



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายและข้อเสนอแนะ

การศึกษาความสัมพันธ์ของทัศนคติกับพฤติกรรมการใช้สินค้าสำหรับบริโศคที่มีเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมของข้าราชการครูโรงเรียนมัธยมศึกษาในกรุงเทพฯ นี้เป็นการศึกษาเพื่อทราบถึงปริมาณการรู้จักเครื่องหมายมาตรฐานฯ ของข้าราชการครู ทัศนคติที่มีต่อเครื่องหมายมาตรฐานฯ และทัศนคติที่มีต่อสินค้าสำหรับบริโศคที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ ว่าดีหรือไม่ดี ยอมรับหรือไม่ยอมรับอย่างไร พฤติกรรมการใช้สินค้าสำหรับบริโศคที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ ตลอดจนศึกษาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับทัศนคติที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการใช้สินค้าสำหรับบริโศคที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ และความสัมพันธ์ของทัศนคติที่มีต่อเครื่องหมายมาตรฐานฯ กับพฤติกรรมการใช้สินค้าสำหรับบริโศคที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ และแหล่งข่าวสารที่ผู้บริโศคได้รับเกี่ยวกับเครื่องหมายมาตรฐานฯ และสินค้าสำหรับบริโศคที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ข้าราชการครูโรงเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพฯ จำนวน 14,336 คน โดยใช้จำนวนตัวอย่าง 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ แบบสอบถามซึ่งประกอบด้วยคำถาม 3 ส่วน ส่วนแรกเป็นคำถามเกี่ยวกับการรู้จักเครื่องหมายทัศนคติที่มีต่อเครื่องหมายมาตรฐานฯ และพฤติกรรมการใช้สินค้าสำหรับบริโศคที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับแหล่งข่าวสารที่ผู้บริโศคได้รับเกี่ยวกับเครื่องหมายมาตรฐานฯ และสินค้าสำหรับบริโศคที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ผู้บริโศคประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพการสมรส การศึกษา รายได้

สรุปผลการวิจัย

1. ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรีแต่งงานแล้วและส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 4,001 - 6,000 บาท

2. การรู้จักเครื่องหมายมาตรฐานฯ และแหล่งข่าวสาร ผลการวิจัยปรากฏว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักเครื่องหมายมาตรฐานฯ แหล่งข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับเครื่องหมายมาตรฐานฯ ส่วนใหญ่เปิดรับจากโทรทัศน์ รองลงมาคือหนังสือพิมพ์ และป้ายโฆษณา สำหรับแหล่งข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับสินค้าสำหรับบริโภคที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ ส่วนใหญ่ก็เปิดรับจากโทรทัศน์ รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์และป้ายโฆษณา เช่นเดียวกับแหล่งข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับเครื่องหมายมาตรฐานฯ

3.ทัศนคติต่อเครื่องหมายมาตรฐานฯ และทัศนคติต่อสินค้าสำหรับบริโภคที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ ผลการวิจัยปรากฏว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อเครื่องหมายมาตรฐานฯ หรือเห็นด้วยหรือยอมรับเครื่องหมายมาตรฐานฯ สำหรับสินค้าสำหรับบริโภคที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ นั้นผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดี หรือ เห็นด้วย หรือ ยอมรับเช่นเดียวกัน

4. พฤติกรรมการใช้สินค้าสำหรับบริโภคที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ ซึ่งแยกเป็นผลของการใช้หรือไม่ใช้และระดับการใช้ พร้อมทั้งลักษณะการใช้ โดยการแยกพฤติกรรมการใช้ตามปัจจัยประชากรศาสตร์ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิจัยปรากฏว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จะใช้สินค้าที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ 4-6 ชนิด มากกว่าการใช้ระดับอื่น รองลงมาคือ การใช้ 1-3 ชนิด และมีผู้ไม่ใช้สินค้าที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ จำนวนน้อยมาก ส่วนลักษณะการใช้สินค้าที่มีเครื่องหมายนั้นก็มีลักษณะการใช้แบบไม่ประจำมากกว่าลักษณะการใช้แบบประจำ

5. ผลการทดสอบสมมติฐาน สรุปได้ดังนี้

5.1 ผู้บริโภครู้จักเครื่องหมายมาตรฐานฯ จะใช้สินค้าที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ มากกว่าคนไม่รู้จักเครื่องหมายมาตรฐานฯ

ผลการวิจัยพบว่า เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

5.2 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องหมายมาตรฐานฯ

ผลการวิจัยพบว่าตัวแปรปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ในด้านการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีเท่าเดิมที่สามารถนำมาอธิบายทัศนคติที่มีต่อเครื่องหมายมาตรฐานฯ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งหมายความว่าระดับการศึกษาของผู้บริโภคสูงก็จะมีผลทำให้ผู้บริโภคกลุ่มนี้มีทัศนคติที่ดีต่อเครื่องหมายมาตรฐานในระดับสูงด้วย

5.3 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สินค้าสำหรับผู้บริโภคที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ

ผลการวิจัยพบว่าตัวแปรปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ในด้านสถานภาพโสดของผู้ตอบแบบสอบถาม ระดับการศึกษา ม.6 หรือต่ำกว่า และระดับการศึกษาต่ำกว่าอนุปริญญา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สินค้าสำหรับผู้บริโภคที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ โดยที่ตัวแปรปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ทั้งสามตัวสามารถร่วมกันอธิบายพฤติกรรมการใช้สินค้าสำหรับผู้บริโภคที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ ได้ร้อยละ 9 ซึ่งสถานะภาพโสดของผู้ตอบแบบสอบถามสามารถอธิบายพฤติกรรมการใช้สินค้าสำหรับผู้บริโภคที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ ได้สูงสุดโดยมีผลในทางลบ รองลงมาคือระดับการศึกษา ม.6 หรือต่ำกว่าและระดับการศึกษาต่ำกว่าอนุปริญญาตามลำดับ

5.4 ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องหมายมาตรฐานฯ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สินค้าสำหรับผู้บริโภคที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่มีทัศนคติที่ดีทางบวก เห็นด้วยหรือยอมรับเครื่องหมายมาตรฐานฯ จะมีพฤติกรรมการใช้สินค้าสำหรับผู้บริโภคที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ มากกว่าผู้บริโภคที่มีทัศนคติที่ไม่ดี หรือไม่เห็นด้วยหรือไม่ยอมรับต่อเครื่องหมายมาตรฐานฯ

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยทั้งหมดจะเห็นว่า ผู้บริโภครุ่น X เข้าราชการครูโรงเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครเครื่องหมายมาตรฐานฯ เป็นจำนวนมาก ซึ่งอาจจะเป็นผลเนื่องจากการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ทั้งที่จากการโฆษณาทางโทรทัศน์ของผู้ผลิตที่จะชักชวนให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าของตนโดยการแจ้งว่าได้รับรองคุณภาพแล้ว และมีเครื่องหมายมาตรฐานฯ แสดง และจากการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานราชการทางหนังสือพิมพ์ และแผ่นป้ายโฆษณาต่าง ๆ สำหรับแหล่งข่าวสารที่ผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้รับเกี่ยวกับเครื่องหมายมาตรฐานฯ และสินค้าสำหรับบริโภคที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ จะเปิดรับจากโทรทัศน์มากกว่าการเปิดรับจากแหล่งข่าวสารอื่น ๆ อาจจะมีสาเหตุเนื่องมาจากสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีเกือบทุกครัวเรือนในเขตกรุงเทพฯ และเป็นสื่อที่ให้ทั้งภาพ เสียง แสงและสี ได้รับความสนใจได้มากกว่าสื่ออื่น ๆ สำหรับทัศนคติของผู้บริโภคข้าราชการครูกลุ่มนี้ที่มีต่อเครื่องหมายมาตรฐานฯ และต่อสินค้าสำหรับบริโภคที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ แล้วส่วนใหญ่จะเห็นด้วย ยอมรับ หรือมีทัศนคติที่ดีต่อเครื่องหมายมาตรฐานฯ และสินค้าสำหรับบริโภคที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ ซึ่งอาจจะมีสาเหตุเนื่องมาจากทางที่ได้เคยทดลองใช้หรือ ใช้สินค้าสำหรับบริโภคที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ ดังผลที่ได้จากการทดสอบ สมมุติฐานเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องหมายมาตรฐานฯ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สินค้าสำหรับบริโภคที่มีเครื่องหมาย ซึ่งได้ทดสอบตามวิธีทางสถิติและผลที่ได้แสดงถึงว่ามีความสัมพันธ์กันจริง ในด้านพฤติกรรมการใช้สินค้าสำหรับบริโภคที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ ซึ่งได้แยกออกเป็นการใช้หรือไม่ใช้และระดับการใช้และลักษณะการใช้เห็น ผู้บริโภคข้าราชการครูโรงเรียนมัธยมกลุ่มนี้เกือบทั้งหมด ใช้สินค้าสำหรับบริโภคที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ โดยมีการใช้สินค้าตั้งแต่ 1 - 10 ชนิดขึ้นไป แต่ส่วนใหญ่จะใช้สินค้านี้ระดับ 4-6 ชนิดมากที่สุดรองลงมาเป็นการใช้ระดับ 1-3 ชนิด ถ้าพิจารณาการใช้สินค้าสำหรับบริโภคที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ ตามปัจจัยประชากรศาสตร์จะเห็นว่าเพศหญิง มีการใช้มากกว่าเพศชายอาจจะเป็นผลเนื่องจากการเป็นแม่บ้านและมีส่วนเกี่ยวข้องกับภารกิจบริโภคของสมาชิกในครอบครัวโดยตรงในด้านอายุ ช่วงอายุระหว่าง 31 - 40 ปี เป็นช่วงอายุที่มีการใช้สินค้าในทุกระดับสูงกว่าช่วงอายุอื่น ส่วน

สถานภาพการสมรส ผู้ที่แต่งงานแล้ว เป็นสถานภาพที่มีการใช้สินค้าทุกระดับสูงกว่าสถานะภาพอื่น สำหรับระดับการศึกษาแล้วผู้ที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ใช้สินค้าทุกระดับสูงกว่าผู้ที่จบการศึกษาระดับอื่น และผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 4,001 - 6,000 บาท เป็นช่วงของผู้ที่มีรายได้ที่ใช้สินค้าทุกระดับสูงกว่าผู้ที่มีรายได้ช่วงอื่น ๆ เช่นกันส่วนลักษณะการใช้สินค้าสำหรับบริโคนที่มีความหมายมาตรฐานๆ ของผู้บริโภคกลุ่มนี้ส่วนใหญ่จะใช้แบบไม่ประจำถ้าแยกพิจารณาตามปัจจัยประชากรศาสตร์แล้ว ผลในแต่ละด้านมีลักษณะคล้ายกับระดับการใช้สินค้าสำหรับบริโคนที่มีความหมาย เช่น เพศหญิง จะมีการใช้สินค้าลักษณะไม่ประจำมากกว่าเพศชาย หรือผู้ที่มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี ใช้สินค้าลักษณะไม่ประจำมากกว่าช่วงอายุอื่นเช่นเดียวกัน

ในการวิจัยส่วนที่เป็นสมมุติฐาน ผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคที่รู้จักเครื่องหมายมาตรฐานๆ มีแนวโน้มที่จะใช้สินค้าที่มีเครื่องหมายมาตรฐานๆ มากกว่าคนที่ไม่รู้จัก ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานที่ได้ตั้งเอาไว้ และผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับรายงานการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมทำไว้เมื่อปี 2530 ซึ่งพบว่าผู้ที่รู้จักเครื่องหมายมาตรฐานๆ จะเป็นผู้ใช้สินค้ามาตรฐานๆ ด้วยเช่นกัน

ส่วนความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องหมายมาตรฐานๆ ผู้วิจัยได้ทำการแยกปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ออกเป็น เพศ อายุ สถานภาพการสมรส การศึกษา รายได้ พบว่า การศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีเท่านั้นสามารถนำมาอธิบายทัศนคติที่มีต่อเครื่องหมายมาตรฐานๆ อาจจะเป็นเพราะว่าเป็นการศึกษาระดับที่สามารถแยกแยะเหตุผลและค้นคว้าหาความรู้ด้วยตนเอง ได้ดีกว่าการศึกษาระดับอื่น

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สินค้าสำหรับบริโคนที่มีความหมายมาตรฐานๆ พบว่าสถานะภาพโสด ระดับการศึกษา ม.6หรือต่ำกว่า และระดับการศึกษาต่ำกว่าอนุปริญญา ร่วมกับอธิบายพฤติกรรมการใช้สินค้าที่มีเครื่องหมายมาตรฐานๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยที่สถานะภาพโสดสามารถอธิบายได้สูงสุดแต่ในเชิงลบ ซึ่งหมายความว่า

ว่าสถานภาพการสมรสที่ไม่โสดจะมีพฤติกรรมการใช้สินค้าสำหรับบริโภคที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ มาก ในทางตรงข้ามสถานะภาพโสดจะมีพฤติกรรมการใช้สินค้าต่ำ ส่วนระดับการศึกษา ม.6หรือต่ำกว่า และระดับการศึกษาต่ำกว่าอนุปริญาจะมีพฤติกรรมการใช้สินค้าสำหรับบริโภคที่มี เครื่องหมายมากตามลำดับด้วย เช่นกัน อาจจะเป็นเพราะเป็นระดับการศึกษาที่เห็นความสำคัญ ของสินค้าที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐานและราคาไม่แพง

ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องหมายมาตรฐานฯ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ สินค้าสำหรับบริโภคที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ ซึ่งพบว่าผู้บริโภคที่มีทัศนคติยอมรับเครื่องหมาย มาตรฐานฯ จะมีพฤติกรรมการใช้สินค้าสำหรับบริโภคที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ มากกว่า ผู้บริโภคที่มีทัศนคติที่ไม่ดี ไม่ยอมรับเครื่องหมายมาตรฐานฯ ผลการวิจัยนี้เป็นไปตามทฤษฎีที่ โทเทณฑาปานี (Kothandapani 1971 : 9) ได้เสนอแนะไว้คือ ความคิดเห็นของบุคคลซึ่ง ถูกกระตุ้นให้สนใจเหตุการณ์หรือสิ่งเร้า บุคคลนั้นมีภาวะพร้อมจะรับหรือให้ความสนใจต่อสิ่งเร้า การรับหรือการให้ความสนใจจะพัฒนาขึ้นเป็นความคิด (idea) หรือความเชื่อ (belief) ซึ่งแสดงออกมาในลักษณะของการยอมรับ จึงพอใจและรับรู้ว่าเป็นสิ่งที่มีคุณค่าสำหรับตัวเขา และทำให้บุคคลตั้งใจที่จะกระทำหรือพร้อมที่จะกระทำ (intention to act) สิ่งหนึ่งสิ่งใด ตามความเชื่อของเขา

ข้อเสนอแนะ

ศูนย์วิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เกี่ยวกับการมาตรฐานฯ ในประเทศไทย เท่าที่ผ่านมาสำนักงานมาตรฐาน

ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมมีบทบาทโดยตรงต่อการส่งเสริมและเผยแพร่การมาตรฐาน และเครื่องหมาย มาตรฐานฯ เพื่อเป็นแนวทางวางแผนการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการส่งเสริมและเผยแพร่ดังกล่าว ได้แยกข้อเสนอแนะออกเป็น 2 ด้าน คือ ข้อเสนอแนะที่ควรจะปฏิบัติกับผู้ผลิตสินค้า และข้อเสนอ เน้นที่ควรจะปฏิบัติกับผู้บริโภค เพื่อให้ผลที่ได้ย้อนกลับ ไปสู่ผู้บริโภค หรือมีผลถึงผู้บริโภค โดยตรง

ด้านผู้ผลิต

1. พยายามให้ผู้ผลิตเห็นคุณค่าเครื่องหมายมาตรฐานฯ และแสดงเครื่องหมายที่สินค้าเพื่อแสดงถึงการรับรองคุณภาพสินค้า พร้อมทั้งชักชวนให้ผู้ผลิตโฆษณาสินค้าโดยเน้นถึงคุณภาพได้มาตรฐานฯ และมีเครื่องหมายมาตรฐานฯ แสดงรับรองอยู่ เพื่อย้ำเตือนให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจใคร่ที่จะทดลองใช้
2. ควรวกกระตุ้นให้ผู้ผลิตระมัดระวังเรื่องมาตรฐานสินค้าให้มากกว่านี้ โดยทำการผลิตสินค้ามีคุณภาพมาตรฐานสม่ำเสมอ
3. ควบคุม ตรวจสอบ ดูแล การผลิตสินค้าให้มีคุณภาพได้ตามมาตรฐานฯ อย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งมีราคาที่เหมาะสมเพื่อเป็นการจูงใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ

ด้านผู้บริโภค

1. ควรจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ถึงความสำคัญของเครื่องหมายมาตรฐานฯ ความรู้เกี่ยวกับการมาตรฐาน และการเลือกสินค้าที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ ให้กว้างขวางกว่าที่เป็นอยู่และอย่างต่อเนื่อง
2. สร้างทัศนคติให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อเครื่องหมายมาตรฐานฯ โดยการเผยแพร่ถึงความพร้อมในการควบคุม กำหนดมาตรฐานการผลิตสินค้าและมีการตรวจสอบคุณภาพสินค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อผู้บริโภคเกิดความภาคภูมิใจและคลายกังวลที่จะใช้สินค้าที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ
3. ใช้สื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม เพื่อรณรงค์ให้ผู้บริโภคใช้สินค้าที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ ประจํามากขึ้น และสำหรับผู้ไม่เคยใช้อาจจะชักจูงให้ทดลองใช้เป็น การสร้างทัศนคติที่ดีต่อเครื่องหมายมาตรฐานฯ ต่อไป