คำตอบจากผู้ตอบ 450 ราย ผู้ตอบส่วนใหญ่จะ รู้จักสบู่อี่ห้อสักยี่ห้อที่สุด 25.2% ส่วนสบู่อี่ห้ออื่นที่มีผู้รู้จักรองลงมา 12.8% สบู่อี่ห้อเชิทธิมีผู้รู้จัก 8.7% และสบู่อี่ห้อแก้ว 7.7% ตามลำดับ

ในจำนวนผู้ตอบทั้งหมดในทุกระดับไม่ว่าจะเป็นอายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รวมทั้งรายได้ ส่วนใหญ่จะรู้จักสบู่อี่ห้อที่สุดจากจำนวนทรายี่ห้อทั้งหมด 45 ยี่ห้อ

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ทรายี่ห้อที่ใช้ในปัจจุบันโดยแยกตามอายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครอบครัว

จากตารางที่ 2 ในจำนวนผู้ตอบทั้งหมดที่ใช้สบู่อี่ห้อ 36 ยี่ห้อ มีผู้ใช้สบู่อี่ห้อสักยี่ห้อที่สุดถึง 25.6% รองลงมาได้แก่สบู่อี่ห้ออื่น 16.4% ส่วนอันดับต่อมาคือ สบู่อี่ห้อเลอเวีย 9.8% และสบู่อี่ห้อแคเมย์ 6.0% ตามลำดับ

และเมื่อวิเคราะห์แยกตามอายุจะพบว่า ผู้ที่มีอายุระหว่าง 18 - 25 ปี ใช้สบู่อี่ห้อสักยี่ห้อที่สุด 29% รองลงมาได้แก่สบู่อี่ห้ออื่น 18.1% และสบู่อี่ห้อเลอเวีย 13.0% ตามลำดับ แต่สำหรับผู้ที่ที่มีอายุระหว่าง 26 - 30 ปี กลับใช้สบู่อี่ห้ออื่นมากกว่าสบู่อี่ห้อสักยี่ห้อ คือ 21.8% และ 16.8% ส่วนสบู่อี่ห้อเลอเวียมีผู้ใช้เพียง 9.2% เป็นอันดับต่อมา ส่วนผู้ตอบที่มีอายุระหว่าง 31 - 45 ปี จะใช้สบู่อี่ห้อสักยี่ห้อที่สุด คือ 28.3% ในขณะที่ใช้สบู่อี่ห้ออื่นเพียง 9.4% และสบู่อี่ห้อวินเสีย 6.5% ตามลำดับ

วิเคราะห์แยกตามสถานภาพ ผู้ตอบที่เป็นโสดส่วนใหญ่ก็ยังคงใช้สบู่อี่ห้อสักยี่ห้อที่สุด 26.3% รองลงมาได้แก่สบู่อี่ห้ออื่น 20.7% และสบู่อี่ห้อเลอเวีย 12.9% และสำหรับผู้ที่ที่มีครอบครัวแล้วก็เช่นกัน สบู่อี่ห้อสักยี่ห้อเป็นที่ยอมรับมากที่สุด 24.8% รองลงมาคือสบู่อี่ห้ออื่น 11.9% และสบู่อี่ห้อแก้ว 6.9%

วิเคราะห์แยกตามการศึกษา ผู้ตอบที่มีการศึกษาต่ำกว่า ม. 6 และผู้ตอบที่มีการศึกษาระดับ ม. 6 - อนุปริญญา นิยมใช้สบู่อี่ห้อสักยี่ห้อที่สุด รองลงมาได้แก่ สบู่อี่ห้ออื่น และสบู่อี่ห้อเลอเวียตามลำดับ ในขณะที่ผู้ตอบที่มีการศึกษาระดับอุดมศึกษานิยมใช้สบู่อี่ห้ออื่นมากกว่าสบู่อี่ห้อสักยี่ห้อ คือ 21.7% และ 20.9% ส่วนสบู่อี่ห้อที่นิยมใช้อันดับต่อมาคือสบู่อี่ห้อแคเมย์ 10.4%

เมื่อวิเคราะห์แยกตามอาชีพและรายได้ ผู้ตอบส่วนใหญ่ในทุกระดับก็ยังคงนิยมใช้สัญลักษณ์มากที่สุด ส่วนอันดับรองลงมาก็ได้แก่สัญลักษณ์เส้นเช่นเคย

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์คุณสมบัติของผู้ตอบโดยแยกตามตราปีที่ให้ที่นำสนใจ

จากตารางที่ 3 สามารถที่จะแยกวิเคราะห์ตามตราปีที่ให้ได้ดังนี้

สัญลักษณ์ : ในจำนวนผู้ตอบที่ใช้สัญลักษณ์ทั้งหมด 115 ราย เมื่อวิเคราะห์แยกตามข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบจะพบว่า ผู้ที่ใช้สัญลักษณ์ส่วนใหญ่จะมีอายุอยู่ระหว่าง 18 - 25 ปี มากที่สุด (48.7%) และมีสถานภาพเป็นโสด (53%) เมื่อพิจารณาระดับการศึกษาผู้ใช้สัญลักษณ์ส่วนใหญ่มีการศึกษาต่ำกว่า ม. 6 มากที่สุด (54.8%) ในขณะที่ผู้ใช้ที่มีการศึกษาระดับอุดมศึกษาเพียง 20.9% เมื่อแยกตามอาชีพ ผู้ที่ใช้สัญลักษณ์ส่วนใหญ่จะมีอาชีพทำงานเอกชน / ค้าขาย มากที่สุด (40.9%) ส่วนรายได้ของผู้ที่ใช้สัญลักษณ์ส่วนใหญ่จะมีรายได้ต่อครอบครัว 5,000 - 10,000 บาท (46.1%)

สัญลักษณ์ : ในจำนวนผู้ตอบที่ใช้สัญลักษณ์ทั้งหมด 74 ราย เมื่อวิเคราะห์แยกตามข้อมูลส่วนตัว จะพบว่า ผู้ที่ใช้สัญลักษณ์ส่วนใหญ่จะมีอายุอยู่ระหว่าง 18 - 25 ปี (47.3%) มากที่สุดเช่นเดียวกับสัญลักษณ์ และส่วนใหญ่ก็ยังคงเป็นโสด (64.9%) ส่วนระดับการศึกษาเมื่อเปรียบเทียบกับสัญลักษณ์ ผู้ที่ใช้สัญลักษณ์จะมีระดับการศึกษาสูงกว่า คือ การศึกษาสูงกว่า ม. 6 - อุดมศึกษา มีจำนวนถึง 70.3% ส่วนอาชีพของผู้ที่ใช้สัญลักษณ์จะเป็นแม่บ้านมากที่สุด (33.8%) มีรายได้ต่อครอบครัวอยู่ในระหว่าง 5,000 - 10,000 บาท (41.9%)

สัญลักษณ์ : ในจำนวนผู้ตอบที่ใช้สัญลักษณ์ทั้งหมด 44 ราย เมื่อวิเคราะห์แยกตามข้อมูลส่วนตัวจะพบว่า ผู้ใช้สัญลักษณ์ส่วนใหญ่จะมีอายุระหว่าง 18-25 ปี (56.8%) และยังเป็นโสด (68.2%) สำหรับการศึกษาส่วนใหญ่จะมีระดับการศึกษาต่ำกว่า ม.6 (44.4%) ส่วนอาชีพนั้นจะทำงานเอกชนมากที่สุด (38.6%) และมีรายได้ครอบครัวอยู่ในระหว่าง 5,000-10,000 บาท (45.5%)

สัญลักษณ์ : ในจำนวนผู้ตอบที่ใช้สัญลักษณ์ทั้งหมด 27 ราย เมื่อวิเคราะห์แยกตามข้อมูลส่วนตัวจะพบว่า ผู้ที่ใช้สัญลักษณ์ส่วนใหญ่จะมีอายุ 26 - 30 ปี (37%) มีสถานภาพเป็นโสด (55.6%) สำหรับการศึกษาผู้ใช้ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาดีมาก คือ อยู่ในชั้นอุดมศึกษา มากที่สุด (44.4%) ส่วนอาชีพนั้นจะทำงานเอกชนมากที่สุด (37%) และมีรายได้ครอบครัวมากกว่า 10,000 บาท (37%)

ส่นุกแก้ว : ในจำนวนผู้ตอบที่ใช้ส่นุกแก้วทั้งหมด 21 ราย เมื่อวิเคราะห์แยกตามข้อมูลส่วนตัว ผู้ใช้ส่นุกแก้วส่วนใหญ่จะมีอายุระหว่าง 18 - 25 ปี (42.9%) ในขณะที่มีอายุระหว่าง 26 - 30 ปี มีเพียง 33.3% ซึ่งต่างกับส่นุโรเซ็ท สำหรับสถานภาพผู้ใช้ส่นุกแก้วมีครอบครัวแล้วมีจำนวนถึง 71.4% ในขณะที่ผู้ที่เป็นโสดมีเพียง 28.6% ส่วนระดับการศึกษาส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า ม. 6 (76.2%) มีผู้ใช้ในระดับอุดมศึกษาเพียง 9.5% เมื่อพิจารณาตามอาชีพผู้ใช้ส่วนใหญ่เป็นแม่บ้าน (61.9%) และมีรายได้ครอบครัวต่ำกว่า 5,000 บาท (47.6%)

ส่นุโลฟออยย์ : ในจำนวนผู้ตอบที่ใช้ส่นุโลฟออยย์ทั้งหมด 19 ราย เมื่อวิเคราะห์แยกตามข้อมูลส่วนตัว ผู้ใช้ส่นุโลฟออยย์ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 26 - 30 ปี (36.8%) และมีครอบครัวแล้ว (73.7%) มีระดับการศึกษาต่ำกว่า ม. 6 (68.4%) เป็นแม่บ้าน (47.4%) ซึ่งมีลักษณะใกล้เคียงกับผู้ใช้ส่วนใหญ่ของส่นุโรเซ็ท แต่ผู้ใช้ส่นุโลฟออยย์จะมีรายได้ต่ำกว่าส่นุโรเซ็ทคือ ผู้ใช้ส่นุโลฟออยย์มีรายได้ครอบครัวส่วนใหญ่ต่ำกว่า 5,000 บาท (63.2%)

ส่นุคัดสัน : ในจำนวนผู้ตอบที่ใช้ส่นุคัดสันทั้งหมด 15 ราย เมื่อวิเคราะห์แยกตามข้อมูลส่วนตัว ผู้ใช้ส่นุคัดสันส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 31 - 45 ปี (40%) และมีครอบครัวแล้ว (53.3%) เมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่น ๆ ที่กล่าวมาแล้วจะเห็นว่า ผู้ใช้ส่นุคัดสันส่วนใหญ่จะมีอายุมากกว่ายี่ห้ออื่น ๆ สำหรับการศึกษา ผู้ใช้มีการศึกษาสูง คือ อยู่ในชั้นอุดมศึกษาถึง 46.7% และส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ (40%) มีรายได้อยู่ระหว่าง 5,000 - 10,000 บาท (46.7%)

ส่นุวิโนเลีย : ในจำนวนผู้ตอบที่ใช้ส่นุวิโนเลียทั้งหมด 14 ราย เมื่อวิเคราะห์แยกตามข้อมูลส่วนตัวจะพบว่า ผู้ใช้ส่วนใหญ่มีอายุ 31 - 45 ปี (64.3%) มีครอบครัวแล้ว (64.3%) ซึ่งกลุ่มผู้ใช้ใกล้เคียงกับผู้ใช้ส่นุคัดสันแต่เมื่อวิเคราะห์ตามการศึกษาผู้ใช้ส่วนใหญ่ของส่นุวิโนเลียมีการศึกษาต่ำกว่า ม. 6 (42.9%) ในขณะที่ผู้ใช้ระดับอุดมศึกษาเพียง 21.4% เมื่อพิจารณาตามอาชีพ ส่วนใหญ่เป็นแม่บ้าน (35.7%) และมีรายได้ครอบครัวส่วนใหญ่ 5,000 - 10,000 บาท (50%)

ส่นุโรเซ็ท : ในจำนวนผู้ตอบที่ใช้ส่นุโรเซ็ททั้งหมด 27 ราย เมื่อวิเคราะห์แยกตามข้อมูลส่วนตัวจะพบว่า ผู้ใช้ส่นุโรเซ็ทส่วนใหญ่จะมีอายุระหว่าง 26 - 30 ปี (34.8%) และมีครอบครัวแล้ว (60.9%) สำหรับระดับการศึกษาผู้ใช้ส่นุโรเซ็ทมีระดับการศึกษาต่ำกว่า ม. 6 ถึง 65.2% และส่วนใหญ่จะเป็นแม่บ้าน (30.4%) ส่วนรายได้ครอบครัวจะอยู่ในระหว่าง 5,000 - 10,000 บาท (43.5%)

ลู่ป่าลัมมี : ในจำนวนผู้ตอบที่ใช้ลู่ป่าลัมมีทั้งหมด 14 ราย เมื่อวิเคราะห์แยกตามข้อมูลส่วนตัวจะพบว่า ผู้ใช้ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18 - 25 ปี (57.1%) และยังเป็นโสด (71.4%) มีระดับการศึกษาต่ำกว่า ม. 6 มีจำนวนถึง 50% สำหรับอาชีพผู้ใช้ส่วนใหญ่ทำงานเอกชน ซึ่งลักษณะของผู้ใช้ลู่ป่าลัมมีมีลักษณะใกล้เคียงกับผู้ใช้ลู่สักซ์ จะต่างกันก็แต่เพียงรายได้ครอบครัว เนื่องจากรายได้ครอบครัวของผู้ใช้ลู่ป่าลัมมีมีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท (42.9%) ในขณะที่ผู้ใช้ลู่สักซ์มีรายได้ 5,000 - 10,000 บาท

ลู่แอสทรัล : ในจำนวนผู้ตอบที่ใช้ลู่แอสทรัลทั้งหมด 11 ราย เมื่อวิเคราะห์แยกตามข้อมูลส่วนตัวจะพบว่า ผู้ใช้ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 - 45 ปี (54.5%) และมีครอบครัวแล้วถึง 90.9% แต่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า ม. 6 (45.5%) อาชีพส่วนใหญ่เป็นแม่บ้าน (45.5%) สำหรับรายได้ครอบครัวของผู้ใช้อยู่ระหว่าง 5,000 - 10,000 บาท (45.5%) จากลักษณะของผู้ใช้ดังกล่าวจะเห็นว่า ผู้ใช้ลู่แอสทรัลมีลักษณะใกล้เคียงกับผู้ใช้ลู่วิโนเสียตั้งแต่กล่าวมาแล้ว

ลู่เค.ซี. : ในจำนวนผู้ที่ใช้ทั้งหมด 8 ราย เมื่อวิเคราะห์แยกตามข้อมูลส่วนตัวจะพบว่า ผู้ใช้ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18 - 25 ปี เป็นโสด (75%) มีระดับการศึกษาสูงกว่า ม. 6 ถึง อุดมศึกษา มีจำนวนถึง 62.5% ซึ่งมีลักษณะใกล้เคียงกับผู้ใช้ลู่จ้อหันสัน แต่ผู้ใช้ลู่เค.ซี. ส่วนใหญ่ทำงานเอกชน (37.5%) และมีรายได้ครอบครัวมากกว่า 10,000 บาท มีจำนวนถึง 50% ในขณะที่ผู้ใช้ลู่จ้อหันสันมีรายได้ครอบครัวส่วนใหญ่ 5,000 - 10,000 บาท

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ราคาลู่ที่ใช้ โดยแยกตามอายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครอบครัว

จากตารางที่ 4 ในจำนวนผู้ตอบทั้งหมดส่วนใหญ่นิยมใช้ลู่ราคาก้อนละ 6 - 10 บาท มีจำนวนถึง 43.6% ส่วนขนาดราคา 11 - 15 บาท เป็นที่นิยมรองลงมา คือ มีจำนวน 24% อันดับต่อมาคือขนาดราคา 1 - 5.50 บาท 17.8% และราคา 16 - 20 บาท 14.6% ตามลำดับ

เมื่อวิเคราะห์แยกตามอายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครอบครัว ในทุกระดับผู้ใช้ส่วนใหญ่นิยมใช้ลู่ที่มีขนาดราคา 6 - 10 บาท

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ราคาลู่ที่ใช้โดยแยกตามรายได้ต่อลู่ที่ใช้

จากตารางที่ 5 ในแต่ละยี่ห้อสามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

ลู่สักซ์ : ผู้ใช้ลู่สักซ์นิยมใช้ลู่สักซ์ในระดับราคา 6 - 10 บาท 63.5% ซึ่งหมายถึง สักซ์พิเศษ และรองลงมาได้แก่ระดับราคา 1 - 5.50 บาท ซึ่งหมายถึงลู่สักซ์ขนาดกลางและลู่สักซ์ธรรมดา มีจำนวน 24.3% ส่วนระดับราคา 16 - 20 บาท มีจำนวน 12.2% ส่วนใหญ่จะเป็นลู่สักซ์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ

ลู่ปาล์มมี : ในจำนวนผู้ตอบที่ใช้ลู่ปาล์มมีทั้งหมด 14 ราย เมื่อวิเคราะห์แยกตามข้อมูลส่วนตัวจะพบว่า ผู้ใช้ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18 - 25 ปี (57.1%) และยังเป็นโสด (71.4%) มีระดับการศึกษาต่ำกว่า ม. 6 มีจำนวนถึง 50% สำหรับอาชีพผู้ใช้ส่วนใหญ่ทำงานเอกชน ซึ่งลักษณะของผู้ใช้ลู่ปาล์มมีมีลักษณะใกล้เคียงกับผู้ใช้ลู่สักซ์ จะต่างกันก็แต่เพียงรายได้ครอบครัว เนื่องจากรายได้ครอบครัวของผู้ใช้ลู่ปาล์มมีมีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท (42.9%) ในขณะที่ผู้ใช้ลู่สักซ์มีรายได้ 5,000 - 10,000 บาท

ลู่แอสทรัล : ในจำนวนผู้ตอบที่ใช้ลู่แอสทรัลทั้งหมด 11 ราย เมื่อวิเคราะห์แยกตามข้อมูลส่วนตัวจะพบว่า ผู้ใช้ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 - 45 ปี (54.5%) และมีครอบครัวแล้วถึง 90.9% แต่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า ม. 6 (45.5%) อาชีพส่วนใหญ่เป็นแม่บ้าน (45.5%) สำหรับรายได้ครอบครัวของผู้ใช้อยู่ระหว่าง 5,000 - 10,000 บาท (45.5%) จากลักษณะของผู้ใช้ดังกล่าวจะเห็นว่า ผู้ใช้ลู่แอสทรัลมีลักษณะใกล้เคียงกับผู้ใช้ลู่วินโเสยดังที่ได้กล่าวมาแล้ว

ลู่เค.ซี. : ในจำนวนผู้ใช้ทั้งหมด 8 ราย เมื่อวิเคราะห์แยกตามข้อมูลส่วนตัวจะพบว่า ผู้ใช้ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18 - 25 ปี เป็นโสด (75%) มีระดับการศึกษาสูงกว่า ม. 6 ถึง อุดมศึกษา มีจำนวนถึง 62.5% ซึ่งมีลักษณะใกล้เคียงกับผู้ใช้ลู่จ้อหันสัน แต่ผู้ใช้ลู่เค.ซี. ส่วนใหญ่ทำงานเอกชน (37.5%) และมีรายได้ครอบครัวมากกว่า 10,000 บาท มีจำนวนถึง 50% ในขณะที่ผู้ใช้ลู่จ้อหันสันมีรายได้ครอบครัวส่วนใหญ่ 5,000 - 10,000 บาท

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ราคาลู่ที่ใช้ โดยแยกตามอายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครอบครัว

จากตารางที่ 4 ในจำนวนผู้ตอบทั้งหมดส่วนใหญ่นิยมใช้ลู่ราคาก้อนละ 6 - 10 บาท มีจำนวนถึง 43.6% ส่วนขนาดราคา 11 - 15 บาท เป็นที่นิยมรองลงมา คือ มีจำนวน 24% อันดับต่อมาคือขนาดราคา 1 - 5.50 บาท 17.8% และราคา 16 - 20 บาท 14.6% ตามลำดับ

เมื่อวิเคราะห์แยกตามอายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครอบครัว ในทุกระดับผู้ใช้ส่วนใหญ่นิยมใช้ลู่ที่มีขนาดราคา 6 - 10 บาท

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ราคาลู่ที่ใช้โดยแยกตามรายได้หรือลู่ที่ใช้

จากตารางที่ 5 ในแต่ละยี่ห้อสามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

ลู่สักซ์ : ผู้ใช้ลู่สักซ์นิยมใช้ลู่สักซ์ในระดับราคา 6 - 10 บาท 63.5% ซึ่งหมายถึง สักซ์พีเคซ และรองลงมาได้แก่ระดับราคา 1 - 5.50 บาท ซึ่งหมายถึงลู่สักซ์ขนาดกลางและลู่สักซ์ธรรมดา มีจำนวน 24.3% ส่วนระดับราคา 16 - 20 บาท มีจำนวน 12.2% ส่วนใหญ่จะเป็นลู่สักซ์ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ

ลุ่มจอห์นสัน : ผู้ใช้ลุ่มจอห์นสันจะนิยมใช้ลุ่มขนาดใหญ่กว่าผู้ใช้ลุ่มสักซ์ คือ ขนาด
ราคา 11 - 15 บาท 66.2% และรองลงมาได้แก่ขนาดเล็กราคา 6 - 10 บาท 33.8%

ลุ่มเลอเรีย : ผู้ใช้ลุ่มเลอเรียจะนิยมใช้ระดับราคา 6 - 10 บาท 84.1% เช่น
เดียวกับลุ่มสักซ์ (ลุ่มสักซ์และลุ่มเลอเรียมีน้ำหนักต่อกันและราคาเท่ากัน คือ น้ำหนัก 80 กรัม
ราคา 6 บาท)

ลุ่มโรเซ็ท : ผู้ใช้ลุ่มโรเซ็ทจะนิยมใช้ระดับราคา 6 - 10 บาท 82.6% ส่วน
ระดับราคา 1 - 5.50 บาท มีเพียง 17.4%

ลุ่มปาล์มมี : ผู้ใช้ลุ่มปาล์มมีจะนิยมใช้ระดับราคา 6 - 10 บาท 71.4% และระดับ
ราคา 1 - 5.50 บาท 28.6%

ลุ่มไดฮัล : ผู้ใช้ลุ่มไดฮัลส่วนใหญ่จะใช้ระดับราคา 16 - 20 บาท 58.3% ซึ่ง
เป็นลุ่มนำเข้ามาจากต่างประเทศ และระดับราคา 6 - 10 บาท 41.7%

ลุ่มเค.ซี. : ผู้ใช้ส่วนใหญ่นิยมใช้ขนาดราคา 6 - 10 บาท 75% และระดับราคา
11 - 15 บาท 25%

ลุ่มแคร์ : ผู้ใช้ส่วนใหญ่นิยมใช้ระดับราคา 6 - 10 บาท และระดับราคา 11 -
15 บาท เป็นจำนวนเท่ากัน คือ 50%

สำหรับลุ่มคาเมย์ นกแก้ว โลฟบอยย์ คัดสัน วิโนเลีย แอสทรัล โดยปกติจะจำหน่าย
อยู่เพียงขนาดเดียวเท่านั้น

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์ถึงสาเหตุที่สำคัญในการเลือกใช้ลุ่มโดยแยกตามตราห้อยลุ่มที่ใช้
จากตารางที่ 6 ในจำนวนผู้ตอบทั้งหมดจะพบว่าสาเหตุที่ผู้ตอบเลือกใช้ลุ่มที่ใช้อยู่ในปัจจุบันเพราะ
กลิ่นหอมของลุ่มมากที่สุด (45.6%) รองลงมาเนื่องจากเนื้อลุ่มแข็ง (12.9%) ช่วยบำรุงผิว
(12.4%) เป็นลุ่มอ่อน (10%) และพองมาก (5.3%) ใช้นานแล้ว (4.4%) และราคาประหยัด
(3.3%) ตามลำดับ

เมื่อวิเคราะห์แยกตามตราห้อยที่ใช้ ส่วนใหญ่ผู้ใช้ลุ่มเกือบทุกยี่ห้อจะตอบว่า
สาเหตุที่เลือกใช้ลุ่มดังกล่าวเพราะกลิ่นหอมเป็นจุดสำคัญ นอกจากนี้ผู้ใช้ลุ่มจอห์นสันเท่านั้นที่ส่วน
ใหญ่เลือกใช้เพราะเป็นลุ่มอ่อนมากที่สุดถึง 40.6% และสำหรับผู้ใช้ลุ่มวิโนเลียผู้ตอบเลือกใช้
เพราะสาเหตุ 2 ประการ คือ กลิ่นหอม (35.7%) และเนื้อลุ่มแข็ง (35.7%) ส่วนลุ่มเค.ซี.
ก็เป็นอีกยี่ห้อหนึ่งที่ผู้ใช้ตอบต่างจากยี่ห้ออื่น คือ สาเหตุที่เลือกใช้ลุ่มยี่ห้อนี้เพราะเป็นลุ่มบำรุงผิว
(50%)

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์ระยะเวลาที่ใช้สัปดาห์ โดยแยกตามตราหัตถ์ที่ใช้

จากตารางที่ 7 ในจำนวนผู้ตอบทั้งหมด ผู้ตอบส่วนใหญ่จะใช้สัปดาห์ที่อยู่ในปัจจุบันมากกว่า 2 ปี มีจำนวนมากที่สุดถึง 55.1% ส่วนผู้ใช้มานานเป็นระยะเวลา 1 - 2 ปีมีจำนวน 19.8% ระยะเวลา 4 เดือน - 1 ปี มีจำนวน 14% และจำนวนผู้ตอบที่ใช้สัปดาห์ที่อยู่ในปัจจุบันน้อยกว่า 3 เดือนมีเพียง 11.1%

เมื่อวิเคราะห์แยกตามตราหัตถ์ที่ใช้ ในจำนวนผู้ใช้ทุกยี่ห้อจะใช้สัปดาห์มากกว่า 2 ปี โดยเฉพาะผู้ใช้สัปดาห์จ่อหิ้นสันมีจำนวนผู้ตอบที่ใช้มานานกว่า 2 ปี มีจำนวนถึง 74.3% รองลงมาได้แก่ สัปดาห์โพลอยด์ มีผู้ตอบที่ใช้มานานกว่า 2 ปี 73.7% ส่วนผู้สัปดาห์ผู้ใช้มานานกว่า 2 ปี 68.7% สำหรับสัปดาห์แก้วมีผู้ใช้มานานกว่า 2 ปี 61.9% และสัปดาห์โรเซียมมีผู้ตอบที่ใช้มานานกว่า 2 ปี 60.9%

ตารางที่ 8 การวิเคราะห์ถึงการเปลี่ยนแปลงตราหัตถ์ที่เคยใช้และเปลี่ยนมาใช้ยี่ห้อในปัจจุบัน จากตารางที่ 8 ในจำนวนผู้ตอบที่ใช้สัปดาห์ในปัจุบันทั้งหมด 115 ราย ผู้ใช้ส่วนใหญ่จะมาจาก สัปดาห์โพลอยด์มากที่สุด 20% รองลงมาได้แก่จากผู้ที่เคยใช้สัปดาห์แก้วเดิม 18.3% จากผู้ใช้สัปดาห์จ่อหิ้นสันและเปลี่ยนมาใช้สัปดาห์ในปัจุบัน 9.6% และจากสัปดาห์อื่น ๆ อีก 37.4% ส่วนผู้ใช้สัปดาห์โดยไม่เปลี่ยนยี่ห้ออื่น ๆ เลยมีเพียง 14.7%

จากจำนวนผู้ใช้สัปดาห์จ่อหิ้นสันในปัจจุบัน 44 ราย ส่วนใหญ่จะมาจากผู้ใช้สัปดาห์ถึง 47.3% จากผู้ใช้สัปดาห์โรเซียม 5.4% จากผู้ใช้สัปดาห์แก้ว 5.4% และอื่น ๆ อีก 25.7% ส่วนผู้ใช้สัปดาห์จ่อหิ้นสันโดยไม่เคยเปลี่ยนยี่ห้อเลยมีเพียง 16.2%

จากจำนวนผู้ใช้สัปดาห์โพลอยด์ในปัจจุบัน 44 ราย ส่วนใหญ่ผู้ใช้จะเปลี่ยนแปลงมาจากผู้ใช้สัปดาห์ถึง 47.7% จากผู้ใช้สัปดาห์จ่อหิ้นสัน 11.4% จากผู้ใช้สัปดาห์โรเซียม 11.4% และอื่น ๆ อีก 29.5%

จากจำนวนผู้ใช้สัปดาห์คาเมย์ในปัจจุบัน 27 ราย ส่วนใหญ่ผู้ใช้จะเปลี่ยนแปลงตราหัตถ์จากที่เคยใช้คือสัปดาห์ถึง 48.1% สัปดาห์จ่อหิ้นสัน 11.1% สัปดาห์แอลกอฮอล์ 7.4% และอื่น ๆ อีก 33.3% มาใช้สัปดาห์คาเมย์ในปัจจุบัน

จากจำนวนผู้ใช้สัปดาห์โรเซียมในปัจจุบัน 23 ราย ส่วนใหญ่ผู้ใช้จะเปลี่ยนแปลงตราหัตถ์จากเดิมที่เคยใช้ คือ มาจากผู้สัปดาห์ถึง 26.1% ผู้ใช้สัปดาห์แก้ว 21.7% จากผู้ใช้สัปดาห์โพลอยด์ 17.4% และอื่น ๆ 34.8%

จากตารางที่ 11 ในจำนวนผู้ตอบที่ใช้สืู่ล้างหน้าและสืู่ถูตัวคนละก้อน.100 ราย ให้เหตุผลในการที่เลือกใช้สืู่ล้างหน้าอีกก้อนหนึ่ง เพราะ สืู่ล้างหน้าอีกก้อนหนึ่งจะบารุงผิวมากกว่า (41%) เพราะสืู่ล้างหน้าเป็นสืู่อ่อน (25%) เพราะต้องการรักษาสี (19%) และอื่น ๆ อีก 15%

สืู่ที่ได้รับความนิยมในการล้างหน้ามากที่สุด ได้แก่ สืู่จอห์นสันมีจำนวนถึง 46.1% โดยให้เหตุผลว่า สืู่จอห์นสันเป็นสืู่อ่อน 52.2% และบารุงผิว 34.8%

ส่วนสืู่ยี่ห้ออื่น ๆ ที่ผู้ตอบเลือกใช้เป็นสืู่ล้างหน้า เช่น สืู่สักซ์ สืู่เลอเรีย สืู่เค.ซี. สืู่ซินทอล สืู่คสึมิก สืู่ ดร.มนตรี สืู่ซีเซโต สืู่เพียซ์ ฯลฯ สาเหตุที่ผู้ตอบเลือกใช้เพราะเป็นสืู่บารุงผิว

ตารางที่ 12 การวิเคราะห์ถึงการใช้สืู่ร่วมกันภายในครอบครัว โดยแยกตามตรายี่ห้อที่ใช้
จากตารางที่ 12 ส่วนใหญ่ผู้ตอบจะใช้สืู่ร่วมกับผู้อื่น 2 - 3 คน มีจำนวน 34.4% ใช้สืู่คนเดียวเป็นส่วนตัว 30.7% และใช้ร่วมกัน 4 - 5 คน 22.7% และอื่น ๆ อีก 12.2% ตามลำดับ และเมื่อวิเคราะห์แยกตามตรายี่ห้อที่ใช้จะพบว่า สืู่จอห์นสัน สืู่เลอเรีย สืู่คาเมย์ สืู่เค.ซี. จะเป็นสืู่ที่ผู้ตอบใช้เพียงคนเดียวเป็นส่วนตัวมากกว่าสืู่ยี่ห้ออื่น ๆ ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะใช้ร่วมกัน 2 - 3 คน

ตารางที่ 13 การวิเคราะห์ถึงระยะเวลาในการใช้สืู่ต่อกันโดยแยกตามตรายี่ห้อที่ใช้
จากตารางที่ 13 การวิเคราะห์ในเรื่องระยะเวลาในการใช้ต่อกันนั้น มีปัจจัยหลายอย่างเข้ามาเกี่ยวกับด้วย เช่น จำนวนคนที่ใช้ ขนาดน้ำหนักของก้อนสืู่ที่ใช้ ความถี่ในการใช้ ปริมาณที่ใช้ในแต่ละครั้ง ดังนั้น ในตารางนี้จากการสอบถามโดยพิจารณาถึงระยะเวลาในการใช้โดยเฉลี่ยของผู้ตอบจากตารางจะพบว่า ส่วนใหญ่โดยปกติจะใช้สืู่ 1 ก้อนเป็นเวลานานประมาณ 1 - 2 อาทิตย์ เป็นจำนวนถึง 64% เป็นระยะเวลา 3 - 4 อาทิตย์ 26.9% และใช้สืู่ต่อกันมากกว่า 1 เดือน มีเพียง 9.1%

ตารางที่ 14 การวิเคราะห์ถึงบุคคลที่เป็นผู้เลือกตรายี่ห้อที่ใช้ในปัจจุบัน โดยแยกตามอายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครอบครัว

จากตารางที่ 14 ในจำนวนผู้ตอบทั้งหมด ส่วนใหญ่จะเป็นผู้เลือกตรายี่ห้อเอง 72.7% ในขณะที่มารดาเป็นผู้เลือกให้มีเพียง 9.1% ส่วนบิดาหรือสามีเป็นผู้เลือกมีเพียง 8%

และเมื่อวิเคราะห์แยกตามอายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ครอบครัว ก็เช่นเดียวกัน ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ตัดสินใจเลือกตราயี่ห้อเอง สำหรับคนที่มีครอบครัวแล้ว ล่ามก็มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อเหมือนกันแต่ก็น้อยมาก

ตารางที่ 15 การวิเคราะห์ถึงบุคคลที่เป็นผู้เลือกตรายี่ห้อที่ใช้ในปัจจุบันโดยแยกตามตรายี่ห้อที่ใช้

จากตารางที่ 15 ในจำนวนผู้ใช้ของแต่ละยี่ห้อ ผู้ใช้จะเป็นผู้ตัดสินใจเลือกตรายี่ห้อเองเป็นส่วนมาก 60 - 80% รองลงมาก็ได้แก่มารดา ซึ่งเป็นผู้เลือกตรายี่ห้อที่ใช้

ตารางที่ 16 การวิเคราะห์ถึงบุคคลที่เป็นผู้ซื้อสบู่ที่ใช้ในปัจจุบัน โดยแยกตามอายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครอบครัว

จากตารางที่ 16 ในจำนวนผู้ตอบทั้งหมด ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ซื้อสบู่ที่ใช้เอง 72.4% รองลงมาได้แก่ มารดาเป็นจำนวน 10.2%

เมื่อวิเคราะห์แยกตามอายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครอบครัว ลักษณะก็เช่นเดียวกัน คือ ส่วนใหญ่ในทุกระดับจะเป็นผู้ซื้อสบู่เอง สำหรับกลุ่มสตรีที่มีอายุระหว่าง 18 - 25 ปี มีสถานภาพโสด ก็ยังมีบางส่วนประมาณ 16% ที่มารดาเป็นผู้ซื้อให้

ตารางที่ 17 การวิเคราะห์ถึงบุคคลที่เป็นผู้ซื้อสบู่ที่ใช้ในปัจจุบัน โดยแยกตามตรายี่ห้อสบู่ที่ใช้

จากตารางที่ 17 เมื่อวิเคราะห์แยกตามตรายี่ห้อที่ใช้ส่วนใหญ่ผู้ใช้ของแต่ละยี่ห้อเป็นผู้ซื้อเอง ประมาณ 70 - 80% แต่ก็มียี่ห้อเช่น สบู่เค.ซี. ที่มารดาเป็นผู้ซื้อให้ใช้ มากเป็นอันดับสอง คือ 37.5% สำหรับสบู่ปาล์มมี สบู่แอสทรีล สบู่ไวโนเลีย โอตาหรือลามีจะเป็นผู้ซื้อให้ใช้ประมาณ 21 - 27% มากเป็นอันดับสอง

ตารางที่ 18 การวิเคราะห์ถึงสถานที่ซื้อ โดยแยกตามอายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครอบครัว

จากตารางที่ 18 ในจำนวนช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอยู่ ผู้ตอบส่วนใหญ่จะซื้อสบู่ที่ร้านค้าใกล้บ้านมากที่สุด 45% ส่วนผู้ตอบที่ซื้อสบู่จากห้างสรรพสินค้ามีจำนวน 34.9% และอีก 19.9% ซื้อจากที่อื่น ๆ เช่น ร้านสวัสดิการ สหกรณ์ ร้านค้าใกล้ที่ทำงาน

จากตารางที่ 20 จากจำนวนผู้ตอบทั้งหมดส่วนใหญ่ประมาณ 30.2% จะซื้อสบู์ในแต่ละครั้ง จำนวน 7 - 12 ก้อน ส่วนผู้ที่ซื้อสบู์ครั้งละ 1 ก้อนมีจำนวน 22% เมื่อพิจารณาแยกตามอายุ และสถานภาพแล้วส่วนใหญ่ในทุกระดับก็เช่นเดียวกันจะซื้อสบู์จำนวน 7 - 12 ก้อนในแต่ละครั้งมากที่สุด เมื่อวิเคราะห์แยกตามระดับการศึกษาผู้ตอบที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า ม. 6 และผู้ตอบที่อยู่ในระดับอุดมศึกษาจะซื้อครั้งละ 7 - 12 ก้อนมากที่สุดเช่นกัน ในขณะที่ผู้ตอบที่มีการศึกษา ม. 6 - อนุปริญญา จะซื้อสบู์เพียง 2 - 3 ก้อนในแต่ละครั้งมากกว่า

แต่เมื่อวิเคราะห์แยกตามรายได้ ผู้ตอบที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท จะซื้อสบู์ครั้งละ 1 ก้อนมากที่สุด (31.4%) ส่วนผู้ที่มีรายได้มากกว่า 5,000 บาท จะซื้อสบู์มากกว่า คือ ครั้งละ 7- 12 ก้อน

ตารางที่ 21 การวิเคราะห์ถึงจำนวนที่ซื้อในแต่ละครั้ง โดยแยกตามตรายี่ห้อที่ใช้

จากตารางที่ 21 เมื่อวิเคราะห์แยกตามตรายี่ห้อที่ใช้ ผู้ตอบที่ใช้สบู์นกแก้วส่วนใหญ่จะซื้อสบู์เพียง 1 ก้อนในแต่ละครั้ง ในขณะที่ผู้ใช้สบู์โรเซ็ท สบู์โลฟบอยย์ สบู์ปาล์มผี สบู์ไดฮัล จะซื้อครั้งละ 2 - 3 ก้อนมากที่สุด ส่วนผู้ใช้สบู์คาเมย์ สบู์วินโอสย จะซื้อสบู์ครั้งละ 4 - 6 ก้อนมากกว่า และนอกจากนี้แล้ว ผู้ที่ใช้สบู์ยี่ห้ออื่น ๆ ส่วนใหญ่ก็จะซื้อสบู์ครั้งละ 7 - 12 ก้อน

จากการวิเคราะห์จะเห็นว่า จำนวนก้อนที่ซื้อในแต่ละครั้งขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น รายได้ของผู้ซื้อ ราคาของสบู์ กลยุทธ์การขายสินค้าหรือการส่งเสริมการขายของผู้ผลิตจำหน่ายสินค้านั้น ๆ ตัวอย่างเช่น สบู์โรเซ็ทจะขาย 2 ก้อนแถมแก้วหรือขาม 1 ใบ หรือ สบู์คาเมย์ ผู้ใช้อาจจะฝากเพื่อนฝูงซื้อเป็นจำนวนมาก ๆ เพื่อจะได้ราคาต่ำ เป็นต้น

ตารางที่ 22 การวิเคราะห์ถึงการพิจารณาตัดสินใจซื้อสบู์ของผู้ตอบโดยแยกตามอายุ

สถานภาพ การศึกษา อาชีพและรายได้ครอบครัว

จากตารางที่ 22 จากจำนวนผู้ตอบทั้งหมด 450 ราย ส่วนใหญ่จะให้เหตุผลในการตัดสินใจซื้อ โดยพิจารณาถึงกลิ่นหอมของสบู์มากที่สุด 56.2% และจะพิจารณาถึงชื่อเสียงของตรายี่ห้อของสบู์ นั้นเป็นอันดับต่อมา (9.6%) รวมทั้งราคาของสบู์ด้วย (9.6%) สำหรับรูปก้อนของสบู์ผู้ตอบจะพิจารณาเป็นอันดับ 4 คือ 8.7% และคุณสมบัติของสบู์ 6.4% สำหรับหีบห่อภายนอกมีผู้พิจารณาเพียง 5.1% ผลจากการโฆษณา 3.3% และอื่น ๆ อีก 1.1% ตามลำดับ

เมื่อวิเคราะห์แยกตามอายุและสถานภาพ ผู้ตอบที่มีอายุระหว่าง 18 - 25 ปี และเป็นโสดจะพิจารณาถึงกลิ่นหอมของสบู์ก่อนเป็นอันดับแรก จากนั้นก็จะพิจารณาถึงชื่อเสียงของ

ตราयीห้อและราคาตามลำดับ ส่วนผู้ตอบที่มีอายุมากกว่า 25 ปีขึ้นไปและมีครอบครัวแล้วจะพิจารณาถึงกลิ่นหอมของลู่ก่อนเช่นเดียวกัน แต่จะพิจารณาถึงราคาเป็นอันดับต่อมา แล้วจึงพิจารณาในเรื่องของชื่อเสียงของตราयीห้อนั้น

และเมื่อวิเคราะห์แยกตามระดับการศึกษาและอาชีพและรายได้ครอบครัว ผู้ตอบที่มีการศึกษาต่ำกว่าอนุปริญญามีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท จะพิจารณากลิ่นหอมของลู่ ราคา และรูปก่อน ก่อนการตัดสินใจซื้อ ในขณะที่ผู้ตอบที่มีการศึกษาระดับอุดมศึกษาหรือผู้ที่ทำงานเอกชน/ราชการ มีรายได้มากกว่า 5,000 บาท จะพิจารณากลิ่นหอม ชื่อเสียงของตราयीห้อและคุณสมบัติของลู่เป็นส่วนสำคัญ ส่วนแม่บ้านจะพิจารณากลิ่นหอม ราคา รูปก่อนและชื่อเสียงของตราयीห้อ ตามลำดับ

ตารางที่ 23 การวิเคราะห์ถึงลู่ที่ผู้ตอบชอบ โดยแยกตามอายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครอบครัว

จากตารางที่ 23 ในจำนวนผู้ตอบทั้งหมด ลู่สีขาวจะเป็นลู่ที่ผู้ตอบชอบมากที่สุดมีจำนวนถึง 70.2% รองลงมาได้แก่ สีครีม 10% และสีอะไรก็ได้ 8% ส่วนสีชมพูมีผู้ตอบที่ชอบเพียง 6.9%

เมื่อวิเคราะห์แยกตามอายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพและรายได้ครอบครัว ในทุกระดับ จะเห็นว่า ลู่สีขาวจะเป็นลู่ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด สีที่ได้รับความนิยมรองลงมาได้แก่ สีครีม แต่ก็มีผู้ตอบจำนวนหนึ่ง คือ ผู้ตอบที่มีอายุมากกว่า 30 ปี หรือผู้ที่มีครอบครัวแล้ว มีการศึกษาต่ำกว่า ม. 6 เป็นแม่บ้าน และมีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ชอบที่จะเลือกใช้ลู่สีขาวและลู่สีอะไรก็ได้

ตารางที่ 24 การวิเคราะห์กลิ่นหอมของลู่ที่ชอบ โดยแยกตามอายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครอบครัว

จากตารางที่ 24 ในจำนวนผู้ตอบทั้งหมดลู่กลิ่นน้ำหอมจะเป็นกลิ่นลู่ที่ผู้ตอบชอบมากที่สุด 52.9% (ลู่กลิ่นน้ำหอม หมายถึง กลิ่นลู่ที่ไม่สามารถจะระบุได้ว่าเป็นกลิ่นดอกไม้อะไรชนิดไหน) สำหรับลู่กลิ่นดอกไม้มิชอบเป็นอันดับรองลงมา 44.7% (ลู่กลิ่นดอกไม้ หมายถึง กลิ่นลู่ที่สามารถจะระบุได้ว่าเป็นกลิ่นดอกไม้อะไรชนิดไหน) ส่วนอีก 2.4% ผู้ตอบชอบกลิ่นอะไรก็ได้

เมื่อวิเคราะห์แยกตามอายุ ผู้ตอบในทุกระดับอายุจะชอบลู่กลิ่นน้ำหอมมากกว่า ลู่กลิ่นดอกไม้

เมื่อวิเคราะห์แยกตามสถานภาพ ผู้ตอบที่เป็นโสดและชอบสับกิ้งน้ำหอม (57.3%) มากกว่าสับกิ้งดอกไม้ (39.2%) ในขณะที่ผู้ตอบที่มีครอบครัวแล้วกลับชอบสับกิ้งดอกไม้มากกว่า (50.5%) สับกิ้งน้ำหอม (48.2%)

เมื่อวิเคราะห์แยกตามการศึกษา ผู้ตอบที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่า ม. 6 จะชอบสับกิ้งดอกไม้ (49.0%) มากกว่าสับกิ้งน้ำหอม (46.6%) แต่ในทางตรงข้าม ผู้ตอบที่มีระดับการศึกษาสูงกว่า ม. 6 จะชอบสับกิ้งน้ำหอมมากกว่าสับกิ้งดอกไม้

เมื่อวิเคราะห์แยกตามอาชีพ ผู้ตอบที่เป็นแม่บ้านส่วนใหญ่จะชอบสับกิ้งดอกไม้ (53.8%) มากกว่าสับกิ้งน้ำหอม (44.8%) แต่สำหรับผู้ที่มิอาชีพอื่น ๆ จะชอบสับกิ้งน้ำหอมมากกว่าสับกิ้งดอกไม้

เมื่อวิเคราะห์แยกตามรายได้ครอบครัว ผู้ตอบที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท จะชอบสับกิ้งดอกไม้ (52.1%) มากกว่าชอบสับกิ้งน้ำหอม (47.9%) แต่ในทางตรงข้ามผู้ตอบที่มีรายได้ครอบครัวมากกว่า 5,000 บาท จะชอบสับกิ้งน้ำหอมมากกว่าสับกิ้งดอกไม้

จากผลการวิเคราะห์จะเห็นว่า ผู้ตอบที่ชอบสับกิ้งดอกไม้จะมีลักษณะส่วนใหญ่ที่เห็นได้ชัด คือ มีครอบครัวแล้ว มีการศึกษาต่ำกว่า ม. 6 เป็นแม่บ้าน และมีรายได้ครอบครัวต่ำกว่า 5,000 บาท

ตารางที่ 25 การวิเคราะห์ความสนใจในรายการส่งเสริมการขายโดยแยกตามอายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครอบครัว

จากตารางที่ 25 ก. ในจำนวนผู้ตอบทั้งหมด มีผู้ให้ความสนใจในรายการส่งเสริมการขายมีจำนวนถึง 63.8% ซึ่งมากกว่าผู้ที่ไม่สนใจที่มีเพียง 36.2%

และเมื่อวิเคราะห์แยกตามอายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครอบครัวในทุกๆระดับ ผู้ตอบส่วนใหญ่ในทุกๆระดับจะสนใจในรายการส่งเสริมการขายมากกว่าผู้ที่ไม่สนใจ

จากตารางที่ 25 ข. ในจำนวนผู้ตอบที่สนใจรายการส่งเสริมการขาย รายการที่ผู้ตอบสนใจมากที่สุด คือ รายการลดราคา มีผู้ตอบที่ให้ความสนใจถึง 50.5% รองลงมาคือ ของแถม มีผู้ให้ความสนใจ 29.3% สำหรับรายการชิงโชคมีผู้ให้ความสนใจ 10.8%

และเมื่อวิเคราะห์แยกตามอายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครอบครัว ผู้ตอบในทุกๆระดับส่วนใหญ่จะสนใจในรายการส่งเสริมการขายลำดับดังนี้ คือ 1. รายการลดราคาสินค้า 2. รายการของแถม 3. รายการชิงโชค ตามลำดับ

ตารางที่ 26 การวิเคราะห์ความสนใจในรายการส่งเสริมการขายโดยแยกตามตราปีที่ใช้
จากตารางที่ 26 ก. เมื่อวิเคราะห์แยกตามตราปีที่ใช้ ผู้ตอบส่วนใหญ่ในทุกตราปีที่ใช้จะสนใจ
การส่งเสริมการขาย แต่ก็มีผู้ใช้บางยี่ห้อ เช่น ผู้ที่ใช้ยี่ห้ออื่น ๆ เช่น ผู้ตอบที่ใช้ยี่ห้อแจกัน
ยี่ห้อเชนการ์ต ยี่ห้ออาร์ตเลย์ ฯ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นยี่ห้อราคาแพง มีจำนวน 47 รายที่ไม่สนใจรายการ
ส่งเสริมการขายหรือ 57.4%

จากตารางที่ 26 ข. เมื่อวิเคราะห์แยกตามตราปีที่ใช้ ผู้ตอบส่วนใหญ่ในทุกตราปีที่ใช้
ที่สนใจรายการส่งเสริมการขายจะสนใจรายการส่งเสริมการขายดังนี้ คือ 1. รายการลดราคา
สินค้า 2. รายการของแถม 3. รายการชิงโชค ตามลำดับ ซึ่งเช่นเดียวกับเมื่อวิเคราะห์
แยกตามอายุ สถานภาพ การศึกษาในตารางที่ 25 ข.

ตารางที่ 27 การวิเคราะห์ความสนใจ รายการของแถม โดยแยกตามอายุ สถานภาพ
การศึกษา อาชีพ และรายได้ครอบครัว

จากตารางที่ 27 ในจำนวนผู้ตอบที่สนใจรายการส่งเสริมการขายทั้งหมด ผู้ตอบสนใจรายการ
ของแถมที่เป็นผ้าขนหนูมากที่สุด 32.4% เป็นของแถมที่เป็นเครื่องใช้อาบน้ำ เช่น หมวกคลุมผม
ที่ใส่สบู่อ มีจำนวน 22% เป็นแก้วน้ำ 15.0% กระเป๋าใส่ของ 14.3% จานหรือชามและอื่น ๆ
10.8%

เมื่อวิเคราะห์แยกตามอายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครอบครัว
ผู้ตอบในทุกระดับส่วนใหญ่จะสนใจรายการของแถมเช่นเดียวกับผู้ตอบทั้งหมด เรียงตามลำดับดังนี้
คือ 1. ผ้าขนหนู 2. เครื่องใช้อาบน้ำ 3. แก้วน้ำ 4. กระเป๋า 5. จานชามและผ้าเช็ดหน้า

ตารางที่ 28 การวิเคราะห์ความสนใจในรายการชิงโชค โดยแยกตามอายุ สถานภาพ
การศึกษา อาชีพ และรายได้ครอบครัว

จากตารางที่ 28 ในจำนวนผู้ตอบที่สนใจรายการส่งเสริมการขายที่เป็นรายการชิงโชค รางวัลที่
ผู้ตอบสนใจมากที่สุด คือ บ้านพร้อมที่ดินเป็นอันดับ 1 จำนวน 62.7% รองลงมาก็คือ เที่ยวต่าง
ประเทศ 11.1% ให้รางวัลเป็นเงินสด 10.8% และรถยนต์ 7.3% ตามลำดับ

เมื่อวิเคราะห์แยกตามอายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครอบครัว
ผู้ตอบในทุกระดับส่วนใหญ่จะสนใจรายการชิงโชคที่มีบ้านเป็นรางวัลที่ 1 มากที่สุด รองลงมาได้แก่
เที่ยวต่างประเทศ ให้รางวัลเป็นเงินสดและรถยนต์ตามลำดับ

ตารางที่ 29 การวิเคราะห์ระดับความชอบของผู้ตอบใช้ โดยแยกตามตราห้อยที่ใช้
(five point scale)

สัญลักษณ์ : จากจำนวนผู้ตอบที่ใช้สัญลักษณ์ 115 ราย โดยเฉลี่ยแล้วให้คะแนนสัญลักษณ์ อยู่ในเกณฑ์ระดับ 3.2 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น ๆ จากคะแนนเต็ม 5 โดยเฉพาะ ผู้ใช้สัญลักษณ์โลอเรียให้คะแนนสัญลักษณ์โลอเรียถึง 3.7 และเมื่อพิจารณาตามคุณสมบัติของสัญลักษณ์ในด้านกลิ่นหอมและฟอง สัญลักษณ์มีระดับคะแนนเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างดี คือ คะแนน 3.6 สำหรับคุณสมบัติของสัญลักษณ์ด้านการบำรุงผิว ผู้ตอบให้คะแนนต่ำที่สุด คือ 2.6 ซึ่งเป็นคะแนนอยู่ในเกณฑ์ที่ควรจะต้องปรับปรุง ส่วนในด้านอื่น ๆ ก็อยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างดี คือ ความเหมาะสมมือ และความคงรูปก้อน

สัญลักษณ์ : จากจำนวนผู้ตอบที่ใช้สัญลักษณ์ 74 ราย ให้คะแนนเฉลี่ยสัญลักษณ์ อยู่ในระดับ 3.3 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์พอใช้ เมื่อเทียบกับสัญลักษณ์ สำหรับคุณสมบัติของสัญลักษณ์ให้คะแนนอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างดี คือ ฟอง และความเหมาะสมมืออยู่ในระดับ 3.4 ส่วนการบำรุงผิวให้คะแนน 3.2 ซึ่งเป็นคะแนนที่ดีกว่าสัญลักษณ์มาก ทางด้านกลิ่นหอมและความคงรูปก้อนผู้ตอบให้คะแนน 3.2 ซึ่งเป็นคะแนนที่ต่ำที่สุดของผู้ตอบ แต่ก็ยังอยู่ในเกณฑ์ที่ดีเมื่อเทียบกับยี่ห้ออื่น ๆ

สัญลักษณ์ : จากจำนวนผู้ตอบที่ใช้สัญลักษณ์ 44 ราย โดยรวมแล้วให้คะแนนสัญลักษณ์ตนเองใช้โดยเฉลี่ยคะแนน 3.7 ซึ่งเป็นระดับคะแนนสูงสุดเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่น ๆ และเมื่อพิจารณาในด้านคุณสมบัติของสัญลักษณ์จะอยู่ในระดับคะแนนที่ดีมาก โดยเฉพาะในด้านกลิ่นหอม ผู้ตอบให้คะแนน 3.9 ในด้านฟอง 3.8 ในด้านความเหมาะสมมือ 3.7 ความคงรูปก้อน 3.4 และการบำรุงผิว 3.3 ตามลำดับ และคะแนนในแต่ละคุณสมบัติเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่นก็ยิ่งมากกว่า ดังนั้น จะเห็นว่า ผู้ตอบที่ใช้สัญลักษณ์โลอเรียสนใจในคุณสมบัติของสัญลักษณ์ตนเองเลือกใช้มากที่สุด

สัญลักษณ์ : จากจำนวนผู้ตอบที่ใช้สัญลักษณ์ 27 ราย ให้คะแนนเฉลี่ยของสัญลักษณ์ คือคะแนน 3.5 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ดีเมื่อเทียบกับสัญลักษณ์หรือสัญลักษณ์อื่น แต่ก็ยังน้อยกว่าคะแนนเฉลี่ยของสัญลักษณ์โลอเรีย เมื่อวิเคราะห์ในด้านคุณสมบัติของสัญลักษณ์ ผู้ใช้สัญลักษณ์ให้คะแนนในด้านความหอมของสัญลักษณ์ถึง 4.0 คะแนน และฟอง 3.9 คะแนน ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ดีมาก สำหรับในด้านอื่น เช่น ความเหมาะสมมือ ผู้ตอบให้คะแนน 3.3 การบำรุงผิว 3.2 และความคงรูปก้อน 3.2 เมื่อเทียบกับสัญลักษณ์โลอเรียจะเห็นว่าต่ำกว่ากันเล็กน้อย จากการวิเคราะห์ก็พอจะกล่าวได้ว่า ผู้ใช้สัญลักษณ์พอใจในด้านกลิ่นหอมและฟองของสัญลักษณ์เป็นส่วนสำคัญเช่นกัน

สัญลักษณ์ : จากจำนวนผู้ตอบที่ใช้สัญลักษณ์จำนวน 23 ราย ให้คะแนนเฉลี่ยคุณสมบัติของสัญลักษณ์อยู่ในเกณฑ์ 3.5 ซึ่งเท่ากับสัญลักษณ์ เมื่อวิเคราะห์ในด้านคุณสมบัติของสัญลักษณ์

ผู้ตอบให้คะแนนกลิ่นหอมและความเหมาะสมมือมากที่สุด 3.7 คะแนนเท่ากัน ส่วนรองและความคงสภาพให้คะแนน 3.6 เท่านั้น จะเห็นว่าเป็นคะแนนค่อนข้างดีเมื่อเทียบกับลู่สักข์หรือจอห์นสัน แต่สำหรับในด้านการบำรุงผิวผู้ตอบให้คะแนนเพียง 2.1 เท่านั้น เป็นคะแนนที่ต่ำและควรจะต้องปรับปรุง

ลู่บกแก้ว : จากจำนวนผู้ตอบที่ใช้ลู่บกแก้วจำนวน 21 ราย ให้คะแนนเฉลี่ยของลู่ 3.4 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างดี โดยให้คะแนนคุณสมบัติของลู่ในด้านความคงรูปก่อนมากที่สุด คือ 3.8 คะแนน ให้คะแนนในด้านกลิ่นหอม 3.7 คะแนน ความเหมาะสมมือ 3.6 คะแนน ในด้านรอง 3.4 คะแนน โดยเฉลี่ยแล้วคุณสมบัติของลู่แต่ละด้านอยู่ในเกณฑ์ ยกเว้นในด้านการบำรุงผิว เช่นเดียวกับผู้ใช้ลู่โรเซ็ท คือ ให้คะแนนเพียง 2.3 คะแนนเป็นระดับคะแนนที่ควรจะต้องปรับปรุง

ลู่ไลฟบอยย์ : จากจำนวนผู้ตอบที่ใช้ลู่ไลฟบอยย์จำนวน 19 ราย ให้คะแนนเฉลี่ยของลู่เท่ากับ 3.2 คะแนน ซึ่งเป็นคะแนนเท่ากับผู้ใช้ลู่สักข์เมื่อวิเคราะห์ในแต่ละด้านของคุณสมบัติของลู่ ผู้ตอบให้คะแนนในด้านรองมากที่สุดคือ 3.6 คะแนน ความเหมาะสมมือ 3.5 ความคงรูปก่อนและกลิ่นหอม 3.4 เป็นคะแนนที่อยู่ในเกณฑ์ดีแต่ก็น้อยกว่าลู่โรเซ็ทหรือนกแก้ว สำหรับในด้านการบำรุงผิวลู่ไลฟบอยย์ก็เป็นอีกยี่ห้อหนึ่งที่ผู้ตอบให้คะแนนอยู่ในเกณฑ์ต่ำ คือเพียง 2.1 คะแนนเช่นเดียวกับลู่โรเซ็ท

ลู่คัดสัน : จากจำนวนผู้ตอบที่ใช้ลู่คัดสัน 15 ราย ให้คะแนนเฉลี่ยของลู่ 3.4 คะแนน ซึ่งเท่ากับคะแนนของลู่บกแก้ว โดยให้คะแนนคุณสมบัติของลู่ดังนี้ คือ คะแนนในด้านความคงรูปก่อน 3.8 คะแนน รอง 3.7 คะแนน เป็นระดับคะแนนที่อยู่ในเกณฑ์ดีมาก สำหรับในด้านอื่น ๆ ก็อยู่ในเกณฑ์ดี คือ ในด้านความเหมาะสมมือ 3.6 กลิ่นหอมของลู่ 3.3 และการบำรุง 2.7

ลู่วิโนเลีย : จากจำนวนผู้ตอบที่ใช้ลู่วิโนเลีย 14 ราย ให้คะแนนเฉลี่ยของลู่เท่ากับ 3.5 คือ เท่ากับลู่คาเมย์ โดยให้คะแนนคุณสมบัติของลู่ในด้านความคงรูปก่อนของลู่มากที่สุดคือ 4.0 คะแนน ในด้านรอง 3.8 คะแนน สำหรับในด้านอื่น ๆ อยู่ในเกณฑ์ดี คือ ในด้านกลิ่นหอม 3.3 ในด้านความเหมาะสมมือ 3.3 และการบำรุงผิว 3.1

ลู่ปาล์มมี : จากจำนวนผู้ตอบที่ใช้ลู่ปาล์มมี 14 ราย ให้คะแนนเฉลี่ยของลู่ที่ตนเองใช้เท่ากับ 3.3 คะแนน โดยเมื่อพิจารณาแยกตามคุณสมบัติของลู่คือ ในด้านรอง ผู้ตอบให้คะแนนมากที่สุดคือ 3.7 คะแนน ในด้านกลิ่นหอม 3.6 ความเหมาะสมมือ 3.6 ความคงรูปก่อน 3.0 และการบำรุงผิว 2.8 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์พอใช้

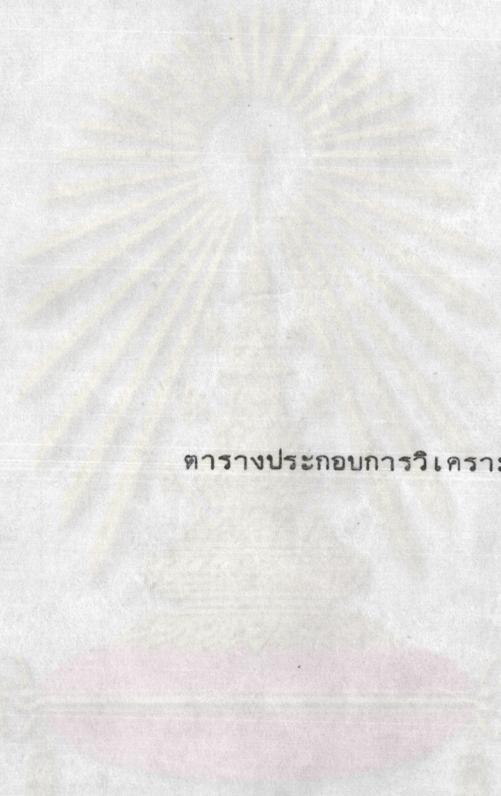
สบู์โตอัล : จากจำนวนผู้ตอบที่ใช้สบู์โตอัล 12 ราย ให้คะแนนเฉลี่ยของสบู์ที่ใช้ เท่ากับ 3.5 คะแนน ซึ่งเท่ากับคะแนนของสบู์คาเมย์และสบู์วินเลียโดยให้คะแนนในด้านกลิ่นหอมของสบู์มากที่สุด 3.9 คะแนน รองลงมาได้แก่ ความเหมาะสมมือ 3.6 ความคงรูปก้อน 3.5 ในด้านฟอง 3.4 และการบำรุงผิว 3.0 โดยเฉลี่ยแล้วคะแนนในแต่ละด้านอยู่ในเกณฑ์ดี

สบู์แอลทรัล : จากจำนวนผู้ตอบที่ใช้สบู์แอลทรัล 11 ราย ให้คะแนนเฉลี่ยของสบู์ที่ใช้เท่ากับ 3.5 ซึ่งเท่ากับสบู์โตอัล โดยให้คะแนนในด้านความเหมาะสมมือของรูปก้อนของสบู์มากที่สุด 3.9 คะแนน รองลงมาได้แก่ กลิ่นหอม 3.8 คะแนน ในด้านความคงรูปก้อน 3.6 คะแนน ฟอง 3.5 คะแนน โดยเฉลี่ยแล้วอยู่ในเกณฑ์ดี แต่สำหรับการบำรุงผิวผู้ตอบให้คะแนนเพียง 2.8 ซึ่งอยู่ในระดับพอใช้

สบู์เค.ซี. : จากจำนวนผู้ตอบที่ใช้สบู์ เค.ซี. 8 ราย ให้คะแนนเฉลี่ยของสบู์ที่ใช้ เท่ากับ 3.1 โดยให้คะแนนความเหมาะสมมือมากที่สุด 8.6 คะแนน ความคงรูปก้อนและฟอง 3.4 การบำรุงผิว 2.9 แต่สำหรับในด้านกลิ่นหอมผู้ตอบให้คะแนนเพียง 2.5 คะแนน ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับยี่ห้ออื่น ๆ อยู่ในเกณฑ์ที่ควรจะปรับปรุง

สบู์แคร์ : จากจำนวนผู้ตอบที่ใช้สบู์แคร์ 6 ราย ผู้ตอบให้คะแนนโดยเฉลี่ยของสบู์ เท่ากับ 3.5 โดยมีคะแนนเท่ากับสบู์แอลทรัล สบู์โตอัลและสบู์คาเมย์ เมื่อพิจารณาคุณสมบัติของสบู์ในแต่ละด้านจะพบว่า ผู้ตอบให้คะแนนของสบู์ในด้านความเหมาะสมมือและฟอง 3.6 คะแนน เท่ากัน ส่วนคุณสมบัติในด้านอื่น ก็อยู่ในเกณฑ์ใกล้เคียงกับสบู์วินเลีย

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางประกอบการวิเคราะห์

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ ๑ ตารางแสดงรายชื่อที่รู้จัก โดยแยกตามอายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครอบครัว/บาท

รายชื่อที่รู้จัก	รวม	อายุ/ปี		สถานภาพ		การศึกษา			อาชีพ			รายได้ครอบครัว/บาท			
		๑๘-๒๔	๒๕-๓๐	๓๑-๔๕	โสด	ครอบครัว	ต่ำกว่า ม.๖	ต่ำกว่า ม.๗/อนุปริญา	อุดมศึกษา	กำลังศึกษาอยู่	ค้าขาย/ข้าราชการ เอกชน/วิสาหกิจ	รับเงินเบี้ยบ้าน	ต่ำกว่า ๕,๐๐๐	๕,๐๐๐-๑๐,๐๐๐	มากกว่า ๑๐,๐๐๐
		๕๓๕	๑๐๐	๑๑๕	๖๖๖	๑๐๐	๖๒๔	๓๘๑	๓๕๕	๒๔๓	๔๗๔	๑๔๘	๔๒๐	๑๐๐	๕๒๔
สรุปลักษณะ	๓๕๐	๑๐๐	๑๑๕	๖๖๖	๑๐๐	๖๒๔	๓๘๑	๓๕๕	๒๔๓	๔๗๔	๑๔๘	๔๒๐	๑๐๐	๕๒๔	๓๖๖
สรุปจ้อหันสัน	๒๕๐	๑๑๕	๑๑๕	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖
สรุปเลอเวีย	๑๑๓	๑๑๕	๑๑๕	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖
สรุปคาเมย์	๑๑๓	๑๑๕	๑๑๕	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖
สรุปโรเซ็ท	๑๑๓	๑๑๕	๑๑๕	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖
สรุปนกกแก้ว	๑๑๓	๑๑๕	๑๑๕	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖
สรุปโลงพอยย์	๑๑๓	๑๑๕	๑๑๕	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖
สรุปศักดิ์สัน	๑๑๓	๑๑๕	๑๑๕	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖
สรุปวินโนเลีย	๑๑๓	๑๑๕	๑๑๕	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖
สรุปปาล์มมี	๑๑๓	๑๑๕	๑๑๕	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖	๑๑๖

หมายเหตุ
 ๑. จากภาพ
 ๒. และอื่นๆ ที่ส่งต่อให้
 ๓. ๑๐๐
 ๔. ๑๐๐
 ๕. ๑๐๐
 ๖. ๑๐๐
 ๗. ๑๐๐
 ๘. ๑๐๐
 ๙. ๑๐๐
 ๑๐. ๑๐๐
 ๑๑. ๑๐๐
 ๑๒. ๑๐๐
 ๑๓. ๑๐๐
 ๑๔. ๑๐๐
 ๑๕. ๑๐๐
 ๑๖. ๑๐๐
 ๑๗. ๑๐๐
 ๑๘. ๑๐๐
 ๑๙. ๑๐๐
 ๒๐. ๑๐๐
 ๒๑. ๑๐๐
 ๒๒. ๑๐๐
 ๒๓. ๑๐๐
 ๒๔. ๑๐๐
 ๒๕. ๑๐๐
 ๒๖. ๑๐๐
 ๒๗. ๑๐๐
 ๒๘. ๑๐๐
 ๒๙. ๑๐๐
 ๓๐. ๑๐๐
 ๓๑. ๑๐๐
 ๓๒. ๑๐๐
 ๓๓. ๑๐๐
 ๓๔. ๑๐๐
 ๓๕. ๑๐๐
 ๓๖. ๑๐๐
 ๓๗. ๑๐๐
 ๓๘. ๑๐๐
 ๓๙. ๑๐๐
 ๔๐. ๑๐๐
 ๔๑. ๑๐๐
 ๔๒. ๑๐๐
 ๔๓. ๑๐๐
 ๔๔. ๑๐๐
 ๔๕. ๑๐๐
 ๔๖. ๑๐๐
 ๔๗. ๑๐๐
 ๔๘. ๑๐๐
 ๔๙. ๑๐๐
 ๕๐. ๑๐๐
 ๕๑. ๑๐๐
 ๕๒. ๑๐๐
 ๕๓. ๑๐๐
 ๕๔. ๑๐๐
 ๕๕. ๑๐๐
 ๕๖. ๑๐๐
 ๕๗. ๑๐๐
 ๕๘. ๑๐๐
 ๕๙. ๑๐๐
 ๖๐. ๑๐๐
 ๖๑. ๑๐๐
 ๖๒. ๑๐๐
 ๖๓. ๑๐๐
 ๖๔. ๑๐๐
 ๖๕. ๑๐๐
 ๖๖. ๑๐๐
 ๖๗. ๑๐๐
 ๖๘. ๑๐๐
 ๖๙. ๑๐๐
 ๗๐. ๑๐๐
 ๗๑. ๑๐๐
 ๗๒. ๑๐๐
 ๗๓. ๑๐๐
 ๗๔. ๑๐๐
 ๗๕. ๑๐๐
 ๗๖. ๑๐๐
 ๗๗. ๑๐๐
 ๗๘. ๑๐๐
 ๗๙. ๑๐๐
 ๘๐. ๑๐๐
 ๘๑. ๑๐๐
 ๘๒. ๑๐๐
 ๘๓. ๑๐๐
 ๘๔. ๑๐๐
 ๘๕. ๑๐๐
 ๘๖. ๑๐๐
 ๘๗. ๑๐๐
 ๘๘. ๑๐๐
 ๘๙. ๑๐๐
 ๙๐. ๑๐๐
 ๙๑. ๑๐๐
 ๙๒. ๑๐๐
 ๙๓. ๑๐๐
 ๙๔. ๑๐๐
 ๙๕. ๑๐๐
 ๙๖. ๑๐๐
 ๙๗. ๑๐๐
 ๙๘. ๑๐๐
 ๙๙. ๑๐๐
 ๑๐๐. ๑๐๐

ตารางที่ ๑ (ต่อ)

	อายุ/ปี			สถานภาพ		การศึกษา			อาชีพ				รายได้ครอบครัว/บาท		
	๑๔-๒๔	๒๕-๓๐	๓๑-๔๕	โสด	ครอบครัว	ต่ำกว่า ม.๖	ม.๖/อนุปริญญา	อุดมศึกษา	กำลังศึกษาอยู่	ค้าขาย/เช่ารายการ เอกชน/วิสาหกิจ	รับจ้าง	รับเหมา	ต่ำกว่า ๕,๐๐๐	๕,๐๐๐ - ๑๐,๐๐๐	มากกว่า ๑๐,๐๐๐
	รวม														
สมบูรณ์	๒๔	๑๐	๑๓	๑๗	๑๒	๑๖	๗	๖	๓	๑๕	๖	๕	๖	๑๖	๗
สมบูรณ์สตรี	๒.๑	๑.๗	๓.๑	๒.๔	๑.๘	๒.๖	๑.๘	๑.๗	๑.๒	๓.๒	๓.๐	๑.๑	๑.๔	๓.๐	๑.๘
สมบูรณ์.ซี.	๕.๑	๒.๕	๑.๕	๒.๕	๒.๑	๓.๔	๔.๗	๔.๔	๕.๘	๓.๕	๔.๐	๔.๑	๒.๕	๕.๒	๑.๐
สมบูรณ์พีเรียล	๒๒	๑๑	๕	๑๕	๗	๗	๔	๗	๕	๑๒	๓	๒	๔	๗	๑๑
	๑๐.๖	๑.๔	๑.๒	๒.๒	๑.๑	๑.๘	๑.๐	๒.๐	๒.๑	๒.๕	๑.๕	๐.๕	๑.๐	๑.๓	๒.๘
สมบูรณ์แคร์	๖	๖	—	๔	๒	๒	๑	๒	๒	๒	—	๒	—	๒	๔
	๐.๔	๑.๐	—	๐.๖	๐.๓	๐.๖	๐.๓	๐.๖	๐.๘	๐.๕	—	๐.๕	—	๐.๕	๑.๐
อื่นๆ	๒๓	๘	๔	๑๕	๔	๕	๕	๕	๓	๑๐	๒	๘	๕	๔	๕
	๑.๗	๑.๕	๑.๐	๒.๐	๑.๔	๑.๑	๑.๓	๑.๔	๑.๒	๒.๑	๑.๐	๑.๘	๑.๒	๑.๗	๒.๓
จำไม่ได้	๑๑๖	๔๐	๔๒	๖๐	๕๖	๓๒	๕๗	๓๒	๒๓	๓๔	๒๒	๓๒	๓๖	๓๕	๕๖
	๘.๖	๖.๔	๑๐.๑	๘.๖	๘.๖	๕.๔	๑๒.๓	๔.๓	๔.๕	๘.๒	๑๑.๑	๗.๕	๘.๖	๖.๕	๑๑.๖
	๑๐	๕	๒	๒	๘	๖	๒	๒	๒	—	๒	๖	๓	๕	๓
	๐.๗	๐.๔	๐.๕	๐.๕	๑.๒	๑.๐	๐.๕	๐.๖	๐.๘	—	๑.๐	๑.๕	๐.๗	๐.๗	๐.๘

หมายเหตุ จากตาราง รวม...100 หมายถึงการเปรียบเทียบตัวเลขที่ได้ เป็นจำนวนเต็มหนึ่งร้อยเปอร์เซ็นต์ และตัวเลขที่มีจุดทศนิยม ซึ่งอยู่บรรทัดรองลงมาจากตัว เลขที่ได้จากการวิจัยจะเป็นจำนวนเปอร์เซ็นต์

ตารางที่ ๓ ตารางแสดงอายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครอบครัวที่ใช้ โดยแยกตามครัวเรือนที่ใช้

	อายุ/ปี			สถานภาพ		การศึกษา			อาชีพ				รายได้ครอบครัว/บาท		
	รวม	๑๘-๒๔	๒๕-๓๐	๓๑-๔๕	โสด	ครอบครัว	ต่ำกว่า ม.๖	ม.๗/อนุปริญญา	อุดมศึกษา	กำลังศึกษาอยู่	ค้าขาย/เช่ารายการ เอกชนวิสาหกิจ	รับเงินแม่บ้าน	ต่ำกว่า ๕,๐๐๐	๕,๐๐๐-๑๐,๐๐๐	มากกว่า ๑๐,๐๐๐
		๑๘-๒๔	๒๕-๓๐	๓๑-๔๕											
ครัวเรือนที่ใช้	๔๕๐	๑๙๓	๑๑๙	๑๓๘	๒๓๒	๒๑๘	๒๐๘	๑๑๕	๘๑	๑๕๘	๑๕๕	๑๕๐	๑๕๐	๑๗๘	๑๓๒
รวม	๑๐๐	๔๒.๙	๒๖.๔	๓๐.๗	๕๑.๖	๔๙.๔	๔๖.๒	๑๑๕	๑๘.๐	๓๕.๑	๓๒.๒	๓๑.๑	๓๑.๑	๓๗.๖	๓๕.๓
สุบู่ลักษ์	๑๑๕	๕๖	๒๐	๓๓.๙	๖๑	๕๕	๖๓	๒๔	๑๙.๑	๑๕	๑๕	๑๗	๑๖.๑	๒๓	๒๑.๗
สุบู่จอนหันตัน	๑๐๐	๔๗.๓	๑๗.๑	๑๓	๖๔.๙	๖๖	๒๒	๒๕	๑๘.๙	๒๓	๒๕	๒๒	๒๑.๙	๓๑	๒๑.๔
สุบู่เลอเวีย	๔๕	๒๕	๑๑	๑๘	๓๐	๑๕	๑๘	๑๐	๑๑	๑๗	๑๒	๑๕	๑๕	๒๐	๑๕
สุบู่คาเมย์	๑๐๐	๔๖.๘	๒๕.๐	๑๘.๒	๖๘.๖	๕๕	๔๐.๙	๑๒	๒๕.๐	๓๖	๒๗.๓	๒๐.๕	๒๕.๕	๓๓.๓	๓๐.๑
สุบู่โรเซ็ท	๒๓	๗	๘	๘	๑๕	๑๕	๑๕	๕	๗	๓	๗	๕	๕	๑๐	๑๐
สุบู่นกกแก้ว	๑๐๐	๓๐.๔	๓๕.๘	๓๕.๘	๕๙.๑	๖๐.๙	๖๕.๒	๒๑	๓๐.๔	๑๓.๐	๓๐.๓	๓๕.๑	๓๕.๕	๓๓.๓	๓๗.๐
สุบู่โถฟบอยย์	๒๑	๙	๗	๕	๖	๑๕	๑๖	๒	๒	๔	๑๓	๑๐	๖	๖	๕
สุบู่คัลสัน	๑๐๐	๔๒.๙	๓๓.๓	๒๓.๘	๖๘.๖	๗๑.๔	๗๖.๒	๙.๕	๙.๕	๑๙.๐	๖๑.๙	๔๗.๖	๔๗.๖	๕๓.๘	๕๓.๘
สุบู่วินโนเลีย	๑๕	๕	๕	๖	๗	๑๕	๖	๒	๒	๕	๕	๓	๓	๓	๕
สุบู่วินโนเลีย	๑๐๐	๒๖.๗	๓๓.๓	๔๐.๐	๕๖.๗	๕๓.๓	๕๐.๐	๗	๑๕.๗	๒๖.๗	๓๓.๓	๒๐.๐	๒๖.๗	๓๓.๓	๓๓.๓
สุบู่ปาล์มมี	๑๕	๒	๓	๙	๕	๙	๖	๓	๒	๕	๕	๑	๗	๗	๖
สุบู่ปาล์มมี	๑๐๐	๕๗.๑	๒๘.๖	๑๕.๓	๗๑.๔	๖๘.๖	๕๐.๐	๑๕	๑๕.๓	๒๖.๙	๓๕.๗	๓๗.๑	๔๒.๙	๕๒.๙	๑๕.๓

ตารางที่ ๓ (ต่อ)

	รวม	อายุ/ปี			สถานภาพ		การศึกษา			อาชีพ				รายได้ครอบครัว/บาท		
		๑๔-๒๕	๒๖-๓๐	๓๑-๕๕	โสด	ครอบครัว	ต่ำกว่า ม.๖	ม.๗/อนุปริญญา	อุดมศึกษา	กำลังศึกษาอยู่	ค้าขาย/เอกชนวิสาหกิจ	ข้าราชการ	อื่น	ต่ำกว่า ๕,๐๐๐	๕,๐๐๐-๑๐,๐๐๐	มากกว่า ๑๐,๐๐๐
สนุ่ไคฮัล	๑๒	๖	๒	๔	๕	๗	๖	๕	๑	๒	๑	๒	๓	๔	๕	๓
สนุ่แอสทริล	๑๐๐	๕๐.๐	๑๖.๗	๔๑.๗	๕๑.๗	๕๘.๓	๕๐.๐	๔๑.๗	๘.๓	๑๖.๗	๘.๓	๒๕.๐	๓๓.๓	๔๑.๗	๕.๐	๒๕.๐
สนุ่เค.ซี.	๑๑	๑	๔	๑	๑	๑๐	๕	๔	๒	๒	๒	๓	๓	๕	๕	๓
สนุ่อิมพีเรียล	๑๐๐	๕.๑	๓๖.๕	๕๕.๕	๕.๑	๕๐.๙	๕๕.๕	๓๖.๕	๑๘.๒	๑๘.๒	๒๒.๐	๒๗.๐	๒๗.๐	๕๕.๕	๕๕.๕	๒๗.๐
สนุ่แคร์	๖	๕	๑	๖	๖	๒	๓	๓	๒	๒	๑	๒	๓	๒	๓	๓
อื่นๆ	๑๐๐	๑๖.๗	๕๐.๐	๓๓.๓	๓๓.๓	๖๖.๗	๖๖.๗	๑๖.๗	๑๖.๗	๑๖.๗	๑๖.๗	๑๖.๗	๑๖.๗	๕๐.๐	๕๐.๐	๕๐.๐
	๕๑	๓	๑	๓	๓	๓	๓	๓	๓	๓	๓	๓	๓	๓	๓	๓
	๑๐๐	๓๕.๐	๑๗.๑	๕๖.๓	๕๖.๓	๕๓.๗	๓๕.๑	๓๕.๑	๓๑.๗	๓๑.๗	๓๑.๗	๓๑.๗	๓๑.๗	๒๒.๐	๒๒.๐	๕๘.๘

ตารางที่ ๔ ตารางแสดงราคาส่งที่ใช้ โดยแยกตามอายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครอบครัว/บาท

	รวม	อายุ/ปี			สถานภาพ			การศึกษา			อาชีพ			รายได้ครอบครัว/บาท		
		๑๘-๒๔	๒๖-๓๐	๓๑-๔๕	โสด	ครอบครัว	ต่ำกว่า ม.๖	ม.๗/อนุปริญา	อุดมศึกษา	กำลังศึกษาอยู่	ค้าขาย/บริหารงานเอกชน/วิสาหกิจ	ข้าราชการ	อื่นแม้นบ้าน	ต่ำกว่า ๕,๐๐๐	๕,๐๐๐-๑๐,๐๐๐	มากกว่า ๑๐,๐๐๐
ราคาส่งที่ใช้รวม	๔๔๐ ๑๐๐	๑๑๙ ๑๐๐	๑๓๙ ๑๐๐	๑๓๙ ๑๐๐	๒๓๒ ๑๐๐	๒๑๙ ๑๐๐	๒๐๘ ๑๐๐	๑๒๗ ๑๐๐	๑๑๕ ๑๐๐	๘๑ ๑๐๐	๑๔๘ ๑๐๐	๑๔๕ ๑๐๐	๑๔๕ ๑๐๐	๑๔๐ ๑๐๐	๑๓๘ ๑๐๐	๑๓๒ ๑๐๐
ราคา ๑-๕ บาท	๘๐ ๑๗.๘	๓๑ ๑๖.๑	๒๖ ๑๖.๘	๒๓ ๑๖.๗	๓๔ ๑๘.๑	๔๖ ๒๑.๑	๕๑ ๒๔.๕	๑๖ ๑๒.๖	๑๑ ๑๓.๖	๑๑ ๑๓.๖	๒๔ ๑๕.๑	๒๖ ๑๖.๖	๒๖ ๑๖.๖	๒๕ ๑๖.๑	๒๕ ๑๖.๑	๒๕ ๑๖.๑
ราคา ๖-๑๐ บาท	๑๖๖ ๔๓.๖	๑๐๒ ๒๕.๘	๑๑๖ ๒๙.๕	๑๑๖ ๒๙.๕	๑๑๖ ๒๙.๕	๑๑๖ ๒๙.๕	๑๑๖ ๒๙.๕	๑๑๖ ๒๙.๕	๑๑๖ ๒๙.๕	๑๑๖ ๒๙.๕	๑๑๖ ๒๙.๕	๑๑๖ ๒๙.๕	๑๑๖ ๒๙.๕	๑๑๖ ๒๙.๕	๑๑๖ ๒๙.๕	๑๑๖ ๒๙.๕
ราคา ๑๑-๑๕ บาท	๑๐๘ ๒๗.๐	๓๙ ๑๐.๒	๓๙ ๑๐.๒	๓๙ ๑๐.๒	๓๙ ๑๐.๒	๓๙ ๑๐.๒	๓๙ ๑๐.๒	๓๙ ๑๐.๒	๓๙ ๑๐.๒	๓๙ ๑๐.๒	๓๙ ๑๐.๒	๓๙ ๑๐.๒	๓๙ ๑๐.๒	๓๙ ๑๐.๒	๓๙ ๑๐.๒	๓๙ ๑๐.๒
ราคามากกว่า๑๕บาท	๖๖ ๑๖.๖	๒๒ ๕.๖	๒๒ ๕.๖	๒๒ ๕.๖	๒๒ ๕.๖	๒๒ ๕.๖	๒๒ ๕.๖	๒๒ ๕.๖	๒๒ ๕.๖	๒๒ ๕.๖	๒๒ ๕.๖	๒๒ ๕.๖	๒๒ ๕.๖	๒๒ ๕.๖	๒๒ ๕.๖	๒๒ ๕.๖

ตารางที่ ๕ ตารางแสดงราคาวัสดุที่ใช้โดยแยกตามตราห้อยสนุ่

	รวม	สักชี	จอห์นสัน	เลอเวีย	คามย์	โรเซ็ท	นกแก้ว	โลฟบอย	ศักดิ์สน	วินโนเลีย	ปากมณี	โตซัล	แอสทริล	เคซี	แคร์	อื่น ๆ
ราคาวัสดุที่ใช้	๔๔๐	๑๑๕	๗๔	๔๔	๒๗	๒๓	๒๑	๑๙	๑๕	๑๔	๑๔	๑๒	๑๑	๘	๖	๔๗
รวม	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐
๑-๕ บาท	๘๐	๒๘	—	—	—	๔	๑๐	๑๙	—	—	๔	—	—	—	—	๔
๖-๑๐ บาท	๑๙๖	๗๓	๒๕	๓๗	—	๑๙	—	—	—	๑๐	๑๐	๕	—	๖	๓	๑๘
๑๑-๑๕ บาท	๔๓.๖	๖๓.๕	๓๓.๘	๘๔.๑	—	๘๒.๖	—	—	—	๗๑.๕	๗๑.๕	๔๑.๗	—	๓๕.๐	๔๐.๐	๓๘.๓
	๑๐๘	—	๔๙	๗	—	—	—	—	๑๕	—	—	—	๑๑	๒	๓	๗
	๒๔.๐	—	๖๖.๒	๑๕.๙	—	—	—	—	๑๐๐	๑๐๐	—	—	๑๐๐	๒๕.๐	๕๐.๐	๑๕.๙
มากกว่า๑๕บาท	๖๖	๑๕	—	—	๒๗	—	—	—	—	—	—	๗	—	—	—	๑๘
	๑๕.๖	๑๒.๒	—	—	๑๐๐	—	—	—	—	—	—	๔๘.๓	—	—	—	๓๘.๓

ตารางที่ ๖ ตารางแสดงสาเหตุที่สำคัญในการเลือกใช้สบู่อของผู้ตอบโดยแยกตามตราที่ใช้

	รวม	สักขี	จอห์นสัน	เลอเวีย	คาเมย์	โรเซ็ท	นกแก้ว	โลฟบอย	คัสสัน	วินโนเลีย	ปาล์มมี	ไคยัล	แอสทรัล	เคซี	แคร์	อื่นๆ
สาเหตุที่ใช้รวม	๔๕๐	๑๑๕	๓๕	๔๔	๒๗	๒๓	๒๑	๑๙	๑๕	๑๔	๑๔	๑๒	๑๑	๘	๖	๔๗
กลิ่นหอม	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐
เนื้อนุ่มแข็ง	๒๐๕	๗๐	๑๐	๒๙	๑๕	๑๕	๑๕	๑๕	๑๕	๑๕	๑๕	๑๐	๑๕	๑๐	๑๐	๑๐
บำรุงผิว	๔๕	๖๐.๙	—	๖๕.๙	๕	๖๕.๒	๖	๕	๓	๕	๒	—	๗	๑	๒	๑๓.๗
เป็นสบู่อ่อน	๑๒๐.๙	๑๐	—	๑	๕	๕	๑๒๐.๖	๕	๓	๕	๑๕.๓	—	๑๘.๗	๒	๒	๖
พอกมาก	๑๒๐.๙	๗	๒๒	—	๕	—	—	—	๑	๒	๒	—	๑๘.๗	—	—	๑๒.๘
ใช้มานานแล้ว	๔๕	๖.๑	๒๒	—	๕	—	—	—	๑	๒	๒	—	—	—	—	๑๗.๐
ราคาประหยัด	๑๐๐.๐	๖.๑	๓๐	๖	—	—	—	—	๕	๗.๑	—	—	—	—	—	—
อื่นๆ	๒๐	๕.๒	๕	๕	๓	—	—	—	—	๑	๕	—	—	๑	—	๕
	๔.๕	๗.๘	๓	—	—	๒.๗	๙.๕	—	—	—	—	—	—	—	—	๘.๕
	๑๕	๖	๑	๕	—	๑	๑	๑	—	—	—	—	—	—	—	๕
	๓.๓	๕.๒	๑	๙.๑	—	๑	๔.๘	๑	—	—	—	—	—	—	—	๑๐.๖
	๒๗	—	๕	—	๑	๑	๕	๕	—	—	—	—	—	—	—	๑๑
	๖.๐	—	๕.๕	—	๓.๗	๕.๓	๑๙.๐	๒๑.๐	—	—	—	๑	๙.๑	—	—	๒๓.๕

ตารางที่ ๗ ตารางแสดงระยะเวลาในการใช้ส่วมานาน โดยแยกตามตราปีที่ขอใช้

	รวม	ลักษณะ	จอห์นสัน	เดอเวีย	คามีย์	โรเช็ท	นกแก้ว	โลฟบอย	คัสสัน	วินโนเลีย	ปาล์มมี	ไต้ชัล	แอสทรัล	เคซี	แคร์	อื่น ๆ
ใช้มานาน รวม	๔๕๐	๑๑๕	๗๔	๔๔	๒๗	๒๓	๒๑	๑๔	๑๕	๑๔	๑๕	๑๒	๑๑	๘	๖	๔๗
	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐
น้อยกว่า ๑ เดือน	๑๗	๒	๑	—	๒	๑	๑	—	๑	—	๑	๑	—	๑	—	๖
	๓.๘	๑.๗	๑.๔	—	๗.๔	๔.๓	๔.๘	—	๖.๗	—	๗.๑	๘.๓	—	๑๒.๕	—	๑๒.๘
๑-๓ เดือน	๓๓	๗	๔	๕	๑	๑	๒	๒	—	๑	๒	๓	—	๒	๑	๒
	๗.๓	๖.๑	๕.๔	๑๑.๕	๓.๗	๔.๓	๔.๕	—	—	๗.๑	๑๕.๓	๒๕.๐	—	๒๕.๐	๑๖.๗	๔.๓
๔-๖ เดือน	๔๑	๗	๒	๖	๒	๓	๒	๑	๑	๒	๓	๓	๒	—	๑	๖
	๙.๑	๖.๑	๒.๗	๑๓.๖	๗.๔	๑๓.๐	๔.๕	๖.๓	๑๕.๓	๑๕.๓	๒๑.๕	๒๕.๐	๑๘.๒	—	๑๖.๗	๑๒.๘
๖ เดือน-๑ ปี	๒๒	๒	๓	๕	๒	—	๑	—	๑	—	—	—	๒	—	๑	๕
	๕.๙	๑.๗	๔.๑	๑๑.๕	๗.๔	—	๔.๘	—	๖.๗	—	—	—	๑๘.๒	—	๑๖.๗	๑๐.๖
๑-๒ ปี	๘๙	๑๘	๙	๙	๑๑	๔	๒	๒	๙	๔	๕	—	๔	๑	๑	๑๐
	๑๙.๘	๑๕.๗	๑๒.๒	๒๐.๕	๔๐.๗	๑๗.๔	๙.๕	๑๐.๕	๒๐.๐	๒๘.๖	๓๕.๗	—	๓๖.๕	๑๒.๕	๑๖.๗	๒๑.๓
มากกว่า ๒ ปี	๒๔๘	๗๙	๕๕	๑๙	๙	๑๓	๑๓	๑๔	๓	๗	๓	๕	๓	๕	๒	๑๘
	๕๕.๑	๖๘.๗	๓๕.๓	๔๓.๒	๓๓.๓	๖๐.๙	๒๑.๙	๒๓.๗	๒๐.๐	๕๐.๐	๒๑.๕	๔๑.๗	๒๗.๓	๕๐.๐	๓๓.๓	๓๘.๓

ตารางที่ ๘ ตารางแสดงการเปลี่ยนแปลงตราอยู่ที่ใช้ในปัจจุบัน
ตราอยู่ที่เดิมที่เคยใช้

	รวม	สักขี	จอห์นสัน	เลอเวีย	คาเมย์	โรเซ็ท	นกแก้ว	โลฟลอย	คัลสัน	วินโนเลีย	ปาล์มมี	ไคยัล	แอสทราล	เคซี	แคร์	อื่นๆ
ยี่ห้อที่ใช้ในปัจจุบัน	รวม															
สูญสักขี	๔๕๐	๑๕๔	๔๔	๒๒	๖	๓๔	๕๒	๔๖	๔	๓	๑๑	๕	๑๗	๖	๕	๔๗
สูญจอห์นสัน	๑๐๐	๓๔.๒	๑๐.๔	๔.๔	๑.๓	๗.๖	๔.๓	๑๐.๒	๐.๔	๐.๗	๒.๔	๑.๑	๓.๔	๑.๓	๐.๔	๑๐.๔
สูญเลอเวีย	๑๑๕	๑๗	๑๑	๕	—	๔	๒๑	๒๓	๕	๑	๑	๑	๕	๒	—	๑๕
สูญคาเมย์	๑๐๐	๑๔.๗	๔.๖	๔.๓	—	๗.๘	๑๘.๓	๒๐.๐	๔.๓	๐.๔	๐.๔	๑.๓	๕.๓	๑.๗	—	๑๒.๒
สูญโรเซ็ท	๗๔	๓๕	๑๒	๓	๑	๔	๔	๑	๒	๒	—	—	๑	๑	๑	๗
สูญวินโนเลีย	๑๐๐	๔๗.๓	๑๖.๒	๔.๑	๑๑.๔	๔.๕	๕.๕	๑๑.๕	๒.๗	๒.๗	—	—	๑.๕	๑.๕	๑๑.๕	๔.๕
สูญปาล์มมี	๔๕	๒๑	๕	—	๒	๕	๒	๓	—	—	—	๑	๑	—	๑	๓
สูญไคยัล	๑๐๐	๔๗.๗	๑๑.๔	—	๔.๕	๑๑.๕	๔.๕	๐.๘	—	—	—	๒.๓	๒.๓	—	๒.๓	๖.๘
สูญแอสทราล	๒๗	๑๓	๓	๑	—	๒	—	—	—	—	๑	๒	๒	๑	—	๓
สูญเคซี	๑๐๐	๔๘.๑	๑๑.๑	๓.๗	—	๗.๕	—	—	—	—	—	—	๓.๗	—	—	๑๑.๑
สูญแคร์	๒๓	๖	—	๔.๓	๔.๓	—	๒๑.๗	๑๗.๔	—	—	—	—	—	—	—	๒
สูญอื่นๆ	๑๐๐	๒๖.๑	—	๔.๓	—	—	๕	๑๗.๔	—	—	—	—	๑๓.๐	—	—	๘.๗
สูญยี่ห้อเดิมที่เคยใช้	๑๕	๕	—	๒	—	๓	๖	๓	๑	—	—	—	—	—	—	—
สูญยี่ห้อเดิมที่เคยใช้	๑๐๐	๓๓.๓	๒๐.๐	—	—	—	—	๑๕.๘	๕.๓	—	—	—	๑๐.๕	—	—	๒๓.๓

ตารางที่ ๘ (ต่อ)

ทรัพย์สินที่ประเมินที่ใช้

	รวม	ลักษณะ	จอห์นสัน	เลอเวีย	คามีย์	โรเจอร์	นกแก้ว	โลฟบอย	คัทสัน	วินโนเลีย	ปาล์มมี	ไควัล	แอสทริล	เคซี	แคร์	อื่น ๆ
สมุดวินโนเลีย	๑๔	๒	๔	๑	๑	๑	—	๒	—	—	—	๑	—	—	—	๒
สมุดปาล์มมี	๑๐๐	๑๔.๓	๒๘.๖	๓.๑	๓.๑	๓.๑	—	๑๔.๓	—	—	—	—	—	—	—	๑๔.๓
สมุดไควัล	๑๔	๓	—	๒	—	—	๑	—	—	—	—	—	๑	—	๑	๒
สมุดแอสทริล	๑๐๐	๑๖.๗	๒	—	—	๔	—	๑๖.๗	๑	—	—	—	—	—	—	๑๔.๓
สมุดเค.ซี.	๑๑	๔	๑	๑	—	๑	—	๒	—	—	—	—	—	—	—	๑
สมุดแคร์	๑๐๐	๔๕.๕	๙.๑	๑	—	๙.๑	—	๑๘.๒	—	—	—	—	—	—	—	๙.๑
สมุดอื่น ๆ	๘๗	๒๒	๓	๔	๑	๑	—	—	—	—	—	๑	—	—	—	—
	๑๐๐	๔๖.๘	๖.๔	๘.๕	—	๔.๓	๔.๓	๔.๓	๒.๑	—	๔.๓	๒.๑	๑๒.๕	—	—	๑๔.๘

ตารางที่ ๔ ตารางแสดงสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงตราที่ใช้มาใช้ใหม่ในปัจจุบัน

รวม	ลักษณะ	จอห์นสัน	เลอเวีย	คาเมย์	โรเซ็ท	นกแก้ว	โลฟลอย	คัสตัน	วินโนเลีย	ปาล์ม	ไคยิล	แอสทริค	เคซี	แคร์	อื่นๆ
๔๕๐	๑๕๔	๔๙	๒๒	๖	๓๔	๔๒	๕๖	๔	๓	๑๑	๕	๑๗	๖	๔	๕๗
๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐
๑๒๙	๖๘	๑๐	๖	๔	๗	—	๑๐	—	๒	๓	๒	๑	๓	—	๑๓
๒๘.๗	๔๔.๒	๒๐.๕	๒๗.๓	๖๖.๗	๒๐.๖	—	๒๑.๗	—	๖๖.๗	๒๗.๓	๔๐.๐	๕.๙	๕๐.๐	—	๒๗.๗
๙๙	๒๑	๑๒	๓	—	๑๕	๑๓	๑๙	๑	—	๒	๒	๓	๒	๒	๕
๒๒๐.๐	๑๓๖	๒๕.๕	๑๓.๕	—	๔๑.๒	๓๑.๐	๔๑.๓	๒๕.๐	—	๑๘.๒	๔๐.๐	๑๗.๖	๓๓.๓	๕๐.๐	๑๐.๖
๙๓	๒๕	๙	๗	—	๙	๑๒	๑๐	๑	๑	๔	—	๔	๑	๒	๘
๒๐.๗	๑๖.๒	๑๘.๕	๓๑.๘	—	๒๖.๕	๒๘.๖	๒๑.๗	๒๕.๐	๓๓.๐	๓๖.๕	—	๒๓.๕	๑๖.๗	๕๐.๐	๑๗.๐
๒๕	๕	๓	๕	๒	—	—	—	๑	—	—	๑	๕	—	—	๕
๕.๖	๒.๖	๖.๑	๒๒.๗	๓๓.๓	—	—	—	๒๕.๐	—	—	๒๐.๐	๒๓.๕	—	—	๑๐.๖
๒๒	๕	๓	๑	—	๑	๓	๒	—	—	๒	—	๒	—	—	๓
๔.๙	๓.๒	๖.๑	๔.๕	—	๒.๙	๗.๑	๔.๓	—	—	๑๘.๒	—	๑๑.๘	—	—	๖.๕
๒๒	๑๑	—	—	—	๒	๕	—	—	—	—	—	๒	—	—	๓
๔.๙	๗.๑	—	—	—	๕.๙	๙.๕	—	—	—	—	—	๑๑.๘	—	—	๖.๕
๑๕	๓	—	—	—	—	๕	๒	๑	—	—	—	๑	—	—	๓
๓.๑	๑.๙	—	—	—	—	๕.๕	๕.๓	๒๕.๐	—	—	—	๕.๙	—	—	๖.๕
๔๖	๑๗	๑๒	—	—	๑	๖	๓	—	—	—	—	—	—	—	๗
๑๐.๒	๑๑.๐	๒๕.๕	—	—	๒.๙	๑๕.๓	๑๐.๙	—	—	—	—	—	—	—	๑๕.๙

ตารางที่ ๑๐ ตารางแสดงการใช้สอยที่ดิน และล้างหน้าโดยแยกตามตารางใช้สอยที่ดิน

	รวม	ลักษณะ	จอห์นสัน	เลอเวีย	คาเมย์	โรเซ็ท	นกแก้ว	ไลฟบอย	คัทสัน	วินโนเลีย	ปาล์มมี	ไควัล	แอสทาร์ล	เคซี	แคร์	อื่นๆ
การใช้สอย รวม	๔๕๐ ๑๐๐	๑๑๕ ๑๐๐	๗๔ ๑๐๐	๔๔ ๑๐๐	๒๗ ๑๐๐	๒๓ ๑๐๐	๒๑ ๑๐๐	๑๔ ๑๐๐	๑๕ ๑๐๐	๑๔ ๑๐๐	๑๔ ๑๐๐	๑๒ ๑๐๐	๑๑ ๑๐๐	๘ ๑๐๐	๖ ๑๐๐	๔๗ ๑๐๐
ใช้ก่อนเดียวกัน	๒๙๑ ๖๔.๗	๗๒ ๖๒.๖	๖๒ ๘๓.๘	๓๓ ๗๕.๐	๑๑ ๔๐.๗	๑๖ ๖๙.๖	๑๕ ๗๑.๔	๑๔ ๗๓.๗	๙ ๖๐.๐	๗ ๕๐.๐	๖ ๔๒.๙	๕ ๔๑.๗	๖ ๕๔.๕	๔ ๕๐.๐	๔ ๖๖.๗	๒๗ ๕๗.๕
ใช้คนละก้อน	๑๐๐ ๒๒.๒	๓๑ ๒๗.๐	๕ ๖.๘	๖ ๑๓.๖	๘ ๒๙.๖	๕ ๒๑.๗	๖ ๒๘.๖	๔ ๒๑.๑	๓ ๒๐.๐	๕ ๓๕.๗	๖ ๔๒.๙	๔ ๓๓.๓	๓ ๒๗.๓	—	๑ ๑๖.๗	๑๓ ๒๗.๗
ไม่ได้ใช้สอยล้าง หน้าแต่ใช้ผลิต หินขอน	๕๙ ๑๓.๑	๑๒ ๑๐.๔	๗ ๙.๕	๕ ๑๑.๔	๘ ๒๙.๖	๒ ๘.๗	—	๑ ๕.๓	๓ ๒๐.๐	๒ ๑๕.๓	๒ ๑๕.๓	๓ ๒๕.๐	๒ ๑๘.๒	๔ ๕๐.๐	๑ ๑๖.๗	๗ ๑๔.๙

ตารางที่ ๑๒ ตารางแสดงการใช้ร่วมกัน โดยแยกตามตราปีที่อนุญาตให้ใช้

	รวม	สักขี	จอห์นสัน	เลอเวีย	คามีย์	โรเช็ท	นกแก้ว	โลฟบอย	คัสสัน	วินโนเลีย	ปาล์มส์	โคซิล	แอสทริด	เคซี	แคร์	อื่นๆ
การใช้ร่วมกัน	๔๕๐	๑๑๕	๗๔	๔๔	๒๗	๒๓	๒๑	๑๔	๑๕	๑๔	๑๔	๑๒	๑๑	๘	๖	๔๗
รวม	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐
๒-๓ คน	๑๔๕	๔๑	๒๘	๑๓	๖	๑๐	๕	๘	๖	๖	๕	๖	๖	—	๑	๑๖
ใช้คนเดียว	๓๔.๔	๓๔.๗	๓๗.๘	๒๔.๕	๒๒.๒	๔๓.๕	๑๙.๐	๔๒.๑	๔๐.๐	๔๒.๙	๒๒.๖	๕๐.๐	๔๔.๕	—	๑๖.๗	๓๔.๐
๔-๕ คน	๑๓๘	๒๔	๒๔	๑๗	๑๕	๒	๕	๒	๔	๔	๓	๑	๒	๕	๒	๑๔
๖-๗ คน	๑๐๒	๒๓.๕	๑๓.๒	๓๘.๖	๕๕.๖	๘.๗	๒๓.๘	๑๐.๕	๒๖.๗	๒๘.๖	๒๑.๕	๘.๓	๑๘.๒	๕๐.๐	๓๓.๓	๔๐.๕
มากกว่า ๗ คน	๑๓	๑๒	๑๐	๘	๕	๑	๗	๕	๕	๕	๕	๕	๓	๓	๒	๘
รวม	๒๙๕	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐

ตารางที่ ๑๓ ตารางแสดงระยะเวลาในการใช้สิ่งก่อสร้าง โดยแยกตามทรายที่ก่อสร้าง

รวม	ลักษณะ	จอห์นสัน	เลอเวีย	คามีย์	โรเซ็ท	นกแก้ว	โลฟบอย	ชักคัน	วินโนเลีย	ปาล์มมี	ไคยัล	แอลทวล	เคซี	แคร์	อื่นๆ
๔๕๐	๑๑๕	๗๕	๔๔	๒๗	๒๓	๒๑	๑๔	๑๕	๑๕	๑๕	๑๒	๑๑	๘	๖	๔๗
๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐
๒๘๘	๘๒	๔๒	๒๘	๑๑	๑๘	๑๖	๑๔	๘	๘	๑๑	๘	๖	๕	๕	๒๑
๖๕.๐	๗๑.๓	๕๖.๘	๖๓.๖	๔๐.๗	๗๘.๓	๓๖.๒	๑๐๐	๔๓.๓	๕๗.๑	๗๘.๖	๖๖.๗	๕๕.๕	๖๒.๕	๘๓.๓	๔๕.๗
๑๒๑	๒๓	๒๔	๑๒	๔	๕	๔	—	๕	๕	๒	๓	๕	๓	๑	๒๐
๒๖.๔	๒๐.๐	๓๒.๔	๒๗.๓	๓๓.๓	๒๑.๗	๑๔.๐	—	๓๓.๓	๓๕.๗	๑๕.๓	๒๕.๐	๕๕.๕	๓๗.๕	๑๖.๗	๕๒.๖
๒๓	๕	๕	๑	๔	—	—	—	๒	๑	๑	—	—	—	—	๕
๕.๑	๔.๓	๖.๘	๒.๓	๑๕.๘	—	—	—	๑๓.๓	๗.๑	๗.๑	—	—	—	—	๘.๕
๑๘	๕	๓	๓	๓	—	๑	—	—	—	—	๑	—	—	—	๒
๕.๐	๕.๓	๔.๑	๖.๘	๑๑.๑	—	๕.๘	—	—	—	—	๘.๓	—	—	—	๕.๓
	ระยะเวลาที่ใช้รวม														
	๑-๒ อากาศ														
	๓-๔ อากาศ														
	๕-๖ อากาศ														
	มากกว่า ๖ อากาศ														

ตารางที่ ๑๔ ตารางแสดงการเลือกคราย์ที่อู่ที่ใช้ โดยแยกตามอายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายรายครอบครัว

	อายุ/ปี			สถานภาพ		การศึกษา			อาชีพ				รายได้ครอบครัว/บาท		
	รวม	๒๖-๓๐	๓๑-๔๕	โสด	ครอบครัว	ต่ำกว่า ม.๖	ม.๗/ อนุปริญา	อุดม ศึกษา	กำลัง ศึกษาอยู่	ค้าขาย/ เอนกชนวิสาหกิจ	ข้าราชการ แม่บ้าน	ต่ำกว่า ๕,๐๐๐	๕,๐๐๐ ๑๐,๐๐๐	มากกว่า ๑๐,๐๐๐	
		๑๘-๒๕	๑๑-๒๕												๑๖-๒๕
การเลือกคราย์ที่อู่ รวม	๔๕๐	๑๑๓	๑๓๖	๒๓๒	๒๑๖	๒๐๖	๑๒๗	๑๑๕	๘๑	๑๕๘	๑๕๕	๑๕๐	๑๗๘	๑๓๒	
เดีอกเอง	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	
แม่	๓๒๗	๑๒๒	๑๑๑	๑๕๖	๑๘๑	๑๕๒	๑๒๑	๘๓	๒๕	๑๒๖	๑๒๒	๑๑๒	๑๒๓	๑๒๓	
พ่อ/สามี	๕๑	๓๑	๓	๓๕	๓	๑๒	๑๒	๑๗	๑๕	๑๗	๑๕	๑๕	๑๗	๑๕	
พี่สาว/น้องสาว	๓๖	๑๖	๖	๑๕	๑๒	๑๓	๑๒	๕	๓	๕	๑๑	๑๑	๑๖	๕	
พี่ชาย/น้องชาย	๒๕	๑๖	๑๑	๒๗	๑๐	๑๓	๑๒	๕	๑๑	๑๕	๑๑	๑๑	๑๖	๕	
อื่นๆ	๑๒๗	๒๑	๑๕	๒๖	๒๖	๑๕	๑๕	๒๖	๑๒	๑๕	๑๑	๑๑	๑๖	๑๕	

ตารางที่ ๑๔ ตารางแสดงการเลือกทรัพย์สินที่ใช้ โดยแยกตามทรัพย์สินที่ถือ

รวม	ลักษณะ	จอห์นสัน	เลอเวีย	คาเมย์	โรเบิร์ต	นกแก้ว	โลงลอย	กัศลิน	วินโนเลีย	ปาล์มมี	ไคซิล	แอลทรา	เคซี	แคร์	อื่นๆ
๔๕๐	๑๑๕	๗๕	๕๕	๒๗	๒๓	๒๑	๑๕	๑๕	๑๕	๑๕	๑๒	๑๑	๘	๖	๕๗
๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐
๓๒๗	๓๕	๖๒	๓๕	๒๒	๑๘	๑๗	๑๒	๑๒	๑๒	๗	๑๐	๘	๕	๕	๒๘
๓๒๗	๖๕.๓	๘๓.๘	๗๗.๓	๘๑.๕	๗๘.๓	๘๑.๐	๘๐.๕	๘๐.๐	๘๕.๗	๕๐.๐	๘๓.๓	๗๒.๗	๖๒.๕	๘๓.๓	๕๕.๖
๕๑	๑๕	๓	๒	๒	๓	๒	—	—	—	๓	๒	๑	๓	—	๓
๕.๑	๑๓.๐	๕.๑	๕.๕	๗.๕	๑๓.๐	๕.๕	๑๐.๕	—	—	๒๑.๕	๑๖.๗	๕.๑	๓๗.๕	—	๖.๕
๓๖	๑๒	๓	๑	—	—	๒	๑	๑	—	๒	—	๑	—	๑	๑๑
๘.๐	๑๐.๕	๕.๑	๒.๓	—	—	๕.๕	๒	๒	—	๑๕.๓	—	๕.๑	—	๑๖.๗	๒๓.๕
๒๕	๗	๒	๕	๒	๒	—	๑	๒	๑	๒	—	๑	—	—	๕
๖.๕	๖.๑	๒.๗	๑๑.๕	๗.๕	๘.๗	—	๕.๓	๑๓.๓	๗.๑	๑๕.๓	—	๕.๑	—	—	๘.๕
๕	๓	๒	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
๑.๑	๒.๖	๒.๗	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
๑๒	๕	๒	๒	๑	—	—	๑	—	๑	—	—	—	—	—	๑
๒.๗	๓.๕	๒.๗	๕.๕	๓.๗	—	—	๕.๓	—	๗.๑	—	—	—	—	—	๒.๑

ตารางที่ ๑๖ ตารางแสดงการซื้อส่ว โดยแยกตามอายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้อุปโภค

	อายุ/ปี			สถานภาพ		การศึกษา			อาชีพ				รายได้อุปโภค/บาท			
	รวม	๑๘-๒๕	๒๖-๓๐	๓๑-๕๕	โสด	ครอบครัว	ต่ำกว่า ม.๖	ม.๗/ อนุปริญญา	อุดม ศึกษา	กำลัง ศึกษาอยู่	ค้าขาย/ เอกชนวิสาหกิจ	รับ จ้าง	รับ เหมา	ต่ำกว่า ๕,๐๐๐	๕,๐๐๐ ๑๐,๐๐๐	มากกว่า ๑๐,๐๐๐
		๑๘-๒๕	๒๖-๓๐	๓๑-๕๕												
การซื้อ รวม	๔๕๐	๑๙๓	๑๑๙	๑๓๘	๒๑๒	๒๑๘	๑๒๗	๑๑๕	๘๑	๘๑	๑๕๘	๑๕๕	๑๕๐	๑๓๘	๑๓๘	๑๓๘
ชื่อ เอง	๓๒๖	๑๒๓	๗๕	๑๑๓	๑๕๗	๑๗๑	๗๒	๗๒	๕๘	๕๘	๑๒๑	๑๑๑	๑๑๒	๑๒๕	๑๒๕	๑๒๕
แม่	๕๖	๓๒	๑๐	๕	๓	๓	๑๓	๑๘	๑๕	๑๕	๑๕	๖	๑๑	๑๑	๑๑	๑๕
พ่อ/ สามี	๑๐๒	๑๖๖	๘๕	๒๑	๑๖	๒๒	๑๐๒	๕	๓	๓	๑๒๐	๕๑	๑๑	๗๕	๑๑๘	๑๐๖
พี่สาว/ น้องสาว	๘๐	๑๓	๖	๑๕	๑๕	๑๑	๓๑	๕	๓	๓	๑๖	๑๑	๑๑	๑๑	๑๑	๑๕
พี่ชาย/ น้องชาย	๒๕	๑๓	๖	๒๑	๑๕	๑๑	๑๕	๖	๑๐	๖	๖	๕	๕	๕	๕	๑๕
อื่นๆ	๒๕	๓	๒	๑	๑	๑	๑	๒	๓	๑	๑	๒	๒	๑	๑	๑

ตารางที่ ๑๗ ตารางแสดงการซื้อสุนัข โดยแยกตามตราขายที่ใช้

	รวม	ลักษณะ	จอห์นสัน	เลอเวีย	คามีย์	โรเช็ท	นกแก้ว	โลฟบอย	คัสตัน	วินโนเลีย	ปาล์มมี	ไคซัล	แอลทาร์ล	เคซี	แคร์	อื่นๆ
การซื้อสุนัข รวม	๔๕๐	๑๑๕	๓๔	๔๔	๒๗	๒๓	๒๑	๑๔	๑๕	๑๕	๑๔	๑๒	๑๑	๘	๖	๔๗
ซื้อเอง	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐
แม่	๓๒๖	๗๓	๔๘	๓๔	๒๑	๑๘	๑๖	๑๔	๑๒	๑๔	๗	๑๐	๗	๔	๖	๓๗
	๗๒.๔	๖๓.๕	๓๘.๕	๓๗.๓	๓๗.๘	๓๘.๓	๓๖.๒	๓๓.๗	๘๐.๐	๖๔.๓	๕๐.๐	๘๓.๓	๖๓.๖	๕๐.๐	๑๐๐	๗๘.๗
พ่อ/สามี	๔๖	๑๖	๓	๒	๓	๓	๓	๒	—	๑	๒	๒	๑	๓	—	๕
	๑๐.๒	๑๓.๔	๔.๑	๔.๕	๑๑.๑	๑๓.๐	๑๔.๓	๑๐.๕	—	๗.๑	๑๔.๓	๑๖.๗	๙.๑	๓๗.๕	—	๑๐.๖
พี่สาว/น้องสาว	๓๖	๑๒	๔	๑	—	๑	๒	๒	๒	๓	๓	—	๓	๑	—	๒
	๘.๐	๑๐.๕	๕.๕	๒.๓	—	๔.๓	๙.๕	๑๐.๕	๑๓.๓	๒๑.๔	๒๑.๔	—	๒๑.๓	๑๒.๕	—	๔.๓
พี่ชาย/น้องชาย	๒๕	๗	๒	๕	๒	๑	—	๑	๑	๑	๒	—	—	—	—	๓
	๕.๖	๖.๑	๒.๗	๑๑.๔	๗.๕	๔.๓	—	๕.๓	๖.๗	๗.๑	๑๔.๓	—	—	—	—	๖.๕
อื่นๆ	๑๑	๔	๒	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	๒.๕	๓.๕	๒.๗	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	๒.๕	๓.๖	๖.๘	๔.๕	๓.๗	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—

ตารางที่ ๑๘ ตารางแสดงสถานที่ซื้อ โดยแยกตามอายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ครอบครัว

	รวม	อายุ/ปี			สถานภาพ		การศึกษา			อาชีพ			รายได้ครอบครัว/บาท			
		๑๘-๒๕	๒๖-๓๐	๓๑-๔๕	โสด	ครอบครัว	ต่ำกว่า ม.๖	ม.๗/อนุปริญญา	อุดมศึกษา	กำลังศึกษาอยู่	ค้าขาย/เช่ารายการ เอกชน/วิสาหกิจ	ข้าราชการ	อื่น ๆ	ต่ำกว่า ๕,๐๐๐	๕,๐๐๐-๑๐,๐๐๐	มากกว่า ๑๐,๐๐๐
สถานที่ซื้อ	๔๕๐	๑๙๓	๑๑๙	๑๓๘	๒๓๒	๒๑๘	๑๒๗	๑๑๕	๘๑	๑๕๘	๖๖	๑๕๕	๑๕๕	๑๕๐	๑๓๒	๑๓๒
รวม	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐
ร้านค้าใกล้บ้าน	๒๐๓	๙๒	๔๙	๘๕	๑๑๘	๑๑๘	๑๒๐	๓๑	๔๓	๕๑	๑๙	๙๐	๙๐	๙๒	๓๓	๓๓
ห้างสรรพสินค้า	๑๕๗	๔๗.๗	๔๑.๒	๓๖.๖	๕๕.๑	๕๕.๑	๔๐.๙	๒๗.๐	๔๓.๑	๓๒.๓	๒๘.๘	๒๒.๑	๒๒.๑	๒๕.๗	๔๑.๐	๔๑.๐
ร้านสวัสดิการ/สหกรณ์	๓๔.๙	๓๒.๑	๓๗.๘	๔๐.๙	๒๘.๕	๒๘.๕	๓๒.๓	๕๐.๕	๒๘.๕	๔๒.๕	๔๘.๕	๒๔.๑	๒๔.๑	๒๐.๐	๓๒	๓๒
ร้านใกล้ที่ทำงาน	๔๒	๑๖	๙	๒๐	๒๒	๒๒	๑๓	๑๒	๕	๑๑.๕	๑๐	๙	๙	๕	๑๖	๑๖
อื่น ๆ	๙.๓	๘.๓	๗.๖	๘.๖	๑๐.๑	๑๐.๑	๑๐.๒	๑๐.๕	๖.๒	๑๑.๕	๑๕.๒	๖.๒	๖.๒	๓.๖	๙.๐	๙.๐
	๑๙	๗	๑๐	๑๕	๕	๕	๑๐	๕	๓	๑๐	๒	๔	๔	๔	๖	๖
	๔.๒	๓.๖	๔.๕	๖.๐	๒.๓	๒.๓	๗.๙	๓.๕	๓.๗	๖.๓	๓.๐	๒.๘	๒.๘	๒.๙	๓.๕	๓.๕
	๒๙	๑๖	๒	๑๘	๑๑	๑๑	๑๑	๑๐	๗	๑๒	๓	๗	๗	๑๑	๑๑	๑๑
	๖.๕	๕.๐	๕.๑	๗.๘	๕.๐	๕.๐	๘.๗	๘.๗	๘.๖	๗.๖	๔.๕	๔.๕	๔.๕	๗.๙	๖.๒	๖.๒

ตารางที่ ๑๔ ตารางแสดงสถานที่ซื้อ โดยแยกทรัพย์สินที่ใช้

รวม	ลักษณะ	จอห์นสัน	เลอเวีย	คาเมย์	โรเซ็ท	นกแก้ว	โลฟพอย	คัตสัน	วินโนเลีย	ปาล์มดี	โทซัล	แอลทาร์ล	เคซี	แคร์	อื่นๆ
๔๕๐	๑๑๕	๗๔	๔๔	๒๗	๒๓	๒๑	๑๔	๑๕	๑๔	๑๔	๑๒	๑๑	๘	๖	๔๗
๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐
๒๐๓	๗๒	๒๗	๑๗	๔	๑๗	๑๖	๑๒	๓	๓	๘	๔	๒	๓	๔	๑๑
๔๕.๑	๖๒.๖	๓๖.๕	๓๘.๖	๑๔.๘	๗๓.๔	๓๖.๒	๖๓.๒	๒๐.๐	๒๑.๓	๔๗.๑	๓๓.๓	๑๘.๒	๓๗.๕	๖๖.๗	๒๓.๕
๑๕๗	๒๓	๓๕	๑๗	๑๖	๑	๔	๓	๘	๘	๒	๖	๖	๑	๒	๒๕
๓๕.๙	๒๐.๐	๔๗.๓	๓๘.๖	๔๙.๓	๔.๓	๑๙.๐	๑๕.๘	๕๓.๓	๔๗.๑	๑๔.๓	๕๐.๐	๔๕.๕	๑๒.๕	๓๓.๓	๕๓.๒
๔๒	๗	๔	๕	๓	๒	—	—	๓	๓	๑	๑	๓	๓	—	๗
๙.๓	๖.๑	๕.๔	๑๑.๔	๑๑.๑	๘.๗	—	—	๒๐.๐	๒๑.๔	๗.๑	๘.๓	๒๗.๓	๓๗.๕	—	๑๕.๙
๑๙	๔	๓	๒	๑	๑	—	๓	—	—	๒	๑	—	—	—	๒
๔.๒	๓.๕	๔.๑	๔.๕	๓.๗	๔.๓	—	๑๕.๘	—	—	๑๕.๓	๘.๓	—	—	—	๔.๓
๒๙	๙	๕	๓	๓	๒	๑	๕	๑	—	๑	—	—	๑	—	๒
๖.๕	๗.๘	๖.๘	๖.๘	๑๑.๑	๘.๗	๔.๘	๕.๓	๖.๗	—	๗.๑	—	—	๑๒.๕	—	๕.๓

ตารางที่ ๒๐ ตารางแสดงจำนวนที่ซื้อในแต่ละครั้ง โดยแยกตามอายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพและรายได้ครอบครัว

จำนวนที่ซื้อ	อายุ/ปี			สถานภาพ		การศึกษา			อาชีพ					รายได้ครอบครัว/บาท			
	รวม	๑๘-๒๕	๒๖-๓๐	๓๑-๔๕	โสด	ครอบครัว	ต่ำกว่า ม.๖	ม.๗/อนุปริญา	อุดมศึกษา	กำลังศึกษาอยู่	ค้าขาย/เช่ารายการ	เข้าราชการ	รับบำนาญ	อื่น ๆ	ต่ำกว่า ๕,๐๐๐	๕,๐๐๐-๑๐,๐๐๐	มากกว่า ๑๐,๐๐๐
		๑๘-๒๕	๒๖-๓๐	๓๑-๔๕													
จำนวนที่ซื้อรวม	๔๕๐	๑๙๓	๑๑๙	๑๓๘	๒๓๒	๒๑๘	๑๑๗	๑๑๕	๘๑	๘๘	๑๕๘	๖๖	๑๕๕	๑๕๐	๑๗๘	๑๓๒	
๗-๑๒ ก่อน	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	
๑๓-๑๖ ก่อน	๑๓๖	๖๐	๓๑	๓๕	๖๖	๓๐	๓๒	๓๔	๒๒	๕๒	๑๕	๑๕	๓๒	๓๒	๕๕	๕๖	
๑๗-๒๐ ก่อน	๓๐๒	๓๑	๓๑	๒๘	๒๘	๓๓	๒๕	๒๘	๒๗	๓๒	๒๑	๒๑	๓๓	๒๒	๓๒	๓๕	
๒๑-๒๕ ก่อน	๑๕๕	๒๓	๒๖	๒๖	๕๗	๕๒	๒๕	๑๘	๒๑	๓๑	๑๐	๑๐	๓๗	๓๑	๓๕	๒๐	
๒๖-๓๐ ก่อน	๒๐๐	๒๐	๒๑	๒๖	๒๖	๑๕	๑๘	๑๕	๒๕	๒๕	๑๕	๑๕	๒๕	๓๑	๑๕	๑๕	
๓๑-๓๕ ก่อน	๑๕๕	๒๐	๒๑	๒๖	๕๗	๕๒	๒๕	๑๘	๒๑	๓๑	๑๐	๑๐	๓๗	๓๑	๓๕	๒๐	
๓๖-๔๐ ก่อน	๒๐๐	๒๐	๒๑	๒๖	๕๗	๕๒	๒๕	๑๘	๒๑	๓๑	๑๐	๑๐	๓๗	๓๑	๓๕	๒๐	
๔๑-๔๕ ก่อน	๑๕๕	๒๐	๒๑	๒๖	๕๗	๕๒	๒๕	๑๘	๒๑	๓๑	๑๐	๑๐	๓๗	๓๑	๓๕	๒๐	
มากกว่า ๑ ไหล	๒๗	๑๐	๑๐	๑๐	๑๐	๑๐	๑๐	๑๐	๑๐	๑๐	๑๐	๑๐	๑๐	๑๐	๑๐	๑๐	

ตารางที่ ๒๑ ตารางแสดงจำนวนที่ซื้อในแต่ละครั้ง โดยแยกตามตราที่ซื้อ

	รวม	สักขี	จอห์นสัน	เลอเวีย	คามม์	โรเจท	นกกแก้ว	โลฟบอย	คัสตัน	วินโนเลีย	ปาล์มมี	ไคซัล	แอลทราล	เคซี	แคร์	อื่นๆ
จำนวนที่ซื้อ	๔๕๐	๑๑๕	๗๔	๔๔	๒๗	๒๓	๒๑	๑๙	๑๕	๑๕	๑๔	๑๒	๑๑	๘	๖	๔๗
รวม	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐
๗-๑๒ ก้อน	๑๓๖	๔๔	๒๔	๑๖	๘	๗	๕	๖	๓	๓	๔	๒	๔	๖	๓	๑
๓๐-๒๐	๓๐.๒	๓๘.๓	๓๒.๔	๓๖.๔	๒๙.๖	๓๐.๔	๒๓.๘	๓๑.๖	๒๐.๐	๒๑.๔	๒๘.๖	๑๖.๗	๓๖.๔	๓๕.๐	๔๐.๐	๒๘.๑
ครั้งละ ๑ ก้อน	๔๙	๒๗	๑๕	๕	๕	๒	๘	๕	๓	๓	๔	๓	๑	๑	๑	๑๘
๒-๓ ก้อน	๒๒.๐	๒๓.๔	๒๐.๓	๙.๑	๑๘.๕	๘.๗	๓๘.๑	๒๑.๑	๒๐.๐	๒๑.๔	๒๘.๖	๒๕.๐	๙.๑	๑๒.๕	๑๖.๗	๓๘.๒
๔-๖ ก้อน	๙๕	๑๘	๑๗	๑๑	๕	๗	๕	๖	๔	๒	๕	๔	๓	๑	๑	๘
มากกว่า ๖ โทล	๒๐.๙	๑๕.๗	๒๓.๐	๒๕.๐	๑๘.๕	๓๐.๔	๑๙.๐	๓๑.๖	๒๖.๗	๑๕.๓	๓๕.๗	๓๓.๓	๒๗.๓	๑๖.๗	๑๖.๗	๑๗.๐
	๒๗	๑๘	๑๕	๑	๓	๒	๑	๓	๑	๖	๑	๓	๓	๑	๑	๑๖
	๖.๐	๕.๓	๕.๕	๒.๓	—	๘.๗	๕.๘	—	๖.๗	—	—	—	—	—	—	๒๕.๕

ตารางที่ ๒๒ ตารางแสดงผลการพิจารณาตัดสินใจข้อสอบ โดยแยกตามอายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครอบครัว/บาท

	รวม	อายุ/ปี			สถานภาพ			การศึกษา			อาชีพ			รายได้ครอบครัว/บาท			
		๑๘-๒๕	๒๖-๓๐	๓๑-๔๕	โสด	ครอบครัว	ต่ำกว่า ม.๖	ม.๗/อนุปริญา	อุดมศึกษา	กำลังศึกษาอยู่	ค้าขาย/ข้าราชการเอกชน/วิสาหกิจ	อื่นแม่มาน	ต่ำกว่า ๕,๐๐๐	๕,๐๐๐-๑๐,๐๐๐	มากกว่า ๑๐,๐๐๐		
การพิจารณา	๔๕๐	๑๙๓	๑๑๙	๑๓๘	๒๓๒	๒๑๕	๑๒๗	๑๑๕	๙๑	๙๔	๖๖	๑๔๘	๑๓๒	๑๓๒	๑๔๐	๑๗๘	๑๓๒
รวม	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐
กลิ่นหอม	๒๕๓	๑๐๖	๖๓	๘๔	๑๒๙	๑๒๒	๖๙	๖๒	๔๒	๖๒	๔๑	๘๘	๘๑	๘๒	๗๓	๑๑๖	๖๕
ชื่อเสียงทรายห่อ	๔๓	๒๑	๙	๑๓	๒๓	๒๐	๑๑	๑๗	๑๑	๑๗	๑๑	๑๑	๑๑	๑๑	๑๐	๑๘	๑๕
ราคา	๙.๖	๑๐.๙	๗.๖	๙.๔	๙.๙	๙.๒	๑๑.๓	๑๑.๘	๑๓.๖	๑๑.๖	๑๑.๖	๑๑.๖	๑๑.๖	๑๑.๖	๑๑.๖	๑๑.๖	๑๑.๖
คุณสมบัติของสมุนไพร	๔๓	๑๓	๑๓	๑๗	๑๘	๒๕	๑๑	๑๒	๑๒	๑๒	๑๒	๑๒	๑๒	๑๒	๑๒	๑๒	๑๒
รูปก้อน	๖.๕	๖.๗	๙.๑	๑๒.๖	๑๗.๓	๑๑.๕	๑๑.๖	๑๑.๖	๑๑.๖	๑๑.๖	๑๑.๖	๑๑.๖	๑๑.๖	๑๑.๖	๑๑.๖	๑๑.๖	๑๑.๖
หีบห่อ	๓๙	๑๙	๑๐	๒๐	๒๖	๑๙	๑๗	๑๖	๑๖	๑๖	๑๖	๑๖	๑๖	๑๖	๑๖	๑๖	๑๖
โฆษณา	๕.๑	๖.๗	๕.๖	๗.๓	๑๑.๖	๑๒.๖	๑๑.๖	๑๑.๖	๑๑.๖	๑๑.๖	๑๑.๖	๑๑.๖	๑๑.๖	๑๑.๖	๑๑.๖	๑๑.๖	๑๑.๖
อื่น ๆ	๓.๓	๔.๑	๑.๑	๓.๐	๓.๗	๓.๗	๓.๗	๓.๗	๓.๗	๓.๗	๓.๗	๓.๗	๓.๗	๓.๗	๓.๗	๓.๗	๓.๗
	๕	๑	๑	๑	๑	๑	๑	๑	๑	๑	๑	๑	๑	๑	๑	๑	๑
	๑.๑	๑.๕	๑.๕	๑.๕	๑.๕	๑.๕	๑.๕	๑.๕	๑.๕	๑.๕	๑.๕	๑.๕	๑.๕	๑.๕	๑.๕	๑.๕	๑.๕

ตารางที่ ๒๓ ตารางแสดงการเลือกสิบลู่ที่ชอบของผู้ตอบโดยแยกตามอายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครอบครัว/บาท

	รวม	อายุ/ปี			สถานภาพ			การศึกษา				อาชีพ				รายได้ครอบครัว/บาท		
		๑๔-๒๔	๒๕-๓๐	๓๑-๔๕	โสด	ครอบครัว	ต่ำกว่า ม.๖	ม.๗/อนุปริญา	อุดมศึกษา	กำลังศึกษาอยู่	ค้าขาย/เอกซมิวิสาหกิจ	เข้ารับราชการ	อื่น	ไม่มีแบบ	ต่ำกว่า ๕,๐๐๐	๕,๐๐๐-๑๐,๐๐๐	มากกว่า ๑๐,๐๐๐	
																		๑๔-๒๔
สิบลู่รวม	๔๕๐	๑๔๓	๑๑๙	๑๓๘	๒๓๒	๒๑๔	๒๐๘	๑๑๕	๘๑	๘๑	๑๕๘	๑๕๕	๑๕๕	๑๔๐	๑๓๘	๑๓๒		
สีขาว	๓๑๖	๑๔๙	๑๒๙	๑๓๘	๑๕๔	๑๒๖	๑๓๖	๘๔	๖๘	๖๑	๑๒๖	๑๐๑	๑๐๑	๙๖	๑๒๕	๙๕		
สีครีม	๑๐๐	๓๗	๑๑	๓๕	๓๕	๓๐	๓๕	๑๗	๑๓	๒๐	๑๗	๑๗	๑๗	๑๔	๑๗	๑๕		
สีชมพู	๖๙	๔๗	๑๑	๒๑	๒๑	๑๐	๑๗	๖	๖	๑๑	๑๑	๑๑	๑๑	๑๐	๑๒	๙		
สีฟ้า	๕	๒	๔	๓	๓	๒	๓	๑	๑	๑	๑	๑	๑	๑	๑	๑		
สีเหลือง	๒๐	๑๐	๔	๖	๖	๖	๖	๓	๓	๓	๓	๓	๓	๓	๓	๓		
สีอะไรก็ได้	๓๖	๑๗	๑๒	๗	๑๒	๑๒	๑๒	๑๒	๑๒	๑๒	๑๒	๑๒	๑๒	๑๒	๑๒	๑๒		
	๘๐	๓๖	๖๗	๑๕๒	๑๕๒	๑๕๒	๑๕๒	๑๕๒	๑๕๒	๑๕๒	๑๕๒	๑๕๒	๑๕๒	๑๕๒	๑๕๒	๑๕๒		

ตารางที่ ๒๔ ตารางแสดงข้อมูลของสถาบัน โดยแยกตามอายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพและรายได้ครอบครัว

	อายุ/ปี			สถานภาพ			การศึกษา			อาชีพ			รายได้ครอบครัว/บาท		
	รวม	๒๖-๓๐	๓๑-๔๕	โสด	ครอบครัว	ต่ำกว่า ม.๖	ม.๗/ อนุปริญา	อุดม ศึกษา	กำลัง ศึกษาอยู่	ค้าขาย/ข้าราชการ เอกชน/วิสาหกิจ	รับ แม่บ้าน	ต่ำกว่า ๕,๐๐๐	๕,๐๐๐ ๑๐,๐๐๐	มากกว่า ๑๐,๐๐๐	รวม
		๑๘-๒๕	๑๑-๒๕												
กลิ่นหอมของสบู่ รวม	๔๕๐	๑๑๙	๑๓๘	๒๓๒	๒๑๘	๒๐๘	๑๒๗	๑๑๕	๘๑	๑๔๘	๑๔๕	๑๔๐	๑๓๒	๑๓๒	
กลิ่นน้ำหอม	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	
กลิ่นดอกไม้ม	๒๓๘	๑๐๒	๓๑	๑๓๓	๑๐๕	๔๖	๖๙	๗๒	๔๓	๔๗	๖๕	๖๗	๘๑	๘๑	
กลิ่นอะไรก็ได้	๔๕๐	๑๑๙	๑๓๘	๒๓๒	๒๑๘	๒๐๘	๑๒๗	๑๑๕	๘๑	๑๔๘	๑๔๕	๑๔๐	๑๓๒	๑๓๒	
	๑๑	๔	๔	๘	๓	๔	—	—	—	๖	๒	—	๑	๑	
	๒๐๔	๓๐๔	๒๐๙	๓๐๔	๑๐๕	๔๐๔	๔๕๐	๒	—	๓๐๘	๑๐๕	—	๑๐	๑๐๘	

ตารางที่ ๒๕ ตารางแสดงความสนใจในรายการส่งเสริมการขาย โดยแยกตามอายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครอบครัว

	อายุ/ปี			สถานภาพ			การศึกษา				อาชีพ				รายได้ครอบครัว/บาท		
	รวม	๑๘-๒๔	๒๕-๓๐	๓๑-๔๔	โสด	ครอบครัว	ค่ากว่า ๒.๖	ม.ศ/ อนุปริญญา	อุดม ศึกษา	กำลัง ศึกษาอยู่	ค้าขาย/ เอกชน/วิสาหกิจ	ข้าราชการ แม่บ้าน	อื่น แม่บ้าน	ต่ำกว่า ๕,๐๐๐	๕,๐๐๐ ๑๐,๐๐๐	มากกว่า ๑๐,๐๐๐	
		๑๘-๒๔	๒๕-๓๐	๓๑-๔๔													
ก.) การส่งเสริม การขาย รวม สนใจ ไม่สนใจ	๔๕๐ ๑๐๐ ๒๘๗ ๖๓.๘ ๑๖๓ ๓๖.๒	๑๙๓ ๑๐๐ ๑๓๑ ๖๓.๙ ๖๒ ๓๒.๑	๑๑๙ ๑๐๐ ๘๖ ๓๒.๓ ๒๗.๗	๑๓๘ ๑๐๐ ๓๐ ๕๐.๗ ๖๘ ๔๙.๓	๒๓๒ ๑๐๐ ๑๕๐ ๖๔.๗ ๘๒ ๕๓.๓	๒๑๘ ๑๐๐ ๑๓๗ ๖๒.๘ ๘๑ ๕๗.๒	๒๐๘ ๑๐๐ ๑๐๖ ๕๑.๐ ๑๐๒ ๔๙.๐	๑๒๗ ๑๐๐ ๙๒ ๓๒.๔ ๓๕ ๒๗.๖	๑๑๕ ๑๐๐ ๘๙ ๓๗.๔ ๒๖ ๒๒.๖	๘๑ ๑๐๐ ๕๖ ๒๙.๑ ๒๕ ๓๐.๙	๑๕๘ ๑๐๐ ๙๘ ๖๒.๐ ๖๐ ๓๘.๐	๖๖ ๑๐๐ ๕๖ ๖๙.๗ ๒๐ ๓๐.๓	๑๕๕ ๑๐๐ ๘๗ ๖๐.๐ ๕๘ ๔๐.๐	๑๕๐ ๑๐๐ ๘๗ ๖๒.๑ ๕๓ ๓๗.๙	๑๗๘ ๑๐๐ ๑๐๗ ๖๐.๑ ๗๑ ๓๙.๙	๑๓๒ ๑๐๐ ๙๓ ๗๐.๕ ๓๑ ๒๙.๕	
ข.) รายการที่สนใจ รวม ลดราคา ของแถม รายการชิงโชค แถมสินค้าอื่น อื่น ๆ	๒๘๗ ๑๐๐ ๑๘๕ ๘๐.๕ ๘๔ ๒๙.๓ ๓๑ ๑๐.๘ ๒๑ ๗.๓ ๖ ๒.๑	๑๓๑ ๑๐๐ ๓๑ ๓๙.๗ ๔๔ ๓๓.๖ ๑๕ ๑๐.๗ ๑๖ ๑๒.๒ ๕ ๓.๘	๘๖ ๑๐๐ ๕๓ ๖๑.๖ ๒๑ ๒๔.๔ ๑๐ ๑๑.๖ ๒ ๒.๓ — —	๗๐ ๑๐๐ ๔๐ ๕๗.๑ ๑๙ ๒๗.๑ ๗ ๑๐.๐ ๓ ๔.๓ ๑ ๑.๕	๑๕๐ ๑๐๐ ๖๙ ๕๖.๐ ๔๒ ๒.๘ ๑๘ ๑๒.๐ ๑๕ ๑๐.๐ ๖ ๑.๐ ๖ ๔.๐	๑๓๗ ๑๐๐ ๗๖ ๕๕.๕ ๔๒ ๓๐.๗ ๑๓ ๙.๕ ๖ ๔.๕ — —	๑๐๖ ๑๐๐ ๔๗ ๔๕.๓ ๓๓ ๓๑.๑ ๑๓ ๑๒.๓ ๑๐ ๙.๕ ๓ ๒.๘	๙๒ ๑๐๐ ๕๒ ๕๖.๕ ๒๓ ๒๔.๐ ๑๑ ๑๒.๐ ๔ ๔.๓ ๒ ๒.๒	๘๑ ๑๐๐ ๕๑ ๕๑.๑ ๑๖ ๒๘.๖ ๑๐ ๑๓.๙ ๖ ๑๐.๗ ๑ ๑.๗	๑๕๘ ๑๐๐ ๙๘ ๖๒.๐ ๖๐ ๓๘.๐	๖๖ ๑๐๐ ๕๖ ๖๙.๗ ๒๐ ๓๐.๓	๑๕๕ ๑๐๐ ๘๗ ๖๐.๐ ๕๘ ๔๐.๐	๑๕๐ ๑๐๐ ๘๗ ๖๒.๑ ๕๓ ๓๗.๙	๑๗๘ ๑๐๐ ๑๐๗ ๖๐.๑ ๗๑ ๓๙.๙	๑๓๒ ๑๐๐ ๙๓ ๗๐.๕ ๓๑ ๒๙.๕		

ตารางที่ ๒๖ ตารางแสดงสติปัญญาในการส่งเสริมการขาย โดยแยกตามตราที่ใช้

	รวม	สักขี	จอห์นสัน	เลอเวีย	คามีย์	โรเช็ท	นกแก้ว	โลงลอย	คัสตัน	วินโนเลีย	ปาล์ม	ไคยิล	แอสทริล	เคซี	แคร์	อื่นๆ
ก.) การส่งเสริม- การขาย รวม สนใจ	๔๕๐ ๑๐๐	๑๑๕ ๑๐๐	๗๕ ๑๐๐	๔๔ ๑๐๐	๒๗ ๑๐๐	๒๓ ๑๐๐	๒๑ ๑๐๐	๑๙ ๑๐๐	๑๕ ๑๐๐	๑๔ ๑๐๐	๑๔ ๑๐๐	๑๒ ๑๐๐	๑๑ ๑๐๐	๘ ๑๐๐	๖ ๑๐๐	๔๗ ๑๐๐
ไม่สนใจ	๒๘๗ ๖๓.๘	๗๕ ๖๕.๒	๕๒ ๗๐.๓	๓๐ ๖๘.๒	๒๑ ๗๗.๘	๑๒ ๕๒.๒	๑๓ ๖๑.๙	๑๒ ๖๓.๒	๑๑ ๗๓.๓	๗ ๕๐.๐	๑๐ ๗๑.๔	๘ ๖๖.๗	๘ ๗๒.๗	๔ ๕๐.๐	๔ ๖๖.๗	๒๐ ๕๒.๖
	๑๖๓ ๓๖.๒	๔๐ ๓๔.๖	๒๒ ๒๙.๗	๑๔ ๓๑.๖	๖ ๒๒.๒	๑๑ ๔๗.๘	๘ ๓๖.๑	๗ ๓๖.๘	๔ ๒๖.๗	๗ ๕๐.๐	๔ ๒๘.๖	๔ ๓๓.๓	๓ ๒๗.๓	๔ ๕๐.๐	๒ ๓๓.๓	๒๗ ๕๗.๔
ข.) รายการที่สนใจ	๒๘๗ ๑๐๐	๗๕ ๑๐๐	๕๒ ๑๐๐	๓๐ ๑๐๐	๒๑ ๑๐๐	๑๒ ๑๐๐	๑๓ ๑๐๐	๑๒ ๑๐๐	๑๑ ๑๐๐	๗ ๑๐๐	๑๐ ๑๐๐	๘ ๑๐๐	๘ ๑๐๐	๔ ๑๐๐	๔ ๑๐๐	๒๐ ๑๐๐
ลดราคา	๑๕๕ ๕๐.๕	๓๕ ๕๕.๓	๒๘ ๕๓.๖	๒๐ ๖๖.๗	๘ ๓๘.๑	๖ ๕๐.๐	๖ ๕๖.๒	๕ ๕๑.๗	๖ ๕๕.๕	๗ ๑๐๐.๐	๕ ๕๐.๐	๒ ๒๕.๐	๔ ๕๐.๐	๓ ๓๕.๐	๓ ๓๕.๐	๘ ๕๐.๐
ของแถม	๘๕ ๒๙.๓	๒๕ ๓๓.๓	๑๓ ๒๕.๐	๕ ๑๓.๓	๗ ๓๓.๓	๓ ๒๕.๐	๕ ๓๐.๘	๕ ๓๓.๓	๕ ๕๕.๕	—	๕ ๕๐.๐	๒ ๒๕.๐	๔ ๕๐.๐	—	๑ ๒๕.๐	๘ ๕๐.๐
รายการชิงโชค	๓๑ ๑๐.๘	๕ ๑๒.๐	๖ ๑๑.๕	๓ ๑๐.๐	๕ ๒๒.๘	๑ ๘.๓	๓ ๒๓.๑	๑ ๘.๓	—	—	—	—	—	—	—	๓ ๑๕.๐
แถมสินค้าอื่น	๒๑ ๗.๓	๕ ๕.๓	๕ ๗.๗	๓ ๑๐.๐	—	๒ ๑๖.๗	—	๒ ๑๖.๗	—	—	—	๔ ๕๐.๐	—	๑ ๒๕.๐	—	๑ ๕.๐
อื่นๆ	๖ ๒.๑	๓ ๔.๐	๑ ๑.๙	—	๑ ๔.๘	—	—	—	—	—	๑ ๑๐.๐	—	—	—	—	—

ตารางที่ ๒๗ ตารางแสดงความสนใจในรายการของแถม โดยแยกตามอายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครอบครัว/บาท

	อายุ/ปี			สถานภาพ		การศึกษา			อาชีพ				รายได้ครอบครัว/บาท		
	รวม	๑๘-๒๕	๒๖-๓๐	๓๑-๔๕	โสด	ครอบครัว	ต่ำกว่า ม.๖	ม.๗/ อนุปริญญา	อุดม ศึกษา	กำลัง ศึกษาอยู่	ค้าขาย/ข้าราชการ เอกชน/วิสาหกิจ	อื่น แม่บ้าน	ต่ำกว่า ๕,๐๐๐	๕,๐๐๐ ๑๐,๐๐๐	มากกว่า ๑๐,๐๐๐
		๑๘-๒๕	๒๖-๓๐	๓๑-๔๕											
รายการของแถม รวม	๒๘๗ ๑๐๐	๑๓๑ ๑๐๐	๘๖ ๑๐๐	๓๑-๔๕	๑๕๐ ๑๐๐	๑๓๗ ๑๐๐	๑๐๖ ๑๐๐	๘๒ ๑๐๐	๘๔ ๑๐๐	๕๖ ๑๐๐	๔๖ ๑๐๐	๘๗ ๑๐๐	๘๗ ๑๐๐	๑๐๗ ๑๐๐	๔๓ ๑๐๐
ฝ่ายหญิง	๓๒๑.๔	๔๓๑.๑	๒๓๑.๔	๓๔.๓	๒๗๑.๓	๒๕๑.๐	๓๒๑.๑	๒๕๑.๒	๒๕๑.๒	๒๕๑.๒	๒๕๑.๒	๒๕๑.๒	๒๕๑.๒	๒๕๑.๒	๒๕๑.๒
เครื่องใช้ในบ้าน	๖๓	๒๘	๒๓	๑๒	๔๓	๒๐	๑๕	๒๕	๒๕	๒๕	๒๕	๒๕	๒๕	๒๕	๒๕
แก๊วน้ำ	๑๕๐.๐	๒๑๑.๔	๒๖๑.๗	๑๗๑.๑	๒๘๑.๗	๑๕๑.๖	๑๗๑.๗	๒๑๑.๑	๑๕๑.๖	๑๕๑.๖	๑๕๑.๖	๑๕๑.๖	๑๕๑.๖	๑๕๑.๖	๑๕๑.๖
กระเบื้อง	๔๑	๒๔	๘	๑๑	๑๓	๒๓	๒๑	๑๑	๑๑	๑๑	๑๑	๑๑	๑๑	๑๑	๑๑
จานชาม	๑๔๑.๓	๑๓๑.๗	๑๖๑.๓	๑๒๑.๔	๑๖๑.๓	๑๖๑.๗	๑๖๑.๑	๑๖๑.๔	๑๖๑.๔	๑๖๑.๔	๑๖๑.๔	๑๖๑.๖	๑๖๑.๖	๑๖๑.๖	๑๖๑.๖
ผ้าเช็ดหน้า	๖๖	๔๖	๓	๔	๓	๕	๑๑	๕	๕	๕	๕	๕	๕	๕	๕
อื่นๆ	๕๑.๕	๓๑.๑	๗๑.๑	๗๑.๑	๗๑.๓	๓๑.๖	๒๑.๑	๑๑	๑๑	๑๑	๑๑	๑๑	๑๑	๑๑	๑๑

ตารางที่ ๒๘ ตารางแสดงความสนใจในรายการชิงโชค โดยแยกตามอายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ครอบครัว/บาท

	อายุ/ปี			สถานภาพ		การศึกษา			อาชีพ			รายได้ครอบครัว/บาท		
	๑๘-๒๔	๒๕-๓๐	๓๑-๔๕	โสด	ครอบครัว	ต่ำกว่า ม.๖	ม.๗/อนุปริญญา	อุดมศึกษา	กำลังศึกษาอยู่	ค้าขาย/ข้าราชการ เอกชน/วิสาหกิจ	อื่น ๆ	ต่ำกว่า ๕,๐๐๐	๕,๐๐๐-๑๐,๐๐๐	มากกว่า ๑๐,๐๐๐
รายการชิงโชค	๑๓๑	๘๖	๓๐	๑๕๐	๑๓๗	๑๐๖	๙๒	๘๙	๕๖	๙๘	๘๗	๘๗	๑๐๗	๙๓
บ้าน	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐	๑๐๐
เที่ยวต่างประเทศ	๗๔	๕๕	๕๗	๘๕	๙๕	๘๕	๕๗	๕๗	๓๒	๒๒	๖๓	๖๑	๓๓	๕๖
เงินสด	๒๒	๗	๓	๒๘	๔	๓	๑๐	๑๙	๑๒	๙	๓	๓	๑๑	๑๘
รถยนต์	๓๖	๑๒	๙	๕๗	๒๙	๑๑	๑๕	๖	๓	๖	๙	๙	๑๒	๙
เครื่องเพชร	๖๕	๙	๕	๘๐	๑๒	๒๕	๙	๙	๕	๑๓	๗	๗	๑๑	๙
อื่นๆ	๒๕	๑๑	๕	๓๑	๓๐	๑๐	๓๒	๓	๕	๖	๕	๕	๖	๓
รวม	๒๘๗	๑๐๐	๑๐๐	๑๕๐	๑๓๗	๑๐๖	๙๒	๘๙	๕๖	๙๘	๘๗	๘๗	๑๐๗	๙๓

ตารางที่ ๒๙ ตารางแสดงระดับความชอบของสผู้ที่ใช้ โดยแยกตามตราที่ใช้ (คะแนนเฉลี่ย = ผลบวกของผลคูณระหว่างคะแนนกับจำนวน / จำนวนผู้ตอบ)

	ลักษณะ	จอห์นสัน	เลอเวีย	คามีย์	โรเช็ท	นกแก้ว	โลฟบอย	กัลสัน	วินโนเลีย	ปาล์มมี	ไคฮัล	แอลทริจ	เควี	แคร์	อื่นๆ
จำนวนผู้ตอบ คะแนนเต็ม คะแนนระดับ ความชอบ	๑๑๕	๗๕	๔๔	๒๗	๒๓	๒๑	๑๙	๑๕	๑๕	๑๕	๑๒	๑๑	๘	๖	๔๗
	๕	๕	๕	๕	๕	๕	๕	๕	๕	๕	๕	๕	๕	๕	๕
๑. กลิ่นหอม คะแนน	๔๑๓	๒๓๒	๑๗๕	๑๐๘	๘๕	๗๗	๖๕	๕๐	๔๗	๕๐	๔๗	๔๒	๒๐	๒๐	๑๕๙
	๓.๖	๓.๑	๓.๙	๔.๐	๓.๗	๓.๗	๓.๔	๓.๓	๓.๓	๓.๖	๓.๙	๓.๘	๒.๕	๓.๓	๓.๔
๒. ฟอง คะแนน	๔๑๖	๒๕๖	๑๗๑	๑๐๕	๘๓	๗๒	๖๙	๕๕	๕๓	๕๒	๔๑	๓๙	๒๗	๒๒	๑๖๓
	๓.๖	๓.๔	๓.๘	๓.๙	๓.๖	๓.๔	๓.๖	๓.๗	๓.๘	๓.๗	๓.๔	๓.๕	๓.๔	๓.๖	๓.๕
๓. ความคงรูปก้อน คะแนน	๓๕๑	๒๓๑	๑๕๑	๘๗	๘๔	๘๑	๖๔	๕๗	๕๖	๕๒	๔๒	๔๐	๒๗	๒๐	๑๗๑
	๓.๐	๓.๑	๓.๕	๓.๖	๓.๖	๓.๘	๓.๔	๓.๘	๔.๐	๓.๐	๓.๕	๓.๖	๓.๔	๓.๓	๓.๖
๔. ความเหมาะสม คะแนน	๓๙๙	๒๕๒	๑๖๔	๘๙	๘๕	๗๖	๖๗	๕๔	๕๗	๕๐	๔๓	๔๓	๒๙	๒๒	๑๖๔
	๓.๔	๓.๔	๓.๗	๓.๗	๓.๖	๓.๖	๓.๕	๓.๖	๓.๓	๓.๖	๓.๖	๓.๙	๓.๖	๓.๖	๓.๕
๕. การบำรุงผิว คะแนน	๓๐๓	๒๓๘	๑๕๘	๘๗	๘๘	๘๘	๕๐	๔๐	๔๕	๓๙	๓๖	๓๑	๒๓	๒๐	๑๕๘
	๒.๖	๓.๒	๓.๓	๒.๑	๒.๑	๒.๓	๒.๑	๒.๗	๓.๑	๒.๘	๓.๐	๒.๘	๒.๙	๓.๓	๓.๑
คะแนนรวม คะแนนเฉลี่ย	๑๘๘๒	๑๒๐๙	๘๐๙	๔๗๖	๓๘๕	๓๕๕	๓๐๕	๒๕๖	๒๔๗	๒๓๓	๒๐๙	๑๙๕	๑๒๖	๑๐๕	๘๐๕
	๓.๒	๓.๓	๓.๗	๓.๕	๓.๔	๓.๔	๓.๒	๓.๔	๓.๕	๓.๓	๓.๕	๓.๕	๓.๑	๓.๕	๓.๕