



บทที่ 1

บทนำ

"แมลง" เป็นสัตว์ไม่มีกระดูกสันหลังชนิดหนึ่งที่มีปริมาณมากที่สุดในโลก ซึ่งนักวิทยาศาสตร์ได้พบแล้วว่า 1 ล้านชนิด¹ แมลงมีทั้งประโยชน์และโทษต่อมนุษย์ ตัวอย่างของแมลงที่มีประโยชน์ต่อมนุษย์ได้แก่ ผึ้งที่ช่วยในการผสมเกสรดอกไม้ น้ำผึ้งก็เป็นผลิตผลจากผึ้งซึ่งมนุษย์นำมาเป็นอาหาร ผีเสื้อไหมช่วยผลิตใยไหม นำมาทอเป็นอุตสาหกรรมผ้าไหม โทษของแมลงมีมากมาย อาทิเช่น

1. แมลงที่ก่อให้เกิดความรำคาญ และเป็นพาหะนำโรคติดต่อมาสู่มนุษย์ เช่น
 - ยุงเป็นพาหะนำโรคไข้เลือดออก ไข้มาเลเรีย โรคเท้าช้าง เป็นต้น
 - แมลงวัน เป็นพาหะนำโรคอหิวาตกโรค และโรคเรื้อน เป็นต้น
 - แมลงสาบ เป็นพาหะนำโรคหนองผื่นบางชนิด
2. แมลงที่ก่อให้เกิดความรำคาญและเป็นพาหะนำโรคมานสู่สัตว์เลี้ยงและปศุสัตว์ เช่น แมลงวันคอกม้า รัน เป็นต้น ทำให้สัตว์ขุ่นผอม หรือล้มตาย
3. แมลงศัตรูทางการเกษตรที่ทำลายพืช ผัก และผลไม้ ก่อให้เกิดความเสียหายทางด้านเศรษฐกิจ

เพราะสาเหตุที่แมลงก่อให้เกิดความรำคาญ สกปรก และเป็นพาหะนำเชื้อโรคดังกล่าว การใช้ยาฆ่าแมลงในบ้านเรือนจึงแพร่หลายขึ้น จนอาจกล่าวได้ว่า เป็นสิ่งจำเป็นแก่มนุษย์ในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะในประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศที่อยู่ในแถบร้อน ปัจจุบันมีการจำหน่ายยาฆ่าแมลงต่าง ๆ อย่างแพร่หลายตามท้องตลาด ซูเปอร์มาร์เก็ต และตามห้างสรรพสินค้าทั่วไป โดยมีชื่อหรือยี่ห้อและรูปแบบต่าง ๆ กันเพื่อความสะดวกแก่ผู้ใช้ นับตั้งแต่ยาจุดกันยุงแบบแท่งและขด ซึ่งเริ่มใช้ในประเทศไทยเมื่อ 40-50 ปีก่อน ชนิดฉีดพ่นฆ่าแมลงและ

¹ สิริวัจม์ วงษ์ศิริ, แมลงศัตรูพืชทางการเกษตรของประเทศไทย (สำนักพิมพ์โอเชียนส์โตร์, 2526) หน้า 1.

ชนิดแอโรซอล (ชนิดอัดก๊าซ) ซึ่งเริ่มใช้ลำดับต่อมา จนกระทั่งวิวัฒนาการมาถึงชนิดที่ใช้เสียบไฟฟ้าหรือชนิดแมท (Mats) นอกจากนี้ยี่ห้อแมลงยังมีรูปแบบอื่น ๆ อันได้แก่ ชนิดผง ชนิดวัน เป็นต้น

ยี่ห้อแมลงในบ้านเรือนส่วนใหญ่ เป็นสารเคมีที่มีอันตรายต่อมนุษย์และสัตว์เลี้ยง ดังนั้นหากผู้ใช้ไม่ถูกวิธีหรือใช้อย่างขาดความระมัดระวังหรือรู้เท่าไม่ถึงการณ์ ก็อาจทำให้ผู้ใช้ได้รับอันตรายได้ ดังที่มีข่าวปรากฏอยู่เสมอ ๆ ดังนั้นยี่ห้อแมลงเหล่านี้จึงต้องได้รับการควบคุมจากหน่วยงานของรัฐ เพื่อให้เกิดความปลอดภัยและประโยชน์ต่อผู้ใช้มากที่สุด

จากการที่ยี่ห้อแมลงในบ้านเรือนเป็นสารเคมีที่มีอันตราย ทำให้ทัศนคติในการใช้หลักเกณฑ์ พฤติกรรมการซื้อ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภคย่อมแตกต่างจากสินค้าอุปโภค บริโภคอื่น ๆ ผู้เขียนจึงมุ่งศึกษาว่ามีปัจจัยใดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อยี่ห้อแมลงของแม่บ้านในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญที่สุดกลุ่มหนึ่ง แม่บ้านมีทัศนคติต่อยี่ห้อแมลงตลอดจนมีหลักเกณฑ์ พฤติกรรมการซื้ออย่างไร รวมทั้งรูปแบบที่แม่บ้านนิยมใช้ ผลจากการวิจัยนี้เพื่อเป็นประโยชน์และก่อให้เกิดแนวทางให้เจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจทั่วไป ตลอดจนเป็นแนวทางเสนอแนะให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทนี้ไปกำหนดกลยุทธ์และส่วนผสมทางการตลาดที่เหมาะสมต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ทราบถึงทัศนคติในการใช้ยี่ห้อแมลงในบ้านเรือนของแม่บ้านในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาถึงหลักเกณฑ์ พฤติกรรมการซื้อ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อยี่ห้อแมลงในบ้านเรือนของแม่บ้านในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบของยี่ห้อแมลงในบ้านเรือนที่แม่บ้านในเขตกรุงเทพมหานครนิยมซื้อใช้

สมมติฐาน

1. แม่บ้านในเขตกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่นิยมใช้ยี่ห้อแมลงในบ้านเรือน เพราะปัญหาแมลงชุกชุม

2. ปัจจัยสำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อยาพ่นฆ่าแมลงในบ้านเรือนของแม่บ้านเขตกรุงเทพมหานคร คือ ความเชื่อมั่นในตราสินค้าที่รับรองคุณภาพโดยบริษัทผู้ผลิต
3. รูปแบบของยาพ่นฆ่าแมลงในบ้านเรือนที่แม่บ้านในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่นิยมซื้อใช้ คือ ยาพ่นฆ่าแมลงชนิดแอโรซอล
4. รายได้มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้รูปแบบของผลิตภัณฑ์ยาพ่นฆ่าแมลงในบ้านเรือน

สมมติฐานย่อย

1. รายได้มีความสัมพันธ์กับการแยกประเภทการใช้งาน
2. ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับการแยกประเภทการใช้งาน

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีขอบเขต คือ

1. สัมภาษณ์คนคิของแม่บ้านที่มีภูมิลำเนาในเขตกรุงเทพมหานคร เท่านั้น
2. ยาพ่นฆ่าแมลงในบ้านเรือน หมายถึงเฉพาะยาฆ่าแมลงในรูปแบบชนิดฉีดพ่นฆ่าแมลง (Household Insecticidal Spray)² ซึ่งต้องใช้คู่กับกระบอกฉีด และชนิดแอโรซอล (Household Insecticidal Aerosols)³ ซึ่งเป็นชนิดอัดก๊าซในกระป๋อง ยาฆ่าแมลงในรูปแบบอื่น ๆ มิได้รวมอยู่ในขอบเขตของการวิจัย

² ทัมา: สำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม, กระทรวงอุตสาหกรรม.

³ เรื่องเดียวกัน

แหล่งที่มาของข้อมูล

แหล่งที่มาของข้อมูลสามารถแบ่งแยกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ

ก. ข้อมูลที่เก็บจากการสัมภาษณ์แม่บ้าน โดยวิธีการวิจัยสนามเป็นหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการดำเนินการสำรวจความคิดเห็น แบบสอบถามที่สร้างขึ้นนี้ ผู้เขียนได้ศึกษาจากตำราเรียน คำแนะนำต่าง ๆ จากท่านอาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ทรงคุณวุฒิ ทั้งที่ประกอบธุรกิจประเภทนี้และมีได้ประกอบธุรกิจประเภทนี้ ตลอดจนวิทยานิพนธ์ต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม เมื่อได้แบบสอบถามแล้ว ผู้เขียนได้ทดลองแบบสอบถามกับแม่บ้านในเขตกรุงเทพมหานครบางส่วน เพื่อทดสอบความเข้าใจในคำถามต่าง ๆ แต่ละข้อ และนำมาแก้ไขปรับปรุงคำถามที่บกพร่อง เพื่อนำไปเป็นแบบสอบถามหน้าไปสำรวจความคิดเห็นต่อไป

ข. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิต ผู้จำหน่ายยาหม่องแม่หลงในบ้านเรือน และผู้เกี่ยวข้องอื่น ๆ เกี่ยวกับแนวโน้มของธุรกิจประเภทนี้ สภาพตลาด กลยุทธ์ทางการตลาดต่าง ๆ ตลอดจนการผลิตทั้งเพื่อบริโภคภายในประเทศและการผลิตเพื่อส่งออก

ค. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ของรัฐ ตลอดจนผู้ทรงคุณวุฒิ ในแง่ของกฎหมายหรือนโยบายของรัฐที่ควบคุมผู้ประกอบการประเภทนี้

2. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาหนังสือตำรา วารสาร หรือเอกสารอื่น ๆ ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับยาหม่องแม่หลง

หลักเกณฑ์ในการสุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากกรุงเทพมหานครมีจำนวนประชากรที่ต้องศึกษามาก ในการศึกษาวิจัยภาคสนาม จึงจำเป็นต้องมีการสุ่มตัวอย่างเพื่อใช้เป็นตัวแทนของประชากร โดยผู้เขียนได้กำหนดประชากรที่ต้องการศึกษา คือ แม่บ้านในแต่ละครัวเรือน ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตต่าง ๆ ทั่วกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 24 เขต ดังนี้

บัญชีแสดงจำนวนราษฎรและจำนวนบ้านในวันที่ 31 ธันวาคม 2528* กรุงเทพมหานคร

เขต	รวม	ชาย	หญิง	จำนวนบ้าน
<u>รวมกรุงเทพมหานคร</u>	5,363,378	2,721,289	2,642,089	939,518
พระนคร	114,124	60,057	54,067	22,602
ดุสิต	565,339	302,122	263,217	54,102
หนองจอก	56,863	28,455	28,408	7,433
บางรัก	91,088	45,216	45,872	23,805
บางเขน	520,861	268,783	252,078	85,377
บางกะปิ	368,005	190,633	195,372	95,314
ปทุมวัน	155,868	84,566	71,302	25,743
ป้อมปราบศัตรูพ่าย	89,539	45,201	44,338	16,853
พระโขนง	614,854	307,127	307,717	129,431
มีนบุรี	70,289	35,785	34,504	11,547
ลาดกระบัง	56,023	27,454	28,569	12,157
ยานนาวา	410,288	207,335	202,953	69,233
สัมพันธวงศ์	52,397	27,209	25,188	14,490
พญาไท	360,603	180,786	179,817	42,035
ธนบุรี	273,542	140,393	133,149	40,124
บางกอกใหญ่	107,486	54,269	53,217	20,741
ห้วยขวาง	247,274	124,148	123,126	43,047
คลองสาน	142,590	71,599	70,991	26,082
ตลิ่งชัน	85,559	42,276	43,283	15,649
บางกอกน้อย	291,035	142,403	148,632	58,396
บางขุนเทียน	254,597	126,595	128,002	45,526
ภาษีเจริญ	219,606	108,661	110,945	42,937
หนองแขม	57,303	28,432	28,871	11,317
ราษฎร์บูรณะ	140,245	71,774	68,471	25,577

* ที่มา : สถาบันประชากรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผู้เขียนได้กำหนดตัวอย่าง 500 ตัวอย่างจากเขตต่าง ๆ ที่กรุงเทพมหานคร 14 เขต ซึ่งได้มาจากการสุ่มเลือกเขตด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling)⁴ ดังนี้

เขต	รวม	ชาย	หญิง	จำนวนบ้าน	จำนวนตัวอย่าง
คูสิต	565,339	302,122	263,217	54,102	36
บางรัก	91,088	45,216	45,872	23,805	16
บางเขน	520,861	268,783	252,078	85,377	55
บางกะปิ	368,005	190,633	195,372	95,314	65
พระโขนง	614,854	307,137	307,717	129,431	85
ยานนาวา	410,288	207,335	202,953	69,233	45
พญาไท	360,603	180,786	179,817	42,035	27
ห้วยขวาง	247,274	124,148	123,126	43,047	28
คลองสาน	142,590	71,599	70,991	26,082	17
คลองตัน	85,559	42,276	43,283	15,649	10
บางกอกน้อย	291,035	142,403	148,632	58,396	38
บางขุนเทียน	254,597	126,595	128,002	45,526	30
ภาษีเจริญ	219,606	108,661	110,945	42,937	28
ราษฎร์บูรณะ	140,245	71,774	68,471	25,577	20
				756,511	500

ผู้เขียนได้ให้หนังสือที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรีจำนวน 3 คน ที่เข้าใจในวัตถุประสงค์แบบสอบถามเป็นอย่างดี ออกไปสัมภาษณ์แม่บ้าน ณ ที่อยู่อาศัยในเขตต่าง ๆ ที่สุ่มตัวอย่างมาทั้ง 14 เขตข้างต้น ในระหว่างเดือนตุลาคมถึงธันวาคม โดยได้รับแบบสอบถามที่สมบูรณ์ทั้งสิ้น 492 ฉบับ

⁴ นราศรี ไวนิชกุล, ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ (สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525) หน้า 97.

การเสนอข้อมูล

ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามจะถูกนำมารวบรวมสรุปผล และแสดงรายละเอียดต่าง ๆ ออกมาเป็นรูปของแผนภาพและตาราง ซึ่งจะแสดงผลทั้งในรูปแบบข้อมูลดิบ และแสดงในรูปของร้อยละ อีกด้วยตามความเหมาะสม

การวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐาน

การวิจัยนี้จะมีการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้วิธีการทั้งทางคุณภาพ (Qualitative) อันเป็นลักษณะพรรณนาถึงความคิดเห็นของแม่บ้านและใช้วิธีการทางปริมาณ (Quantitative) โดยใช้วิธีการเปรียบเทียบร้อยละ และตัวสถิติ χ^2 ในการทดสอบสมมติฐาน

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษาวิจัย

1. เพื่อทราบถึงสาเหตุที่สำคัญที่สุดที่แม่บ้านในเขตกรุงเทพมหานครใช้ยาฆ่าแมลงในบ้านเรือน
2. เพื่อทราบถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อยาฆ่าแมลงในบ้านเรือนของแม่บ้านในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อเป็นแนวทางเสนอแนะแก่ผู้ประกอบการประเภนี้ สำหรับการวางแผนงานทางการตลาด ตลอดจนกำหนดส่วนผสมทางการตลาดที่เหมาะสม ทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจโดยทั่วไปนำไปใช้

คำนิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

ทัศนคติ⁵ หมายถึง ระเบียบของแนวความคิด ความเชื่อ อุดมนิสัย และสิ่งจูงใจที่เกี่ยวข้องกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยเฉพาะ

แม่บ้านในเขตกรุงเทพมหานคร หมายถึง บุคคลเพศหญิงที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไปที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้แม่บ้านดังกล่าว มิได้หมายถึงเฉพาะแม่บ้านที่ทำงานบ้านหรืออยู่กับบ้านเท่านั้น แต่ยังหมายรวมถึง แม่บ้านที่ทำงานนอกบ้านด้วย

⁵ กงชัย สันติวงษ์, พฤติกรรมผู้บริโภค (สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2517) หน้า

ยาพ่นฆ่าแมลงในบ้านเรือน หมายถึง สารเคมีที่ใช้ในการป้องกันและกำจัดแมลงในบ้านเรือนเฉพาะที่อยู่ในรูปแบบฉีพ่น ซึ่งต้องใช้คู่กับกระบอกฉีด และชนิดเอโรซอล ซึ่งเป็นชนิดอัดก๊าซในกระป๋องเท่านั้น