

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถสรุป และอภิปรายผลที่ได้จากการศึกษา ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-29 ปี มีสถานภาพโสดและสมรสในสัดส่วนเท่ากัน มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ได้ตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มทีวี เครื่องเล่นแผ่นซีดี ดีวีดี เครื่องเสียงมินิคอมโบ ไมโครคอมโบ ที่ระดับราคา 1,001-5,000 บาท มากที่สุด

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า

2.1 ความถี่ในการเปิดรับสื่อ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ตัดสินใจซื้อจาก สื่อโทรทัศน์ และสื่อหนังสือพิมพ์บ่อยที่สุด คือเปิดรับมากกว่า 4 ครั้งต่อสัปดาห์ สื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเปิดรับบ่อยรองลงมา ได้แก่ สื่อแผ่นพับ ใบปลิว และสื่อป้ายโฆษณา ณ จุดขาย โดยเปิดรับ 1 – 2 ครั้งต่อสัปดาห์ และสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามเปิดรับน้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ได้แก่ สื่อคนรู้จัก สื่อพนักงานขาย สื่อพนักงานแนะนำสินค้า (PC) และสื่อแค็ตตาล็อก นอกจากนี้ยังมีสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ตัดสินใจซื้อเลย ได้แก่ สื่อวิทยุ สื่อนิตยสาร/วารสาร สื่อรถแห่ สื่อ Internet สื่อ E-mail และสื่อ SMS/MMS

2.2 การเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ

สิ่งที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สังเกตเห็นปัญหาจนเกิดความสนใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าคือ การได้เห็นรูปลักษณะที่สวยงาม ทันสมัยของสินค้า รองลงมาคือสินค้าเดิมที่ใช้อยู่ชำรุดเสียหายและการมีเทคโนโลยีใหม่ โดยเกิดความสนใจซื้อจากสื่อโทรทัศน์ มากที่สุด รองลงมาคือสื่อแผ่นพับ ใบปลิว และสื่อแค็ตตาล็อก

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้า ราคาของสินค้า และฟังก์ชันการใช้งานของสินค้า เพิ่มเติมภายหลังจากเกิดความสนใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า โดยมักหาข้อมูลดังกล่าวจากสื่อพนักงานขาย/พนักงานแนะนำสินค้า มากที่สุด รองลงมาคือสื่อแผ่นพับ ใบปลิว และสื่อแค็ตตาล็อก นอกจากนี้ยังมีการหาข้อมูลเพิ่มเติมจากร้านจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า โดยร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมคือร้านขายเครื่องใช้ไฟฟ้าโดยเฉพาะ เช่น นิยมพานิช สหพานิช สยามทีวี รองลงมาคือห้างไฮเปอร์มาร์เกต เช่น เทสโก้โลตัส คาร์ฟูร์ บิ๊กซี และห้างสรรพสินค้า/ร้านภายในห้างสรรพสินค้า เช่น โรบินสัน เซ็นทรัลลาดพร้าว พาเวลรี่บาย

เหตุผลหลักในการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ราคาสินค้า รองลงมาคือเทคโนโลยีใหม่ของสินค้า และรูปลักษณะที่สวยงาม ทันสมัยของสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีการหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบเครื่องใช้ไฟฟ้า ภายหลังจากตัดสินใจซื้อ แต่สำหรับผู้ที่มีการหาข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบภายหลังจากตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า ส่วนใหญ่จะหาข้อมูลจากสื่อโทรทัศน์ รองลงมาคือสื่อแผ่นพับ ใบปลิว และสื่อพนักงานขาย/พนักงานแนะนำสินค้า

ส่วนที่ 3 สื่อที่มีผลในการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าชั้นนำสุดของผู้บริโภค

จากการศึกษาพบว่า สื่อต่าง ๆ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าในระดับน้อยที่สุดถึง ระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.0 – 3.4) โดยสื่อโทรทัศน์มีผลในการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ามากที่สุด รองลงมาคือสื่อคนรู้จัก และสื่อแผ่นพับ/ใบปลิว

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อในการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าของผู้บริโภค จำแนกตามกลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ตัดสินใจซื้อ

4.1 ความถี่ในการเปิดรับสื่อ กับกลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ตัดสินใจซื้อ

ผู้ตอบแบบสอบถาม ที่ตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกกลุ่ม ส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ บ่อยที่สุด คือ มากกว่า 4 ครั้งต่อสัปดาห์ และไม่เคยได้รับข่าวสารจากสื่อรณรงค์ Internet สื่อ E-mail สื่อ SMS/MMS และสื่อจดหมาย

4.2 การเปิดรับสื่อในแต่ละกระบวนการตัดสินใจซื้อ กับกลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ตัดสินใจซื้อ สามารถสรุปได้ตามตาราง ดังนี้

ตารางที่ 62 สื่อที่เลือกเปิดรับ และข้อมูลที่ต้องการ จำแนกตามเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ตัดสินใจซื้อ กับขั้นตอนการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า

ขั้นการตัดสินใจซื้อ	เครื่องใช้ไฟฟ้าที่ตัดสินใจซื้อ					
	Install HA	Plug and Play HA	เครื่องใช้ในครัวเล็ก	เครื่องใช้ในบ้านเล็ก	แอลซีดี พลาสมา โฮมๆ	ทีวีสี เครื่องเสียง ฯลฯ
1. การเล็งเห็นปัญหา	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. โทรทัศน์ 2. พนักงานขาย/พนักงานแนะนำสินค้า 3. แค็ตตาล็อก <p>ข้อมูลที่ต้องการ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น 2. รูปลักษณ์ที่สวยงามทันสมัย 3. เทคโนโลยีใหม่ของสินค้า 	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. โทรทัศน์ 2. แผ่นพับ ใบปลิว 3. แค็ตตาล็อก <p>ข้อมูลที่ต้องการ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สินค้าเดิมชำรุดเสียหาย 2. สุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น 3. รูปลักษณ์ที่สวยงาม ทันสมัย 	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. แผ่นพับ ใบปลิว 2. โทรทัศน์ 3. แค็ตตาล็อก <p>ข้อมูลที่ต้องการ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. รูปลักษณ์ที่สวยงาม ทันสมัย และสินค้าเดิมชำรุดเสียหาย 2. เทคโนโลยีใหม่ของสินค้า และไม่มีแต่ต้องการใช้งาน 	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. โทรทัศน์ 2. แผ่นพับ ใบปลิว 3. หนังสือพิมพ์ <p>ข้อมูลที่ต้องการ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สินค้าเดิมชำรุดเสียหาย 2. รูปลักษณ์ที่สวยงาม ทันสมัย 3. ต้องการใช้งานแต่ไม่เคยมี 	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. โทรทัศน์ 2. แผ่นพับ ใบปลิว 3. แค็ตตาล็อก <p>ข้อมูลที่ต้องการ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. รูปลักษณ์ที่สวยงาม ทันสมัย 2. เทคโนโลยีใหม่ของสินค้า 3. ต้องการซื้อเพิ่มเติม 	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. โทรทัศน์ 2. หนังสือพิมพ์ 3. แค็ตตาล็อก <p>ข้อมูลที่ต้องการ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. รูปลักษณ์ที่สวยงาม ทันสมัย 2. เทคโนโลยีใหม่ของสินค้า 3. สินค้าเดิมชำรุดเสียหาย

ตารางที่ 62 (ต่อ)

ขั้นการตัดสินใจซื้อ	เครื่องใช้ไฟฟ้าที่ตัดสินใจซื้อ					
	Install HA	Plug and Play HA	เครื่องใช้ในครัวเล็ก	เครื่องใช้ในบ้านเล็ก	แอลซีดี พลาสมา โฮมๆ	ทีวีสี เครื่องเสียง ฯลฯ
2.การแสวงหาข้อมูล	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <p>1.พนักงานขาย/ พนักงานแนะนำสินค้า</p> <p>2.แผ่นพับ โบปลิว</p> <p>3.แค็ตตาล็อก</p> <p>ข้อมูลที่ต้องการ</p> <p>1.คุณภาพสินค้า</p> <p>2.ราคาสินค้า</p> <p>3.ฟังก์ชัน การใช้งาน</p>	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <p>1.พนักงานขาย/ พนักงานแนะนำ สินค้า</p> <p>2.แค็ตตาล็อก</p> <p>3.โทรทัศน์</p> <p>ข้อมูลที่ต้องการ</p> <p>1.คุณภาพสินค้า</p> <p>2.ราคาสินค้า</p> <p>3.บริการหลังการขาย</p>	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <p>1.พนักงานขาย/ พนักงานแนะนำ สินค้า</p> <p>2.แผ่นพับ โบปลิว</p> <p>3.แค็ตตาล็อก</p> <p>ข้อมูลที่ต้องการ</p> <p>1.ราคาสินค้า</p> <p>2.คุณภาพสินค้า</p> <p>3.ฟังก์ชัน การใช้งาน</p>	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <p>1.แผ่นพับ โบปลิว</p> <p>2.พนักงานขาย/ พนักงานแนะนำสินค้า</p> <p>3.คนรู้จัก/โทรทัศน์</p> <p>ข้อมูลที่ต้องการ</p> <p>1.คุณภาพสินค้า</p> <p>2.ราคาสินค้า</p> <p>3.ฟังก์ชัน การใช้งาน</p>	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <p>1.แค็ตตาล็อก</p> <p>2.แผ่นพับ โบปลิว</p> <p>3.Internet</p> <p>ข้อมูลที่ต้องการ</p> <p>1.ราคาสินค้า และ คุณภาพสินค้า</p> <p>2.ฟังก์ชัน การใช้งาน</p>	<p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <p>1.พนักงานขาย/ พนักงานแนะนำสินค้า</p> <p>2.Internet</p> <p>3.โทรทัศน์</p> <p>ข้อมูลที่ต้องการ</p> <p>1.คุณภาพสินค้า</p> <p>2.ราคาสินค้า</p> <p>3.ฟังก์ชัน การใช้งาน</p>
3.การประเมินทางเลือกและตัดสินใจซื้อ	<p>ข้อมูลที่ให้</p> <p>ความสำคัญมากที่สุด</p> <p>1.ราคาสินค้า</p> <p>2.เทคโนโลยีใหม่ของ สินค้า</p> <p>3.การส่งเสริมการขาย</p>	<p>ข้อมูลที่ให้</p> <p>ความสำคัญมากที่สุด</p> <p>1.เทคโนโลยีใหม่ ของสินค้า</p> <p>2.ความสวยงาม ทันสมัย</p> <p>3.ราคาสินค้า</p>	<p>ข้อมูลที่ให้</p> <p>ความสำคัญมากที่สุด</p> <p>1.ราคาสินค้า</p> <p>2.เทคโนโลยีใหม่ ของสินค้า และ ความสวยงาม ทันสมัย</p>	<p>ข้อมูลที่ให้</p> <p>ความสำคัญมากที่สุด</p> <p>1.เทคโนโลยีใหม่ของ สินค้า และ ราคาสินค้า</p> <p>2.ความสวยงาม ทันสมัย</p>	<p>ข้อมูลที่ให้</p> <p>ความสำคัญมากที่สุด</p> <p>1.เทคโนโลยีใหม่ของ สินค้า และ ราคาสินค้า</p> <p>2.ความสวยงาม ทันสมัย</p>	<p>ข้อมูลที่ให้</p> <p>ความสำคัญมากที่สุด</p> <p>1.ราคาสินค้า</p> <p>2.เทคโนโลยีใหม่ของ สินค้า</p> <p>3.ความสวยงาม ทันสมัย</p>

ตารางที่ 62 (ต่อ)

ขั้นการตัดสินใจซื้อ	เครื่องใช้ไฟฟ้าที่ตัดสินใจซื้อ					
	Install HA	Plug and Play HA	เครื่องใช้ในครัวเล็ก	เครื่องใช้ในบ้านเล็ก	แอลซีดี พลาสมา โฮมๆ	ทีวีสี เครื่องเสียง ฯลฯ
4.การประเมินผล หลังการซื้อ	<p>พฤติกรรม เปรียบเทียบ หลังการซื้อ</p> <p>- มีการเปรียบเทียบ</p> <p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <p>1.โทรทัศน์</p> <p>2.พนักงานขาย/ พนักงานแนะนำสินค้า</p> <p>3.แผ่นพับ ใบปลิว</p>	<p>พฤติกรรม เปรียบเทียบ หลังการซื้อ</p> <p>- ไม่มีการ เปรียบเทียบ</p> <p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <p>1.โทรทัศน์</p> <p>2.แผ่นพับ ใบปลิว</p> <p>3.พนักงานขาย/ พนักงานแนะนำ สินค้า</p>	<p>พฤติกรรม เปรียบเทียบ หลังการซื้อ</p> <p>- ไม่มีการ เปรียบเทียบ</p> <p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <p>1.แผ่นพับ ใบปลิว และโทรทัศน์</p> <p>2.พนักงานขาย/ พนักงานแนะนำ สินค้า</p>	<p>พฤติกรรม เปรียบเทียบ หลังการซื้อ</p> <p>- ไม่มีการ เปรียบเทียบ</p> <p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <p>1.โทรทัศน์</p> <p>2.แผ่นพับ ใบปลิว, หนังสือพิมพ์,พนักงาน ขาย/พนักงานแนะนำ สินค้า ,แค็ตตาล็อก</p>	<p>พฤติกรรม เปรียบเทียบ หลังการซื้อ</p> <p>- มีการเปรียบเทียบ</p> <p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <p>1.Internet</p> <p>2.แค็ตตาล็อก</p> <p>3.แผ่นพับ ใบปลิว</p>	<p>พฤติกรรม เปรียบเทียบ หลังการซื้อ</p> <p>- ไม่มีการ เปรียบเทียบ</p> <p>สื่อที่เลือกเปิดรับ</p> <p>1.โทรทัศน์</p> <p>2.หนังสือพิมพ์</p> <p>3.พนักงานขาย/ พนักงานแนะนำสินค้า</p>

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ที่ตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่ม Install HA : เครื่องใช้ไฟฟ้าที่อาศัยการติดตั้งจากผู้ชำนาญ เกิดความสนใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าขึ้นดังกล่าวจากความต้องการมีสุขภาพ และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นมากที่สุด รองลงมาคือรูปลักษณะที่ดูสวยงาม ทันสมัย ของสินค้า และเทคโนโลยีใหม่ ที่อยู่ในตัวสินค้า โดยได้รับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ สื่อพนักงานขาย/พนักงานแนะนำสินค้า และสื่อเค็ดตาลีออค ซึ่งหลังจากเกิดความสนใจซื้อแล้วผู้ตอบแบบสอบถามต้องการข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณภาพสินค้ามากที่สุด รองลงมาคือ ราคาสินค้า และฟังก์ชันการใช้งาน โดยทำการแสวงหาข้อมูลดังกล่าวจากสื่อพนักงานขาย/พนักงานแนะนำสินค้า มากที่สุด รองลงมาคือสื่อ แผ่นพับ ใบปลิว และสื่อเค็ดตาลีออค โดยข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดในการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มนี้ คือราคาสินค้า รองลงมาคือ เทคโนโลยีใหม่ในตัวสินค้า และการส่งเสริมการขาย นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังมีการหาข้อมูลเพื่อทำการประเมินผลสินค้าภายหลังการตัดสินใจซื้อ โดยรับข้อมูลจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือสื่อพนักงานขาย/พนักงานแนะนำสินค้า และสื่อแผ่นพับ ใบปลิว

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่ตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่ม Plug and Play HA : เครื่องใช้ไฟฟ้าที่ไม่ต้องติดตั้งจากผู้ชำนาญ เกิดความสนใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าขึ้นดังกล่าวจาก สินค้าเดิมที่ใช้อยู่เกิดชำรุด เสียหาย มากที่สุด รองลงมาคือความต้องการมีสุขภาพ และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และรูปลักษณะที่ดูสวยงาม ทันสมัย ของสินค้า โดยได้รับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ สื่อแผ่นพับ ใบปลิว และสื่อเค็ดตาลีออค ซึ่งหลังจากเกิดความสนใจซื้อแล้วผู้ตอบแบบสอบถามต้องการข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณภาพสินค้ามากที่สุด รองลงมาคือ ราคาสินค้า และการบริการหลังการขาย โดยทำการแสวงหาข้อมูลดังกล่าวจากสื่อ พนักงานขาย/พนักงานแนะนำสินค้า มากที่สุด รองลงมาคือสื่อเค็ดตาลีออค และสื่อโทรทัศน์ โดยข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดในการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มนี้ คือเทคโนโลยีใหม่ในตัวสินค้า รองลงมาคือความสวยงาม ทันสมัยของสินค้า และราคาสินค้า นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีการหาข้อมูลเพื่อทำการประเมินผลสินค้าภายหลังการตัดสินใจซื้อ แต่หากต้องการประเมินผลภายหลังการตัดสินใจซื้อ ส่วนใหญ่จะรับข้อมูลจากสื่อ โทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ สื่อแผ่นพับ ใบปลิว และสื่อพนักงานขาย/พนักงานแนะนำสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่ตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มเครื่องใช้ในครัว ขนาดเล็ก เกิดความสนใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าขึ้นดังกล่าวจากรูปลักษณะที่ดูสวยงาม ทันสมัย ของสินค้า และสินค้าเดิมที่ใช้อยู่เกิดชำรุด เสียหายมากที่สุด รองลงมาคือเทคโนโลยีใหม่ของสินค้า และต้องการใช้งานแต่ยังไม่ได้รับข่าวสารจากสื่อแผ่นพับ ใบปลิวมากที่สุด รองลงมาคือ สื่อโทรทัศน์ และสื่อเค็ดตาลีออค ซึ่งหลังจากเกิดความสนใจซื้อแล้วผู้ตอบแบบสอบถามต้องการ

ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับราคาสินค้า มากที่สุด รองลงมาคือคุณภาพสินค้า และฟังก์ชันการใช้งาน โดยทำการแสวงหาข้อมูลดังกล่าวจากสื่อ พนักงานขาย / พนักงานแนะนำสินค้า มากที่สุด รองลงมาคือ สื่อแผ่นพับ ใบปลิว และสื่อแค็ตตาล็อก โดยข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดใน การตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มนี้ คือราคาสินค้า รองลงมาคือเทคโนโลยีใหม่ในตัวสินค้า และ ความสวยงาม ทันสมัยของสินค้า นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีการหาข้อมูลเพื่อทำ การประเมินผลสินค้าภายหลังการตัดสินใจซื้อ แต่หากต้องการประเมินผลภายหลังการตัดสินใจซื้อ ส่วนใหญ่จะรับข้อมูลจากสื่อโทรทัศน์และสื่อแผ่นพับ ใบปลิว มากที่สุด รองลงมาคือ สื่อพนักงาน ขาย/พนักงานแนะนำสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่ตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้านขนาดเล็ก เกิด ความสนใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าชิ้นดังกล่าวจากสินค้าเดิมที่ใช้อยู่เกิดชำรุด เสียหายมากที่สุด รองลงมา คือรูปลักษณะที่ดูสวยงาม ทันสมัย ของสินค้า และต้องการใช้งานแต่ยังไม่ใช้ โดยได้รับข่าวสารจาก สื่อโทรทัศน์ มากที่สุด รองลงมาคือสื่อแผ่นพับ ใบปลิว และสื่อหนังสือพิมพ์ ซึ่งหลังจากเกิดความ สนใจซื้อแล้วผู้ตอบแบบสอบถามต้องการข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณภาพสินค้ามากที่สุด รองลงมา คือราคาสินค้า และฟังก์ชันการใช้งาน โดยทำการแสวงหาข้อมูลดังกล่าวจากสื่อแผ่นพับ ใบปลิว มากที่สุด รองลงมาคือสื่อพนักงานขาย/พนักงานแนะนำสินค้า และสื่อคนรู้จัก กับสื่อโทรทัศน์ โดย ข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดใน การตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มนี้ คือ เทคโนโลยีใหม่ในตัวสินค้า และราคาสินค้า รองลงมาคือ ความสวยงาม ทันสมัยของสินค้า นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีการหาข้อมูลเพื่อทำการประเมินผลสินค้าภายหลังการ ตัดสินใจซื้อ แต่หากต้องการประเมินผลภายหลังการตัดสินใจซื้อ ส่วนใหญ่จะรับข้อมูลจากสื่อ โทรทัศน์ มากที่สุด รองลงมาคือสื่อแผ่นพับ ใบปลิว สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อแค็ตตาล็อก และ สื่อพนักงานขาย/พนักงานแนะนำสินค้า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่ตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มแอลซีดี พลาสมาทีวี และโฮมเธียเตอร์ เกิดความสนใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าชิ้นดังกล่าวจาก รูปลักษณะที่ดูสวยงาม ทันสมัย ของสินค้า มากที่สุด รองลงมาคือ เทคโนโลยีใหม่ที่อยู่ในตัวสินค้า และความต้องการซื้อเพิ่มเติม โดยได้รับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ สื่อแผ่นพับ ใบปลิว และสื่อแค็ตตาล็อก ซึ่งหลังจากเกิดความสนใจซื้อแล้วผู้ตอบแบบสอบถามต้องการข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับราคาสินค้า และคุณภาพสินค้า มากที่สุด รองลงมาคือฟังก์ชันการใช้งาน โดยทำการแสวงหาข้อมูลดังกล่าวจาก สื่อแค็ตตาล็อก มากที่สุด รองลงมาคือสื่อแผ่นพับ ใบปลิว และสื่อ Internet โดยข้อมูลที่ผู้ตอบ แบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดใน การตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มนี้ คือเทคโนโลยีใหม่ ในตัวสินค้า และราคาสินค้า รองลงมาคือความสวยงาม ทันสมัย นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนใหญ่ยังมีการหาข้อมูลเพื่อทำการประเมินผลสินค้าภายหลังการตัดสินใจซื้อ โดยรับข้อมูลจากสื่อ Internet มากที่สุด รองลงมาคือสื่อแค็ตตาล็อก และสื่อแผ่นพับ ไปปลิว

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่ตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มทีวี เครื่องเล่นแผ่นซีดี ดีวีดี เครื่องเสียงมินิคอมโบ เครื่องเสียงไมโครคอมโบ เกิดความสนใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าขึ้นดังกล่าวจากรูปลักษณะที่ดูสวยงาม ทันสมัยของสินค้ามากที่สุด รองลงมาคือ เทคโนโลยีใหม่ที่มีในสินค้า และสินค้าเดิมที่ใช้อยู่เกิดชำรุด เสียหาย โดยได้รับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ มากที่สุด รองลงมาคือสื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อแค็ตตาล็อก ซึ่งหลังจากเกิดความสนใจซื้อแล้วผู้ตอบแบบสอบถามต้องการข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณภาพสินค้ามากที่สุด รองลงมาคือราคาสินค้า และฟังก์ชันการใช้งาน โดยทำการแสวงหาข้อมูลดังกล่าวจากสื่อพนักงานขาย/พนักงานแนะนำสินค้ามากที่สุด รองลงมาคือสื่อ Internet และสื่อโทรทัศน์ โดยข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดในการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มนี้ คือราคาสินค้า รองลงมาคือเทคโนโลยีใหม่ในตัวสินค้า และความสวยงาม ทันสมัยของสินค้า นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีการหาข้อมูลเพื่อทำการประเมินผลสินค้าภายหลังการตัดสินใจซื้อ แต่หากต้องการประเมินผลภายหลังการตัดสินใจซื้อ ส่วนใหญ่จะรับข้อมูลจากสื่อโทรทัศน์ มากที่สุด รองลงมาคือสื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อพนักงานขาย/พนักงานแนะนำสินค้า

อภิปรายผล

การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อในการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่ตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกกลุ่ม มีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ตัดสินใจซื้อขึ้นล่าสุดจาก สื่อโทรทัศน์ มากกว่า 4 ครั้งต่อสัปดาห์ อันสอดคล้องกับผลการศึกษา ของศูนย์สารสนเทศธุรกิจ สวนดุสิต (SBIC) (2548) ที่ศึกษาเรื่องการเลือกซื้อสินค้าและการรับสื่อของคนไทย ที่พบว่า สื่อโทรทัศน์ เป็นสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบเห็นเป็นประจำ และเปิดรับ 2 ครั้งหรือมากกว่า ต่อสัปดาห์ นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่าสื่อหนังสือพิมพ์ เป็นสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมากกว่า 4 ครั้งต่อสัปดาห์เช่นกัน แต่มีเพียงผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่ม Install HA: เครื่องใช้ไฟฟ้าที่อาศัยการติดตั้งจากผู้ชำนาญ และกลุ่มทีวี เครื่องเล่นแผ่นซีดี ดีวีดี เครื่องเสียงมินิคอมโบ ไมโครคอมโบ เท่านั้นที่ส่วนใหญ่เปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์มากกว่า 4 ครั้งต่อสัปดาห์

การเปิดรับสื่อในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ

1. ขั้นการเล็งเห็นปัญหา

ผลการศึกษาพบว่า สื่อโทรทัศน์ เป็นสื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เกิดความสนใจซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องครัวที่ใช้ไฟฟ้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ของประสิทธิ์ ศิริกาญจน์วงศ์ (2539) ที่พบว่าสื่อที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามทราบถึงผลิตภัณฑ์ และเป็นแรงจูงใจให้ตัดสินใจซื้ออันดับแรกคือ สื่อโทรทัศน์ ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ในครัวขนาดเล็ก ที่ส่วนใหญ่เกิดความสนใจซื้อจากสื่อแผ่นพับ ใบปลิว

เหตุจูงใจที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เกิดความสนใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า กลุ่ม Install HA: เครื่องใช้ไฟฟ้าที่อาศัยการติดตั้งจากผู้ชำนาญคือ ความต้องการมีสุขภาพ และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่ม Plug and Play HA: เครื่องใช้ไฟฟ้าที่ไม่ต้องติดตั้งจากผู้ชำนาญและเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้านขนาดเล็ก เกิดความสนใจซื้อจากสินค้าเดิมที่ใช้อยู่ชำรุดเสียหาย สำหรับเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวขนาดเล็ก กลุ่มแอลซีดี พลาสมาทีวี โซมเรียเตอร์ และกลุ่มทีวีสี เครื่องเล่นแผ่นซีดี ดีวีดี เครื่องเสียงมินิคอมโบ ไมโครคอมโบ ส่วนใหญ่เกิดความสนใจซื้อจากการได้เห็นรูปลักษณะที่สวยงามทันสมัยของสินค้า ดังนั้นการส่งข่าวสารผ่านสื่อเพื่อกระตุ้นการเกิดความสนใจซื้อควรแตกต่างกันในแต่ละกลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้า

2. ขั้นการแสวงหาข้อมูล

ผลการศึกษาพบว่า ข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่ตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าทุกกลุ่มต้องการทราบเพิ่มเติมเพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อคือคุณภาพสินค้า รองลงมาคือ ราคาสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องครัวที่ใช้ไฟฟ้าของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ของประสิทธิ์ ศิริกาญจน์วงศ์ (2539) ที่พบว่าสิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามคำนึงถึงในการซื้ออันดับแรกคือคุณภาพสินค้า รองลงมาคือราคาสินค้า

ผลการศึกษายังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่แสวงหาข้อมูลจากสื่อพนักงานขาย/พนักงานแนะนำสินค้ามากที่สุด ยกเว้นผู้ที่ตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้านขนาดเล็ก ที่ส่วนใหญ่แสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมจากสื่อแผ่นพับ ใบปลิว และผู้ที่ตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มแอลซีดี พลาสมาทีวี และโซมเรียเตอร์ที่ส่วนใหญ่แสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมจากสื่อแค็ตตาล็อก ดังนั้นการเลือกใช้สื่อในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติมให้กับผู้บริโภคที่สนใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าควรเลือกให้เหมาะสมกับกลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้า

3. ขั้นการประเมินทางเลือก และตัดสินใจซื้อ

ผลการศึกษาพบว่า ข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุดในการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าคือ ราคาสินค้า ยกเว้นผู้ที่ตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่ม Plug and Play HA: เครื่องใช้ไฟฟ้าที่ไม่ต้องอาศัยการติดตั้งจากผู้ชำนาญ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีใหม่ของสินค้ามากกว่าราคาสินค้า

4. ขั้นการประเมินผลหลังการตัดสินใจซื้อ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีการประเมินผลหลังการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า ยกเว้นผู้ที่ตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่ม Install HA: เครื่องใช้ไฟฟ้าที่อาศัยการติดตั้งจากผู้ชำนาญ และกลุ่มแอลซีดี พลาสมาทีวี และ โฮมเธียเตอร์ ที่ส่วนใหญ่มีการประเมินผลหลังการตัดสินใจซื้อ โดยส่วนใหญ่หาข้อมูลเพื่อการเปรียบเทียบจากสื่อโทรทัศน์ ยกเว้นผู้ที่ตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มเครื่องใช้ในครัวขนาดเล็กที่ส่วนใหญ่หาข้อมูลจากสื่อแผ่นพับ ใบปลิว และกลุ่มแอลซีดี พลาสมาทีวี และ โฮมเธียเตอร์ที่ส่วนใหญ่หาข้อมูลจากสื่อ Internet

สื่อที่มีผลในการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า

ผลการศึกษาพบว่าสื่อโทรทัศน์ มีผลในการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามมากกว่าสื่ออื่น ๆ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.01) ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ณัฐกิจ เลิศศักดิ์เดช (2543) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวแบบฝังของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ที่พบว่าสื่อโฆษณาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ โทรทัศน์ และยังสอดคล้องกับการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน ของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ ของ สุพัตรา จุฑาวิจิตรธรรม (2541) ที่กล่าวว่า สื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุดคือ สื่อโทรทัศน์ แต่ผลการศึกษาที่ได้รับไม่สอดคล้องกับการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ของ ชัยสิทธิ์ ศิลมัย (2543) ที่กล่าวว่าโฆษณาผ่านทางสื่อโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในระดับน้อย

ข้อค้นพบ

จากผลการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อในการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีข้อค้นพบที่น่าสนใจ ดังต่อไปนี้

1. สื่อมีผลในการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าของผู้ตอบแบบสอบถาม ในระดับน้อยที่สุด ถึงปานกลาง โดยสื่อโทรทัศน์มีผลในการตัดสินใจซื้อมากที่สุด รองลงมาคือสื่อคอนรู้งัก และสื่อแผ่นพับ ใบปลิว

2. ความถี่ของชนิดสื่อที่ได้รับไม่สอดคล้องกับชนิดของสื่อที่มีผลต่อการตัดสินใจ กล่าวคือ สื่อหนังสือพิมพ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมากกว่า 4 ครั้งต่อสัปดาห์ มีผลในการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าน้อย แต่สื่อคนรู้จักและสื่อพนักงานขาย ที่มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อน้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์กลับเป็นสื่อที่มีผลในการตัดสินใจซื้อระดับปานกลาง

3. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการลักษณะข่าวสารที่แตกต่างกันในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า ดังนี้

กระบวนการตัดสินใจซื้อ	ลักษณะข่าวสารที่ต้องการ
1. การเล็งเห็นปัญหา	รูปลักษณะของสินค้า ความทันสมัยของสินค้า
2. การแสวงหาข้อมูล	คุณภาพของสินค้า
3. การประเมินทางเลือก และการตัดสินใจซื้อ	ราคาของสินค้า

4. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีพฤติกรรมการประเมินผลหลังการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า ยกเว้นสินค้ากลุ่ม Install HA และกลุ่ม แอลซีดี พลาสมาทีวี และโฮมเธียเตอร์

5. สื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเปิดรับในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ามีความแตกต่างกัน ดังนี้

กระบวนการตัดสินใจซื้อ	สื่อที่เลือกเปิดรับ
1. การเล็งเห็นปัญหา	โทรทัศน์
2. การแสวงหาข้อมูล	พนักงานขาย/พนักงานแนะนำสินค้า
3. การประเมินผลหลังการซื้อ	โทรทัศน์

6. ผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มเครื่องใช้ในครัวขนาดเล็ก ส่วนใหญ่เลือกหาข้อมูลเพิ่มเติมจากห้างไฮเปอร์มาร์เก็ต แต่ผู้ที่ตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มอื่นๆ ส่วนใหญ่เลือกหาข้อมูลเพิ่มเติมจากร้านขายเครื่องใช้ไฟฟ้าโดยเฉพาะ

7. ผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มแอลซีดี พลาสมาทีวี และโฮมเธียเตอร์ ส่วนใหญ่เลือกหาข้อมูลเพิ่มเติมจากห้างสรรพสินค้า และร้านที่อยู่ภายในห้างสรรพสินค้า แต่ผู้ที่ตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มอื่นๆ ส่วนใหญ่เลือกหาข้อมูลเพิ่มเติมจากร้านขายเครื่องใช้ไฟฟ้าโดยเฉพาะ

8. สื่อวิทยุ สื่อรถแห่ สื่ออิเล็กทรอนิกส์และสื่ออื่นๆ ได้แก่ Internets, E-mail, SMS/MMS และจดหมาย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องใช้ไฟฟ้าจากสื่อดังกล่าว จึงมีผลในการตัดสินใจซื้อน้อย ถึงน้อยที่สุด

ข้อเสนอแนะ

นักการตลาดและผู้บริหารที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับเครื่องใช้ไฟฟ้า สามารถนำข้อมูล พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ มาประยุกต์ใช้ในการวางแผนสื่อ ได้ดังต่อไปนี้

สื่อบุคคล ได้แก่ สื่อคนรู้จัก พนักงานขาย และพนักงานแนะนำสินค้า จากการศึกษา พบว่า เป็นสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องใช้ไฟฟ้า และมีผลในการ ตัดสินใจซื้อระดับปานกลาง แต่ในส่วนสื่อคนรู้จัก เป็นสื่อที่ไม่สามารถควบคุมได้ ดังนั้นจึงมีเพียง สื่อพนักงานขาย และพนักงานแนะนำสินค้าเท่านั้นที่ภาคธุรกิจสามารถเพิ่มเติมข้อมูลต่าง ๆ ที่ ต้องการสื่อสารให้กับผู้บริโภคได้ ดังนั้นภาคธุรกิจควรให้ความสำคัญในการอบรมความรู้เกี่ยวกับ เทคโนโลยีใหม่ ๆ ของสินค้า ฟังก์ชันการใช้งานสินค้า กับพนักงานขาย และพนักงานแนะนำสินค้า

สื่อสารมวลชน จากการศึกษาพบว่ามีสื่อมวลชนบางประเภทที่ไม่สามารถเข้าถึง ผู้บริโภคที่ต้องการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า ได้แก่ สื่อวิทยุ สื่อนิตยสาร สื่อป้ายโฆษณากลางแจ้ง และสื่อ รถแห่ โดยเห็นได้จากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ ตัดสินใจซื้อชิ้นล่าสุดจากสื่อดังกล่าว ดังนั้นการเลือกใช้สื่อควรมุ่งเน้นด้านการสร้างภาพลักษณ์ หรือความจดจำในตราสินค้า มากกว่าการกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจซื้อสินค้า

สำหรับสื่อสารมวลชน ที่ผู้บริโภคเข้าถึงข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องใช้ไฟฟ้า ได้แก่ สื่อ โทรทัศน์ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อแผ่นพับ/ใบปลิว สื่อเค็ดด้าลอค และสื่อป้ายโฆษณา ณ จุดขาย ดังนั้น ภาคธุรกิจควรเน้นการให้ข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เทคโนโลยีใหม่ ๆ ผ่านสื่อดังกล่าว เพื่อกระตุ้น ความสนใจซื้อ และประกอบการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า

สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสื่ออื่นๆ จากการศึกษาพบว่า สื่อ E-mail สื่อ SMS/MMS และ สื่อจดหมาย ยังไม่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคที่ต้องการซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า ดังนั้นการใช้สื่อดังกล่าว ควร มุ่งเน้นด้านการสื่อสารเฉพาะกับผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมในส่วนของลูกค้าสัมพันธ์ (CRM)

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มภาพ และเสียง ได้แก่ แอลซีดี พลาสมาทีวี โฮมเธียเตอร์ ทีวีสี เครื่องเสียงมินิคอมโบ ไมโครคอมโบ เครื่องเล่นแผ่นซีดี ดีวีดี ส่วนใหญ่เปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อ Internet โดยเฉพาะในขั้นการ แสวงหาข้อมูล และการประเมินผลหลังการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า ดังนั้นผู้ประกอบการ เครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มภาพและเสียง ควรส่งเสริมการให้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อดังกล่าว โดยการจัดทำ เว็บเพจ (Web Page) และอัปเดตข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งจัดทำให้มีความสวยงาม น่าสนใจ และค้นหาได้ง่าย

นอกจากนี้ นักการตลาดและผู้บริหารที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับเครื่องใช้ไฟฟ้ายังสามารถนำข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคที่ได้รับสื่อ ภายใต้แนวคิดกระบวนการตัดสินใจซื้อ มาประยุกต์ใช้ในการวางแผนสื่อ ได้ดังต่อไปนี้

1) เพื่อกระตุ้นการเกิดความสนใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า ควรเลือกใช้สื่อโทรทัศน์ ยกเว้นเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มเครื่องใช้ในครัวขนาดเล็กที่ควรเลือกใช้สื่อแผ่นพับ ใบปลิว โดยลักษณะข่าวสารที่ใช้ควรเป็นข้อมูลรูปลักษณะที่สวยงาม ทันสมัยของสินค้า และสำหรับเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่ม Install HA: เครื่องใช้ไฟฟ้าที่อาศัยการติดตั้งจากผู้ชำนาญ ควรให้ข้อมูลการมีสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นจากการใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าประกอบด้วย

2) เพื่อให้การให้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจซื้อของผู้ที่สนใจซื้อ ควรเลือกใช้สื่อพนักงานขาย/พนักงานแนะนำสินค้า ในการถ่ายทอดข้อมูล โดยเน้นการกล่าวถึงคุณภาพสินค้าเทียบกับราคาของผู้บริโภคต้องง่าย เว้นแต่เครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มเครื่องใช้ในบ้านขนาดเล็กที่ควรถ่ายทอดข้อมูลดังกล่าวผ่านสื่อแผ่นพับ ใบปลิว และเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มแอลซีดี พลาสมาทีวี และโฮมเธียเตอร์ ควรให้สื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อให้ข้อมูลเพิ่มเติมกับผู้สนใจซื้อ

3) การกระตุ้นการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าควรเน้นความคุ้มค่าทางด้านราคาสำหรับผู้บริโภคต้องง่ายกับสิ่งที่ผู้บริโภคจะได้รับ ยกเว้นกลุ่ม Plug and Play HA เครื่องใช้ไฟฟ้าที่ไม่ต้องอาศัยการติดตั้งจากผู้ชำนาญ ควรเน้นการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ของสินค้าที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจซื้อ มากกว่าการแข่งขันทางด้านราคากับคู่แข่งรายอื่น

4) การเลือกใช้สื่อสำหรับการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเครื่องใช้ไฟฟ้าควรเลือกใช้สื่อโทรทัศน์ เพราะผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีการรับข่าวสารจากสื่อดังกล่าวอย่างสม่ำเสมอ ทั้งก่อนและภายหลังการตัดสินใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า ยกเว้นกลุ่มเครื่องใช้ในครัวขนาดเล็ก ควรเลือกใช้สื่อแผ่นพับ ใบปลิว ในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารต่างๆ และเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มแอลซีดี พลาสมาทีวี และโฮมเธียเตอร์ ควรใช้สื่อ Internet ประกอบกับสื่อโทรทัศน์

ดังนั้น ผลการศึกษาสามารถนำมาวางแผนการเลือกซื้อสื่อของภาคธุรกิจ อันประกอบด้วยกลุ่มผู้ผลิต และกลุ่มผู้จำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า ได้ดังต่อไปนี้

กลุ่มผู้ผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้า

ผู้ผลิตควรเน้นการใช้สื่อโทรทัศน์ ในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับรูปลักษณะที่สวยงามของสินค้า ความทันสมัย และเทคโนโลยีใหม่ที่ทำให้เกิดคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และจัดทำสื่อแผ่นพับ ใบปลิว สื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ ที่มีข้อมูลข้างต้นให้กับตัวแทนจำหน่าย เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการให้ข้อมูลให้กับผู้ที่สนใจซื้อต่อไป

ผู้ผลิตควรจัดการอบรมให้ความรู้กับตัวแทนจำหน่ายเรื่องคุณภาพของสินค้า เทคโนโลยีใหม่ของสินค้า และฟังก์ชันการใช้งานของสินค้า อย่างสม่ำเสมอ เพื่อตัวแทนจำหน่ายจะได้มีความรู้ไว้เพื่อสร้างความสนใจซื้อให้กับผู้บริโภค และให้ข้อมูลเพิ่มเติมกับผู้ที่สนใจซื้อได้

สำหรับเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มแอลซีดี พลาสมาทีวี และโฮมเธียเตอร์ กับเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มทีวี เครื่องเล่นแผ่นซีดี ดีวีดี เครื่องเสียงมินิคอมโบ ไมโครคอมโบ ฯลฯ ผู้ผลิตควรจัดสร้างเว็บเพจ (Web Page) ของตัวเอง เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับรูปลักษณะของสินค้า เทคโนโลยีใหม่คุณภาพสินค้า และฟังก์ชันการใช้งานเพิ่มเติมจากสื่ออื่น ๆ ให้กับผู้บริโภค

กลุ่มร้านตัวแทนจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า

ร้านตัวแทนจำหน่ายควรเน้นการใช้สื่อแผ่นพับ ใบปลิว สื่อแค็ตตาล็อก และสื่อพนักงานขายในการให้ข้อมูลกับลูกค้า และกระจายให้กับผู้บริโภคในท้องถิ่น

ร้านตัวแทนจำหน่ายควรจัดทำใบปลิว ของตนเอง โดยให้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับราคาสินค้า และรายการส่งเสริมการขายประจำเดือน กระจายให้กับผู้บริโภคในท้องถิ่น เพื่อสร้างความสนใจซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า และเมื่อลูกค้ามาที่ร้านจึงให้สื่อแค็ตตาล็อกเพิ่มเติมกับผู้ที่สนใจซื้อ

ร้านตัวแทนจำหน่ายควรจัดการอบรมให้ความรู้กับพนักงานขายเรื่องคุณภาพของสินค้า เทคโนโลยีใหม่ของสินค้า และฟังก์ชันการใช้งานของสินค้าอย่างสม่ำเสมอ เพื่อพนักงานขายจะได้มีความรู้ดังกล่าว เพื่อสร้างความสนใจซื้อ และให้ข้อมูลเพิ่มเติมกับผู้ที่สนใจซื้อได้

สำหรับเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่ม Plug and Play HA : เครื่องใช้ไฟฟ้าที่ไม่ต้องติดตั้งจากผู้ชำนาญ และเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่มเครื่องใช้ในครัวขนาดเล็ก ร้านตัวแทนจำหน่ายควรมีสินค้าคงคลังที่สามารถมอบให้ผู้ที่ได้ตัดสินใจซื้อได้ทันที เพราะผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เกิดความสนใจซื้อเนื่องจาก สินค้าเดิมที่ใช้อยู่ชำรุด เสียหาย ดังนั้นจึงต้องการสินค้าใหม่เพื่อนำไปใช้งานทดแทนของเดิมอย่างรวดเร็ว

สำหรับเครื่องใช้ไฟฟ้ากลุ่ม Plug and Play HA : เครื่องใช้ไฟฟ้าที่ไม่ต้องติดตั้งจากผู้ชำนาญ ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการทราบข้อมูลเกี่ยวกับการบริการหลังการขายเพิ่มเติมหลังเกิดความสนใจซื้อ ดังนั้นนอกจากข้อมูลเกี่ยวกับราคาสินค้า และคุณภาพสินค้าแล้ว ร้านตัวแทนจำหน่ายควรมีนำเสนอการให้บริการหลังการขายให้กับผู้ที่สนใจซื้อ เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค