บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่องส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการจากคู่มือเสนอขาย : ผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทเครื่องสำอาง ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 469 คน ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัยออกเป็นลำดับขั้น ดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษา มีสัญลักษณ์ดังนี้

$\overline{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 469 คน
X	แทน	ภาพรวมส่วนประสมทางการตลาด
X_1	แทน	ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์
X_2	แทน	ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา
X_3	แทน	ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
X_4	แทน	ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการขาย
Y	แทน	ภาพรวมคุณภาพการให้บริการ
Y_1	แทน	การให้บริการรวดเร็วทันต่อเวลา
Y_2	แทน	การให้บริการอย่างเพียงพอ
Y_3	แทน	การให้บริการอย่างต่อเนื่อง
Y_4	แทน	การให้บริการที่มีความก้าวหน้า

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

Y_5	แทน	การให้บริการอย่างเท่าเทียม
r_{xy}	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Coefficient of Correletion)
p - value	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Significance)
t	แทน	สถิติทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการจากคู่มือเสนอขาย : ผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทเครื่องสำอาง ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ลำดับขั้นตอนในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าที่ใช้บริการจากคู่มือเสนอขาย : ผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทเครื่องสำอาง ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ ซึ่งใช้วิธีการประมวลผลทางหลักสถิติเชิงพรรณนา โดยการหาค่าความถี่และค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการซื้อผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทเครื่องสำอาง ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งใช้วิธีการประมวลผลทางหลักสถิติเชิงพรรณนา โดยการหาค่าความถี่และค่าร้อยละ

ตอนที่ 3 ผลวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่ลูกค้าเลือกใช้บริการจากคู่มือเสนอขายผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทเครื่องสำอาง ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ด้านการส่งเสริมการขาย โดยใช้วิธีการประมวลผลทางหลักสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตอนที่ 4 ผลวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการจากคู่มือเสนอขาย : ผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามได้แก่ การให้บริการรวดเร็วทันต่อเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง การให้บริการที่มีความก้าวหน้า และ การให้บริการอย่างเท่าเทียม โดยใช้วิธีการประมวลผลทางหลักสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด กับคุณภาพการให้บริการในการเลือกใช้บริการจากคู่มือเสนอขาย : ผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทเครื่องสำอาง

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัว โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าที่ใช้บริการจากคู่มือเสนอขาย : ผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทเครื่องสำอาง ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าที่ใช้บริการจากคู่มือเสนอขาย: ผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทเครื่องสำอาง ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลส่วนบุคคลมาทำการคำนวณโดย ใช้สถิติพื้นฐานได้แก่ ความถี่และร้อยละ ซึ่งข้อมูลที่ได้สามารถจำแนกรายละเอียดได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าที่ใช้บริการจากคู่มือเสนอขาย: ผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทเครื่องสำอาง ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	172	36.7
หญิง	297	63.3
รวม	469	100.0
2. อายุ		
ต่ำกว่า 15 ปี	31	6.6
16-25 ปี	96	20.5
26-35 ปี	246	52.4
มากกว่า 36 ปี	96	20.5
รวม	469	100.0
3. สถานภาพทางครอบครัว		
โสด	62	13.2

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
สมรส	375	80.0
แยกกันอยู่/หย่า/หม้าย	32	6.8
รวม	469	100.0
4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
น้อยกว่า 5,000 บาท	62	13.3
5,001 – 10,000 บาท	265	56.5
10,001 – 15,000 บาท	64	13.6
สูงกว่า 15,001 บาท	78	16.6
รวม	469	100.0
5. ระดับการศึกษาสูงสุด		
ประถมศึกษา	30	6.4
มัธยมศึกษา/สูงกว่ามัธยมศึกษา	203	43.3
อนุปริญญา/เทียบเท่า	143	30.5
ปริญญาตรี	78	16.6
สูงกว่าปริญญาตรี	15	3.2
รวม	469	100.0
2. อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	32	6.8
แม่บ้าน	140	29.9
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	110	23.5
รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	139	29.6
รับจ้าง พนักงานบริษัท / ห้างร้าน	48	10.2
รวม	469	100.0

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

จากตารางที่ 2 พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าที่ใช้บริการจากคู่มือ เสนอขาย: ผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทเครื่องสำอาง ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 63.3) และเพศชาย (ร้อยละ 36.7) มีอายุระหว่าง 26-35 ปี (ร้อยละ 52.4) รองลงมา

16-25 ปี และมากกว่า 36 ปีมีจำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 20.5) และต่ำกว่า 15 ปี (ร้อยละ 6.6) ตามลำดับ มีสถานภาพสมรส (ร้อยละ 80.0) รองลงมา โสด (ร้อยละ 13.2) และแยกกันอยู่/หย่า/หม้าย (ร้อยละ 6.8) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,001 - 10,000 บาท (ร้อยละ 56.5) รองลงมา สูงกว่า 15,001 บาท (ร้อยละ 16.6) 10,001-15,000 บาท (ร้อยละ 13.6) และ น้อยกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ 13.3) ตามลำดับ มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา/สูงกว่ามัธยมศึกษา (ร้อยละ 43.3) รองลงมา อนุปริญญา/เทียบเท่า (ร้อยละ 30.5) ปริญญาตรี (ร้อยละ 16.6) ประถมศึกษา (ร้อยละ 6.4) และ สูงกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 3.2) ตามลำดับ มีอาชีพแม่บ้าน (ร้อยละ 29.9) รองลงมารับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 29.6) ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 23.5) รับจ้าง พนักงานบริษัท / ห้างร้าน (ร้อยละ 10.2) และนักเรียน / นักศึกษา (ร้อยละ 6.8) ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการซื้อผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภท เครื่องสำอาง ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการซื้อผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทเครื่องสำอาง ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งใช้วิธีการประมวลผลทางหลักสถิติเชิงพรรณนา โดยการหาค่าความถี่และค่าร้อยละ ซึ่งข้อมูลที่ได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการซื้อผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทเครื่องสำอาง ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. เคยซื้อ/ใช้ เครื่องสำอางระบบขายตรงยี่ห้อใดมากที่สุด		
เอวอน	31	6.6
มิสทีน	95	20.4
กิฟฟารีน	78	16.6
ยูสตาร์	93	19.8
แอมเวย์	93	19.8
ไม่สนใจยี่ห้อ	47	10.0
ยี่ห้ออื่นๆ	32	6.8
รวม	469	100.0

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
2. ซื้อเครื่องสำอาง ขายตรงโดยวิธีใด		
ซื้อจากบริษัทโดยตรง	79	16.8
ซื้อจากตัวแทนของบริษัท	142	30.3
ซื้อทางอินเทอร์เน็ต	124	26.4
ซื้อตามร้านขายเครื่องสำอางทั่วไป	77	16.5
ซื้อตามศูนย์จำหน่ายเครื่องสำอางระบบขายตรง	47	10.0
รวม	469	100.0
3. ซื้อเครื่องสำอาง ขายตรงเมื่อใด		
เพื่อเป็นของขวัญ/ของกำนัลผู้อื่น	77	16.4
มีผลิตภัณฑ์ออกใหม่ให้น่าสนใจ	78	16.7
ทดแทนเครื่องสำอางเก่าที่หมด	79	16.8
ต้องการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์	94	20.0
ได้รับเอกสารประชาสัมพันธ์เรื่องการส่งเสริมการขาย	94	20.0
ได้รับการชักจูงใจ โน้มน้าว จากตัวแทนขาย/สาวจำหน่าย	47	10.0
รวม	469	100.0
4. ใครมีอิทธิพลที่ทำให้ตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางระบบขายตรง		
บุคคลในครอบครัว	31	6.6
ญาติ	188	40.1
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	124	26.4
พรีเซ็นเตอร์ เช่น ดารา นักร้อง	126	26.9
รวม	469	100.0
5. สาเหตุที่ทำให้ตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางระบบขายตรง		
ต้องพบปะผู้คนจึงจำเป็นต้องใช้	94	20.0
เพื่อเสริมบุคลิกภาพ ทำให้มีความมั่นใจมากขึ้น	157	33.6
ต้องพบปะผู้คนจึงจำเป็นต้องใช้	94	20.0

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อเสริมบุคลิกภาพ ทำให้มีความมั่นใจมากขึ้น	157	33.6
ไม่มีเวลาไปซื้อเครื่องสำอางตามห้างสรรพสินค้า	94	20.0
ต้องการบำรุงผิวพรรณเพื่อสุขภาพผิวที่ดี	77	16.4
สาวจำหน่าย/ตัวแทนจำหน่ายมาให้คำแนะนำ และให้บริการถึงที่	47	10.0
รวม	469	100.0
6. ซื้อเครื่องสำอางระบบขายตรงเป็นจำนวนเงินเท่าใดเฉลี่ยต่อการซื้อ 1 ครั้ง		
ต่ำกว่า 300 บาท	32	6.8
300-600 บาท	62	13.2
601-900 บาท	93	19.8
901-1,200 บาท	110	23.5
1,201-1,500 บาท	110	23.5
มากกว่า 1,500 บาท	62	13.2
รวม	469	100.0
7. ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางระบบขายตรงจากแหล่งใด		
นิตยสาร	108	23.0
วิทยุ	126	26.9
โทรทัศน์	80	17.1
หนังสือพิมพ์	77	16.4
โบวชัวร์	32	6.8
ตัวแทนจำหน่าย	46	9.8
รวม	469	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการซื้อผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทเครื่องสำอาง ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ส่วนใหญ่เคยซื้อ/ใช้ เครื่องสำอางระบบขายตรงยี่ห้อมิสทีน (ร้อยละ 20.4) รองลงมา ยูสตาร์ แอมเวย์ จำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 19.8)

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

กิฟฟารีน (ร้อยละ 16.6) ไม่สนใจยี่ห้อ (ร้อยละ 10.0) ยี่ห้ออื่นๆ (ร้อยละ 6.8) และเอวอน (ร้อยละ 6.6) ตามลำดับ ส่วนใหญ่ซื้อเครื่องสำอาง ขายตรงโดยวิธีซื้อจากตัวแทนของบริษัท (ร้อยละ 30.3) รองลงมาซื้อทางอินเตอร์เน็ต (ร้อยละ 26.4) ซื้อจากบริษัทโดยตรง (ร้อยละ 16.8) ซื้อตามร้านขายเครื่องสำอางทั่วไป (ร้อยละ 16.5) และซื้อตามศูนย์จำหน่ายเครื่องสำอางระบบขายตรง (ร้อยละ 10.0) ตามลำดับ โดยซื้อเครื่องสำอาง ขายตรงเพื่อต้องการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์และได้รับเอกสารประชาสัมพันธ์เรื่องการส่งเสริมการขาย จำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 20.0) รองลงมาทดแทนเครื่องสำอางเก่าที่หมด (ร้อยละ 16.8) มีผลิตภัณฑ์ออกใหม่ให้น่าสนใจ (ร้อยละ 16.7) เพื่อเป็นของขวัญ/ของกำนัลผู้อื่น (ร้อยละ 16.4) และได้รับการชักจูงใจ โน้มน้าว จากตัวแทนขาย/สาวจำหน่าย (ร้อยละ 10.0) ตามลำดับ ส่วนใหญ่ญาติมีอิทธิพลที่ทำให้ตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางระบบขายตรง (ร้อยละ 40.1) รองลงมาพรีเซ็นเตอร์ เช่น ดารา นักร้อง (ร้อยละ 26.9) เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน (ร้อยละ 26.4) และบุคคลในครอบครัว (ร้อยละ 6.6) ตามลำดับ สาเหตุที่ทำให้ตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางระบบขายตรง เพื่อเสริมบุคลิกภาพ ทำให้มีความมั่นใจมากขึ้น (ร้อยละ 33.6) รองลงมา ต้องพบปะผู้คนจึงจำเป็นต้องใช้ และไม่มีเวลาไปซื้อเครื่องสำอางตามห้างสรรพสินค้า จำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 20.0) ต้องการบำรุงผิวพรรณเพื่อสุขภาพผิวที่ดี (ร้อยละ 16.4) และ สาวจำหน่าย/ตัวแทนจำหน่ายมาให้คำแนะนำ และให้บริการถึงที่ (ร้อยละ 10.0) ตามลำดับ มีการซื้อเครื่องสำอางระบบขายตรงต่อ 1 ครั้ง เป็นจำนวนเงิน 901-1,200 บาท และ1,201-1,500 บาท จำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 23.5) รองลงมา 601-900 บาท (ร้อยละ 19.8) 300-600 บาทและมากกว่า 1,500 บาท จำนวนเท่ากัน (ร้อยละ 13.2) และต่ำกว่า 300 บาท (ร้อยละ 6.8) ตามลำดับ โดยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางระบบขายตรงจากวิทยุ (ร้อยละ 26.9) รองลงมานิตยสาร (ร้อยละ 23.0) โทรทัศน์ (ร้อยละ 17.1) หนังสือพิมพ์ (ร้อยละ 16.4) ตัวแทนจำหน่าย (ร้อยละ 9.8) และโบวชัวร์ (ร้อยละ 6.8) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่ลูกค้าเลือกใช้บริการจากคู่มือเสนอขายผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทเครื่องสำอาง ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

ผลวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่ลูกค้าเลือกใช้บริการจากคู่มือเสนอขายผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทเครื่องสำอาง ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ด้านการส่งเสริมการขาย ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามมาคำนวณโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยภาพรวมและจำแนกรายด้านดังตารางที่ 4

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลส่วนประสมทางการตลาดที่ลูกค้าเลือกใช้บริการจากคู่มือเสนอขายผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทเครื่องสำอาง ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมและจำแนกเป็นรายด้าน

ส่วนประสมทางการตลาด	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์	3.91	0.81	มาก	3
ด้านราคา	3.92	0.81	มาก	2
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.94	0.72	มาก	1
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.91	0.78	มาก	4
รวม	3.92	0.75	มาก	

จากตารางที่ 4 พบว่า ลูกค้าที่เลือกใช้บริการจากคู่มือเสนอขายผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทเครื่องสำอาง ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.92; S.D. = 0.75) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับ ตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\overline{X}$ = 3.94; S.D. = 0.72) ด้านราคา ($\overline{X}$ = 3.92; S.D. = 0.81) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\overline{X}$ = 3.91; S.D. = 0.81) และ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\overline{X}$ = 3.91; S.D. = 0.78) ตามลำดับ

เมื่อจำแนกระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่ลูกค้าเลือกใช้บริการจากคู่มือเสนอขายผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทเครื่องสำอาง ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ในแต่ละด้านจะแสดงได้ดังตารางที่ 5 - 8

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลส่วนประสมทางการตลาดที่ลูกค้าเลือกใช้บริการจากคู่มือเสนอขายผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทเครื่องสำอาง ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1. ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางขายตรงมีคุณภาพดี	3.90	0.97	มาก	7
2. ยี่ห้อของเครื่องสำอางเป็นที่รู้จักหรือเคยใช้อยู่	3.94	0.89	มาก	4
3. มีสี กลิ่น หรือเนื้อผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม	3.85	0.98	มาก	10
4. มีความปลอดภัย ได้มาตรฐาน เช่น ไม่แพ้	3.88	0.89	มาก	9
5. มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เช่น มีสีสันมากมาย	3.97	0.88	มาก	2
6. มี Refill เพื่อให้ท่านประหยัดในการซื้อครั้งต่อไป	3.95	0.90	มาก	3
7. มีคำอธิบายการใช้และสรรพคุณ พร้อมทั้งส่วนประกอบของ ผลิตภัณฑ์	3.93	0.89	มาก	5
8. มีการระบุ วัน เดือน ปี ที่ผลิตและ วันหมดอายุ	3.85	0.98	มาก	10
9. ผลิตภัณฑ์มีการบรรจุหีบห่อที่สวยงาม	3.89	0.88	มาก	8
10. บรรจุภัณฑ์มีความสะดวกในการใช้งาน เช่น เปิด ปิด ง่าย	3.93	0.89	มาก	6
11. บรรจุภัณฑ์และหีบห่อของเครื่องสำอางขายตรง เป็นปัจจัย หนึ่งในการตัดสินใจซื้อ	3.98	0.86	มาก	1
รวม	3.91	0.81	มาก	

จากตารางที่ 5 พบว่า ลูกค้าที่เลือกใช้บริการจากคู่มือเสนอขายผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทเครื่องสำอาง ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.91 ; S.D. = 0.81) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ 5 ลำดับ ดังนี้ บรรจุภัณฑ์และหีบห่อของเครื่องสำอางขายตรง เป็นปัจจัยหนึ่งในการตัดสินใจซื้อ ($\overline{X}$ = 3.98 ; S.D. = 0.86) มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เช่น มีสีสันมากมาย ($\overline{X}$ = 3.97 ; S.D. = 0.88) มี Refill เพื่อให้ท่านประหยัดในการซื้อครั้งต่อไป ($\overline{X}$ = 3.95 ; S.D. =

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

0.90) ยี่ห้อของเครื่องสำอางเป็นที่รู้จักหรือเคยใช้อยู่ ($\overline{X}$ = 3.94 ; S.D. = 0.89) และมีคำอธิบายการใช้และสรรพคุณ พร้อมทั้งส่วนประกอบของ ผลิตภัณฑ์ ($\overline{X}$ = 3.93 ; S.D. = 0.89) ตามลำดับ

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลส่วนประสมทางการตลาดที่ลูกค้าเลือกใช้บริการจากคู่มือเสนอขายผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทเครื่องสำอาง ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านราคา

ด้านราคา	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1. เครื่องสำอางขายตรงมีราคาถูกกว่าเครื่องสำอางทั่วไป	3.88	0.89	มาก	8
2. เครื่องสำอางขายตรงมีราคาที่เหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพ	3.89	0.88	มาก	7
3. การให้เครดิต เช่น นำสินค้าไปใช้ก่อนแล้วจ่ายเงินทีหลัง	4.00	0.86	มาก	1
4. มีวิธีการให้ชำระเงินสะดวก เช่น ธนาคาร เคาน์เตอร์เซอร์วิส	3.91	0.88	มาก	5
5. มีป้ายแสดงราคาที่เห็นได้ชัดเจน	3.97	0.88	มาก	2
6. ราคาสามารถต่อรองได้	3.96	0.89	มาก	3
7. มีราคาให้เลือกซื้อหลากหลายระดับราคา	3.93	0.89	มาก	4
8. ราคาสินค้าสามารถลดได้ แก่ลูกค้าประจำ หรือลูกค้าที่ซื้อจำนวนมาก	3.86	0.96	มาก	9
9. สามารถปรับลดราคาตามการส่งเสริมการขายของผู้ผลิต	3.90	0.88	มาก	6
รวม	3.92	0.81	มาก	

จากตารางที่ 6 พบว่า ลูกค้าที่เลือกใช้บริการจากคู่มือเสนอขายผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทเครื่องสำอาง ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.92 ; S.D. = 0.81) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ 5 ลำดับ ดังนี้ การให้เครดิต เช่น นำสินค้าไปใช้ก่อนแล้วจ่ายเงินทีหลัง ($\overline{X}$ = 4.00 ; S.D. = 0.86) มีป้ายแสดงราคาที่เห็นได้ชัดเจน ($\overline{X}$ = 3.97 ; S.D. = 0.88) ราคาสามารถต่อรองได้

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

($\overline{X}$ = 3.96 ; S.D. = 0.89) มีราคาให้เลือกซื้อหลากหลายระดับราคา ($\overline{X}$ = 3.93 ; S.D. = 0.89) และมีวิธีการให้ชำระเงินสะดวก เช่น ธนาคาร เคาน์เตอร์เซอร์วิส ($\overline{X}$ = 3.91 ; S.D. = 0.88) ตามลำดับ

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลส่วนประสมทางการตลาดที่ลูกค้าเลือกใช้บริการจากคู่มือเสนอขายผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทเครื่องสำอาง ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1. มีความสะดวกในการสั่งซื้อ เช่น สามารถสั่งซื้อได้ทางอินเทอร์เน็ต	3.96	0.88	มาก	4
2. มีความรวดเร็วในการส่งสินค้า และส่งสินค้าตรงเวลาที่กำหนด	3.94	0.87	มาก	5
3 มีจำนวนศูนย์กระจายสินค้าเพียงพอ กับความต้องการของลูกค้า	3.90	0.87	มาก	9
4. ใกล้บ้าน/สถานที่ทำงาน	3.92	0.87	มาก	8
5. เวลาเปิด-ปิดของสถานที่จำหน่าย	3.94	0.88	มาก	6
6. เดินทางสะดวก	3.98	0.85	มาก	2
7. มีสินค้าตลอดไม่ขาดตลาด	4.00	0.84	มาก	1
8. มีการจัดพิมพ์สินค้า แยกเป็นหมวดหมู่	3.96	0.86	มาก	3
9. หาซื้อได้สะดวก มีจำหน่ายทั่วไป	3.92	0.88	มาก	7
รวม	3.94	0.72	มาก	

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

จากตารางที่ 7 พบว่า ลูกค้าที่เลือกใช้บริการจากคู่มือเสนอขายผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทเครื่องสำอาง ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.94; S.D. = 0.72) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ 5 ลำดับ ดังนี้ มีสินค้าตลอดไม่ขาดตลาด ($\overline{X}$ = 4.00; S.D. = 0.84) เดินทางสะดวก ($\overline{X}$ = 3.98; S.D. = 0.85) มีการจัดพิมพ์สินค้า แยกเป็นหมวดหมู่ ($\overline{X}$ = 3.96; S.D. = 0.86) มีความสะดวกในการสั่งซื้อ เช่น สามารถสั่งซื้อได้ทางอินเทอร์เน็ต ($\overline{X}$ = 3.96; S.D. = 0.88) และมี ความรวดเร็วในการส่งสินค้า และส่งสินค้าตรงเวลาที่กำหนด ($\overline{X}$ = 3.94; S.D. = 0.87) ตามลำดับ

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลส่วนประสมทางการตลาดที่ลูกค้าเลือกใช้บริการจากคู่มือเสนอขายผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทเครื่องสำอาง ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1. มีการโฆษณาสินค้าตามสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร วารสาร เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อ	3.92	0.88	มาก	5
2. การประชาสัมพันธ์ เช่น แผ่นพับ การออกร้าน สปอนเซอร์	3.94	0.89	มาก	3
3. มีของแถม	3.88	0.87	มาก	12
4. มีการให้ทดลองใช้ฟรี ถ้าไม่พอใจสามารถคืนเงินได้	3.90	0.88	มาก	8
5. พนักงานขายตรง มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางเป็นอย่างดี	3.92	0.89	มาก	6
6. พนักงานขายสุภาพ มีอัธยาศัยดี	3.96	0.89	มาก	2
7. การส่งจดหมายข่าว	3.96	0.87	มาก	1
8. มีการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา หรือโปรโมชั่นช่วงเทศกาล	3.89	0.92	มาก	11
9. การแลกซื้อสินค้าในราคาพิเศษ	3.93	0.88	มาก	4
10. การให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า	3.92	0.92	มาก	7
11. มีการจัดกิจกรรมเพื่อให้เป็นที่รู้จักอย่างต่อเนื่อง	3.89	0.91	มาก	10
12. ตัวแทนขาย สาวจำหน่ายมีความคุ้นเคยและเป็นกันเอง	3.90	0.92	มาก	9
รวม	3.91	0.78	มาก	

จากตารางที่ 8 พบว่า ลูกค้าที่เลือกใช้บริการจากคู่มือเสนอขายผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทเครื่องสำอาง ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.91; S.D. = 0.78) และ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ 5 ลำดับ ดังนี้ การส่ง จดหมายข่าว ($\overline{X}$ = 3.96; S.D. = 0.87) พนักงานขายสุภาพ มีอัธยาศัยดี ($\overline{X}$ = 3.96; S.D. = 0.89) การประชาสัมพันธ์ เช่น แผ่นพับ การออกร้านสปอนเซอร์ ($\overline{X}$ = 3.94; S.D. = 0.89) การแลกซื้อสินค้าในราคาพิเศษ ($\overline{X}$ = 3.93; S.D. = 0.88) และมีการโฆษณาสินค้าตามสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร วารสาร เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อ ($\overline{X}$ = 3.92; S.D. = 0.88) ตามลำดับ

3.4 ผลวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการจากคู่มือเสนอขาย : ผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

ผลวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการจากคู่มือเสนอขาย : ผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ได้แก่ การให้บริการรวดเร็วทันต่อเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง การให้บริการที่มีความก้าวหน้า และ การให้บริการอย่างเท่าเทียม ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามมาคำนวณโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยภาพรวมและจำแนกรายด้านดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลคุณภาพการให้บริการจากคู่มือเสนอขาย: ผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมและจำแนกเป็นรายด้าน

คุณภาพการให้บริการ	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
ด้านการให้บริการรวดเร็วทันต่อเวลา	3.93	0.69	มาก	4
ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ	3.92	0.84	มาก	5
ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	3.95	0.81	มาก	1
ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า	3.95	0.86	มาก	2
ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม	3.94	0.86	มาก	3
รวม	3.94	0.77	มาก	

จากตารางที่ 9 พบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการจากคู่มือเสนอขาย: ผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.94; S.D. = 0.77) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับ

มากทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ($\overline{X}$ = 3.95; S.D. = 0.81) ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า ($\overline{X}$ = 3.95; S.D. = 0.86) ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม ($\overline{X}$ = 3.94; S.D. = 0.86) ด้านการให้บริการรวดเร็วทันต่อเวลา ($\overline{X}$ = 3.93; S.D. = 0.69) และ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ ($\overline{X}$ = 3.92; S.D. = 0.84) ตามลำดับ

เมื่อจำแนกระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการจากคู่มือเสนอขาย: ผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคามในแต่ละด้านจะแสดงได้ดังตารางที่ 10 - 14

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลคุณภาพการให้บริการจากคู่มือเสนอขาย: ผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านการให้บริการรวดเร็วทันต่อเวลา

ด้านการให้บริการรวดเร็วทันต่อเวลา	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1. ตัวแทนขายตรง จัดสินค้าให้ตรงตามความต้องการ	3.96	0.88	มาก	2
2. ความน่าเชื่อถือของตัวแทนขายตรง เช่น การตรงต่อเวลาในการจัดส่งสินค้า	3.97	0.88	มาก	1
3. สามารถติดต่อ และแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว	3.93	0.87	มาก	4
4. ความถูกต้อง รวดเร็วในบริการ ความสะดวกและรวดเร็วของการให้บริการการสั่งซื้อสินค้าจากคู่มือเสนอขาย	3.95	0.87	มาก	3
5. การคิดค่าสินค้า และบริการ มีความถูกต้องและมีความสะดวก รวดเร็วในขั้นตอนการชำระค่าสินค้า	3.89	0.86	มาก	5
รวม	3.93	0.69	มาก	

จากตารางที่ 10 พบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการจากคู่มือเสนอขาย: ผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านการให้บริการรวดเร็วทันต่อเวลา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.93; S.D. =

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

0.69) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ 3 ลำดับ ดังนี้ ความน่าเชื่อถือของตัวแทนขายตรง เช่น การตรงต่อเวลาในการจัดส่งสินค้า ($\overline{X}$ = 3.97; S.D. = 0.88) ตัวแทนขายตรง จัดสินค้าให้ตรงตามความต้องการ ($\overline{X}$ = 3.96; S.D. = 0.88) และความถูกต้อง รวดเร็วในบริการ ความสะดวกและรวดเร็วของการให้บริการการสั่งซื้อสินค้าจากคู่มือเสนอขาย ($\overline{X}$ = 3.95; S.D. = 0.87) ตามลำดับ

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลคุณภาพการให้บริการจากคู่มือเสนอขาย: ผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ

ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1. เต็มใจอธิบายสรรพคุณสินค้าให้ลูกค้าทราบ	3.91	0.88	มาก	5
2. ยิ้มแย้มแจ่มใสไม่แสดงอาการหงุดหงิดหาก ลูกค้าไม่ซื้อสินค้า	3.94	0.90	มาก	3
3. ข้อมูลของสินค้า หรือ เครื่องสำอาง ในคู่มือเสนอขายมีความถูกต้อง ชัดเจน ครบถ้วน และเข้าใจง่าย	3.95	0.87	มาก	1
4. มีสินค้า หรือเครื่องสำอาง จัดส่งให้ลูกค้าอย่างเพียงพอตามที่ระบุไว้ในคู่มือเสนอขาย	3.89	0.86	มาก	6
5. มีศูนย์จำหน่ายหรือให้บริการจัดส่งสินค้าตามจังหวัดอย่างเพียงพอ	3.92	0.87	มาก	4
6. การแจ้งให้ลูกค้าทราบเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงประเภทสินค้า บริการ และราคา ทุกครั้งเมื่อมีการเปลี่ยนแปลง	3.94	0.88	มาก	2
รวม	3.92	0.84	มาก	

จากตารางที่ 11 พบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการจากคู่มือเสนอขาย: ผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.92; S.D. = 0.84) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยสามารถเรียงลำดับความสำคัญ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ 3 ลำดับ ดังนี้ ข้อมูลของสินค้า หรือ เครื่องสำอาง ในคู่มือเสนอขายมีความถูกต้อง ชัดเจน ครบถ้วน และเข้าใจง่าย ($\overline{X}$ = 3.95; S.D. = 0.87) การแจ้งให้ลูกค้าทราบเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงประเภทสินค้า บริการ และราคา ทุกครั้งเมื่อมีการเปลี่ยนแปลง ($\overline{X}$ = 3.94; S.D. = 0.88) และยิ้มแย้มแจ่มใสไม่แสดงอาการหงุดหงิดหากลูกค้าไม่ซื้อสินค้า ($\overline{X}$ = 3.94; S.D. = 0.90) ตามลำดับ

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลคุณภาพการให้บริการจากคู่มือเสนอขาย: ผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1. มีบริการหลังการขายที่น่าสนใจ	3.94	0.89	มาก	5
2. เต็มใจมาตรวจสอบและแก้ไขหากมีปัญหาเกิดขึ้น	3.94	0.88	มาก	4
3. ตัวแทนขายตรงรับเปลี่ยนสินค้าให้ทันทีโดยไม่มีเงื่อนไข	3.97	0.88	มาก	2
4. ส่งเอกสารเกี่ยวกับสินค้ามาให้ที่บ้านอย่างสม่ำเสมอ	3.98	0.85	มาก	1
5. ตัวแทนขายมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาได้เป็นอย่างดี	3.93	0.87	มาก	6
6. ตัวแทนขายตรงปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความสม่ำเสมอ	3.95	0.87	มาก	3
รวม	3.95	0.81	มาก	

จากตารางที่ 12 พบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการจากคู่มือเสนอขาย: ผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.95; S.D. = 0.81) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ 3 ลำดับ ดังนี้ ส่งเอกสารเกี่ยวกับสินค้ามาให้ที่บ้านอย่างสม่ำเสมอ ($\overline{X}$ = 3.98; S.D. = 0.85) ตัวแทนขายตรงรับเปลี่ยนสินค้าให้ทันทีโดยไม่มีเงื่อนไข

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

($\overline{X}$ = 3.97; S.D. = 0.88) และตัวแทนขายตรงปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความสม่ำเสมอ ($\overline{X}$ = 3.95; S.D. = 0.87) ตามลำดับ

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลคุณภาพการให้บริการจากคู่มือเสนอขาย : ผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า

ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1. ตัวแทนขายตรงมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	3.95	0.88	มาก	3
2. ความสามารถในการอธิบายคุณภาพและวิธีใช้เครื่องสำอาง	3.97	0.88	มาก	1
3. แจ้งข้อมูลเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมแต่งหน้าให้ทราบอย่างสม่ำเสมอ	3.96	0.87	มาก	2
4. สามารถค้นหา ข้อมูลสินค้า ตรวจตอบรายละเอียดของสินค้า ได้อย่างรวดเร็ว เช่น การค้นหา ข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ท โทรศัพท์	3.93	0.87	มาก	4
รวม	3.95	0.86	มาก	

จากตารางที่ 13 พบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการจากคู่มือเสนอขาย: ผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.95; S.D. = 0.86) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ 3 ลำดับ ดังนี้ ความสามารถในการอธิบายคุณภาพและวิธีใช้เครื่องสำอาง ($\overline{X}$ = 3.97; S.D. = 0.88) แจ้งข้อมูลเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมแต่งหน้าให้ทราบอย่างสม่ำเสมอ ($\overline{X}$ = 3.96; S.D. = 0.87) และตัวแทนขายตรงมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ($\overline{X}$ = 3.95; S.D. = 0.88) ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลคุณภาพการให้บริการจากคู่มือเสนอขาย : ผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม

ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1. ความมีมนุษย์สัมพันธ์ อัธยาศัยและกิริยามารยาทของตัวแทนขายตรงเป็นกันเองกับลูกค้าทุกคน	3.96	0.88	มาก	2
2. การปฏิบัติงานของตัวแทนขายตรงมีความเป็นธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ ตรงไปตรงมา	3.94	0.88	มาก	4
3. มีกำหนดระยะเวลาแล้วเสร็จของการให้บริการ	3.97	0.88	มาก	1
4. ให้บริการตอบคำถาม ปัญหา ข้อสงสัย ทางโทรศัพท์ได้ตลอดเวลา	3.95	0.87	มาก	3
5. คิดราคาค่าสินค้า และบริการเท่าเทียมกันทุกคน	3.93	0.87	มาก	5
รวม	3.94	0.86	มาก	

จากตารางที่ 14 พบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการจากคู่มือเสนอขาย: ผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.94; S.D. = 0.86) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ 3 ลำดับ ดังนี้ มีกำหนดระยะเวลาแล้วเสร็จของการให้บริการ ($\overline{X}$ = 3.97; S.D. = 0.88) ความมีมนุษย์สัมพันธ์ อัธยาศัย และกิริยามารยาทของตัวแทนขายตรงเป็นกันเองกับลูกค้าทุกคน ($\overline{X}$ = 3.96; S.D. = 0.88) และให้บริการตอบคำถาม ปัญหา ข้อสงสัยทางโทรศัพท์ได้ตลอดเวลา ($\overline{X}$ = 3.95; S.D. = 0.87) ตามลำดับ

3.5 ผลการทดสอบสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ ส่วนประสมทางการตลาด กับคุณภาพการให้บริการในการเลือกใช้บริการ จากคู่มือเสนอขาย : ผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทเครื่องสำอาง ในอำเภอ เมือง จังหวัดมหาสารคาม

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด กับคุณภาพการให้บริการในการเลือกใช้บริการจากคู่มือเสนอขาย : ผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทเครื่องสำอาง ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยได้หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองด้าน โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร 2 ตัว โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

(Pearson Product Moment Correlation Cocefficient) และทดสอบค่าความสัมพันธ์โดยสถิติทดสอบค่าที (*t*-test) ดังนี้

1. ผลการทดสอบความสัมพันธ์ โดยรวม

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด กับคุณภาพการให้บริการในการเลือกใช้บริการจากคู่มือเสนอขาย : ผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทเครื่องสำอาง ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยได้หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองด้าน แสดงได้ดังตารางที่ 15

ตารางที่ 15 ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับคุณภาพการให้บริการในการเลือกใช้บริการจากคู่มือเสนอขาย : ผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทเครื่องสำอาง ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวม

	ส่วนประสมทางการตลาด (X)	คุณภาพการให้บริการ (Y)	แปลความหมายระดับความสัมพันธ์
ส่วนประสมทางการตลาด (X)	1	.955 .000*	มีความสัมพันธ์ทางบวกสูง
คุณภาพการให้บริการ (Y)	.955 .000*	1	

* Correlation is significant at the .05 level (2-tailed).

จากตารางที่ 15 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดกับคุณภาพการให้บริการในการเลือกใช้บริการจากคู่มือเสนอขาย : ผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทเครื่องสำอาง ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม มีความสัมพันธ์ทางบวกสูง (r_{xy} =.955) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงให้เห็นว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์ทางบวกสูงกับคุณภาพการให้บริการในการเลือกใช้บริการจากคู่มือเสนอขาย : ผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทเครื่องสำอาง ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

2. ผลการทดสอบ โดยรวมและรายคู่

ตารางที่ 16 ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับคุณภาพการให้บริการในการเลือกใช้บริการจากคู่มือเสนอขาย : ผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทเครื่องสำอาง ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม รายคู่

ส่วนประสมทางการตลาด	คุณภาพการให้บริการ				
	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5
X_1	.855	.887	.891	.720	.896
	.000*	.000*	.000*	.000*	.000*
X_2	.878	.912	.907	.728	.917
	.000*	.000*	.000*	.000*	.000*
X_3	.872	.901	.898	.735	.904
	.000*	.000*	.000*	.000*	.000*
X_4	.938	.969	.965	.778	.964
	.000*	.000*	.000*	.000*	.000*

* Correlation is significant at the .05 level (2-tailed).

จากตารางที่ 16 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการให้บริการในการเลือกใช้บริการจากคู่มือเสนอขาย : ผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทเครื่องสำอาง ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ระหว่าง .720 ถึง .969 มีความสัมพันธ์ทางบวกค่อนข้างสูงและมีความสัมพันธ์ทางบวกสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยคู่ที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุดสามอันดับแรก ได้แก่ ส่วนประสม ทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการขาย (X_4)กับคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างเพียง พอ (Y_2) มีความสัมพันธ์ทางบวกสูง ($r_{x4y2} = .969$) รองลงมาส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการขาย (X_4)กับคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Y_3) มีความสัมพันธ์ทางบวกสูง ($r_{x4y3} = .965$) และลำดับที่สาม ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการขาย (X_4)กับคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม (Y_5) มีความสัมพันธ์ทางบวกสูง($r_{x4y5} = .964$) สำหรับคู่ที่มีความสัมพันธ์กันต่ำสุดสามอันดับแรก ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ (X_1)กับคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า(Y_4) มีความสัมพันธ์ทางบวกค่อนข้างสูง

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

(r_{x1y4} = .720) รองลงมา ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา (X_2)กับคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้ บริการที่มีความก้าวหน้า(Y_4) มีความสัมพันธ์ทางบวกค่อนข้างสูง(r_{x2y4} = .728) และลำดับที่สามได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย(X_3)กับคุณภาพการให้บริการด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า(Y_4) มีความสัมพันธ์ทางบวกค่อนข้างสูง(r_{x3y4} = .735)

3. ผลการทดสอบความสัมพันธ์ เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายคู่

กำหนดให้ 1) ตัวเลขในวงเล็บ [ ] หมายถึง p-value

2) เครื่องหมาย * หมายถึง มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (p – value $\leq$ .05)

3) ผลการทดสอบค่า *t*-test มีค่าสูง ค่า r_{xy} จะมีค่าเข้าใกล้ 1 นั่นแสดงว่า ผลการทดสอบนั้นมีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 17 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับคุณภาพการให้บริการในการเลือกใช้บริการจากคู่มือเสนอขาย : ผลิตภัณฑ์ขายตรง ประเภทเครื่องสำอาง ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม รายคู่

ส่วนประสมทางการตลาด (X_1) / คุณภาพการให้บริการ (Y)	r_{xy}	ความหมาย	ผลการทดสอบ	
			ค่าสถิติทดสอบ (*t*-test)	p-value 2-tailed
1. Y_1	.855 [4]	มีความสัมพันธ์ทางบวกสูง	41.67	.000*<α (.05)
2. Y_2	.887 [3]	มีความสัมพันธ์ทางบวกสูง	46.80	.000*<α (.05)
3. Y_3	.891 [2]	มีความสัมพันธ์ทางบวกสูง	47.60	.000*<α (.05)
4. Y_4	.720 [5]	มีความสัมพันธ์ทางบวกค่อนข้างสูง	31.16	.000*<α (.05)
5. Y_5	.896 [1]	มีความสัมพันธ์ทางบวกสูง	48.69	.000*<α (.05)

* Correlation is significant at the .05 level (2-tailed).

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

จากตารางที่ 17 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) กับคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม (Y_5) มีความสัมพันธ์ทางบวกสูง (r_{xy} = .896) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์(X_1) กับคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Y_3) มีความสัมพันธ์ทางบวกสูง (r_{x1y3} = .891) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) กับคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (Y_2) มีความสัมพันธ์ทางบวกสูง (r_{x1y2} = . 887) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) กับคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการรวดเร็วทันต่อเวลา (Y_1) มีความสัมพันธ์ทางบวกสูง (r_{x1y1} = .855) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) กับคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า (Y_4) มีความสัมพันธ์ทางบวกค่อนข้างสูง (r_{x1y4} = .720) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 18 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับคุณภาพการให้บริการในการเลือกใช้บริการจากคู่มือเสนอขาย : ผลิตภัณฑ์ขายตรง ประเภทเครื่องสำอาง ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม รายคู่

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ส่วนประสมทางการตลาด (X_2) / คุณภาพการให้บริการ (Y)	r_{xy}	ความหมาย	ผลการทดสอบ	
			ค่าสถิติทดสอบ (*t*-test)	p-value 2-tailed
1. Y_1	.878 [4]	มีความสัมพันธ์ทางบวกสูง	45.15	.000*<α (.05)
2. Y_2	.912 [2]	มีความสัมพันธ์ทางบวกสูง	52.69	.000*<α (.05)

ตารางที่ 18 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด (X_2) / คุณภาพการให้บริการ (Y)	r_{xy}	ความหมาย	ผลการทดสอบ	
			ค่าสถิติทดสอบ (*t*-test)	p-value 2-tailed
3. Y_3	.907 [3]	มีความสัมพันธ์ทางบวกสูง	51.32	.000*<α (.05)
4. Y_4	.728 [5]	มีความสัมพันธ์ทางบวกค่อนข้างสูง	31.52	.000*<α (.05)
5. Y_5	.917 [1]	มีความสัมพันธ์ทางบวกสูง	54.19	.000*<α (.05)

* Correlation is significant at the .05 level (2-tailed).

จากตารางที่ 18 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา (X_2) กับคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม (Y_5) มีความสัมพันธ์ทางบวกสูง (r_{x2y5} = .917) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา (X_2) กับคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (Y_2) มีความสัมพันธ์ทางบวกสูง (r_{x2y2} = .912) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา (X_2) กับคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Y_3) มีความสัมพันธ์ทางบวกสูง (r_{x2y3} = .907) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา (X_2) กับคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการรวดเร็วทันต่อเวลา (Y_1) มีความสัมพันธ์ทางบวกสูง (r_{x2y1} = .878) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา (X_2) กับคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า (Y_4) มีความสัมพันธ์ทางบวกค่อนข้างสูง (r_{x2y4} = -.728) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ตารางที่ 19 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับคุณภาพการให้บริการในการเลือกใช้บริการจากคู่มือเสนอขาย : ผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทเครื่องสำอาง ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม รายคู่

ส่วนประสมทางการตลาด (X_3) / คุณภาพการให้บริการ (Y)	r_{xy}	ความหมาย	ผลการทดสอบ	
			ค่าสถิติทดสอบ (*t*-test)	p-value 2-tailed
1. Y_1	.872 [4]	มีความสัมพันธ์ทางบวกสูง	44.20	.000*<α (.05)
2. Y_2	.901 [2]	มีความสัมพันธ์ทางบวกสูง	49.84	.000*<α (.05)
3. Y_3	.898 [3]	มีความสัมพันธ์ทางบวกสูง	49.19	.000*<α (.05)
4. Y_4	.735 [5]	มีความสัมพันธ์ทางบวกค่อนข้างสูง	31.89	.000*<α (.05)
5. Y_5	.904 [1]	มีความสัมพันธ์ทางบวกสูง	50.65	.000*<α (.05)

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

* Correlation is significant at the .05 level (2-tailed).

จากตารางที่ 19 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X_3) กับคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม (Y_5) มีความสัมพันธ์ทางบวกสูง (r_{x3y5} = .904) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X_3) กับคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (Y_2) มีความสัมพันธ์ทางบวกสูง (r_{x3y2} = .901) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X_3) กับคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Y_3) มีความสัมพันธ์ทางบวกสูง (r_{x3y3} = .898) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X_3) กับคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการรวดเร็วทันต่อเวลา (Y_1) มีความสัมพันธ์ทางบวกสูง (r_{x3y1} = .872) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X_3) กับคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า (Y_4) มีความสัมพันธ์ทางบวกค่อนข้างสูง (r_{x3y4} = .735) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 20 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับคุณภาพการให้บริการในการเลือกใช้บริการจากคู่มือเสนอขาย : ผลิตภัณฑ์ขายตรงประเภทเครื่องสำอาง ในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม รายคู่

ส่วนประสมทางการตลาด (X_4) / คุณภาพการให้บริการ (Y)	r_{xy}	ความหมาย	ผลการทดสอบ	
			ค่าสถิติทดสอบ (*t*-test)	p-value 2-tailed
1. Y_1	.938 [4]	มีความสัมพันธ์ทางบวกสูง	62.38	.000*< α (.05)
2. Y_2	.969 [1]	มีความสัมพันธ์ทางบวกสูง	87.50	.000*< α (.05)
3. Y_3	.965 [2]	มีความสัมพันธ์ทางบวกสูง	82.87	.000*< α (.05)
4. Y_4	.778 [5]	มีความสัมพันธ์ทางบวกค่อนข้างสูง	34.43	.000*< α (.05)
5. Y_5	.964 [3]	มีความสัมพันธ์ทางบวกสูง	81.67	.000*< α (.05)

* Correlation is significant at the .05 level (2-tailed).

จากตารางที่ 20 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการขาย (X_4) กับคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างเพียงพอ (Y_2) มีความสัมพันธ์ทางบวกสูง (r_{x4y2} = .969) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการขาย (X_4) กับคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Y_3) มีความสัมพันธ์ทางบวกสูง (r_{x4y3} = .965) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการขาย (X_4) กับคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างเท่าเทียม (Y_5) มีความสัมพันธ์ทางบวกสูง (r_{x4y5} = .964) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการขาย (X_4) กับคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการรวดเร็วทันต่อเวลา (Y_1) มีความสัมพันธ์ทางบวกสูง (r_{x4y1} = .938) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการขาย (X_4) กับคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า (Y_4) มีความสัมพันธ์ทางบวกค่อนข้างสูง (r_{x4y4} = .778) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY