

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง "อิทธิพลของตัวการ์ตูนที่มีชื่อเสียงต่อทัศนคติและความตั้งใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานตอนต้น" ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

- ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้
- ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากร แสดงผลในรูปจำนวนและร้อยละ
  - ส่วนที่ 2 การมีสินค้าที่มีการ์ตูนไว้ในครอบครอง ที่มาของสินค้า สถานที่ซื้อสินค้าและระดับราคาเฉลี่ย แสดงผลในรูปร้อยละ
  - ส่วนที่ 3 ทัศนคติต่อการนำตัวการ์ตูนที่มีชื่อเสียงมาใช้กับสินค้า แสดงผลในรูปค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
  - ส่วนที่ 4 ความตั้งใจซื้อสินค้า แสดงผลในรูปค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
  - ส่วนที่ 5 ความเชี่ยวชาญของตัวการ์ตูน แสดงในรูปค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

- ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้
- ส่วนที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับเพศ อายุและระดับการศึกษา แสดงผลในรูปค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
  - ส่วนที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจซื้อสินค้ากับเพศ อายุ และระดับการศึกษา แสดงผลในรูปค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

- ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้
- ส่วนที่ 1 ทดสอบความแตกต่างระหว่างทัศนคติของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานตอนต้น
  - ส่วนที่ 2 ทดสอบความแตกต่างระหว่างความตั้งใจซื้อสินค้าเพื่อนำมาใช้เองของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานตอนต้น

ส่วนที่ 3 ทดสอบความแตกต่างระหว่างความตั้งใจซื้อสินค้าเพื่อ  
มอบเป็นของขวัญของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานตอนต้น

ส่วนที่ 4 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับความตั้งใจซื้อ  
เพื่อนำมาใช้เอง

ส่วนที่ 5 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับความตั้งใจซื้อ  
เพื่อมอบเป็นของขวัญ

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ในรูปจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วน  
เบี่ยงเบนมาตรฐาน

ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากร

#### อายุ

จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ที่ตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ พบว่ากลุ่มที่  
มีจำนวนมากที่สุดได้แก่ กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 16 – 20 ปี รองลงมา ได้แก่ กลุ่มที่มีอายุ  
ระหว่าง 21 – 25 ปี และกลุ่มช่วงอายุ 26 – 29 ปี ส่วนกลุ่มที่มีขนาดเล็กที่สุด ได้แก่ กลุ่มที่มี  
อายุระหว่าง 12 – 15 ปี ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงอายุ

ช่วงอายุ	จำนวน	ร้อยละ
12 – 15 ปี	69	17.3
16 – 20 ปี	123	30.8
21 – 25 ปี	118	29.5
26 – 29 ปี	90	22.5
รวม	400	100.0

จากนิยามศัพท์ที่กำหนดว่า กลุ่มวัยรุ่น คือกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 12 - 20 ปีและกลุ่มวัยทำงานตอนต้น คือ กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 21 - 29 ปี ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่น ร้อยละ 48.1 ส่วนร้อยละ 51.9 คือกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยทำงานตอนต้น ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภท

ประเภทของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ร้อยละ
วัยรุ่น	192	48.1
วัยทำงานตอนต้น	208	51.9
รวม	400	100.0

#### เพศ

ในการวิจัยครั้งนี้ พบกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นเพศชายร้อยละ 49 เพศหญิงร้อยละ 51 ซึ่งมีอัตราส่วนเท่ากับที่พบในกลุ่มวัยทำงานตอนต้น อย่างไรก็ตาม จำนวนกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงและชายโดยรวมมีจำนวนเท่ากัน อันเนื่องจากการกำหนดไว้ ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	กลุ่มวัยรุ่น ( $n_1$ )	กลุ่มวัยทำงานตอนต้น ( $n_2$ )	รวม ( $n_3$ )
	(%)	(%)	(%)
หญิง	51	51	50
ชาย	49	49	50
รวม	100.0	100.0	100.0

หมายเหตุ  $n_1 = 192$ ,  $n_2 = 208$  และ  $n_3 = 400$

### ระดับการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี รองลงมา ได้แก่ กลุ่มที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ส่วนกลุ่มที่มีการศึกษาระดับพาณิชยการหรืออาชีวศึกษา และระดับปริญญาโท ไม่พบมากนักในการศึกษาคั้งนี้

เมื่อพิจารณาระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่น พบว่า ร้อยละ 67 มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 28 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ส่วนระดับการศึกษาของกลุ่มวัยทำงานตอนต้นนั้น พบว่า ร้อยละ 71 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีรองลงมาคือผู้มีการศึกษาระดับพาณิชยการ ร้อยละ 15 ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	กลุ่มวัยรุ่น ( $n_1$ ) (%)	กลุ่มวัยทำงาน ตอนต้น ( $n_2$ ) (%)	รวม ( $n_3$ ) (%)
มัธยมศึกษา	67	2	33
พาณิชยการ	5	15	10.3
ปริญญาตรี	28	71	50.5
ปริญญาโท		11	5.8
อื่น ๆ		1	0.5
รวม	100.0	100.0	100.0

หมายเหตุ  $n_1 = 192$ ,  $n_2 = 208$  และ  $n_3 = 400$

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### อาชีพ

อาชีพที่พบมากที่สุดในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักเรียน (ร้อยละ 31.8) รองลงมาคือ กลุ่มที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 28.5) ซึ่งเป็นสัดส่วนที่ใกล้เคียงกับกลุ่ม อาชีพนักศึกษา (ร้อยละ 28.3)

กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่น ร้อยละ 66 ยังเป็นนักเรียน และร้อยละ 32 เป็นนักศึกษา นั่นคือ ร้อยละ 98 ของตัวอย่างที่เกิดขึ้นในครั้งนี้อยู่ในวัยศึกษาเล่าเรียน ยังไม่ประกอบอาชีพ เป็นกลุ่มที่มีรายได้จากผู้ปกครอง ส่วนอาชีพของกลุ่มตัวอย่างวัยทำงานตอนต้นนั้น พบว่า ร้อยละ 54 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาคือ ยังเป็นนักศึกษา (ร้อยละ 25) มีกลุ่มตัวอย่าง รับราชการหรือเป็นทำงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 14 ดังนั้น ลักษณะของกลุ่มนี้ คือ ร้อยละ 75 ประกอบอาชีพ มีรายได้เป็นของตนเองแล้ว ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	กลุ่มวัยรุ่น ( $n_1$ ) (%)	กลุ่มวัยทำงาน ตอนต้น ( $n_2$ ) (%)	รวม ( $n_3$ ) (%)
นักเรียน	66		31.8
นักศึกษา	32	25	28.3
พนักงานบริษัทเอกชน	1	54	28.5
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	0.5	14	7.8
ค้าขาย	0.5	2	1.3
อื่น ๆ		5	2.5
รวม	100.0	100.0	100.0

หมายเหตุ  $n_1 = 192$ ,  $n_2 = 208$  และ  $n_3 = 400$

### ระดับรายได้ต่อเดือน

เนื่องจากผู้วิจัยได้แยกศึกษาระดับรายได้เป็น 2 ลักษณะ ตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

#### 1. ระดับรายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครอง

กลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่มีรายได้เป็นของตนเอง ได้แก่ กลุ่มที่ยังไม่ได้ประกอบอาชีพ ได้แก่ กลุ่มนักเรียนและนักศึกษา ซึ่งมีจำนวน 240 คน จากตัวอย่างทั้งหมด 400 คน โดยเป็นวัยรุ่น 188 คนและอยู่ในวัยทำงานตอนต้น 52 คน ระดับรายได้ที่พบมากที่สุด ซึ่งคนกลุ่มนี้ได้รับรายได้จากผู้ปกครอง คือรายได้ในช่วงตั้งแต่ 3,001 บาทขึ้นไป รองลงมา ได้แก่ ระดับรายได้ 1,001 – 1,500 บาท ระดับ 1,501 – 2,000 บาท

สำหรับรายได้ของกลุ่มวัยรุ่นนั้น พบว่า มีจำนวนวัยรุ่นร้อยละ 22.9 ได้รับรายได้ 1,001 - 1,500 บาทต่อเดือน ร้อยละ 18.1 มีรายได้ไม่เกิน 1,000 บาท ส่วนระดับรายได้ที่พบน้อยที่สุดในกลุ่มวัยรุ่นคือระดับ 2,501 - 3,000 บาท (ร้อยละ 9.6) สำหรับกลุ่มตัวอย่างวัยทำงานตอนต้นที่ยังไม่ประกอบอาชีพนั้น พบว่า มีรายได้มากที่สุดในช่วง ตั้งแต่ 3,001 บาทขึ้นไป (ร้อยละ 65.4) รองลงมา ได้แก่ ระดับรายได้ 2,501 - 3,000 บาท (ร้อยละ 15.4) ระดับรายได้ 1,501 - 2,000 บาท (ร้อยละ 13.5) ส่วนรายได้ที่พบน้อยที่สุด อยู่ในระดับ ไม่เกิน 1,000 บาทต่อเดือน (ร้อยละ 1.9) ดังรายละเอียดในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับรายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครอง

ระดับรายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครองต่อเดือน	กลุ่มวัยรุ่น ( $n_4$ ) (%)	กลุ่มวัยทำงานตอนต้น ( $n_5$ ) (%)	รวม ( $n_6$ ) (%)
ไม่เกิน 1,000 บาท	18.1	1.9	14.6
1,001 – 1,500 บาท	22.9		17.9
1,501 – 2,000 บาท	17.5	13.5	16.7
2,001 – 2,500 บาท	14.4	3.8	12.1
2,501 – 3,000 บาท	9.6	15.4	10.8
ตั้งแต่ 3,001 บาท	17.5	65.4	27.9
รวม	100.0	100.0	100.0

หมายเหตุ  $n_4 = 188$ ,  $n_5 = 52$  และ  $n_6 = 240$

## 2. ระดับรายได้ส่วนบุคคล

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เป็นของตนเอง หมายถึงกลุ่มที่ประกอบอาชีพแล้ว เช่น พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ค้าขาย/ประกอบอาชีพส่วนตัวและอาชีพอื่น ๆ ซึ่งพบว่า มีจำนวน 160 คนจากจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ระดับรายได้ที่พบมากที่สุดได้แก่ ระดับรายได้ 5,001 - 10,000 บาท (ร้อยละ 34.4) รองลงมา ได้แก่ ระดับรายได้ 10,001 - 15,000 บาท (ร้อยละ 20.6) ระดับ 15,001 - 20,000 บาท (ร้อยละ 16.9) ส่วนระดับรายได้ที่พบน้อยที่สุด ได้แก่ ระดับรายได้ตั้งแต่ 40,001 บาทต่อเดือน (ร้อยละ 1.3)

สำหรับรายได้ของกลุ่มวัยรุ่นที่ประกอบอาชีพแล้ว ซึ่งมีจำนวน 4 คน พบว่า ร้อยละ 50 มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท และร้อยละ 25 มีรายได้ 5,001 - 10,000 บาทซึ่งเท่ากับกลุ่มที่มีรายได้ 10,001 - 15,000 บาท สำหรับกลุ่มตัวอย่างวัยทำงานตอนต้นที่ประกอบอาชีพนั้นมีจำนวน 156 คน พบว่า ร้อยละ 34.6 มีรายได้ในช่วง 5,001 - 10,000 บาท ร้อยละ 20.5 มีรายได้ 10,001 - 15,000 บาท และร้อยละ 17.3 มีรายได้ 10,001 - 15,000 บาท ส่วนรายได้ที่พบน้อยที่สุด อยู่ในระดับ ตั้งแต่ 40,001 บาทขึ้นไป (ร้อยละ 1.3) ดังรายละเอียดในตารางที่ 9

ตารางที่ 9 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน

รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน	กลุ่มวัยรุ่น ( $n_7$ ) (%)	กลุ่มวัยทำงาน ตอนต้น ( $n_8$ ) (%)	รวม ( $n_9$ ) (%)
ไม่เกิน 5,000 บาท	50	4.5	5.6
5,001 - 10,000 บาท	25	34.6	34.4
10,001 - 15,000 บาท	25	20.5	20.6
15,001 - 20,000 บาท		17.3	16.9
20,001 - 25,000 บาท		12.2	11.9
25,001 - 30,000 บาท		5.7	5.6
30,001 - 40,000 บาท		3.8	3.8
ตั้งแต่ 40,001 บาท		1.3	1.3
รวม	100.0	100.0	100.0

หมายเหตุ  $n_7 = 4$ ,  $n_8 = 156$  และ  $n_9 = 160$

**ส่วนที่ 2** การมีสินค้าที่มีการดูไว้ในครอบครอง ที่มาของสินค้า สถานที่ซื้อสินค้า และระดับราคาเฉลี่ย แสดงผลในรูปจำนวนและร้อยละ

ในส่วนที่ 2 นี้ เป็นผลการวิเคราะห์การมีสินค้าที่มีการดูเกี่ยวข้องกับของกลุ่มตัวอย่าง ในเรื่องการมีไว้ในครอบครอง สถานที่เลือกซื้อสินค้าประเภทนี้และระดับราคาของกลุ่มตัวอย่าง หวังพอใจในการจ่ายเพื่อซื้อสินค้าการดู

**สินค้าการดูไม่จำกัดด้วย**

พบว่า มากกว่าร้อยละ 80 ของกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานตอนต้นต่างมีสินค้าการดูไว้ในครอบครอง ดังตารางที่ 10

**ตารางที่ 10** แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการมีสินค้าไว้ในครอบครอง

	กลุ่มวัยรุ่น ( $n_1$ ) (%)	กลุ่มวัยทำงาน ตอนต้น ( $n_2$ ) (%)	รวม
มีสินค้าการดูไว้ในครอบครอง	84.9	87.0	86
ไม่มีสินค้าการดูไว้ในครอบครอง	15.1	13.0	14
รวม	100.0	100.0	100.0

หมายเหตุ  $n_1 = 192$  และ  $n_2 = 208$

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



### อุปกรณ์เครื่องเขียนการipun. สินค้ายอดฮิตในหมู่วัยรุ่น

อุปกรณ์เครื่องเขียน ของใช้เบ็ดเตล็ดและบัตรโทรศัพท์ คือ สินค้าการipun 3 อันดับแรกที่วัยรุ่นมีไว้ครอบครองมากที่สุด ส่วนประเภทสินค้าที่พบน้อยที่สุด ได้แก่ เครื่องสำอาง ดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่น จำแนกและเรียงลำดับตามประเภทสินค้าที่มีไว้ในครอบครอง

อันดับที่	ประเภทสินค้า	ร้อยละ
1	อุปกรณ์เครื่องเขียน	64.1
2	ของใช้เบ็ดเตล็ด เช่น กระเป๋าตังค์ หวี แปรง	54.7
3	บัตรโทรศัพท์	50.5
4	ผ้าขนหนู	47.9
5	ขนมขบเคี้ยว ลูกอม	38.5
6	อาหารสำเร็จรูป	38.0
7	เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ เช่น นมเปรี้ยว	35.9
8	เครื่องหนัง กระเป๋า เข็มขัด	34.9
9	ของใช้ส่วนตัว เช่น สบู่ แป้ง แชมพู	34.4
10	เครื่องนอน ผ้าห่ม ผ้าปูที่นอน ผ้าปูโต๊ะ	31.8
11	รองเท้า รองเท้ากีฬา ถุงเท้า	30.7
12	ซีอกโกแลต	30.2
13	เสื้อผ้าสำเร็จรูปสำหรับผู้ชาย	24.0
14	อุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์	23.4
15	เสื้อผ้าสำเร็จรูปสำหรับผู้หญิง	19.3
16	ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้ชาย	16.1
17	ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้หญิง	10.9
18	น้ำหอม	8.9
19	เครื่องสำอาง	7.3

หมายเหตุ คำนวณค่าร้อยละจากกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่น จำนวน 192 คน

วัยทำงานตอนต้นมีอุปกรณ์เครื่องเขียนการ์ตูนมากที่สุด

อุปกรณ์เครื่องเขียน ของใช้เบ็ดเตล็ดและผ้าขนหนู คือ สินค้าการ์ตูน 3 อันดับแรกที่วัยทำงานตอนต้นมีไว้ครอบครองมากที่สุด ส่วนประเภทสินค้าที่พบน้อยที่สุด ได้แก่ เครื่องสำอาง ดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่างวัยทำงานตอนต้น จำแนกและเรียงลำดับตามประเภทสินค้าที่มีไว้ในครอบครอง

อันดับที่	ประเภทสินค้า	ร้อยละ
1	อุปกรณ์เครื่องเขียน	63.9
2	ของใช้เบ็ดเตล็ด เช่น กระเป๋าตังค์ หวี แปรง	50.0
3	ผ้าขนหนู	48.1
4	เครื่องนอน ผ้าห่ม ผ้าปูที่นอน ผ้าปูโต๊ะ	40.9
5	บัตรโทรศัพท์	38.9
6	อุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์	36.5
7	ขนมขบเคี้ยว ลูกอม	36.1
8	ของใช้ส่วนตัว เช่น สบู่ แป้ง แชมพู	33.2
9	รองเท้า รองเท้ากีฬา ถุงเท้า	32.2
10	เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ เช่น นมเปรี้ยว	27.4
11	อาหารสำเร็จรูป	26.9
12	ซีอกโกแลต	22.6
13	เครื่องหนัง กระเป๋า เข็มขัด	21.6
14	เสื้อผ้าสำเร็จรูปสำหรับผู้ชาย	17.8
15	เสื้อผ้าสำเร็จรูปสำหรับผู้หญิง	16.3
16	ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้ชาย	8.2
17	ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้หญิง	6.3
17	น้ำหอม	6.3
18	เครื่องสำอาง	5.8

หมายเหตุ คำนวณค่าร้อยละจากกลุ่มตัวอย่างวัยทำงานตอนต้น จำนวน 208 คน

วัยรุ่นนิยมซื้อขนม ลูกอม ช็อกโกแลตด้วยตนเอง

ขนมขบเคี้ยว ลูกอม ช็อกโกแลตและของใช้เบ็ดเตล็ด เช่น กระเป๋าสตางค์ หวี แปรง เป็นสินค้า 3 อันดับแรกที่พบว่าวัยรุ่นซื้อด้วยตนเอง

ผ้าขนหนู เครื่องนอน ผ้าห่ม ผ้าปูที่นอน ผ้าปูโต๊ะและเสื้อผ้าสำเร็จรูปสำหรับผู้ชาย เป็นสินค้า 3 อันดับแรกที่พบว่าวัยรุ่นได้มาเพราะผู้อื่นซื้อให้ ดังตารางที่ 13

ตารางที่ 13 แสดงการได้มาของสินค้าการดูแลที่กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นมีไว้ในครอบครอง ในรูปร้อยละ

ประเภทสินค้า	จำนวน	ซื้อด้วยตนเอง (%)	ผู้อื่นซื้อ (%)
อุปกรณ์เครื่องเขียน	123	81.3	36.6
ของใช้เบ็ดเตล็ด เช่น กระเป๋าสตางค์ หวี แปรง	105	85.6	20.0
บัตรโทรศัพท์	97	81.4	18.6
ผ้าขนหนู	92	45.1	56.5
ขนมขบเคี้ยว ลูกอม	74	94.6	12.2
อาหารสำเร็จรูป	73	72.6	28.8
เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ เช่น นมเปรี้ยว	69	73.9	31.9
เครื่องหนัง กระเป๋า เข็มขัด	67	58.2	46.3
ของใช้ส่วนตัว เช่น สบู่ แป้ง แชมพู	66	59.1	43.9
เครื่องนอน ผ้าห่ม ผ้าปูที่นอน ผ้าปูโต๊ะ	61	47.5	52.5
รองเท้า รองเท้ากีฬา ถุงเท้า	59	62.7	42.4
ช็อกโกแลต	58	87.9	20.7
เสื้อผ้าสำเร็จรูปสำหรับผู้ชาย	46	57.4	52.2
อุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์	45	53.3	48.9
เสื้อผ้าสำเร็จรูปสำหรับผู้หญิง	37	64.9	37.8
ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้ชาย	31	58.1	45.2
ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้หญิง	21	57.1	42.9
น้ำหอม	17	64.7	35.3
เครื่องสำอาง	14	71.4	28.6

วัยทำงานตอนต้นนิยมซื้อสินค้าการดูแลสุขภาพในสินค้าประเภทส่วนตัว

ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้หญิง เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ เช่น นมเปรี้ยว และสินค้าประเภทอาหารสำเร็จรูป เป็นสินค้า 3 อันดับแรกที่พบว่าวัยทำงานตอนต้นซื้อด้วยตนเอง อุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์ กลุ่มสินค้าเครื่องและผ้าขนหนู เป็นสินค้า 3 อันดับแรก ที่พบว่าวัยทำงานตอนต้นได้มาเพราะผู้อื่นซื้อให้ ดังตารางที่ 14

ตารางที่ 14 แสดงการได้มาของสินค้าการดูแลสุขภาพที่กลุ่มตัวอย่างวัยทำงานตอนต้นมีไว้ในครอบครอง ในรูปร้อยละ

ประเภทสินค้า	จำนวน	ซื้อด้วยตนเอง (%)	ผู้อื่นซื้อ (%)
อุปกรณ์เครื่องเขียน	133	72.2	49.6
ของใช้เบ็ดเตล็ด เช่น กระเป๋าตังค์ หวี แปรง	104	67.3	48.1
ผ้าขนหนู	100	61.0	51.0
เครื่องนอน ผ้าห่ม ผ้าปูที่นอน ผ้าปูโต๊ะ	85	67.1	52.9
บัตรโทรศัพท์	81	87.7	19.8
อุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์	76	55.3	53.9
ขนมขบเคี้ยว ลูกอม	75	84.0	29.3
ของใช้ส่วนตัว เช่น สบู่ แป้ง แชมพู	69	65.2	47.8
รองเท้า รองเท้ากีฬา ถุงเท้า	67	85.1	26.9
เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ เช่น นมเปรี้ยว	57	91.2	15.8
อาหารสำเร็จรูป	56	89.3	17.8
ช็อกโกแลต	47	78.7	34.0
เครื่องหนัง กระเป๋า เข็มขัดเสื้อผ้าสำเร็จรูปสำหรับผู้ชาย	45	73.3	37.8
เสื้อผ้าสำเร็จรูปสำหรับผู้ชาย	37	64.9	43.2
เสื้อผ้าสำเร็จรูปสำหรับผู้หญิง	34	82.4	41.2
ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้ชาย	17	64.7	41.2
ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้หญิง	13	100.0	30.8
น้ำหอม	13	61.5	53.8
เครื่องสำอาง	12	91.7	16.7

### ต้องซื้อที่ห้างสรรพสินค้า

กลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานตอนต้น มีความคิดเห็นเช่นเดียวกันว่า ห้างสรรพสินค้าคือสถานที่ที่เหมาะสมที่สุดในการเลือกซื้อสินค้าการตุ๋น อย่างไรก็ตามร้านขายของขวัญ (Gift Shop) ยังเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ทั้งสองกลุ่มให้ความสำคัญ โดยเฉพาะวัยรุ่น ดังตารางที่ 15

ตารางที่ 15 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นและวัยทำงานตอนต้น จำแนกตามประเภทของสถานที่ซื้อสินค้าที่มีตัวการตุ๋นเกี่ยวข้อง

ประเภทของสถานที่ซื้อสินค้า	กลุ่มวัยรุ่น ( $n_1$ ) (%)	กลุ่มวัย ทำงาน ตอนต้น ( $n_2$ ) (%)	รวม ( $n_3$ ) (%)
ห้างสรรพสินค้า	49.5	62.0	56.0
ร้านขายของขวัญ (Gift Shop)	36.5	28.4	32.3
ร้านสะดวกซื้อ (Convenience Store)	9.4	5.8	7.5
ร้านค้าเบ็ดเตล็ด (Miscellaneous Store)	4.2	2.9	3.5
ร้านแผงลอยในตลาดนัด	0.5	1.0	0.7

หมายเหตุ  $n_1 = 192$ ,  $n_2 = 208$  และ  $n_3 = 400$

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ไม่ว่าใครก็อยากจ่ายที่ราคา 51 – 100 บาท

วิจัยพบว่า ระดับราคา 51 – 100 บาท เหมาะสมที่สุดสำหรับสินค้าการ์ตูน ส่วนระดับราคาที่ถูกกลุ่มวิจัยเห็นว่า เหมาะสมน้อยที่สุด คือ ระดับราคา 501 บาทขึ้นไป ส่วนระดับราคา 401 – 500 บาท เป็นระดับราคาที่ไม่มียกตัวอย่างผู้ใดเลือก วิจัยทำงานตอนต้นเห็นว่าระดับราคาที่เหมาะสมที่สุด คือ 51 – 100 บาท เช่นเดียวกัน รองลงมา ส่วนระดับราคาที่เหมาะสมน้อยที่สุด คือ ระดับราคา 401 – 500 บาท ส่วนระดับราคา 501 บาทขึ้นไป เป็นระดับราคาที่ไม่มียกตัวอย่างผู้ใดเลือก ดังตารางที่ 16

ตารางที่ 16 แสดงร้อยละของกลุ่มตัวอย่างวิจัยและวิจัยทำงานตอนต้น จำแนกตามระดับราคาเฉลี่ยที่จ่ายเพื่อซื้อสินค้าที่มีตัวการ์ตูนเกี่ยวข้อง

ระดับราคาเฉลี่ย	กลุ่มวิจัย (n <sub>1</sub> ) (%)	กลุ่มวิจัยทำงานตอนต้น (n <sub>2</sub> ) (%)	รวม (n <sub>3</sub> ) (%)
ไม่เกิน 50 บาท	14.1	10.1	12.0
51 – 100 บาท	40.6	31.7	36.0
101 – 150 บาท	21.9	16.3	19.0
151 – 200 บาท	14.6	22.1	18.5
201 – 300 บาท	6.3	15.4	11.0
301 – 400 บาท	1.6	3.4	2.5
401 – 500 บาท		1.0	0.5
501 บาทขึ้นไป	1.0		0.5

หมายเหตุ n<sub>1</sub> = 192, n<sub>2</sub> = 208 และ n<sub>3</sub> = 400

ผลที่ได้ในส่วนที่ 2 นี้ แสดงให้เห็นว่า ทั้งกลุ่มวิจัยและวิจัยทำงานตอนต้นมีพฤติกรรมการมีสินค้าการ์ตูนไว้ในครอบครองคล้ายคลึงกัน และสินค้าส่วนใหญ่ที่มีมักซื้อเข้ามาด้วยตนเองมากกว่าการที่ผู้อื่นซื้อให้ นอกจากนี้ทั้งสองกลุ่มยังเห็นว่า ห้างสรรพสินค้า เป็นสถานที่หลักเมื่อต้องการเลือกซื้อสินค้าการ์ตูน โดยระดับราคาควรประมาณ 51 – 100 บาท ซึ่งเป็นราคาที่ทั้งวิจัยและวิจัยทำงานตอนต้นเห็นพ้องกันว่า เป็นช่วงราคาที่เหมาะสมที่สุดในการจ่ายเพื่อซื้อสินค้าการ์ตูน

**ส่วนที่ 3**      **ทัศนคติต่อการนำตัวการ์ตูนที่มีชื่อเสียงมาใช้กับสินค้า แสดงผลในรูปค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน**

ในส่วนที่ 3 นี้ เป็นการนำเสนอผลการวิจัยในส่วนของทัศนคติที่กลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานตอนต้นมีต่อการนำตัวการ์ตูนที่มีชื่อเสียงทั้ง 6 ตัวไปใช้กับสินค้าที่เหมาะสมกับแต่ละตัวการ์ตูน โดยเป็นนำเสนอแยกตามกลุ่มตัวอย่าง

**3.1 ทัศนคติของกลุ่มวัยรุ่น**

**วัยรุ่นมองการใช้ตัวการ์ตูนส่วนใหญ่เป็นบวก**

กลุ่มวัยรุ่นมีทัศนคติเป็นบวกต่อสินค้าที่นำโดราเอมอน, วินนี่ เดอะ พู, โดนัลด์ดั๊ก, มิกกี้ เม้าส์และชินจังมาใช้ แต่มีทัศนคติเป็นกลางต่อสินค้าที่นำมารูโกะจังมาใช้ ทั้งนี้ โดราเอมอนเป็นตัวการ์ตูนที่กลุ่มวัยรุ่นมีทัศนคติเป็นบวกสูงสุด แต่ยังเป็นค่าที่ไม่สูงมากนัก วินนี่ เดอะ พูเป็นตัวการ์ตูนที่จูงใจให้เกิดทัศนคติเป็นบวกได้ดีกว่าโดนัลด์ดั๊กและมิกกี้ เม้าส์ ส่วนชินจังนั้น ถึงแม้ว่า กลุ่มวัยรุ่นมีทัศนคติเป็นบวก แต่เป็นค่าในระดับบวกที่ใกล้เคียงกับค่ากลาง ซึ่งได้แก่ 4.00 มาก นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาสวนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า ทัศนคติเชิงบวกที่กลุ่มวัยรุ่นมีต่อการนำโดนัลด์ดั๊กมาใช้นั้น เป็นทัศนคติที่มีความคล้ายคลึงกันในกลุ่มมากกว่าตัวการ์ตูนอื่น ๆ โดยตัวการ์ตูนที่มีความแตกต่างของทัศนคติส่วนใหญ่ในกลุ่มสูง ได้แก่ ชินจัง ดังตารางที่ 17

**ตารางที่ 17**      **แสดงค่าเฉลี่ย      ความหมายและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มวัยรุ่น จำแนกตามทัศนคติที่มีต่อการนำตัวการ์ตูนที่มีชื่อเสียงมาใช้กับสินค้า**

ทัศนคติที่มีต่อ	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
การนำโดราเอมอนมาใช้กับอุปกรณ์เครื่องเขียน	5.12	เป็นบวก	1.14
การนำวินนี่ เดอะ พูมาใช้กับอุปกรณ์เครื่องเขียน	5.06	เป็นบวก	1.18
การนำโดนัลด์ดั๊กมาใช้กับผ้าขนหนู	4.79	เป็นบวก	1.07
การนำมิกกี้ เม้าส์มาใช้กับอุปกรณ์เครื่องเขียน	4.79	เป็นบวก	1.14
การนำชินจังมาใช้กับชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในชาย	4.10	เป็นบวก	1.49
การนำมารูโกะจังมาใช้กับชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในหญิง	4.00	เป็นกลาง	1.32

### 3.2 ทศนคติของกลุ่มวัยทำงานตอนต้น

#### วัยทำงานตอนต้นมองตัวการ์ตูนสัตว์เป็นบวก ตัวการ์ตูนคนเป็นลบ

คนกลุ่มนี้มีทศนคติเป็นบวกต่อสินค้าที่นำวินนี่ เดอะ พู, โดนัลด์ดั๊ก, โดราเอมอน, และมิกกี้ เมาส์มาใช้ แต่มีทศนคติเป็นลบต่อสินค้าที่นำมาจูกะจังและชินจังมาใช้ ทั้งนี้ วินนี่ เดอะ พูเป็นตัวการ์ตูนที่กลุ่มวัยทำงานตอนต้นมีทศนคติเป็นบวกสูงสุด อย่างไรก็ตาม ทศนคติที่เป็นบวกของคนกลุ่มนี้ทั้งหมด เป็นค่าที่จัดว่า ไม่สูงเลย เมื่อเทียบจากค่ากลาง 4.00 นอกจากนี้ โดนัลด์ดั๊กเป็นตัวการ์ตูนที่จงใจให้เกิดทศนคติเป็นบวกได้ดีกว่าโดราเอมอนและมิกกี้ เมาส์ ส่วนจูกะจังและชินจังนั้น กลุ่มวัยทำงานตอนต้นมี ทศนคติเป็นลบ แต่เป็นค่าที่ไม่ต่ำมากนัก เมื่อเทียบกับค่ากลาง 4.00 เมื่อพิจารณาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า ทศนคติเชิงบวกที่กลุ่มนี้มีต่อการนำมิกกี้ เมาส์มาใช้นั้น เป็นทศนคติที่มีความคล้ายคลึงกันในกลุ่มมากกว่าตัวการ์ตูนอื่น ๆ โดยตัวการ์ตูนที่มีความแตกต่างของทศนคติส่วนใหญ่ในกลุ่มสูง ได้แก่ ชินจัง ดังตารางที่ 18

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ย ความหมายและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มวัยทำงานตอนต้น จำแนกตามทศนคติที่มีต่อการใช้ตัวการ์ตูนที่มีชื่อเสียงมาใช้กับสินค้า

ทศนคติที่มีต่อ	ค่าเฉลี่ย	ความหมายของค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
การนำวินนี่ เดอะ พูมาใช้กับอุปกรณ์เครื่องเขียน	4.46	เป็นบวก	1.16
การนำโดนัลด์ดั๊กมาใช้กับผ้าขนหนู	4.44	เป็นบวก	1.14
การนำโดราเอมอนมาใช้กับอุปกรณ์เครื่องเขียน	4.36	เป็นบวก	1.18
การนำมิกกี้ เมาส์มาใช้กับอุปกรณ์เครื่องเขียน	4.24	เป็นบวก	1.09
การนำจูกะจังมาใช้กับชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในหญิง	3.58	เป็นลบ	1.14
การนำชินจังมาใช้กับชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในชาย	3.55	เป็นลบ	1.30



จากผลที่ได้ในส่วนที่ 3 นี้ แสดงให้เห็นว่า กลุ่มวัยรุ่นมีทัศนคติเป็นบวกต่อสินค้าที่นำตัวการ์ตูนโดราเอมอน, วินนี่ เดอะ พู, โดนัลด์ดั๊ก, มิกกี้ เม้าส์และชินจังมาใช้ ส่วนมารูโกะจิ้งกับชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้หญิงนั้น วัยรุ่นมีทัศนคติเป็นกลาง สำหรับคนวัยทำงานตอนต้นนั้น กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเป็นบวกต่อสินค้าที่นำวินนี่ เดอะ พู, โดนัลด์ดั๊ก, โดราเอมอนและมิกกี้ เม้าส์มาใช้ในงานโฆษณาหรือในการออกแบบสินค้า และมีทัศนคติเป็นลบต่อการนำตัวการ์ตูนมารูโกะจิ้งและชินจังมาใช้กับสินค้าประเภทที่ทำการศึกษานี้

#### ส่วนที่ 4      ความตั้งใจซื้อสินค้า แสดงผลในรูปค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ในส่วนที่ 4 นี้ เป็นการนำเสนอผลการวิจัยในส่วนของความตั้งใจซื้อสินค้าที่มีการนำตัวการ์ตูนที่มีชื่อเสียงทั้ง 6 ตัวมาใช้ ทั้งเพื่อนำมาใช้เองและเพื่อมอบเป็นของขวัญ

##### 4.1 ความตั้งใจซื้อเพื่อนำมาใช้เอง

###### 4.1.1 ความตั้งใจซื้อเพื่อนำมาใช้เองของกลุ่มวัยรุ่น

วัยรุ่นมีความตั้งใจซื้อสินค้าที่ใช้ตัวการ์ตูนสัตว์สูงกว่าสินค้าที่ใช้ตัวการ์ตูนคน

สินค้าที่กลุ่มวัยรุ่นมีความตั้งใจซื้อสูงสุด คือ อุปกรณ์เครื่องเขียนที่นำโดราเอมอนมาใช้ในงานโฆษณาหรือในการออกแบบสินค้า รองลงมา ได้แก่ อุปกรณ์เครื่องเขียนที่ใช้ตัวการ์ตูนวินนี่ เดอะ พู ผ้าขนหนูโดนัลด์ดั๊กและเครื่องเขียนมิกกี้ เม้าส์ตามลำดับ ส่วนความตั้งใจซื้อสินค้าที่มีการนำชินจังและมารูโกะจิ้งมาใช้นั้น วัยรุ่นมีความตั้งใจซื้อในระดับต่ำ โดยมีความเฉลี่ยของความตั้งใจที่ใกล้เคียงกันและเป็นค่าที่ไม่ต่ำนัก เมื่อเทียบกับค่ากลาง 4.00

เมื่อพิจารณาเรื่องระดับความเกี่ยวพันของสินค้ากับผู้บริโภคประกอบ พบว่า วัยรุ่นมีความตั้งใจซื้อสินค้าที่มีระดับความเกี่ยวพันต่ำสูงกว่าสินค้าที่มีความเกี่ยวพันสูง

เมื่อพิจารณาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า ความตั้งใจซื้อผ้าขนหนูที่นำโดนัลด์ดั๊กมาใช้ เป็นความคิดเห็นที่คนส่วนใหญ่เห็นสอดคล้องกันมากที่สุด ส่วนความตั้งใจซื้อที่วัยรุ่น

มีความหลากหลายทางความคิดมากที่สุด คือ ความตั้งใจซื้อชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในชายที่นำขิน  
จ้งมาใช้ ดังตารางที่ 19

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ย ความหมายและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มวัยรุ่น  
จำแนกตามความตั้งใจซื้อสินค้าที่มีการนำตัวการ์ตูนที่มีชื่อเสียงมาใช้เพื่อ  
นำมาใช้เอง

ความตั้งใจซื้อเพื่อนำมาใช้เอง	ค่าเฉลี่ย	ความ หมาย ของค่า เฉลี่ย	ส่วนเบี่ยง เบนมาตร ฐาน
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการนำโดราเอมอนมาใช้	5.21	สูง	1.36
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการนำวินนี่ เดอะ พูมาใช้	5.19	สูง	1.38
ผ้าขนหนูที่มีการนำโดนัลด์ดั๊กมาใช้	4.86	สูง	1.26
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการนำมิกกี เมาส์มาใช้	4.82	สูง	1.30
ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในชายที่มีการนำขินจ้งมาใช้	3.77	ต่ำ	1.82
ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในหญิงที่มีการนำมารูโกะจ้งมาใช้	3.73	ต่ำ	1.65

#### 4.1.2 ความตั้งใจซื้อเพื่อนำมาใช้เองของกลุ่มวัยทำงานตอนต้น

วัยนี้ก็มีความตั้งใจซื้อสินค้าที่ใช้ตัวการ์ตูนสัตว์สูงกว่าสินค้าที่ใช้ตัวการ์ตูนคน

สินค้าที่กลุ่มวัยทำงานตอนต้นมีความตั้งใจซื้อสูงสุด คือ อุปกรณ์เครื่องเขียนที่นำวิน  
นี่ เดอะ พู มาใช้ในงานโฆษณาหรือในการออกแบบสินค้า รองลงมา ได้แก่ อุปกรณ์เครื่อง  
เขียนที่ใช้ตัวการ์ตูนโดราเอมอน ผ้าขนหนูโดนัลด์ดั๊กและเครื่องเขียนมิกกี เมาส์ตามลำดับ  
ส่วนความตั้งใจซื้อสินค้าที่มีการนำขินจ้งและมารูโกะจ้งมาใช้ นั้น คนกลุ่มนี้มีความตั้งใจซื้อ  
ในระดับต่ำ โดยมีค่าเฉลี่ยของความตั้งใจที่ใกล้เคียงกันและเป็นค่าที่ไม่ต่ำมากนัก เมื่อ  
เทียบกับค่ากลาง 4.00

เมื่อพิจารณาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า ความตั้งใจซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนที่นำ  
วินนี่ เดอะ พู มาใช้ เป็นความคิดเห็นที่คนส่วนใหญ่เห็นสอดคล้องกันมากที่สุด ส่วนความตั้งใจ

ใจซื้อที่มีความหลากหลายทางความคิดมากที่สุด คือ ความตั้งใจซื้อชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในชาย ที่นำชินจิงมาใช้ อย่างไรก็ดี ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความตั้งใจซื้ออยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกัน ดังตารางที่ 20

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ย ความหมายและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มวัยทำงาน ตอนต้น จำแนกตามความตั้งใจซื้อสินค้าที่มีการนำตัวการ์ตูนที่มีชื่อเสียงมาใช้เพื่อนำมาใช้เอง

ความตั้งใจซื้อเพื่อนำมาใช้เอง	ค่าเฉลี่ย	ความหมายของค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการนำวินนี่ เดอะ พูมาใช้	4.75	สูง	1.44
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการนำโดราเอมอนมาใช้	4.51	สูง	1.46
ผ้าขนหนูที่มีการนำโดนัลด์ดั๊กมาใช้	4.45	สูง	1.47
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการนำมิกกี้ เม้าส์มาใช้	4.25	สูง	1.47
ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในชายที่มีการนำชินจิงมาใช้	3.33	ต่ำ	1.53
ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในหญิงที่มีการนำมารูโกะจิงมาใช้	3.24	ต่ำ	1.50

#### 4.2 ความตั้งใจซื้อเพื่อมอบเป็นของขวัญ

##### 4.2.1 ความตั้งใจซื้อเพื่อมอบเป็นของขวัญของกลุ่มวัยรุ่น

###### วัยรุ่นมีความตั้งใจซื้อเพื่อเป็นของขวัญในระดับสูง

สินค้าที่กลุ่มวัยรุ่นมีความตั้งใจซื้อสูงสุด คือ อุปกรณ์เครื่องเขียนที่นำวินนี่ เดอะ พูมาใช้ในงานโฆษณาหรือในการออกแบบสินค้า รองลงมา ได้แก่ อุปกรณ์เครื่องเขียนที่ใช้ตัวการ์ตูนโดราเอมอน เครื่องเขียนมิกกี้ เม้าส์และผ้าขนหนูโดนัลด์ดั๊ก ตามลำดับ ซึ่งทั้งสี่ความตั้งใจซื้อข้างต้นมีค่าอยู่ในระดับสูงทั้งสิ้น ส่วนความตั้งใจซื้อสินค้าที่มีการนำชินจิงและมารูโกะจิงมาใช้นั้น วัยรุ่นมีความตั้งใจซื้อในระดับสูงเช่นกัน แต่เป็นความตั้งใจซื้อที่ไม่สูงมากนัก เมื่อเทียบกับตัวการ์ตูนดัง 4 ตัวข้างต้น

เมื่อพิจารณาสวนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า ความตั้งใจซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนที่ใช้ตัวการ์ตูนโดราเอมอน เป็นความตั้งใจที่สอดคล้องกันของคนส่วนใหญ่มากกว่าความตั้งใจซื้ออื่น ๆ ส่วนความตั้งใจซื้อที่วัยรุ่นมีความหลากหลายทางความคิดมากที่สุด คือ ความตั้งใจซื้อชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในชายที่นำชินจังมาใช้ ดังตารางที่ 21

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ย ความหมายและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มวัยรุ่น จำแนกตามความตั้งใจซื้อสินค้าที่มีการนำตัวการ์ตูนที่มีชื่อเสียงมาใช้เพื่อมอบเป็นของขวัญ

ความตั้งใจซื้อเพื่อมอบเป็นของขวัญ	ค่าเฉลี่ย	ความหมายของค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการนำวินนี่ เดอะ พูมาใช้	5.80	สูง	1.18
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการนำโดราเอมอนมาใช้	5.65	สูง	1.12
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการนำมิกกี้ เม้าส์มาใช้	5.49	สูง	1.15
ผ้าขนหนูที่มีการนำโดนัลด์ดั๊กมาใช้	5.45	สูง	1.29
ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในชายที่มีการนำชินจังมาใช้	4.45	สูง	1.89
ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในหญิงที่มีการนำมารูโกะจังมาใช้	4.32	สูง	1.77

#### 4.2.2 ความตั้งใจซื้อเพื่อมอบเป็นของขวัญของกลุ่มวัยทำงานตอนต้น

##### กลุ่มนี้มีความตั้งใจซื้อเพื่อเป็นของขวัญในระดับสูงเช่นกัน

สินค้าที่กลุ่มวัยทำงานตอนต้นมีความตั้งใจซื้อสูงสุด คือ อุปกรณ์เครื่องเขียนที่นำวินนี่ เดอะ พู มาใช้ในงานโฆษณาหรือในการออกแบบสินค้า รองลงมา ได้แก่ อุปกรณ์เครื่องเขียนที่ใช้ตัวการ์ตูนโดราเอมอน เครื่องเขียนมิกกี้ เม้าส์และผ้าขนหนูโดนัลด์ดั๊ก ตามลำดับ ซึ่งทั้งสี่ความตั้งใจข้างต้นมีค่าอยู่ในระดับสูงทั้งสิ้น ส่วนความตั้งใจซื้อสินค้าที่มีการนำชินจังและมารูโกะจังมาใช้ นั้น วัยรุ่นมีความตั้งใจซื้อในระดับสูงเช่นกัน แต่เป็นความตั้งใจซื้อที่ไม่สูงมากนัก เมื่อเทียบกับตัวการ์ตูนดัง 4 ตัวข้างต้น

เมื่อพิจารณาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า ความตั้งใจซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนที่ใช้ตัวการ์ตูนโดราเอมอน เป็นความตั้งใจซื้อที่สอดคล้องกันของคนส่วนใหญ่มากกว่าความตั้งใจซื้ออื่น ๆ ส่วนความตั้งใจซื้อที่มีความหลากหลายทางความคิดมากที่สุด คือ ความตั้งใจซื้อชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในชายที่นำชินจังมาใช้ ดังตารางที่ 22

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ย ความหมายและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มวัยทำงานตอนต้น จำแนกตามความตั้งใจซื้อสินค้าที่มีการนำตัวการ์ตูนที่มีชื่อเสียงมาใช้เพื่อมอบเป็นของขวัญ

ความตั้งใจซื้อเพื่อมอบเป็นของขวัญ	ค่าเฉลี่ย	ความหมายของค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการนำวินนี่ เดอะ พูมาใช้	5.41	สูง	1.24
ผ้าขนหนูที่มีการนำโดนัลด์ดั๊กมาใช้	5.12	สูง	1.30
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการนำโดราเอมอนมาใช้	5.10	สูง	1.41
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการนำมิกกี้ แมสส์มาใช้	5.04	สูง	1.34
ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในชายที่มีการนำชินจังมาใช้	4.28	สูง	1.66
ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในหญิงที่มีการนำมารูโกะจังมาใช้	4.15	สูง	1.56

ผลที่ได้ในส่วนที่ 4 นี้ แสดงให้เห็นว่า ทั้งกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานตอนต้นมีความตั้งใจซื้อสินค้าเพื่อมอบเป็นของขวัญสูง ส่วนความตั้งใจซื้อเพื่อนำมาใช้เองนั้น มีเพียงสินค้าที่มีการนำชินจังและมารูโกะจังมาใช้เท่านั้น ที่ผู้บริโภคทั้งสองกลุ่มมีความตั้งใจซื้อในระดับต่ำ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 5 ความเชี่ยวชาญของตัวการ์ตูน แสดงผลในรูปค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

5.1 ความเชี่ยวชาญของตัวการ์ตูนในทัศนะของกลุ่มวัยรุ่น

การพิจารณาระดับความเชี่ยวชาญของตัวการ์ตูนในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการพิจารณาความเชี่ยวชาญของตัวการ์ตูนในสินค้าประเภทที่นำตัวการ์ตูนนั้น ๆ ไปใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งกลุ่มวัยรุ่นมีความเห็นว่า โดราเอมอนเป็นตัวการ์ตูนที่มีความเชี่ยวชาญสูงสุด รองลงมาได้แก่ วินนี่ เดอะ พู โดนต์ดักและมิกกี เมาส์ ส่วนชินจังมีค่าเฉลี่ยของความเชี่ยวชาญ 4.03 ซึ่งเป็นค่าที่ใกล้เคียงกับค่ากลาง 4.00 จึงอาจกล่าวได้ว่า ชินจังมีความเชี่ยวชาญในระดับกลางได้ นอกจากนี้ มารูโกะจังเป็นตัวการ์ตูนที่กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นเห็นว่ามีความเชี่ยวชาญต่ำในประเภทสินค้าที่นำมาสุ่มมาใช้ อย่างไรก็ตาม ค่าเฉลี่ยที่ได้ 3.90 นั้น ไม่จัดว่าเป็นค่าในระดับต่ำมาก ดังตารางที่ 23

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ย ความหมายและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวการ์ตูนจำแนกตามความความเชี่ยวชาญตัวการ์ตูนที่มีชื่อเสียง

	ค่าเฉลี่ย	ความหมายของค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
โดราเอมอนเป็นตัวการ์ตูนที่เชี่ยวชาญในสินค้าอุปกรณ์เครื่องเขียน	4.97	สูง	1.37
วินนี่เดอะพูเป็นตัวการ์ตูนที่เชี่ยวชาญในสินค้าอุปกรณ์เครื่องเขียน	4.77	สูง	1.44
โดนต์ดักเป็นตัวการ์ตูนที่เชี่ยวชาญในสินค้าผ้าขนหนู	4.54	สูง	1.33
มิกกีเมาส์เป็นตัวการ์ตูนที่เชี่ยวชาญในสินค้าอุปกรณ์เครื่องเขียน	4.51	สูง	1.44
ชินจังเป็นตัวการ์ตูนที่เชี่ยวชาญในสินค้าชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในชาย	4.03	สูง	1.68
มารูโกะจังเป็นตัวการ์ตูนที่เชี่ยวชาญในสินค้าชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในหญิง	3.90	ต่ำ	1.55

## 5.2 ความเชี่ยวชาญของตัวการ์ตูนในทัศนะของกลุ่มวัยทำงานตอนต้น

กลุ่มวัยทำงานตอนต้นนั้นมีความเห็นว่า เฉพาะตัวการ์ตูนโตราเอมอนกับโดนัลด์ดั๊กเท่านั้น ที่มีความเชี่ยวชาญสูงในสินค้าที่นำตัวการ์ตูนไปใช้ อย่างไรก็ตาม ด้วยค่าเฉลี่ยที่ใกล้ค่ากลาง 4.00 อาจกล่าวได้ว่า ตัวการ์ตูนทั้งสองมีความเชี่ยวชาญในสินค้าที่ตนสนับสนุนเพียงเล็กน้อย ส่วนวินนี่ เดอะ พู มิกกี้ เม้าส์ ซินจังและมารูโกะจังเป็นตัวการ์ตูนที่คนกลุ่มนี้เห็นว่ามีความเชี่ยวชาญในสินค้าที่ตนสนับสนุนน้อย ด้วยค่าที่ต่างจากค่ากลางมากกว่าของซินจังและมารูโกะจัง อาจกล่าวได้ว่า ตัวการ์ตูนทั้งสองมีความเชี่ยวชาญต่ำกว่าวินนี่ เดอะ พูและมิกกี้ เม้าส์ ดังตารางที่ 24

ตารางที่ 24 แสดงความหมายและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวการ์ตูนที่มีชื่อเสียง จำแนกตามความเชี่ยวชาญตัวการ์ตูนที่มีชื่อเสียง

	ค่าเฉลี่ย	ความหมายของค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
โตราเอมอนเป็นตัวการ์ตูนที่เชี่ยวชาญในสินค้าอุปกรณ์เครื่องเขียน	4.08	สูง	1.58
โดนัลด์ดั๊กเป็นตัวการ์ตูนที่เชี่ยวชาญในสินค้าผ้าขนหนู	4.05	สูง	1.41
วินนี่เดอะพูเป็นตัวการ์ตูนที่เชี่ยวชาญในสินค้าอุปกรณ์เครื่องเขียน	3.97	ต่ำ	1.42
มิกกี้เม้าส์เป็นตัวการ์ตูนที่เชี่ยวชาญในสินค้าอุปกรณ์เครื่องเขียน	3.88	ต่ำ	1.36
ซินจังเป็นตัวการ์ตูนที่เชี่ยวชาญในสินค้าชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในชาย	3.44	ต่ำ	1.56
มารูโกะจังเป็นตัวการ์ตูนที่เชี่ยวชาญในสินค้าชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในหญิง	3.41	ต่ำ	1.38

- ตอนที่ 2** ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร
- ส่วนที่ 1** ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับเพศ อายุและระดับการศึกษา แสดงผลในรูปค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ผลการวิเคราะห์ในส่วนนี้ เพื่อชี้ให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเพศ อายุและระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างกับทัศนคติ

1.1 ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับเพศ

ทัศนคติของกลุ่มวัยรุ่นกับเพศนั้น พบว่า มีเพียงทัศนคติต่อการใช้ตัวการ์ตูนจีนจึงกับชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้ชายเท่านั้น ที่มีความสัมพันธ์กับเพศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเป็นความสัมพันธ์ทางบวก กล่าวคือ ผู้ชายมีทัศนคติเป็นบวกมากกว่าผู้หญิง ทั้งนี้ เป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ดังตารางที่ 25

**ตารางที่ 25** แสดงความสัมพันธ์ทัศนคติของกลุ่มวัยรุ่นกับเพศ จำแนกตามทัศนคติต่อตัวการ์ตูน

ทัศนคติ	ค่าสหสัมพันธ์กับตัวแปรเพศ
การใช้จีนจิ้งกับชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้ชาย	.142*
การใช้โดราเอมอนกับอุปกรณ์เครื่องเขียน	.096
การใช้วินนี่ เดอะ พูกับอุปกรณ์เครื่องเขียน	.031
การใช้มิกกี้ เม้าส์กับอุปกรณ์เครื่องเขียน	.069
การใช้โดนต์ดักกับผ้าขนหนู	.024
การใช้มารูโกะจิ้งกับชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้หญิง	.038

หมายเหตุ 1. คำนวณค่าสถิติจากกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นจำนวน 192 คน

2. เมื่อกำหนดให้ 1 คือ เพศหญิงและ 2 คือเพศชาย

3. \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



ส่วนทัศนคติของกลุ่มวัยทำงานตอนต้นนั้น พบว่า เพศมีความสัมพันธ์ทางลบกับทัศนคติต่อการใช้วินี เดอะ พูกับอุปกรณ์เครื่องเขียนและการใช้มิกกี เมาส์กับอุปกรณ์เครื่องเขียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 หมายความว่า ผู้หญิงมีทัศนคติเป็นบวกมากกว่าผู้ชาย ทั้งนี้ เป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ดังตารางที่ 26

ตารางที่ 26 แสดงความสัมพันธ์ทัศนคติของกลุ่มวัยทำงานตอนต้นกับเพศ จำแนกตามทัศนคติต่อตัวการ์ตูน

ทัศนคติ	ค่าสหสัมพันธ์กับตัวแปรเพศ
การใช้วินี เดอะ พูกับอุปกรณ์เครื่องเขียน	-.295**
การใช้มิกกี เมาส์กับอุปกรณ์เครื่องเขียน	-.204**
การใช้ไดร่าเอมอนกับอุปกรณ์เครื่องเขียน	-.117
การใช้โดนต์ดักกับผ้าขนหนู	-.134
การใช้ชินจังกับชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้ชาย	.060
การใช้มารูโกะจังกับชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้หญิง	-.029

หมายเหตุ: คำนวณค่าสถิติจากกลุ่มตัวอย่างวัยทำงานตอนต้นจำนวน 208 คน

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

## 1.2 ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับอายุ

ทัศนคติของกลุ่มวัยรุ่นต่อการใช้โทรคมนาคมกับอุปกรณ์เครื่องเขียน มีความสัมพันธ์กับอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เป็นความสัมพันธ์ทางลบและอยู่ในระดับต่ำ หมายความว่า วัยรุ่นที่อายุน้อยมีทัศนคติเป็นบวกกว่ากลุ่มที่มีอายุมาก นอกจากนี้ ยังพบว่า ทัศนคติต่อการใช้นี้ เอะ พูกับอุปกรณ์เครื่องเขียนและการใช้มีกก็ เมาส์กับอุปกรณ์เครื่องเขียน มีความสัมพันธ์กับอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นความสัมพันธ์ทางลบและอยู่ในระดับต่ำ เช่นเดียวกัน ดังตารางที่ 27

ตารางที่ 27 แสดงความสัมพันธ์ทัศนคติของกลุ่มวัยรุ่นกับอายุ จำแนกตามทัศนคติต่อตัวการ์ตูน

ทัศนคติ	ค่าสหสัมพันธ์กับตัวแปรอายุ
การใช้โทรคมนาคมกับอุปกรณ์เครื่องเขียน	-.289**
การใช้นี้ เอะ พูกับอุปกรณ์เครื่องเขียน	-.151*
การใช้มีกก็ เมาส์กับอุปกรณ์เครื่องเขียน	-.162*
การใช้ไดโนเสาร์ดักกับผ้าขนหนู	-.124
การใช้จินจังกับชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้ชาย	-.028
การใช้มารูโกะจังกับชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้หญิง	-.047

หมายเหตุ: คำนวณค่าสถิติจากกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นจำนวน 192 คน

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนทัศนคติของกลุ่มวัยทำงานตอนต้นนั้น พบว่า มีความสัมพันธ์กับอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ในทัศนคติเกี่ยวกับการใช้โดราเอมอนกับอุปกรณ์เครื่องเขียน การใช้วินนี่ เดอะ พูกับอุปกรณ์เครื่องเขียนและการใช้โดนัลด์ดั๊กกับผ้าขนหนู โดยเป็นความสัมพันธ์ทางลบ ในระดับต่ำ หมายความว่า วัยทำงานตอนต้นที่มีอายุน้อยมีทัศนคติเป็นบวกมากกว่ากลุ่มที่มีอายุมาก ดังตารางที่ 28

ตารางที่ 28 แสดงความสัมพันธ์ทัศนคติของกลุ่มวัยทำงานตอนต้นกับอายุ  
จำแนกตามทัศนคติต่อตัวการ์ตูน

ทัศนคติ	ค่าสหสัมพันธ์กับ ตัวแปรอายุ
การใช้โดราเอมอนกับอุปกรณ์เครื่องเขียน	-.186**
การใช้วินนี่ เดอะ พูกับอุปกรณ์เครื่องเขียน	-.188**
การใช้โดนัลด์ดั๊กกับผ้าขนหนู	-.180**
การใช้มิกกี้ เม้าส์กับอุปกรณ์เครื่องเขียน	-.129
การใช้ซินจังกับชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้ชาย	-.095
การใช้มารูโกะจังกับชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้หญิง	-.111

หมายเหตุ: คำนวณค่าสถิติจากกลุ่มตัวอย่างวัยทำงานตอนต้นจำนวน 208 คน

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

### 1.3 ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับระดับการศึกษา

ทัศนคติของวัยรุ่นต่อการใช้โดราเอมอนกับอุปกรณ์เครื่องเขียนเท่านั้นที่พบว่า มีความสัมพันธ์กับระดับการศึกษาของวัยรุ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยเป็น ความสัมพันธ์ทางลบที่อยู่ในระดับต่ำ หมายความว่า กลุ่มที่มีการศึกษาสูงมีทัศนคติเป็นลบ มากกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาน้อยกว่า ดังตารางที่ 29

ตารางที่ 29 แสดงความสัมพันธ์ทัศนคติของกลุ่มวัยรุ่นกับระดับการศึกษา จำแนกตาม ทัศนคติต่อตัวการ์ตูน

ทัศนคติ	ค่าสหสัมพันธ์กับตัวแปร ระดับการศึกษา
การใช้โดราเอมอนกับอุปกรณ์เครื่องเขียน	-.287**
การใช้วินนี่ เดอะ พูกับอุปกรณ์เครื่องเขียน	-.124
การใช้มิกกี แมสกับอุปกรณ์เครื่องเขียน	-.114
การใช้โดเนลด์ดั๊กกับผ้าขนหนู	-.082
การใช้ชินจังกับชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้ชาย	-.103
การใช้มารูโกะจังกับชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้หญิง	-.117

หมายเหตุ: คำนวณค่าสถิติจากกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นจำนวน 192 คน

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ทัศนคติเกี่ยวกับการใช้มารูโกะจ้งกับชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้หญิง มีความสัมพันธ์กับระดับการศึกษาของคนวัยทำงานตอนต้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนทัศนคติเกี่ยวกับการใช้โดราเอมอนกับอุปกรณ์เครื่องเขียนและการใช้ชินจังกับชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้ชาย มีความสัมพันธ์กับระดับการศึกษาเช่นกัน แต่ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยความสัมพันธ์ทั้งหมดเป็นความสัมพันธ์ทางลบและอยู่ในระดับต่ำ ดังตารางที่ 30

ตารางที่ 30 แสดงความสัมพันธ์ทัศนคติของกลุ่มวัยทำงานตอนต้นกับระดับการศึกษา จำแนกตามทัศนคติต่อตัวการ์ตูน

ทัศนคติ	ค่าสหสัมพันธ์กับตัวแปรระดับการศึกษา
การใช้โดราเอมอนกับอุปกรณ์เครื่องเขียน	-.153*
การใช้ชินจังกับชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้ชาย	-.156*
การใช้มารูโกะจ้งกับชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้หญิง	-.206**
การใช้วินนี่ เดอะ พูกับอุปกรณ์เครื่องเขียน	-.075
การใช้มิกกี เม้าส์กับอุปกรณ์เครื่องเขียน	-.135
การใช้โดนัลด์ดั๊กกับผ้าขนหนู	-.074

หมายเหตุ: คำนวณค่าสถิติจากกลุ่มตัวอย่างวัยทำงานตอนต้นจำนวน 208 คน

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผลที่ได้ในส่วนนี้ ชี้ให้เห็นว่า ทักษะการคิดของกลุ่มวัยรุ่นเกี่ยวกับการใช้เงินจูงกับชุดว่ายน้ำ น้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้ชายมีความสัมพันธ์กับเพศ ส่วนทักษะการคิดเกี่ยวกับการใช้มิกกี้ เม้าส์กับ อุปกรณ์เครื่องเขียนและการใช้วินนี่ เดอะ พู๊กับอุปกรณ์เครื่องเขียนมีความสัมพันธ์กับอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนทักษะการคิดเกี่ยวกับการใช้โดราเอมอนกับอุปกรณ์ เครื่องเขียนมีความสัมพันธ์กับอายุและระดับการศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สำหรับกลุ่มวัยทำงานตอนต้นนั้น พบว่า ทักษะการคิดเกี่ยวกับการใช้เงินจูงกับชุดว่ายน้ำ น้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้ชายและการใช้โดราเอมอนกับอุปกรณ์เครื่องเขียนมีความสัมพันธ์กับระดับ การศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 พบว่า ทักษะการคิดเกี่ยวกับการใช้วินนี่ เดอะ พู๊กับอุปกรณ์เครื่องเขียนมีความสัมพันธ์กับเพศและอายุ โดยตัวแปรเพศยังมีความสัมพันธ์กับทักษะการคิดเกี่ยวกับการใช้มิกกี้ เม้าส์กับอุปกรณ์เครื่อง เขียน ส่วนตัวแปรอายุก็มีความสัมพันธ์กับทักษะการคิดเกี่ยวกับการใช้โดนัลด์ดั๊กกับผ้าขนหนู นอกจากนี้ ทักษะการคิดเกี่ยวกับการใช้มารูโกะจูงกับชุดว่ายน้ำ น้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้หญิงมีความ สัมพันธ์กับระดับการศึกษา

ส่วนที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจซื้อสินค้ากับเพศ อายุและระดับการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ในส่วนนี้ เพื่อชี้ให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเพศ อายุและ ระดับการศึกษากับความตั้งใจซื้อสินค้า โดยเรียงลำดับการนำเสนอข้อมูลจากจำนวนของ ความสัมพันธ์ที่พบ

## 2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจซื้อเพื่อนำมาใช้เองกับเพศ

พบว่า มีเพียงความตั้งใจซื้อชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้ชายที่มีการตัวการ์ตูนจีนจิ้งเท่านั้น ที่มีความสัมพันธ์กับเพศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเป็นความสัมพันธ์ทางบวก กล่าวคือ ผู้ชายมีความตั้งใจซื้อเพื่อนำมาใช้เองสูงกว่าผู้หญิง ทั้งนี้ เป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ดังตารางที่ 31

ตารางที่ 31 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจซื้อเพื่อนำมาใช้เองของกลุ่มวัยรุ่นกับเพศ จำแนกตามประเภทสินค้า

ความตั้งใจซื้อเพื่อนำมาใช้เอง	ค่าสหสัมพันธ์กับตัวแปรเพศ
ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้ชายที่มีการใช้จีนจิ้ง	.161*
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้โดราเอมอน	.035
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้วินนี่ เดอะ พู	-.044
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้มิกกี้ เม้าส์	-.062
ผ้าขนหนูที่มีการใช้โดนต์ดัก	.056
ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้หญิงที่มีการใช้มารูโกะจัง	-.041

หมายเหตุ: คำนวณค่าสถิติจากกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นจำนวน 192 คน

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ส่วนความตั้งใจซื้อเพื่อนำมาใช้เองของกลุ่มวัยทำงานตอนต้นนั้น พบว่า ทุกสินค้ามีความสัมพันธ์กับเพศ โดยพบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ของความตั้งใจซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้ไดรามาเมอน ผ้าขนหนูที่มีการใช้ไดโนลด์ดัก ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้ชายที่มีการใช้ซินจังและชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้หญิงที่มีการใช้มารูโกะจัง และที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้วินนี่ เดอะ พูและอุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้มิกกี้ เมาส์ ทั้งนี้ความสัมพันธ์ทั้งหมดเป็นความสัมพันธ์ทางลบและอยู่ในระดับต่ำ หมายความว่า เพศหญิงมีความตั้งใจซื้อเพื่อนำมาใช้เองสูงกว่าเพศชาย ดังตารางที่ 32

ตารางที่ 32 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจซื้อเพื่อนำมาใช้เองของกลุ่มวัยทำงานตอนต้นกับเพศ จำแนกตามประเภทสินค้า

ความตั้งใจซื้อเพื่อนำมาใช้เอง	ค่าสหสัมพันธ์กับตัวแปรเพศ
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้ไดรามาเมอน	-.175*
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้วินนี่ เดอะ พู	-.354**
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้มิกกี้ เมาส์	-.259**
ผ้าขนหนูที่มีการใช้ไดโนลด์ดัก	-.162*
ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้ชายที่มีการใช้ซินจัง	-.152*
ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้หญิงที่มีการใช้มารูโกะจัง	-.144*

หมายเหตุ: คำนวณค่าสถิติจากกลุ่มตัวอย่างวัยทำงานตอนต้นจำนวน 208 คน

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ศูนย์วิจัยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## 2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจเพื่อนำมาใช้เองกับอายุ

ความตั้งใจใช้อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้ไดรามาและเครื่องเขียนที่มีการใช้วินนี่ เดอะ พู มีความสัมพันธ์กับอายุ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 ตามลำดับ ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ทางลบและอยู่ในระดับต่ำ หมายความว่า วัยรุ่นที่อายุน้อยมีความตั้งใจซื้อสูงกว่ากลุ่มที่มีอายุมาก ดังตารางที่ 33

ตารางที่ 33 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจเพื่อนำมาใช้เองของกลุ่มวัยรุ่นกับอายุ จำแนกตามประเภทสินค้า

ความตั้งใจเพื่อนำมาใช้เอง	ค่าสหสัมพันธ์กับตัวแปรอายุ
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้ไดรามา	-.244**
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้วินนี่ เดอะ พู	-.155*
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้มิกกี้ เม้าส์	-.094
ผ้าขนหนูที่มีการใช้ไดโนเสาร์	-.084
ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้ชายที่มีการใช้ชินจัง	-.043
ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้หญิงที่มีการใช้มารูโกะจัง	.081

หมายเหตุ: คำนวณค่าสถิติจากกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นจำนวน 192 คน

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนความตั้งใจซื้อของกลุ่มวัยทำงานตอนต้นนั้น พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้ไดรามาเอมอน อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้วินนี่เดอะ พู และผ้าขนหนูที่มีการใช้โดนัลด์ดั๊ก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยเป็นความสัมพันธ์ทางลบ ในระดับต่ำ หมายความว่า วัยทำงานตอนต้นที่มีอายุน้อยมีความตั้งใจซื้อเพื่อนำมาใช้เองสูงกว่ากลุ่มที่มีอายุมาก ดังตารางที่ 34

ตารางที่ 34 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจซื้อเพื่อนำมาใช้เองของกลุ่มวัยทำงานตอนต้นกับอายุ จำแนกตามประเภทสินค้า

ความตั้งใจซื้อเพื่อนำมาใช้เอง	ค่าสหสัมพันธ์กับ ตัวแปรอายุ
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้ไดรามาเอมอน	-.222**
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้วินนี่เดอะ พู	-.229**
ผ้าขนหนูที่มีการใช้โดนัลด์ดั๊ก	-.181**
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้มิกกี้ เม้าส์	-.129
ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้ชายที่มีการใช้ชินจัง	-.101
ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้หญิงที่มีการใช้มารูโกะจัง	-.075

หมายเหตุ: คำนวณค่าสถิติจากกลุ่มตัวอย่างวัยทำงานตอนต้นจำนวน 208 คน

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### 2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจซื้อเพื่อนำมาใช้เองกับระดับการศึกษา

ความตั้งใจซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้ไดรามาเมอนและอุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้วินนี่ เดอะ พู มีความสัมพันธ์กับระดับการศึกษาของวัยรุ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยเป็นความสัมพันธ์ทางลบที่อยู่ในระดับต่ำ หมายความว่า กลุ่มที่มีการศึกษาสูงมีความตั้งใจซื้อต่ำกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาน้อยกว่า ดังตารางที่ 35

ตารางที่ 35 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจซื้อเพื่อนำมาใช้เองของกลุ่มวัยรุ่นกับระดับการศึกษา จำแนกตามประเภทสินค้า

ความตั้งใจซื้อเพื่อนำมาใช้เอง	ค่าสหสัมพันธ์กับตัวแปรระดับการศึกษา
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้ไดรามาเมอน	-.221**
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้วินนี่ เดอะ พู	-.193**
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้มิกกี้ เมาส์	-.041
ผ้าขนหนูที่มีการใช้โดนัลด์ดั๊ก	-.085
ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้ชายที่มีการใช้ซินจัง	-.081
ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้หญิงที่มีการใช้มารูโกะจัง	-.039

หมายเหตุ คำนวณค่าสถิติจากกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นจำนวน 192 คน

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนระดับการศึกษาของกลุ่มวัยทำงานตอนต้น พบว่า มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้อชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้หญิงที่มีการใช้มารูโกะจัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้ไดร่าเอมมอน โดยความสัมพันธ์ทั้งหมดเป็นความสัมพันธ์ทางลบและอยู่ในระดับต่ำ ดังตารางที่ 36

ตารางที่ 36 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจเพื่อนำมาใช้เองของกลุ่มวัยทำงานตอนต้นกับระดับการศึกษา จำแนกตามประเภทสินค้า

ความตั้งใจเพื่อนำมาใช้เอง	ค่าสหสัมพันธ์กับตัวแปรระดับการศึกษา
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้ไดร่าเอมมอน	-.156*
ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้หญิงที่มีการใช้มารูโกะจัง	-.216**
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้วินนี่ เดอะ พู	-.082
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้มิกกี เมาส์	-.129
ผ้าขนหนูที่มีการใช้ไดนัลด์ดัก	-.111
ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้ชายที่มีการใช้ชินจัง	.002

หมายเหตุ คำนวณค่าสถิติจากกลุ่มตัวอย่างวัยทำงานตอนต้นจำนวน 208 คน

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

#### 2.4 ความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจซื้อเพื่อมอบเป็นของขวัญกับเพศ

ไม่พบว่า เพศของกลุ่มวัยรุ่นมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความตั้งใจซื้อเพื่อมอบเป็นของขวัญ ดังตารางที่ 37

ตารางที่ 37 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจซื้อเพื่อมอบเป็นของขวัญของกลุ่มวัยรุ่นกับเพศ จำแนกตามประเภทสินค้า

ความตั้งใจซื้อเพื่อมอบเป็นของขวัญ	ค่าสหสัมพันธ์กับตัวแปรเพศ
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้ไดรามามอน	.128
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้วินนี่ เดอะ พู	-.023
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้มิกกี้ เมาส์	.064
ผ้าขนหนูที่มีการใช้โดนต์ดัก	-.044
ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้ชายที่มีการใช้ซินจัง	.097
ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้หญิงที่มีการใช้มารูโกะจัง	-.072

หมายเหตุ คำนวณค่าสถิติจากกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นจำนวน 192 คน

ส่วนความตั้งใจซื้อของกลุ่มวัยทำงานตอนต้นนั้น พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้วินนี่ เดอะ พู อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เป็นความสัมพันธ์ทางลบ ที่อยู่ในระดับต่ำ หมายความว่า ผู้หญิงมีความตั้งใจซื้อเพื่อมอบเป็นของขวัญสูงกว่าผู้ชาย ดังตารางที่ 38

ตารางที่ 38 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจซื้อเพื่อมอบเป็นของขวัญของกลุ่มวัยทำงานตอนต้นกับเพศ จำแนกตามประเภทสินค้า

ความตั้งใจซื้อเพื่อมอบเป็นของขวัญ	ค่าสหสัมพันธ์กับตัวแปรเพศ
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้วินนี่ เดอะ พู	-.220**
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้โดราเอมอน	-.009
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้มิกกี้ เม้าส์	-.071
ผ้าขนหนูที่มีการใช้โดนัลด์ดั๊ก	-.035
ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้ชายที่มีการใช้ชินจัง	.102
ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้หญิงที่มีการใช้มารุโกะจัง	.070

หมายเหตุ: คำนวณค่าสถิติจากกลุ่มตัวอย่างวัยทำงานตอนต้นจำนวน 208 คน

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## 2.5 ความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจซื้อเพื่อมอบเป็นของขวัญกับอายุ

ไม่พบว่า อายุของกลุ่มวัยรุ่นมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความตั้งใจซื้อเพื่อมอบเป็นของขวัญ ดังตารางที่ 39

ตารางที่ 39 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจซื้อเพื่อมอบเป็นของขวัญของกลุ่มวัยรุ่นกับอายุ จำแนกตามประเภทสินค้า

ความตั้งใจซื้อเพื่อมอบเป็นของขวัญ	ค่าสหสัมพันธ์กับตัวแปรอายุ
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้ไดรามาเมอน	-.130
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้วินนี่ เดอะ พู	-.117
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้มิกกี้ เมาส์	-.106
ผ้าขนหนูที่มีการใช้โดนต์ดัก	.045
ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้ชายที่มีการใช้จินจัง	.059
ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้หญิงที่มีการใช้มารูโกะจัง	.043

หมายเหตุ คำนวณค่าสถิติจากกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นจำนวน 192 คน

ส่วนอายุของกลุ่มวัยทำงานตอนต้นนั้น พบว่า มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้ไดรามาเมอน อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้มิกกี้ เมาส์และผ้าขนหนูที่มีการใช้ไดโนเสาร์ดึก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และยังมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้วินนี่ เดอะ พู อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยเป็นความสัมพันธ์ทางลบ ในระดับต่ำ หมายความว่า วัยทำงานตอนต้นที่มีอายุน้อย มีความตั้งใจซื้อเฟออมอบเป็นของขวัญสูงกว่ากลุ่มที่มีอายุมาก ดังตารางที่ 40

ตารางที่ 40 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจเฟออมอบเป็นของขวัญของกลุ่มวัยทำงานตอนต้นกับอายุ จำแนกตามประเภทสินค้า

ความตั้งใจเฟออมอบเป็นของขวัญ	ค่าสหสัมพันธ์กับตัวแปรอายุ
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้ไดรามาเมอน	-.174*
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้วินนี่ เดอะ พู	-.183**
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้มิกกี้ เมาส์	-.163*
ผ้าขนหนูที่มีการใช้ไดโนเสาร์ดึก	-.145*
ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้ชายที่มีการใช้ชินจัง	-.117
ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้หญิงที่มีการใช้มารูโกะจัง	-.092

หมายเหตุ คำนวณค่าสถิติจากกลุ่มตัวอย่างวัยทำงานตอนต้นจำนวน 208 คน

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## 2.6 ความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจซื้อเพื่อมอบเป็นของขวัญกับระดับการศึกษา

พบว่า ระดับการศึกษาของวัยรุ่นมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้ไดรามามอนและอุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้วินนี่ เดอะ พู อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 ยังพบว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้มิกกี้ เม้าส์ โดยเป็นความสัมพันธ์ทางลบที่อยู่ในระดับต่ำ ทั้งสิ้น หมายความว่า วัยรุ่นที่มีการศึกษาสูงมีความตั้งใจซื้อเพื่อมอบเป็นของขวัญต่ำกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาน้อย ดังตารางที่ 41

ตารางที่ 41 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจซื้อเพื่อมอบเป็นของขวัญของกลุ่มวัยรุ่นกับระดับการศึกษา จำแนกตามประเภทสินค้า

ความตั้งใจซื้อเพื่อมอบเป็นของขวัญ	ค่าสหสัมพันธ์กับตัวแปรระดับการศึกษา
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้ไดรามามอน	-.262**
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้วินนี่ เดอะ พู	-.216**
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้มิกกี้ เม้าส์	-.146*
ผ้าขนหนูที่มีการใช้โคนัลด์ดัก	-.016
ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้ชายที่มีการใช้ซินจัง	-.054
ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้หญิงที่มีการใช้มารูโกะจัง	-.058

หมายเหตุ คำนวณค่าสถิติจากกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นจำนวน 192 คน

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ระดับการศึกษาของคนวัยทำงานตอนต้นมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้อชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้หญิงที่มีการใช้มารูโกะจัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเป็นความสัมพันธ์ทางลบและอยู่ในระดับต่ำ ดังตารางที่ 42

ตารางที่ 42 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจซื้อเพื่อมอบเป็นของขวัญของกลุ่มวัยทำงานตอนต้นกับระดับการศึกษา จำแนกตามประเภทสินค้า

ความตั้งใจซื้อเพื่อมอบเป็นของขวัญ	ค่าสหสัมพันธ์กับตัวแปรระดับการศึกษา
ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้หญิงที่มีการใช้มารูโกะจัง	-.153*
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้โดราเอมอน	-.083
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้วินนี่ เดอะ พู	.064
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้มิกกี้ เม้าส์	-.103
ผ้าขนหนูที่มีการใช้โดนัลด์ดั๊ก	-.059
ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้ชายที่มีการใช้ชินจัง	.139

หมายเหตุ: คำนวณค่าสถิติจากกลุ่มตัวอย่างวัยทำงานตอนต้นจำนวน 208 คน

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลที่ได้ในส่วนนี้ แสดงว่า ความตั้งใจซื้อเพื่อนำมาใช้เองของวัยรุ่นมีความสัมพันธ์กับเพศ ในกรณีชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้ชายที่มีการใช้ชินจัง ส่วนความตั้งใจซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้โดราเอมอนและอุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้วินนี่ เดอะ พูมีความสัมพันธ์กับอายุและระดับการศึกษา ส่วนการซื้อเพื่อมอบเป็นของขวัญนั้น พบว่า เพศและอายุไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ แต่ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้โดราเอมอน อุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้วินนี่ เดอะ พูและอุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้มิกกี้ เม้าส์

สำหรับกลุ่มวัยทำงานตอนต้น การซื้อเพื่อนำมาใช้เองมีความสัมพันธ์กับเพศ อายุมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้โดราเอมอนหรือวินนี่ เดอะ พู และผ้าขนหนูที่มีการใช้โดนัลด์ดั๊ก ส่วนระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้โดราเอมอนและชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้หญิงที่มีการใช้มา

รูโกะจึง ส่วนการซื้อเพื่อมอบเป็นของขวัญนั้น พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้วินนี่ เดอะ พู นอกจากนี้ ยังพบความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจซื้ออุปกรณ์เครื่องเขียนที่มีการใช้โดราเอมอนหรือวินนี่ เดอะ พู หรือมิกกี้ เม้าส์และผ้าขนหนูที่มีการใช้โดนัลด์ดั๊กกับอายุของคนวัยทำงานตอนต้น ส่วนระดับการศึกษานั้น พบว่า มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้อชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้หญิงที่มีการใช้มารูโกะจึงเท่านั้น

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 ทดสอบความแตกต่างของทัศนคติระหว่างกลุ่มวัยรุ่นและกลุ่มวัยทำงานตอนต้น

ทัศนคติของวัยรุ่นแตกต่างจากกลุ่มวัยทำงานตอนต้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากการใช้สถิติทดสอบ t-test เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยทัศนคติระหว่างกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานตอนต้น พบว่า

1. ทัศนคติของทั้งสองกลุ่มต่อการใช้ตัวการ์ตูนวินนี่ เดอะ พูกับอุปกรณ์เครื่องเขียนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังตารางที่ 43

ตารางที่ 43 แสดงความแตกต่างของทัศนคติ ต่อการใช้ตัวการ์ตูนวินนี่ เดอะ พูกับอุปกรณ์เครื่องเขียน จำแนกตามประเภทของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า t
วัยรุ่น	192	5.0560	1.1797	5.073**
วัยทำงานตอนต้น	208	4.4627	1.1581	

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2. ทศนคติของทั้งสองกลุ่มต่อการใช้ตัวการ์ตูนโตราเอมอนกับอุปกรณ์เครื่องเขียนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังตารางที่ 44

ตารางที่ 44 แสดงความแตกต่างของทศนคติ ต่อการใช้ตัวการ์ตูนโตราเอมอนกับอุปกรณ์เครื่องเขียน จำแนกตามประเภทของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า t
วัยรุ่น	192	5.1224	1.1426	6.585**
วัยทำงานตอนต้น	208	4.3582	1.1751	

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3. ทศนคติของทั้งสองกลุ่มต่อการใช้ตัวการ์ตูนโดนัลด์ดั๊กกับผ้าขนหนูแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังตารางที่ 45

ตารางที่ 45 แสดงความแตกต่างของทศนคติ ต่อการใช้ตัวการ์ตูนโดนัลด์ดั๊กกับผ้าขนหนู จำแนกตามประเภทของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า t
วัยรุ่น	192	4.7943	1.0699	3.159**
วัยทำงานตอนต้น	208	4.4447	1.1376	

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4. ทศนคติของทั้งสองกลุ่มต่อการใช้ตัวการ์ตูนมิกกี้เมาส์กับอุปกรณ์เครื่องเขียนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังตารางที่ 46

ตารางที่ 46 แสดงความแตกต่างของทศนคติ ต่อการใช้ตัวการ์ตูนมิกกี้เมาส์กับอุปกรณ์เครื่องเขียน จำแนกตามประเภทของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า t
วัยรุ่น	192	4.7878	1.1355	4.902**
วัยทำงานตอนต้น	208	4.2416	1.0925	

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

5. ทศนคติของทั้งสองกลุ่มต่อการใช้ตัวการ์ตูนชินจังกับชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้ชายแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังตารางที่ 47

ตารางที่ 47 แสดงความแตกต่างของทศนคติ ต่อการใช้ตัวการ์ตูนชินจังกับชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้ชาย จำแนกตามประเภทของกลุ่มตัวอย่าง

	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า t
วัยรุ่น	192	4.0964	1.4932	3.887**
วัยทำงานตอนต้น	208	3.5529	1.3018	

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

6. ทิศนคติของทั้งสองกลุ่มต่อการใช้ตัวการ์ตูนมารูโกะจิงกับชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้หญิงแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังตารางที่ 48

ตารางที่ 48 แสดงความแตกต่างของทัศนคติ ต่อการใช้ตัวการ์ตูนมารูโกะจิงกับชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้หญิง จำแนกตามประเภทของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า t
วัยรุ่น	192	4.0078	1.3167	3.471**
วัยทำงานตอนต้น	208	3.5805	1.1441	

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ส่วนที่ 2 ทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจซื้อเพื่อนำมาใช้เองระหว่างกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานตอนต้น

ความตั้งใจซื้อเพื่อนำมาใช้เองของทั้งสองกลุ่มแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ

โดยการใช้สถิติทดสอบ T-Test พบว่า

1. ความตั้งใจซื้อสินค้าเพื่อนำมาใช้เองของทั้งสองกลุ่มต่อการใช้ตัวการ์ตูนวินนี่ เดอะ พู๊กับอุปกรณ์เครื่องเขียนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังตารางที่ 49

ตารางที่ 49 แสดงความแตกต่างของความตั้งใจซื้อสินค้าเพื่อนำมาใช้เอง ต่อการใช้ตัวการ์ตูนวินนี่ เดอะ พู๊กับอุปกรณ์เครื่องเขียน จำแนกตามประเภทของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า t
วัยรุ่น	192	5.19	1.38	3.093**
วัยทำงานตอนต้น	208	4.75	1.44	

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2. ความตั้งใจซื้อสินค้าเพื่อนำมาใช้เองของทั้งสองกลุ่มต่อการใช้ตัวการตุ้มนโตราเอมอนกับอุปกรณ์เครื่องเขียนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังตารางที่ 50

ตารางที่ 50 แสดงความแตกต่างของความตั้งใจซื้อสินค้าเพื่อนำมาใช้เอง ต่อการใช้ตัวการตุ้มนโตราเอมอนกับอุปกรณ์เครื่องเขียน จำแนกตามประเภทของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า t
วัยรุ่น	192	5.21	1.36	4.904**
วัยทำงานตอนต้น	208	4.51	1.46	

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3. ความตั้งใจซื้อสินค้าเพื่อนำมาใช้เองของทั้งสองกลุ่ม ต่อการใช้ตัวการตุ้มนโตร์ดัดกับผ้าขนหนูแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังตารางที่ 51

ตารางที่ 51 แสดงความแตกต่างของความตั้งใจซื้อสินค้าเพื่อนำมาใช้เอง ต่อการใช้ตัวการตุ้มนโตร์ดัดกับผ้าขนหนู จำแนกตามประเภทของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า t
วัยรุ่น	192	4.86	1.26	3.000**
วัยทำงานตอนต้น	208	4.45	1.47	

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4. ความตั้งใจซื้อสินค้าเพื่อนำมาใช้เองของทั้งสองกลุ่มต่อการใช้ตัวการตุ้มก็เมาส์กับอุปกรณ์เครื่องเขียนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังตารางที่ 52

ตารางที่ 52 แสดงความแตกต่างของความตั้งใจซื้อสินค้าเพื่อนำมาใช้เอง ต่อการใช้ตัวการตุ้มก็เมาส์กับอุปกรณ์เครื่องเขียน จำแนกตามประเภทของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า t
วัยรุ่น	192	4.82	1.30	4.113**
วัยทำงานตอนต้น	208	4.25	1.47	

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

5. ความตั้งใจซื้อสินค้าเพื่อนำมาใช้เองของทั้งสองกลุ่มต่อการใช้ตัวการตุ้มจีนจิ้งกับชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้ชายแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังตารางที่ 53

ตารางที่ 53 แสดงความแตกต่างของความตั้งใจซื้อสินค้าเพื่อนำมาใช้เอง ต่อการใช้ตัวการตุ้มจีนจิ้งกับชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้ชาย จำแนกตามประเภทของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า t
วัยรุ่น	192	3.77	1.82	2.588*
วัยทำงานตอนต้น	208	3.33	1.53	

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



6. ความตั้งใจซื้อสินค้าเพื่อนำมาใช้เองของทั้งสองกลุ่มต่อการใช้ตัวการวัดมารูโกะจิงกับชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้หญิงแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังตารางที่ 54

ตารางที่ 54 แสดงความแตกต่างของความตั้งใจซื้อสินค้าเพื่อนำมาใช้เอง ต่อการใช้ตัวการวัดมารูโกะจิงกับชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้หญิง จำแนกตามประเภทของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า t
วัยรุ่น	192	5.19	1.38	3.103**
วัยทำงานตอนต้น	208	4.75	1.44	

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ส่วนที่ 3 ทดสอบความแตกต่างของความตั้งใจซื้อเพื่อมอบเป็นของขวัญระหว่างกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานตอนต้น

มีความแตกต่างของความตั้งใจซื้อสินค้าเพื่อมอบเป็นของขวัญ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นเฉพาะสินค้าที่มีการนำตัวการวัดวินจิงและมารูโกะจิงมาใช้

โดยการใช้สถิติทดสอบ t-test พบว่า

1. ความตั้งใจซื้อสินค้าเพื่อมอบเป็นของขวัญของทั้งสองกลุ่มต่อการใช้ตัวการวัดวินจิง เดอะ ทุกกับอุปกรณ์เครื่องเขียนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังตารางที่ 55

ตารางที่ 55 แสดงความแตกต่างของความตั้งใจซื้อสินค้าเพื่อมอบเป็นของขวัญต่อการใช้ตัวการ์ตูนวินนี่ เดอะ พู๊กับอุปกรณ์เครื่องเขียน จำแนกตามประเภทของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	t
วัยรุ่น	192	5.80	1.18	3.209**
วัยทำงานตอนต้น	208	5.41	1.24	

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2. ความตั้งใจซื้อสินค้าเพื่อมอบเป็นของขวัญของทั้งสองกลุ่มต่อการใช้ตัวการ์ตูนโดราเอมอนกับอุปกรณ์เครื่องเขียนกับอุปกรณ์เครื่องเขียนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังตารางที่ 56

ตารางที่ 56 แสดงความแตกต่างของความตั้งใจซื้อสินค้าเพื่อมอบเป็นของขวัญต่อการใช้ตัวการ์ตูนโดราเอมอนกับอุปกรณ์เครื่องเขียน จำแนกตามประเภทของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	t
วัยรุ่น	192	5.65	1.12	4.264**
วัยทำงานตอนต้น	208	5.10	1.41	

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01



3. ความตั้งใจซื้อสินค้าเพื่อมอบเป็นของขวัญของทั้งสองกลุ่ม ต่อการใช้ตัวการ์ตูนโดนัลด์ ดั๊กกับผ้าขนหนูแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังตารางที่ 57

ตารางที่ 57 แสดงความแตกต่างของความตั้งใจซื้อสินค้าเพื่อมอบเป็นของขวัญ ต่อการใช้ตัวการ์ตูน โดนัลด์ดั๊กกับผ้าขนหนู จำแนกตามประเภทของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า t
วัยรุ่น	192	5.45	1.29	2.611**
วัยทำงานตอนต้น	208	5.12	1.30	

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4. ความตั้งใจซื้อสินค้าเพื่อมอบเป็นของขวัญของทั้งสองกลุ่มต่อการใช้ตัวการ์ตูนมิกกี้เมาส์ กับอุปกรณ์เครื่องเขียนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังตารางที่ 58

ตารางที่ 58 แสดงความแตกต่างของความตั้งใจซื้อสินค้าเพื่อมอบเป็นของขวัญ ต่อการใช้ตัวการ์ตูนมิกกี้เมาส์กับอุปกรณ์เครื่องเขียน จำแนกตามประเภทของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ค่า t
วัยรุ่น	192	5.49	1.15	3.601**
วัยทำงานตอนต้น	208	5.04	1.34	

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

5. ความตั้งใจซื้อสินค้าเพื่อมอบเป็นของขวัญของทั้งสองกลุ่มต่อการใช้ตัวการ์ตูนชินจังกับชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้ชายไม่แตกต่างกัน ดังตารางที่ 59

ตารางที่ 59 แสดงความแตกต่างของความตั้งใจซื้อสินค้าเพื่อมอบเป็นของขวัญ ต่อการใช้ตัวการ์ตูนชินจังกับชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้ชาย จำแนกตามประเภทของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า t
วัยรุ่น	192	4.45	1.89	0.981
วัยทำงานตอนต้น	208	4.28	1.66	

6. ความตั้งใจซื้อสินค้าเพื่อมอบเป็นของขวัญของทั้งสองกลุ่มต่อการใช้ตัวการ์ตูนมารูโกะจิ้งกับชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้หญิงไม่แตกต่างกัน ดังตารางที่ 60

ตารางที่ 60 แสดงความแตกต่างของความตั้งใจซื้อสินค้าเพื่อมอบเป็นของขวัญ ต่อการใช้ตัวการ์ตูนมารูโกะจิ้งกับชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในสำหรับผู้หญิง จำแนกตามประเภทของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่า t
วัยรุ่น	192	4.32	1.77	0.984
วัยทำงานตอนต้น	208	4.15	1.56	

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

#### ส่วนที่ 4 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับความตั้งใจซื้อเพื่อนำมาใช้เอง

##### ทัศนคติยังเป็นบวก ความตั้งใจซื้อเพื่อนำมาใช้เองยิ่งจะสูง

จากการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับความตั้งใจซื้อเพื่อนำมาใช้เองของกลุ่มวัยรุ่น พบว่า ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 นั้น ทัศนคติต่อการใช้ตัวการ์ตูนทั้งหมดมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับความตั้งใจซื้อ โดยเป็นความสัมพันธ์ในระดับปานกลางถึงสูง หมายความว่า ทัศนคติที่เป็นบวกสามารถสร้างความตั้งใจซื้อสินค้านั้น ๆ เพื่อนำมาใช้เองสูงได้ โดยเฉพาะสินค้าประเภทชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นใน ซึ่งจัดเป็นสินค้าที่มีระดับความเกี่ยวข้องกับผู้บริโภคสูง ดังตารางที่ 61

ตารางที่ 61 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของกลุ่มวัยรุ่นกับความตั้งใจซื้อเพื่อนำมาใช้เอง

ทัศนคติกับความตั้งใจซื้อ	ค่าสหสัมพันธ์ ของกลุ่มวัยรุ่น
ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในชายที่ใช้ชินจัง	.796**
ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในหญิงที่ใช้มารูโกะจัง	.733**
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่ใช้วินนี่ เดอะ พู	.710**
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่ใช้โดราเอมอน	.705**
ผ้าขนหนูที่ใช้โดนัลด์ดั๊ก	.686**
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่ใช้มิกกี้ แมส	.666**

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สำหรับกลุ่มตัวอย่างวัยทำงานตอนต้นนั้น พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับความตั้งใจเพื่อนำมาใช้เองของกลุ่มนี้มีลักษณะเช่นเดียวกับที่พบในกลุ่มวัยรุ่น กล่าวคือ ทัศนคติมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับความตั้งใจ ทั้งยังเป็นความสัมพันธ์ในระดับปานกลางถึงสูง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 อย่างไรก็ตาม ค่าความสัมพันธ์ที่ได้ของกลุ่มนี้ จัดว่ามีค่าใกล้เคียงกันระหว่างตัวการต่าง ๆ มีเพียงไม่กี่ เมาส์เท่านั้นที่มีค่าเฉลี่ย ต่างจากกลุ่มอย่างเห็นได้ชัด ดังตารางที่ 62

ตารางที่ 62 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของกลุ่มวัยทำงานตอนต้นกับความตั้งใจเพื่อนำมาใช้เอง

ทัศนคติกับความตั้งใจ	ค่าสหสัมพันธ์ ของกลุ่มวัย ทำงานตอน ต้น
ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในชายที่ใช้ชินจัง	.797**
ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในหญิงที่ใช้มารูโกะจัง	.758**
ผ้าขนหนูที่ใช้โดเนลด์ดั๊ก	.750**
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่ใช้วินนี่ เดอะ พู	.735**
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่ใช้โดราเอมอน	.724**
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่ใช้มิกกี เมาส์	.621**

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ได้ในส่วนนี้ แสดงให้เห็นว่า ทัศนคติของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานตอนต้นมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเพื่อนำมาใช้เอง ในระดับปานกลางถึงสูงและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ ทัศนคติยังเป็นบวก ความตั้งใจเพื่อนำมาใช้เองยิ่งจะสูงขึ้น นอกจากนั้น พบว่า ทัศนคติต่อการใช้ตัวการ์ตูนกับสินค้าประเภทที่มีความเกี่ยวข้องกับผู้บริโภคสูง มีความสัมพันธ์สูงกว่าทัศนคติต่อการใช้ตัวการ์ตูนกับสินค้าที่มีความเกี่ยวข้องกับผู้บริโภคต่ำ

ส่วนที่ 5 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับความตั้งใจซื้อเพื่อมอบเป็นของขวัญ

ทัศนคติต่อการใช้ตัวการ์ตูนส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลางกับ ความตั้งใจซื้อเพื่อมอบเป็นของขวัญ

จากการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับความตั้งใจซื้อเพื่อมอบเป็นของขวัญของกลุ่มวัยรุ่น พบว่า ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 นั้น ทัศนคติต่อการใช้ตัวการ์ตูนทั้งหมดตัวมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับความตั้งใจซื้อ โดยเป็นความสัมพันธ์ในระดับปานกลางเป็นส่วนใหญ่ มีเพียงสินค้าที่ใช้ชินจังเท่านั้น ที่ค่าสหสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง นอกจากนี้ พบว่าการใช้ตัวการ์ตูนกับสินค้าประเภทชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นใน ซึ่งจัดเป็นสินค้าที่มีระดับความเกี่ยวข้องกับผู้บริโภคสูงนั้น มีค่าความสัมพันธ์สูงกว่าการใช้ตัวการ์ตูนกับสินค้าที่มีความเกี่ยวข้องต่ำ ดังตารางที่ 63

ตารางที่ 63 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของกลุ่มวัยรุ่นกับความตั้งใจซื้อเพื่อมอบเป็นของขวัญ

ทัศนคติกับความตั้งใจซื้อเพื่อมอบเป็นของขวัญ	ค่าสหสัมพันธ์ ของกลุ่มวัย รุ่น
ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในชายที่ใช้ชินจัง	.793**
ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในหญิงที่ใช้มารูโกะจัง	.660**
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่ใช้วินนี่ เดอะ พู	.534**
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่ใช้โดราเอมอน	.496**
ผ้าขนหนูที่ใช้โดนัลด์ดั๊ก	.470**
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่ใช้มิกกี้ เม้าส์	.484**

สำหรับกลุ่มตัวอย่างวัยทำงานตอนต้นนั้น พบว่า ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 นั้น ทักษะคิดต่อการใช้ตัวการ์ตูนทั้งหกตัวมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับความตั้งใจซื้อเพื่อมอบเป็นของขวัญ โดยความสัมพันธ์ทั้งหมดที่พบอยู่ในระดับปานกลาง และค่าสหสัมพันธ์ที่ได้นั้น มีค่าใกล้เคียงกัน ดังตารางที่ 64

ตารางที่ 64 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทักษะคิดของกลุ่มวัยทำงานตอนต้นกับความตั้งใจซื้อเพื่อมอบเป็นของขวัญ

ทักษะคิดกับความตั้งใจซื้อเพื่อมอบเป็นของขวัญ	ค่าสหสัมพันธ์ของกลุ่มวัยทำงานตอนต้น
ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในชายที่ใช้ชินจัง	.641**
ผ้าขนหนูที่ใช้โดนต์ดัก	.635**
ชุดว่ายน้ำ ชุดชั้นในหญิงที่ใช้มารูโกะจัง	.623**
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่ใช้วินนี่ เดอะ พู	.604**
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่ใช้โดราเอมอน	.581**
อุปกรณ์เครื่องเขียนที่ใช้มิกกี เม้าส์	.575**

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่ได้ในส่วนนี้ แสดงให้เห็นว่า ทักษะคิดของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานตอนต้นมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจซื้อเพื่อมอบเป็นของขวัญในระดับปานกลางและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน มีเฉพาะสินค้าที่ใช้ตัวการ์ตูนที่ใช้ชินจังเท่านั้นที่พบค่าสหสัมพันธ์ในระดับสูง แต่ก็เฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นเท่านั้น นอกจากนี้ ยังพบว่า แม้เมื่อวัยรุ่นต้องการซื้อสินค้าประเภทที่มีความเกี่ยวข้องกับผู้บริโภคสูง เพื่อมอบเป็นของขวัญ ความต้องการซื้อนั้นก็มีความสัมพันธ์กับทักษะคิดต่อการนำตัวการ์ตูนไปใช้ด้วย