

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความคิดเห็นของผู้ซื้อและผู้ใช้ผ้าปิดจมูกในจังหวัดเชียงใหม่
ต่อผ้าปิดจมูกใยสังเคราะห์

ชื่อผู้เขียน นางสาวอัจฉรี ศรีไชยวงศ์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รวิพร ฤเจริญไพศาล ประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คารารัตน์ บุญเฉลียว กรรมการ
อาจารย์เรณีส เสริมบุญสร้าง กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นของผู้ซื้อและผู้ใช้
ผ้าปิดจมูกต่อส่วนประสมการตลาดของผ้าปิดจมูกใยสังเคราะห์ ในจังหวัดเชียงใหม่และปัญหา
ต่างๆ ที่เกี่ยวกับผ้าปิดจมูกของผู้ซื้อและผู้ใช้ ในจังหวัดเชียงใหม่

การศึกษานี้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 120 ตัวอย่าง แบ่งเป็นกลุ่มผู้ซื้อ
20 ตัวอย่าง และกลุ่มผู้ใช้ 100 ตัวอย่าง ทำการเก็บข้อมูลจากโรงพยาบาล 5 แห่ง และโรงงาน
อุตสาหกรรม 5 แห่ง และวิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละและค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินการจัดซื้อผ้าปิดจมูกส่วนใหญ่เป็นเพศ
หญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ทำงานในตำแหน่ง
ผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ และมีประสบการณ์จัดซื้อ 3-4 ปี

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดำเนินการจัดซื้อผ้าปิดจมูกให้ความสำคัญต่อปัจจัยทาง
การตลาดลำดับแรกคือ ปัจจัยด้านราคา โดยมีปัจจัยย่อยเรื่องราคาของสินค้าเป็นอันดับแรก
รองลงมาคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีปัจจัยย่อยเรื่องพนักงานมีความรู้เกี่ยวกับ
ผลิตภัณฑ์และสามารถแนะนำผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจนเป็นลำดับแรก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีปัจจัยย่อย
เรื่อง

ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพได้มาตรฐานเป็นลำดับแรก และปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายมีปัจจัยย่อยเรื่องสามารถติดต่อกับผู้จำหน่ายได้สะดวกเป็นลำดับแรกตามลำดับ

ปัญหาของผู้ดำเนินการจัดซื้อด้านผลิตภัณฑ์ พบว่ามีปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพไม่ได้มาตรฐานเป็นลำดับแรก ปัญหาด้านราคา พบว่ามีปัญหาด้านราคาผลิตภัณฑ์ไม่เหมาะสมกับคุณภาพเป็นลำดับแรก ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่ามีปัญหาด้านการส่งสินค้าไม่ตรงตามเวลาที่ต้องการเป็นลำดับแรก ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่ามีปัญหาด้านไม่มีการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม

ผลการศึกษาจากผู้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ผ้าปิดจมูกส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีระยะเวลาในการทำงาน 4 ปีขึ้นไปทำงานในฝ่ายผลิต และมีรายได้ต่อเดือน ระหว่าง 5,001-20,000 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ผ้าปิดจมูกให้ความสำคัญต่อคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ผ้าปิดจมูกใยสังเคราะห์โดยมีค่าเฉลี่ยรวมในระดับปานกลาง ทั้งนี้ผู้ใช้ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากตามลำดับ คือ การใช้ง่าย การกรองฝุ่นละออง เชื้อโรค และแบคทีเรียของผ้าปิดจมูกใยสังเคราะห์ได้มาตรฐาน และการป้องกันฝุ่นละอองและควันพิษได้ดีตามลำดับ ส่วนปัญหาที่มีต่อผ้าปิดจมูกทั่วไปของผู้ใช้ผ้าปิดจมูกเป็นลำดับแรกคือ ป้องกัน ฝุ่นละอองหรือสารพิษไม่ได้ดีเท่าที่ควร

Independent Study Title	The Opinions of Face Masks Buyers and Users in Changwat Chiang Mai Towards Polypropylene Spun Bond Non-Woven Fabric Face Masks		
Author	Miss Atcharee Srichaiwong		
M.B.A.			
Examining Committee	Asst. Prof. Dr. Rawiporn Koojaroenpaisan		Chairman
	Asst. Prof. Dararatana Boonchaliew		Member
	Lecturer Renus Sermboonsang		Member

ABSTRACT

The objective of this independent study was to study the opinions of medical mask buyers and users in Chiang Mai towards marketing mix factors of Polypropylene Spun Bond Non-Woven Fabric Face Masks, as well as problems faced by buyers and users.

The data was collected from questionnaires distributed to 120 samples, 20 of which were buyers and 100 were users from 5 hospitals and 5 industrial factories in Chiang Mai. The data was then statistically analyzed using frequency, percentage, and mean. The results of the study were as follows.

The majority of the buyer respondents were female of 31-40 years old, with undergraduate education or equal. They held the position of purchasing manager and had 3-4 years of experience in this position.

Regarding to the marketing mix factors, the first factor that the buyer respondents paid attention to was price, with product's price as the first sub-factor. The second factor was promotion, with staff's product knowledge and their ability to advice the benefit of products as the first sub-factor. The third factor was product, with standard quality of products as the first

sub-factor. The last factor was distributing channel, with convenient access to the sellers as the first sub-factor.

In terms of problems faced by the buyers, in products, the first problem was products quality has no standard. In price, the first problem was price did not match with the quality. In sale distributing channel, the first problem was products not delivered promptly. In promotion, the first problem was no sale promotion such as discounts, special offers, and free gifts.

The majority of the user respondents were female of 20-30 years old, with undergraduate education or equal. They held production position and had more than 4 years of experience. Their monthly income were between 5,001-20,000 baht.

The user respondents rated the overall importance of the product attributes at a moderate level, and rated the following sub-factors at a high level ; ease of use, standard quality in filtering dust, germs, and bacteria, and effective protection of dust and smoke, respectively. The problem that the user respondents ranked at the first level was that the masks did not effectively filter dust and poisonous substances.