

52770208: สาขาวิชา: ธุรกิจระหว่างประเทศ; บธ.ม. (ธุรกิจระหว่างประเทศ)

คำสำคัญ: กระบวนการยอมรับ/ เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน/ สาธารณรัฐประชาชนจีน

เพชร เพ็ชรรัตน์: กระบวนการยอมรับสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มี
แหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

(ACCEPATNCE PROCESS IN HOME APPLIANCE ORIGINATED IN PEOPLE'S

REPUBLIC OF CHINA OF CONSUMERS IN BANGKOK METROPOLITAN) อาจารย์

ผู้ควบคุมงานนิพนธ์: บรรพต วิรุณราช, Ph.D., 144 หน้า. ปี พ.ศ. 2555.

การวิจัยเรื่องกระบวนการยอมรับสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นงานวิจัยเชิงพรรณนาด้วยวิธีการสำรวจและเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบกระบวนการยอมรับสินค้า และความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน โดยประชากรในการวิจัย คือ ผู้บริโภคทั่วไปที่ซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยมีจำนวน 400 คน จากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 60.75 มีอายุในช่วง 21-30 ปี ร้อยละ 52.75 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 56.25 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 41.50 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 29.00 และร้อยละ 72.50 มีสถานภาพโสด กลุ่มตัวอย่างมีกระบวนการยอมรับในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีการยอมรับในขั้นความรู้ ขั้นการสนใจ ขั้นการจูงใจ และขั้นการนำไปใช้อยู่ในระดับปานกลาง และมีการยอมรับในขั้นการยืนยันระดับน้อย กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีนในด้านราคาอยู่ในระดับมาก ด้านผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพ ไม่มีผลต่อกระบวนการยอมรับสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากประเทศจีนในภาพรวม ยกเว้นเพศ และเพศอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพ ไม่มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากประเทศจีนในทุกด้าน ยกเว้นอาชีพ ที่มีผลต่อความคิดเห็นในด้านผลิตภัณฑ์

52770208 : MAJOR: INTERNATIONAL BUSINESS;
M.B.A. (INTERNATIONAL BUSINESS)

KEYWORDS : ACCEPTANCE PROCESS/ HOME APPLIANCE/
PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA

PETCHAREE PETCHARAT: ACCEPATNCE PROCESS IN HOME APPLIANCE
ORIGINATED IN PEOPLE'S REPUBLIC OF CHINA OF CONSUMERS IN BANGKOK
METROPOLITAN. ADVISOR: BANPOT WIRUNRAT, Ph.D., 144 P. 2012.

The study of acceptance process in home appliance originated in People's Republic of China of consumers in Bangkok Metropolitan is descriptive research using survey technique and data was collected using questionnaires. The objectives of the study were to study and compare acceptance process and the opinion on the maket combination in home appliance originated in People's Republic of China of consumers in Bangkok Metropolitan who had different personal factors. The subjects in the study were 400 general consumers buying home appliance in Bangkok area. It was showed in the findings that subjects mostly were female at percentage of 60.75, 52.75 percent were the age of 21-30, 56.25 percent obtained bachelor degree, 41.50 percent were company employees, 29.00 percent had average monthly income of 10,001-20,000 baht and 72.50 percent of subjects were single. The subjects had the overall acceptance process at moderate level. In particular, the acceptance in knowledge stage, motivation stage and application stage were at moderate level and the acceptance in guarantee stage was at the low level. Subjects expressed their opinion about market combination of home applicance from People's Republic of China were at high level and production, distribution, and market promotion were at moderate level. The results from proving the assumptions showed that age, educational level, occupation, average monthly income and status had no influence on acceptance process in home appliance originated in People's Republic of China, except gender. However, gender, age, occupation, educational level average monthly income had no influence on market combination of home appliance originated in People's Republic of China in all aspects, except occupation.

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “กระบวนการยอมรับสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบกระบวนการยอมรับสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน

2. เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคทั่วไปที่ซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านในร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน และเก็บรวบรวมข้อมูลจากพื้นที่เป้าหมาย

หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา เพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง และวิเคราะห์กระบวนการยอมรับสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน หลังจากนั้นจึงทดสอบสมมติฐานด้วยการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยใช้ Independent Sample t-test และการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance) ในกรณีที่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) โดยมีสมมติฐานในการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีกระบวนการยอมรับสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีนแตกต่างกัน

2. ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีนแตกต่างกัน

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 400 ราย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดเป็นเพศหญิง จำนวน 243 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.75 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 157 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.25 มีอายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี จำนวน 211 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.75 รองลงมาเป็นอายุ 31-40 ปี จำนวน 129 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.25 และลำดับสุดท้ายเป็นระดับอายุ มากกว่า 60 ปี จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.25 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 225 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.25 รองลงมาเป็นระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 139 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.75 และลำดับสุดท้ายเป็นระดับการศึกษาปริญญาเอก จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.50

ผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 166 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.50 รองลงนามีอาชีพรับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 160 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.00 และลำดับสุดท้ายมีอาชีพพ่อบ้าน/ แม่บ้าน จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.50 มีรายได้เฉลี่ย 10,001-20,000 บาท จำนวน 116 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.00 รองลงนามีรายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 103 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.75 และลำดับสุดท้ายมีรายได้ 40,001-50,000 บาท จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.25 และมีสถานภาพโสด จำนวน 290 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.50 ลำดับถัดมา มีสถานภาพสมรส จำนวน 103 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.75 และลำดับสุดท้ายมีสถานภาพหม้าย จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.50

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการยอมรับสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

จากวัตถุประสงค์ในการวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบกระบวนการยอมรับสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน ผลการวิเคราะห์กระบวนการยอมรับสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.83 โดยผลการวิเคราะห์ในแต่ละชั้น มีดังนี้

1. ชั้นความรู้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีการยอมรับอยู่ที่ระดับปานกลาง และมีค่าเฉลี่ย 3.30

โดยการเปรียบเทียบกระบวนการยอมรับ ในขั้นความรู้ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน พบว่า

1.1 เพศชายมีค่าเฉลี่ยมากกว่าเพศหญิงเรื่อง ทราบว่ามีเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนจำหน่ายในประเทศไทย (3.89) รู้จัก/ เคยได้ยินชื่อหรือเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีน (3.60) และศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีน (2.68)

1.2 อายุ 31-40 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่อง ทราบว่ามีเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนจำหน่ายในประเทศไทย (4.01) อายุ 21-30 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่อง รู้จัก/ เคยได้ยินชื่อหรือเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีน (2.69) และอายุมากกว่า 60 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีน (3.00)

1.3 ระดับการศึกษาปริญญาเอกมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง ทราบว่ามีเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนจำหน่ายในประเทศไทย (4.00) ปริญญาโทมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่อง รู้จัก/ เคยได้ยินชื่อหรือเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีน (3.63) และต่ำกว่าปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่อง ศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชน (2.82)

1.4 พ่อบ้าน/แม่บ้านมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง ทราบว่ามีเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนจำหน่ายในประเทศไทย (4.00) และศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีน (3.33) อาชีพค้าขายมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่อง รู้จัก/ เคยได้ยินชื่อหรือเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีน (3.81)

1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่อง ศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีน (2.75) รายได้ 40,001-50,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง ทราบว่ามีเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนจำหน่ายในประเทศไทย (4.15) และรายได้มากกว่า 50,000 บาทขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยสูงสุดและรู้จัก/ เคยได้ยินชื่อหรือเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีน (3.73)

1.6 สถานภาพหม้ายมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง ทราบว่ามีเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนจำหน่ายในประเทศไทย (5.00) รู้จัก/ เคยได้ยินชื่อหรือเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีน (4.50) และศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีน (4.00)

2. ชั้นการจูงใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีการยอมรับ อยู่ที่ระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.75

โดยการเปรียบเทียบกระบวนการยอมรับ ในขั้นการจูงใจ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีผลดังนี้

2.1 เพศชายมีค่าเฉลี่ยมากกว่าเพศหญิงในเรื่อง ทราบถึงจุดเด่น และจุดด้อยของ เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นอย่างดี (3.10) เครื่องใช้ไฟฟ้า ภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนสามารถอำนวยความสะดวกในการดำเนิน ชีวิตประจำวันได้ (3.15) ค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐ ประชาชนจีนที่สนใจซื้อ (2.67) และเมื่อรู้จัก/ เคยได้ยืมข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน ที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนแล้วรู้สึกสนใจในสินค้าดังกล่าว (2.68)

2.2 อายุมากกว่า 60 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง ทราบถึงจุดเด่น และจุดด้อยของ เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นอย่างดี (5.00) อายุต่ำกว่า 20 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนสามารถอำนวยความสะดวกในการดำเนินชีวิตประจำวันได้ (3.67) ค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับเครื่องใช้ไฟฟ้า ภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนที่สนใจซื้อ (3.00) และเมื่อรู้จัก/ เคยได้ยืมข้อมูล เกี่ยวกับเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนแล้วรู้สึกสนใจในสินค้า ดังกล่าว (3.67)

2.3 ระดับการศึกษาปริญญาเอก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง ทราบถึงจุดเด่น และจุดด้อย ของเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นอย่างดี (4.00) และค้นหาข้อมูล เพิ่มเติมเกี่ยวกับเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนที่สนใจซื้อ (3.50) ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐ ประชาชนจีนสามารถอำนวยความสะดวกในการดำเนินชีวิตประจำวันได้ (3.09) ระดับการศึกษา ปริญญาโท มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องเมื่อรู้จัก/ เคยได้ยืมข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่ มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนแล้วรู้สึกสนใจในสินค้าดังกล่าว (2.54)

2.4 พ่อบ้าน/ แม่บ้านมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องทราบถึงจุดเด่น และจุดด้อยของ เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นอย่างดี (3.83) และเครื่องใช้ไฟฟ้า ภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนสามารถอำนวยความสะดวกในการดำเนิน ชีวิตประจำวันได้ (3.33) อาชีพค้าขาย มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับ เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนที่สนใจซื้อ (2.86) และเมื่อรู้จัก/ เคย ได้ยืมข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนแล้วรู้สึกสนใจใน สินค้าดังกล่าว (2.95)

2.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องทราบถึงจุดเด่น

และจุดค้อยของเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นอย่างดี (3.42) รายได้ 10,001-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนสามารถอำนวยความสะดวกในการดำเนินชีวิตประจำวันได้ (3.03) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนที่สนใจซื้อ (2.91) และเมื่อรู้จัก/ เคยได้ยื่นข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนแล้วรู้สึกสนใจในสินค้าดังกล่าว (2.68)

2.6 สถานภาพห้ำหมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องทราบถึงจุดเด่น และจุดค้อยของเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นอย่างดี (3.50) และเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนสามารถอำนวยความสะดวกในการดำเนินชีวิตประจำวันได้ (4.50) สถานภาพหย่าร้าง มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่อง ค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนที่สนใจซื้อ (4.00) และเมื่อรู้จัก/ เคยได้ยื่นข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนแล้วรู้สึกสนใจในสินค้าดังกล่าว (3.60)

3. ชั้นการตัดสินใจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีการยอมรับ อยู่ที่ระดับปานกลาง และมีค่าเฉลี่ย 2.89 โดยการเปรียบเทียบกระบวนการยอมรับ ในชั้นการตัดสินใจ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีผลดังนี้

3.1 เพศชายมีค่าเฉลี่ยมากกว่าเพศหญิงในเรื่องประเมินผลดี-ผลเสียของเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนก่อนตัดสินใจซื้อ (3.79) รู้สึกยอมรับเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนพบว่า เพศชายมีค่าเฉลี่ยมากกว่าเพศหญิง (2.68) และจะซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีน พบว่าเพศชายมีค่าเฉลี่ยมากกว่าเพศหญิง (2.58)

3.2 อายุมากกว่า 60 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องประเมินผลดี-ผลเสียของเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนก่อนตัดสินใจซื้อ (5.00) อายุต่ำกว่า 20 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องรู้สึกยอมรับเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชน (4.33) และจะซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชน (3.00)

3.3 ระดับการศึกษาปริญญาเอก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องประเมินผลดี-ผลเสียของเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนก่อนตัดสินใจซื้อ (4.00) และจะซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชน (2.50) ปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องรู้สึกยอมรับเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชน (2.56)

3.4 รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องประเมินผลดี-ผลเสียของเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนก่อนตัดสินใจซื้อ (3.87) อาชีพค้าขายมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องรู้สึกยอมรับเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีน (2.95) และจะซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีน (2.76)

3.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่อง ประเมินผลดี-ผลเสียของเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนก่อนตัดสินใจซื้อ (3.95) รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง รู้สึกยอมรับเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชน (2.85) และจะซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีน (2.62)

3.6 สถานภาพหม้ายมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องประเมินผลดี-ผลเสียของเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนก่อนตัดสินใจซื้อ (5.00) และรู้สึกยอมรับเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชน (3.60) และสถานภาพหย่าร้างมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องจะซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีน (3.00)

4. ชั้นการนำไปใช้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีการยอมรับอยู่ที่ระดับปานกลาง และมีค่าเฉลี่ย 2.86 โดยการเปรียบเทียบกระบวนการยอมรับ ในชั้นการตัดสินใจ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีผลดังนี้

4.1 เพศชายมีค่าเฉลี่ยมากกว่าเพศหญิงในเรื่องศึกษาถึงปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นได้จากการใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนอย่างละเอียด (3.26) เรียนรู้วิธีการ/ ขั้นตอนการใช้งานเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนอย่างละเอียด (3.01) และเมื่อเกิดปัญหาจากการใช้งาน ทราบว่าจะแก้ไขปัญหานั้นอย่างไร (2.73)

4.2 อายุมากกว่า 60 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องศึกษาถึงปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นได้จากการใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนอย่างละเอียด (4.00) อายุ 41-50 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องเรียนรู้วิธีการ/ ขั้นตอนการใช้งานเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนอย่างละเอียด (3.08) และอายุต่ำกว่า 20 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องเมื่อเกิดปัญหาจากการใช้งาน ทราบว่าจะแก้ไขปัญหานั้นอย่างไร (3.00)

4.3 ระดับการศึกษาปริญญาโท มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องศึกษาถึงปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นได้จากการใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนอย่างละเอียด (3.24) ระดับปริญญาเอก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องเรียนรู้วิธีการ/ ขั้นตอนการใช้งานเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนอย่างละเอียด (3.00) และระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องเมื่อเกิดปัญหาจากการใช้งาน ทราบว่าจะแก้ไขปัญหานั้นอย่างไร (2.97)

4.4 รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องศึกษาถึงปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นได้จากการใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนอย่างละเอียด (3.21) อาชีพค้าขายมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องเรียนรู้วิธีการ/ ขั้นตอนการใช้งานเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนอย่างละเอียด (3.19) และนักเรียน/ นักศึกษา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องเมื่อเกิดปัญหาจากการใช้งาน ทราบว่าจะแก้ไขปัญหานั้นอย่างไร (2.76)

4.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท ศึกษาถึงปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นได้จากการใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนอย่างละเอียด (3.33) รายได้ 10,001-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องเรียนรู้วิธีการ/ ขั้นตอนการใช้งานเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนอย่างละเอียด (3.15) และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-50,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องเมื่อเกิดปัญหาจากการใช้งาน ทราบว่าจะแก้ไขปัญหานั้นอย่างไร (2.67)

4.6 สถานภาพโสดมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องศึกษาถึงปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นได้จากการใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนอย่างละเอียด (3.20) และสถานภาพหย่าร้าง มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องเรียนรู้วิธีการ/ ขั้นตอนการใช้งานเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนอย่างละเอียด (3.06) และเมื่อเกิดปัญหาจากการใช้งาน ทราบว่าจะแก้ไขปัญหานั้นอย่างไร (2.80)

5. ชั้นการยืนยัน ผู้ตอบแบบสอบถามมีการยอมรับอยู่ที่ระดับน้อย และมีค่าเฉลี่ย 2.34 โดยการเปรียบเทียบกระบวนการยอมรับ ในชั้นการยืนยัน ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีผลดังนี้

5.1 เพศชายมีค่าเฉลี่ยมากกว่าเพศหญิง ในเรื่องมีความพึงพอใจในสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีน หลังจากได้ใช้สินค้า (2.66) หากจะซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านในครั้งต่อไป จะซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีน (2.48) เมื่อได้ใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนแล้วจะแนะนำให้ผู้อื่นใช้ด้วย (2.32)

5.2 อายุต่ำกว่า 20 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่อง มีความพึงพอใจในสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีน หลังจากได้ใช้สินค้า (3.67) หากจะซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านในครั้งต่อไป จะซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีน (3.67) และเมื่อได้ใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนแล้ว จะแนะนำให้ผู้อื่นใช้ด้วย (3.00)

5.3 ระดับการศึกษาปริญญาเอก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องมีความพึงพอใจในสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีน หลังจากได้ใช้สินค้า (3.00) และหากจะ

ซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านในครั้งต่อไป จะซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีน (2.50) ระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่อง เมื่อได้ใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนแล้ว จะแนะนำให้ผู้อื่นใช้ด้วย (2.19)

5.4 อาชีพค้าขายมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องมีความพึงพอใจในสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีน หลังจากได้ใช้สินค้า (2.95) เมื่อได้ใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนแล้ว จะแนะนำให้ผู้อื่นใช้ด้วย (2.76) และหากจะซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านในครั้งต่อไป จะซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีน (3.05)

5.5 รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องมีความพึงพอใจในสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีน หลังจากได้ใช้สินค้า (2.74) หากจะซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านในครั้งต่อไป จะซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีน (2.71) และเมื่อได้ใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนแล้ว จะแนะนำให้ผู้อื่นใช้ด้วย (2.41)

5.6 สถานภาพหย่าร้างมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่อง มีความพึงพอใจในสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีน (3.20) หากจะซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านในครั้งต่อไป จะซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีน (4.00) และเมื่อได้ใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีนแล้ว จะแนะนำให้ผู้อื่นใช้ด้วย (3.00)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

จากวัตถุประสงค์ในการวิจัยข้อที่ 2. เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครในแต่ละด้าน มีดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.98 โดยการเปรียบเทียบความคิดเห็น ในด้านผลิตภัณฑ์ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีผลดังนี้

1.1 เพศชายมีค่าเฉลี่ยมากกว่าเพศหญิง ในเรื่องการใช้งานง่ายและสะดวก (3.57) มีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย (3.50) มีเครื่องหมายการค้าหรือตราที่ยี่ห้อ (3.09) คุณภาพของผลิตภัณฑ์มีมาตรฐาน (3.01) มีการรับประกันสินค้า (2.95) มีความคงทน ใช้งานได้ยาวนาน (2.69) และมีบริการหลังการขาย (2.68)

1.2 อายุมากกว่า 60 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องการใช้งานง่ายและสะดวก (5.00) มีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย (5.00) มีเครื่องหมายการค้าหรือตราที่ยี่ห้อ (5.00) คุณภาพของผลิตภัณฑ์มีมาตรฐาน (5.00) มีการรับประกันสินค้า (5.00) มีความคงทน ใช้งานได้ยาวนาน (5.00) และมีบริการหลังการขาย (3.33)

1.3 ระดับการศึกษาปริญญาเอก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องการใช้งานง่ายและสะดวก (5.00) มีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย (4.00) มีเครื่องหมายการค้าหรือตราที่ยี่ห้อ (3.50) คุณภาพของผลิตภัณฑ์มีมาตรฐาน (4.00) มีการรับประกันสินค้า (3.50) มีความคงทน ใช้งานได้ยาวนาน (3.50) มีบริการหลังการขาย (3.50)

1.4 พ่อบ้าน/ แม่บ้านมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่อง การใช้งานง่ายและสะดวก (4.17) ค่าขาย มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องมีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย (3.90) มีเครื่องหมายการค้าหรือตราที่ยี่ห้อ (3.43) คุณภาพของผลิตภัณฑ์มีมาตรฐาน (3.38) และมีการรับประกันสินค้า (3.33) รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องมีความคงทน ใช้งานได้ยาวนาน (3.06) และมีบริการหลังการขาย (2.94)

1.5 รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องการใช้งานง่ายและสะดวก (3.71) มีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย (3.56) มีเครื่องหมายการค้าหรือตราที่ยี่ห้อ (3.24) คุณภาพของผลิตภัณฑ์มีมาตรฐาน (3.24) มีการรับประกันสินค้า (3.15) และมีบริการหลังการขาย (2.74) และรายได้ 10,001-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องมีความคงทน ใช้งานได้ยาวนาน (2.91)

1.6 สถานภาพหย่าร้าง มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่อง การใช้งานง่ายและสะดวก (3.80) มีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย (4.00) มีเครื่องหมายการค้าหรือตราที่ยี่ห้อ (3.80) คุณภาพของผลิตภัณฑ์มีมาตรฐาน (3.40) มีการรับประกันสินค้า (3.60) และมีบริการหลังการขาย (2.80) สถานภาพสมรสมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องมีความคงทน ใช้งานได้ยาวนาน (2.69)

2. ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.43 โดยการเปรียบเทียบความคิดเห็น ในด้านราคา ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีผลดังนี้

2.1 เพศชายมีค่าเฉลี่ยมากกว่าเพศหญิงเรื่องราคาสินค้าถูกกว่ายี่ห้ออื่น (3.98) ราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า (3.73) และสามารถผ่อนชำระค่าสินค้าเป็นงวด

ได้ (3.06) เพศหญิงมีค่าเฉลี่ยมากกว่าเพศชายเรื่อง มีการให้ส่วนลดราคาสินค้า (3.21)

2.2 อายุต่ำกว่า 20 ปี และอายุ 51-60 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องราคาสินค้าถูกกว่ายี่ห้ออื่น (4.00) อายุต่ำกว่า 20 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องสามารถผ่อนชำระค่าสินค้าเป็นงวดได้ (3.67) อายุมากกว่า 60 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า (5.00) และระดับอายุ 21-30 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องมีการให้ส่วนลดราคาสินค้า (3.27)

2.3 ระดับการศึกษาปริญญาเอก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่อง ราคาสินค้าถูกกว่ายี่ห้ออื่น (4.50) และราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า (4.50) ปริญญาโท มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องมีการให้ส่วนลดราคาสินค้า (3.24) และปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่อง สามารถผ่อนชำระค่าสินค้าเป็นงวดได้ (3.01)

2.4 พ่อบ้าน/ แม่บ้าน มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องราคาสินค้าถูกกว่ายี่ห้ออื่น(4.33) รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจและค้าขาย มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า (3.81) และอาชีพค้าขาย มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องมีการให้ส่วนลดราคาสินค้า (3.62) และสามารถผ่อนชำระค่าสินค้าเป็นงวด (3.52)

2.5 รายได้มากกว่า 50,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่อง ราคาสินค้าถูกกว่ายี่ห้ออื่น (3.98) และราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า (3.82) รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่อง มีการให้ส่วนลดราคาสินค้า (3.41) และสามารถผ่อนชำระค่าสินค้าเป็นงวดได้ (3.09)

2.6 สถานภาพหย่าร้าง มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องราคาสินค้าถูกกว่ายี่ห้ออื่น (4.20) มีการให้ส่วนลดราคาสินค้า (4.00) สามารถผ่อนชำระค่าสินค้าเป็นงวดได้ (3.00) และสถานภาพหม้ายมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า (4.00)

3. ด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.40 โดยการเปรียบเทียบความคิดเห็น ในด้านการจัดจำหน่ายของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีผลดังนี้

3.1 เพศหญิงมีค่าเฉลี่ยมากกว่าเพศชายในเรื่องสามารถหาซื้อสินค้าได้สะดวก (3.81) มีสินค้าวางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าทั่วไป (3.57) มีการสั่งซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต (3.21) และมีบริการขนส่งสินค้าถึงบ้าน (3.19)

3.2 อายุมากกว่า 60 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องสามารถหาซื้อสินค้าได้สะดวก (5.00) มีสินค้าวางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าทั่วไป (5.00) และมีบริการขนส่งสินค้าถึงบ้าน (5.00) อายุต่ำกว่า 20 ปี มีการสั่งซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต (3.33)

3.3 ระดับการศึกษาปริญญาเอก มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องสามารถหาซื้อสินค้าได้สะดวก (5.00) มีสินค้าวางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าทั่วไป (4.00) และมีบริการขนส่งสินค้าถึงบ้าน (3.50) ปริญญาโท มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องมีการสั่งซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต (3.18)

3.4 พ่อบ้าน/ แม่บ้าน มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่อง สามารถหาซื้อสินค้าได้สะดวก (4.33) รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องมีสินค้าวางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าทั่วไป (3.66) นักเรียน/ นักศึกษา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องมีการสั่งซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต (3.55) และอาชีพค้าขาย มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องมีบริการขนส่งสินค้าถึงบ้าน (3.29)

3.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องสามารถหาซื้อสินค้าได้สะดวก (3.91) และมีสินค้าวางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าทั่วไป (3.67) รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องมีการสั่งซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต (3.38) และกลุ่มทั้ง 2 มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากันในเรื่องมีบริการขนส่งสินค้าถึงบ้าน (3.24)

3.6 สถานภาพสมรสมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องสามารถหาซื้อสินค้าได้สะดวก (3.87) และมีสินค้าวางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าทั่วไป (3.60) สถานภาพหย่าร้าง มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องมีการสั่งซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต (3.40) และมีบริการขนส่งสินค้าถึงบ้าน (3.60)

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ส่วนประสมการตลาดของสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจาก สาธารณรัฐประชาชนจีน ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.02 โดยการเปรียบเทียบความคิดเห็น ในด้านการส่งเสริมการตลาด ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคล แตกต่างกัน มีผลดังนี้

4.1 เพศหญิงมีค่าเฉลี่ยมากกว่าเพศชายเรื่องมีการจัดรายการพิเศษ/ ของแถมและของ สมนาคุณต่าง ๆ (3.08) และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านสื่อต่าง ๆ (3.01) และเพศชายมี ค่าเฉลี่ยมากกว่าเพศหญิงเรื่องมีการขายโดยพนักงานขาย (3.03)

4.2 อายุ 21-30 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องมีการจัดรายการพิเศษ/ ของแถมและของ สมนาคุณต่าง ๆ (3.12) อายุ 41-50 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องมีการขายโดยพนักงานขาย (3.23) และอายุ มากกว่า 60 ปี มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่อง มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านสื่อต่าง ๆ (5.00)

4.3 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องมีการจัดรายการพิเศษ/ ของ แถมและของสมนาคุณต่าง ๆ (3.26) ปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องมีการขายโดยพนักงานขาย (3.09) และปริญญาเอกมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านสื่อต่าง ๆ (4.00)

4.4 อาชีพค้าขายมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องมีการจัดรายการพิเศษ/ ของแถมและของ สมนาคุณต่าง ๆ (3.48) และมีการขายโดยพนักงานขาย (3.33) รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ย

สูงสุดเรื่องมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านสื่อต่าง ๆ (3.16)

4.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องมีการจัดรายการพิเศษ/ ของแถมและของสมนาคุณต่าง ๆ (3.22) มีการขายโดยพนักงานขาย (3.14) และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านสื่อต่าง ๆ (3.10)

4.6 สถานภาพหย่าร้าง มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรื่องมีการจัดรายการพิเศษ/ ของแถมและของสมนาคุณต่าง ๆ (3.60) มีการขายโดยพนักงานขาย (3.40) และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านสื่อต่าง ๆ (3.40)

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันมีกระบวนการยอมรับสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีนแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศกับกระบวนการยอมรับสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยใช้การทดสอบด้วยค่าสถิติ Independent Sample t-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า P-value < 0.05 จึงสามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เพศมีผลต่อกระบวนการยอมรับสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน

ผลการทดสอบปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพ กับกระบวนการยอมรับสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยใช้การทดสอบด้วยค่าสถิติ One-way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า กระบวนการยอมรับสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีนในภาพรวม ของปัจจัยส่วนบุคคลทุกด้านมีค่า P-value \geq 0.05 จึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่าอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพไม่มีผลต่อกระบวนการยอมรับสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านจากสาธารณรัฐประชาชนจีน เมื่อพิจารณารายชั้น พบว่า ในด้านอาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพ มีความแตกต่างกันในชั้นการยืนยัน เมื่อพบความแตกต่างจึงทำการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีจับคู่พหุคูณ (LSD) ผลการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ ด้วยวิธีของ LSD พบว่า กลุ่มอาชีพรับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ และกลุ่มอาชีพค้าขาย และกลุ่มที่มีอาชีพนักเรียน/ นักศึกษา จะมีการยอมรับ ในชั้นการยืนยันมากกว่ากลุ่มที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท มีกระบวนการยอมรับในชั้นการยืนยันมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท และกลุ่มที่มีสถานภาพหย่าร้างมี

กระบวนการยอมรับ ในขั้นการยืนยัน มากกว่ากลุ่มที่มีสถานภาพโสด สมรส และหม้าย

สมมติฐานที่ 2 ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีนแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศกับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยใช้การทดสอบด้วยค่าสถิติ Independent Sample t-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีนทั้ง 4 ด้าน มีค่า P-value ≥ 0.05 จึงไม่สามารถปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เพศไม่มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน

ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพ กับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยใช้การทดสอบด้วยค่าสถิติ One-way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน ของปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพ มีค่า P-value ≥ 0.05 ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด จึงไม่สามารถปฏิเสธ สมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพไม่มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน สำหรับปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า มีค่า P-value ≥ 0.05 ในด้านราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ยกเว้นด้านผลิตภัณฑ์ นั่นคือ อาชีพไม่มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน ในด้านราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด แต่มีผลต่อความคิดเห็นในด้านผลิตภัณฑ์ เมื่อพบความแตกต่างจึงทำการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีจับคู่พหุคูณ (LSD) ผลการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ ด้วยวิธีของ LSD พบว่า กลุ่มอาชีพรับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ และกลุ่มอาชีพค้าขายมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจาก

สาธารณรัฐประชาชนจีนมากกว่ากลุ่มที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาระบวนการยอมรับสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน สามารถอภิปรายได้ ดังนี้

จากสมมติฐานข้อที่ 1 “ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันมีกระบวนการยอมรับสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีนแตกต่างกัน” ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Independent Sample t-test และ One-way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า เพศมีผลต่อกระบวนการยอมรับสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชาญัญญา ตั้งศุภกิจ (2552) ที่ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยในการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านจากต่างประเทศของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร และพบว่าเพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านจากต่างประเทศ โดยในการวิจัยครั้งนี้ เพศชายมีการยอมรับสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าจากประเทศจีนมากกว่าเพศหญิง ในทุกชั้นของกระบวนการยอมรับ อาจเนื่องมาจากลักษณะบุคลิกของเพศชาย โดยส่วนใหญ่จะมีนิสัยกระตือรือร้นในเทคโนโลยีใหม่ ๆ หรือมีความสนใจในสินค้าใหม่ได้มากกว่าเพศหญิง และมีความกล้าได้กล้าเสีย ชอบเสี่ยงโชค จึงทำให้มีโอกาสในการยอมรับสินค้าใหม่ ๆ ได้มากกว่าเพศหญิง สอดคล้องกับทฤษฎีของโรเจอร์ (1983 อ้างถึงใน นภาพรณ ไทยใหญ่, 2546) ที่แบ่งผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ใหม่เป็น 5 ประเภท โดยลักษณะของเพศชายจะตรงตามกลุ่มแรกของโรเจอร์ คือ ผู้นำการยอมรับ หรือกลุ่มนवर ที่บุคคลกลุ่มนี้จะซื้อผลิตภัณฑ์ใหม่โดยไม่ต้องการคำแนะนำมาก บุคคลกลุ่มนี้มีนิสัยชอบเสี่ยงภัย เป็นพวกกระตือรือร้นในความคิดใหม่ ๆ อยู่เสมอ กล้าได้กล้าเสีย ชอบเสี่ยงโชค กล้าทำกล้าเสี่ยง ในบางครั้งอาจจะยอมรับนับปล้นจนขาดความรอบคอบไปก็มี อย่างไรก็ตาม พวกกล้าเสี่ยงนี้ก็ถือเป็นกลุ่มสำคัญในกระบวนการเผยแพร่นวัตกรรมเพราะจะสนใจใฝ่รู้และบางครั้งอาจจะนำนวัตกรรมนอกชุมชนมาใช้โดยที่คนอื่น ๆ ในชุมชนยังไม่ทราบก็มี

สำหรับปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพ ในภาพรวมไม่มีผลต่อกระบวนการยอมรับสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน หมายความว่า ไม่ว่าผู้บริโภคจะมีปัจจัยส่วนบุคคลในลักษณะใด ผู้บริโภคก็มีกระบวนการยอมรับสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีนไม่แตกต่างกัน แต่หากพิจารณาในกระบวนการยอมรับแต่ละขั้นแล้ว พบว่าในขั้นการยืนยันนั้น ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

และสถานภาพ มีผลต่อกระบวนการยอมรับ โดยอาชีพค้าขายจะมีการยอมรับมากกว่าพนักงานบริษัทเอกชน และรับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ และนักเรียน/ นักศึกษามีการยอมรับมากกว่าพนักงานบริษัทเอกชน สำหรับกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และ 10,001-20,000 บาท จะมีการยอมรับมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท อธิบายได้ว่า กลุ่มอาชีพค้าขาย และนักเรียน/ นักศึกษา ซึ่งส่วนใหญ่มักจะมีรายได้ไม่สูงนัก และไม่แน่นอน จะมีการยอมรับสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีนมากกว่า เนื่องจากมีราคาถูก และเหมาะสำหรับผู้มีรายได้น้อย

จากผลการศึกษา ยังพบว่า ผู้บริโภคมีกระบวนการยอมรับสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากประเทศจีนในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง อาจเป็นผลมาจากผู้บริโภคมีความรู้สึกต่อภาพลักษณ์สินค้าที่ผลิตจากประเทศจีนในทางลบ และสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีนที่จำหน่ายในประเทศไทยส่วนใหญ่มีตราสินค้าที่ไม่เป็นที่รู้จัก หรือเป็นที่คุ้นเคยของผู้บริโภค ทำให้มีผลต่อการกระบวนการยอมรับสินค้าได้ ซึ่งจากผลการศึกษาของทิพากร รั้งศิริ (2548) ก็พบว่า ประเทศที่ผลิตสินค้ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อ รวมทั้งงานวิจัยของชนัญญา ตั้งสุภกิจ (2552) ก็ได้อธิบายว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้า โดยคำนึงถึงตราชื่อของผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก เนื่องจากเชื่อถือในคุณภาพของผลิตภัณฑ์

จากสมมติฐานข้อที่ 2 “ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีนแตกต่างกัน” ผลการทดสอบด้วยค่าสถิติ Independent Sample t-test และ One-way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพไม่มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน หมายความว่า ไม่ว่าผู้บริโภคจะมีปัจจัยส่วนบุคคลในลักษณะใด ผู้บริโภคก็มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีนไม่แตกต่างกัน โดยปัจจัยที่ผู้บริโภคมองเห็นอยู่ในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ ราคาสินค้าถูกกว่ายี่ห้ออื่น ค่าเฉลี่ย 3.89 สามารถหาซื้อสินค้าได้สะดวก ค่าเฉลี่ย 3.79 และราคาสินค้ามีความเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ค่าเฉลี่ย 3.64 ซึ่งตรงกับผลการศึกษาของ ทิพากร รั้งศิริ (2548) ที่พบว่า ภาพพจน์สินค้าจีนในภาพรวมที่กลุ่มตัวอย่างนึกถึงมากที่สุด คือ ราคาต่ำ/ ต้นทุนต่ำ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของสมหญิง ดิษฐวิเศษ (2550) ที่พบว่า ผู้บริโภคมีความเห็นว่าราคาสินค้าของเครื่องใช้ไฟฟ้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน ถูกกว่าราคาสินค้าทั่วไป ในระดับมาก ซึ่งภาพพจน์สินค้าในลักษณะนี้

อาจส่งผลต่อต่อกระบวนการยอมรับโดยรวมของสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน ที่อยู่ในระดับปานกลาง ตามที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้นด้วย

สำหรับปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ พบว่า อาชีพไม่มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน ในด้านราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด แต่มีผลต่อความคิดเห็นในด้านผลิตภัณฑ์ หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน ในด้านราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดไม่แตกต่างกัน แต่มีความคิดเห็นในด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน โดยพนักงานบริษัทเอกชน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีนในระดับที่ต่ำกว่าอาชีพค้าขาย และรับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ โดยพนักงานบริษัทเอกชนมีความเห็นเกี่ยวกับด้านผลิตภัณฑ์ ของเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีนอยู่ในระดับน้อย-ปานกลาง โดยเห็นว่ามีความคงทน ใช้งานได้ยาวนาน มีบริการหลังการขาย มีการรับประกันสินค้า คุณภาพของผลิตภัณฑ์มีมาตรฐาน ในระดับน้อย และมีเครื่องหมายการค้าหรือตราชี้ห่อ มีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย การใช้งานง่ายและสะดวก ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ที่ได้อธิบายไว้ว่า กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชนมีกระบวนการยอมรับในขั้นการยืนยันน้อยกว่ากลุ่มอื่น ๆ จะเห็นได้ว่ามีความสอดคล้องกัน คือ เมื่อมีความคิดเห็นว่าเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน ไม่มีคุณภาพ จึงให้มีการยอมรับน้อย ซึ่งตรงกับทฤษฎีส่วนประสมการตลาดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541 อ้างถึงใน นภาพรณ ไทยใหญ่, 2546) ก็ได้อธิบายเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ไว้ว่า ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีมูลค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่ขายได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยมาประยุกต์ใช้

ผลการศึกษากระบวนการยอมรับสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงระดับของกระบวนการยอมรับสินค้าในแต่ละขั้นของผู้บริโภค และความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน ที่จะเป็นประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดของบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐ

ประชณจันได้ ดังนี้

1. เพศชายมีกระบวนการยอมรับมากกว่าเพศหญิง ดังนั้น การนำเสนอสินค้า ผู้ประกอบการควรเลือกเสนอให้กับผู้บริ โภคที่เป็นเพศชายก่อน เนื่องจากมีโอกาสที่จะยอมรับ สินค้าได้มากกว่า และหากสามารถทำให้ผู้บริ โภคเพศชายยอมรับในสินค้าได้ ก็จะมีการแนะนำหรือ บอกต่อไปยังผู้บริ โภคคนอื่นได้

2. ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพ ในภาพรวมไม่มีผลต่อกระบวนการยอมรับสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิด สินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน หมายความว่า การนำเสนอสินค้าจะนำเสนอให้กับผู้บริ โภคที่มี อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพใดก็ได้ แต่หากต้องการเจาะกลุ่ม ย่อย กลุ่มที่มีโอกาสเสนอสินค้าได้มากที่สุด คือ กลุ่มที่มีอาชีพค้าขายและนักเรียน/ นักศึกษา และมี รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ 10,001-20,000 บาท เนื่องจากมีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มอื่น

3. ความคิดเห็นของผู้บริ โภคเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดของสินค้าประเภท เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน ในด้านผลิตภัณฑ์ มี ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด เมื่อเทียบกับด้านอื่น ซึ่งถือเป็นจุดอ่อนที่ผู้ประกอบการควรปรับปรุงมากที่สุด โดย ผู้ประกอบการควรปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีความคงทน ใช้งานได้ยาวนาน คุณภาพของผลิตภัณฑ์มี มาตรฐาน และมีบริการหลังการขายที่ดี นอกจากนี้ควรมีการปรับปรุงด้านการส่งเสริมตลาด โดย การเพิ่มการโฆษณา ประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น รวมถึงการปรับภาพลักษณ์ของ สินค้าให้ดียิ่งขึ้นด้วย

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากสินค้าที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีนมีหลากหลายชนิด และหลายยี่ห้อ ในการวิจัยครั้งต่อไป ผู้ที่สนใจศึกษาควรระบุสินค้า และยี่ห้อที่ต้องการศึกษาให้ แคลบลง เช่น โทรทัศน์ เครื่องเล่นดีวีดี เครื่องซักผ้า และตู้เย็น เป็นต้น และควรเพิ่มการศึกษา เปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ที่มีแหล่งกำเนิดสินค้าจากประเทศอื่น ๆ ด้วย เพื่อจะได้ทราบถึงจุดอ่อน จุดแข็งของผลิตภัณฑ์ที่สนใจได้มากขึ้น

2. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการขยายขอบเขตของประชากรให้กว้างขึ้น ทั้งขอบเขต ด้านประชากร และขอบเขตด้านสถานที่ เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่แม่นยำ และชัดเจนในเชิงลึกยิ่งขึ้น

3. ควรมีการศึกษาในประเด็นอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมของผู้บริ โภค และความผูกพันของลูกค้า เป็นต้น เพื่อนำผลวิจัยมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ ต่อไป