

ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าสินไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

นางสาวจิระภรณ์ คันธิชัยรัตนกุล

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

ภาควิชาการตลาด

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พ.ศ. 2526

ISBN 974-562-655-4

015183


CONSUMERS' OPINION TOWARDS ZIN THAI PRODUCTS
IN BANGKOK METROPOLITAN AREA

Miss Jiraporn Tuntichairattanakoon


A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Commerce
Department of Marketing
Graduate School
Chulalongkorn University
1983
ISBN 974-562-655-4


หัวข้อวิทยานิพนธ์ ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าสินไทยในเซกกรุง เทพมหานคร
โดย นางสาวจิระภรณ์ กันติชัยรัตนกุล
ภาควิชา การตลาด
อาจารย์ที่ปรึกษา นางสาวจินตนา แพทย์สมาน
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม รองศาสตราจารย์ สุรัชณา วิวัฒน์ชาติ

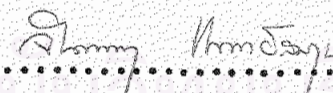
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยรับเป็นส่ว
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

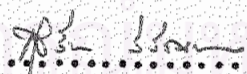
.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.สุประดิษฐ์ ชูเนนาค)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ
(ศาสตราจารย์ ปรีญา วอนชอพร)

.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุภาจจนา ลิ้มปัสวสี)

.....กรรมการ
(นางสาวจินตนา แพทย์สมาน)

.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ สุรัชณา วิวัฒน์ชาติ)

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ความนึกเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าสินไทยในเขตกรุงเทพมหานคร
ชื่อนิสิต	นางสาวจิระภรณ์ ทัศนชัยรัตนกุล
อาจารย์ที่ปรึกษา	นางสาวจินตนา แพทย์สมาน
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	รองศาสตราจารย์ สุรัชชา วิวิธชนาค
ภาควิชา	การตลาด
ปีการศึกษา	2526

บทคัดย่อ

โครงการสินค้ามวลชนเป็นความตั้งใจของรัฐบาลที่จะช่วยให้ผู้มีรายได้น้อยมีโอกาสที่จะเลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ ซึ่งมีคุณภาพได้มาตรฐานในราคาประหยัด ทั้งนี้เพื่อเป็นการช่วยชดเชยการขึ้นราคาของสินค้า ซึ่งจะมีผลกระทบต่อผู้มีรายได้น้อยเป็นอย่างมาก โครงการสินค้ามวลชนจะดำเนินการผลิตและจำหน่ายสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพ โดยกระทรวงพาณิชย์เป็นผู้ควบคุมดูแลโครงการนี้ในฐานะ เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า "สินไทย"

วัตถุประสงค์ที่สำคัญของโครงการสินค้ามวลชนมี 2 ประการ คือ

1. เพื่อให้ผู้มีรายได้น้อยมีโอกาสได้เลือกซื้อสินค้าได้มากขึ้น โดยที่สินค้าสินไทยเป็นสินค้าที่มีคุณภาพได้มาตรฐานตามที่ราชการกำหนดในราคาประหยัด
2. เพื่อเป็นเครื่องมือในการชดเชยการขึ้นราคาสินค้ามิให้สูงขึ้น

หลักเกณฑ์ของโครงการสินค้ามวลชนคือ

1. กระทรวงพาณิชย์ซึ่งเป็นเจ้าของตราสินค้า "สินไทย" เป็นผู้มีสิทธิโดยเด็ดขาดที่จะมอบอำนาจในการจำหน่ายสินค้าโดยไม่คิดมูลค่าและมีสิทธิอนุญาตให้ผู้หนึ่งผู้ใดเข้าร่วมโครงการได้
2. บริษัทที่เข้าร่วมโครงการจะผลิตสินค้าให้เพียงพอกับความต้องการของตลาด
3. รัฐบาลจะตรวจตราและควบคุมคุณภาพ ราคา และการจัดจำหน่าย

ประเภทของสินค้าที่ผลิตและวางตลาดแล้ว ได้แก่ ผงซักฟอก สบู่ ยาสีฟัน แปรงสีฟัน แป้ง แป้งเค้ก น้ำมันพืช น้ำมันถั่วถั่ว นมผง และปลากระป๋อง

จากการศึกษาความคิดเห็นของ ผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าสินไทยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ทราบว่ารัฐบาลได้จัดให้มีโครงการสินค้ามวลขนเพื่อผลิตและจำหน่ายสินค้าสินไทย โดยมีความเห็นว่าโครงการนี้เป็นการช่วยคนยากจน ผู้บริโภคประมาณร้อยละ 57 เคยใช้สินค้าสินไทย และในบรรดาสินค้าสินไทยที่ผลิตและจำหน่ายในปัจจุบัน ผงซักฟอกเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมมากที่สุด รองลงมาคือสบู่และยาสีฟัน สำหรับเหตุผลสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าสินไทยมาใช้ คือ ต้องการประหยัด ส่วนเหตุผลของผู้บริโภคที่ไม่เคยใช้สินค้าสินไทย คือไม่มั่นใจในคุณภาพ ผู้บริโภคที่เคยใช้สินค้าสินไทยส่วนใหญ่มีความเห็นว่าโครงการสินค้ามวลขนควรจะมียุทธศาสตร์ และควรเพิ่มประเภทของสินค้าให้มากขึ้นด้วย

ปัญหาในการดำเนินงาน

การผลิตและการจำหน่ายสินค้าสินไทยเป็นการขอความร่วมมือเอกชนให้ดำเนินการ ดังนั้นถ้าผู้เข้าร่วมโครงการได้รับประโยชน์จากการผลิต และจำหน่ายสินค้าสินไทยน้อยกว่าสินค้าชนิดอื่น ก็จะไม่มีความสนใจให้ผู้ผลิตดำเนินการผลิตและจำหน่ายสินค้าสินไทยอย่างเต็มที่ ทางด้านคุณภาพแม้ว่าสินค้าสินไทยจะมีคุณภาพมาตรฐานตามที่ทางราชการกำหนด แต่การที่สินค้าได้มาตรฐานและราคาถูกลงกว่าก็มีให้หมายความว่าจะเป็นที่ต้องการของตลาดเสมอไป ทางด้านการจัดจำหน่ายการกระจายสินค้าสินไทยยังไม่ทั่วถึง ด้านการโฆษณาสินค้าสินไทยยังไม่ทั่วถึงและขาดการต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะ

ควรจะมีมาตรการที่แน่นอนในการคัดเลือกผู้ผลิตและจำหน่ายเข้าร่วมโครงการ ด้านคุณภาพของสินค้า สินค้าที่จะผลิตเป็นสินค้าสินไทยควรจะต้องสอดคล้องกับสนิยมของผู้บริโภค โดยเฉพาะผู้มีรายได้อานกลางและต่ำ ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ควรให้ผู้เข้าร่วมโครงการจัดสรรงบประมาณสำหรับการโฆษณา และการโฆษณาควรกระทำอย่างต่อเนื่องและเพียงพอ นอกจากนี้ควรจะให้หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องติดตามผลการดำเนินงานด้วย

Thesis Title Consumers' Opinion towards Zin Thai products
 in Bangkok Metropolitan Area
Name Miss Jiraporn Tuntichairattanakoon
Thesis Advisor Miss Chintana Patsamarn
Thesis Co-Advisor Associate Professor Surachana Vivadhajaj
Department Marketing
Academic Year 1983

ABSTRACT

Zin Thai project is the Ministry's intention to make the Zin Thai products available to the lower income group, the opportunity to purchase a range of products which meet specific standards and can be offered at economy prices in order to delay the impact of rising costs on the lower income group. The project will cover daily necessity goods. In order to have direct control of the project, it is deemed necessary that the Ministry of Commerce is the trademark "Zin Thai" owner.

The important objectives can be amplified in two basic areas:

1. To widen consumer choice with available alternative.

Zin Thai will be produced according to the government standards and economy price.

2. To delay the impact of the rising cost.

The principles of Zin Thai project are:

1. The Ministry of Commerce, owner of the Zin Thai brandname, will grant franchise rights, cost free, to select authorised firms.

2. The authorised firms will produce enough goods to meet the market demand.

3. The government will monitor and control quality, price and distribution level.

Kinds of products on the market : detergents, soaps, tooth - paste, tooth - brush, baby powder, vegetable oil, kerosene, powdered milk, and tinned fish.

A study of the consumers' opinion towards Zin Thai products in Bangkok Metropolitan area revealed that most consumers realized that the government was carrying out the Zin Thai project, producing and distributing Zin Thai products. They understood that this project was to help the poor. The Zin Thai products were tried by some 57% of the consumers. Of all the products mentioned, the detergent was most popular; soaps and tooth - paste came second and third. The important reason why the consumers used Zin Thai was that they wanted to get the most out of their money, whereas those who never bought the products believed that the product were not up to the standard. Those who tried the products agreed that this project should be continued and there should be an increase in the lines of the products.

Problem in operation

The government have asked for co-operation from private sectors. In the cases where the private sectors gain lesser profit from Zin Thai than from the products of their own trade - marks of the same product, they will be less motivated in producing and distributing. Moreover, as far as the quality is concerned, in spite of

the fact that Zin Thai products are up to standard and of cheaper prices, they are not popular among the consumers. Thirdly, there is a problem of restricted distribution. Finally, the Zin Thai products are not widely and successively advertised.

Suggestions

There should be certain measures in selecting the private sectors who propose to participate in the project. As for the quality of the products, the producer should take into consideration the taste of the lower and middle class consumers. As far as advertisement and publicity is concerned, the producers should increase the advertisement budget to reinforce advertisement of Zin Thai products.

In addition, there should be a follow-up of the operation by the government officials.

กิติกรรมประกาศ

ความสำเร็จของวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณ คุณจินตนา แพทย์สุมาน และรองศาสตราจารย์ สุรัชชา วิวัฒน์ชาติ ที่ได้กรุณาสละเวลาให้คำปรึกษาแนะนำและทราวจทานแก้ไขวิทยานิพนธ์ ทำให้วิทยานิพนธ์นี้มีเนื้อหาครบถ้วนสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณ ศาสตราจารย์ ปรีชา วอหนองพร ที่ได้กรุณาเป็นประธานกรรมการสอบ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุภาวัญญา ลิ้มบิสวัสดิ์ ที่ได้กรุณาช่วยแก้ไขความผิดพลาด

นอกจากนี้ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ร.อ.มานพ วราภักดิ์ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำปรึกษาด้วยดีตลอดมา และขอขอบคุณทุกท่านที่มีส่วนช่วยเหลือจนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้

จิระภรต์ กั้นกัษัยัทนกุล

ศูนย์ประมวลผลและบริการ
ข้อมูลสารสนเทศ มหาวิทยาลัยบูรพา

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฅ
รายการตารางประกอบ.....	ฉ
รายการภาพประกอบ.....	ณ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	2
ขอบเขตของการศึกษา.....	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา.....	3
สมมติฐานในการศึกษา.....	3
วิธีการศึกษา.....	
แบบแผนในการสุ่มตัวอย่าง.....	4
การประมวลผลและการวิเคราะห์แปลความหมาย..	5
2 ความเป็นมาและการดำเนินงานของโครงการสินค้ามวลชน.....	6
ชื่อสินค้า.....	7
เครื่องหมายการค้า "สินไทย".....	7
วัตถุประสงค์.....	8
หลักการ.....	8
หลักเกณฑ์การดำเนินงาน.....	9

3	การคำนวณงานทางด้านการตลาด.....	11
	ด้านผลิตภัณฑ์.....	11
	ด้านราคา.....	21
	ด้านการจำหน่าย.....	26
	ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย.....	29
4	แสดงการวิเคราะห์ข้อมูล และ เสนอผลที่ได้จากการวิเคราะห์.....	40
5	ปัญหาและข้อเสนอแนะ.....	93
	บรรณานุกรม.....	98
	ภาคผนวก.....	100
	ประวัติผู้เขียน.....	112

สงวนลิขสิทธิ์
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการตารางประกอบ

ตารางที่		หน้า
1	ราคาจำหน่ายปลีกสินค้าสินไทยเปรียบเทียบกับราคาสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่น	22
2	แสดงปริมาณการผลิตสินค้าสินไทย ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2523 - มีนาคม 2526	28
3	แสดงปริมาณการจำหน่ายสินค้าสินไทย ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2523 - มีนาคม 2526	29
4	เงื่อนไขในการจำหน่ายสินค้าสินไทย ของบริษัทสหพัฒนาพิบูล จำกัด	32
5	เงื่อนไขในการจำหน่ายสินค้าสินไทย ของบริษัทลีเวอรืบราเซอร์ (ประเทศไทย) จำกัด	33
6	เงื่อนไขในการจำหน่ายสินค้าสินไทย ของบริษัทคอลเกต-ปาล์มโอลีฟ (ประเทศไทย) จำกัด	34
7	เงื่อนไขในการจำหน่ายสินค้าสินไทย ของบริษัทท็อปแอนด์ซัวร์ จำกัด	35
8	เงื่อนไขในการจำหน่ายสินค้าสินไทย ของห้างหุ้นส่วนจำกัด โรงงานสบู่อะดัง	36
9	เงื่อนไขในการจำหน่ายสินค้าสินไทย ของบริษัทน้ำมันบริโลกไทย จำกัด	37
10	เงื่อนไขในการจำหน่ายสินค้าสินไทย ของบริษัทโอสถสภา (เด็ก-เฮงหยู) จำกัด	38
11	เงื่อนไขในการจำหน่ายสินค้าสินไทย ของบริษัทไทยโอเวอร์ซีฟู๊ด จำกัด	39
12	แสดงข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์	41
13	แสดงการเคยทราบหรือไม่เคยทราบของผู้บริโภค ว่ารัฐบาลได้จัดให้มีโครงการสินค้ามวลชนเพื่อผลิตและจำหน่ายสินค้าสินไทย จำแนกตามเพศ รายได้ และการศึกษา	43

รายการตารางประกอบ (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
14	แสดงประเภทสื่อโฆษณาที่ทำให้ผู้บริโภครู้จักสินค้าสินไทยมากที่สุด จำแนกตามเพศ รายได้ และการศึกษา	45
15	แสดงความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับการจัดให้มีการผลิตและจำหน่าย สินค้าสินไทยของรัฐบาล จำแนกตามเพศ รายได้ และการศึกษา ..	47
16	แสดงการเคยใช้หรือไม่เคยใช้สินค้าสินไทยของผู้บริโภค จำแนกตาม เพศ รายได้ และการศึกษา	49
17	แสดงเหตุผลของผู้บริโภคที่ไม่ซื้อสินค้าสินไทยมาใช้ จำแนกตามเพศ รายได้ และการศึกษา	51
18	แสดงเหตุผลสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าสินไทยมาใช้ จำแนกตาม เพศ รายได้ และการศึกษา	53
19	แสดงชนิดของสินค้าสินไทยที่ผู้บริโภคเคยใช้	55
20	แสดงความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อคุณภาพของสินค้าสินไทย จำแนก ตามเพศ รายได้ และการศึกษา	56
21	แสดงความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อราคาสินค้าสินไทย จำแนกตาม เพศ รายได้ และการศึกษา	58
22	แสดงความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการปรับปรุงสินค้าสินไทย จำแนก ตามเพศ รายได้ และการศึกษา	60
23	แสดงถึงสถานที่ที่ผู้บริโภคนิยมไปซื้อสินค้าสินไทย จำแนกตามเพศ รายได้ และการศึกษา	62
24	แสดงความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการหาซื้อสินค้าสินไทย จำแนก ตามเพศ รายได้ และการศึกษา	64
25	แสดงความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการปรับปรุงการจำหน่ายสินค้า สินไทยในกรณีหาซื้อได้ยาก จำแนกตามเพศ รายได้ และการศึกษา	66

รายการตารางประกอบ (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
26	แสดงความคิดเห็นของผู้นับถือทั่วโลกที่มีต่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า สินไทย จำแนกตามเพศ รายได้ และการศึกษา	68
27	แสดงการใช้และเลิกใช้สินค้าสินไทย จำแนกตามเพศ รายได้ และ การศึกษา	70
28	แสดงเหตุผลที่ทำให้ผู้นับถือโลกยังคงใช้สินค้าสินไทยอยู่ จำแนกตาม เพศ รายได้ และการศึกษา	72
29	แสดงเหตุผลที่ทำให้ผู้นับถือโลกเลิกใช้สินค้าสินไทย จำแนกตามเพศ รายได้ และการศึกษา	74
30	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการใช้และการเลิกใช้สินค้าสินไทยกับ เหตุผลที่ทำให้ผู้นับถือโลกซื้อสินค้าสินไทยมาใช้	76
31	แสดงการเปลี่ยนแปลงการใช้สินค้าสินไทยของผู้นับถือโลกที่ยังใช้สินค้า สินไทยอยู่ เมื่อสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่นมีการส่งเสริมการจำหน่าย เป็นรายการพิเศษ จำแนกตามเพศ รายได้ และการศึกษา	78
32	แสดงการเปลี่ยนแปลงการใช้สินค้าสินไทยของผู้นับถือโลกที่เลิกใช้สินค้า สินไทยแล้ว เมื่อสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่นขึ้นราคา จำแนกตาม เพศ รายได้ และการศึกษา	80
33	แสดงความคิดเห็นของผู้นับถือโลกที่ไม่เคยใช้สินค้าสินไทยเมื่อสินค้า ประเภทเดียวกันตราอื่นขึ้นราคา จำแนกตามเพศ รายได้ และ การศึกษา	82
34	แสดงความคิดเห็นของผู้นับถือโลกต่อการมีอยู่ต่อไปหรือยกเลิกโครง- การสินค้ามวลชน จำแนกตามเพศ รายได้ และการศึกษา	84
35	แสดงการปรับปรุงโครงการสินค้ามวลชนของผู้นับถือโลกที่เห็นว่าโครง การสินค้ามวลชนควรมีอยู่ต่อไป จำแนกตามเพศ รายได้ และการ- ศึกษา	86

รายการตารางประกอบ (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
36	แสดงชนิดของสินค้าสินไทยที่ผู้บริโภคร้องขอให้ผลิตเพิ่มเติม.....	๘๘

สถาบันวิจัยบริการ
สุขภาพครอบครัวและทันตกรรม

รายการภาพประกอบ

ภาพที่		หน้า
1	มังฉักพอกสกินไทย	12
2	สบู่อีสานไทย	13
3	ยาสีฟันสกินไทย	14
4	แปรงสีฟันสกินไทย	15
5	แปรงสีฟันสกินไทย	16
6	น้ำมันพืชสกินไทย	17
7	น้ำมันก๊ากสกินไทย	18
8	นมผงโซ่เลี้ยงทารกสกินไทย	19
9	ปลากกระป๋องสกินไทย	20
10	แสดงการจักจำหน่ายสินค้าสกินไทย	27

ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาอาชีพการเกษตร
จังหวัดสุพรรณบุรี

ปัญหาเรื่องปากท้องของประชาชน เป็นปัญหาเรื้อรัง ซึ่งรัฐบาลหลายยุคหลายสมัย ให้ความสำคัญทางแก้ไขกันมาเป็นเวลานานแล้ว วิธีการหนึ่งในหลาย ๆ วิธีที่รัฐบาลนำมาใช้ในการแก้ไขปัญหาลูกท้องของประชาชนก็คือ การควบคุมราคาสินค้า ซึ่งบ่อยครั้งอาจกล่าวได้ว่า เป็นการแก้ปัญหาเศรษฐกิจช่วยการ เมือง นั่นคือพยายามทำให้ประชาชนพอใจช่วยการ ไม่ขึ้นราคาสินค้า แต่มีผู้วิจารณ์ว่าวิธีการดังกล่าวนี้ไม่ได้ผลเท่าที่ควร เพราะการควบคุมราคาสินค้าโดยไม่สามารถควบคุมต้นทุนการผลิตและจำหน่ายได้นั้น ย่อมไม่เป็นการส่งเสริมให้มีการขยายกำลัง การผลิต เพื่อสนองความต้องการของ ประชากรซึ่งเพิ่มขึ้นตลอดเวลา และจะเป็นการผลักดันให้ผู้ผลิตสินค้าหันไปผลิตสินค้าที่ไม่มีมีการควบคุมราคา เช่น สินค้าฟุ่มเฟือย ซึ่งขัดกับนโยบายของรัฐบาลในขั้นปลาย และที่สำคัญการควบคุมราคาจะทำให้ไม่มีการลงทุนใหม่ในทางค้าอุตสาหกรรมภายในประเทศ อาจทำให้ของสิ่งสินค้า เข้ามามากขึ้น ราคาอุตสาหกรรมค้าเพิ่มขึ้น หรือไม่เช่นนั้นก็ต้องเผชิญกับปัญหาอุปทานน้อยกว่าอุปสงค์ ตลอดจนเป็นต้นเหตุที่มาของตลาดมืดที่มีการลักลอบขายสินค้า เกินราคาควบคุม

ครั้งรัฐบาลจะยกเลิกการควบคุมราคาสินค้าโดยไม่หาทางช่วยเหลือประชาชนเลย ก็ดูเหมือนจะทอดทิ้ง ไม่ดูแลปัญหาปากท้องของประชาชน โดยเฉพาะ เมื่อมีการประกาศขึ้นราคาน้ำมัน เมื่อต้นปี 2523 ซึ่งมีผลทำให้สินค้าอุปโภคบริโภคโดยทั่วไปมีราคาสูงขึ้น พรรคพ่อค้าผู้ผลิตสินค้าที่ถูกรัฐบาลควบคุมราคาต่างพากันเรียกร้องขอขึ้นราคาสินค้า ทางออกทางเดียวของรัฐบาลก็คือ ให้พ่อค้าขึ้นราคาได้แต่ต้องทำให้ประชาชนยอมรับการขึ้นราคา โดยการผลิตสินค้าตราใหม่ให้ราคาขายเท่าเดิม โดยลดค่าใช้จ่ายในการผลิตที่ไม่จำเป็นลงไป แนวความคิดโครงการสินค้ามวลชน เพื่อผลิตและจำหน่ายสินค้าตราสินไทยจึงเกิดขึ้น การมีสินค้าสินไทยจึงเป็นการชะลอการขึ้นราคาสินค้า แต่ไม่ตรงกับควบคุมราคาสินค้า เพราะสินค้า

สินไทยจะเป็นตราหนึ่งที่อยู่ในสนามแข่งขัน ทำให้สินค้าตราอื่นของ เอกชนไม่สามารถขึ้นราคาสูงจนเกินไป เป็นการควบคุมราคาสินค้าทางอ้อมด้วยระบบการแข่งขันที่จะทำให้ประเทศไทยมีภาพพจน์ในการลงทุนดีขึ้น นอกจากนั้นยังทำให้ผู้มีรายได้น้อยสามารถซื้อสินค้าที่มีคุณภาพได้มาตรฐานในราคาที่ประหยัดอีกด้วย

หลังจากสินค้าสินไทยออกวางตลาด ก็มีเสียงวิพากษ์วิจารณ์กันไปต่าง ๆ นานา มีการโจมตีรัฐบาลว่าช่วยพ่อค้าขายของ บางก็ว่าสินค้าสินไทยไม่ถูกจริง บางก็ว่าพ่อค้าได้รับผลประโยชน์จากการผลิตและจำหน่ายสินค้าสินไทย กว๊วเหตุนี้จึงเป็นแรงจูงใจให้ผู้เขียนสนใจและอยากติดตามดูว่า การดำเนินงานของโครงการสินค้ามวลชนในการผลิตและจำหน่ายสินค้าสินไทยเท่าที่ผ่านมาเป็นอย่างไร บรรลุผลตามเป้าหมายที่รัฐบาลวางไว้หรือไม่ ช่วยเหลือประชาชนโดยเฉพาะผู้มีรายได้น้อยได้จริงหรือไม่ และเป็นที่ยอมรับของประชาชนมากน้อยเพียงใด จึงได้ทำการศึกษาและสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าสินไทยในเขตกรุงเทพมหานคร และนำมาเขียนเป็นวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ความหมายของสินค้าสินไทยในวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ หมายถึงสินค้าที่มีคุณภาพได้มาตรฐานตามที่ราชการกำหนดและราคาประหยัด โดยมีรัฐบาลเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าและมอบหมายให้บริษัท เอกชนเป็นผู้ผลิตและจำหน่าย ภายใต้การควบคุมดูแลของรัฐบาล ได้แก่สินค้าต่อไปนี้ ผงซักฟอก สบู่ ยาสีฟัน แป้งเด็ก แปรงสีฟัน น้ำมันพืชใช้ปรุงอาหาร น้ำมันก๊าด นมผงใช้เลี้ยงทารกและปลากระป๋อง ซึ่งมีจำหน่ายทั่วราชอาณาจักร ยกเว้นน้ำมันก๊าดไม่ได้นำมาผลิตและจำหน่ายในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้น วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จึงไม่ได้รวมน้ำมันก๊าดสินไทยไว้ในแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าสินไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าสินไทยว่ามีความเห็นสนับสนุนหรือคัดค้านอย่างไร และมีมูลเหตุจูงใจอย่างไรจึงนิยมใช้หรือมีเหตุผลอย่างไรที่ไม่นิยมใช้
2. พิจารณาถึงนโยบายและการดำเนินงานของโครงการสินค้ามวลชนของรัฐบาล ในด้านตัวผลิตภัณฑ์ การตั้งราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการจำหน่ายว่ามีผลเป็นอย่างไร ตรงต่อเป้าหมายที่กำหนดไว้เพียงใด

3. สรุปปัญหาและข้อ เสนอแนะที่เกิดขึ้นจากการวิจัยเพื่อพัฒนาโครงการสินค้ามวลชน ให้เป็นประโยชน์แก่สังคมมากยิ่งขึ้น

ขอบเขตของการ ศึกษา

การศึกษานี้มีขอบเขตและจุดมุ่งหมายดังต่อไปนี้

1. สำนวจความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าสินไทยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร
2. สำนวจความคิดเห็นของบริโภคเฉพาะกลุ่มบริโภคตามเป้าหมาย (Target group) ของโครงการสินค้ามวลชนเท่านั้น คือ ผู้บริโภคที่มีรายได้ปานกลางและรายได้น้อย

ประโยชน์ที่ได้รับจากการ ศึกษา

1. การศึกษานี้ช่วยให้เห็นถึงความคิดเห็นของบริโภคที่มีต่อสินค้าสินไทย ทำให้หน่วยงานของรัฐบาลที่เกี่ยวข้องทราบว่ามีความจำเป็นหรือไม่ที่จะคงค่าเงินงานโครงการ สินค้ามวลชนต่อไป
2. เป็นแนวทาง ในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของบริโภคยิ่งขึ้น

สมมติฐานในการศึกษา

1. เหตุจูงใจที่สำคัญที่ทำให้บริโภคโง่ผลิตภัณฑ์สินไทย คือ ราคาถูกทำให้ประหยัด
2. ผู้บริโภคต้องการให้โครงการสินค้ามวลชนมีอยู่ต่อไป

วิธีการศึกษา

ทำการศึกษาโดยสำวจความคิดเห็นของบริโภคที่เป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายทั้งชายและหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการออกแบบสอบถามและใช้วิธีสัมภาษณ์โดยพนักงาน

แหล่งที่มาของข้อมูลเพื่อประกอบการศึกษานี้ ผู้เขียนแบ่งออกเป็น

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่เก็บจากแหล่งข้อมูลโดยตรงซึ่งแยกออกเป็น

1.1 ข้อมูลที่เก็บจากผู้ให้ข้อมูลโดยวิธีการสำรวจในลักษณะการ ออกแบบ สอดตาม สัมภาษณ์บุคคลโดยตรง เป็นการรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นเพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ

1.2 ข้อมูลที่ได้จากการ สอดตามจากเจ้าหน้าที่โครงการสินค้ามวลชนของ กระทรวงพาณิชย์

2. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่มีได้เก็บจากแหล่งกำเนิดโดยตรง แต่เป็นการเก็บข้อมูลจากแหล่งอื่นที่เก็บข้อมูลไปก่อนแล้ว ได้จากการค้นคว้าจากหนังสือ ตำรา บทความ และเอกสารต่าง ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินไทย จากกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์ และ หอสมุดทั่วไป

ประชากรและวิธีการ เลือกตัวอย่าง

ประชากรความหมายของการศึกษาในเรื่องนี้ หมายถึง บุคคลที่มีรายได้ในระดับปานกลางและระดับต่ำ ซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของโครงการ สินค้ามวลชน และมีที่อยู่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร วิทยานิพนธ์นี้ใช้วิธีการสำรวจเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการนี้ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบ Purposive Sampling¹ ซึ่งเป็น การเลือกตัวอย่างโดยให้เป็นที่ไปตามความเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของผู้ทำการวิจัย คือจะทำการวิจัยเฉพาะลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเท่านั้น จำนวนตัวอย่างมีทั้งหมด 400 ราย และดำเนินการสุ่มตัวอย่างจากประชากรในพื้นที่ต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร ระยะเวลาที่ทำการสำรวจอยู่ระหว่าง วันที่ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2526 - วันที่ 25 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2526 และใช้แบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ครบ 400 ราย จากการแจกแบบสอบถามโดยใช้พนักงานออกไปสัมภาษณ์

¹ในราศรี ไวนิชกุล, ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ (พิมพ์ที่โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525), หน้า 97.

การประมวลผลและการวิเคราะห์แปลความหมาย

หลังจากได้คำตอบจากแบบสอบถามที่น่าออกสำรวจความคิดเห็น จำนวน 400 ชุด ตามที่ทดลองแล้ว จะนำแบบสอบถามเหล่านี้มาทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) บันทึกรายการคำตอบต่าง ๆ ลงในคู่มือการลงรหัส (Code Sheet) การตรวจทานบัตร (Verify) การจำแนกบัตร (Sorting) ตามลำดับ นำมาคำนวณแจกแจงความถี่ของรายการข้อมูลแต่ละรายการ และเสนอข้อมูลเป็นตาราง เปรียบเทียบร้อยละ

รูปแบบการ เสนอผลงานวิจัย

บทที่ 1 กล่าวถึงความจำเป็นมาของปัญหา วัตถุประสงค์ของการศึกษา ขอบเขตของการศึกษา ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา สมมติฐานในการศึกษา วิธีการศึกษา แบบแผนในการสุ่มตัวอย่าง การประมวลผลและการวิเคราะห์แปลความหมาย

บทที่ 2 ความจำเป็นมาและการดำเนินงานของโครงการสินค้ามวลชน

บทที่ 3 การดำเนินงานทางด้านการตลาด

บทที่ 4 แสดงการวิเคราะห์ข้อมูล และเสนอผลที่ได้จากการวิเคราะห์

บทที่ 5 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

สถาบันวิจัยประชากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ความเป็นมาและการดำเนินงานของโครงการสินค้ามวลชน

ความเป็นมาของโครงการสินค้ามวลชน¹

โครงการสินค้ามวลชนเป็นโครงการที่เกิดขึ้นตามนโยบายของรัฐบาล ตั้งแต่เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2523 เนื่องจากในขณะนั้นได้เกิดภาวะเงินเฟ้อขึ้นโดยทั่วไป ราคาสินค้าต่าง ๆ เคลื่อนไหวสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการครองชีพของ ประชาชน ประกอบกับมีเสียงเรียกร้องให้รัฐบาลพิจารณาเปลี่ยนแปลงหรือยกเลิกการควบคุม ราคาสินค้าตามกฎหมาย ซึ่งเท่าที่ผ่านมาไม่ได้ผลสำเร็จตามความมุ่งหมายในการแก้ปัญหา เศรษฐกิจเท่าที่ควร เพราะการควบคุมราคาสินค้าไม่สามารถควบคุมต้นทุนการผลิตและการ จำหน่ายได้ นอกจากนี้การควบคุมราคาสินค้าในระยะยาว อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อการลงทุน และการขยายตัวทางอุตสาหกรรมและเศรษฐกิจของประเทศอีกด้วย รัฐบาลโดยกระทรวงพาณิชย์ ได้พิจารณาเห็นว่า หากจะยกเลิกการควบคุมราคาสินค้าและปล่อยให้มีการแข่งขันโดยเสรี อาจ จะทำให้ประชาชนเห็นว่าถูกทอดทิ้ง จึงได้เกิดแนวความคิดในโครงการสินค้ามวลชน โดยจัด ให้มีการผลิตสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้า "สินไทย" โดยขอความร่วมมือให้บริษัทผู้ผลิตทำ การผลิตและจำหน่ายสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพที่มีคุณภาพมาตรฐานและราคายุติธรรมภายใต้ เครื่องหมายการค้า "สินไทย" ซึ่งกระทรวงพาณิชย์เป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า และเป็นผู้ พิจารณาอนุญาตให้ผู้ผลิตทำการผลิตและจำหน่ายสินค้าสินไทยตามหลักการและเงื่อนไขที่กำหนด

¹กระทรวงพาณิชย์, กรมการค้าภายใน, กองเศรษฐกิจการค้า, งานสินไทย.

ข้อสันนิษฐาน¹

ชื่อ "สินไทย" กิ่งขึ้นมาจากการพิจารณาคัดเลือกอย่างระมัดระวัง จากชื่อที่เสนอมามาก เหตุผลที่ใช้ชื่อ "สินไทย" เพราะมีความหมายที่ลึก

คำว่า "สิน" แปลว่า ทรัพย์สิน เงิน สินค้า

คำว่า "ไทย" แปลว่า ชาตินิยม

เมื่อนำมาเรียกว่า "สินไทย" จึงมีความหมายว่า สินค้าของไทย ทรัพย์สินของไทย ซึ่งเป็นคำที่บอกถึง ความมีชาตินิยม และเนื่องจากสินไทยเป็นคำง่าย ๆ ชรรมคา จึงบอกถึงความประทับใจ นอกจากนี้สินไทยยังเป็นคำกลาง ๆ พังแล้วไม่มีความหมายพิเศษว่าเป็นสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง สินไทยจึงเป็นชื่อที่เหมาะสมที่สุดช่วยประการทั้งปวง

เครื่องหมายการค้า "สินไทย"²

จากการได้ชื่อคำว่า "สินไทย" คราหรือเครื่องหมายของสินค้าจึงออกแบบให้มีความเชื่อมโยงกัน ทั้งนี้ได้ใช้รูปเหรียญสตางค์แดงสมัยเก่ามาเป็นเครื่องหมายโดยเพิ่มคำว่า "เครื่องหมายสินค้าคุณภาพของรัฐบาล" อยู่ในเหรียญอันนั้น เพื่อเป็นการบอกให้ประชาชนผู้บริโภคทราบว่า เป็นสินค้าทรงคุณภาพจากรัฐบาล ในฐานก้านล่างก็จัดทำเป็นรูปโบว์ขึ้นเพื่อใช้เป็นเนื่อที่ใส่คำว่า "สินไทย"

และเพื่อความเด่นสง่าของเครื่องหมายนี้จึงได้ใช้แม่สีอีก 2 สีมาประกอบ คือ สีแดงสดและน้ำเงินสด โดยออกแบบให้มีรูปร่างคล้ายริบบิ้นห้อยชายลงมา และมีเครื่องหมายเหรียญอันนั้นอยู่ตรงกลางของริบบิ้นแดงน้ำเงิน

¹วิโรจน์ ภูกระษุณ, "สินไทย-ทัศนคติการตลาด" อภิปรายที่สมาคมการจักการธุรกิจแห่งประเทศไทย 21 สิงหาคม 2523.

²เรื่องเดียวกัน.

ทั้งนี้ เมื่อใช้เครื่องหมายของสินค้าให้ปรากฏอยู่บนกล่องสินค้าก็จะดูสะอาด น่าใช้
 คุ้นเคย น่าซื้อมาใช้ และทำให้จกจำได้ง่ายอีกด้วย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเป็นการเพิ่มสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพที่มีคุณภาพมาตรฐานและราคา
 ยุติธรรมในตลาดให้มากขึ้น
2. เพื่อให้ผู้บริโภคโดยเฉพาะผู้ที่มียากลำบากและรายได้น้อยมีโอกาสเลือกซื้อ
 และบริโภคสินค้าจำเป็นต่อการครองชีพที่มีคุณภาพมาตรฐานในราคายุติธรรม
3. เพื่อเป็นเครื่องมือในการชะลอการขึ้นราคาสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพของ
 ประชาชน มิให้สูงขึ้นเร็วจนเกินสมควร

หลักการ

1. กระทรวงพาณิชย์มอบหมายให้กรมการค้าภายในเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า
 "สินไทย" และดำเนินการให้มีการผลิตและจำหน่ายสินค้าสินไทย โดยขอความร่วมมือจากบริษัท
 เอกชนเข้าร่วมโครงการผลิตและจำหน่ายสินค้าสินไทย
2. ทางร้านค้าใช้จ่ายในการผลิตและจำหน่ายสินค้าสินไทย ผู้ผลิตเป็นผู้ออกค่าใช้จ่าย
 เองทั้งสิ้น ทั้งค่าใช้จ่ายในการผลิต การจำหน่ายและการโฆษณา โดยทางราชการให้การสนับสนุน
 ตามสมควร เช่น การประชาสัมพันธ์ การขอความร่วมมือจากสถานีวิทยุและโทรทัศน์ โดย
 จักหาเวลาดำเนินการโฆษณาและอื่น ๆ ตามที่เห็นสมควร
3. สินค้าที่จะผลิตและจำหน่ายภายใต้เครื่องหมายการค้า "สินไทย" ควรเป็นสินค้า
 ที่จำเป็นต่อการครองชีพ หรือสินค้าที่มีการผูกขาด หรือมีแนวโน้มว่าจะมีการผูกขาด และราคา
 จะสูงขึ้น
4. ทางร้านค้าคุณภาพ ผู้ผลิตจะต้องควบคุมคุณภาพของสินค้าสินไทยให้เป็นไปตาม
 มาตรฐานที่ทางราชการกำหนดไว้
5. ทางร้านค้าจำหน่าย ราคาสินค้าสินไทยควรจะต่ำกว่าสินค้าราคาอื่น และ
 ผู้ผลิตจะต้องจำหน่ายสินค้าสินไทยตามราคาที่กระทรวงพาณิชย์ให้ความเห็นชอบแล้ว โดยจำหน่าย
 ในราคาเดียวกันทั่วประเทศ

4. ค่านการโฆษณาประชาสัมพันธ์

4.1 ในการโฆษณาและส่งเสริมการขาย ผู้เข้าร่วมโครงการจะเป็นผู้ดำเนินการและรับผิดชอบค่าใช้จ่ายเองทั้งสิ้น โดยทางราชการจะให้การสนับสนุนทางด้านการประชาสัมพันธ์ เช่น ขอความร่วมมือสถานีวิทยุ และโทรทัศน์จัดเวลาในการโฆษณาให้ หรือจัดแสดงสินค้าเพื่อช่วยประชาสัมพันธ์ออกทางหนึ่งด้วย

5. การติดตามผล

5.1 ในการติดตามผลการดำเนินงาน ผู้เข้าร่วมโครงการจะต้องรายงานข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนการผลิต ราคาจำหน่ายทุกขั้นตอนและปริมาณการผลิต และปริมาณการจำหน่ายให้กรมการค้าภายในทราบเป็นประจำอย่างน้อย เดือนละ 1 ครั้ง และกรมการค้าภายในจะส่งเจ้าหน้าที่ออกสำรวจภาวะการจำหน่ายสินค้าสินค้าไทยคามท้องตลาดอีกทางหนึ่งด้วย

สิ่งจูงใจเบื้องต้นที่ทำให้บริษัทผู้ผลิต 3 รายแรก คือ บริษัทสีเวอรบราเซอร์ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัทคอลเกต-ปาล์มโอลีฟ (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัทสหพัฒนาพิบูล จำกัด เข้าร่วมโครงการสินค้ามวลชน คือรัฐบาลตกลงกับบริษัทดังกล่าวไว้ว่าให้บริษัทร่วมมือโดยผลิตสินค้าส่วนหนึ่งของบริษัท โดยใช้เครื่องหมายการค้าสินค้าไทย ซึ่งส่วนนี้จะถูกควบคุมตามเงื่อนไขต่าง ๆ ที่กล่าวมาแล้ว

ส่วนสินค้าเครื่องหมายเดิมของบริษัทยังคงผลิตขายได้ต่อไป และเมื่อสินค้าสินค้าไทยออกมาจำหน่ายได้ระยะหนึ่ง รัฐบาลจะยอมยกเลิกการควบคุมราคา สินค้าเครื่องหมายเดิมของบริษัทก็จะสามารถขึ้นราคาไปได้อย่างเสรีปราศจากการควบคุม

การดำเนินงานทางด้านการตลาด

การดำเนินงานของโครงการสินค้ามวลชนเพื่อผลิตและจำหน่ายสินค้าไทยนี้ จะทำการศึกษาการดำเนินงานทางด้านการตลาดของสินค้าไทย โดยใช้หลักการบริหาร ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix 4P's) อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการจำหน่าย (Promotion) ซึ่งจะกล่าวถึงการดำเนินงานในแต่ละด้าน ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

1.1 ด้านการผลิต สินค้าที่จะผลิตเป็นสินค้าไทย จะเป็นสินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพ หรือสินค้าที่ประชาชนนิยมใช้กันเป็นประจำ หรือสินค้าที่มีการผูกขาด หรือ มีแนวโน้มว่าจะมีการผูกขาดโดยกระทรวงพาณิชย์ได้มอบหมายให้กรมการค้าภายในเป็นผู้พิจารณาคัดเลือกสินค้าและผู้ผลิตเข้าร่วมโครงการ ผู้ผลิตที่เข้าร่วมโครงการจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการผลิต การจำหน่าย และการส่งเสริมการจำหน่ายทั้งสิ้น และผู้ผลิตจะต้องดำเนินการผลิตภายใต้หลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการผลิตที่กระทรวงพาณิชย์เป็นผู้กำหนด ตลอดจนปริมาณการผลิตสินค้าไทยจะต้องพอเพียงกับความต้องการของผู้บริโภค

ปัจจุบันมีการผลิตสินค้าไทยแล้วรวม 9 ชนิด คือ ผงซักฟอก สบู่ ยาสีฟัน แป้งเค้ก แปรงสีฟัน น้ำมันพืชใช้ปรุงอาหาร น้ำมันก๊าด นมผงใช้เลี้ยงทารก และ ปลากระป๋อง ซึ่งออกวางจำหน่ายทั่วราชอาณาจักร ยกเว้นน้ำมันก๊าดสินไทยได้ทำการผลิต และจำหน่ายเฉพาะในทางจังหวัดเท่านั้น รายละเอียดของสินค้าแต่ละประเภทพอสรุปได้ดังนี้

(1) ผงซักฟอก ผลิตภัณฑ์และวางตลาด 15 มิถุนายน 2523

มี 4 ขนาด ได้แก่

- ขนาดประหยัด น้ำหนักสุทธิ 1,000 กรัม ราคาขายปลีก 25.00 บาท
- ขนาดกลาง น้ำหนักสุทธิ 220 กรัม ราคาขายปลีก 6.00 บาท
- ขนาดของใหญ่ น้ำหนักสุทธิ 45 กรัม ราคาขายปลีก 1.50 บาท
- ขนาดของเล็ก น้ำหนักสุทธิ 30 กรัม ราคาขายปลีก 1.00 บาท

ผู้เข้าร่วมโครงการ คือ

- บริษัท ดีเวอรัมราเซอร์ (ประเทศไทย) จำกัด
- บริษัท คอลเกต - ปาล์มโอลีฟ (ประเทศไทย) จำกัด
- บริษัท สหพันธ์ปิโตร จำกัด

ภาพที่ 1

ผงซักฟอกสินไทย



(2) สบู่ ผงซักและวางตลาด 15 มิถุนายน 2523 มีขนาดเดียว
คือ น้ำหนักสุทธิ 60 กรัม ราคาขายปลีก 3.00 บาท

ผู้เข้าร่วมโครงการ คือ

- บริษัท ดีเวอร์บราเซอร์ (ประเทศไทย) จำกัด
- บริษัท สหพัฒน์ปิโตร จำกัด
- บริษัท คอลเกต - ปาล์มโอสีฟ (ประเทศไทย) จำกัด

ภาพที่ 2

สบู่สินไทย



(3) ยาสีฟัน ยลิตและวางตลาด 15 กรกฎาคม 2523

มี 2 ขนาด

- ชนิดหลอดน้ำหนักสุทธิ 120 กรัม ราคาขายปลีก 8.50 บาท
- ชนิดหลอดน้ำหนักสุทธิ 45 กรัม ราคาขายปลีก 4.50 บาท

ผู้เข้าร่วมโครงการ คือ

- บริษัท ลีเวอร์บราเธอร์ (ประเทศไทย) จำกัด
- บริษัท คอลเกต - ปาล์มโอลีฟ (ประเทศไทย) จำกัด
- บริษัท สหพัฒน์นิมิต จำกัด

ภาพที่ 3

ยาสีฟันสีนไทย



(4) แป้งเด็ก ผลิตภัณฑ์และวางตลาด 1 ตุลาคม 2523

มี 2 ขนาด

- ขนาดกระป๋อง น้ำหนักสุทธิ 200 กรัม ราคาขายปลีก 14.00 บาท
- ขนาดกระป๋อง น้ำหนักสุทธิ 100 กรัม ราคาขายปลีก 9.00 บาท

ผู้เข้าร่วมโครงการ คือ

- บริษัท ท็อปแอนคัวร์ จำกัด

ภาพที่ 4
แป้งเด็กสินไทย



(5) แพร่งสีทัน ผักและวางตลาด 1 ตุลาคม 2523

มีขนาดยาว

- ชนิดวินแอนด์ชั้น ราคาขายปลีก 4.50 บาท

ผู้เข้าร่วมโครงการ คือ

- บริษัท ท็อปแอนด์ซัวร์ จำกัด

ภาพที่ 5

แพร่งสีทันสินไทย



(6) น้ำมันพืชใช้ปรุงอาหาร ผลิตภัณฑ์และวางตลาด 10 มีนาคม

2524 มี 2 ขนาด

- ขนาด 1 ลิตร ราคาขายปลีกขวดละ 23.00 บาท
- ขนาด $\frac{1}{2}$ ลิตร ราคาขายปลีกขวดละ 12.00 บาท

ผู้เข้าร่วมโครงการ คือ

- ห้างหุ้นส่วนจำกัด โรงงานสบู่แข่งได้
- บริษัท น้ำมันบริโกลไทย จำกัด

ภาพที่ 6
น้ำมันพืชสินไทย



(7) น้ำมันก๊าก ผลิตภัณฑ์และวางตลาด 10 เมษายน 2525
ขนาด 750 ซี.ซี. ราคาขายปลีกขวดละ 8.50 บาท

ผู้เข้าร่วมโครงการ คือ

- บริษัทจังหวัดต่าง ๆ และร้านค้าตัวแทนจังหวัดต่าง ๆ

ภาพที่ 7
น้ำมันก๊ากสินไทย



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

(8) นมผงใช้เลี้ยงทารก ผลิตและวางตลาด 3 ตุลาคม

2525 มี 2 ขนาด

- ขนาดน้ำหนักสุทธิ 1,200 กรัม ราคาขายปลีก 110.00 บาท
- ขนาดน้ำหนักสุทธิ 45 กรัม ราคาขายปลีก 45.00 บาท

ผู้เข้าร่วมโครงการ คือ

- บริษัทไอสดสกา (เทกเฮงหญู) จำกัด

ภาพที่ ๘

นมผงใช้เลี้ยงทารกสินไทย



(๑) ปลากระป๋อง ผลิตภัณฑ์และวางตลาด ๑ ตุลาคม ๒๕๒๕

มี ๒ ขนาด

- ขนาดน้ำหนักสุทธิ ๒๐๐ กรัม ราคาขายปลีก ๖.๒๕ บาท
- ขนาดน้ำหนักสุทธิ ๑๕๐ กรัม ราคาขายปลีก ๔.๕๐ บาท

ผู้เข้าร่วมโครงการ คือ

- บริษัท ไทยโอเวอร์ซีฟู้ด จำกัด

ภาพที่ ๑

ปลากระป๋องสินไทย



1.2 ด้านคุณภาพ คุณภาพของสินค้าสินไทยจะต้องเป็นไปตามมาตรฐานของสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม หรือสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข หรือตามมาตรฐานที่ทางราชการกำหนด โดยจัดส่งตัวอย่างสินค้าให้หน่วยงานดังกล่าวทำการตรวจสอบก่อนเข้าร่วมโครงการ และเมื่อเข้าร่วมโครงการแล้วจัดส่งตัวอย่างไปตรวจสอบเป็นระยะ ๆ และทางราชการอาจจะส่งตัวอย่างไปตรวจสอบเองอีกด้วย สำหรับหีบห่อ ภาชนะบรรจุและขนาดของสินค้าจะต้องได้รับความเห็นชอบจากกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์

2. ด้านราคา (Price)

การตั้งราคาจำหน่ายสินค้าสินไทย จะต้องสอดคล้องต่อกลยุทธทางการตลาด คือ ส่งเสริมและระบุให้เห็นชัดว่าเมื่อซื้อสินค้าสินไทยแล้วจะก่อให้เกิดการประหยัด ทั้งนี้ สินค้าสินไทยจึงเป็นสินค้าที่มีราคาถูกต่ำกว่าราคาสินค้าชนิดอื่นในท้องตลาด แต่อย่างไรก็ตาม ในการตั้งราคานี้จะต้องคำนึงถึงต้นทุนการผลิตสินค้าสินไทยและกำไรของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายในแต่ละช่วงการค้าขาย กรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์จะเป็นผู้กำหนดราคาจำหน่ายปลีกสินค้าสินไทยให้เป็นราคาเดียวกันทั่วประเทศโดยพิมพ์ราคาลงบนภาชนะหีบห่อหรือตัวสินค้าด้วย ทั้งนี้จะเปลี่ยนแปลงราคาไม่ได้ เว้นแต่จะได้รับความอนุญาตจากกรมการค้าภายใน กระทรวงพาณิชย์

จากการศึกษาราคาเปรียบเทียบของสินค้าสินไทยกับสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่น พอสรุปได้ว่าสินค้าสินไทยมีราคาต่ำกว่าราคาสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่น ทั้งรายละเอียดที่ปรากฏในตารางที่ 1

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 1 ราคาจำหน่ายปลีกสินค้าสินไทยเปรียบเทียบกับราคาสินค้าประเภทเดียวกัน
ตราอื่น

ชนิดสินค้า	ชื่อสินค้า	ขนาด (กรัม)	ราคาขายปลีก (บาท/หน่วย)	สินไทยถูกกว่า (ร้อยละ)
1. ผงซักฟอก	สินไทย	1,000	25.00	
	บริส	1,000	32.00	28
	เซฟ	1,000	32.00	28
	เป่าปูนจีน	1,085	32.00	16
	รินโซ	1,000	30.00	20
	สินไทย	200	6.00	
	บริส	200	8.00	33.3
	เซฟ	200	8.00	33.3
	เป่าปูนจีน	200	8.00	33.3
	รินโซ	200	8.00	33.3
2. สบู่	สินไทย	60	3.00	
	ลัคส์เกา	81	5.00	24
	โตฟบอยย์	80	5.00	25
	นกแก้ว	77	4.50	16
	โรเซท	77	6.00	56
	นางนวล	77	5.50	42
	บัวขาว	70	4.00	14
	สินไทย	120	8.50	
3. ยาสีฟัน	สินไทย	120	8.50	
	คอดเกต	100	15.00	111.27
	ไฮเล็กซ์	100	10.00	40.64

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ชนิดสินค้า	ชื่อสินค้า	ขนาด (กรัม)	ราคาขายปลีก (บาท/หน่วย)	สินไทยถูกกว่า (ร้อยละ)
	โกสอช็อค	135	20.00	108.45
	โคสิโนส	200	24.00	69.00
4. แป้งเด็ก	สินไทย	200	14.00	
	คัสติน	210	18.00	22.86
	แคร่	190	16.00	20.00
	สยาม	180	14.00	11.14
	ตรางู	180	17.00	34.85
	สินไทย	100	9.00	
	ไลฟบอย	110	12.00	21.11
	ปาล์ม	90	12.00	48.11
	แคร่	90	12.00	48.11
	จอห์นสัน	100	13.00	44.44
5. แปรงสีฟัน	สินไทย	-	4.50	
	ลาโคโว	-	5.50	22.22
	เกนซา	-	5.00	11.11
	คาร์กี้	-	5.00	11.11
	คอลลเกต หวีนแอกชั่น	-	6.00	33.33
6. น้ำดื่ม	สินไทย	1 ลิตร	23.00	
	ทิฟ	"	25.00	8.70
	ดุก	"	25.00	8.70
	คิง	"	25.00	8.70

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ชนิดสินค้า	ชื่อสินค้า	ขนาด (กรัม)	ราคาขายปลีก (บาท/หน่วย)	สินไทยถูกกว่า (ร้อยละ)	
	เกสร	1 ลิตร	25.00	8.70	
	อัญม	"	25.00	8.70	
	อาลาकिन	"	25.00	8.70	
7. นมผงใช้เลี้ยงทารก	สินไทย	450	45.00		
	พื	450	62.00	37.80	
	แลคโตเจน	450	55.00	22.20	
	สโนว์ พี เซเวน เอ	450	48.00	6.70	
	เฮส. 26	453	75.00	65.60	
	เมจิ	454	55.00	21.10	
	กูเม็กซ์	454	55.00	21.10	
	เนสเปรย์	400	48.00	20.00	
	สินไทย	1,200	110.00		
	สโนว์ พี เซเวน เอ	1,200	118.00	7.20	
	เมจิ	1,200	155.00	40.89	
	แลคโตเจน	1,000	115.00	25.41	
	8. ปลากระป๋อง	สินไทย	150	4.50	
		โสมทะเล	150	6.00	33.33
ปูมปูยี่สี่เหลือง, ฆพ		140	6.00	43.00	
ปูมปูยี่สี่ส้ม		140	5.00	19.00	
โรซซา		155	6.00	29.00	
พี ที ไอ		142	5.00	17.33	

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ชนิดสินค้า	ชื่อสินค้า	ขนาด (กรัม)	ราคาขายปลีก (บาท/หน่วย)	สินไทยถูกกว่า (ร้อยละ)
	แมคเคอเรล	155	8.25	77.33
	คัปปิเลสคาร์	150	9.00	100.00
	สินไทย	200	6.25	
	ปูมปูยี่สี่เหลือง, ซมพู	200	7.25	15.97
	โรซา	200	8.50	35.78

ที่มา : ร้านสหกรณ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สํารวจราคาเมื่อวันที่ 25 มีนาคม 2526

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3. กําหนดจําหนาย (Place)

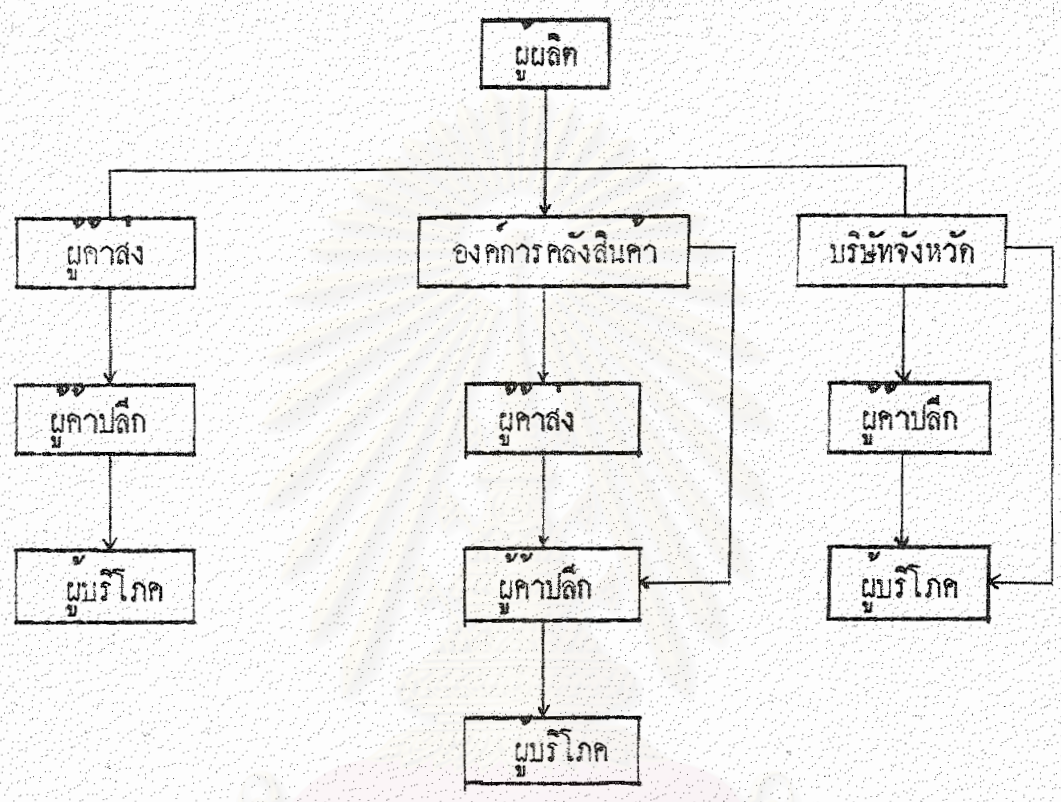
การจําหนายสินค้า คือการนำสินค้าจากผู้ผลิตหรือผู้ขายไปยังสถานที่ที่ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคต้องการจะหาซื้อ และเป็นสถานที่ซึ่งผู้บริโภคสามารถหาซื้อได้สะดวก

ในการจําหนายผู้ผลิตและจําหนายที่เข้าร่วมโครงการจะเป็นผู้จําหนายสินค้าสินไทยทั่วราชอาณาจักรให้เพียงพอกับความต้องการของผู้บริโภคตามวิถีการตลาดของตนเอง และทางราชการจะช่วยส่งเสริมการจําหนายตามความเหมาะสมควม เช่น ขอความร่วมมือบริษัทจังหวัด และร้านค้าในความส่งเสริมของกรมการค้าภายใน สหกรณ์ ฯลฯ ให้ช่วยจําหนายด้วย

ขั้นตอนการจําหนายของสินค้าสินไทย ผู้ผลิตจะจําหนายให้ผู้ค้าส่ง จากผู้ค้าส่งจําหนายไปยังผู้ค้าปลีก และผู้ค้าปลีกจําหนายต่อไปยังผู้บริโภคเป็นช่วงสุดท้าย หรือผู้ผลิตจําหนายผ่านองค์การคลังสินค้า องค์การคลังสินค้าจะจําหนายต่อไปยังผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก และต่อไปจนถึงผู้บริโภคในที่สุด ส่วนการจําหนายในเขตภูมิภาค ผู้ผลิตจะจําหนายผ่านผู้ค้าส่งหรือบริษัทจังหวัด จากผู้ค้าส่งหรือบริษัทจังหวัดจะจําหนายต่อไปยังผู้ค้าปลีกและถึงผู้บริโภคหรือบริษัทจังหวัดอาจจําหนายโดยตรงให้กับผู้บริโภคเลยก็ได้ ทั้งรูปที่ 10

สถาบันวิจัยประชากร
และสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล

ภาพที่ 10
แสดงการจัดเจ้าหน้าที่สินค้าสินไทย



สถาบันวิจัยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ในปัจจุบันสินค้าสินไทยทุกชนิดยกเว้นน้ำมันก๊ากสินไทย มีจำหน่ายทั่วราชอาณาจักร ในการดำเนินการผลิตและจำหน่ายสินค้าไทยเท่าที่ผ่านมา ปรากฏว่าสินค้าสินไทยยังไม่แพร่หลายและเป็นที่ยอมรับของประชาชนมากนัก การผลิตและจำหน่ายสินค้าสินไทยจึงมีปริมาณที่ไม่สม่ำเสมอทั้งเห็นได้จากตารางปริมาณการผลิตและจำหน่ายสินค้าสินไทยต่อไปนี้

ตารางที่ 2 แสดงปริมาณการผลิตสินค้าไทย ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2523 - มีนาคม 2526

(โดยประมาณ)

รายการ	หน่วย	2523	2524	2525	2526		
					ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.
ผงซักฟอก	ก้น	2,692	3,773	5,008	483.62	535.40	526.83
สบู่	ก้น	244	158	61	—	3.46	0.09
ยาสีฟัน	ก้น	198	35	37	0.02	3.46	1.30
แปรงเด็ก	ก้น	110	8	—	—	—	—
แปรงสีฟัน	ก้น	53	35	—	—	—	—
น้ำมันพืชใช้ปรุงอาหาร	ก้น	—	878	393	51.10	21.62	—
นมผงใช้เลี้ยงทารก	ก้น	—	—	107	—	—	—
ปลากระป๋อง	ก้น	—	—	128	—	—	—

หมายเหตุ

น้ำมันพืชใช้ปรุงอาหาร เริ่มทำการผลิตเมื่อเดือนมีนาคม 2524

นมผงใช้เลี้ยงทารก เริ่มทำการผลิตเมื่อเดือนตุลาคม 2525

ปลากระป๋อง เริ่มทำการผลิตเมื่อเดือนตุลาคม 2525

ที่มา : กระทรวงพาณิชย์, กรมการค้าภายใน, กองเศรษฐกิจการค้า, งานสินไทย

ตารางที่ 3 แสดงปริมาณการจำหน่ายสินค้าสินไทย ตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2523 - มีนาคม 2526

(โดยประมาณ)

รายการ	หน่วย	2523	2524	2525	2526		
					ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.
ผงซักฟอก	ตัน	2,202	3,672	5,051	490.98	482.22	562.21
สบู่	ตัน	232	155	56	2.86	1.80	1.82
ยาสีฟัน	ตัน	140	65	14	0.89	0.59	0.70
แป้งเด็ก	ตัน	80	27	5	-	-	-
แป้งสาลี	ตันไหล	42	43	3	-	-	-
น้ำมันพืชปรุงอาหาร	พันลิตร	-	866	385	52.36	29.87	
นมผงใช้เลี้ยงทารก	ตัน	-	-	19	1.80	1.34	0.17
ปลากระป๋อง	ตัน	-	-	14	0.17	0.10	

หมายเหตุ แป้งเด็กและแป้งสาลีไม่มีการจำหน่าย เพราะบริษัทผู้ผลิตมีปัญหาในการดำเนินงาน

4. งานส่งเสริมการจำหน่าย (Promotion)

การส่งเสริมการจำหน่ายเป็นหัวใจสำคัญทางการตลาดที่ทำหน้าที่ในการติดต่อสื่อสารข่าวสารระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อมุ่งที่จะทำการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ซื้อ และทำให้เกิดการซื้อในที่สุด

วิธีการที่ใช้ในการส่งเสริมการจำหน่ายมี 3 วิธีคือ

1. การโฆษณา (Advertising) ตามคำจำกัดความของ The American Marketing Association (AMA) หมายถึง ราชจ่ายใด ๆ ในการเสนอขายและการส่งเสริมการจำหน่ายเกี่ยวกับความคิดเห็น (Idea) สินค้า (Goods) หรือบริการ (Services) โดยผู้โฆษณาไม่จำเป็นต้องมีตัวตน และเป็นการเสนอขายโดยมิใช่เป็นการส่งบุคคลเข้าไปติดต่อโดยตรง (Non-personal presentation)

วัตถุประสงค์ในการโฆษณาผลิตภัณฑ์โดยทั่วไป คือ เพื่อให้กลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมายทราบ (Awareness) ว่ามีผลิตภัณฑ์นั้นในท้องตลาด และเกิดความเข้าใจในข่าวสารที่บริษัทส่งไป (Comprehension) ทำให้กลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมายชอบในตัวผลิตภัณฑ์ (Liking) สร้างความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์ (Belief) และเกิดการซื้อในที่สุด (Action) วัตถุประสงค์ของการโฆษณาจะต้องสอดคล้องและกลมกลืนกับวัตถุประสงค์ทางการตลาด และวัตถุประสงค์ของบริษัท ดังนั้น ในการทำการโฆษณาแต่ละคราวจะต้องคำนึงถึงลักษณะผลิตภัณฑ์ กลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมาย และสภาพของตลาดในขณะนั้นเป็นเกณฑ์ในการกำหนดการทำโฆษณา

2. การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) ทำได้ทั้งในระดับร้านค้าและระดับผู้บริโภค โดยมีวิธีการต่าง ๆ เช่น การให้ส่วนลดพิเศษ การขยายระยะเวลาการชำระเงิน การชิงรางวัล การมีของแถม การลดราคา ฯลฯ

3. การขายโดยพนักงาน (Personal Selling)

ในการโฆษณาและส่งเสริมการขายสินค้าสินไทย ผู้เข้าร่วมโครงการจะเป็นผู้ดำเนินการและรับผิดชอบค่าใช้จ่ายเองทั้งสิ้น โดยทางราชการจะให้การสนับสนุนทางการเงินประชาสัมพันธ์ เช่น ขอความร่วมมือจากสถานีวิทยุและโทรทัศน์ จัดเวลาในการโฆษณาให้ หรือ จัดแสดงสินค้า เพื่อช่วยประชาสัมพันธ์อีกทางหนึ่งด้วย

สำหรับในระยะเริ่มแรกของการดำเนินงานตามโครงการสินค้ามาวชน เพื่อผลิตและจำหน่ายสินค้าสินไทย บริษัท SSC and B Lintus เป็นตัวแทน (agency) รับทำโฆษณาให้ โดยบริษัทผู้เข้าร่วมโครงการ 3 ราย คือ บริษัทลีเวอร์บริวราเซอร์ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัทคอลเกต-ปาล์มโอสดี (ประเทศไทย) จำกัด บริษัทสหพัฒน์ปิูล จำกัด เป็นผู้รับภาระค่าใช้จ่ายในการโฆษณานี้ร่วมกัน วัตถุประสงค์ในการจัดทำโฆษณา เพื่อเป็นการสร้างจินตภาพตราสินค้า (Brand Image) มากกว่าการสร้างจินตภาพผลิตภัณฑ์ (Product Image) โดยเน้นให้ประชาชนทราบว่าขณะนี้สินค้าสินไทยซึ่งเป็นสินค้ามาวชนมีคุณภาพได้มาตรฐานราคาประหยัดจำหน่ายแล้ว โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นแม่บ้านซึ่งมีฐานะปานกลางและยากจน

สื่อโฆษณาที่สินค้าสินไทยใช้โฆษณา ระยะเริ่มดำเนินการ คือ โทรทัศน์ และวิทยุ โดยจัดทำเป็น spot ทางโทรทัศน์ 30 วินาที ทางวิทยุ 15 วินาที และ 30 วินาที ส่วนค่าเวลาในการออกรายการทางราชการได้ขอความร่วมมือสถานีโทรทัศน์และวิทยุจัดหาเวลาให้โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย นอกจากนี้ยังเคยโฆษณาทางหนังสือพิมพ์สยามรัฐด้วย

ในการส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าสินไทยกระทรวงพาณิชย์ได้ให้ผู้ผลิตจัดการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการจำหน่ายด้วยวิธีการต่าง ๆ เพิ่มเติม เช่น นำไปใส่เตอร์หรือวัสดุโฆษณาอื่น ๆ ไปเปิดตามร้านจำหน่ายสินค้าสินไทยทั่วไป แนะนำและจัดตั้งโชว์สินค้าสินไทยตามร้านจำหน่ายให้เป็นที่สนใจของผู้บริโภค รวมทั้งการให้ส่วนลดพิเศษแก่ร้านค้าเพื่อส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าสินไทย ถึงตารางที่ 4 ด้วย

สถาบันวิจัยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4 เงื่อนไขในการจำหน่ายสินค้าสินไทย บริษัทสหพัฒน์เทรด จำกัด 2156 ถนนเพชรบุรีตัดใหม่ แขวงบางกะปิ เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร โทร. 3144771

สินค้า	ขนาด	หน่วย	ราคาขายส่ง (บาท)	ส่วนลดพิเศษ	ราคาขายปลีก (บาท/หน่วย)
ผงซักฟอกสินไทย	1,000 กรัม	ทึบ (12 กลอง)	285	2% เมื่อชำระเงินภายใน 28 วัน	25
	120 กรัม	ทึบ (60 กลอง)	321	2% เมื่อชำระเงินภายใน 28 วัน	6
	30 กรัม	ทึบ (360 ซอง)	288	2% เมื่อชำระเงินภายใน 28 วัน	1
สบู่สินไทย	60 กรัม	ทึบ (144 ก้อน)	426	72 บาทต่อทึบ และ 2% เมื่อชำระเงินภายใน 28 วัน	3
ยาสีฟันสินไทย	120 กรัม	ทึบ (120 หลอด)	890	2% เมื่อชำระเงินภายใน 28 วัน	8.50
	45 กรัม	ทึบ (288 หลอด)	1,116	2% เมื่อชำระเงินภายใน 28 วัน	4.50

ที่มา : บริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าสินไทย

สถาบันวิจัยและพัฒนา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 5 เงื่อนไขในการจำหน่ายสินค้าสินไทย บริษัทลีเวอร์บราเธอร์ (ประเทศไทย) จำกัด 1037 ถนนเพลินจิต แขวงลุมพินี เขตปทุมวัน
กรุงเทพมหานคร โทร. 2529801-9

สินค้า	ขนาด	หน่วย	ราคาขายส่ง (บาท)	ส่วนลดพิเศษ	ราคาขายปลีก (บาท/หน่วย)
ผงซักฟอกสินไทย	1,000 กรัม	ทิม (12 กลอง)	282	5 บาทต่อทิม และ 1% เมื่อชำระเงินภายใน 30 วัน	25
	220 กรัม	ทิม (60 กลอง)	318	5 บาทต่อทิม และ 1% เมื่อชำระเงินภายใน 30 วัน	6
	45 กรัม	ทิม (288 ทอง)	357	5 บาทต่อทิม และ 1% เมื่อชำระเงินภายใน 30 วัน	1.50
	30 กรัม	ทิม (360 ทอง)	285	5 บาทต่อทิม และ 1% เมื่อชำระเงินภายใน 30 วัน	1
สบู่สินไทย	60 กรัม	ทิม (144 ก้อน)	422	72 บาทต่อทิม และ 1% เมื่อชำระเงินภายใน 30 วัน	3
ยาสีฟันสินไทย	120 กรัม	ทิม (120 หลอด)	528	ลดพิเศษ 4% และ 1% เมื่อชำระเงินภายใน 30 วัน	8.50
	45 กรัม	ทิม (144 หลอด)	552	ลดพิเศษ 4% และ 1% เมื่อชำระเงินภายใน 30 วัน	4.50

สถาบันวิจัยและพัฒนา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 6 เงื่อนไขในการจำหน่ายสินค้าสินไทย บริษัทคอลลเกต-ปาล์มโอลีน (ประเทศไทย) จำกัด 19 ซอยแยก ถนนสุนทรโกษา แขวงคลองเตย เขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร โทร. 2861380-8

สินค้า	ขนาด	หน่วย	ราคาขายส่ง (บาท)	ส่วนลดพิเศษ		ราคาขายปลีก (บาท/หน่วย)
				ร้านค้าใหญ่ลด 2% บาท/หีบ	ร้านค้าย่อย บาท/หีบ	
ผงซักฟอกสินไทย	1,000 กรัม	หีบ (12 กลอง)	285	279.30	282	25
	220 กรัม	หีบ (60 กลอง)	321	314.58	317	6
	45 กรัม	หีบ (288 ซอง)	360	352.80	354	1.50
	30 กรัม	หีบ (360 ซอง)	287.75	282	283	1
ยาสีฟัน	120 กรัม	หีบ (120 หลอด)	890	872.20	890	8.50
	45 กรัม	หีบ (288 หลอด)	1,116	1,093.68	1,116	4.50

หมายเหตุ

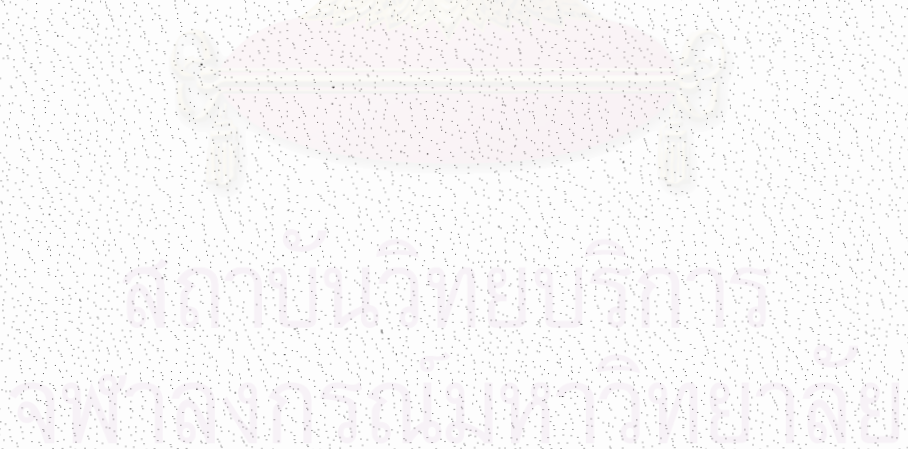
ร้านค้าใหญ่ หมายถึง ร้านค้าที่มีอำนาจการซื้อสูง สามารถซื้อได้ครั้งละมาก ๆ ร้านค้าประเภทนี้จึงมีสิทธิที่จะได้รับส่วนลดจากบริษัทฯ ด้วย

ร้านค้าย่อย คือ ร้านค้าที่กำลังดำเนินการซื้อทำ สามารถซื้อได้แต่ละครั้ง เป็นจำนวนไม่เกิน 5,000 บาท และร้านค้าประเภทนี้จะซื้อสินค้าโดย

ผ่านหน่วยรถของบริษัทฯ

ตารางที่ 7 เงื่อนไขในการจำหน่ายสินค้าสินไทย บริษัททีโอบีแอนด์ซันส์ จำกัด 32 สุขุมวิท 21 (ซอยอโศก) พระโขนง กรุงเทพมหานคร
โทร. 3912759

สินค้า	ขนาด	หน่วย	ราคาร้านค้าปลีก (บาท)	ราคาร้านค้าส่ง ลด 3% จากราคาร้านค้าปลีก	ราคาขายปลีก บาท/หน่วย
แป้ง เค้กสินไทย	200 กรัม	ทึบ (12 กระจ่าง)	153	148.41	14
	100 กรัม	ทึบ (24 กระจ่าง)	99	96.03	9
แป้งสาลีสินไทย	-	ทึบ (144 กรัม)	45	43.65	4.50



ตารางที่ ๘ เงื่อนไขในการจำหน่ายสินค้าสินไทย ห้างหุ้นส่วนจำกัดโรงงานสบู่เชียงใหม่ 14 หมู่ 4 ซอยสุขสวาท ถนนสุขสวัสดิ์ แขวงบางมด เขตราษฎร์บูรณะ กรุงเทพมหานคร โทร. 4625391

สินค้า	ขนาด	หน่วย	ราคาขายส่ง (บาท)	ส่วนลดพิเศษ		ร้านค้าขายปลีก (บาท/หน่วย)	
			ร้านค้าปลีกกรุงเทพ/ต่างจังหวัด	ร้านค้าขายส่ง กรุงเทพฯ	ร้านค้าขายส่ง ต่างจังหวัด		
น้ำมันพืชสินไทยสูตร 1 (ถั่วเหลืองผสมน้ำมันปาล์ม)	1 ลิตร	หีบ (12 ขวด)	258		ส่วนลด 5 บาท	ส่วนลด 3 บาท	23
	0.5 ลิตร	หีบ (24 ขวด)	265		ส่วนลด 4 บาท	ส่วนลด 3 บาท	12

หมายเหตุ

1. เงื่อนไข เครดิต 30 วัน ทั้งกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดสำหรับร้านค้าต่างจังหวัดออกค่าขนส่งให้ด้วย
2. บริษัทสินทรไทย จำกัด 14 หมู่ 4 ถนนสุขสวัสดิ์ ใกล้สามแยกพระประแดง กทม. 14 โทร. 4627164 เป็นตัวแทนจำหน่าย

ตารางที่ 9 เงื่อนไขในการจำหน่ายสินค้าสินไทย บริษัทน้ำมันวิโลกไทย จำกัด 605 ถนนโมตรีจิตต์ แขวงป้อมปราบ เขตป้อมปราบ กรุงเทพมหานคร โทร. 2223204-5

สินค้า	ขนาด	หน่วย	ประเภทร้านค้า	ราคาขายส่ง (บาท)	ส่วนลด พิเศษ (บาท)	ราคาขายปลีก (บาท/หน่วย)
น้ำมันพืชสินไทยสูตร 2 (รำข้าวผสมน้ำมันปาล์ม)	1 ลิตร	โหล (12 ขวด)	1 ร้านค้าปลีก ต่างจังหวัด	258	-	23
			2 ร้านค้าปลีก กรุงเทพฯ	258	2	23
			3 ร้านค้าขายส่งทั่วไป	258	5	23
			4 ร้านค้า สหกรณ์ องค์การคลัง สินค้า	258	7	23
			5 ร้านค้าพาณิชย์จังหวัดทั่วประเทศ	258	10	23

หมายเหตุ

1. ร้านค้าพาณิชย์จังหวัดทั่วประเทศ ผู้สั่งซื้อเป็นผู้ชำระค่าขนส่งปลายทาง
2. เงื่อนไขการชำระเงิน ร้านค้าขายปลีก ประเภทที่ 1 และ 2 ทางบริษัทฯ ใ้มีพนักงานขายหน่วยรถไปบริการ โดยขายเป็นเงินสด ร้านค้าประเภทที่ 3 - 4 และ 5 นั้น ทางบริษัทฯ จะรับพิจารณาขายเงินเชื่อให้เป็นราย ๆ ไป ในเงื่อนไขชำระเงินไม่เกิน 30 วัน

ตารางที่ 10 เงื่อนไขในการจำหน่ายสินค้าสินไทย บริษัทไอสดสภ (เท็กเซงทญ) จำกัด 2120 ถนนรามคำแหง หัวหมาก บางกะปิ กรุงเทพมหานคร โทร. 3777121-31-41-51

สินค้า	ขนาด	หน่วย	ราคาขายส่ง (บาท)	ส่วนลดพิเศษ	ราคาขายปลีก (บาท/หน่วย)
นมผงไร้ไขมันรสหวาน	45 กรัม	ทึบ (24 กระจ่อง)	1,008	3% เมื่อชำระเงินภายใน 45 วัน	45
	1,200 กรัม	ทึบ (8 กระจ่อง)	832	3% เมื่อชำระเงินภายใน 45 วัน	110


 วิทยาลัยบริหารธุรกิจ
 มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ตารางที่ 11 เงื่อนไขในการจำหน่ายสินค้าสินไทย บริษัทไทยโอเวอร์ซีส์ จำกัด 136/10 ถนนสุขุมวิท กรุงเทพมหานคร โทร. 235-2414-9 ต่อ 2183

สินค้า	ขนาด	หน่วย	ราคาขายส่ง (บาท)	ส่วนลดพิเศษ		ราคาขายปลีก (บาท/หน่วย)
				ซื้อตั้งแต่ 10 ทัพขึ้นไป ลด 5%	ซื้อตั้งแต่ 50 ทัพขึ้นไป ลด 5% และอีก 3%	
ปลากระป๋องสินไทย	200 กรัม หรือ 6.5 ออนซ์	ทัพ (48 กระป๋อง)	264	250.80	243.27	6.25
	150 กรัม หรือ 5.5 ออนซ์	ทัพ (100 กระป๋อง)	400	380	368.60	4.50

หมายเหตุ

1. บริษัทฯ เป็นผู้จำหน่ายส่งสินค้า
2. เงื่อนไขการชำระเงินเครดิต 30 วัน และชำระเงินสดทันทีร้อยละ 3 หลังจากส่วนลดพิเศษแล้ว

การวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล

การศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าสินไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลชั้นปฐมภูมิ (Primary data) โดยการออกแบบสอบถามและส่งพนักงานออกไปสัมภาษณ์ยังบริเวณต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร การสุ่มเลือกตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ Purposive Sampling¹ เป็นการเลือกตัวอย่างโดยให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของผู้ทำการวิจัย กล่าวคือ จะทำการสัมภาษณ์เฉพาะผู้ที่มีรายได้ปานกลางและรายได้น้อย ซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (Target Group) ของโครงการสินค้ามวลชนเท่านั้น ระยะเวลาที่ทำการสำรวจอยู่ไประหว่างวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2526 - วันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2526 ใช้แบบสอบถามที่ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความร่วมมือในการตอบทั้งหมด 400 ราย ซึ่งเป็นไปตามกำหนดการศึกษาที่วางไว้

แบบสอบถามที่ส่งให้ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ดังนี้

1. เพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าสินไทยว่ามีความเห็นสนับสนุนหรือคัดค้านอย่างไร
2. เพื่อให้ทราบถึงจำนวนผู้บริโภคที่เคยใช้สินค้าสินไทย และเหตุจูงใจที่ทำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าสินไทยมาใช้
3. เพื่อให้ทราบถึงประเภทของสินค้าสินไทย ที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภค
4. เพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าสินไทย ด้านคุณภาพ ราคา และการปรับปรุงสินค้าสินไทย

¹ในราศรี ไวนิชกุล, ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ (โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2525), หน้า 97.

5. เพื่อให้ทราบถึงเหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภคนำสินค้าสินไทยมาใช้
6. เพื่อให้ทราบว่าผู้บริโภคนำสินค้ามาซื้อเพราะต้องการให้โครงการสินค้ามวลชนเมื่ออยู่ต่อไป

หรือไม่

ตารางที่ 12 แสดงข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์

	จำนวน	ร้อยละ
<u>ผู้ตอบทั้งหมด</u>	400	100.0
<u>เพศ</u>		
ชาย	82	20.5
หญิง	318	79.5
<u>รายได้ต่อเดือน</u>		
ไม่เกิน 1,000 บาท	44	11.0
1,001 - 2,000 บาท	99	24.7
2,001 - 3,000 บาท	122	30.5
3,001 - 4,000 บาท	68	17.0
4,001 - 5,000 บาท	37	9.3
มากกว่า 5,000 บาท	30	7.5
<u>การศึกษา</u>		
ไม่เกิน ป. 7	258	64.5
ม.ศ. 3 - อเนกปริญญา	98	24.5
อุดมศึกษา	44	11.0

ผลการวิจัย

ตารางที่ 12 จากตารางนี้เป็นการศึกษาถึงลักษณะทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่ เพศ รายได้ และการศึกษา เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์อย่างกว้าง ๆ อันจะเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลทางทัศนคติเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์อย่างถูกต้อง

ในจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 400 ราย เป็นชาย 82 ราย และหญิง 318 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.5 และร้อยละ 79.5 ตามลำดับ จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์แบ่งตามสัดส่วนของรายได้ เป็นดังนี้ไม่เกิน 1,000 บาท มี 44 ราย 1,001 - 2,000 บาท มี 99 ราย 2,001 - 3,000 บาท มี 122 ราย 3,001 - 4,000 บาท มี 68 ราย 4,001 - 5,000 บาท มี 37 ราย และมากกว่า 5,000 บาท มี 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.0 24.7 30.5 17.0 9.3 และ 7.5 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาแบ่งตามระดับการศึกษาเป็นดังนี้ ไม่เกิน ป.7 มี 258 ราย ม.ศ.3 - อนุปริญญาตรี มี 98 ราย และระดับอุดมศึกษามี 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 64.5 24.5 และ 11.0 ตามลำดับ

สถาบันวิจัยประชากร
และสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล

ตารางที่ 13 แสดงการ เคยทราบหรือไม่เคยทราบของผู้นับถือ วารัฐบาลได้จัดให้มี
โครงการสินค้ามวลชนเพื่อผลิตและจำหน่ายสินค้าสินไทย จำแนกตามเพศ
รายได้ และการศึกษา

		รวม	ทราบ	ไม่ทราบ
รวม	ร้อยละ	100.0	87.0	13.0
	จำนวน	400	348	52
<u>เพศ</u>				
ชาย		100.0	90.2	9.8
		82	74	8
หญิง		100.0	86.2	13.8
		318	274	44
<u>รายได้</u>				
ไม่เกิน 1,000 บาท		100.0	81.8	18.2
		44	36	8
1,001 - 2,000 บาท		100.0	82.8	17.2
		99	82	17
2,001 - 3,000 บาท		100.0	88.5	11.5
		122	108	14
3,001 - 4,000 บาท		100.0	85.3	14.7
		68	58	10
4,001 - 5,000 บาท		100.0	97.3	2.7
		37	36	1
มากกว่า 5,000 บาท		100.0	93.3	6.7
		30	28	2
<u>การศึกษา</u>				
ไม่เกิน ป.7		100.0	82.9	17.1
		258	214	44
ม.ศ.3 - อุดมศึกษา		100.0	94.9	5.1
		98	93	5
อุดมศึกษา		100.0	93.2	6.8
		44	41	3

จากการวางแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ทราบว่ารัฐบาลได้จัดให้มีโครงการสินค้า
 มวดยเพื่อผลิตและจำหน่ายสินค้าสินไทยขึ้น จำนวนผู้บริโภคที่ทราบว่า 348 ราย คิดเป็นร้อยละ
 67.0 และจำนวนผู้บริโภคที่ไม่ทราบว่า 52 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.0

เมื่อวิเคราะห์แยกตามเพศ เพศชายตอบว่าทราบ 74 ราย คิดเป็นร้อยละ 90.2
 ไม่ทราบ 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.8 ส่วนเพศหญิงตอบว่าทราบ 274 ราย คิดเป็นร้อยละ
 86.2 และตอบว่าไม่ทราบ 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.8

วิเคราะห์แยกตามรายได้และการศึกษาส่วนใหญ่ตอบว่าทราบ

สถาบันวิจัยบริการ
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 14 แสดงประเภทสื่อโฆษณาที่ทำให้ผู้บริโภครู้จักสินค้าสินไทยมากที่สุด จำแนกตาม เพศ รายได้ และการศึกษา

สื่อโฆษณา	รวม	เพศ		รายได้/เดือน (บาท)						การศึกษา			
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 1,000	1,001- 2,000	2,001- 3,000	3,001- 4,000	4,001- 5,000	มากกว่า 5,000	ไม่เกิน ม.ศ. 3- 4	ม.ศ. 5- 6	อุดมศึกษา	
รวม	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	จำนวน	205	47	158	28	36	68	42	20	11	126	55	24
หนังสือพิมพ์		2.4	8.5	0.6	0.0	2.8	4.4	0.0	5.0	0.0	0.8	7.3	0.0
		5	4	1	0	1	3	0	1	0	1	4	0
นิตยสาร/วารสาร		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
วิทยุ		7.3	10.6	6.3	14.3	2.8	8.8	4.8	5.0	9.1	6.3	7.3	12.5
		15	5	10	4	1	6	2	1	1	8	4	3
โทรทัศน์		75.6	68.1	77.8	71.4	77.8	70.6	83.3	80.0	72.7	73.0	76.3	87.5
		155	32	123	20	28	48	35	16	8	92	42	21
ป้ายโฆษณา		4.9	8.5	3.8	7.1	5.6	5.9	2.4	0.0	9.1	4.8	7.3	0.0
		10	4	6	2	2	4	1	0	1	6	4	0
อื่น ๆ		9.8	4.3	11.4	7.1	11.1	10.3	9.5	10.0	9.1	15.1	1.8	0.0
		20	2	18	2	4	7	4	2	1	19	1	0

จากการวางมีผู้บริโภคที่ไม่เคยเห็นโฆษณาของสินค้าสินไทยจำนวน 22 ราย ดังนั้น จึงมีผู้ตอบเพียง 205 ราย

สื่อโฆษณาที่ทำให้ผู้บริโภครู้จักสินค้าสินไทยมากที่สุด คือ โทรทัศน์ ซึ่งมีผู้ตอบทั้งหมด 155 ราย คิดเป็นร้อยละ 75.6 รองลงมาคือ ตอบว่าอื่น ๆ 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.8 ซึ่งได้แก่เห็นตามร้านค้า 9 ราย จำไม่ได้และไม่แน่ใจว่าเคยเห็นโฆษณาสินค้าสินไทยจากที่ใด 7 ราย ทราบจากเพื่อน 4 ราย และมีผู้ตอบว่ารู้จักสินค้าสินไทยจากวิทยุ 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.3

เมื่อวิเคราะห์แยกตามเพศ รายได้ และการศึกษา ได้พบว่าโทรทัศน์ คือ สื่อโฆษณาที่ทำให้ผู้บริโภครู้จักสินค้าสินไทยมากที่สุด

สถาบันวิจัยและพัฒนา
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 15 แสดงความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับการจัดให้มีการผลิตและจำหน่ายสินค้าสินไทยของรัฐบาล จำแนกตามเพศรายได้และการศึกษา

ความคิดเห็น	รวม	เพศ		รายได้/เดือน (บาท)						การศึกษา			
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 1,000	1,001- 2,000	2,001- 3,000	3,001- 4,000	4,001- 5,000	มากกว่า 5,000	ไม่เกิน ๗.7	ม.ศ.3- อุดมศึกษา	อนุปริญญา	
รวม	ร้อยละ จำนวน	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
		526	120	406	66	123	155	85	52	45	320	140	66
รัฐบาลแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจอย่างถูกต้อง		23.0	22.5	23.2	31.8	27.6	22.6	20.0	11.5	17.8	25.9	19.3	16.7
		121	27	94	21	34	35	17	6	8	83	27	11
รัฐบาลทำผิดที่คิดค่าขาย		4.2	5.8	3.7	3.0	0.8	4.5	4.7	9.6	6.7	2.8	4.3	10.6
		22	7	15	2	1	7	4	5	3	9	6	7
รัฐบาลช่วยคนยากจน		49.4	41.7	51.7	50.0	57.7	53.5	45.9	36.5	33.3	58.1	42.1	22.7
		260	50	210	33	71	83	39	19	15	186	59	15
รัฐบาลช่วยพ่อค้า		7.6	10.8	6.7	12.1	4.1	5.2	7.1	13.5	13.3	6.6	10.7	6.1
		40	13	27	8	5	8	6	7	6	21	15	4
รัฐบาลแก้ไข้ปัญหาไม่ถูกต้อง		13.7	15.8	13.1	1.5	7.3	11.6	20.0	28.8	26.7	5.3	20.7	39.4
		72	19	53	1	9	18	17	15	12	17	29	26
อื่น ๆ		2.1	3.3	1.7	1.5	2.4	2.6	2.4	0.0	2.2	1.3	2.9	4.5
		11	4	7	1	3	4	2	0	1	4	4	3

(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

จากตารางแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคมองเห็นเกี่ยวกับการจัดให้มีการผลิตและจำหน่ายสินค้าสินไทยของรัฐบาลว่า เป็นการช่วยเหลือคนยากจนมากเป็นอันดับหนึ่ง คือ 260 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.4 รองลงมาคือ เห็นว่ารัฐบาลแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจอย่างถูกต้อง มี 121 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.0 และเห็นว่ารัฐบาลแก้ไข้ปัญหาไม่ถูกต้อง 72 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.7

มีผู้ตอบว่าอื่น ๆ 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.1 ซึ่งแยกออกเป็นผู้ตอบว่าไม่ทราบ 6 ราย รัฐบาลแก้ไข้ปัญหาแบบเฉพาะหน้า 2 ราย เอาสินค้าเอกชนมาปรับปรุงใหม่ 1 ราย รัฐบาลไม่สามารถควบคุมได้จริง เพราะสินค้ามีราคาและคุณภาพพอ ๆ กับสินค้าอื่น 1 ราย และเห็นว่าออกสินค้ามาโดยมีการโฆษณาไม่เพียงพอ 1 ราย

และเมื่อวิเคราะห์แยกตามเพศและรายได้ พบว่าผู้บริโภทั้งเพศชายและเพศหญิง ในทุกระดับรายได้ มีความเห็นว่ารัฐบาลช่วยเหลือคนยากจนมากที่สุด

ส่วนการวิเคราะห์แยกตามระดับการศึกษา ผู้บริโภคที่มีการศึกษาอยู่ในระดับไม่เกิน ป.7 และระดับ ม.ศ. 3 - อนุปริญญา มีความเห็นว่ารัฐบาลช่วยเหลือคนยากจนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.1 และร้อยละ 42.1 ตามลำดับ ส่วนผู้บริโภที่มีการศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษา เห็นว่ารัฐบาลแก้ไข้ปัญหาไม่ถูกต้องมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.4

สถาบันวิจัยประชากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 16 แสดงการเคยใช้หรือไม่เคยใช้สินค้าสินไทยของผู้บริโภค จำแนกตามเพศ รายได้ และการศึกษา

		รวม	เคยใช้	ไม่เคยใช้
รวม	ร้อยละ จำนวน	100.0 400	56.8 227	43.2 173
<u>เพศ</u>				
ชาย		100.0 82	58.5 48	41.5 34
หญิง		100.0 318	56.3 179	43.7 139
<u>รายได้ต่อเดือน</u>				
ไม่เกิน 1,000 บาท		100.0 44	68.2 30	31.8 14
1,001 - 2,000 บาท		100.0 99	48.5 48	51.5 51
2,001 - 3,000 บาท		100.0 122	59.0 72	41.0 50
3,001 - 4,000 บาท		100.0 68	67.6 46	32.4 22
4,001 - 5,000 บาท		100.0 37	54.1 20	45.9 17
มากกว่า 5,000 บาท		100.0 30	36.7 11	63.3 19
<u>การศึกษา</u>				
ไม่เกิน ป.7		100.0 258	57.4 148	42.6 110
ม.ศ.3 - อนุปริญา		100.0 98	56.1 55	43.9 43
อุดมศึกษา		100.0 44	54.5 24	45.5 20

จากตารางในจำนวนผู้บริโภคทั้งสิ้น 400 ราย ตอบว่าเคยใช้สินค้าสินไทย 227 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.8 และตอบว่าไม่เคยใช้สินค้าสินไทย 173 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.2

เมื่อพิจารณาแยกตามเพศ ผู้บริโภคทั้งเพศชายและเพศหญิงตอบว่าเคยใช้สินค้าสินไทย คิดเป็นร้อยละ 58.5 และร้อยละ 56.3 และตอบว่าไม่เคยใช้ร้อยละ 41.5 และร้อยละ 43.7 ตามลำดับ

วิเคราะห์แยกตามรายได้พบว่าผู้บริโภคที่มีรายได้อยู่ในระดับ 1,001 - 2,000 บาท และมากกว่า 5,000 บาท ตอบว่าเคยใช้สินค้าสินไทยคิดเป็นร้อยละ 48.5 และร้อยละ 36.7 นอกนั้นผู้บริโภคในระดับรายได้อื่น ๆ ตอบว่าเคยใช้สินค้าสินไทยมากกว่าร้อยละ 50.0

สำหรับการวิเคราะห์แยกตามการศึกษา ทำให้ทราบว่าผู้บริโภคในทุกระดับการศึกษา ตอบว่าเคยใช้สินค้าสินไทยมากกว่าร้อยละ 50.0

สถาบันวิจัยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 17 แสดงเหตุผลของผู้บริโภคที่ไม่ซื้อสินค้าสินไทยมาใช้ จำแนกตามเพศ รายได้ และการศึกษา

เหตุผล	รวม	เพศ		รายได้/เดือน (บาท)						การศึกษา			
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 1,000	1,001-2,000	2,001-3,000	3,001-4,000	4,001-5,000	มากกว่า 5,000	ไม่เกิน ป.7	ม.ศ.3-อนุปริญา	อุดมศึกษา	
รวม	ร้อยละ จำนวน	100.0 213	100.0 44	100.0 169	100.0 18	100.0 62	100.0 59	100.0 29	100.0 24	100.0 21	100.0 131	100.0 51	100.0 31
ราคาไม่ประหยัด		11.7 25	22.7 10	8.9 15	11.1 2	4.8 3	5.1 3	17.2 5	29.2 7	23.8 5	6.1 8	15.7 8	29.0 9
ไม่มั่นใจในคุณภาพ		30.0 64	31.8 14	29.6 50	22.2 4	25.8 16	32.2 19	24.1 7	45.8 11	33.3 7	25.2 33	37.3 19	38.7 12
หีบห่อไม่น่าใช้		2.3 5	4.5 2	1.8 3	5.6 1	0.0 0	3.4 2	3.4 1	4.2 1	0.0 0	1.5 2	5.9 3	0.0 0
มีคนบอกว่าเป็นไม่ดี		8.5 18	4.5 2	9.5 16	16.7 3	8.1 5	6.8 4	17.2 5	0.0 0	4.8 1	7.6 10	9.8 5	9.7 3
สินค้าราคาอื่นที่ต่ำกว่า		10.3 22	6.8 3	11.2 19	5.6 1	11.3 7	5.1 3	20.7 6	8.3 2	14.3 3	8.4 11	11.8 6	16.1 5
ใช้สินค้าตราที่เคยชิน		23.5 50	11.4 5	26.6 45	22.2 4	29.0 18	33.8 20	13.8 4	12.5 3	14.3 3	31.3 41	13.7 7	6.5 2
อื่น ๆ		13.6 29	18.1 8	12.5 21	16.7 3	21.0 13	13.7 8	3.4 1	0.0 0	9.5 2	19.8 26	5.9 3	0.0 0

จากตารางผู้บริโภคที่ไม่ซื้อสินค้าสินไทยมาใช้ให้เหตุผลว่า ไม่มั่นใจในคุณภาพมีมาก เป็นอันดับหนึ่งมี 64 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.0 รองลงมาคือใช้สินค้าตราที่เคยชินมี 50 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.5 และตอบว่าอื่น ๆ มี 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.6 ซึ่งแยกออกเป็น ไม่ทราบว่ามีชาย 14 ราย ห้าช้อยาก 12 ราย และคนไม่นิยมกัน 3 ราย

เมื่อพิจารณาแยกตามเพศ เพศชายที่ไม่ซื้อสินค้าสินไทยมาใช้ให้เหตุผลว่าไม่มั่นใจ ในคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 31.8 และรองลงมาคือ ราคาไม่ประหยัดจริงร้อยละ 22.7 เพศหญิง ให้เหตุผลว่าไม่มั่นใจในคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 29.6 รองลงมาคือใช้สินค้าตราที่เคยชิน ร้อยละ 26.6

วิเคราะห์แยกตามรายได้ ผู้บริโภคที่มีรายได้ในช่วงไม่เกิน 1,000 บาท 3,001 - 4,000 บาท 4,001 - 5,000 บาท และมากกว่า 5,000 บาท ให้เหตุผลว่าไม่ มั่นใจในคุณภาพมีมากเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 22.2 24.1 45.8 และ 33.3 ตามลำดับ

ส่วนผู้บริโภคที่มีรายได้ 1,001 - 2,000 บาท และ 2,001 - 3,000 บาท ให้ เหตุผลว่าใช้สินค้าตราที่เคยชิน คิดเป็นร้อยละ 29.0 และร้อยละ 33.8 ตามลำดับ

วิเคราะห์แยกตามการศึกษา ผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับไม่เกิน ป.7 ให้เหตุผลว่า ที่ไม่ซื้อสินค้าสินไทยมาใช้ เพราะใช้สินค้าตราที่เคยชิน มากเป็นอันดับหนึ่งคิดเป็นร้อยละ 31.3 ส่วนผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับ ม.ศ. 3 - อนุปริญญา และอุดมศึกษา ตอบว่าไม่มั่นใจในคุณภาพ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.3 และ 38.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงเหตุผลสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าสินไทยมาใช้ จำแนกตามเพศ รายได้ และการศึกษา

เหตุผลในการซื้อ	รวม	เพศ		รายได้/เดือน (บาท)						การศึกษา			
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 1,000	1,001-2,000	2,001-3,000	3,001-4,000	4,001-5,000	มากกว่า 5,000	ไม่เกิน ป.7	ม.ศ.3-อนุบาล	อุดมศึกษา	
รวม	ร้อยละ จำนวน	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
ราคาถูกทำให้ประหยัด		227	48 179	30 48	72 46	20 11	148	55	24				
		44.9	47.9 44.1	33.3 45.8	40.3 50.0	55.0 63.6	47.3	47.3	25.0				
		102	23 79	10 22	29 23	11 7	70	26	6				
คุณภาพดี		9.3	6.3 10.1	16.7 8.3	12.5 4.3	5.0 0.0	12.8	1.8	4.2				
		21	3 18	5 4	9 2	1 0	19	1	1				
ทดลองใช้		37.9	37.5 38.0	40.0 39.6	38.9 34.9	35.0 36.4	32.4	41.8	62.5				
		86	18 68	12 19	28 16	7 4	48	23	15				
ต้องการสนับสนุนรัฐบาล		1.8	2.1 1.7	0.0 0.0	2.8 2.2	5.0 0.0	0.7	3.6	4.2				
		4	1 3	0 0	2 1	1 0	1	2	1				
มีผู้แนะนำให้ใช้		2.2	0.0 2.8	6.7 2.1	0.0 4.3	0.0 0.0	2.0	1.8	4.2				
		5	0 5	2 1	0 2	0 0	3	1	1				
อื่น ๆ		4.0	6.3 3.4	3.3 4.2	5.6 4.3	0.0 0.0	4.7	3.6	0.0				
		9	3 6	1 2	4 2	0 0	7	2	0				

จากตารางทำให้ทราบว่าเหตุผลสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภครู้ซื้อสินค้าสินไทย คือ ราคาถูก ทำให้ประหยัด มากเป็นอันดับหนึ่ง มี 102 ราย คิดเป็นร้อยละ 44.9 รองลงมาคือเพื่อทดลองใช้มี 86 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.9 และซื้อมาใช้เนื่องจากเห็นว่าคุณภาพดีมี 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.3

วิเคราะห์แยกตามเพศ ทั้งเพศชายและเพศหญิงพบว่าซื้อสินค้าสินไทย เพราะราคาถูกทำให้ประหยัด คิดเป็นร้อยละ 47.9 และ 44.1 รองลงมาคือเพื่อทดลองใช้คิดเป็นร้อยละ 37.5 และร้อยละ 38.0 ตามลำดับ

วิเคราะห์แยกตามรายได้ ผู้บริโภคที่มีรายได้ไม่เกิน 1,000 บาท ตอบว่าทดลองใช้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงไปคือราคาถูกทำให้ประหยัด 33.3 ส่วนผู้บริโภครายได้ในระดับ 1,001 - 2,000 บาท 2,001 - 3,000 บาท 3,001 - 4,000 บาท 4,001 - 5,000 บาท และมากกว่า 5,000 บาท ตอบว่าซื้อสินค้าสินไทยมาใช้เพราะราคาถูก ทำให้ประหยัด คิดเป็นร้อยละ 45.8 40.3 50.0 55.0 และ 63.6 ตามลำดับ และตอบว่าเพื่อทดลองใช้คิดเป็นร้อยละ 39.6 38.9 34.9 35.0 และ 36.4 ตามลำดับ

วิเคราะห์แยกตามระดับการศึกษา ผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับไม่เกิน ป.7 และ ม.ศ. 3- อนุปริญญา ตอบว่าซื้อมาใช้เพราะราคาถูกทำให้ประหยัดมากเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 47.3 เท่ากัน ส่วนผู้บริโภครวมที่มีการศึกษาในระดับอุดมศึกษา ตอบว่าซื้อสินค้าสินไทยเพื่อทดลองใช้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.5

ตารางที่ 19 แสดงชนิดของสินค้าสินไทยที่ผู้บริโภคเคยใช้

	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนผู้บริโภคที่เคยใช้สินค้าสินไทย	227	100.0
1. ผงซักฟอก	212	93.4
2. สบู่	60	26.4
3. ยาสีฟัน	52	22.9
4. แปรงสีฟัน	13	5.7
5. น้ำมันพืชใช้ปรุงอาหาร	10	4.4
6. แป้งเค้ก	10	4.4
7. นมผงใช้เลี้ยงทารก	8	3.5
8. ปลากระป๋อง	6	2.6

(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

จากตารางแสดงให้เห็นว่าชนิดของสินค้าสินไทยที่ผู้บริโภคเคยใช้มากที่สุด คือ ผงซักฟอก มี 212 ราย คิดเป็นร้อยละ 93.4 รองลงมาคือ สบู่ และยาสีฟัน คิดเป็นร้อยละ 26.4 และ 22.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงความคิดเห็นของผู้นับถือศาสนาที่มีต่อคุณภาพของสินค้าสินไทย จำแนกตามเพศ รายได้ และการศึกษา

ความคิดเห็น	รวม	เพศ		รายได้/เดือน (บาท)						การศึกษา			
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 1,000	1,001-2,000	2,001-3,000	3,001-4,000	4,001-5,000	มากกว่า 5,000	ไม่เกิน ป.7	ม.ศ.3-อนุปริญญา	อุดมศึกษา	
รวม	ร้อยละ จำนวน	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
		227	48	179	30	48	72	46	20	11	148	55	24
ดีกว่าสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่นมาก	2.6	2.1	2.8	3.3	2.1	4.2	2.2	0.0	0.0	3.4	1.8	0.0	
	6	1	5	1	1	3	1	0	0	5	1	0	
ดีกว่าสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่น	7.0	6.3	7.3	13.4	2.1	5.6	4.3	15.0	18.2	8.1	5.5	4.2	
	16	3	13	4	1	4	2	3	2	12	3	1	
ก็พอ ๆ กับสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่น	20.3	20.8	20.1	20.0	22.9	15.3	19.6	25.0	36.4	13.5	32.7	33.3	
	46	10	36	6	11	11	9	5	4	20	18	8	
ต่ำกว่าสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่น	67.4	64.6	68.2	60.0	70.8	69.4	73.9	60.0	45.4	72.3	58.2	58.3	
	153	31	122	18	34	50	34	12	5	107	32	14	
ต่ำกว่าสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่นมาก	2.6	6.3	1.7	3.3	2.1	5.6	0.0	0.0	0.0	2.7	1.8	4.2	
	6	3	3	1	1	4	0	0	0	4	1	1	

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากตารางผู้บริโภครส่วนใหญ่มีความเห็นว่าสินค้าสินไทยมีคุณภาพดีกว่าสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่น เป็นอันดับหนึ่งคิดเป็นร้อยละ 67.4 รองลงมาคือเห็นว่าสินค้าสินไทยมีคุณภาพดีพอ ๆ กับสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่น คิดเป็นร้อยละ 20.3 นอกนั้นเห็นว่าสินค้าสินไทยมีคุณภาพดีกว่าสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่น ร้อยละ 7.0 เห็นว่ามีคุณภาพดีกว่าสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่นมาก ร้อยละ 2.6 และเห็นว่ามีคุณภาพพอๆกับสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่นมาก ร้อยละ 2.6

วิเคราะห์แยกตามเพศ ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความเห็นว่าสินค้าสินไทยมีคุณภาพดีกว่าสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่นเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 64.6 และ 68.2 ตามลำดับ รองลงมาคือเห็นว่าสินค้าสินไทยมีคุณภาพพอ ๆ กับสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่น คิดเป็นร้อยละ 20.8 และ 20.1 ตามลำดับ

วิเคราะห์แยกตามรายได้และการศึกษาก็เช่นกัน คือ ผู้บริโภคในทุกระดับรายได้และการศึกษามีความเห็นว่าสินค้าสินไทยมีคุณภาพดีกว่าสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่นเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือเห็นว่ามีคุณภาพพอ ๆ กับสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่น

สถาบันวิจัยประชากร
และสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล

ตารางที่ 21 แสดงความคิดเห็นของบรรณารักษ์ที่มีต่อราคาสินค้าสินไทย จำแนกตามเพศ รายได้ และการศึกษา

ความคิดเห็น	รวม	เพศ		รายได้/เดือน (บาท)						การศึกษา			
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 1,000	1,001-2,000	2,001-3,000	3,001-4,000	4,001-5,000	มากกว่า 5,000	ไม่เกิน ๗.7	ม.ศ.3-อนุปริญญา	อุดมศึกษา	
รวม	รอยละ จำนวน	100.0 227	100.0 48	100.0 179	100.0 30	100.0 48	100.0 72	100.0 46	100.0 20	100.0 11	100.0 148	100.0 55	100.0 24
แพงกว่าสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่นมาก		0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0
แพงกว่าสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่น		0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0	0.0 0
ราคาพอ ๆ กับสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่น		20.3 46	16.7 8	21.2 38	6.7 2	18.8 9	26.4 19	15.2 7	20.0 4	45.5 5	15.5 23	29.1 16	29.2 7
ราคาถูกกว่าสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่น		74.0 168	81.3 39	72.1 129	70.0 21	77.1 37	69.4 50	84.8 39	75.0 15	54.5 6	78.4 116	63.6 35	70.8 17
ราคาถูกกว่าสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่นมาก		5.7 13	2.1 1	6.7 12	23.3 7	4.2 2	4.2 3	0.0 0	5.0 1	0.0 0	6.1 9	7.3 4	0.0 0

จากตารางทำให้ทราบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเห็นว่าราคาของสินค้าสินไทยถูกกว่าสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่น มากเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 74.0 รองลงมาคือเห็นว่าราคาของสินค้าสินไทยพอ ๆ กับสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่น คิดเป็นร้อยละ 20.3 และเห็นว่าราคาสินค้าสินไทยถูกกว่าสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่นมาก คิดเป็นร้อยละ 5.7

วิเคราะห์แยกตามเพศ ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความเห็นว่าราคาของสินค้าสินไทยถูกกว่าสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่น เป็นอันดับหนึ่งคิดเป็นร้อยละ 81.3 และ 72.1 ตามลำดับ

วิเคราะห์แยกตามรายได้ตั้งแต่ต่ำกว่า 1,000 บาท ถึงระดับมากกว่า 5,000 บาท มีความเห็นว่าราคาของสินค้าสินไทยถูกกว่าสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่นเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 70.0 77.1 69.4 84.8 75.0 และ 54.5 ตามลำดับ

วิเคราะห์แยกตามการศึกษา ผู้บริโภคที่มีการศึกษาในระดับไม่เกิน ป.7 ม.ศ.3 - อนุปริญญา และอุดมศึกษา เห็นว่าสินค้าสินไทยมีราคาถูกกว่าสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่น เป็นอันดับหนึ่งคิดเป็นร้อยละ 78.4 63.6 และ 70.6 ตามลำดับ

ศูนย์วิจัยการตลาด
สถาบันวิจัยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 22 แสดงความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการปรับปรุงสินค้าสินไทย จำแนกตามเพศ รายได้ และการศึกษา

ปรับปรุงด้าน	รวม	เพศ		รายได้/เดือน (บาท)						การศึกษา			
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 1,000	1,001- 2,000	2,001- 3,000	3,001- 4,000	4,001- 5,000	มากกว่า 5,000	ไม่เกิน ป.7	ม.ศ.3- อุดมศึกษา	อนุปริญญา	
รวม	ร้อยละ จำนวน	100.0 201	100.0 57	100.0 144	100.0 23	100.0 45	100.0 64	100.0 39	100.0 19	100.0 11	100.0 91	100.0 79	100.0 31
ขนาด		12.9 26	12.3 7	13.2 19	13.0 3	17.8 8	9.4 6	10.3 4	21.1 4	9.1 1	11.0 10	17.7 14	6.5 2
หีบห่อ		11.9 24	7.0 4	13.9 20	8.7 2	6.7 3	15.6 10	7.7 3	21.1 4	18.2 2	6.6 6	12.7 10	25.8 8
ราคา		18.9 38	28.1 16	15.3 22	26.1 6	17.8 8	17.2 11	23.1 9	10.5 2	18.2 2	16.5 15	24.1 19	12.9 4
คุณภาพ		53.7 108	49.1 28	55.6 80	52.2 12	55.6 25	56.3 36	53.8 21	47.4 9	45.5 5	61.5 56	45.6 36	51.6 16
อื่น ๆ		2.5 5	3.5 2	2.1 3	0.0 0	2.2 1	1.6 1	5.1 2	0.0 0	9.1 1	4.4 4	0.0 0	3.2 1

จากตารางในจำนวนผู้บริโภคที่เคยใช้สินค้าสินไทยทั้งหมด 227 ราย มีผู้บริโภคที่
ต้องการให้ปรับปรุงสินค้าสินไทยจำนวน 201 ราย แยกเป็นชาย 57 ราย และหญิง 144 ราย

ผู้บริโภคต้องการให้ปรับปรุงสินค้าสินไทย ด้านคุณภาพมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 53.7
รองลงมาคือ ต้องการให้ปรับปรุงด้านราคาร้อยละ 18.9 ขนาดร้อยละ 12.9 และหีบห่อร้อยละ
11.9 และมีผู้ตอบว่าอื่น ๆ 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.5 แยกเป็นให้ปรับปรุงโดยเพิ่มปริมาณ
4 ราย และให้ปรับปรุงด้านโฆษณา 1 ราย

ผู้บริโภคทั้งเพศชายและเพศหญิง ในทุกระดับรายได้และการศึกษาส่วนใหญ่ตอบว่า
ต้องการให้ปรับปรุงสินค้าสินไทยด้านคุณภาพมากที่สุด

สถาบันวิจัยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 23 แสดงถึงสถานที่ที่ผู้บริโภคนิยมไปซื้อสินค้าสินไทย จำแนกตามเพศ รายได้ และการศึกษา

สถานที่	รวม	เพศ		รายได้/เดือน (บาท)						การศึกษา			
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 1,000	1,001-2,000	2,001-3,000	3,001-4,000	4,001-5,000	มากกว่า 5,000	ไม่เกิน ป.7	ม.ศ.3-อนุบาล	อุดมศึกษา	
รวม	ร้อยละ จำนวน	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
ร้านค้าใกล้บ้าน		227	48	179	30	48	72	46	20	11	148	55	24
ร้านสหกรณ์		68.3	64.6	69.3	86.7	62.5	69.4	67.4	55.0	63.6	76.4	56.4	45.8
ห้างสรรพสินค้า		155	31	124	26	30	50	31	11	7	113	31	11
อื่น ๆ		15.0	16.7	14.5	3.3	10.4	15.3	17.4	35.0	18.2	6.7	30.9	28.2
		34	8	26	1	5	11	8	7	2	10	17	7
		4.4	4.2	4.5	0.0	6.3	4.2	4.3	5.0	9.1	2.0	1.8	25.0
		10	2	8	0	3	3	2	1	1	3	1	6
		12.3	14.6	11.7	10.0	20.8	11.1	10.9	5.0	9.1	14.9	10.9	0.0
		28	7	21	3	10	8	5	1	1	22	6	0

สถาบันวิจัยประชากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากตารางทำให้ทราบว่าผู้บริโภคร้อยละส่วนใหญ่นิยมไปซื้อสินค้าสินไทยจากร้านค้าปลีก
 ใกล้เคียงมากที่สุด มีจำนวน 155 ราย คิดเป็นร้อยละ 68.3 รองลงมาได้แก่ร้านสหกรณ์
 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.0 มีผู้ตอบว่าอื่น ๆ 28 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.3 ซึ่งแยกเป็น
 ซื้อจากตลาด 16 ราย ซื้อจากที่ทำงาน 6 ราย ขายเอง 4 ราย ซื้อจากดีโมสร 2 ราย
 และมีผู้ตอบว่าซื้อจากห้างสรรพสินค้า 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.4

วิเคราะห์แยกตามเพศ รายได้ และระดับการศึกษาแล้วส่วนใหญ่ตอบว่าซื้อสินค้า-
 สินไทยจากร้านค้าปลีกใกล้เคียงมากที่สุด

สถาบันวิทยบริการ
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 24 แสดงความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อการหาซื้อสินค้าสินไทย จำแนกตาม เพศ รายได้ และการศึกษา

ความคิดเห็น	รวม	เพศ		รายได้/เดือน (บาท)						การศึกษา			
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 1,000	1,001-2,000	2,001-3,000	3,001-4,000	4,001-5,000	มากกว่า 5,000	ไม่เกิน ป.7	ม.ศ.3-อนุปริญา	อุดมศึกษา	
รวม	ร้อยละ จำนวน	100.0 227	100.0 48	100.0 179	100.0 30	100.0 48	100.0 72	100.0 46	100.0 20	100.0 11	100.0 148	100.0 55	100.0 24
หาซื้อได้ง่าย		72.7 165	54.2 26	77.7 139	76.7 23	85.4 41	73.6 53	65.2 30	60.0 12	54.5 6	77.0 114	70.9 39	50.0 12
หาซื้อได้ปานกลาง		13.2 30	18.8 9	11.7 21	10.0 3	6.3 3	11.1 8	19.6 9	15.0 3	36.4 4	8.1 12	20.0 11	29.2 7
หาซื้อได้ยาก		14.1 32	27.1 13	10.6 19	13.3 4	8.3 4	15.3 11	15.2 7	25.0 5	9.1 1	14.9 22	9.1 5	20.8 5

สถาบันวิจัยประชากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากการวิจัยมีให้เห็นว่า สินค้าสินไทยสามารถหาซื้อได้ง่าย 165 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.7 หาซื้อได้ยาก 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.1 และหาซื้อได้ปานกลาง มี 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 13.2

วิเคราะห์แยกตามเพศ รายได้ และการศึกษา พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ตอบว่าสินค้าสินไทยสามารถหาซื้อได้ง่าย มีมากที่สุด

สถาบันวิจัยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 25 แสดงความคิดเห็นของผู้นับถือที่มีต่อการปรับปรุงการจำหน่ายสินค้าสินไทยในกรณีที่หาซื้อได้ยาก จำแนกตามเพศ รายได้ และการศึกษา

ปรับปรุงโดย	รวม	เพศ		รายได้/เดือน (บาท)						การศึกษา		
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 1,000	1,001-2,000	2,001-3,000	3,001-4,000	4,001-5,000	มากกว่า 5,000	ไม่เกิน 7 ป.	ม.ศ.3-อนุปริญา	อุดมศึกษา
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
ร้อยละ												
จำนวน	32	13	19	4	4	11	7	5	1	22	5	5
จำหน่ายผ่านร้านขายยใหม่ากชน	81.3	69.2	89.5	100.0	75.0	63.6	85.7	100.0	100.0	90.9	20.0	100.0
จำนวน	26	9	17	4	3	7	6	5	1	20	1	5
จำหน่ายผ่านร้านสหกรณ์ใหม่ากชน	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
จำนวน	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
จำหน่ายผ่านทางสรรพสินค้าใหม่ากชน	3.1	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0
จำนวน	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0
ควรมีร้านค้าพิเศษขายสินค้า "สินไทย"	9.4	7.7	10.5	0.0	0.0	27.3	0.0	0.0	0.0	9.1	20.0	0.0
จำนวน	3	1	2	0	0	3	0	0	0	2	1	0
มีหน่วยรถออกขายตามที่ว่าง ๆ	6.2	15.3	0.0	0.0	25.0	9.1	0.0	0.0	0.0	0.0	40.0	0.0
จำนวน	2	2	0	0	1	1	0	0	0	0	2	0

จากการวิจัยโรคต้องการให้ปรับปรุงการจำหน่ายสินค้าสินไทย โดยจำหน่ายผ่านร้านค้าย่อยให้มากขึ้นมี 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 81.3 รองลงมาคือคิดว่าควรมีร้านค้าพิเศษขายสินค้าสินไทย 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.4 และคิดว่าควรมีหน่วยรถออกขายตามท้องที่ต่าง ๆ 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.2

วิเคราะห์แยกตามเพศ รายได้ และการศึกษา พบว่าผู้วิจัยส่วนใหญ่ต้องการให้ปรับปรุงโดยจำหน่ายผ่านร้านค้าย่อย ให้มากขึ้นเป็นอันดับหนึ่ง

สถาบันวิจัยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 26 แสดงความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าสินไทย
จำแนกตาม เพศ รายได้ และการศึกษา

		รวม	ควรมี	ไม่ควรมี
รวม	ร้อยละ จำนวน	100.0 200	89.5 179	10.5 21
<u>เพศ</u>				
	ชาย	100.0 46	100.0 46	0.0 0
	หญิง	100.0 154	100.0 133	13.6 21
<u>รายได้ต่อเดือน</u>				
	ไม่เกิน 1,000 บาท	100.0 23	100.0 23	0.0 0
	1,001 - 2,000 บาท	100.0 38	94.7 36	5.3 2
	2,001 - 3,000 บาท	100.0 67	88.1 59	11.9 8
	3,001 - 4,000 บาท	100.0 43	86.0 37	14.0 6
	4,001 - 5,000 บาท	100.0 18	88.9 16	11.1 2
	มากกว่า 5,000 บาท	100.0 11	72.7 8	27.3 3
<u>การศึกษา</u>				
	ไม่เกิน ป.7	100.0 125	88.0 110	12.0 15
	ม.ศ.3 - อุดมศึกษา	100.0 52	90.4 47	9.6 5
	อุดมศึกษา	100.0 23	95.6 22	4.4 1

จากตารางมีผู้วิจัยที่ไม่ออกความคิดเห็น 27 ราย จึงมีผู้ตอบทั้งหมดเพียง 200 รายเท่านั้น

ผู้วิจัยที่เห็นว่าสินค้าสินไทยควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ มี 179 ราย คิดเป็นร้อยละ 89.5 ส่วนผู้วิจัยที่มีความเห็นว่าจะไม่ควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.5

วิเคราะห์แยกตามเพศ รายได้ และการศึกษา ผู้วิจัยส่วนใหญ่มีความเห็นว่าสินค้าสินไทยควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์มากที่สุด

สถาบันวิจัยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 27 แสดงการใช้และเลิกใช้สินค้าจีนไทย จำแนกตามเพศ รายได้ และการศึกษา

		รวม	ใช้	เลิกใช้
รวม	ร้อยละ จำนวน	100.0 227	49.3 112	50.7 115
<u>เพศ</u>				
	ชาย	100.0 48	47.9 23	52.1 25
	หญิง	100.0 179	49.7 89	50.3 90
<u>รายได้ต่อเดือน</u>				
	ไม่เกิน 1,000 บาท	100.0 30	46.7 14	53.3 16
	1,001 - 2,000 บาท	100.0 48	52.1 25	47.9 23
	2,001 - 3,000 บาท	100.0 72	55.6 40	44.4 32
	3,001 - 4,000 บาท	100.0 46	41.3 19	58.7 27
	4,001 - 5,000 บาท	100.0 20	45.0 9	55.0 11
	มากกว่า 5,000 บาท	100.0 11	45.5 5	54.5 6
<u>การศึกษา</u>				
	ไม่เกิน ป.7	100.0 148	50.0 74	50.0 74
	ม.ศ.3 - อนุปริญญา	100.0 55	49.1 27	50.9 28
	อุดมศึกษา	100.0 24	45.8 11	54.2 13

จากตารางผู้บริโภคที่เคยใช้สินค้าสินไทย จำนวน 227 ราย มีผู้ตอบว่ายังคงใช้สินไทยอยู่ 112 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.3 และมีผู้ตอบว่าเลิกใช้สินค้าสินไทยแล้ว จำนวน 115 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.7

วิเคราะห์แยกตามเพศ เพศชายตอบว่ายังคงใช้สินค้าสินไทยอยู่ 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.9 และเลิกใช้สินค้าสินไทยแล้วมี 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.1 ส่วนเพศหญิงตอบว่ายังใช้สินค้าสินไทยอยู่มี 89 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.7 และเลิกใช้แล้วมี 90 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.3

วิเคราะห์แยกตามรายได้ ผู้บริโภคที่มีรายได้อยู่ในระดับ 1,001 - 2,000 บาท และ 2,001 - 3,000 บาท ยังใช้สินค้าสินไทยอยู่ คิดเป็นร้อยละ 52.1 และ 55.6 ตามลำดับ ส่วนผู้บริโภคที่มีรายได้ในระดับไม่เกิน 1,000 บาท 3,001 - 4,000 บาท 4,001 - 5,000 บาท และมากกว่า 5,000 บาท ตอบว่าเลิกใช้สินค้าสินไทยแล้วคิดเป็นร้อยละ 53.3 58.7 55.0 และ 54.5 ตามลำดับ

วิเคราะห์แยกตามการศึกษา ผู้บริโภคทุกระดับการศึกษาตอบว่ายังใช้สินค้าสินไทยอยู่ คิดเป็นร้อยละ 50.0 49.1 และ 45.8 ตามลำดับ และเลิกใช้คิดเป็นร้อยละ 50.0 50.9 และ 54.2 ตามลำดับ

สถาบันวิจัยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 28 แสดงเหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภคยังคงใช้สินค้าสินไทยอยู่ จำแนกตามเพศ รายได้ และการศึกษา

เหตุผล	รวม	เพศ		รายได้/เดือน (บาท)						การศึกษา			
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 1,000	1,001- 2,000	2,001- 3,000	3,001- 4,000	4,001- 5,000	มากกว่า 5,000	ไม่เกิน 11.7	ม.ศ.3- อนุปริญญา	อุดมศึกษา	
รวม	ร้อยละ	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	จำนวน	171	36	135	25	35	59	27	16	9	110	42	19
คุณภาพเหมาะสมกับราคา		33.9	36.1	33.3	36.0	34.3	40.7	29.6	25.0	11.1	43.6	21.4	5.3
		58	13	45	9	12	24	8	4	1	48	9	1
ประหยัด		40.9	38.9	41.5	40.0	42.9	40.7	44.4	37.5	33.3	45.5	35.7	26.3
		70	14	56	10	15	24	12	6	3	50	15	5
หาซื้อได้ง่าย		11.1	8.3	11.9	12.0	11.4	6.8	14.8	12.5	22.2	5.5	21.4	21.1
		19	3	16	3	4	4	4	2	2	6	9	4
ต้องการสนับสนุนรัฐบาล		12.9	11.1	13.3	12.0	11.4	10.2	7.4	25.0	33.3	3.6	21.4	47.4
		22	4	18	3	4	6	2	4	3	4	9	9
อื่น ๆ		1.2	5.6	0.0	0.0	0.0	1.7	3.7	0.0	0.0	1.8	0.0	0.0
		2	2	0	0	0	1	1	0	0	2	0	0

(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

จากการวางผู้บริโภคให้เหตุผลว่าที่ยังใช้สินค้าสินไทยอยู่ เพราะประหยัดเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 40.9 รองลงมาคือ คุณภาพเหมาะสมกับราคา คิดเป็นร้อยละ 33.9 และต้องการสนับสนุนรัฐบาลร้อยละ 12.9

วิเคราะห์แยกตามเพศ รายได้ และการศึกษา ผู้บริโภคส่วนใหญ่ตอบว่ายังคงใช้สินค้าสินไทยอยู่ เพราะประหยัด รองลงมาคือคุณภาพเหมาะสมกับราคา ยกเว้นผู้บริโภคที่มีการศึกษา อยู่ในระดับอุดมศึกษา ตอบว่ายังใช้สินค้าสินไทยอยู่ เพราะต้องการสนับสนุนรัฐบาลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.4 และรองลงมาคือประหยัดคิดเป็นร้อยละ 26.3

สถาบันวิจัยและบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 29 แสดงเหตุผลที่ทำให้ผู้ประกอบการเลิกใช้สินค้าสินไทย จำแนกตามเพศ รายได้ และการศึกษา

	รวม	เพศ		รายได้/เดือน (บาท)						การศึกษา			
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 1,000	1,001-2,000	2,001-3,000	3,001-4,000	4,001-5,000	มากกว่า 5,000	ไม่เกิน 7 ปี	ม.ศ. 3-อนุปริญา	อุดมศึกษา	
รวม	ร้อยละ จำนวน	100.0 115	100.0 25	100.0 90	100.0 16	100.0 23	100.0 32	100.0 27	100.0 11	100.0 6	100.0 74	100.0 28	100.0 13
คุณภาพต่ำกว่าสินค้าประเภทเดียวกัน- ตราอื่น		38.3 44	44.0 11	36.7 33	37.5 6	34.8 8	50.0 16	25.9 7	36.4 4	50.0 3	35.1 26	50.0 14	30.8 4
ราคาไม่ประหยัดจริง		12.2 14	16.0 4	11.1 10	0.0 0	4.3 1	12.5 4	18.5 5	27.3 3	16.7 1	4.1 3	17.9 5	46.2 6
หาซื้อได้ยาก		23.5 27	28.0 7	22.2 20	31.3 5	21.7 5	12.5 4	37.0 10	18.2 2	16.7 1	28.4 21	17.9 5	7.7 1
ไม่อยากสนับสนุนรัฐบาล		0.9 1	0.0 0	1.1 1	0.0 0	0.0 0	3.1 1	0.0 0	0.0 0	0.0 0	1.4 1	0.0 0	0.0 0
ไม่ได้เจาะจงตราสินค้า		25.2 29	12.0 3	28.9 26	31.3 5	39.1 9	21.9 7	18.5 5	18.2 2	16.7 1	31.1 23	14.3 4	15.4 2

จากตารางเหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภคเลิกใช้สินค้าสินไทยมากที่สุด คือสินค้าสินไทยคุณภาพต่ำกว่าสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่น คิดเป็นร้อยละ 38.3 และเหตุผลที่รองลงมาคือ ผู้บริโภคไม่ได้เจาะจงตราสินค้า คิดเป็นร้อยละ 25.2

วิเคราะห์แยกตามเพศ ผู้บริโภคทั้งเพศชายและเพศหญิงให้เหตุผลว่าที่เลิกใช้สินค้าสินไทย เพราะคุณภาพต่ำกว่าสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่น คิดเป็นร้อยละ 44.0 และ 36.7 ตามลำดับ

วิเคราะห์แยกตามรายได้ ผู้บริโภคที่มีรายได้อยู่ในระดับไม่เกิน 1,000 บาท 2,001 - 3,000 บาท 4,001 - 5,000 บาท และมากกว่า 5,000 บาท ทบว่าที่เลิกใช้เพราะคุณภาพต่ำกว่าสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่น คิดเป็นร้อยละ 37.5 50.0 36.4 และ 50.0 ตามลำดับ

ส่วนผู้บริโภคที่มีรายได้อยู่ในระดับ 1,001 - 2,000 บาท ทบว่าที่เลิกใช้เพราะไม่ได้เจาะจงตราสินค้า คิดเป็นร้อยละ 39.1

ส่วนผู้บริโภคที่มีรายได้อยู่ในระดับ 3,001 - 4,000 บาท ทบว่าที่เลิกใช้เพราะหาซื้อได้ยาก คิดเป็นร้อยละ 37.0

วิเคราะห์แยกตามการศึกษา ผู้บริโภคที่มีการศึกษาอยู่ในระดับไม่เกิน ป.7 และ ม.ศ. 3 - อนุปริญา ทบว่าที่เลิกใช้เพราะคุณภาพต่ำกว่าสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่น คิดเป็นร้อยละ 35.1 และ 50.0 ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบที่มีการศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษา ทบว่าที่เลิกใช้เพราะราคาไม่ประหยัดจริง คิดเป็นร้อยละ 46.2

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 30 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการใช้และการเลิกใช้สินค้าสินไทยกับเหตุผลที่ทำให้
ผู้บริโภคซื้อสินค้าสินไทยมาใช้

		รวม	ใช้	เลิกใช้
รวม	ร้อยละ	100.0	49.3	50.7
	จำนวน	227	112	115
ราคาถูกทำให้ประหยัด		100.0	61.8	38.2
		102	63	39
คุณภาพดี		100.0	81.0	19.0
		21	17	4
ทดลองใช้		100.0	26.7	73.3
		86	23	63
ต้องการที่จะสนับสนุนรัฐบาล		100.0	75.0	25.0
		4	3	1
มีผู้แนะนำให้ใช้		100.0	60.0	40.0
		5	3	2
อื่น ๆ		100.0	33.3	66.7
		9	3	6

สถาบันวิจัยประชากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากตารางผู้บริโภคที่มีเหตุผลในการซื้อสินค้าสินไหมมาใช้ เพราะราคาถูกทำให้
 ประหยัด ยังคงใช้สินค้าสินไหมอยู่มีจำนวน 63 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.8 ส่วนผู้บริโภคที่ซื้อ
 สินค้าสินไหมมาใช้ เพราะคุณภาพดีของการสนับสนุนรัฐบาล และมีผู้แนะนำให้ใช้ยังคงใช้สินค้า
 สินไหมอยู่ คิดเป็นร้อยละ 81.0 75.0 และ 60.0 ตามลำดับ

ส่วนผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าสินไหมมาใช้ ด้วยเหตุผลที่ว่าเพื่อทดลองใช้ ยังคงใช้สินค้า
 สินไหมอยู่เพียง 23 รายคิดเป็นร้อยละ 26.7 เท่านั้น เลิกใช้แล้วร้อยละ 73.3

ส่วนผู้บริโภคที่ซื้อสินค้ามาใช้ด้วยเหตุผลอื่น ๆ มี 9 ราย แยกเป็น ไม่เจาะจงตราสินค้า
 6 ราย สินค้าตราที่กองการไม่มี 2 ราย เป็นของคนไทย 1 ราย มีผู้ที่ยังคงใช้อยู่ 3 ราย
 คิดเป็นร้อยละ 33.3 และเลิกใช้แล้ว 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.7

สถาบันวิจัยบริการ
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 31 แสดงการเปลี่ยนแปลงการใช้สินค้าสินไทยของผู้บริโภคที่ยังใช้สินค้าสินไทยอยู่ เมื่อสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่นมีการส่งเสริมการจำหน่ายเป็นรายการพิเศษ จำแนกตามเพศ รายได้ และการศึกษา

	รวม	เพศ		รายได้/เดือน (บาท)						การศึกษา			
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 1,000	1,001-2,000	2,001-3,000	3,001-4,000	4,001-5,000	มากกว่า 5,000	ไม่เกิน ม.ศ.3-ป.7	ม.ศ.3-อนุปริญญา	อุดมศึกษา	
รวม	ร้อยละ จำนวน	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
เปลี่ยน		112	23	89	14	25	40	19	9	5	74	27	11
ไม่เปลี่ยน		14.3	21.7	12.4	14.3	4.0	15.0	21.1	11.1	40.0	14.9	11.1	18.2
แล้วแต่รายการพิเศษ		16	5	11	2	1	6	4	1	2	11	3	2
		52.7	52.2	52.8	64.3	48.0	50.0	47.4	66.7	60.0	60.8	44.4	18.2
		59	12	47	9	12	20	9	6	3	45	12	2
		33.0	26.1	34.8	21.4	48.0	35.0	31.5	22.2	0.0	24.3	44.4	63.6
		37	6	31	3	12	14	6	2	0	18	12	7

จากการสำรวจทั่วโลกที่ยังคงใช้สินค้าสินไทยอยู่ ตอบว่าจะไม่เปลี่ยนไปใช้สินค้าประเภทเดียวกันตราอื่นที่มีการส่งเสริมการจำหน่ายเป็นรายการพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 52.7 และมีผู้ตอบว่าจะเปลี่ยนแปลงการใช้สินค้าสินไทยหรือไม่ขึ้นอยู่กับรายการพิเศษของสินค้าตราอื่นร้อยละ 33.0 ส่วนผู้ทั่วโลกที่มีความคิดจะเปลี่ยนการใช้สินค้าสินไทยมาเป็นสินค้าตราอื่นในขณะที่มีรายการพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 14.3

วิเคราะห์แยกตามเพศ ทั้งเพศชายและเพศหญิงตอบว่าจะไม่เปลี่ยนไปใช้สินค้าตราอื่นที่มีการส่งเสริมการจำหน่ายเป็นรายการพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 52.2 และ 52.8 ตามลำดับ รองลงมาคือจะเปลี่ยนแปลงการใช้สินค้าสินไทยหรือไม่ขึ้นอยู่กับรายการพิเศษของสินค้าตราอื่น คิดเป็นร้อยละ 26.1 และ 34.8 ตามลำดับ

วิเคราะห์แยกตามรายได้ ทั้งระดับรายได้น้อยไม่เกิน 1,000 บาท ถึงมากกว่า 5,000 บาท ตอบว่าจะไม่เปลี่ยนไปใช้สินค้าตราอื่นที่มีการส่งเสริมการจำหน่ายเป็นรายการพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 64.3 48.0 50.0 47.4 66.7 และ 60.0

วิเคราะห์แยกตามการศึกษา ผู้บริโภคที่ยังคงใช้สินค้าสินไทยอยู่และมีการศึกษาอยู่ในระดับไม่เกิน ป.7 และ ม.ศ.3 - อนุปริญญา ตอบว่าจะไม่เปลี่ยนไปใช้สินค้าตราอื่นที่มีการส่งเสริมการจำหน่ายเป็นรายการพิเศษเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 60.8 และ 44.4 ตามลำดับ

ส่วนผู้ทั่วโลกที่มีการศึกษาระดับอุดมศึกษาและยังคงใช้สินค้าสินไทยอยู่ตอบว่าขึ้นอยู่กับรายการพิเศษของสินค้าตราอื่น ร้อยละ 63.6

สถาบันวิจัยบริการ
จพาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 32 แสดงการเปลี่ยนแปลงการใช้สินค้าสินไทยของผู้บริโภคที่เลิกใช้สินค้าสินไทยแล้ว เมื่อสินค้าประเภทเดียวกันตราขึ้นขึ้นราคา จำแนกตามเพศ รายได้ และการศึกษา

ความคิดเห็น	รวม	เพศ		รายได้/เดือน (บาท)						การศึกษา			
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 1,000	1,001-2,000	2,001-3,000	3,001-4,000	4,001-5,000	มากกว่า 5,000	ไม่เกิน ม.ศ. 3-ป.7	ม.ศ. 3-อนุปริญา	อุดมศึกษา	
รวม	ร้อยละ จำนวน	100.0 115	100.0 25	100.0 90	100.0 16	100.0 23	100.0 32	100.0 27	100.0 11	100.0 6	100.0 74	100.0 28	100.0 13
จะเลิกใช้สินค้าตราขึ้นต่อไป		18.3 21	12.0 3	20.0 18	25.0 4	21.7 5	25.0 8	11.1 3	9.1 1	0.0 0	18.9 14	21.4 6	7.7 1
อาจจะเลิกใช้สินค้าสินไทย		46.1 53	56.0 14	43.3 39	43.8 7	56.5 13	40.6 13	51.9 14	36.4 4	33.3 2	45.9 34	42.9 12	53.8 7
จะไม่เลิกใช้สินค้าสินไทยแน่ ๆ		27.8 32	24.0 6	28.9 26	31.3 5	17.4 4	34.4 11	25.9 7	36.4 4	16.7 1	31.1 23	28.6 8	7.7 1
อื่น ๆ		7.8 9	8.0 2	7.8 7	0.0 0	4.3 1	0.0 0	11.1 3	18.2 2	50.0 3	4.1 3	7.1 2	30.8 4

จากตารางค่าสินค้าประเภทเดียวกันคราคาอื่นชั้นราคา ผู้บริโภคที่เลิกใช้สินค้าสินไทย แล้ว อาจจะกลับมาใช้สินค้าสินไทยอีก คิดเป็นร้อยละ 46.1 ส่วนผู้บริโภคที่จะกลับมาใช้สินค้าสินไทยแน่ ๆ มีร้อยละ 27.8 ส่วนผู้บริโภคที่จะใช้สินค้าคราคาอื่นต่อไป มีร้อยละ 18.3 และมีผู้ตอบว่าอื่น ๆ 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.8 แยกเป็นตอบว่าไม่แน่ใจ 7 ราย และตอบว่าอาจจะใช้ตามรับปรุงคุณภาพมี 2 ราย

วิเคราะห์แยกตามเพศ ทั้งเพศชายและหญิงตอบว่าอาจจะกลับมาใช้สินค้าสินไทย คิดเป็นร้อยละ 56.0 และ 43.3 ตามลำดับ รองลงมาคือ จะกลับมาใช้สินค้าสินไทยแน่ ๆ ร้อยละ 24.0 และ 28.9 ตามลำดับ

วิเคราะห์แยกตามรายได้ตั้งแต่ระดับไม่เกิน 1,000 บาท ถึงมากกว่า 5,000 บาท ตอบว่าอาจจะกลับมาใช้สินค้าสินไทยมากเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 43.8 56.5 40.6 51.9 36.4 และ 33.3 ตามลำดับ

วิเคราะห์ตามการศึกษา ตั้งแต่ระดับไม่เกิน ป.7 ม.ศ.3 - อนุปริญญา และอุดมศึกษา ส่วนใหญ่ตอบว่าอาจจะกลับมาใช้สินค้าสินไทย คิดเป็นร้อยละ 45.9 42.9 และ 53.8 ตามลำดับ

สถาบันวิจัยประชากร
และสังคม มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 33 แสดงความคิดเห็นของผู้บริโภคที่ไม่เคยใช้สินค้าสินไทย เมื่อสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่นขึ้นราคา จำแนกตามเพศ รายได้ และการศึกษา

	รวม	เพศ		รายได้/เดือน (บาท)						การศึกษา			
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 1,000	1,001- 2,000	2,001- 3,000	3,001- 4,000	4,001- 5,000	มากกว่า 5,000	ไม่เกิน ม.ศ. 3- อนุปริญญา	ม.ศ. 3- อุดมศึกษา	สูงกว่าปริญญา	
รวม	ร้อยละ จำนวน	100.0 173	100.0 34	100.0 139	100.0 14	100.0 51	100.0 50	100.0 22	100.0 17	100.0 19	100.0 110	100.0 43	100.0 20
จะใช้สินค้าตราอื่นต่อไป		37.6 65	35.3 12	38.1 53	35.7 5	45.1 23	32.0 16	31.8 7	41.2 7	36.8 7	35.5 39	34.9 15	55.0 11
อาจจะใช้สินค้าสินไทย		44.5 77	38.2 13	46.1 64	50.0 7	31.4 16	48.0 24	54.6 12	52.9 9	47.4 9	43.6 48	51.2 22	35.0 7
จะไม่ใช้สินค้าสินไทยแน่ ๆ		12.7 22	20.6 7	10.8 15	14.3 2	19.6 10	14.0 7	4.5 1	0.0 0	10.5 2	16.4 18	9.3 4	0.0 0
อื่น ๆ		5.2 9	5.9 2	5.0 7	0.0 0	3.9 2	6.0 3	9.1 2	5.9 1	5.3 1	4.5 5	4.6 2	10.0 2

จากการวาง ถาสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่นขึ้นราคา ผู้บริโภคที่ไม่เคยใช้สินค้าสินไทย อาจจะใช้สินค้าสินไทย คิดเป็นร้อยละ 44.5 ส่วนผู้บริโภคที่จะใช้สินค้าตราอื่นต่อไป มีร้อยละ 37.6 และผู้บริโภคที่จะใช้สินค้าสินไทยแน่ ๆ มีร้อยละ 12.7

วิเคราะห์แยกตามเพศ ทั้งเพศชายและเพศหญิง ทบว่าอาจจะใช้สินค้าสินไทยมาก เป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 38.2 และ 46.1 ตามลำดับ รองลงมาคือ จะใช้สินค้าตราอื่น ต่อไป ร้อยละ 35.3 และ 38.1 ตามลำดับ

วิเคราะห์แยกตามรายได้ ผู้บริโภคที่มีรายได้ในช่วงไม่เกิน 1,000 บาท 2,001 - 3,000 บาท 3,001 - 4,000 บาท 4,001 - 5,000 บาท และมากกว่า 5,000 บาท ทบว่าอาจจะใช้สินค้าสินไทย คิดเป็นร้อยละ 50.0 48.0 54.6 52.9 และ 47.4 ตามลำดับ ส่วนผู้บริโภคที่มีรายได้ในช่วง 1,001 - 2,000 บาท ทบว่าจะใช้สินค้าตราอื่น ต่อไป คิดเป็นร้อยละ 45.1

วิเคราะห์ตามการศึกษา ผู้บริโภคที่มีการศึกษาไม่เกิน ป. 7 และ มศ. 3 - อุนุปริญญา ทบว่าอาจจะใช้สินค้าสินไทยมากเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 43.6 และ 51.2 ตามลำดับ ส่วน ผู้บริโภคที่มีการศึกษาระดับอุดมศึกษา ทบว่าจะใช้สินค้าตราอื่นต่อไป ร้อยละ 55.0

สถาบันวิจัยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 34 แสดงความถี่เห็นของศูนย์โลกต่อการมีอยู่ต่อไปหรือยกเลิกโครงการสินค้ามวลชน
จำแนกตามเพศ รายได้ และการศึกษา

		รวม	มีอยู่ต่อไป	ยกเลิก
รวม	ร้อยละ จำนวน	100.0 227	93.4 212	6.6 15
<u>เพศ</u>				
	ชาย	100.0 48	93.8 45	6.2 3
	หญิง	100.0 179	93.3 167	6.7 12
<u>รายได้</u>				
	ไม่เกิน 1,000 บาท	100.0 30	100.0 30	0.0 0
	1,001 - 2,000 บาท	100.0 48	100.0 48	0.0 0
	2,001 - 3,000 บาท	100.0 72	86.1 62	13.9 10
	3,001 - 4,000 บาท	100.0 46	95.6 44	4.4 2
	4,001 - 5,000 บาท	100.0 20	95.0 19	5.0 1
	มากกว่า 5,000 บาท	100.0 11	81.8 9	18.2 2
<u>การศึกษา</u>				
	ไม่เกิน ป.7	100.0 148	93.2 138	6.8 10
	ม.ศ.3 - จบปริญญา	100.0 55	96.4 53	3.6 2
	อุดมศึกษา	100.0 24	87.5 21	12.5 3

จากตาราง ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเห็นว่าโครงการสินค้ามวลชนควรอยู่ต่อไป มีจำนวนทั้งสิ้น 212 ราย คิดเป็นร้อยละ 93.4 ส่วนผู้บริโภคที่เห็นว่าควรยกเลิกโครงการนี้เพียง 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.6

วิเคราะห์แยกตามเพศ รายได้ และการศึกษา ก็เช่นเดียวกัน ผู้บริโภคเห็นว่า มีโครงการสินค้ามวลชน ควรมีอยู่ต่อไปมากที่สุด

ตารางที่ 35 แสดงการปรับปรุงโครงการสินค้ามวลชนของผู้บริโภคที่เห็นว่าโครงการสินค้ามวลชนควรมีอยู่ต่อไป จำแนกตามเพศ รายได้ และการศึกษา

การปรับปรุง	รวม	เพศ		รายได้/เดือน (บาท)						การศึกษา			
		ชาย	หญิง	ไม่เกิน 1,000	1,001- 2,000	2,001- 3,000	3,001- 4,000	4,001- 5,000	มากกว่า 5,000	ไม่เกิน 1,000	ม.ศ. 3- อนุปริญญา	อุดมศึกษา	
รวม	ร้อยละ จำนวน	100.0 212	100.0 45	100.0 167	100.0 30	100.0 48	100.0 62	100.0 44	100.0 19	100.0 9	100.0 138	100.0 53	100.0 21
เพิ่มสินค้าใหม่ประเภทอื่น		67.9 144	80.0 36	64.7 108	70.0 21	58.3 28	69.4 43	77.3 34	63.2 12	66.7 6	64.5 89	71.7 38	80.9 17
มีสินค้าเท่าเดิม		26.9 57	13.3 6	30.5 51	23.3 7	37.5 18	27.4 17	15.9 7	31.6 6	22.2 2	34.1 47	17.0 9	4.8 1
ให้ตัดสินค้าบางประเภทออก		5.2 11	6.7 3	4.8 8	6.7 2	4.2 2	3.2 2	6.8 3	5.3 1	11.1 1	1.4 2	11.3 6	14.3 3

สถาบันวิจัยประชากร
และสังคม มหาวิทยาลัย
บูรพา

จากตาราง จำนวนผู้บริโภคในตารางนี้จะมีเพียง 212 ราย เท่ากับจำนวนผู้
บริโภคที่เห็นว่าสินค้ามวลชนควรมียุทธวิธี

ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโครงการสินค้ามวลชนควรปรับปรุงโดยเพิ่มสินค้าให้มาก
ประเภทอื่น มีมากเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 67.9 รองลงมาคือ ควรมีสินค้าเท่าเดิม
ร้อยละ 26.9 และให้ยกเลิกบางประเภทออก มีร้อยละ 5.2

วิเคราะห์แยกตามเพศ ทั้งเพศชายและเพศหญิง พบว่าควรเพิ่มสินค้าให้มากขึ้น
คิดเป็นร้อยละ 80.0 และ 64.7 รองลงมาคือ ควรมีสินค้าเท่าเดิม ร้อยละ 13.3 และ
ร้อยละ 30.5 ตามลำดับ

วิเคราะห์แยกตามรายได้ ผู้บริโภคในทุกระดับรายได้ตอบว่าควรเพิ่มสินค้าให้มาก
ประเภทอื่น คิดเป็นร้อยละ 70.0 58.3 69.4 77.3 63.2 และ 66.7 ตามลำดับ

วิเคราะห์ตามการศึกษา ผู้บริโภคในทุกระดับการศึกษาตอบว่า ควรเพิ่มสินค้าให้
มากประเภทอื่น คิดเป็นร้อยละ 64.5 71.7 และ 80.9 ตามลำดับ

สถาบันวิจัยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 36 แสดงชนิดของสินค้าสินไทยที่เมบริโภคต้องการให้ผลิตเพิ่มเติม

	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนเมบริโภคที่ต้องการให้ผลิตเพิ่มเติม	144	100.0
1. ข้าว	95	66.0
2. น้ำปลา	57	39.6
3. แหมพู	34	23.6
4. ภาชนะในครัว	31	21.5
5. ผ่าอนนัมย	22	15.3
6. นมสด	21	14.6
7. กระจกชำระ	18	12.5
8. เครื่องเขียน	18	12.5
9. น้ายาลางจาน	18	12.5
10. ผงชูรส	9	6.3
11. เสื้อผ้า	8	5.6
12. ถ่านไฟฉาย	7	4.9
13. กาแฟ	6	4.2
14. รองเท้า	6	4.2
15. ยาสูบ	5	3.5
16. น้ำมันใส่ผม	1	0.7

(ตอบไข่มากกว่า 1 คำตอบ)

จากตารางสินค้าสินไทยที่เมบริโภคต้องการให้ผลิตเพิ่มเติมมีดังนี้

1. ข้าว มีต้องการให้ผลิต ร้อยละ 66.0
2. น้ำปลา มีต้องการให้ผลิต ร้อยละ 39.6
3. แหมพู มีต้องการให้ผลิต ร้อยละ 23.6

สรุปผลการศึกษาในบทนี้

จากการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าสินไทยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการสอบถามจากผู้บริโภค สามารถนำมาสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้ คือ

1. คุณสมบัติของประชากรตัวอย่าง

ประชากรตัวอย่างที่ทำการสำรวจในครั้งนี้ ส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิง มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 2,001 - 3,000 บาท และมีการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา

2. ผู้บริโภคส่วนใหญ่ทราบว่ามีรัฐบาลได้จัดให้มีโครงการสินค้ามวลชนเพื่อผลิตและจำหน่ายสินค้าสินไทย โดยมีความเห็นว่า โครงการนี้เป็นการช่วยคนยากจน และแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจอย่างถูกต้อง

3. ผู้บริโภคประมาณร้อยละ 57 เคยใช้สินค้าสินไทยและสินค้าสินไทยที่ผู้บริโภคนิยมใช้มากที่สุด คือ ผงซักฟอก รองลงมาคือ สบู่ และยาสีฟัน

4. เหตุผลสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าสินไทยมาใช้ คือ ราคาถูกทำให้ประหยัดรองลงมา คือ เพื่อทดลองใช้

5. เหตุผลสำคัญของผู้บริโภคที่ไม่ซื้อสินค้าสินไทยมาใช้ คือ ไม่มั่นใจในคุณภาพ แต่ดูสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่นซึ่งราคา ผู้บริโภคที่ไม่เคยใช้สินค้าสินไทยคิดว่าอาจจะหันมาใช้สินค้าสินไทยก็ได้

6. ผู้บริโภคที่ใช้สินค้าสินไทยมีความเห็นว่าถึงแม้สินค้าสินไทยจะมีคุณภาพด้อยกว่าสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่น แต่มีราคาถูกกว่า ดังนั้นผู้บริโภคจึงต้องการให้มีการปรับปรุงคุณภาพของสินค้าสินไทยมากที่สุด

7. ผู้บริโภคนิยมซื้อสินค้าสินไทยจากร้านค้าใกล้บ้านมากที่สุด และส่วนใหญ่มีความเห็นว่าสินค้าสินไทยสามารถหาซื้อได้ง่าย สำหรับผู้บริโภคที่เห็นว่าหาซื้อได้ยากนั้น ต้องการให้ปรับปรุงโดยให้สินค้าสินไทยจำหน่ายผ่านร้านค้าย่อยให้มากขึ้น

8. ผู้บริโภคมีความเห็นว่าสินค้าสินไทยควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ควบ และในช่วงแรกของการวางตลาดสื่อโฆษณาที่ทำให้ผู้บริโภครู้จักสินค้าสินไทยมากที่สุด คือทางโทรทัศน์

9. ผู้บริโภคที่เคยใช้สินค้าสินไทยและยังคงใช้สินค้าสินไทยอยู่คิดเป็นร้อยละ 49.3 สำหรับผู้บริโภคที่เลิกใช้สินค้าสินไทยแล้วคิดเป็นร้อยละ 50.7

เหตุผลที่ทำให้ผู้บริโภคยังคงใช้สินค้าสินไทยอยู่ เพราะทำให้ประหยัด และ ส่วนใหญ่ผู้บริโภคที่ยังคงใช้สินค้าสินไทยอยู่จะไม่เปลี่ยนไปใช้สินค้าประเภทเดียวกันตราอื่น ถึงแม้สินค้าตราอื่นจะมีการส่งเสริมการขายเป็นรายการพิเศษ

ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าสินไทยมาใช้ เพราะราคาถูกทำให้ประหยัด จะยังคงใช้สินค้าสินไทยอยู่มากกว่าเลิกใช้

เหตุผลสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคเลิกใช้สินค้าสินไทย คือ คุณภาพต่ำกว่าสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่น และผู้บริโภคที่เลิกใช้สินค้าสินไทยแล้วอาจจะกลับมาใช้สินค้าสินไทยอีก เมื่อสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่นขึ้นราคา

ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าสินไทยมาใช้ เพราะต้องการทดลองใช้จะเลิกใช้สินค้าสินไทยมากกว่าใช้ต่อไป

10. ผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการให้โครงการสินค้ามวลชนมีอยู่ต่อไป และต้องการให้เพิ่มสินค้าใหม่ประเภทอื่น และสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการให้ผลิตเพิ่มมากที่สุด คือ ข้าว รองลงมาคือ น้ําล้าง และแชมพู ตามลำดับ

สถาบันวิจัยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ต้องการทดสอบว่ามีเหตุผลทางสถิติที่จะกล่าวได้หรือไม่ว่า ผู้บริโภคใช้ผลิตภัณฑ์สินไทย เพราะราคาถูกทำให้ประหยัด จำนวนมากกว่า 50 เปอร์เซ็นต์ของผู้ที่เคยใช้

วิธีทดสอบ

- กำหนด null hypothesis $H_0 : P \leq 0.5$
และ alternative hypothesis $H_1 : P > 0.5$
- กำหนดระดับนัยสำคัญ (level of significance) ของการทดสอบ
 $= 0.05$
- คำนวณค่าสถิติ

$$z = \frac{\frac{X/n - P_0}{\sqrt{\frac{P_0(1 - P_0)}{n}}}}{\quad} \quad (\text{ดูที่มาได้จากภาคผนวก})$$

จากข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม และด้วยการสมมติว่า H_0 เป็นจริง เราได้ค่า

$$z = \frac{\frac{102}{227} - 0.5}{\sqrt{\frac{0.5(0.5)}{227}}} = -1.67$$

- เราจะปฏิเสธ (reject) ข้อสมมติฐาน H_0 ถ้าค่า $z > z_{0.05} = 1.65$
- จากข้อ 3 และ 4 สรุปได้ว่ามีเหตุผลทางสถิติที่จะกล่าวได้ว่า ผู้บริโภคใช้ผลิตภัณฑ์สินไทย เพราะราคาถูกทำให้ประหยัดจำนวนไม่เกิน 50 เปอร์เซ็นต์ของผู้ที่เคยใช้

ต้องการทดสอบว่ามีเหตุผลทางสถิติที่จะกล่าวได้ว่า ผู้บริโภคต้องการให้โครงการสินค้ามวลชนเมื่ออยู่ต่อไป มากกว่า 60 เปอร์เซ็นต์ ของผู้ที่เคยใช้สินค้าสินไทย

วิธีการทดสอบ

1. กำหนด null hypothesis $H_0 : P \leq 0.6$
และ alternative hypothesis $H_1 : P > 0.6$
2. กำหนดระดับนัยสำคัญ (level of significance) ของการทดสอบ
 $= 0.05$
3. คำนวณค่าสถิติ

$$Z = \frac{X/n - P_0}{\sqrt{\frac{P_0(1 - P_0)}{n}}} \quad (\text{ดูที่มาได้จากภาคผนวก})$$

จากข้อมูลทั้งหมดรวมได้จากแบบสอบถาม และด้วยการสมมติว่า H_0 เป็นจริง เราได้ค่า

$$Z = \frac{\frac{212}{227} - 0.6}{\sqrt{\frac{0.6(0.4)}{227}}} = 11.13$$

4. เราจะปฏิเสธ (reject) ข้อสมมติฐาน H_0 ถ้าค่า $Z > Z_{0.05} = 1.65$
5. จากข้อ 3 และ 4 สรุปได้ว่ามีเหตุผลทางสถิติที่จะกล่าวได้ว่า ผู้บริโภคต้องการให้โครงการสินค้ามวลชนเมื่ออยู่ต่อไปมากกว่า 60 เปอร์เซ็นต์ของผู้บริโภคที่เคยใช้สินค้าสินไทย

ปัญหาและข้อเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสอบถามความคิดเห็นของผู้นับถือศาสนา
สินไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบกับการศึกษาผลการดำเนินงานของโครงการสินค้า
มวลชนในระยะที่ผ่านมา อาจสรุปได้ว่าโครงการสินค้ามวลชนซึ่งผลิตและจำหน่ายสินค้าสินไทย
บรรลุวัตถุประสงค์ได้อย่างจำกัด กล่าวคือมีผู้นับถือศาสนาเฉพาะบางกลุ่มที่มีโอกาสได้ซื้อสินค้าสินไทย
ยังคงได้ประโยชน์ในการลดค่าครองชีพบ้าง แม้ว่าจะไม่มากนัก ทั้งนี้เนื่องจากการที่สินค้า
สินไทยยังไม่แพร่หลายและเป็นที่นิยมของประชาชนมากนัก นอกจากนี้การกระจายสินค้าไทย
ให้ถึงมือผู้นับถือศาสนาโดยเฉพาะผู้นับถือศาสนาอื่นยังไม่ทั่วถึง ซึ่งมีสาเหตุจากปัญหาและอุปสรรคใน
การดำเนินงานดังนี้

1. ปัญหาทางด้านการผลิต การผลิตและการจำหน่ายสินค้าสินไทยเป็นการขอ
ความร่วมมือเอกชนให้ดำเนินการและส่วนใหญ่จะแข่งขันกับสินค้าของเอกชนเองด้วย ถ้าผู้เข้
ร่วมโครงการได้รับประโยชน์จากการผลิตและจำหน่ายสินค้าสินไทยน้อยกว่าสินค้าชนิดอื่น ก็
จะไม่มีความสนใจให้ผู้ผลิตดำเนินการผลิตและจำหน่ายสินค้าสินไทยอย่างเต็มที่

2. ปัญหาทางด้านคุณภาพของสินค้าและค่านิยมของผู้นับถือศาสนา แม้ว่าสินค้าสินไทย
จะมีคุณภาพตามมาตรฐานที่ทางราชการกำหนด แต่การที่สินค้าใดมาคร ฐานก็มีได้หมายความว่า
จะเป็นที่ต้องการของตลาดหรือสอดคล้องกับรสนิยมของผู้นับถือศาสนาเสมอไป นอกจากนี้สินค้า
สินไทยเป็นสินค้าใหม่ อาจจะยังไม่เป็นที่นิยมในความรู้สึกของผู้นับถือศาสนาและในบางกรณีผู้นับถือศาสนา
อาจจะมีความรู้สึกที่ว่า สินค้าสินไทยราคาถูกคุณภาพก็คงจะต่ำด้วย

3. ปัญหาทางด้านราคาจำหน่าย ปัจจุบันสินค้าสินไทยเป็นสินค้าที่มีราคาถูกกว่า
ราคาสินค้าชนิดอื่นในท้องตลาด ซึ่งมีผลทำให้กำไรของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายแต่ละช่วงการค้า
ต่ำกว่าสินค้าชนิดอื่นด้วย ประกอบกับความนิยมในท้องตลาดยังไม่มากนัก ทำให้อัตราการหมุน-

เวียนของสินค้า (Turn over) ต่ำ จึงไม่จูงใจให้ผู้จำหน่ายพยายามจำหน่ายสินค้า
สินไทย

4. ปัญหาทางการจัดการจำหน่าย การกระจายสินค้าสินไทยยังไม่ทั่วถึง
โดยเฉพาะตลาดในชนบท แม้ว่าทางราชการจะช่วยเสริมอีกทางหนึ่งแล้วด้วย ทั้งนี้เนื่องจาก
ทางราชการขาดเครื่องอำนวยความสะดวกในการกระจายสินค้า

5. ปัญหาทางการโฆษณาและการส่งเสริมการจำหน่าย การโฆษณายังไม่
ทั่วถึงและขาดการต่อเนื่อง เพราะสินค้าสินไทยราคาถูก ผู้เข้าร่วมโครงการได้ลดขอบเขตค่า
จึงพยายามคัดค่าใช้จ่ายทางการโฆษณาและส่งเสริมการจำหน่าย ทำให้สินค้าสินไทยไม่
สามารถแข่งขันกับสินค้าตราอื่นได้เท่าที่ควร

ดังนั้น เพื่อให้โครงการสินค้ามวลชนซึ่งผลิตและจำหน่ายสินค้าสินไทยนี้คงอยู่ตาม
ความต้องการของผูบริโภค และบรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการที่วางไว้ รัฐบาลควรจะมี
การปรับปรุงการดำเนินงานของโครงการสินค้ามวลชนด้านการผลิตและจำหน่ายสินค้าสินไทย
ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และเพื่อแก้ไขข้อปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ในการทำงาน จึงขอเสนอ
แนะแนวทางการปรับปรุงโครงการสินค้ามวลชนไว้ดังนี้คือ

1. ด้านผู้ผลิตและจำหน่าย ควรจะพิจารณาคัดเลือกผู้ผลิตและจำหน่ายที่มีความ
ตั้งใจอย่างจริงจังที่จะผลิตและจำหน่ายสินค้าสินไทยเข้าร่วมโครงการ โดยอาจคัดเลือกผู้ผลิต
และจำหน่ายที่มีลักษณะดังนี้

1.1 เป็นผู้ผลิตสินค้าตราที่มีคุณภาพและความนิยมในท้องตลาดสูง (Premium
Brand) เพื่อให้ผลิตสินค้าชนิดเดียวกัน โดยใช้ตราสินไทยอีกตราหนึ่ง (Standard Brand)
 ทั้งนี้ เพื่อจะได้จำหน่ายสินค้าสินไทยคนละตลาดกับสินค้าเดิม

1.2 เป็นบริษัทตัวแทนจำหน่ายที่มีความชำนาญทางการตลาด โดยให้
ตัวแทนจำหน่ายนั้นจ้างบริษัทรายอื่นเป็นผู้ผลิต

สำหรับผู้ผลิตสินค้าสินไทยที่เข้าร่วมโครงการในปัจจุบันที่มีลักษณะไม่ตรงกับหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ จะผ่อนผันให้ผลิตต่อไประยะหนึ่ง โดยให้ผู้ผลิตปรับปรุงการดำเนินงานด้านอื่น ๆ ให้ดีขึ้น หากยังไม่ได้นักควรพิจารณาคัดเลือกผู้ผลิตรายใหม่แทน

2. ด้านคุณภาพ สินค้าที่จะผลิตเป็นสินค้าสินไทยจะต้องมีคุณภาพไ้มาตรฐาน และสอดคล้องกับความต้องการของผูบริโภคโดยเฉพาะผู้บริโภครายโตค้า

3. ด้านราคาจำหน่าย การตั้งราคาจำหน่ายสินค้าสินไทยควรพิจารณาให้ราคาขายปลีกสูงกว่าในท้องตลาดตามสมควร และส่วนเหลือของราคาขายปลีกกับราคาขายส่งจะต้องเป็นไปตามครรลองของตลาดสินค้าชนิดนั้นด้วย เพื่อให้เป็นอุปสรรคในการจำหน่ายของผู้ค้าส่งและผู้ค้าปลีก

4. ด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ใหญ่เข้าร่วมโครงการจัดสรรงบประมาณสำหรับการโฆษณาทั้งทางด้านการจัดทำวัสดุภาพสไลด์ และภาพยนตร์โฆษณา การโฆษณาควรเน้นด้านคุณภาพเพื่อทำให้ผูบริโภคเกิดความมั่นใจในตัวสินค้า และการโฆษณาต้องกระทำอย่างต่อเนื่องและเพียงพอ ส่วนทางราชการจะให้การสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์ เช่น การแถลงข่าว การให้สัมภาษณ์ และการจัดแสดงสินค้า ฯลฯ การประชาสัมพันธ์จะเน้นในกลุ่มประชาชนที่มีการศึกษาในระดับที่สามารถเข้าใจ และเผยแพร่ข้อมูลได้อย่างถูกต้อง

5. ด้านการติดตามและประเมินผล ให้หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องมีการติดตามผลการดำเนินงาน เช่น จัดให้มีการสุ่มตัวอย่างสินค้าสินไทยในท้องตลาดส่งไปตรวจสอบเป็นระยะ ๆ รวมทั้งติดตามภาวะการผลิตและการจำหน่ายในท้องตลาด โดยจัดให้มีการสำรวจความนิยมและทัศนคติของผูบริโภคตลอดจนติดตามผลด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อนำข้อมูลพร้อมมาปรับปรุงแก้ไขต่อไปด้วย

อย่างไรก็ตามในการดำเนินงานของโครงการนี้กล่าวคือ ยังมีข้อจำกัดบางประการ แนวโน้มของสินค้าสินไทยที่จะเป็นที่นิยมของตลาดมากขึ้นเพียงใดขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญ 3 ประการคือ

1. ทางด้านการเมือง สินค้าสินไทยเกิดมาจากนโยบายทางการเมือง ซึ่งอาจจะเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ และอาจทำให้การค้าเป็นโครงการ สินค้ามวลชนไม่ต่อเนื่อง

2. ทางด้านการผลิตและการจำหน่าย การผลิตและการจำหน่ายสินค้าสินไทย นั้น เป็นการขอความร่วมมือจากเอกชนให้ดำเนินการและต้องแข่งขันกับสินค้าของ เอกชนด้วย ดังนั้นถ้าผู้เข้าร่วมโครงการ ได้รับประโยชน์เพียงพอ สินค้าสินไทยก็ยังคงอยู่ได้ แต่ถ้าผู้เข้าร่วมโครงการ ได้รับประโยชน์จากการผลิตและจำหน่ายสินค้าสินไทยน้อยกว่าการผลิตและจำหน่ายสินค้านิคมอื่น ก็จะไม่มีความสนใจให้ผู้ผลิตดำเนินการผลิตและจำหน่ายสินค้าสินไทย อย่างเต็มที่ แม้ว่าทางราชการจะควบคุมอยู่ก็ตาม

3. ทางด้านค่านิยมของผู้บริโภค ทักษะของผู้บริโภคบางส่วนยังเชื่อมั่นในสินค้าที่เคยใช้อยู่ การที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้บริโภคให้หันมาเชื่อถือในสินค้าสินไทย นั้น จะต้องดำเนินการด้านค่านิยมให้ผู้บริโภคเห็นประโยชน์ที่จะได้รับจากสินค้าสินไทยอย่างจริงจัง สินค้าสินไทยจึงจะสามารถแข่งขันในตลาดได้

ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า การดำเนินโครงการสินค้ามวลชน จะบรรลุวัตถุประสงค์ได้ ในขอบเขตที่จำกัด แต่ก็ยังเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคบางกลุ่ม และเป็นผลดีทางด้านการเมือง และจิตวิทยา รวมทั้งเป็นเครื่องมือของทางราชการในการต่อรองกับเอกชนในบางกรณี เช่น ในกรณีที่ดินค้าเอกชนขาดแคลน ฉะนั้น ควรจะได้มีการปรับปรุงแนวทางการดำเนินโครงการสินค้ามวลชนให้แน่นอนและชัดเจนและดำเนินการให้ต่อเนื่องอย่างจริงจัง ซึ่งอาจจะก่อให้เกิดประโยชน์ดังนี้

1. ผู้มีรายได้น้อยจะสามารถซื้อสินค้าที่มีคุณภาพได้มากขึ้น ในราคาประหยัด
2. จะทำให้ผู้ผลิตสามารถลงทุนต่อไปได้เพื่อขยายกำลังการผลิต เพิ่มประสิทธิภาพปรับปรุงคุณภาพของสินค้า และสนองความต้องการของผู้ใช้อย่างแท้จริง
3. เป็นการสร้างบรรยากาศการลงทุนที่ดี
4. การแข่งขันของสินค้าที่ถูกเลิกควบคุมราคาจะเพิ่มขึ้นและในขั้นปลายจะมีแนวโน้มที่จะลดการขึ้นราคาสินค้าในระยะยาว

โครงการสินค้ามวลชนในการผลิตและจำหน่ายสินค้าสินไทย เป็นความคิดใหม่
 ที่ไม่เคยมีใครทำมาก่อน วัตถุประสงค์และหลักการของโครงการนี้ชี้ให้เห็นชัดโดยไม่มี
 ข้อสงสัยว่าถ้าได้ปฏิบัติการไปตามโครงการที่ทิ้งเอาไว้อย่างเต็มที่แล้ว จะช่วยแก้ปัญหา
 ปากท้องของประชาชนโดยเฉพาะผู้มีรายได้น้อยได้มาก ฉะนั้นจึงควรจะได้ดำเนิน
 โครงการนี้ต่อไป ด้วยเหตุผลหลายประการตามที่ไต่ถามไว้แล้วข้างต้น

สถาบันวิจัยบริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บรรณานุกรม

ภาษาไทยหนังสือ

นราศรี ไวนิชกุล. ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.

ประยูร บุญประเสริฐ. การวิจัยตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2520.

เอกสารอื่น ๆ

การค้าภายใน, กรม. เอกสารเกี่ยวกับสินค้ามวลชนสินค้าไทย. กรุงเทพมหานคร : กรมการค้าภายใน 2526.

วิโรจน์ ภูตระกูล. "รายงานการอภิปราย เรื่อง สินค้ามวลชนสินค้าไทย." สหสมาคมการจัการธุรกิจแห่งประเทศไทย, 2523.

เสรี วงศ์มณฑา. "รายงานการวิจัย เรื่องสินค้าไทย." 2524.

ภาษาอังกฤษหนังสือ

Kinnear, Thomas C., and Taylor, James R. Marketing Research an Applied Approach. International Student Edition. New York: McGraw-Hill Book Co., 1979.

Kotler, Philip. Marketing Management: analysis, planning, and control. Fourth Edition, London: Prentice/Hall International, Inc., 1980.

ก ร ก ม น ก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถามความคิดเห็น

เรื่อง "ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าสินไทยในเซกกรุงเทพระธานคร"

คำชี้แจง สินค้าสินไทยในที่นี้หมายถึง สินค้าที่มีคุณภาพได้มาตรฐานตามที่ราชการกำหนดและ
ราคาประหยัด โดยมีรัฐบาลเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า และมอบหมายให้บริษัท
เอกชนเป็นผู้ผลิตและจำหน่าย ภายใต้การควบคุมดูแลของรัฐบาล

กรุณาขีดเครื่องหมาย ลงใน หน้าข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

1. ท่านเคยทราบหรือไม่ว่ารัฐบาลได้จัดให้มีโครงการสินค้ามวลชน เพื่อผลิตและจำหน่าย
สินค้าสินไทยแก่ประชาชน

1. เคยทราบ
2. ไม่เคยทราบ

2. ความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับการจัดให้มีการผลิตและจำหน่ายสินค้าสินไทยของรัฐบาล
(ตอบได้ไม่เกิน 3 ข้อ)

1. รัฐบาลแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจอย่างถูกต้อง
2. รัฐบาลหาวิธีที่คิดค้าขาย
3. รัฐบาลช่วยคนยากจน
4. รัฐบาลช่วยพ่อค้า
5. รัฐบาลแก้ปัญหาไม่ถูกต้อง
6. อื่น ๆ โปรดระบุ

3. ท่านเคยใช้สินค้าสินไทยหรือไม่

1. เคยใช้
2. ไม่เคยใช้ (กรุณาข้ามไปตอบข้อ 22, 23)

4. สินค้าสินไทยที่ท่านเคยใช้ คือ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

1. ผงซักฟอก
2. สบู่
3. ยาสีฟัน

4. แป้งเค้ก
5. แปรงสีฟัน
6. น้ำมันพืชใช้ปรุงอาหาร
7. แชมพูใช้ล้างทารก
8. ปลากระป๋อง
5. สินค้าสินไทยที่ท่านใช้ ท่านซื้อจากที่ใดบ่อยที่สุด
1. ร้านค้าใกล้บ้าน
2. ร้านสหกรณ์
3. ห้างสรรพสินค้า
4. อื่น ๆ โปรดระบุ
6. เหตุผลสำคัญที่ทำให้ท่านซื้อสินค้าสินไทยมาใช้ คือ (ตอบเพียง 1 ข้อ)
1. ราคาถูกทำให้ประหยัด
2. คุณภาพดี
3. ทกลองใจ
4. ต้องการที่จะสนับสนุนรัฐบาล
5. มีผู้แนะนำให้ใช้
6. อื่น ๆ โปรดระบุ
7. ท่านคิดว่าคุณภาพของสินค้าสินไทยเมื่อเทียบกับสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่นเป็นอย่างไร
1. ดีกว่าสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่นมาก
2. ดีกว่าสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่น
3. ดีพอ ๆ กับสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่น
4. ต่ำกว่าสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่น
5. ต่ำกว่าสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่นมาก

8. ท่านคิดว่าสินค้าสินไทยควรจะปรับปรุงด้านใด (ตอบไม่เกิน 3 ข้อ) และกรุณาระบุรายละเอียดในข้อ 24

1. ขนาด.....
2. ทั้บห่อ.....
3. ราคา.....
4. คุณภาพ.....
5. อื่น ๆ โปรดระบุ

9. ท่านคิดว่าราคาของสินค้าสินไทยเมื่อเทียบกับสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่นเป็นอย่างไร

1. แพงกว่าสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่นมาก
2. แพงกว่าสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่น
3. ราคาพอ ๆ กับสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่น
4. ถูกกว่าสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่น
5. ถูกกว่าสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่นมาก

10. ท่านคิดว่าสินค้าสินไทยหาซื้อได้ง่ายหรือไม่

1. ง่าย (ข้ามไปตอบข้อ 12)
2. ปานกลาง (ข้ามไปตอบข้อ 12)
3. ยาก (กรุณาตอบข้อ 11)

11. ในกรณีที่ท่านคิดว่าสินค้าสินไทยหาซื้อได้ยาก ควรปรับปรุงโดย

1. จำหน่ายผ่านร้านค้าย่อยให้มากขึ้น
2. จำหน่ายผ่านร้านสหกรณ์ให้มากขึ้น
3. จำหน่ายทางสรรพสินค้าให้มากขึ้น
4. ควรมีร้านค้าพิเศษขายสินค้าสินไทย
5. มีหน่วยรถออกขายตามที่ต่าง ๆ
6. อื่น ๆ โปรดระบุ

12. ท่านคิดว่าควรจะมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าสินไทยหรือไม่
1. ควรมี เพราะ.....
 2. ไม่ควรมี เพราะ.....
13. สื่อโฆษณาประเภทใดที่ท่านเคยเห็นโฆษณาสินค้าสินไทยบ่อยครั้งที่สุด
1. หนังสือพิมพ์
 2. นิตยสาร / วารสาร
 3. วิทยุ
 4. โทรทัศน์
 5. ป้ายโฆษณา
 6. อื่น ๆ โปรดระบุ
14. ปัจจุบันท่านยังคงใช้สินค้าสินไทยอยู่หรือไม่
1. ใช่ (กรุณาตอบข้อ 15, 16, 19, 20, 21)
 2. เลิกใช้ (กรุณาตอบข้อ 17 - 21)
15. สาเหตุที่ทำให้ท่านยังคงใช้สินค้าสินไทยเรื่อยมา เพราะ (ตอบได้ไม่เกิน 3 ข้อ)
1. คุณภาพเหมาะสมกับราคา
 2. ประหยัด
 3. หาซื้อได้ง่าย
 4. ต้องการสนับสนุนรัฐบาล
 5. อื่น ๆ โปรดระบุ
16. ถ้าสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่นมีการส่งเสริมการจำหน่ายเป็นรายการพิเศษ เช่น ของแจก ของแถม หรือลดราคา ท่านจะเปลี่ยนไปใช้สินค้าเหล่านั้นหรือไม่
1. เปลี่ยน
 2. ไม่เปลี่ยน
 3. แล้วแต่รายการพิเศษ

17. สาเหตุที่ทำให้ท่านเลิกใช้สินค้าสินไทยเพราะ (ตอบเพียง 1 ข้อ)
1. คุณภาพต่ำกว่าสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่น
 2. ราคาไม่ประหยัดจริง
 3. หาซื้อได้ยาก
 4. ไม่อยากสนับสนุนรัฐบาล
 5. อื่น ๆ โปรดระบุ
18. ถ้าสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่นขึ้นราคา ท่านคิดว่า
1. จะใช้สินค้าตราอื่นต่อไป
 2. อาจจะใช้สินค้าสินไทย
 3. จะใช้สินค้าสินไทยแน่ ๆ
 4. อื่น ๆ โปรดระบุ
19. ท่านต้องการให้โครงการสินค้ามวลชนมีอยู่ต่อไปหรือไม่
1. มีอยู่ต่อไป (กรุณาตอบข้อ 20)
 2. ยกเลิกโครงการ
20. ท่านต้องการให้โครงการสินค้ามวลชนมีอยู่ต่อไป โดยปรับปรุงดังนี้ (ตอบเพียง 1 ข้อ)
1. เพิ่มสินค้าใหม่ากประเภทอื่น (กรุณาตอบข้อ 21)
 2. มีสินค้าเท่าเดิม
 3. ให้คัดสินค้าบางประเภทออก
21. สินค้าที่ท่านต้องการให้สินค้าสินไทยผลิตเพิ่มเติม คือ (ตอบไม่เกิน 3 ชนิด)
1. น้ำปลา
 2. ข้าว
 3. แยมพุด
 4. กระดาษชำระ
 5. ผ่าอนามัย
 6. เครื่องเขียน

7. ผงชูรส
8. เลื่อยผ้า
9. ภาชนะในครัว
10. กาน้ำ
11. ถ่านไฟฉาย
12. น้ำมันใส่ผม
13. รองเท้า
14. ยาสูบ
15. นมสด
16. น้ำยาล้างจาน

สำหรับข้อ 22, 23 ให้ตอบเฉพาะผู้ที่ไม่เคยใช้สินค้าสินไทยเท่านั้น

22. เหตุที่ทำให้ท่านไม่ซื้อสินค้าสินไทยมาใช้เพราะ (ตอบไม่เกิน 3 ข้อ)

1. ราคาไม่ประหยัดจริง
2. ไม่มั่นใจในคุณภาพ
3. หีบห่อไม่น่าใช้
4. มีคนบอกว่าเป็นที่
5. สินค้าทรายนั่นกว่า
6. ใช้สินค้าตราที่เคยชิน
7. อื่น ๆ โปรดระบุ

23. ถ้าสินค้าประเภทเดียวกันตราอื่นขึ้นราคา ท่านคิดว่า

1. จะใช้สินค้าตราอื่นต่อไป
2. อาจจะใช้สินค้าสินไทย
3. จะใช้สินค้าสินไทยแน่ ๆ
4. อื่น ๆ โปรดระบุ

24. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับการปรับปรุงโครงการสินค้ามวลชนสินไทย

.....

.....

.....

.....

สถาบันวิจัยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายละเอียดเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ

1. ชาย
2. หญิง

รายได้ / เดือน

1. ไม่เกิน 1,000 บาท
2. 1,001 - 2,000 บาท
3. 2,001 - 3,000 บาท
4. 3,001 - 4,000 บาท
5. 4,001 - 5,000 บาท
6. มากกว่า 5,000 บาท

การศึกษา

1. ป. 4
2. ป. 7 (ม. 3)
3. ม.ศ. 3 (ม. 6)
4. ม.ศ. 5 (ม. 8)
5. อาชีวศึกษา
6. วิชาชีพชั้นสูง - อนุปริญญา
7. ปริญญาตรี
8. อื่น ๆ โปรดระบุ

ทฤษฎีที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับสัดส่วนของประชากร (Population-proportion)

ในการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับสัดส่วนของประชากร (Population-proportion) ที่มีลักษณะใดลักษณะหนึ่งตามความสนใจ โดยที่สามารถแบ่งลักษณะของประชากรดังกล่าวได้เป็น 2 กลุ่ม เช่น กลุ่มที่เห็นภัยหรือไม่เห็นภัย ใช้หรือไม่ใช้สินค้าอย่างหนึ่ง เพศผู้หรือเพศเมีย ฯลฯ เราสามารถกระทำได้โดยการสุ่มตัวอย่างจากประชากรเพื่อการศึกษ ซึ่งสมมติว่ามีจำนวน N และจากตัวอย่างที่สุ่มขนาด n เรานับจำนวนตัวอย่างที่มีลักษณะที่อยู่ในความสนใจ สมมติว่าได้จำนวนเท่ากับ x จากจำนวน n

ฉะนั้น เราจะโคสัดส่วนของตัวอย่าง (Sample proportion) ที่มีลักษณะในความสนใจเท่ากับ $w = x/n$

จากจำนวนตัวอย่าง x เป็นตัวแปรสุ่ม (random variable) และสามารถแสดงให้เห็นได้ว่า x มีการแจกแจงเป็น ไฮเปอร์จีโอเมตริก (Hypergeometric distribution)

$$(1) \quad h(x; n, p, N) = \frac{\binom{pN}{x} \binom{qN}{n-x}}{\binom{N}{n}}$$

$$x = 0, 1, \dots, n \quad \text{ถ้า } n \leq pN \quad \text{และ}$$

$$x = 0, 1, \dots, pN \quad \text{ถ้า } n > pN$$

โดยที่ p คือ สัดส่วนของประชากรที่มีลักษณะในความสนใจเป็นทราวมิเตอร์

q คือ สัดส่วนของประชากรที่ไม่มีลักษณะอยู่ในความสนใจ $= 1 - p$

นอกจากนี้ เราจะโคค่าเฉลี่ยหรือค่าคาดหวัง (Expected value) $E(x)$ ของ x เท่ากับ np และความแปรปรวน (Variance) $\text{Var}(x)$ ของ x เท่ากับ $npq \left(\frac{N-n}{N-1}\right)$ ฉะนั้น ค่าเฉลี่ยและความแปรปรวนของตัวแปรสุ่ม w จะเป็นดังนี้

$$(2) E(w) = E\left(\frac{X}{n}\right) = \frac{np}{n} = p$$

$$(3) \text{Var}(w) = \text{Var}\left(\frac{X}{n}\right) = \frac{npq}{n} \left(\frac{N-n}{N-1}\right) = \frac{pq}{n} \left(\frac{N-n}{N-1}\right)$$

ถ้าหาก np มีค่าค่อนข้างใหญ่ และ n/N มีขนาดไม่ใหญ่มาก จะได้ว่า x มีการแจกแจงแบบปกติ (Normal Distribution) โดยประมาณ

ฉะนั้น w ก็จะมีการแจกแจงแบบปกติโดยประมาณ โดยมีค่าเฉลี่ยและความแปรปรวนเท่ากับ (2) และ (3) ตามลำดับ และได้ว่า z แปรสม

$$(4) z = \frac{w - E(w)}{\sqrt{\text{Var}}} = \frac{w - p}{\sqrt{\frac{pq}{n} \frac{N-n}{N-1}}}$$

มีการแจกแจงแบบปกติมาตรฐาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0 และความแปรปรวนเท่ากับ 1

จาก (4) เราเรียกเทอม $\sqrt{\frac{N-n}{N-1}}$ ว่า Finite correction factor ซึ่งถ้า n มีค่าเล็กเมื่อเทียบกับ N เทอมนี้จะไม่สำคัญ สามารถที่จะตัดออกได้ ทั้งนี้ เพราะถ้า n มีค่าเล็กมากเมื่อเทียบกับ N เช่น $N = 100,000$, $n = 200$ เทอมดังกล่าวจะมีค่าเข้าใกล้ 1

ฉะนั้น ในกรณีเช่นนี้เราจะใช้

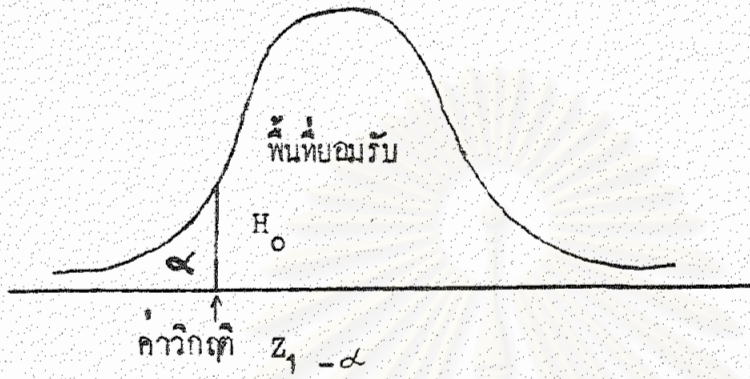
$$(5) z = \frac{w - p}{\sqrt{\frac{pq}{n}}}$$

เป็นตัวแปรสุ่มแทน (3)

จาก (4) หรือ (5) เมื่อแทนค่า p ตามข้อสมมติฐาน H_0 ที่กำหนดขึ้น เราจะได้อัตลักษณ์ z ที่จะใช้ทดสอบสมมติฐาน H_0 ของค่า p ซึ่งวิธีการโดยสรุปคือ เราจะเปรียบเทียบค่า z (ซึ่งได้จากค่า $w = \frac{X}{n}$ และค่า p คือ ค่าตามข้อสมมติฐาน H_0 (null Hypothesis) ที่สมมติว่าเป็นจริง เราคำนวณค่า z ได้) ที่กำหนดขึ้นกับค่าทางทฤษฎีหรือค่าวิกฤติ ซึ่งได้จากตารางการแจกแจงแบบปกติมาตรฐาน ณ ระดับนัยสำคัญ (Level of significance) α ที่กำหนดขึ้น ซึ่งโดยทั่วไปกำหนด $= 0.05$ หรือ 0.01 และผลจากการเปรียบเทียบจะทราบได้ว่าควรยอมรับข้อสมมติฐาน H_0 ที่ตั้งขึ้นหรือไม่ดังนี้

$$(1) H_0 : p \geq p_0$$

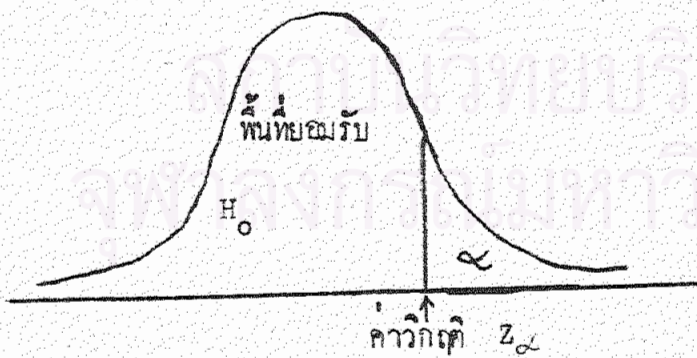
$$H_1 : p < p_0$$



ถ้า $z < z_{1-\alpha}$ ไม่ยอมรับ H_0
 มิฉะนั้นจะยอมรับ H_0

$$(2) H_0 : p \leq p_0$$

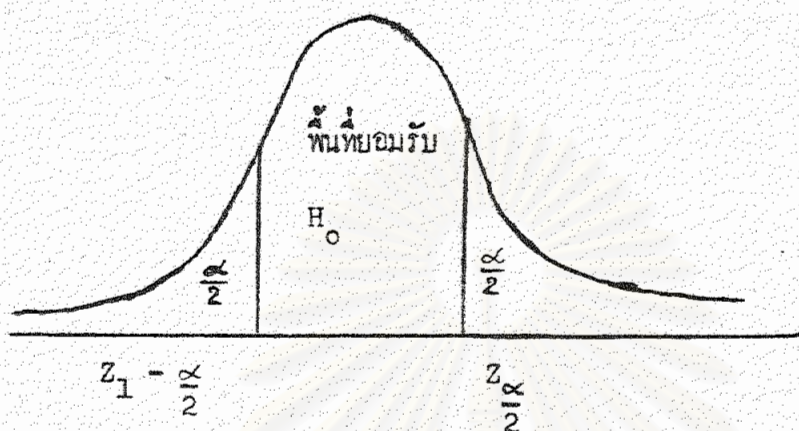
$$H_1 : p > p_0$$



ถ้า $z > z_{\alpha}$ ไม่ยอมรับ H_0
 มิฉะนั้นจะยอมรับ H_0

$$(3) H_0 : p = p_0$$

$$H_1 : p \neq p_0$$



ถ้า $z < z_{1-\frac{\alpha}{2}}$ หรือ $z > z_{\frac{\alpha}{2}}$
จะไม่ยอมรับ H_0 มิฉะนั้นจะยอมรับ H_0

ประวัติผู้เขียน

นางสาวจิระภรณ์ คันฉิมบริรักษ์กุล เกิด 12 กรกฎาคม 2500 ที่จังหวัดชลบุรี สำเร็จการศึกษา พานิชยศาสตร์บัณฑิต (สาขาการเงินและการธนาคาร) จากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ปี พ.ศ. 2523 เข้าศึกษาในชั้นมหาบัณฑิต สาขาการตลาด จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปี พ.ศ. 2524 ปัจจุบันดำรงตำแหน่งอาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยการค้า

สถาบันวิทย์บริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย