



บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

เมื่อกล่าวถึงคำว่า "มาตรฐาน" คนส่วนใหญ่ก็นึกถึงสิ่งที่ดี น่าเชื่อถือ และความน่าเอาเป็นแบบอย่าง เช่น ราคามาตรฐาน ขนาดมาตรฐาน เป็นต้น ซึ่งถ้าแปลตามความหมายแล้ว มาตรฐานคือ สิ่งที่ดีเอา เป็นหลักสำหรับเทียบกำหนด (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน 2493:713) แต่สำหรับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมแล้ว มาตรฐานหมายถึง ข้อกำหนดรายการต่าง ๆ ที่จะให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับกันในราคาที่สูงที่สุด รวมถึงวิธีทดสอบและนิยามศัพท์ (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม : 4) ข้อกำหนดเหล่านี้ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ทุก ๆ ฝ่ายมากมาย พอสรุปได้ดังนี้

ทำให้เกิดความเข้าใจตรงกัน เรื่องนี้สำคัญมากเพราะจะช่วยป้องกันและแก้ปัญหาหลายอย่าง จะทำให้คนเรา "พูดกันรู้เรื่อง" ไม่ต้องเสียเวลาอธิบายให้ยืดเยื้อ เช่น นิทัศของมิติต่าง ๆ ที่เป็นมาตรฐานแล้ว ได้แก่ เมตร กิโลกรัม นาที ชั่วโมง เป็นต้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ทำให้เกิดความเป็นธรรมในการซื้อขายและในการแข่งขันกันในการค้า ผู้ซื้อมีโอกาสได้ทราบเป็นที่แน่นอนก่อนจะตัดสินใจซื้อว่าของที่ ได้รับเป็นอย่างไร ผู้ขายไม่อาจหลอกหลวงได้ และก็ไม่อาจเอาเปรียบคู่แข่งคนอื่นได้ เพราะข้อกำหนดในมาตรฐานเมื่ออยู่แล้วดังจะเห็นได้ว่า ก่อนศตวรรษที่ 18 คุณภาพของสินค้ามิได้เป็นที่สนใจ เนื่องจากปริมาณสินค้ามีน้อยกว่าความต้องการของผู้บริโภค ไม่ว่าผู้ผลิตจะผลิตสินค้าอะไรออกมาก็สามารถขายได้ แนวความคิดการตลาดในสมัยนั้นจึงเป็นแบบเชิงผลิตภัณฑ์ คือ ให้ความสำคัญกับตัวสินค้ามากกว่าผู้บริโภค หลังจากการปฏิวัติ

อุตสาหกรรมในปี ค.ศ. 1770 มีการนำเครื่องจักรและเครื่องทุ่นแรงมาช่วยในกระบวนการผลิต ทำให้ผลิตสินค้าทีละมาก ๆ ทำให้สินค้ามีมากกว่าความต้องการของผู้บริโภค ผู้บริโภคจะเลือกซื้อเฉพาะสินค้าที่มีคุณภาพดี แนวความคิดทางการตลาดจึงเปลี่ยนให้มีความสำคัญกับผู้บริโภคมากที่สุด โดยผู้ผลิตจะต้องปรับปรุงสินค้าให้เข้ากับความต้องการของผู้บริโภค คุณภาพสินค้าจะต้องอยู่ในระดับซึ่งเป็นมาตรฐานที่ผู้บริโภคพอใจและคุ้มกับเงินที่เสียไป นอกจากนี้ ผู้ผลิตจะต้องพยายามทำให้สินค้านั้นมีมาตรฐานที่สูงกว่าคู่แข่ง ซึ่งก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้สินค้าสามารถขายอยู่ในตลาดได้

ทำให้เกิดการประหยัดในด้านของผู้บริโภคเป็นการลดค่าใช้จ่าย สำหรับผู้ผลิต เป็นการลดต้นทุนการผลิต และสำหรับประเทศจะเป็นการส่งผลกระทบต่อส่วนรวมให้มีเหลือไว้สำหรับใช้ในวันข้างหน้าให้มากขึ้น การประหยัดเป็นผลมาจากมาตรฐานเพราะมาตรฐานเกิดจากการนิยามาได้ตรงของทางวิชาการของผู้เชี่ยวชาญเพื่อหาจุดพอดี เช่น การผลิตอาหารกระป๋องนั้นไม่จำเป็นต้องใช้กระป๋องที่ทำด้วยแผ่นเหล็กเคลือบดีบุกที่เคลือบดีบุกหนาเกินไปเพราะเป็นการใช้งานเพียงระยะเวลาไม่นาน จะเป็นการสิ้นเปลืองเกินความจำเป็นแต่หากใช้แผ่นเหล็กเคลือบดีบุกบางเกินไป ก็จะทำให้กระป๋องนั้นเสื่อมคุณภาพก่อนกำหนด ดังนั้นปริมาณดีบุกที่ใช้เคลือบแผ่นเหล็กสำหรับทำกระป๋องบรรจุอาหารที่เหมาะสมจึงถูกกำหนดขึ้นโดยนักวิชาการร่วมกันพิจารณากำหนดขึ้นเป็นมาตรฐาน นอกจากนี้การกำหนดมาตรฐานยังเป็นการลดแบบและขนาดของผลิตภัณฑ์ให้เหลือเท่าที่จำเป็นจริง ๆ และสามารถใช้ทดแทนกันได้

ทำให้เกิดการถ่ายทอดเทคโนโลยีในการทำอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งแก่การทำผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่หรืออุตสาหกรรมที่ยังมีการพัฒนาน้อย เพราะข้อกำหนดต่าง ๆ ในมาตรฐานของผลิตภัณฑ์นั้น ต่างก็เป็นผลจากประสบการณ์และงานวิจัยที่ได้มีผู้ลงทุนมาก่อนเป็นเรือนแสน ล้านบาท เช่น การทำสบู่ให้มีคุณสมบัติที่ดีและเหมาะสมหลายประการ เช่น การไม่กัดผิวของร่างกาย หรือทำให้เกิดความระคายเคือง ความสามารถในการชำระล้าง การเป็นฟอง ความนุ่มเนียนและเมื่อยดละไม ฯลฯ เหล่านี้เป็นต้น หากไม่มีมาตรฐานกำหนดไว้ผู้ที่จะทำสบู่จะต้องลงทุนศึกษาวิจัยถึงคุณสมบัติข้อใดบ้างที่จะทำให้เกิดความนิยมแก่ผู้ใช้ และยังคงต้องศึกษาวิจัย

ถึงเกณฑ์พอเหมาะและหาวิธีวัดหรือตรวจสอบคุณสมบัติของสบูในข้ออื่น ๆ อีก ผลที่ได้ก็คือ
เคล็ดลับในการทำสบู่ของโรงงานนั้น ๆ แต่หากได้มีการกำหนดมาตรฐานแล้ว ผู้ที่จะทำอุตสาหกรรม
นี้ก็ไม่ต้องทำการศึกษาวิจัยซ้ำอีก และคุณสมบัติต่าง ๆ ที่กำหนดในมาตรฐานก็หาจำกัด
อยู่แต่เฉพาะความรู้ของผู้ทำรายใดไม่ แต่เป็นผลจากการประมวลความรอบรู้ของผู้ชำนาญการทั้งหลาย
และเป็นเกณฑ์กำหนดที่นิยมกันทั่วไป

มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

เนื่องจากมาตรฐานมีความสำคัญดังกล่าว ประเทศไทยจึงได้ตั้งหน่วยงานมาตรฐาน
ภายในประเทศ เพื่อกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมใช้ในประเทศ และรับรองคุณภาพ
ผลิตภัณฑ์ ตลอดจนใช้ในการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์นำเข้าจากต่างประเทศ นอกจากนี้ประเทศ
ต่าง ๆ ทั่วโลกยังร่วมกันจัดตั้งสถาบันระหว่างประเทศขึ้น ทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก
เพื่อบริหารณากำหนดมาตรฐานร่วมกัน

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) เป็นสถาบันมาตรฐานแห่งชาติ
ของประเทศไทย ดำเนินงานด้านการมาตรฐานสำหรับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ภายใต้พระราช
บัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. 2511 เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจ
การค้า และอุตสาหกรรมของประเทศทั้งด้านการค้าระหว่างประเทศ การค้าภายในประเทศ
การปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิต การควบคุมคุณภาพ ตลอดจนการคุ้มครองผู้บริโภค

จากประโยชน์และความสำคัญของมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ดังที่ได้กล่าวมา
สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) ได้ทำการส่งเสริมให้มีการใช้มาตรฐานทั้ง
ผู้ผลิตและผู้บริโภค ในด้านผู้ผลิตเป็นการส่งเสริมให้ผู้ผลิตได้ผลิตสินค้าให้ได้มาตรฐาน เมื่อผู้
ผลิตได้ผลิตสินค้าได้มาตรฐานแล้ว สามารถจะขอเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมไป
ใช้แสดงบนสินค้าเพื่อเป็นการรับรองคุณภาพสินค้าของตนเองได้ ส่วนในด้านผู้บริโภคได้ส่งเสริม

ให้รู้จักมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม เครื่องหมายมาตรฐานฯ และประโยชน์ของเครื่องหมายมาตรฐานฯ ตลอดจนเห็นความสำคัญโดยนำไปใช้ในชีวิตประจำวันเกี่ยวกับการเลือกซื้อสินค้าเพื่อใช้บริโภค พร้อมทั้งสร้างค่านิยมของผู้บริโภคให้มานิยมใช้สินค้าที่ผลิตภายในประเทศและได้รับรองมาตรฐานแล้ว

การส่งเสริมเผยแพร่มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และเครื่องหมายมาตรฐานฯ ในระยะเริ่มแรก สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ได้ทำการส่งเสริมและเผยแพร่ไปสู่ทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค จากการเผยแพร่ดังกล่าวปัจจุบันผู้ผลิตสินค้าประเภทต่าง ๆ จำนวนมาก ได้ทำการผลิตสินค้าคุณภาพได้ตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และได้ขอรับใบอนุญาตแสดงเครื่องหมายมาตรฐานฯ จากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม เพื่อรับรองคุณภาพสินค้าของตนเอง โดยการแสดงเครื่องหมายไว้บนสินค้าของผู้ผลิต และผู้ผลิตเองยังได้ส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าผ่านสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ซึ่งเห็นคุณภาพของสินค้าว่าได้มาตรฐาน และมีเครื่องหมายมาตรฐานฯ แสดงอยู่ จะเห็นได้ว่าการส่งเสริมและเผยแพร่มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมและเครื่องหมายมาตรฐานฯ ไปสู่ผู้บริโภค ซึ่งกระทำจากหน่วยงานราชการคือสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมได้เผยแพร่เน้นถึงประโยชน์และความสำคัญของมาตรฐานฯ และเครื่องหมายมาตรฐานฯ และจากผู้ผลิตที่ทำการส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าของตนเอง โดยการโฆษณาคุณภาพสินค้าว่าได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมและมีเครื่องหมายมาตรฐานฯ แสดงอยู่

ศูนย์วิทยทรัพยากร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากการเผยแพร่เครื่องหมายมาตรฐานฯ ที่ทำขึ้นจากหน่วยงานราชการและผู้ผลิตสินค้าเป็นระยะเวลาหนึ่งแล้วนั้น ควรที่จะได้มีการศึกษาถึงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคว่ามีความคิดเห็น เชื่อถือ และยอมรับเครื่องหมายมาตรฐานฯ สินค้าที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ หรือไม่อย่างไร การศึกษาในครั้งนี้ จึงได้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาถึงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อเครื่องหมายมาตรฐานฯ นี้ ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้จำกัดขอบเขตศึกษาวิจัยผู้บริโภคเฉพาะที่เป็นข้าราชการครูสังกัดกรมสามัญศึกษาใน เขตกรุงเทพมหานคร โดยกำหนดหัวข้อว่า "ความสัมพันธ์

ของทัศนคติกับพฤติกรรมการใช้สินค้าสำหรับบริโศคที่มีเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมของข้าราชการครูโรงเรียนมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานคร"

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการรู้จักเครื่องหมายมาตรฐานฯ ในกลุ่มผู้บริโศคที่เป็นข้าราชการครูโรงเรียนมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานคร และแหล่งข่าวสารที่ผู้บริโศคกลุ่มนี้ได้รับเกี่ยวกับเครื่องหมายมาตรฐานฯ
2. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโศคกลุ่มนี้ที่มีต่อเครื่องหมายมาตรฐานฯ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโศคกลุ่มนี้กับทัศนคติที่มีต่อเครื่องหมายมาตรฐานฯ
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโศคกลุ่มนี้กับพฤติกรรมการใช้สินค้าที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อเครื่องหมายมาตรฐานฯ กับพฤติกรรมการใช้สินค้าที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ ของผู้บริโศคกลุ่มนี้

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ จะทำการศึกษาเฉพาะผู้บริโศคที่เป็นข้าราชการครูโรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดกรมสามัญศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร เหตุที่เลือกศึกษาเฉพาะผู้บริโศคกลุ่มนี้ เพราะ

1. ความจำกัดในด้านทรัพยากรและเวลา
2. ครูเป็นผู้นำความคิดในการเรียนการสอน พร้อมทั้งเป็นตัวแทนที่มีความรู้ในสังคม
3. ครูทำหน้าที่เป็นพ่อบ้านหรือแม่บ้านหรือผู้นำความคิดในครอบครัวซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการใช้จ่ายสำหรับการบริโศคในครอบครัว

4. คิดว่าพฤติกรรมการใช้สินค้าของข้าราชการครูกลุ่มนี้ อาจจะชี้แนะให้เห็นถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคอื่น ๆ ได้บ้าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษากทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าที่มีเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม จะใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือสำหรับเก็บข้อมูล โดยให้ผู้ตอบ ตอบคำถามด้วยตนเอง (Self administered) ในการสร้างแบบสอบถาม ได้ค้นคว้าจากหนังสือและเอกสารต่าง ๆ รวมทั้งค้นคว้าแบบอย่างของคำถามที่เคยใช้วัดทัศนคติที่มีต่อสินค้าในการวิจัยทางการตลาดมาเป็นแนวทางในการกำหนดข้อความและสเกลการวัด

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรที่จะนำมาใช้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคกลุ่มนี้ เช่น เพศ อายุ รายได้ การศึกษา
2. การรู้จักเครื่องหมายมาตรฐานฯ
3. ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องหมายมาตรฐานฯ
4. ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าสำหรับบริโภคที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ
5. พฤติกรรมการใช้สินค้าสำหรับบริโภคที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

ทัศนคติ มาร์ติน ฟีสบายน์ (Fishbein 1952:119) ให้คำจำกัดความว่า ทัศนคติคือความโน้มเอียง ซึ่งเกิดจากการเรียนรู้ที่จะแสดงตอบสนองต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ในทางสนับสนุนหรือไม่สนับสนุน ยอมรับหรือไม่ยอมรับ และฟีสบายน์ยังได้กล่าวว่า (1963:233-40) ทัศนคติประกอบด้วย 2 องค์ประกอบคือ องค์ประกอบทางด้านความเชื่อในคุณสมบัติของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

และองค์ประกอบทางด้านความรู้สึก เช่น ความรู้สึกว่าจะชอบหรือไม่ชอบ

เฟอร์กูสัน (Ferguson 1952:81) กล่าวไว้ว่า ทศนคติ เป็นการแสดงออกของความเชื่อว่าอะไรถูกหรืออะไรผิด ชอบหรือไม่ชอบ ยอมรับหรือปฏิเสธ การแสดงออกดังกล่าวเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบ 3 ประการคือ

1. องค์ประกอบทางด้านความรู้ ความเข้าใจ (cognitive component) จะแสดงออกมาในลักษณะของความเชื่อว่าอะไรถูกอะไรผิด
2. องค์ประกอบทางความรู้สึก (affective component) จะแสดงออกมาในลักษณะของความชอบหรือไม่ชอบ
3. องค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม (behavioral component) เป็นความพร้อมที่จะกระทำ ทศนคติแสดงออกมาในลักษณะของการยอมรับหรือปฏิเสธ

ในการวิจัยครั้งนี้ คำจำกัดความของ "ทศนคติ" หมายถึง ความรู้สึก ความเชื่อ ความคิดเห็น และแนวโน้มการปฏิบัติของผู้บริโภคกลุ่มข้าราชการครูโรงเรียนมัธยมศึกษา ในกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อเครื่องหมายมาตรฐานฯ และสินค้าสำหรับบริโภคบางชนิดที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ

พฤติกรรม หมายถึง การเลือกใช้ การซื้อ และการมีสินค้าสำหรับบริโภคที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ ใช้ในบ้าน

ผู้บริโภค หมายถึง บุคคลที่ซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ไปเพื่อใช้บริโภคในชีวิตประจำวัน

สินค้าสำหรับบริโภค "สินค้า" หมายถึง สิ่งของที่ซื้อขายกัน (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตสถาน 2525:809) และคำว่า "บริโภค" หมายถึง กิน ใช้สิ้นเปลือง ใช้สอย

(พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน 2525:458) ในการศึกษาวิจัยนี้ คำจำกัดความของ "สินค้าสำหรับบริโภค" หมายถึง สิ่งของที่ซื้อขายกันเพื่อนำไปรับประทาน หรือนำไปใช้สอย สิ้นเปลือง

มาตรฐาน สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ได้ให้ความหมายว่า คือสิ่งที่ถือเป็นหลักสำหรับเทียบกำหนด แต่สำหรับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมแล้ว มาตรฐาน คือข้อกำหนดรายการต่าง ๆ ที่จะให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับกันในราคาที่มีค่าน้อยที่สุด รวมถึงวิธีทดสอบและนิยามศัพท์เพื่อช่วยให้เกิดความเข้าใจตรงกัน

เครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คือเครื่องหมายของสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ซึ่งเป็นเครื่องหมายที่แสดงถึงการรับรองว่า ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ผ่านการตรวจสอบคุณภาพตามมาตรฐานแล้ว และมีคุณภาพตามที่มาตรฐานของสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมกำหนดไว้

สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้บริโภคที่รู้จักเครื่องหมายมาตรฐานฯ จะใช้สินค้าที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ มากกว่าคนที่ไม่รู้จักเครื่องหมายมาตรฐานฯ

เหตุผล เนื่องจาก สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ได้ดำเนินการกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และส่งเสริมให้มีการใช้มาตรฐานฯ ทั้งในด้านผู้ผลิตผู้บริโภค ในส่วนของผู้บริโภคนั้น สำนักงานมาตรฐานฯ ได้ส่งเสริมและเผยแพร่ให้ผู้บริโภค ได้รู้จักการมาตรฐานฯ เครื่องหมายมาตรฐานฯ พร้อมทั้งประโยชน์ของเครื่องหมายมาตรฐานฯ ที่ผู้บริโภคจะได้รับโดยถ้าเห็นเครื่องหมายมาตรฐานฯ ที่สินค้าใดแสดงว่าสินค้านั้นผ่านการตรวจสอบคุณภาพตามมาตรฐานแล้ว จากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม จากการดำเนิน

งานส่งเสริมและเผยแพร่ดังกล่าว เครื่องหมายมาตรฐานฯ เป็นที่รู้จักกว้างขวางทั่วไปในสังคม
จึงน่าจะผู้บริโภคจะรู้จักและเห็นความสำคัญของเครื่องหมายมาตรฐานฯ โดยที่การจะเลือกซื้อ
หรือซื้อ สินค้าจะพิจารณาเครื่องหมายมาตรฐานฯ เป็นสิ่งสำคัญ

2. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องหมายมาตรฐานฯ

เหตุผล ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ในด้าน เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษาของผู้บริโภคที่แตกต่างกันไป เช่น ผู้บริโภคที่มีอายุมาก มีการศึกษาสูง รายได้สูงจะมีความต้องการเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและสุขภาพ ดังนั้นการที่จะเลือกซื้อหรือใช้สินค้าใดจะเป็นไปในลักษณะคำนึงถึงคุณภาพของสินค้าเป็นหลัก เครื่องหมายมาตรฐานฯ เป็นเครื่องหมายที่แสดงถึงการตรวจสอบและควบคุมคุณภาพของสินค้าให้ได้ตามมาตรฐานฯ ที่ได้กำหนดไว้ การรับรองคุณภาพของสินค้าช่วยในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค ดังนั้นทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องหมายมาตรฐานฯ จึงมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค

3. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สินค้าที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ

เหตุผล ดังเหตุผลที่ได้กล่าวมาแล้วในสมมุติฐานข้อที่ 2 ในการที่ผู้บริโภคมีความต้องการเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและสุขภาพ การที่จะเลือกซื้อหรือใช้สินค้า สำหรับบริโภค มักจะคำนึงถึงคุณภาพของสินค้าเป็นหลัก ดังนั้นการใช้สินค้าที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ ของผู้บริโภคน่าจะมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ในด้าน เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษาด้วย

4. ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องหมายมาตรฐานฯ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สินค้าสำหรับบริโภคที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ

เหตุผล เนื่องจากสำนักงานมาตรฐานฯ ได้ทำการส่งเสริมและเผยแพร่ให้ผู้บริโภค ได้รู้จักมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมและเครื่องหมายมาตรฐานฯ ว่ามีความสำคัญอย่างไร ตลอดจนประโยชน์ของเครื่องหมายมาตรฐานฯ ที่ผู้บริโภคจะได้รับ เป็นการคุ้มครองผู้บริโภค เมื่อผู้บริโภคซื้อหรือใช้สินค้าที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ ซึ่งหมายความถึงว่า ผู้บริโภคจะได้ สินค้าที่มีคุณภาพตรงตามมาตรฐาน ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ปลอดภัย จึงน่าจะเป็นสาเหตุทำให้ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อเครื่องหมายมาตรฐานฯ และการที่ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อเครื่องหมายมาตรฐานฯ ย่อมเป็นผลเนื่องมาจากผู้บริโภคเห็นความสำคัญ และรู้ถึงประโยชน์ของเครื่องหมายมาตรฐานฯ พร้อมทั้งเชื่อถือและยอมรับว่า เป็นเครื่องหมายที่แสดงถึงการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ ได้ตามมาตรฐานฯ ที่กำหนด ดังนั้น แนวโน้มการเลือกซื้อและใช้สินค้าของผู้บริโภค จึงน่าจะใช้ สินค้าที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ เพราะสินค้าสำหรับบริโภคใดๆ ที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ แสดงอยู่ ย่อมต้องหมายถึงว่า ผู้ผลิตได้ทำการผลิตสินค้าคุณภาพได้ตามมาตรฐานที่สำนักงาน มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมกำหนด มีการตรวจสอบและควบคุมจากสำนักงานมาตรฐานฯ จึงจะสามารถขอเครื่องหมายมาตรฐานฯ ไปใช้แสดงกับตัวสินค้าได้

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบปริมาณข้าราชการครูโรงเรียนมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานครในฐานะ ผู้บริโภคที่รู้จักเครื่องหมายมาตรฐานฯ และแหล่งข่าวสารที่ผู้บริโภคได้รับเกี่ยวกับเครื่องหมาย มาตรฐานฯ
2. ทราบทัศนคติของผู้บริโภคกลุ่มนี้ที่มีต่อเครื่องหมายมาตรฐานฯ
3. ทราบความสัมพันธ์ของทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้สินค้าสำหรับบริโภค ที่มี เครื่องหมายมาตรฐานฯ ของผู้บริโภคกลุ่มนี้ว่าถ้าผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อเครื่องหมายมาตรฐานฯ แล้วจะมีแนวโน้มที่จะใช้สินค้าที่มีเครื่องหมายมาตรฐานฯ
4. ผลการศึกษาที่ได้เป็นประโยชน์โดยตรงต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม และเผยแพร่ ได้นำผลไปใช้ในการวางแผนการส่งเสริมเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการมาตรฐานฯ และเครื่องหมายมาตรฐานฯ ต่อไป