

บทคัดย่อ

วิชา บธ.851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

| | |
|--------------------|---|
| ชื่อเรื่อง | : การศึกษาพฤติกรรมการชื้อยากันยุงของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดเชียงใหม่ |
| ผู้จัดทำ | : นางสาวทิวาวลัย ต๊ะการ |
| อาจารย์ที่ปรึกษา | : ดร.ทวีวรรณ พรหมกันธา |
| หลักสูตร | : บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต |
| วันที่อนุมัติผลงาน | : 1 กันยายน 2545 |
| จำนวนหน้า | : 56 หน้า |

การศึกษาเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการชื้อยากันยุงของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมือง
จังหวัดเชียงใหม่” ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการชื้อยากันยุงในเขตเทศบาล
เมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ใช้แบบสอบถาม จำนวน 403 ชุด แบ่งออกเป็น 5
แบบ ได้แก่ แบบสอบถามยากันยุงประเภทสเปรย์ แบบสอบถามยากันยุงประเภทผ้าหรือโลชั่น
แบบสอบถามยากันยุงประเภทรูปชดและรูปตรง แบบสอบถามยากันยุงไฟฟ้าประเภทน้ำ และแบบ
สอบถามยากันยุงไฟฟ้าประเภทแผ่น

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 40 ปี สถานภาพ
การสมรส คือ โสด ระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน คือ รายได้ต่ำกว่า
5,000 บาท สถานที่พักอาศัย คือ บ้าน มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4 คน และอาศัยในพื้นที่ในเขต
อำเภอเมือง

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะชื้อยากันยุงประเภท
กระป๋องสเปรย์มากที่สุด รองลงมาคือ ยากันยุงแบบรูปตรงหรือชด ยากันยุงแบบผ้าหรือโลชั่น
ยากันยุงไฟฟ้าแบบแผ่น และยากันยุงไฟฟ้าแบบน้ำตามลำดับ ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจชื้อ
ยากันยุง คือ คนในครอบครัว สื่อที่ได้รับข่าวสารมากที่สุดได้รับจากโทรทัศน์ ชื้อแต่ละครั้งเสีย
ค่าใช้จ่ายไม่เกิน 100 บาท ของแถมที่ชอบที่สุด คือ ก้อนหอมปรับอากาศ การส่งเสริมการขาย คือ
การลดราคาและการแจกของตัวอย่าง สถานที่ชื้อสินค้าที่นิยมชื้อ คือ ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่และ

ร้านค้าปลีกทั่วไป ในขณะที่ใช้ยากันยุงแบบผ้าหรือโลชั่น ผู้บริโภคส่วนใหญ่ทำกิจกรรม คือ การปิกนิกนอกสถานที่

การเปลี่ยนแปลงยี่ห้อสินค้าที่ใช้ พบว่า ผู้บริโภคตอบว่าเปลี่ยนยี่ห้อและไม่เปลี่ยนยี่ห้อไม่แตกต่างกันมากนัก โดยที่สาเหตุที่ไม่เปลี่ยนยี่ห้อเนื่องจากคุณภาพสินค้าเดิมดีอยู่แล้ว ส่วนสาเหตุที่เปลี่ยนยี่ห้อเนื่องจากต้องการทดลองสินค้าอื่นๆ นอกจากนี้ผู้บริโภคที่ใช้ยากันยุงทั้ง 5 ประเภท ยังใช้ยากันยุงประเภทอื่นร่วมด้วย โดยยากันยุงที่นิยมใช้มากที่สุด คือ ยากันยุงประเภทกระป๋องสเปรย์

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกซื้อยากันยุง พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ความสะดวก ,ง่ายต่อการเดินทาง ,ร้านค้ามีบริการที่ดี,ร้านค้ามีการลดราคาหรือการแจกของแถม,ร้านค้ามียากันยุงให้เลือกหลากหลายยี่ห้อ,การจัดวางสินค้ายากันยุงให้หยิบได้ง่าย,ขนาดของร้าน และบรรยากาศภายในร้าน

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อยากันยุง พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ไม่เสี่ยงกับการเกิดไฟไหม้ , ส่วนผสมที่ใช้ผลิตเป็นพิษต่อร่างกาย,ราคาถูกกว่าประเภทอื่น,ตามยี่ห้อที่มีชื่อเสียง,ไร้ควัน,พกพาสะดวก,อื่นๆ ,ไร้กลิ่น,ฤทธิ์ยามีความรุนแรงสูง,ระยะเวลาในการป้องกันได้นาน,ชื่อขนาดบรรจุใหญ่ราคาถูก,กลิ่นติดการระคายเคืองกับผิวหนัง,ง่ายต่อการใช้งาน,สารเคมีเกาะติดสิ่งของ,ความรวดเร็วในการออกฤทธิ์ยา,สินค้าใหม่ และ ความสวยงาม ความสะดวกตาของบรรจุภัณฑ์

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ควรมีการพัฒนาทางด้านคุณสมบัติของตัวยากันยุงให้มีคุณภาพดี เพราะผู้บริโภคมีแนวโน้มในการเปลี่ยนยี่ห้อสูง เนื่องจากต้องการทดลองใช้สินค้ายี่ห้อใหม่ๆ ทำให้ผู้เข้ามาในตลาดใหม่สามารถเข้ามาสู่ตลาดได้ง่าย ปัจจัยด้านราคาไม่ควรจะตั้งราคาให้สูงกว่าคู่แข่ง ควรตั้งราคาให้ใกล้เคียงหรืออยู่ในระดับเดียวกับคู่แข่ง ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรเน้นการวางขายสินค้าในร้านค้าปลีกทั่วไป และร้านค้าปลีกขนาดใหญ่มากกว่าช่องทางอื่น มีการวางสินค้าให้เป็นหมวดหมู่ หยิบง่าย มีการทำ Trade Promotion กับทางร้านค้าเพื่อให้จัดวางสินค้าให้สะดวกตา ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย ผู้บริโภคนิยมการลดราคาและแจกของตัวอย่าง ของแถมควรจะเป็นก้อนหอมปรับอากาศ ในการสื่อสารข้อมูลของตัวสินค้า ควรเลือกใช้การโฆษณาผ่านทาง โทรทัศน์ ควรจะมีการสื่อสารตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักและควรจะมีการบรรจุหีบห่อเป็นขนาดใหญ่