

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง การรับรู้ของวัยรุ่นในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อบุคลิกภาพตราสินค้าของรองเท้ากีฬาที่เป็นผู้นำตลาด ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 380 ชุด ซึ่งสอบถามจากวัยรุ่นอายุระหว่าง 15-25 ปี ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่รู้จักรองเท้ากีฬายี่ห้ออาดิดาส คอนเวอร์ต และไนกี้ ทั้งสามยี่ห้อ โดยนำข้อมูลที่ได้อามาวิเคราะห์และแปลผลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน การใส่รองเท้ากีฬา ข้อมูลส่วนนี้วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) (ตารางที่ 1- 6)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ของวัยรุ่นในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อบุคลิกภาพตราสินค้าของรองเท้ากีฬายี่ห้ออาดิดาส คอนเวอร์ต และไนกี้ โดยเป็นคำถามแบบให้ระดับความคิดเห็น 5 ระดับ (Rating Scale) ข้อมูลส่วนนี้วิเคราะห์โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เพื่อให้ทราบกลุ่มบุคลิกภาพตราสินค้าของรองเท้ากีฬายี่ห้ออาดิดาส คอนเวอร์ต และไนกี้ (ตารางที่ 7-9) ใช้เทคนิคการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) คือ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) (ตารางที่ 10-37) ใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferencial Statistics) โดยทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยใช้ค่า F-Test และค่า T-Test (ตารางที่ 38-40)

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	190	50.00
หญิง	190	50.00
<b>รวม</b>	<b>380</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 50.00 และเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 50.00

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
15	25	6.58
16	39	10.26
17	54	14.21
18	46	12.10
19	34	8.95
20	35	9.21
21	25	6.58
22	31	8.16
23	23	6.05
24	43	11.32
25	25	6.58
<b>รวม</b>	<b>380</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 17 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.21 รองลงมาคืออายุ 18 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.10 อายุ 24 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.32 ปี อายุ 16 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.26 ปี อายุ 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.21 ปี อายุ 19 ปี คิดเป็นร้อยละ 8.95 ปี อายุ 22 ปี คิดเป็นร้อยละ 8.16 ปี อายุ 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 6.58 ปี อายุ 25 ปี คิดเป็นร้อยละ 6.58 ปี อายุ 23 ปี คิดเป็นร้อยละ 6.05 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมต้น	17	4.47
มัธยมปลาย/ปวช.	105	27.63
อนุปริญญา/ปวส.	17	4.47
ปริญญาตรี	220	57.90
ปริญญาโท	21	5.53
สูงกว่าระดับปริญญาโท	-	0.00
<b>รวม</b>	<b>380</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.90 รองลงมาคือ มัธยมปลาย/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 27.63 ปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 5.53 มัธยมต้น คิดเป็นร้อยละ 4.47 อนุปริญญา/ปวส. คิดเป็นร้อยละ 4.47 สูงกว่าระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	336	88.42
ธุรกิจส่วนตัว	4	1.05
รับราชการ	1	0.26
พนักงานบริษัทเอกชน	20	5.26
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3	0.80
รับจ้างทั่วไป	6	1.58
พนักงานหน่วยงานราชการ	10	2.63
<b>รวม</b>	<b>380</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพนักเรียน/นักศึกษามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.42 รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 5.26 พนักงานหน่วยงานราชการ คิดเป็นร้อยละ 2.63 รับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 1.58 ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 1.05 พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 0.80 รับราชการ คิดเป็นร้อยละ 0.26 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	213	56.05
5,001-10,000 บาท	112	29.47
10,001-15,000 บาท	47	12.37
15,001 บาทขึ้นไป	8	2.11
<b>รวม</b>	<b>380</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.05 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.47 มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12.37 มีรายได้ต่อเดือน 15,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 2.11 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้รองเท้ากีฬา

การใช้รองเท้ากีฬา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อาดิดาส	130	34.21
คอนเวอร์ส	149	39.21
ไนกี้	120	31.58
นันทยาง	18	4.74
บาจา	15	3.94
พูม่า	12	3.16
แพน	10	2.63
เบรกเกอร์	7	1.84
โซคาโต	5	1.32
โกลซีตี้	5	1.32
แวน	4	1.05
คลีก	4	1.05
รีบ็อก	3	0.79
แอสซิส	3	0.79
เคสวิต	3	0.79
บรู๊ค	2	0.53
อัมโบร	1	0.26
ไดอะโครา	1	0.26
เอซีอี	1	0.26

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถาม 380 ราย สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการใช้รองเท้ากีฬายี่ห้อคอนเวอร์สมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.21 รองลงมาคือ อาดิดาส คิดเป็นร้อยละ 34.21 ไนกี้คิดเป็นร้อยละ 31.58 นันทยาง คิดเป็นร้อยละ 4.74 บาจา คิดเป็นร้อยละ 3.94 พูม่า คิดเป็นร้อยละ 3.16 แพน คิดเป็นร้อยละ 2.63 เบรกเกอร์ คิดเป็นร้อยละ 1.84 โซคาโต คิดเป็นร้อยละ 1.32 โกลซีตี้ คิดเป็นร้อยละ 1.32 แวน คิดเป็นร้อยละ 1.05 คลีก คิดเป็นร้อยละ 1.05 รีบ็อก คิดเป็นร้อยละ 0.79 แอสซิส คิดเป็นร้อยละ 0.79 เคสวิต คิดเป็นร้อยละ 0.79 บรู๊ค คิดเป็นร้อยละ 0.53 อัมโบร คิดเป็นร้อยละ 0.26 ไดอะโครา คิดเป็นร้อยละ 0.26 เอซีอี คิดเป็นร้อยละ 0.26 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ของวัยรุ่นในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อบุคลิกภาพตราสินค้าของรองเท้ากีฬายี่ห้ออาดิดาส คอนเวอร์ส และไนกี้

การหาจำนวนกลุ่มบุคลิกภาพตราสินค้าของรองเท้ากีฬายี่ห้ออาดิดาส คอนเวอร์ส และไนกี้ ทำโดยการนำตัวแปรบุคลิกภาพตราสินค้าทั้ง 42 ตัวแปรมาวิเคราะห์ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เพื่อจัดแบ่งกลุ่มโดยการลดตัวแปร โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันมากกว่าที่จะอยู่ในกลุ่มเดียวกัน

ตารางที่ 7 แสดงผลการวิเคราะห์ Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	10.667	25.398	25.398	10.667	25.398	25.398	5.407	12.874	12.874
2	3.264	7.771	33.169	3.264	7.771	33.169	4.978	11.852	24.727
3	2.940	7.000	40.169	2.940	7.000	40.169	3.674	8.748	33.475
4	1.578	3.757	43.926	1.578	3.757	43.926	2.666	6.349	39.824
5	1.504	3.581	47.507	1.504	3.581	47.507	2.158	5.138	44.962
6	1.126	2.682	50.189	1.126	2.682	50.189	1.702	4.053	49.015
7	1.092	2.601	52.789	1.092	2.601	52.789	1.585	3.775	52.789
8	.998	2.375	55.165						
9	.899	2.139	57.304						
10	.885	2.106	59.411						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

ค่า Total Initial Eigenvalues เป็นค่าที่ใช้พิจารณาหาจำนวนกลุ่มที่เหมาะสม หลังจากที่ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการลดตัวแปร โดยตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันมากกว่าที่จะอยู่ในกลุ่มเดียวกัน จากตาราง พบว่า ผลวิเคราะห์นี้ควรมี 7 กลุ่ม โดยพิจารณาค่า Total Initial Eigenvalues ที่มีค่ามากกว่า 1.00 และเมื่อพิจารณาค่า % of Variance ของ Extraction Sums of Squared Loadings พบว่า % of Variance ของ

กลุ่มที่ 1 มีค่า 25.398 ซึ่งหมายถึง กลุ่มที่ 1 สามารถอธิบายความแปรปรวนได้ 25.398%

กลุ่มที่ 2 มีค่า 7.771 ซึ่งหมายถึง กลุ่มที่ 2 สามารถอธิบายความแปรปรวนได้ 7.771%



กลุ่มที่ 3 มีค่า 7.000 ซึ่งหมายถึง กลุ่มที่ 3 สามารถอธิบายความแปรปรวนได้ 7.000%

กลุ่มที่ 4 มีค่า 3.757 ซึ่งหมายถึง กลุ่มที่ 4 สามารถอธิบายความแปรปรวนได้ 3.757%

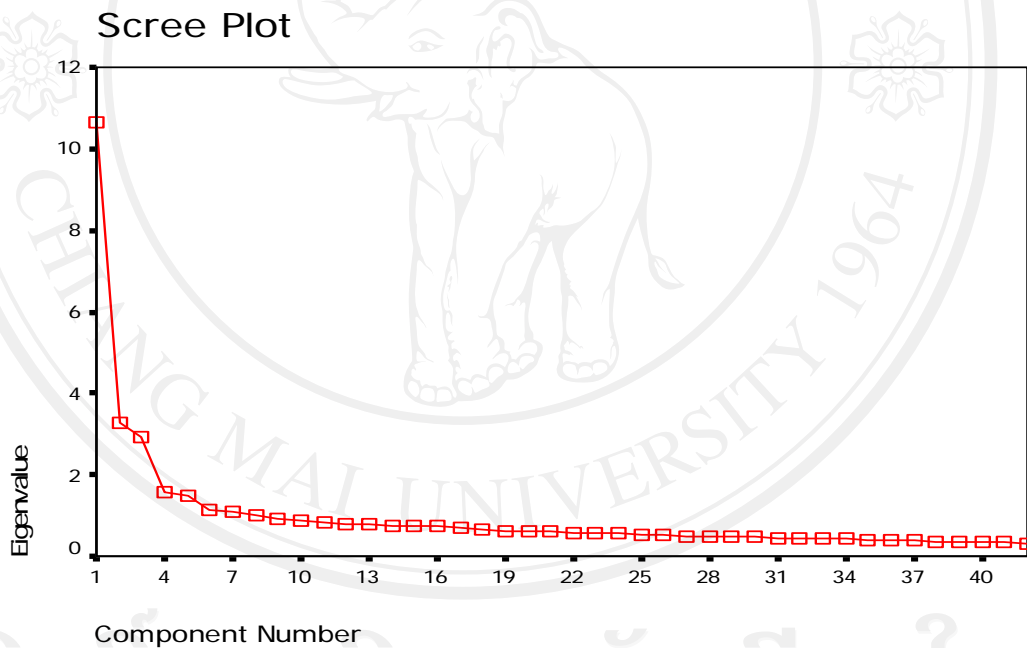
กลุ่มที่ 5 มีค่า 3.581 ซึ่งหมายถึง กลุ่มที่ 5 สามารถอธิบายความแปรปรวนได้ 3.581%

กลุ่มที่ 6 มีค่า 2.682 ซึ่งหมายถึง กลุ่มที่ 6 สามารถอธิบายความแปรปรวนได้ 2.682%

กลุ่มที่ 7 มีค่า 2.601 ซึ่งหมายถึง กลุ่มที่ 7 สามารถอธิบายความแปรปรวนได้ 2.601%

โดยมีค่า Cumulative % เท่ากับ 52.789 ซึ่งหมายถึงกลุ่มทั้ง 7 สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรทั้ง 42 ตัวแปรได้ 52.789 โดยมีกลุ่มที่สำคัญที่สุด คือ กลุ่มที่ 1 รองลงมา คือ กลุ่มที่ 2 กลุ่มที่ 3 กลุ่มที่ 4 กลุ่มที่ 5 กลุ่มที่ 6 และกลุ่มที่ 7 ตามลำดับ

ภาพที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ Scree Plot



การวิเคราะห์ Scree Plot ในภาพที่ 1 เป็นกราฟที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนองค์ประกอบและค่า Eigenvalues ของแต่ละกลุ่ม โดยเรียงจากมากไปน้อย พบว่า กราฟเริ่มคงที่ตั้งแต่องค์ประกอบที่ 7 เป็นต้นไป ดังนั้น จำนวนกลุ่มที่เหมาะสมในการอธิบายผลการวิเคราะห์นี้ จึงควรประกอบด้วย 7 กลุ่ม ดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 แสดงผลการวิเคราะห์ Rotated Component Matrix

ตัวแปร	ค่า Factor Loadings						
	กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 3	กลุ่มที่ 4	กลุ่มที่ 5	กลุ่มที่ 6	กลุ่มที่ 7
1.เป็นคนติดดิน						.362	.306
2.เป็นคนอบอุ่น รัก ครอบครัว	.487						
4.เป็นคนที่มีความซื่อสัตย์	.477						.350
5.เป็นคนจริงใจ	.493				.350		
7.เป็นคนมีสุขภาพดี	.604						
11.เป็นคนที่เปิ่นมิตร	.518				.319		
12.เป็นคนมีความน่าเชื่อถือ	.546		.453				
13.เป็นคนขยัน	.682						
14.เป็นคนมั่นคง	.590		.327				
15.เป็นคนฉลาด	.635						
16.มีความเชี่ยวชาญ	.620						
17.เป็นคนที่ชอบช่วยเหลือ ผู้อื่น	.649						
18.เป็นคนที่ประสบความสำเร็จ	.573		.366				
19.มีความเป็นผู้เ็นำ	.551		.379				
20.เป็นคนที่มีความมั่นใจใน ตนเองสูง		.484			.351		
21.เป็นคนที่ชอบความท้าทาย		.586					
22.เป็นคนนำสมัย		.586	.408				
23.เป็นคนที่มำดั้นเดิน		.695					
24.เป็นคนมุ่งมั่น	.430	.600					
25.เป็นคนเท่		.603	.315				
26.เป็นวัยรุ่น		.646					
27.เป็นคนมีจินตนาการ		.684					
28.มีความโดดเด่นเฉพาะตัว		.632					
29.เป็นคนทันสมัย		.594	.429				
30.เป็นคนทำทุกอย่างได้โดย ไม่พึ่งใคร		.482					.303
31.เป็นคนร่วมสมัย		.400	.367				
32.เป็นคนมีระดับ			.715				
33.เป็นคนใช้ชีวิตแบบ หรูหรา			.749				

ตารางที่ 8 แสดงผลการวิเคราะห์ Rotated Component Matrix (ต่อ)

ตัวแปร	ค่า Factor Loadings						
	กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 3	กลุ่มที่ 4	กลุ่มที่ 5	กลุ่มที่ 6	กลุ่มที่ 7
34.เป็นคนดูดี			<u>.651</u>				
35.เป็นคนมีเสน่ห์		.314	<u>.451</u>			.329	
38.เป็นคนชอบกิจกรรมนอกบ้าน				<u>.476</u>			
39.มีความเป็นชาย เข้มแข็ง				<u>.585</u>		.312	
40.มีความเป็นสากล			.432	<u>.513</u>			
41.เป็นคนแข็งแรง	.321			<u>.749</u>			
42.เป็นคนหัวท้าว				<u>.748</u>			
6.มีความเป็นตัวของตัวเอง					<u>.604</u>		
8.เป็นคนที่ไม่แปลกไม่เหมือนใคร					<u>.656</u>		
9.เป็นคนสนุกสนานร่าเริง	.337	.311			<u>.554</u>		
36.มีความเป็นผู้หญิงอ่อนโยน						<u>.701</u>	
37.เป็นคนเรียบง่าย						<u>.703</u>	
3.เป็นคนไม่ค่อยเปิดรับสิ่งใหม่ๆ							<u>.735</u>
10.เป็นคนมีอารมณ์อ่อนไหว	.310				.382		<u>.452</u>

Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 9 iterations.

หมายเหตุ : ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร Reliability Analysis – Scale (Alpha) จากตัวแปร 42 ตัวแปรที่ทำการสกัดแล้ว ค่า Alpha = 0.9188

การวิเคราะห์ Rotated Component Matrix แสดงถึงค่า Factor Loading เมื่อมีการหมุนแกนกลุ่มด้วยวิธี Varimax และทำการพิจารณาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร Reliability Analysis – Scale (Alpha) ประกอบ พบว่าจากตัวแปรทั้ง 42 ตัวแปร สามารถสกัดให้เหลือ 41 ตัวแปร คือตัดตัวแปรที่ 1.เป็นคนติดดินทิ้ง เนื่องจากค่า Factor Loading ในกลุ่มที่ 6 และกลุ่มที่ 7 มีค่าใกล้เคียงกัน ไม่สามารถจัดกลุ่มได้อย่างชัดเจน

หลักในการเลือกค่า Factor Loading คือ พิจารณาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรต่างๆ ว่ามีค่ามากที่สุดอยู่ที่องค์ประกอบใด ก็จัดว่าเป็นตัวแปรที่วัดองค์ประกอบนั้น และมีค่าน้ำหนักตั้งแต่ 0.3-0.4 ขึ้นไปในกรณีที่กลุ่มตัวแปรอย่างมีจำนวนมาก (ศรีจันทร์ ทานะจันทร์, 2552: ออนไลน์)

จากตารางที่ 8 สามารถจัดกลุ่มบุคลิกภาพตราสินค้าของรองเท้ากีฬาได้เป็น 7 กลุ่ม ดังนี้

### กลุ่มที่ 1 แบบผู้มีความสามารถและจริงใจ

ประกอบด้วย เป็นคนอบอุ่น รักครอบครัว (Family-oriented) เป็นคนที่มีความซื่อสัตย์ (Honest) เป็นคนจริงใจ (Sincere) เป็นคนมีสุขภาพดี (Wholesome) เป็นคนที่เป็มิตร (Friendly) เป็นคนมีความน่าเชื่อถือ (Reliable) เป็นคนขยัน (Hard-working) เป็นคนมั่นคง (Secure) เป็นคนฉลาด (Intelligent) มีความเชี่ยวชาญ (Technical) เป็นคนที่ชอบช่วยเหลือผู้อื่น (Corporate) เป็นคนที่ประสบความสำเร็จ (Successful) และมีความเป็นผู้นำ (Leader) ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

หมายเหตุ: ผลของการวิเคราะห์ปัจจัย ทำให้บุคลิกภาพเป็นคนที่มีความมั่นใจในตนเองสูง (Confident) ถูกย้ายไปไว้กลุ่มบุคลิกภาพแบบชอบความตื่นเต้น และบุคลิกภาพเป็นคนอบอุ่น รักครอบครัว (Family-oriented) เป็นคนที่มีความซื่อสัตย์ (Honest) เป็นคนจริงใจ (Sincere) เป็นคนมีสุขภาพดี (Wholesome) เป็นคนที่เป็มิตร (Friendly) จากกลุ่มบุคลิกภาพแบบจริงใจของ Aaker มาอยู่ในกลุ่มบุคลิกภาพแบบผู้มีความสามารถและจริงใจ

### กลุ่มที่ 2 แบบชอบความตื่นเต้น

ประกอบด้วย เป็นคนที่มีความมั่นใจในตนเองสูง (Confident) เป็นคนที่ชอบความท้าทาย (Daring) เป็นคนนำสมัย (Trendy) เป็นคนที่น่าตื่นเต้น (Exciting) เป็นคนมุ่งมั่น (Spirited) เป็นคนเท่ (Cool) เป็นวัยรุ่น (Young) เป็นคนมีจินตนาการ (Imaginative) มีความโดดเด่นเฉพาะตัว (Unique) เป็นคนทันสมัย (Up-to-date) เป็นคนทำทุกอย่างได้โดยไม่พึ่งใคร (Independent) และเป็นคนร่วมสมัย (Contemporary) ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

หมายเหตุ: ผลของการวิเคราะห์ปัจจัย ทำให้บุคลิกภาพเป็นคนที่มีความมั่นใจในตนเองสูง (Confident) จากกลุ่มบุคลิกภาพแบบผู้มีความสามารถของ Aaker มาอยู่ในกลุ่มบุคลิกภาพแบบชอบความตื่นเต้น

### กลุ่มที่ 3 แบบมีรสนิยมสูง

ประกอบด้วย เป็นคนมีระดับ (Upper-class) เป็นคนใช้ชีวิตแบบหรูหรา (Glamorous) เป็นคนดูดี (Good-looking) และเป็นคนมีเสน่ห์ (Charming) ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

หมายเหตุ: ผลของการวิเคราะห์ปัจจัย ทำให้บุคลิกภาพมีความเป็นผู้หญิง อ่อนโยน (Feminine) และเป็นคนเรียบง่าย (Smooth) ถูกแยกออกมาเป็นกลุ่มบุคลิกภาพกลุ่มใหม่

#### กลุ่มที่ 4 แบบห้าวหาญ

ประกอบด้วย เป็นคนชอบกิจกรรมนอกบ้าน (Outdoorsy) มีความเป็นชาย เข้มแข็ง (Masculine) มีความเป็นสากล (Western) เป็นคนแข็งแกร่ง (Tough) และเป็นคนห้าวหาญ(Rugged) ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

#### กลุ่มที่ 5 แบบมีความเป็นตัวของตัวเอง

ประกอบด้วย มีความเป็นตัวของตัวเอง (Real) เป็นคนที่แปลกไม่เหมือนใคร (Original) และเป็นคนสนุกสนานร่าเริง (Cheerful) ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน  
 หมายเหตุ: ผลของการวิเคราะห์ปัจจัย ทำให้บุคลิกภาพเป็นคนอบอุ่น รักครอบครัว(Family-oriented) เป็นคนที่มีความซื่อสัตย์(Honest) เป็นคนจริงใจ (Sincere) เป็นคนมีสุขภาพดี (Wholesome) เป็นคนที่เป็นมิตร (Friendly) จากกลุ่มบุคลิกภาพแบบจริงจังของ Aaker ถูกย้ายไปอยู่ในกลุ่มบุคลิกภาพแบบผู้มีความสามารถและจริงใจ และบุคลิกภาพเป็นคนไม่ค่อยเปิดรับสิ่งใหม่ๆ (Small-town) เป็นคนมีอารมณ์อ่อนไหว (Sentimental) ถูกย้ายออกไปเป็นกลุ่มบุคลิกภาพกลุ่มใหม่

#### กลุ่มที่ 6 แบบมีความเป็นผู้หญิง อ่อนโยน

ประกอบด้วย มีความเป็นผู้หญิง อ่อนโยน (Feminine) และเป็นคนเรียบง่าย ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน  
 หมายเหตุ: ผลของการวิเคราะห์ปัจจัย ทำให้บุคลิกภาพมีความเป็นผู้หญิง อ่อนโยน(Feminine) และเป็นคนเรียบง่าย (Smooth) ถูกแยกออกมาจากกลุ่มบุคลิกภาพแบบมีรสนิยมนสูง

#### กลุ่มที่ 7 แบบอนุรักษ์นิยม

ประกอบด้วย เป็นคนไม่ค่อยเปิดรับสิ่งใหม่ๆ (Small-town) และเป็นคนมีอารมณ์อ่อนไหว (Sentimental) ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน  
 หมายเหตุ: ผลของการวิเคราะห์ปัจจัยทำให้บุคลิกภาพเป็นคนไม่ค่อยเปิดรับสิ่งใหม่ๆ (Small-town) และเป็นคนมีอารมณ์อ่อนไหว (Sentimental) ถูกแยกออกมาจากกลุ่มบุคลิกภาพแบบจริงจังของ Aaker

ตารางที่ 9 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพัทธ์ของตัวแปร Reliability Analysis – Scale (Alpha) ทั้ง 7 กลุ่ม

กลุ่มบุคคลิกภาพตราสินค้า	ค่า Alpha
กลุ่มที่ 1 แบบผู้มีความสามารถและจริงใจ	0.8797
กลุ่มที่ 2 แบบชอบความตื่นเต้น	0.8687
กลุ่มที่ 3 แบบมีรสนิยมสูง	0.7865
กลุ่มที่ 4 แบบห้าวหาญ	0.7763
กลุ่มที่ 5 แบบมีความเป็นตัวของตัวเอง	0.6444
กลุ่มที่ 6 แบบมีความเป็นผู้หญิง อ่อนโยน	0.4925
กลุ่มที่ 7 แบบอนุรักษ์นิยม	0.3034

จากตารางที่ 9 พบว่า ความสัมพัทธ์ของตัวแปร Reliability Analysis – Scale (Alpha) ทั้ง 7 กลุ่มมีค่าจากมากไปน้อยดังนี้ กลุ่มที่ 1 แบบผู้มีความสามารถและจริงใจมีค่า 0.8797 กลุ่มที่ 2 แบบชอบความตื่นเต้นมีค่า 0.8687 กลุ่มที่ 3 แบบมีรสนิยมสูงมีค่า 0.7865 กลุ่มที่ 4 แบบห้าวหาญมีค่า 0.7763 กลุ่มที่ 5 แบบมีความเป็นตัวของตัวเองมีค่า 0.6444 กลุ่มที่ 6 แบบมีความเป็นผู้หญิง อ่อนโยนมีค่า 0.4925 และกลุ่มที่ 7 แบบอนุรักษ์นิยมมีค่า 0.3034 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาค่าความสัมพัทธ์ของตัวแปร Reliability Analysis – Scale (Alpha) ทั้ง 7 กลุ่ม พบว่า กลุ่มที่ 1 - 5 มีค่า Alpha มากกว่า 0.6 แสดงว่าข้อมูลในกลุ่มนั้นๆ มีความน่าเชื่อถือ (Hair et al., 2007: 244) แต่กลุ่มที่ 6 กับกลุ่มที่ 7 มีค่า Alpha น้อยกว่า 0.6 แสดงว่าข้อมูลในกลุ่มนั้นๆ มีความน่าเชื่อถือน้อย แต่สามารถยอมรับได้เนื่องจากมีกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวนมาก (Hair et al., 1998: ออนไลน์ อ้างถึงใน Val Hooper และ You Zhou, 2007) ซึ่งในที่นี้มีมากถึง 1,140 ตัวอย่าง และเมื่อย้อนกลับไปดูค่าความสัมพัทธ์ของตัวแปร Alpha โดยรวมของทั้ง 42 ลักษณะย่อยในตารางที่ 8 พบว่า ค่าความสัมพัทธ์ของตัวแปร Alpha มีค่ามากถึง 0.9188 ซึ่งแสดงว่าข้อมูลโดยรวมมีความน่าเชื่อถือ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 1 แบบผู้มีความสามารถและจริงใจของรองเท้ากีฬาทั้ง 3 ยี่ห้อ

บุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 1 แบบผู้มีความ สามารถและ จริงใจ ของรองเท้า กีฬาทั้ง 3 ยี่ห้อ	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย และการ แปลผล
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
เป็นคนอบอุ่น รักครอบครัว	39 (3.42)	136 (11.93)	556 (48.77)	311 (27.28)	98 (8.60)	1140 (100.00)	3.26 เฉยๆ
เป็นคนที่มีความ ซื่อสัตย์	32 (2.81)	112 (6.82)	558 (48.95)	332 (29.12)	106 (9.30)	1140 (100.00)	3.32 เฉยๆ
เป็นคนจริงใจ	38 (3.33)	116 (10.18)	494 (43.33)	360 (31.58)	132 (11.58)	1140 (100.00)	3.37 เฉยๆ
เป็นคนมีสุขภาพดี	22 (1.93)	110 (9.65)	352 (30.88)	391 (34.30)	265 (23.25)	1140 (100.00)	3.67 เห็นด้วย
เป็นคนที่เป็นมิตร	33 (2.89)	100 (8.77)	417 (36.58)	398 (34.91)	192 (16.84)	1140 (100.00)	3.54 เห็นด้วย
เป็นคนมีความ น่าเชื่อถือ	16 (1.40)	116 (10.18)	420 (36.84)	368 (32.28)	220 (19.30)	1140 (100.00)	3.58 เห็นด้วย
เป็นคนขยัน	33 (2.89)	120 (10.53)	501 (43.95)	349 (30.61)	137 (12.02)	1140 (100.00)	3.38 เฉยๆ
เป็นคนมั่นคง	26 (2.28)	113 (9.91)	436 (38.25)	373 (32.72)	192 (16.84)	1140 (100.00)	3.52 เห็นด้วย
เป็นคนฉลาด	55 (4.82)	108 (9.47)	500 (43.86)	324 (28.42)	153 (13.42)	1140 (100.00)	3.36 เฉยๆ
มีความเชี่ยวชาญ	33 (2.89)	105 (9.21)	447 (39.21)	369 (32.37)	186 (16.32)	1140 (100.00)	3.50 เห็นด้วย

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 1 แบบผู้มีความสามารถและจริงใจของรองแท็กซี่ทั้ง 3 ยี่ห้อ (ต่อ)

บุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 1 แบบผู้มีความ สามารถและ จริงใจ ของรองแท็กซี่ ทั้ง 3 ยี่ห้อ	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย และการ แปลผล
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
เป็นคนที่ชอบ ช่วยเหลือผู้อื่น	39 (3.42)	114 (10.00)	460 (40.35)	377 (33.07)	150 (13.16)	1140 (100.00)	3.43 เฉยๆ
เป็นคนที่ประสบ ความสำเร็จ	22 (1.93)	108 (9.47)	421 (36.93)	367 (32.20)	222 (19.47)	1140 (100.00)	3.58 เห็นด้วย
มีความเป็นผู้นำ	25 (2.19)	121 (10.61)	381 (33.42)	362 (31.76)	251 (22.02)	1140 (100.00)	3.61 เห็นด้วย
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>3.47</b> เฉยๆ

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 1 แบบผู้มีความสามารถและจริงใจ ของรองแท็กซี่ทั้ง 3 ยี่ห้อ มีค่าเฉลี่ยในระดับเฉยๆ (3.47)

อย่างไรก็ตาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 1 แบบผู้มีความสามารถและจริงใจของรองแท็กซี่ทั้ง 3 ยี่ห้อในระดับเห็นด้วยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ เป็นคนมีสุขภาพดี (3.67) มีความเป็นผู้นำ (3.61) เป็นคนมีความน่าเชื่อถือ (3.58) เป็นคนที่ประสบความสำเร็จ (3.58) เป็นคนที่เปี่ยมมิตร (3.54) เป็นคนมั่นคง (3.52) และมีความเชี่ยวชาญ (3.50) ตามลำดับ



ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 2 แบบชอบความตื่นเต้นของรองเท้ากีฬาทั้ง 3 ยี่ห้อ

บุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 2 แบบชอบ ความตื่นเต้นของ รองเท้ากีฬา ทั้ง 3 ยี่ห้อ	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย และการ แปลผล
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
เป็นคนที่มีความมั่นใจ ในตนเองสูง	8 (0.70)	32 (3.81)	300 (26.32)	461 (40.44)	339 (29.74)	1140 (100.00)	3.96 เห็นด้วย
เป็นคนที่ชอบความท้าทาย	1 (0.09)	72 (6.32)	327 (28.68)	422 (37.02)	318 (27.89)	1140 (100.00)	3.86 เห็นด้วย
เป็นคนนำสมัย	5 (0.44)	69 (6.05)	314 (27.54)	387 (33.95)	365 (32.02)	1140 (100.00)	3.91 เห็นด้วย
เป็นคนที่น่าตื่นเต้น	9 (0.79)	94 (8.25)	419 (36.75)	387 (33.95)	231 (20.26)	1140 (100.00)	3.65 เห็นด้วย
เป็นคนมุ่งมั่น	22 (1.93)	101 (8.86)	393 (34.47)	362 (31.75)	262 (22.98)	1140 (100.00)	3.65 เห็นด้วย
เป็นคนเท่	12 (1.05)	86 (7.54)	302 (26.49)	392 (34.39)	348 (30.53)	1140 (100.00)	3.86 เห็นด้วย
เป็นวัยรุ่น	12 (1.05)	90 (7.89)	302 (26.49)	328 (28.77)	408 (35.79)	1140 (100.00)	3.90 เห็นด้วย
เป็นคนมีจินตนาการ	20 (1.75)	106 (9.30)	438 (38.42)	348 (30.53)	228 (20.00)	1140 (100.00)	3.58 เห็นด้วย
มีความโดดเด่น เฉพาะตัว	15 (1.32)	81 (7.11)	367 (32.19)	380 (33.33)	297 (26.05)	1140 (100.00)	3.76 เห็นด้วย
เป็นคนทันสมัย	10 (0.88)	66 (5.79)	334 (29.30)	397 (34.82)	333 (29.21)	1140 (100.00)	3.86 เห็นด้วย
เป็นคนทำทุกอย่างได้ โดยไม่พึ่งใคร	39 (3.42)	130 (11.40)	452 (39.65)	329 (28.86)	190 (16.67)	1140 (100.00)	3.44 เฉยๆ

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 2 แบบชอบความตื่นตัวของรองเท้ากีฬาทั้ง 3 ยี่ห้อ (ต่อ)

บุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 2 แบบชอบ ความตื่นตัวของ รองเท้ากีฬา ทั้ง 3 ยี่ห้อ	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย และการ แปลผล
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
เป็นคนร่วมสมัย	8 (0.70)	71 (6.23)	418 (36.67)	423 (37.10)	220 (19.30)	1140 (100.00)	3.68 เห็นด้วย
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>3.76</b> เห็นด้วย

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 2 แบบชอบความตื่นตัวของรองเท้ากีฬาทั้ง 3 ยี่ห้อ มีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วย (3.76)

อย่างไรก็ตาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 2 แบบชอบความตื่นตัวของรองเท้ากีฬาทั้ง 3 ยี่ห้อในระดับเห็นด้วยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ เป็นคนที่มีความมั่นใจในตนเองสูง (3.96) เป็นคนนำสมัย (3.91) เป็นวัยรุ่น (3.90) เป็นคนที่ชอบความท้าทาย (3.86) เป็นคนเท่ (3.86) เป็นคนทันสมัย (3.86) มีความโดดเด่นเฉพาะตัว (3.76) เป็นคนร่วมสมัย (3.68) เป็นคนที่น่าตื่นตัว (3.65) เป็นคนมุ่งมั่น (3.65) และเป็นคนมีจินตนาการ (3.58) ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 3 แบบมีรสนิยมสูงของรองเท้ากีฬาทั้ง 3 ยี่ห้อ

บุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 3 แบบมีรสนิยม สูงของรองเท้ากีฬา ทั้ง 3 ยี่ห้อ	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย และการ แปลผล
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
เป็นคนมีระดับ	18 (1.58)	105 (9.21)	352 (30.88)	359 (31.49)	306 (26.84)	1140 (100.00)	3.72 เห็นด้วย
เป็นคนใช้ชีวิตแบบ หรูหรา	37 (3.25)	149 (13.07)	372 (32.63)	297 (26.05)	285 (25.00)	1140 (100.00)	3.56 เห็นด้วย
เป็นคนคูดี	19 (1.67)	83 (7.28)	362 (31.75)	384 (33.68)	292 (25.61)	1140 (100.00)	3.74 เห็นด้วย
เป็นคนมีเสน่ห์	26 (2.28)	112 (9.82)	395 (34.65)	397 (37.82)	210 (18.42)	1140 (100.00)	3.57 เห็นด้วย
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>3.65</b> เห็นด้วย

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 3 แบบมีรสนิยมสูงของรองเท้ากีฬาทั้ง 3 ยี่ห้อ มีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วย (3.65)

อย่างไรก็ตาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 3 แบบมีรสนิยมสูงของรองเท้ากีฬาทั้ง 3 ยี่ห้อในระดับเห็นด้วยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ เป็นคนคูดี (3.74) เป็นคนมีระดับ (3.72) เป็นคนมีเสน่ห์ (3.57) และเป็นคนใช้ชีวิตแบบหรูหรา (3.56) ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 4 แบบห้าวหาญของรองเท้ากีฬาทั้ง 3 ยี่ห้อ

บุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 4 แบบห้าวหาญ ของรองเท้ากีฬา ทั้ง 3 ยี่ห้อ	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย และการ แปลผล
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
เป็นคนชอบกิจกรรม นอกบ้าน	11 (0.96)	78 (6.84)	320 (28.07)	400 (35.09)	331 (29.04)	1140 (100.00)	3.84 เห็นด้วย
มีความเป็นชาย เข้มแข็ง	67 (5.88)	95 (8.33)	379 (33.25)	345 (30.26)	254 (22.28)	1140 (100.00)	3.55 เห็นด้วย
มีความเป็นสากล	11 (0.96)	71 (6.23)	317 (27.81)	376 (32.98)	365 (32.02)	1140 (100.00)	3.89 เห็นด้วย
เป็นคนแข็งแรง	13 (1.14)	101 (8.86)	424 (37.19)	371 (32.54)	231 (20.26)	1140 (100.00)	3.62 เห็นด้วย
เป็นคนห้าวหาญ	20 (1.76)	114 (10.00)	461 (40.44)	318 (27.89)	227 (19.91)	1140 (100.00)	3.54 เห็นด้วย
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>3.69</b> เห็นด้วย

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 4 แบบห้าวหาญของรองเท้ากีฬาทั้ง 3 ยี่ห้อ มีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วย (3.69)

อย่างไรก็ตาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 4 แบบห้าวหาญของรองเท้ากีฬาทั้ง 3 ยี่ห้อในระดับเห็นด้วยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ มีความเป็นสากล (3.89) เป็นคนชอบกิจกรรมนอกบ้าน (3.84) เป็นคนแข็งแรง (3.62) มีความเป็นชาย เข้มแข็ง (3.55) และเป็นคนห้าวหาญ (3.54) ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 5 แบบมีความเป็นตัวของตัวเองของรองเท้ายี่ห้อ 3 ยี่ห้อ

บุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 5 แบบมีความ เป็นตัวของตัวเอง ของรองเท้ายี่ห้อ 3 ยี่ห้อ	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย และการ แปลผล
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
มีความเป็นตัวของตัวเอง	8 (0.70)	90 (7.90)	349 (30.61)	394 (34.56)	299 (26.23)	1140 (100.00)	3.78 เห็นด้วย
เป็นคนที่ไม่แปลกไม่เหมือนใคร	36 (3.16)	143 (12.54)	446 (39.12)	343 (30.09)	172 (15.09)	1140 (100.00)	3.41 เฉยๆ
เป็นคนสนุกสนานร่าเริง	15 (1.32)	108 (9.47)	381 (33.42)	415 (36.40)	221 (19.39)	1140 (100.00)	3.63 เห็นด้วย
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>3.61</b> เห็นด้วย

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 5 แบบมีความเป็นตัวของตัวเองของรองเท้ายี่ห้อ 3 ยี่ห้อ มีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วย (3.61)

อย่างไรก็ตาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 5 แบบมีความเป็นตัวของตัวเองของรองเท้ายี่ห้อ 3 ยี่ห้อ ในระดับเห็นด้วยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ มีความเป็นตัวของตัวเอง (3.78) เป็นคนสนุกสนานร่าเริง (3.63) และเป็นคนที่แปลกไม่เหมือนใคร (3.41) ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 6 แบบมีความเป็นผู้หญิง อ่อนโยนของรองเท้ากีฬาทั้ง 3 ยี่ห้อ

บุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 6 แบบมีความ เป็นผู้หญิง อ่อนโยน ของรองเท้ากีฬา ทั้ง 3 ยี่ห้อ	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย และการ แปลผล
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
มีความเป็นผู้หญิง อ่อนโยน	147 (12.89)	225 (19.74)	470 (41.23)	211 (18.51)	87 (7.63)	1140 (100.00)	2.88 เฉยๆ
เป็นคนเรียบง่าย	76 (6.67)	180 (15.79)	449 (39.38)	299 (26.23)	136 (11.93)	1140 (100.00)	3.21 เฉยๆ
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>3.05</b> เฉยๆ

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 6 แบบมีความเป็นผู้หญิง อ่อนโยนของรองเท้ากีฬาทั้ง 3 ยี่ห้อ มีค่าเฉลี่ยในระดับเฉยๆ (3.05)

อย่างไรก็ตาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 6 แบบมีความเป็นผู้หญิง อ่อนโยนของรองเท้ากีฬาทั้ง 3 ยี่ห้อในระดับเฉยๆ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ ดังนี้ เป็นคนเรียบง่าย (3.21) และมีความเป็นผู้หญิง อ่อนโยน (2.88) ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 7 แบบอนุรักษ์นิยมของรองเท้ากีฬาทั้ง 3 ยี่ห้อ

บุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 7 แบบอนุรักษ์ นิยมของรองเท้ากีฬา ทั้ง 3 ยี่ห้อ	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย และการ แปลผล
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
เป็นคนไม่ค่อยเปิดรับ สิ่งใหม่ๆ	138 (12.11)	233 (20.44)	454 (39.82)	224 (19.65)	91 (7.98)	1140 (100.00)	2.91 เฉยๆ
เป็นคนมีอารมณ์ อ่อนไหว	64 (5.61)	169 (14.82)	517 (45.35)	292 (25.62)	98 (8.60)	1140 (100.00)	3.17 เฉยๆ
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>3.04</b> เฉยๆ

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 7 แบบอนุรักษ์นิยมของรองเท้ากีฬาทั้ง 3 ยี่ห้อ มีค่าเฉลี่ยในระดับเฉยๆ (3.04)

อย่างไรก็ตาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 7 แบบอนุรักษ์นิยมของรองเท้ากีฬาทั้ง 3 ยี่ห้อในระดับเฉยๆ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ เป็นคนมีอารมณ์อ่อนไหว (3.17) และเป็นคนไม่ค่อยเปิดรับสิ่งใหม่ๆ (2.91) ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 1 แบบผู้มีความสามารถละจริงใจของรองเท้ากีฬายี่ห้ออาดิดาส

บุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 1 แบบผู้มีความ สามารถและ จริงใจของรองเท้ากีฬายี่ห้ออาดิดาส	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย และการ แปลผล
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
เป็นคนอบอุ่น รัก ครอบครัว	11 (2.89)	32 (8.42)	176 (46.32)	122 (32.11)	39 (10.26)	380 (100.00)	3.38 เฉยๆ
เป็นคนที่มีความ ซื่อสัตย์	11 (2.89)	26 (6.84)	186 (48.95)	123 (32.37)	34 (8.95)	380 (100.00)	3.38 เฉยๆ
เป็นคนจริงใจ	11 (2.89)	31 (8.16)	171 (45.00)	129 (33.95)	38 (10.00)	380 (100.00)	3.40 เฉยๆ
เป็นคนมีสุขภาพดี	6 (1.58)	26 (6.84)	95 (25.00)	153 (40.26)	100 (26.32)	380 (100.00)	3.83 เห็นด้วย
เป็นคนที่เป็นมิตร	13 (3.42)	38 (10.00)	129 (33.95)	147 (38.68)	53 (13.95)	380 (100.00)	3.50 เห็นด้วย
เป็นคนมีความ น่าเชื่อถือ	3 (0.79)	27 (7.11)	125 (32.89)	133 (35.00)	92 (24.21)	380 (100.00)	3.75 เห็นด้วย
เป็นคนขยัน	9 (2.37)	36 (9.47)	155 (40.79)	127 (33.42)	53 (13.95)	380 (100.00)	3.47 เฉยๆ
เป็นคนมั่นคง	8 (2.11)	24 (6.32)	117 (30.79)	146 (38.42)	85 (22.37)	380 (100.00)	3.73 เห็นด้วย
เป็นคนฉลาด	18 (4.74)	28 (7.37)	159 (41.84)	121 (31.84)	54 (14.21)	380 (100.00)	3.43 เฉยๆ
มีความเชี่ยวชาญ	9 (2.37)	31 (8.16)	139 (36.58)	129 (33.95)	72 (18.95)	380 (100.00)	3.59 เห็นด้วย



ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 1 แบบผู้มีความสามารถและจริงใจของรองแท็กซี่หืออาติคาส (ต่อ)

บุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 1 แบบผู้มีความ สามารถและ จริงใจของรองแท็กซี่ หืออาติคาส	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย และการ แปลผล
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
เป็นคนที่ชอบ ช่วยเหลือผู้อื่น	11 (2.89)	36 (9.47)	152 (40.00)	132 (34.74)	49 (12.89)	380 (100.00)	3.45 เฉยๆ
เป็นคนที่ประสบ ความสำเร็จ	4 (1.05)	32 (8.42)	124 (32.63)	132 (34.74)	88 (23.16)	380 (100.00)	3.71 เห็นด้วย
มีความเป็นผู้ นำ	7 (1.84)	30 (7.89)	108 (28.42)	133 (35.00)	102 (26.84)	380 (100.00)	3.77 เห็นด้วย
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>3.57</b> เห็นด้วย

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 1 แบบผู้มีความสามารถและจริงใจของรองแท็กซี่หืออาติคาสมีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วย (3.57)

อย่างไรก็ตาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 1 แบบผู้มีความสามารถและจริงใจของรองแท็กซี่หืออาติคาสในระดับเห็นด้วยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ เป็นคนมีสุขภาพดี (3.83) มีความเป็นผู้นำ (3.77) เป็นคนมีความน่าเชื่อถือ (3.75) เป็นคนมั่นคง (3.73) เป็นคนที่ประสบความสำเร็จ (3.71) มีความเชี่ยวชาญ (3.59) และเป็นคนที่ เป็นมิตร (3.50) ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 2 แบบชอบความตื่นเต้นของรองเท้ากีฬาหืออาดิดาส

บุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 2 แบบชอบ ความตื่นเต้นของ รองเท้ากีฬาหือ อาดิดาส	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย และการ แปลผล
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
เป็นคนที่มีความมั่นใจ ในตนเองสูง	2 (0.53)	13 (3.42)	116 (30.53)	166 (43.68)	83 (21.84)	380 (100.00)	3.83 เห็นด้วย
เป็นคนที่ชอบความท้าทาย	1 (0.26)	24 (6.32)	122 (32.11)	149 (39.21)	84 (22.11)	380 (100.00)	3.77 เห็นด้วย
เป็นคนน้าสมัย	1 (0.26)	24 (6.32)	102 (26.84)	144 (37.89)	109 (28.68)	380 (100.00)	3.88 เห็นด้วย
เป็นคนที่น่าตื่นเต้น	4 (1.05)	28 (7.37)	160 (42.11)	137 (36.05)	51 (13.42)	380 (100.00)	3.53 เห็นด้วย
เป็นคนมุ่งมั่น	7 (1.84)	34 (8.95)	130 (34.21)	130 (34.21)	79 (20.79)	380 (100.00)	3.63 เห็นด้วย
เป็นคนเท่	5 (1.32)	19 (5.00)	116 (30.53)	145 (38.16)	95 (25.00)	380 (100.00)	3.81 เห็นด้วย
เป็นวัยรุ่น	3 (0.79)	32 (8.42)	132 (34.74)	116 (30.53)	97 (25.53)	380 (100.00)	3.72 เห็นด้วย
เป็นคนมีจินตนาการ	6 (1.58)	36 (9.47)	174 (45.79)	115 (30.26)	49 (12.89)	380 (100.00)	3.43 เฉยๆ
มีความโดดเด่น เฉพาะตัว	6 (1.58)	34 (8.95)	148 (38.95)	124 (32.63)	68 (17.89)	380 (100.00)	3.56 เห็นด้วย
เป็นคนทันสมัย	2 (0.53)	20 (5.26)	119 (31.32)	138 (36.32)	101 (26.58)	380 (100.00)	3.83 เห็นด้วย

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 2 แบบชอบความตื่นเต้นของรองเท้ากีฬาหืออาดิดาส (ต่อ)

บุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 2 แบบชอบ ความตื่นเต้นของ รองเท้ากีฬาหือ อาดิดาส	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย และการ แปลผล
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
เป็นคนทำทุกอย่างได้ โดยไม่พึ่งใคร	15 (3.95)	49 (12.89)	166 (43.68)	108 (28.42)	42 (11.05)	380 (100.00)	3.30 เฉยๆ
เป็นคนร่วมสมัย	2 (0.53)	18 (4.74)	140 (36.84)	159 (41.84)	61 (16.05)	380 (100.00)	3.68 เห็นด้วย
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>3.66</b> เห็นด้วย

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 2 แบบชอบความตื่นเต้นของรองเท้ากีฬาหืออาดิดาสมีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วย (3.66)

อย่างไรก็ตาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 2 แบบชอบความตื่นเต้นของรองเท้ากีฬาหืออาดิดาสในระดับเห็นด้วยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ เป็นคนนำสมัย (3.88) เป็นคนที่มีความมั่นใจในตนเองสูง (3.83) เป็นคนทันสมัย (3.83) เป็นคนเท่ (3.81) เป็นคนที่ชอบความท้าทาย (3.77) เป็นวัยรุ่น (3.72) เป็นคนร่วมสมัย (3.68) เป็นคนมุ่งมั่น (3.63) มีความโดดเด่นเฉพาะตัว (3.56) และเป็นคนที่น่าตื่นเต้น (3.53) ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 3 แบบมีรสนิยมสูงของรองเท้ากีฬาห้ออาดิดาส

บุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 3 แบบมีรสนิยม สูงของรองเท้ากีฬาห้อ อาดิดาส	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย และการ แปลผล
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
เป็นคนมีระดับ	2 (0.53)	20 (5.26)	107 (28.16)	123 (32.37)	128 (33.68)	380 (100.00)	3.93 เห็นด้วย
เป็นคนใช้ชีวิตแบบ หรูหรา	7 (1.84)	47 (12.37)	100 (26.32)	101 (26.58)	125 (32.89)	380 (100.00)	3.76 เห็นด้วย
เป็นคนคูดี	6 (1.58)	16 (4.21)	108 (28.42)	130 (34.21)	120 (31.58)	380 (100.00)	3.90 เห็นด้วย
เป็นคนมีเสน่ห์	7 (1.84)	31 (8.16)	126 (33.16)	141 (37.11)	75 (19.74)	380 (100.00)	3.65 เห็นด้วย
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>3.81</b> เห็นด้วย

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 3 แบบมีรสนิยมสูงของรองเท้ากีฬาห้ออาดิดาสมีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วย (3.81)

อย่างไรก็ตาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 3 แบบมีรสนิยมสูงของรองเท้ากีฬาห้ออาดิดาสในระดับเห็นด้วยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ เป็นคนมีระดับ (3.93) เป็นคนคูดี (3.90) เป็นคนใช้ชีวิตแบบหรูหรา (3.76) และเป็นคนมีเสน่ห์ (3.65) ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 4 แบบห้าวหาญของรองเท้ากีฬายี่ห้ออาดิดาส

บุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 4 แบบห้าวหาญ ของรองเท้ากีฬายี่ห้อ อาดิดาส	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย และการ แปลผล
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
เป็นคนชอบกิจกรรม นอกบ้าน	2 (0.53)	22 (5.79)	106 (27.89)	142 (37.37)	108 (28.42)	380 (100.00)	3.87 เห็นด้วย
มีความเป็นชาย เข้มแข็ง	21 (5.53)	29 (7.63)	121 (31.84)	120 (31.58)	89 (23.42)	380 (100.00)	3.60 เห็นด้วย
มีความเป็นสากล	4 (1.05)	23 (6.05)	93 (24.47)	126 (33.16)	134 (35.26)	380 (100.00)	3.96 เห็นด้วย
เป็นคนแข็งแรง	6 (1.58)	20 (5.26)	134 (35.26)	132 (34.74)	88 (23.16)	380 (100.00)	3.73 เห็นด้วย
เป็นคนห้าวหาญ	6 (1.58)	24 (6.32)	153 (40.26)	113 (29.74)	84 (22.11)	380 (100.00)	3.64 เห็นด้วย
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>3.76</b> เห็นด้วย

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 4 แบบห้าวหาญของรองเท้ากีฬายี่ห้ออาดิดาสมีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วย (3.76)

อย่างไรก็ตาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 4 แบบห้าวหาญของรองเท้ากีฬายี่ห้ออาดิดาสในระดับเห็นด้วยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ มีความเป็นสากล (3.96) เป็นคนชอบกิจกรรมนอกบ้าน (3.87) เป็นคนแข็งแรง (3.73) เป็นคนห้าวหาญ (3.64) และมีความเป็นชาย เข้มแข็ง (3.60) ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 5 แบบมีความเป็นตัวของตัวเองของรองเท้ากีฬาหืออาดิดาส

บุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 5 แบบมีความ เป็นตัวของตัวเอง ของรองเท้ากีฬาหือ อาดิดาส	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย และการ แปลผล
	ไม่เห็นด้วยอย่าง ยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
มีความเป็นตัวของตัวเอง	2 (0.53)	39 (10.26)	129 (33.95)	146 (38.42)	64 (16.84)	380 (100.00)	3.61 เห็นด้วย
เป็นคนที่ไม่แปลกไม่ เหมือนใคร	16 (4.21)	66 (17.37)	158 (41.58)	116 (30.53)	24 (6.32)	380 (100.00)	3.17 เฉยๆ
เป็นคนสนุกสนานร่า เริง	5 (1.32)	33 (8.68)	133 (35.00)	163 (42.89)	46 (12.11)	380 (100.00)	3.56 เห็นด้วย
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>3.45</b> เฉยๆ

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 5 แบบมีความเป็นตัวของตัวเองของรองเท้ากีฬาหืออาดิดาสมีค่าเฉลี่ยในระดับเฉยๆ (3.45)

อย่างไรก็ตาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 5 แบบมีความเป็นตัวของตัวเองของรองเท้ากีฬาหืออาดิดาสในระดับเห็นด้วยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ มีความเป็นตัวของตัวเอง (3.61) และเป็นคนสนุกสนานร่าเริง (3.56) ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 6 แบบมีความเป็นผู้หญิง อ่อนโยนของรองเท้ากีฬาผู้หญิง ออติคาส

บุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 6 แบบมีความ เป็นผู้หญิง อ่อนโยน ของรองเท้ากีฬาผู้หญิง ออติคาส	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย และการ แปลผล
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
มีความเป็นผู้หญิง อ่อนโยน	44 (11.58)	84 (22.11)	160 (42.11)	60 (15.79)	32 (8.42)	380 (100.00)	2.87 เฉยๆ
เป็นคนเรียบง่าย	28 (7.37)	67 (17.63)	149 (39.21)	98 (25.79)	38 (10.00)	380 (100.00)	3.13 เฉยๆ
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>3.00</b> เฉยๆ

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 6 แบบมีความเป็นผู้หญิง อ่อนโยนของรองเท้ากีฬาผู้หญิง ออติคาสมีค่าเฉลี่ยในระดับเฉยๆ (3.00)

อย่างไรก็ตาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 6 แบบมีความเป็นผู้หญิง อ่อนโยนของรองเท้ากีฬาทั้ง 3 ยี่ห้อในระดับเฉยๆ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ เป็นคนเรียบง่าย (3.13) และมีความเป็นผู้หญิง อ่อนโยน (2.87) ตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 7 แบบอนุรักษ์นิยมของรองเท้านักกีฬาหืออาดิดาส

บุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 7 แบบอนุรักษ์ นิยมของรองเท้านักกีฬา หืออาดิดาส	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย และการ แปลผล
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
เป็นคนไม่ค่อยเปิดรับ สิ่งใหม่ๆ	47 (12.37)	77 (20.26)	161 (42.37)	63 (16.58)	32 (8.42)	380 (100.00)	2.88 เฉยๆ
เป็นคนมีอารมณ์ อ่อนไหว	24 (6.32)	75 (19.74)	172 (45.26)	89 (23.42)	20 (5.26)	380 (100.00)	3.02 เฉยๆ
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>2.95</b> เฉยๆ

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 7 แบบอนุรักษ์นิยมของรองเท้านักกีฬาหืออาดิดาสมีค่าเฉลี่ยในระดับเฉยๆ (2.95)

อย่างไรก็ตาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 7 แบบอนุรักษ์นิยมของรองเท้านักกีฬาทั้ง 3 ยี่ห้อในระดับเฉยๆ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ เป็นคนมีอารมณ์อ่อนไหว (3.02) และเป็นคนไม่ค่อยเปิดรับสิ่งใหม่ๆ (2.88) ตามลำดับ



ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 1 แบบผู้มีความสามารถและจริงจังของรองเท้ากีฬาหือคอนเวอร์ต

บุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 1 แบบผู้มีความ สามารถและ จริงจังของรองเท้ากีฬา หือคอนเวอร์ต	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย และการ แปลผล
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
เป็นคนอบอุ่น รัก ครอบครัว	15 (3.95)	74 (19.47)	190 (50.00)	73 (19.21)	28 (7.37)	380 (100.00)	3.07 เฉยๆ
เป็นคนที่มีความ ซื่อสัตย์	11 (2.89)	53 (13.95)	188 (49.47)	95 (25.00)	33 (8.68)	380 (100.00)	3.23 เฉยๆ
เป็นคนจริงใจ	13 (3.42)	52 (13.68)	168 (44.21)	104 (27.37)	43 (11.32)	380 (100.00)	3.29 เฉยๆ
เป็นคนมีสุขภาพดี	12 (3.16)	62 (16.32)	156 (41.05)	100 (26.32)	50 (13.16)	380 (100.00)	3.30 เฉยๆ
เป็นคนที่เป็มิตร	11 (2.89)	37 (9.74)	146 (38.42)	119 (31.32)	67 (17.63)	380 (100.00)	3.51 เห็นด้วย
เป็นคนมีความ น่าเชื่อถือ	11 (2.89)	69 (18.16)	178 (46.84)	101 (26.58)	21 (5.53)	380 (100.00)	3.14 เฉยๆ
เป็นคนขยัน	16 (4.21)	50 (13.16)	199 (52.37)	92 (24.21)	23 (6.05)	380 (100.00)	3.15 เฉยๆ
เป็นคนมั่นคง	9 (2.37)	67 (17.63)	170 (44.74)	107 (28.16)	27 (7.11)	380 (100.00)	3.20 เฉยๆ
เป็นคนฉลาด	19 (5.00)	57 (15.00)	196 (51.58)	84 (22.11)	24 (6.32)	380 (100.00)	3.10 เฉยๆ
มีความเชี่ยวชาญ	13 (3.42)	52 (13.68)	189 (49.74)	97 (25.53)	29 (7.63)	380 (100.00)	3.20 เฉยๆ

ตารางที่ 24 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 1 แบบผู้มีความสามารถและจริงใจของรองแท็กซี่พายี้อีพียูคอนเวอร์สต์ (ต่อ)

บุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 1 แบบผู้มีความ สามารถและ จริงใจของรองแท็กซี่พายี้อีพียู คอนเวอร์สต์	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย และการ แปลผล
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
เป็นคนที่ชอบ ช่วยเหลือผู้อื่น	12 (3.16)	46 (12.11)	163 (42.89)	115 (30.26)	44 (11.58)	380 (100.00)	3.35 เฉยๆ
เป็นคนที่ประสบความสำเร็จ	9 (2.37)	52 (13.68)	192 (50.53)	96 (25.26)	31 (8.16)	380 (100.00)	3.23 เฉยๆ
มีความเป็นผู้นำ	10 (2.63)	70 (18.42)	167 (43.95)	91 (23.95)	42 (11.05)	380 (100.00)	3.22 เฉยๆ
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>3.23</b> เฉยๆ

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 1 แบบผู้มีความสามารถและจริงใจของรองแท็กซี่พายี้อีพียูคอนเวอร์สต์มีค่าเฉลี่ยในระดับเฉยๆ (3.23)

อย่างไรก็ตาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 1 แบบผู้มีความสามารถและจริงใจของรองแท็กซี่พายี้อีพียูคอนเวอร์สต์ในระดับเห็นด้วยดังนี้ เป็นคนที่ เป็นมิตร (3.51)

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 2 แบบขอความถี่ต้นต้นของรองเท้ากีฬาห้อยคอนเวอร์ต

บุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 2 แบบขอ ความถี่ต้นต้นของ รองเท้ากีฬาห้อย คอนเวอร์ต	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย และการ แปลผล
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
เป็นคนที่มีความมั่นใจ ในตนเองสูง	4 (1.05)	11 (2.89)	89 (23.42)	151 (39.74)	125 (32.89)	380 (100.00)	4.01 เห็นด้วย
เป็นคนที่ชอบความท้าทาย	0 (0.00)	29 (7.63)	101 (26.58)	138 (36.32)	112 (29.47)	380 (100.00)	3.88 เห็นด้วย
เป็นคนนำสมัย	3 (0.79)	31 (8.16)	110 (28.95)	124 (32.63)	112 (29.47)	380 (100.00)	3.82 เห็นด้วย
เป็นคนที่น่าตื่นเต้น	3 (0.79)	33 (8.68)	131 (34.47)	122 (32.11)	91 (23.95)	380 (100.00)	3.70 เห็นด้วย
เป็นคนมุ่งมั่น	9 (2.37)	39 (10.26)	151 (39.74)	108 (28.42)	73 (19.21)	380 (100.00)	3.52 เห็นด้วย
เป็นคนเท่	3 (0.79)	43 (11.32)	103 (27.11)	110 (28.95)	121 (31.84)	380 (100.00)	3.80 เห็นด้วย
เป็นวัยรุ่น	5 (1.32)	26 (6.84)	68 (17.89)	88 (23.16)	193 (50.79)	380 (100.00)	4.15 เห็นด้วย
เป็นคนมีจินตนาการ	6 (1.58)	45 (11.84)	105 (27.63)	119 (31.32)	105 (27.63)	380 (100.00)	3.72 เห็นด้วย
มีความโดดเด่น เฉพาะตัว	5 (1.32)	26 (6.84)	102 (26.84)	111 (29.21)	136 (35.79)	380 (100.00)	3.91 เห็นด้วย
เป็นคนทันสมัย	6 (1.58)	33 (8.68)	114 (30.00)	123 (32.37)	104 (27.37)	380 (100.00)	3.75 เห็นด้วย

ตารางที่ 25 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 2 แบบชอบความตื่นตัวของรองเท้ายี่ห้อคอนเวอริส (ต่อ)

บุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 2 แบบชอบ ความตื่นตัวของ รองเท้ายี่ห้อ คอนเวอริส	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย และการ แปลผล
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
เป็นคนทำทุกอย่างได้ โดยไม่พึ่งใคร	12 (3.16)	39 (10.26)	150 (39.47)	109 (28.68)	70 (18.42)	380 (100.00)	3.49 เฉยๆ
เป็นคนร่วมสมัย	3 (0.79)	32 (8.42)	148 (38.95)	119 (31.32)	78 (20.53)	380 (100.00)	3.62 เห็นด้วย
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>3.78</b> เห็นด้วย

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 2 แบบชอบความตื่นตัวของรองเท้ายี่ห้อคอนเวอริสมีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วย (3.78)

อย่างไรก็ตาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 2 แบบชอบความตื่นตัวของรองเท้ายี่ห้อคอนเวอริสในระดับเห็นด้วยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ ดังนี้ เป็นวัยรุ่น (4.15) เป็นคนที่มีความมั่นใจในตนเองสูง (4.01) มีความโดดเด่นเฉพาะตัว (3.91) เป็นคนที่ชอบความท้าทาย (3.88) เป็นคนนำสมัย (3.82) เป็นคนเท่ (3.80) เป็นคนทันสมัย (3.75) เป็นคนมีจินตนาการ (3.72) เป็นคนที่น่าตื่นเต้น (3.70) เป็นคนร่วมสมัย (3.62) และเป็นคนมุ่งมั่น (3.52) ตามลำดับ

ตารางที่ 26 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 3 แบบมีรสนิยมสูงของรองเท้ากีฬาห้อยคอนเวอร์ส

บุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 3 แบบมีรสนิยมสูง ของรองเท้ากีฬาห้อย คอนเวอร์ส	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย และการ แปลผล
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
เป็นคนมีระดับ	10 (2.63)	63 (16.58)	165 (43.42)	94 (24.74)	48 (12.63)	380 (100.00)	3.28 เฉยๆ
เป็นคนใช้ชีวิตแบบ หรูหรา	24 (6.32)	82 (21.58)	172 (45.26)	68 (17.89)	34 (8.95)	380 (100.00)	3.02 เฉยๆ
เป็นคนคูดี	10 (2.63)	44 (11.58)	165 (43.42)	110 (28.95)	51 (13.42)	380 (100.00)	3.39 เฉยๆ
เป็นคนมีเสน่ห์	14 (3.68)	59 (15.53)	130 (34.21)	126 (33.16)	51 (13.42)	380 (100.00)	3.37 เฉยๆ
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>3.26</b> เฉยๆ

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 3 แบบมีรสนิยมสูงของรองเท้ากีฬาห้อยคอนเวอร์สมีค่าเฉลี่ยในระดับเฉยๆ (3.26)

อย่างไรก็ตาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 3 แบบมีรสนิยมสูงของรองเท้ากีฬาทั้ง 3 ยี่ห้อในระดับเฉยๆ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ เป็นคนคูดี (3.39) เป็นคนมีเสน่ห์ (3.37) เป็นคนมีระดับ (3.28) และเป็นคนใช้ชีวิตแบบหรูหรา (3.02) ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 4 หัวหาญของรองเท้ากีฬายี่ห้อคอนเวอร์ส

บุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 4 หัวหาญ ของรองเท้ากีฬายี่ห้อ คอนเวอร์ส	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย และการ แปลผล
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
เป็นคนชอบกิจกรรม นอกบ้าน	4 (1.05)	37 (9.74)	117 (30.79)	111 (29.21)	111 (29.21)	380 (100.00)	3.76 เห็นด้วย
มีความเป็นชาย เข้มแข็ง	24 (6.32)	40 (10.53)	146 (38.42)	106 (27.89)	64 (16.84)	380 (100.00)	3.38 เฉยๆ
มีความเป็นสากล	4 (1.05)	36 (9.47)	128 (33.68)	133 (35.00)	79 (20.79)	380 (100.00)	3.65 เห็นด้วย
เป็นคนแข็งแรง	3 (0.79)	60 (15.79)	156 (41.05)	105 (27.63)	56 (14.74)	380 (100.00)	3.40 เฉยๆ
เป็นคนหัวหาญ	7 (1.84)	55 (14.47)	160 (42.11)	96 (25.26)	62 (16.32)	380 (100.00)	3.40 เฉยๆ
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>3.52</b> เห็นด้วย

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 4 หัวหาญของรองเท้ากีฬายี่ห้อคอนเวอร์ส มีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วย (3.52)

อย่างไรก็ตาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 4 หัวหาญของรองเท้ากีฬายี่ห้อคอนเวอร์สในระดับเห็นด้วยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ เป็นคนชอบกิจกรรมนอกบ้าน (3.76) และมีความเป็นสากล (3.65) ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 5 แบบมีความเป็นตัวของตัวเองของรองเท้ากีฬาหือคอนเวอร์ต

บุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 5 แบบมีความ เป็นตัวของตัวเอง ของรองเท้ากีฬาหือ คอนเวอร์ต	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย และการ แปลผล
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
มีความเป็นตัวของตัวเอง	2 (0.53)	25 (6.58)	96 (25.26)	116 (30.53)	141 (37.11)	380 (100.00)	3.97 เห็นด้วย
เป็นคนที่แปลกไม่ เหมือนใคร	11 (2.89)	33 (8.68)	115 (30.26)	125 (32.89)	96 (25.26)	380 (100.00)	3.69 เห็นด้วย
เป็นคนสนุกสนาน ร่าเริง	4 (1.05)	45 (11.84)	117 (30.79)	124 (32.63)	90 (23.68)	380 (100.00)	3.66 เห็นด้วย
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>3.77 เห็นด้วย</b>

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 5 แบบมีความเป็นตัวของตัวเองของรองเท้ากีฬาหือคอนเวอร์ตมีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วย (3.77)

อย่างไรก็ตาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 5 แบบมีความเป็นตัวของตัวเองของรองเท้ากีฬาหือคอนเวอร์ตในระดับเห็นด้วยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ เป็นตัวของตัวเอง (3.97) เป็นคนที่แปลกไม่เหมือนใคร (3.69) และเป็นคนสนุกสนานร่าเริง (3.66) ตามลำดับ

ตารางที่ 29 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 6 แบบมีความเป็นผู้หญิง อ่อนโยนของรองเท้ากีฬาหือคอนเวอร์ต

บุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 6 แบบมีความ เป็นผู้หญิง อ่อนโยน ของรองเท้ากีฬาหือ คอนเวอร์ต	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย และการ แปลผล
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
มีความเป็นผู้หญิง อ่อนโยน	58 (15.26)	76 (20.00)	161 (42.37)	67 (17.63)	18 (4.74)	380 (100.00)	2.77 เฉยๆ
เป็นคนเรียบง่าย	18 (4.74)	55 (14.47)	150 (39.47)	96 (25.26)	61 (16.05)	380 (100.00)	3.33 เฉยๆ
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>3.05</b> เฉยๆ

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 6 แบบมีความเป็นผู้หญิง อ่อนโยนของรองเท้ากีฬาหือคอนเวอร์ตมีค่าเฉลี่ยในระดับเฉยๆ (3.05)

อย่างไรก็ตาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 6 แบบมีความเป็นผู้หญิง อ่อน โยนของรองเท้ากีฬาทั้ง 3 ยี่ห้อในระดับเฉยๆ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ เป็นคนเรียบง่าย (3.33) และมีความเป็นผู้หญิง อ่อนโยน (2.77) ตามลำดับ



ตารางที่ 30 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 7 แบบอนุรักษ์นิยมของรองเท้ากีฬายี่ห้อคอนเวอร์ต

บุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 7 แบบอนุรักษ์ นิยมของรองเท้ากีฬา ยี่ห้อคอนเวอร์ต	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย และการ แปลผล
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
เป็นคนไม่ค่อยเปิดรับ สิ่งใหม่ๆ	46 (12.11)	87 (22.89)	137 (36.05)	80 (21.05)	30 (7.89)	380 (100.00)	2.90 เฉยๆ
เป็นคนมีอารมณ์ อ่อนไหว	24 (6.32)	43 (11.32)	177 (46.58)	100 (26.32)	36 (9.47)	380 (100.00)	3.21 เฉยๆ
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>3.06</b> เฉยๆ

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 7 แบบอนุรักษ์นิยมของรองเท้ากีฬายี่ห้อคอนเวอร์ตมีค่าเฉลี่ยในระดับเฉยๆ (3.06)

อย่างไรก็ตาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 7 แบบอนุรักษ์นิยมของรองเท้ากีฬาทั้ง 3 ยี่ห้อในระดับเฉยๆ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ เป็นคนมีอารมณ์อ่อนไหว (3.21) และเป็นคนไม่ค่อยเปิดรับสิ่งใหม่ๆ (2.90) ตามลำดับ

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 1 แบบผู้มีความสามารถและจริงใจของรองเท้ากีฬาห้อยไนท์

บุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 1 แบบผู้มีความ สามารถและ จริงใจของรองเท้ากีฬา ห้อยไนท์	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย และการ แปลผล
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
เป็นคนอบอุ่น รักครอบครัว	13 (3.42)	30 (7.89)	190 (50.00)	116 (30.53)	31 (8.16)	380 (100.00)	3.32 เฉยๆ
เป็นคนที่มีความ ซื่อสัตย์	10 (2.63)	33 (8.68)	184 (48.42)	114 (30.00)	39 (10.26)	380 (100.00)	3.37 เฉยๆ
เป็นคนจริงใจ	14 (3.68)	33 (8.68)	155 (40.79)	127 (33.42)	51 (13.42)	380 (100.00)	3.44 เฉยๆ
เป็นคนมีสุขภาพดี	4 (1.05)	22 (5.79)	101 (26.58)	138 (36.32)	115 (30.26)	380 (100.00)	3.89 เห็นด้วย
เป็นคนที่เป็นมิตร	9 (2.37)	25 (6.58)	142 (37.37)	132 (34.74)	72 (18.95)	380 (100.00)	3.61 เห็นด้วย
เป็นคนมีความ น่าเชื่อถือ	2 (0.53)	20 (5.26)	117 (30.79)	134 (35.26)	107 (28.16)	380 (100.00)	3.85 เห็นด้วย
เป็นคนขยัน	8 (2.11)	34 (8.95)	147 (38.68)	130 (34.21)	61 (16.05)	380 (100.00)	3.53 เห็นด้วย
เป็นคนมั่นคง	9 (2.37)	22 (5.79)	149 (39.21)	120 (31.58)	80 (21.05)	380 (100.00)	3.63 เห็นด้วย
เป็นคนฉลาด	18 (4.74)	23 (6.05)	145 (38.16)	119 (31.32)	75 (19.74)	380 (100.00)	3.55 เห็นด้วย
มีความเชี่ยวชาญ	11 (2.89)	22 (5.79)	119 (31.32)	143 (37.63)	85 (22.37)	380 (100.00)	3.71 เห็นด้วย

ตารางที่ 31 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 1 แบบผู้มีความสามารถและจริงใจของรองเท้ากีฬาหือไนกี้ (ต่อ)

บุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 1 แบบผู้มีความ สามารถและ จริงใจของรองเท้ากีฬา หือไนกี้	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย และการ แปลผล
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
เป็นคนที่ชอบ ช่วยเหลือผู้อื่น	16 (4.21)	32 (8.42)	145 (38.16)	130 (34.21)	57 (15.00)	380 (100.00)	3.47 เฉยๆ
เป็นคนที่ประสบความสำเร็จ	9 (2.37)	24 (6.32)	105 (27.63)	139 (36.58)	103 (27.11)	380 (100.00)	3.80 เห็นด้วย
มีความเป็นผู้นำ	8 (2.11)	21 (5.53)	106 (27.89)	138 (36.32)	107 (28.16)	380 (100.00)	3.83 เห็นด้วย
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>3.62</b> เห็นด้วย

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 1 แบบผู้มีความสามารถและจริงใจของรองเท้ากีฬาหือไนกี้มีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วย (3.62)

อย่างไรก็ตาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 1 แบบผู้มีความสามารถและจริงใจของรองเท้ากีฬาหือไนกี้ในระดับเห็นด้วยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ สุขภาพดี (3.89) เป็นคนมีความน่าเชื่อถือ (3.85) มีความเป็นผู้นำ (3.83) เป็นคนที่ประสบความสำเร็จ (3.80) มีความเชี่ยวชาญ (3.71) เป็นคนมั่นคง (3.63) เป็นคนที่เป็มิตร (3.61) เป็นคนฉลาด (3.55) และเป็นคนขยัน (3.53) ตามลำดับ

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 2 แบบขอความตื้นตันของรองเท้ากีฬาหือไนกี้

บุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 2 แบบขอ ความตื้นตันของ รองเท้ากีฬาหือไนกี้	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย และการ แปลผล
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
เป็นคนที่มีความมั่นใจ ในตนเองสูง	2 (0.53)	8 (2.11)	95 (25.00)	144 (37.89)	131 (34.47)	380 (100.00)	4.04 เห็นด้วย
เป็นคนที่ชอบความท้าทาย	0 (0.00)	19 (5.00)	104 (27.37)	135 (35.53)	122 (32.10)	380 (100.00)	3.95 เห็นด้วย
เป็นคนนำสมัย	1 (0.26)	14 (3.68)	102 (26.84)	119 (31.32)	144 (37.89)	380 (100.00)	4.03 เห็นด้วย
เป็นคนที่น่าตื่นเต้น	2 (0.53)	33 (8.68)	128 (33.68)	128 (33.68)	89 (23.42)	380 (100.00)	3.71 เห็นด้วย
เป็นคนมุ่งมั่น	6 (1.58)	28 (7.37)	112 (29.47)	124 (32.63)	110 (28.95)	380 (100.00)	3.80 เห็นด้วย
เป็นคนเท่	4 (1.05)	24 (6.32)	83 (21.84)	137 (36.05)	132 (34.74)	380 (100.00)	3.97 เห็นด้วย
เป็นวัยรุ่น	4 (1.05)	32 (8.42)	102 (26.84)	124 (32.63)	118 (31.05)	380 (100.00)	3.84 เห็นด้วย
เป็นคนมีจินตนาการ	8 (2.11)	25 (6.58)	159 (41.84)	114 (30.00)	74 (19.47)	380 (100.00)	3.58 เห็นด้วย
มีความโดดเด่น เฉพาะตัว	4 (1.05)	21 (5.53)	117 (30.79)	145 (38.16)	93 (24.47)	380 (100.00)	3.79 เห็นด้วย
เป็นคนทันสมัย	2 (0.53)	13 (3.42)	101 (26.58)	136 (35.79)	128 (33.68)	380 (100.00)	3.99 เห็นด้วย

ตารางที่ 32 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 2 แบบชอบความตื่นเต้นของรองเท้ากีฬายี่ห้อไนกี้ (ต่อ)

บุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 2 แบบชอบ ตื่นเต้นของรองเท้า กีฬายี่ห้อไนกี้	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย และการ แปลผล
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
เป็นคนทำทุกอย่างได้ โดยไม่พึ่งใคร	12 (3.16)	42 (11.05)	136 (35.79)	112 (29.47)	78 (20.53)	380 (100.00)	3.53 เห็นด้วย
เป็นคนร่วมสมัย	3 (0.79)	21 (5.53)	130 (34.21)	145 (38.16)	81 (21.32)	380 (100.00)	3.74 เห็นด้วย
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>3.83</b> เห็นด้วย

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 2 แบบชอบความตื่นเต้นของรองเท้ากีฬายี่ห้อไนกี้มีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วย (3.83)

อย่างไรก็ตาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 2 แบบชอบความตื่นเต้นของรองเท้ากีฬายี่ห้อไนกี้ในระดับเห็นด้วยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ คนที่มีความมั่นใจในตนเองสูง (4.04) เป็นคนนำสมัย (4.03) เป็นเป็นคนทันสมัย (3.99) เป็นคนเท่ (3.97) เป็นคนที่ชอบความท้าทาย (3.95) เป็นวัยรุ่น (3.84) เป็นคนมุ่งมั่น (3.80) มีความโดดเด่นเฉพาะตัว (3.79) เป็นคนร่วมสมัย (3.74) เป็นคนที่น่าตื่นเต้น (3.71) เป็นคนมีจินตนาการ (3.58) และเป็นคนทำทุกอย่างได้โดยไม่พึ่งใคร (3.53) ตามลำดับ

ตารางที่ 33 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 3 แบบมีรสนิยมสูงของรองเท้ากีฬาหือไนกี้

บุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 3 แบบมีรสนิยมสูง ของรองเท้ากีฬาหือ ไนกี้	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย และการ แปลผล
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
เป็นคนมีระดับ	6 (1.58)	22 (5.79)	80 (21.05)	142 (37.37)	130 (34.21)	380 (100.00)	3.97 เห็นด้วย
เป็นคนใช้ชีวิตแบบ หรูหรา	6 (1.58)	20 (5.26)	100 (26.32)	128 (33.68)	126 (33.16)	380 (100.00)	3.92 เห็นด้วย
เป็นคนคูดี	3 (0.79)	23 (6.05)	89 (23.42)	144 (37.89)	121 (31.84)	380 (100.00)	3.94 เห็นด้วย
เป็นคนมีเสน่ห์	5 (1.32)	22 (5.79)	139 (36.58)	130 (34.21)	84 (22.11)	380 (100.00)	3.70 เห็นด้วย
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>3.88</b> เห็นด้วย

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 3 แบบมีรสนิยมสูงของรองเท้ากีฬาหือไนกี้มีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วย (3.88)

อย่างไรก็ตาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 3 แบบมีรสนิยมสูงของรองเท้ากีฬาหือไนกี้ในระดับเห็นด้วยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ เป็นคนมีระดับ (3.97) เป็นคนคูดี (3.94) เป็นคนใช้ชีวิตแบบหรูหรา (3.92) และเป็นคนมีเสน่ห์ (3.70) ตามลำดับ

ตารางที่ 34 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 4 แบบห้าวหาญของรองเท้ากีฬายี่ห้อไนกี้

บุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 4 แบบห้าวหาญ ของรองเท้ากีฬายี่ห้อ ไนกี้	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย และการ แปลผล
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
เป็นคนชอบกิจกรรม นอกบ้าน	5 (1.32)	19 (5.00)	97 (25.53)	147 (38.68)	112 (29.47)	380 (100.00)	3.90 เห็นด้วย
มีความเป็นชาย เข้มแข็ง	22 (5.79)	26 (6.84)	112 (29.47)	119 (31.32)	101 (26.58)	380 (100.00)	3.66 เห็นด้วย
มีความเป็นสากล	3 (0.79)	12 (3.16)	96 (25.26)	117 (30.79)	152 (40.00)	380 (100.00)	4.06 เห็นด้วย
เป็นคนแข็งแรง	4 (1.05)	21 (5.53)	134 (35.26)	134 (35.26)	87 (22.89)	380 (100.00)	3.73 เห็นด้วย
เป็นคนห้าวหาญ	7 (1.84)	35 (9.21)	148 (38.95)	109 (28.68)	81 (21.32)	380 (100.00)	3.58 เห็นด้วย
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>3.79</b> เห็นด้วย

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 4 แบบห้าวหาญของรองเท้ากีฬายี่ห้อไนกี้ มีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วย (3.79)

อย่างไรก็ตาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 4 แบบห้าวหาญของรองเท้ากีฬายี่ห้อไนกี้ในระดับเห็นด้วยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ มีความเป็นสากล (4.06) เป็นคนชอบกิจกรรมนอกบ้าน (3.90) เป็นคนแข็งแรง (3.73) มีความเป็นชายเข้มแข็ง (3.66) และเป็นคนห้าวหาญ (3.58) ตามลำดับ

ตารางที่ 35 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 5 แบบมีความเป็นตัวของตัวเองของรองเท้ากีฬาหือไนกี้

บุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 5 แบบมีความ เป็นตัวของตัวเองของ รองเท้ากีฬาหือไนกี้	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย และการ แปลผล
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
มีความเป็นตัวของตัวเอง	4 (1.05)	26 (6.84)	124 (32.63)	132 (34.74)	94 (24.74)	380 (100.00)	3.75 เห็นด้วย
เป็นคนที่แปลกไม่ เหมือนใคร	9 (2.37)	44 (11.58)	173 (45.53)	102 (26.84)	52 (13.68)	380 (100.00)	3.38 เฉยๆ
เป็นคนสนุกสนาน ร่าเริง	6 (1.58)	30 (7.89)	131 (34.47)	128 (33.68)	85 (22.37)	380 (100.00)	3.67 เห็นด้วย
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>3.60</b> เห็นด้วย

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 5 แบบมีความเป็นตัวของตัวเองของรองเท้ากีฬาหือไนกี้มีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วย (3.60)

อย่างไรก็ตาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 5 แบบมีความเป็นตัวของตัวเองของรองเท้ากีฬาหือไนกี้ในระดับเห็นด้วยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ มีความเป็นตัวของตัวเอง (3.75) และเป็นคนสนุกสนานร่าเริง (3.67) ตามลำดับ



ตารางที่ 36 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 6 แบบมีความเป็นผู้หญิง อ่อนโยนของรองเท้ากีฬาที่หือไนกี้

บุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 6 แบบมีความ เป็นผู้หญิง อ่อนโยน ของรองเท้ากีฬาที่หือ ไนกี้	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย และการ แปลผล
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
มีความเป็นผู้หญิง อ่อนโยน	45 (11.84)	65 (17.11)	149 (39.21)	84 (22.11)	37 (9.74)	380 (100.00)	3.01 เฉยๆ
เป็นคนเรียบง่าย	30 (7.89)	58 (15.26)	150 (39.47)	105 (27.63)	37 (9.74)	380 (100.00)	3.16 เฉยๆ
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>3.08</b> เฉยๆ

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 6 แบบมีความเป็นผู้หญิง อ่อนโยนของรองเท้ากีฬาที่หือไนกี้มีค่าเฉลี่ยในระดับเฉยๆ (3.08)

อย่างไรก็ตาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 6 แบบมีความเป็นผู้หญิง อ่อน โยนของรองเท้ากีฬาทั้ง 3 ยี่ห้อในระดับเฉยๆ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ เป็นคนเรียบง่าย (3.16) และมีความเป็นผู้หญิง อ่อนโยน (3.01) ตามลำดับ

ตารางที่ 37 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 7 แบบอนุรักษ์นิยมของรองเท้ากีฬาหือไนกี้

บุคลิกภาพตราสินค้า กลุ่มที่ 7 อนุรักษ์นิยม ของรองเท้ากีฬาหือ ไนกี้	ระดับความคิดเห็น					รวม	ค่าเฉลี่ย และการ แปลผล
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
เป็นคนไม่ค่อยเปิดรับ สิ่งใหม่ๆ	45 (11.84)	69 (18.16)	156 (41.05)	81 (21.32)	29 (7.63)	380 (100.00)	2.95 เฉยๆ
เป็นคนมีอารมณ์ อ่อนไหว	16 (4.21)	51 (13.42)	168 (44.21)	103 (27.11)	42 (11.05)	380 (100.00)	3.27 เฉยๆ
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>							<b>3.11</b> เฉยๆ

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 7 แบบอนุรักษ์นิยมของรองเท้ากีฬาหือไนกี้มีค่าเฉลี่ยในระดับเฉยๆ (3.11)

อย่างไรก็ตาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้ากลุ่มที่ 7 แบบอนุรักษ์นิยมของรองเท้ากีฬาทั้ง 3 ยี่ห้อในระดับเฉยๆ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ เป็นคนมีอารมณ์อ่อนไหว (3.27) และเป็นคนไม่ค่อยเปิดรับสิ่งใหม่ๆ (2.95) ตามลำดับ

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้าทั้ง 7 กลุ่มเปรียบเทียบระหว่างรองเท้ากีฬาทั้ง 3 ยี่ห้อ

กลุ่มบุคลิกภาพตราสินค้า ของรองเท้ากีฬาทั้ง 3 ยี่ห้อ	ค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็น และการแปลผล			F-test	Sig.
	อาดิดาส	คอนเวอร์ส	ไนกี้		
กลุ่มที่ 1 แบบผู้มีความสามารถ และจริงจัง	3.57 เห็นด้วย	3.23 เฉยๆ	3.62 เห็นด้วย	48.86	0.00 แตกต่าง
กลุ่มที่ 2 แบบชอบความตื่นเต้น	3.66 เห็นด้วย	3.78 เห็นด้วย	3.83 เห็นด้วย	7.61	0.00 แตกต่าง
กลุ่มที่ 3 แบบมีรสนิยมสูง	3.81 เห็นด้วย	3.26 เฉยๆ	3.88 เห็นด้วย	78.45	0.00 แตกต่าง
กลุ่มที่ 4 แบบหัวหาญ	3.76 เห็นด้วย	3.52 เห็นด้วย	3.79 เห็นด้วย	16.74	0.00 แตกต่าง
กลุ่มที่ 5 แบบมีความเป็นตัว ของตัวเอง	3.45 เฉยๆ	3.77 เห็นด้วย	3.60 เห็นด้วย	19.45	0.00 แตกต่าง
กลุ่มที่ 6 แบบมีความเป็นผู้หญิง อ่อนโยน	3.00 เฉยๆ	3.05 เฉยๆ	3.08 เฉยๆ	0.80	0.45 ไม่แตกต่าง
กลุ่มที่ 7 แบบอนุรักษ์นิยม	2.95 เฉยๆ	3.06 เฉยๆ	3.11 เฉยๆ	4.02	0.02 แตกต่าง

หมายเหตุ : ทดสอบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้าทั้ง 7 กลุ่มเปรียบเทียบทั้ง 3 ยี่ห้อ ดังนี้

กลุ่มที่ 1 แบบผู้มีความสามารถและจริงจัง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ( $F = 48.86$ ,  $Sig. = 0.00$ )

กลุ่มที่ 2 แบบชอบความตื่นเต้น ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ( $F = 7.61$ ,  $Sig. = 0.00$ )

กลุ่มที่ 3 แบบมีรสนิยมสูง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ( $F = 78.45$ ,  $Sig. = 0.00$ )

กลุ่มที่ 4 แบบห้าวหาญ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ( $F = 16.74$ ,  $Sig. = 0.00$ )

กลุ่มที่ 5 แบบมีความเป็นตัวของตัวเอง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ( $F = 19.45$ ,  $Sig. = 0.00$ )

กลุ่มที่ 6 แบบมีความเป็นผู้หญิง อ่อนโยน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ( $F = 0.80$ ,  $Sig. = 0.45$ )

กลุ่มที่ 7 แบบอนุรักษ์นิยม ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ( $F = 4.02$ ,  $Sig. = 0.02$ )

รายละเอียดความแตกต่างดังแสดงในตารางที่ 39

ตารางที่ 39 แสดง Post Hoc Multiple Comparisons ด้วยวิธี LSD ของบุคลิกภาพตราสินค้าทั้ง 7 กลุ่มเปรียบเทียบระหว่างรองเท้ากีฬาทั้ง 3 ยี่ห้อ

Dependent Variable	(I) Brand	(J) Brand	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
กลุ่มที่ 1 แบบผู้มี ความสามารถและ จริงใจ	อาดิดาส	คอนเวอร์ส	.3383*	.04259	.000	.2547	.4218
		ไนกี้	-.0480	.04259	.260	-.1315	.0356
	คอนเวอร์ส	อาดิดาส	-.3383*	.04259	.000	-.4218	-.2547
		ไนกี้	-.3862*	.04259	.000	-.4698	-.3027
กลุ่มที่ 2 แบบ ชอบความตื่นเต้น	อาดิดาส	คอนเวอร์ส	-.1156*	.04364	.008	-.2012	-.0299
		ไนกี้	-.1660*	.04364	.000	-.2516	-.0804
	คอนเวอร์ส	อาดิดาส	.1156*	.04364	.008	.0299	.2012
		ไนกี้	-.0504	.04364	.248	-.1361	.0352
กลุ่มที่ 3 แบบมีรสนิยม สูง	อาดิดาส	คอนเวอร์ส	.5467*	.05390	.000	.4410	.6525
		ไนกี้	-.0697	.05390	.196	-.1755	.0360
	คอนเวอร์ส	อาดิดาส	-.5467*	.05390	.000	-.6525	-.4410
		ไนกี้	-.6164*	.05390	.000	-.7222	-.5107
กลุ่มที่ 4 แบบหัวหาญ	อาดิดาส	คอนเวอร์ส	.2421*	.05138	.000	.1413	.3429
		ไนกี้	-.0284	.05138	.580	-.1292	.0724
	คอนเวอร์ส	อาดิดาส	-.2421*	.05138	.000	-.3429	-.1413
		ไนกี้	-.2705*	.05138	.000	-.3713	-.1697
	ไนกี้	อาดิดาส	.0284	.05138	.580	-.0724	.1292
	คอนเวอร์ส	.2705*	.05138	.000	.1697	.3713	

ตารางที่ 39 แสดง Post Hoc Multiple Comparisons ด้วยวิธี LSD ของบุคลิกภาพตราสินค้าทั้ง 7 กลุ่มเปรียบเทียบระหว่างรองเท้ากีฬาทั้ง 3 ยี่ห้อ (ต่อ)

Dependent Variable	(I) Brand	(J) Brand	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval		
						Lower Bound	Upper Bound	
กลุ่มที่ 5 แบบมีความเป็น ตัวของตัวเอง	อาดิดาส	คอนเวอร์ส	-.3272*	.05248	.000	-.4302	-.2242	
		ไนกี้	-.1553*	.05248	.003	-.2582	-.0523	
	คอนเวอร์ส	อาดิดาส	.3272*	.05248	.000	.2242	.4302	
		ไนกี้	.1719*	.05248	.001	.0690	.2749	
	ไนกี้	อาดิดาส	.1553*	.05248	.003	.0523	.2582	
		คอนเวอร์ส	-.1719*	.05248	.001	-.2749	-.0690	
	กลุ่มที่ 6 แบบมีความเป็น ผู้หญิง อ่อน โชน	อาดิดาส	คอนเวอร์ส	-.0461	.06354	.469	-.1707	.0786
			ไนกี้	-.0803	.06354	.207	-.2049	.0444
คอนเวอร์ส		อาดิดาส	.0461	.06354	.469	-.0786	.1707	
		ไนกี้	-.0342	.06354	.590	-.1589	.0905	
ไนกี้		อาดิดาส	.0803	.06354	.207	-.0444	.2049	
		คอนเวอร์ส	.0342	.06354	.590	-.0905	.1589	
กลุ่มที่ 7 แบบอนุรักษ์นิยม		อาดิดาส	คอนเวอร์ส	-.1053	.05750	.067	-.2181	.0076
			ไนกี้	-.1605*	.05750	.005	-.2733	-.0477
	คอนเวอร์ส	อาดิดาส	.1053	.05750	.067	-.0076	.2181	
		ไนกี้	-.0553	.05750	.337	-.1681	.0576	
	ไนกี้	อาดิดาส	.1605*	.05750	.005	.0477	.2733	
		คอนเวอร์ส	.0553	.05750	.337	-.0576	.1681	

หมายเหตุ : 1. ทดสอบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

2. \* หมายถึง ค่าเฉลี่ยมีความแตกต่างระหว่างกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญ

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้าทั้ง 7 กลุ่มเปรียบเทียบทั้ง 3 ยี่ห้อ ดังนี้

กลุ่มที่ 1 แบบผู้มีความสามารถและจริงจัง ยี่ห้ออาดิดาสมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าคอนเวอร์ส 0.3383 คอนเวอร์สมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าไนกี้ 0.3862

กลุ่มที่ 2 แบบชอบความตื่นเต้น ยี่ห้ออาดิดาสมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าคอนเวอร์ส 0.1156 และไนกี้ 0.1660

กลุ่มที่ 3 แบบมีรสนิยมสูง ยี่ห้ออาดิดาสมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าคอนเวอร์ส 0.5467 คอนเวอร์สมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าไนกี้ 0.6164

กลุ่มที่ 4 แบบหัวหาญ ยี่ห้ออาดิดาสมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าคอนเวอร์ส 0.2421 คอนเวอร์สมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าไนกี้ 0.2705

กลุ่มที่ 5 แบบมีความเป็นตัวของตัวเอง ยี่ห้ออาดิดาสมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าคอนเวอร์ส 0.3272 คอนเวอร์สมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าไนกี้ 0.1553

กลุ่มที่ 6 แบบมีความเป็นผู้หญิง อ่อนโยน ทั้ง 3 ยี่ห้อไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

กลุ่มที่ 7 แบบอนุรักษ์นิยม ยี่ห้ออาดิดาสมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าไนกี้ 0.1605

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับความคิดเห็นที่มีต่อบุคลิกภาพตราสินค้าทั้ง 7 กลุ่มเปรียบเทียบระหว่างเพศชายและเพศหญิงทั้ง 3 ยี่ห้อ

กลุ่มบุคลิกภาพตราสินค้า ของรองเท้ากีฬาทั้ง 3 ยี่ห้อ	ค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็น และการแปลผล		t-test	Sig.
	ชาย	หญิง		
กลุ่มที่ 1 แบบผู้มีความสามารถ และจริงใจ	3.46 เฉยๆ	3.48 เฉยๆ	0.50	0.64 ไม่แตกต่าง
กลุ่มที่ 2 แบบชอบความตื่นเต้น	3.76 เห็นด้วย	3.75 เห็นด้วย	7.47	0.75 ไม่แตกต่าง
กลุ่มที่ 3 แบบมีรสนิยมสูง	3.64 เห็นด้วย	3.66 เห็นด้วย	11.29	0.70 ไม่แตกต่าง
กลุ่มที่ 4 แบบหัวหาญ	3.72 เห็นด้วย	3.66 เห็นด้วย	3.78	0.15 ไม่แตกต่าง
กลุ่มที่ 5 แบบมีความเป็นตัว ของตัวเอง	3.59 เห็นด้วย	3.62 เห็นด้วย	5.59	0.55 ไม่แตกต่าง
กลุ่มที่ 6 แบบมีความเป็นผู้หญิง อ่อนโยน	2.98 เฉยๆ	3.11 เฉยๆ	0.88	0.01 แตกต่าง
กลุ่มที่ 7 แบบอนุรักษ์นิยม	3.04 เฉยๆ	3.04 เฉยๆ	1.70	1.00 ไม่แตกต่าง

หมายเหตุ : ทดสอบความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้าทั้ง 7 กลุ่มเปรียบเทียบระหว่างเพศชายและเพศหญิงทั้ง 3 ยี่ห้อ ดังนี้

กลุ่มที่ 1 แบบผู้มีความสามารถและจริงใจ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ( $t = 0.50$ ,  $\text{Sig.} = 0.64$ )

กลุ่มที่ 2 แบบชอบความตื่นเต้น ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ( $t = 7.47$ ,  $\text{Sig.} = 0.75$ )

กลุ่มที่ 3 แบบมีรสนิยมสูง ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ( $t = 11.29$ ,  $\text{Sig.} = 0.70$ )



กลุ่มที่ 4 แบบห้าวหาญ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ( $t = 3.78$ , Sig. = 0.15)

กลุ่มที่ 5 แบบมีความเป็นตัวของตัวเอง ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ( $t = 5.59$ , Sig. = 0.55)

กลุ่มที่ 6 แบบมีความเป็นผู้หญิง อ่อนโยน ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ( $t = 0.88$ , Sig. = 0.01) โดยเพศชายมีค่าเฉลี่ยน้อยกว่าเพศหญิง

กลุ่มที่ 7 แบบอนุรักษ์นิยม ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อบุคลิกภาพตราสินค้าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ( $t = 1.70$ , Sig. = 1.00)

ตารางที่ 41 แสดงจำนวนและร้อยละของยี่ห้อรองเท้ากีฬาที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้จำแนกตามเพศ

เพศ	ยี่ห้อรองเท้ากีฬา		
	อาดิดาส	คอนเวอร์ส	ไนกี้
ชาย	72 (37.89)	71 (37.39)	62 (32.63)
หญิง	58 (30.53)	78 (41.05)	58 (30.53)

หมายเหตุ : 1. ผู้ตอบแบบสอบถาม 380 ราย สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2. คำนวณร้อยละจากเพศชาย 190 ราย และเพศหญิง 190 ราย

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายใช้รองเท้ากีฬายี่ห้ออาดิดาสมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.89 รองลงมาคือ คอนเวอร์ส คิดเป็นร้อยละ 37.39 และไนกี้ คิดเป็นร้อยละ 32.63 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงใช้รองเท้ากีฬายี่ห้อคอนเวอร์สมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.05 รองลงมาคือ อาดิดาสและไนกี้ คิดเป็นร้อยละ 30.53 ตามลำดับ

ตารางที่ 42 แสดงจำนวนและร้อยละของยี่ห้อรองเท้ากีฬาที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้จำแนกตามอายุ

อายุ	ยี่ห้อรองเท้ากีฬา		
	อาดิดาส	คอนเวอร์ส	ไนกี้
15	6 (24.00)	7 (28.00)	6 (24.00)
16	15 (38.46)	24 (61.54)	13 (33.33)
17	15 (27.78)	26 (48.15)	9 (16.67)
18	17 (36.96)	16 (34.78)	19 (41.30)
19	15 (44.12)	10 (29.41)	12 (35.29)
20	17 (48.57)	13 (37.14)	14 (40.00)
21	3 (12.00)	11 (44.00)	8 (32.00)
22	10 (32.26)	13 (41.94)	5 (16.13)
23	8 (34.78)	6 (26.09)	7 (30.43)
24	16 (37.21)	15 (34.88)	14 (32.56)
25	8 (32.00)	8 (32.00)	13 (52.00)

หมายเหตุ : 1. ผู้ตอบแบบสอบถาม 380 ราย สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2. คำนวณร้อยละจากอายุ 15 ปี 25 ราย อายุ 16 ปี 39 ราย อายุ 17 ปี 54 ราย อายุ 18 ปี 46 ราย อายุ 19 ปี 34 ราย อายุ 20 ปี 35 ราย อายุ 21 ปี 25 ราย อายุ 22 ปี 31 ราย อายุ 23 ปี 23 ราย อายุ 24 ปี 43 ราย และอายุ 25 ปี 25 ราย

จากตารางที่ 42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 15 ปีใช้รองเท้ากีฬาห้อยคอนเวอร์สมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 28.00 รองลงมาคือ อาดิคาสและไนกี้ คิดเป็นร้อยละ 24.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 16 ปีใช้รองเท้ากีฬาห้อยคอนเวอร์สมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.54 รองลงมาคือ อาดิคาส คิดเป็นร้อยละ 38.46 และไนกี้ คิดเป็นร้อยละ 33.33 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 17 ปีใช้รองเท้ากีฬาห้อยคอนเวอร์สมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.15 รองลงมาคือ อาดิคาส คิดเป็นร้อยละ 27.78 และไนกี้ คิดเป็นร้อยละ 16.67 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 18 ปีใช้รองเท้ากีฬาห้อยไนกี้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.30 รองลงมาคือ อาดิคาส คิดเป็นร้อยละ 36.96 และคอนเวอร์ส คิดเป็นร้อยละ 34.78 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 19 ปีใช้รองเท้ากีฬาห้อยอาดิคาสมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.12 รองลงมาคือ ไนกี้ คิดเป็นร้อยละ 35.29 และคอนเวอร์ส คิดเป็นร้อยละ 29.41 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 20 ปีใช้รองเท้ากีฬาห้อยอาดิคาสมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.57 รองลงมาคือ ไนกี้ คิดเป็นร้อยละ 40.00 และคอนเวอร์ส คิดเป็นร้อยละ 37.14 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21 ปีใช้รองเท้ากีฬาห้อยคอนเวอร์สมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.00 รองลงมาคือ ไนกี้ คิดเป็นร้อยละ 32.00 และอาดิคาส คิดเป็นร้อยละ 12.00 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 22 ปีใช้รองเท้ากีฬาห้อยคอนเวอร์สมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.94 รองลงมาคือ อาดิคาส คิดเป็นร้อยละ 32.26 และไนกี้ คิดเป็นร้อยละ 16.13 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 23 ปีใช้รองเท้ากีฬาห้อยอาดิคาสมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.78 รองลงมาคือ ไนกี้ คิดเป็นร้อยละ 30.43 และคอนเวอร์ส คิดเป็นร้อยละ 26.09 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 24 ปีใช้รองเท้ากีฬาห้อยอาดิคาสมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.21 รองลงมาคือ คอนเวอร์ส คิดเป็นร้อยละ 34.88 และไนกี้ คิดเป็นร้อยละ 32.56 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 25 ปีใช้รองเท้ากีฬาห้อยไนกี้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.00 รองลงมาคือ อาดิคาสและคอนเวอร์ส คิดเป็นร้อยละ 32.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 43 แสดงจำนวนและร้อยละของยื่นข้อร้องเท้ากีฬาที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	ยื่นข้อร้องเท้ากีฬา		
	อาดิดาส	คอนเวอร์ส	ไนกี้
ไม่เกิน 5,000 บาท	69 (32.39)	88 (41.31)	52 (24.41)
5,001-10,000 บาท	37 (33.04)	40 (35.71)	40 (35.71)
10,001-15,000 บาท	23 (48.94)	17 (36.17)	24 (51.06)
15,001 บาทขึ้นไป	1 (35.71)	4 (50.00)	4 (50.00)

หมายเหตุ : 1. ผู้ตอบแบบสอบถาม 380 ราย สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2. จำนวนร้อยละจากรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท 213 ราย รายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท 112 ราย รายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท 47 ราย และรายได้ต่อเดือน 15,001 บาทขึ้นไป 8 ราย

จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาทใช้รองเท้ากีฬาที่ยี่ห้อคอนเวอร์สมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41.31 รองลงมาคือ อาดิดาส คิดเป็นร้อยละ 32.39 และไนกี้ คิดเป็นร้อยละ 24.41 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาทใช้รองเท้ากีฬาที่ยี่ห้อคอนเวอร์สและไนกี้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.71 รองลงมาคือ อาดิดาส คิดเป็นร้อยละ 33.04 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาทใช้รองเท้ากีฬาที่ยี่ห้อไนกี้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.06 รองลงมาคือ อาดิดาส คิดเป็นร้อยละ 48.94 และคอนเวอร์ส คิดเป็นร้อยละ 36.17 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 บาทขึ้นไปใช้รองเท้ากีฬาที่ยี่ห้อคอนเวอร์สและไนกี้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ อาดิดาส คิดเป็นร้อยละ 35.71 ตามลำดับ