

การตลาดและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่ออุปกรณ์การดับเพลิง
สำหรับที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร



นายสมชาย เตียะสินธ์

ศูนย์วิทยพัชการ

วิทยานพนธ์นี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาคามหลักสูตรปริญญาพาณิชยศาสตรมหาบัณฑิต

ภาควิชาการตลาด

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย


พ.ศ. 2526

ISBN 974-562-154-4

008573 117683956



MARKETING OF AND CONSUMERS' ATTITUDE
TOWARDS
FIRE-EXTINGUISHER FOR RESIDENCES IN BANGKOK METROPOLITAN AREA



MR. SOMCHAI TIATHASIN

ศูนย์วิทยพัชการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Commerce

Department of Marketing

Graduate School

Chulalongkorn University

1983

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การตลาดและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่ออุปกรณ์การดับเพลิง
 สำหรับที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร
 ชื่อนิสิต นายสมชาย เตียทะสินธ์
 อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นงนิตย์ ศิริโกศากิจ
 ภาควิชา การตลาด
 ปีการศึกษา 2525



บทคัดย่อ

การศึกษาทางด้านการตลาดและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่ออุปกรณ์การดับเพลิงสำหรับที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นหัวข้อที่น่าสนใจ เพราะในปัจจุบันราคาที่ดินมีราคาสูงขึ้นจึงมีการสร้างที่อยู่อาศัยที่มีความสูงตั้งแต่ 10 ชั้นขึ้นไปเป็นจำนวนมาก แต่ขีดความสามารถในการดับเพลิงของกองตำรวจดับเพลิงมีขีดความสามารถในการดับเพลิงสิ่งก่อสร้างที่มีความสูงไม่เกิน 10 ชั้นเท่านั้น การเกิดอัคคีภัยในประเทศไทย โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร เกิดขึ้นทุกวัน ทำให้เกิดความสูญเสียต่อชีวิตและทรัพย์สินนับเป็นการสูญเสียทางเศรษฐกิจปีละหลายร้อยล้านบาท ผู้เขียนจึงตั้งใจที่จะหาหัวข้อที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมเป็นหลักในการศึกษา

จากการศึกษาถึงการตลาดของเครื่องดับเพลิงเคมีโดยการสัมภาษณ์บริษัทผู้ผลิตจำหน่ายอุปกรณ์การดับเพลิง ปรากฏว่า เครื่องดับเพลิงเคมีที่จำหน่ายอยู่ในปัจจุบัน รอยละ 70 จะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตภายในประเทศ ส่วนที่เหลืออีกรอยละ 30 จะเป็นผลิตภัณฑ์นำเข้าจากต่างประเทศ ประเภทของเครื่อง-

คัมเพลิงเคมีที่จำหน่ายได้มากที่สุดคือ เครื่องคัมเพลิงเคมีประเภทผงเคมีแห้ง ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 80 ของเครื่องคัมเพลิงเคมีทุกประเภท การแข่งขันทางด้านราคามีมากในธุรกิจนี้ ทำให้มีผลต่อคุณภาพของสินค้า และยังไม่มีการควบคุมด้านคุณภาพจากรัฐบาลด้วย ในการจำหน่ายเครื่องคัมเพลิงเคมีนี้ บริษัทผู้ผลิตจัดจำหน่ายยังให้ความสนใจต่อผู้บริโภคตามที่อยู่อาศัยน้อยมาก ส่วนใหญ่จะให้ความสนใจ หน่วยธุรกิจขนาดใหญ่ โรงงานอุตสาหกรรม และหน่วยงานราชการของรัฐบาล ด้านการส่งเสริมการจำหน่ายสำหรับธุรกิจนี้มีไม่มากนัก

สำหรับการศึกษาทางด้านทัศนคติของผู้บริโภค ซึ่งใช้วิธีการวิจัยสำรวจ โดยออกแบบสอบถามไปยังผู้บริโภคในเขตต่าง ๆ ของกรุงเทพมหานคร ผลที่ได้จากการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยอมรับในความจำเป็นที่จะต้องมีเครื่องคัมเพลิงเคมีไว้ประจำบ้าน แต่ผู้บริโภคส่วนใหญ่รวมทั้งผู้ที่มีเครื่องคัมเพลิงเคมีอยู่แล้วและผู้ที่จะซื้อเครื่องคัมเพลิงเคมี มีความร่เกี่ยวกับเครื่องคัมเพลิงเคมีน้อยมาก ส่วนใหญ่ผู้บริโภคที่มีเครื่องคัมเพลิงเคมีอยู่แล้ว มีเครื่องคัมเพลิงเคมีประเภทผงเคมีแห้ง จำนวนที่มีอยู่ 1 เครื่อง ขนาด 6-10 ปอนด์ ราคาที่ซอมาระหว่าง 601-1,000 บาท และซื้อจากพนักงานขายโดยตรง และส่วนใหญ่ผู้บริโภคที่จะซื้อเครื่องคัมเพลิงเคมีจะซื้อเครื่องคัมเพลิงเคมีประเภท ผงเคมีแห้ง จำนวน 1 เครื่อง ขนาด 6-10 ปอนด์ ราคาจะระหว่าง 200-500 บาท และจะซื้อเครื่องคัมเพลิงเคมีจากรานจำหน่ายอุปกรณ์การคัมเพลิง ผู้บริโภคที่มีเครื่องคัมเพลิงเคมีอยู่แล้ว และผู้ที่ซื้อเครื่องคัมเพลิงเคมี คำนึงถึงปัจจัยด้านคุณภาพมีจำนวนมากที่สุดเหมือนกัน ส่วนผู้ที่อบทั้งหมกเห็นค้วยกับทัศนคติที่ว่า ราคาเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการซื้อเครื่องคัมเพลิงเคมี

ผู้เขียนมีข้อเสนอแนะว่า บริษัทผู้ผลิตจัดจำหน่ายอุปกรณ์การคัมเพลิงควรขอความร่วมมือจากหน่วยงานราชการในการจัดทำหนังสือคู่มือให้ความรู้ด้านคุณภาพประเภทของเครื่องคัมเพลิงเคมี ประสิทธิภาพและวิธีการใช้ ในการเผยแพร่ความรู้

เกี่ยวกับเครื่องดับเพลิงเคมี เพื่อจะได้เป็นพื้นฐานทำให้เกิดความสนใจและกระตุ้นให้ซื้อเครื่องดับเพลิงเคมีไว้ประจำบ้าน บริษัทผู้ผลิตจัดจำหน่ายอุปกรณ์การดับเพลิงควรให้ความสนใจต่อผู้บริโภคตามที่ขออาศัยอย่างจริงจัง โดยใช้ส่วนผสมทางการตลาดกระตุ้นการยอมรับให้เกิดการซื้อเครื่องดับเพลิงเคมีไว้ประจำบ้าน บริษัทผู้ผลิตจัดจำหน่ายอุปกรณ์การดับเพลิงควรคำนึงถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของตนเอง สร้างภาพพจน์ที่ดีในตราหรือยี่ห้อของเครื่องดับเพลิงเคมี เพื่อให้ผู้บริโภคใช้เป็นปัจจัยในการตัดสินใจซื้อ บริษัทผู้ผลิตจัดจำหน่ายสามารถใช้ราคาในการส่งเสริมการขายในการขยายตลาดเครื่องดับเพลิงเคมีสำหรับที่อยู่อาศัยได้



ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

P

Thesis Title Marketing of and Consumer's Attitude Towards
 Fire-extinguisher for Residences in Bangkok
 Metropolitan Area

Name Mr. Somchai Tiathasin

Thesis Advisor Assistant Professor Nongnit Siripokakij

Department Marketing

Academic Year 1982

ABSTRACT

The study of the marketing and consumer's attitude towards fire-extinguisher for residences in Bangkok Metropolitan area is very interesting. Due to the price of land which is getting higher and higher, especially in Bangkok, so the newly built buildings are higher, mostly more than 10 stories. But the ability to put out fire by the Police Fire Department is only up to 10th floor. Accidences from fire happen everyday and they cause great damage to life and property.

The study is made by interviewing the distributor, fire-extinguishers which are selling today, 70% are locally produced, less than 30% are imported from abroad. The most popular type of the fire-extinguisher is the dry chemical, which is about 80% of all types. The marketing is very competitive, especially about prices. There has been no quality control by the government. The distributors are less interested in residential consumers,

but are more interested in big business, factories and government agencies. There has been less sale promotion in this business.

In the study of consumers' attitudes by questionnaire in Bangkok Metropolitan, the results show that most of consumers accept that it is necessary to have fire-extinguishers for their residences. Most of consumers, include the consumers who already have fire-extinguishers and the consumers who plan to purchase fire-extinguishers, have very little knowledge about them. Most of the consumers, who already have fire-extinguishers have a dry chemical type, size 6-10 pounds, price 601-1,000 baht and purchased from personal selling. The consumers, who plan to buy fire-extinguishers mostly select, dry chemical type, size 6-10 pounds, price 200-500 baht. They plan to purchase at the fire-extinguisher shop. Both type of consumers care about the quality. All consumers accepts that price is the most important factor in purchasing the fire-extinguisher.

From the findings, the author suggest that manufacturers and distributors of the fire-extinguisher should get the government to pay attention in the area and help in making handbook, which contain the knowledge of a fire-extinguisher about quality, type, efficiency, and method to use. This will stimulate people's interest in having a fire-extinguisher in their houses. The manufacturers and the distributors should be interested in residential consumers by using the marketing mix to motivate consumers to accept and to purchase fire-extinguishers for their houses. They should to be interested in quality of their fire-extinguishers.

The manufacturer should build up the good brand image, so consumers can use this factor to decide in purchasing fire-extinguishers. They are able to use the price promotion to extend marketing to resident area for fire-extinguishers.



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ในการเขียนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้เขียนได้รับความร่วมมือจากบุคคลและหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งหน่วยงานของเอกชนและรัฐบาล ซึ่งผู้เขียนขอขอบคุณ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ส. สมบูรณ์พาณิชย์ บริษัทแอ่งโกล-ไทยเอ็นบีเอ็นเอริง จำกัด บริษัทนิปปอนเคมีคอล (ประเทศไทย) จำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัดดีไวเทรคคิง และบริษัทผู้ผลิตจัดจำหน่ายอุปกรณ์การดับเพลิงในเขตกรุงเทพมหานคร หน่วยบรรเทาสาธารณภัย กองตำรวจดับเพลิง สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ที่ได้ให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เพื่อใช้ประกอบในการเขียนวิทยานิพนธ์ ในเรื่องนี้

ผู้เขียนขอขอบคุณ คุณมนตรี ชีระโกเมน ที่ให้คำแนะนำเกี่ยวกับข้อมูลในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น และผู้เขียนขอขอบคุณ รองศาสตราจารย์ สุวิธนา วิวัฒน์ชาติ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ นงนิตย์ สิริโกคากิจ ที่ได้สละเวลาเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้

สุดท้ายนี้ ผู้เขียนขอแสดงความขอบคุณผู้ที่ให้ความช่วยเหลือในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ทุก ๆ ท่าน ทั้งที่ได้กล่าวนามและไม่ได้กล่าวนามข้างต้น ถ้าวิทยานิพนธ์เรื่องนี้มีส่วนดี ผู้เขียนขอมอบความดีนั้นให้กับบุพการี และมีพระคุณต่อผู้เขียนทุกท่าน หากมีสิ่งใดบกพร่องผู้เขียนขออภัยไว้แต่ผู้เดียว

ศูนย์วิทยบริการ
สมชาย เตียทะสินธ์.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ



บทคัดย่อภาษาไทย	หน้า
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
กิตติกรรมประกาศ	ช
รายการตารางประกอบ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	ร
ความเป็นมา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	4
ขอบเขตของการศึกษา	4
วิธีการศึกษาค้นคว้า	5
สมมุติฐานที่ใช้ในการศึกษา	8
ประโยชน์	9
บทที่ 2 ผลิตภัณฑ์อุปกรณ์การขับเพลิงสำหรับที่อยู่อาศัย	10
บทที่ 3 การดำเนินงานด้านการตลาด	27
ด้านผลิตภัณฑ์	34
ด้านราคา	37
ด้านการจัดจำหน่าย	41
ด้านการส่งเสริมการขาย	43
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการวิจัย	46
บทที่ 5 ข้อเสนอแนะ	125

	ฉ หน้า
บรรณานุกรม	266
ภาคผนวก	267
ประวัติของผู้เขียน	275



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการตารางประกอบ

ตาราง	หน้า
ก. แสดงถึงสถิติการเกิดอัคคีภัย, ผู้เสียชีวิต และความเสียหาย ต่อทรัพย์สินในประเทศไทยและกรุงเทพมหานคร.....	3
ข. การนำเข้าเครื่องคัมเพลิงเคมีจากต่างประเทศ.....	30
ค. การนำเข้าสารเคมีที่ใช้บรรจุและเปลี่ยนภายในเครื่องคัมเพลิงเคมี.....	30
ง. การนำเข้าเครื่องคัมเพลิงเคมีแยกตามประเทศ	31
จ. การเปรียบเทียบราคาเครื่องคัมเพลิงเคมีแยกตามขนาดและประเภท ของเครื่องคัมเพลิงเคมีที่ผลิตภายในประเทศและผลิตภัณฑ์จากต่าง ประเทศ.....	39
ฉ. ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	132
ตารางที่	
1. แสดงถึงการรู้จักและไม่รู้จักเครื่องคัมเพลิงเคมี.....	134
2. แสดงถึงการรู้จักดีหรือเครื่องคัมเพลิงเคมี.....	137
3. แสดงถึงการรู้จักประเภทของเครื่องคัมเพลิงเคมี.....	143
4. ก. แสดงถึงทัศนคติของผู้ตอบที่เห็นถึงความจำเป็นที่จะต้องมี เครื่องคัมเพลิงเคมีไว้ประจำบ้านหรือไม่.....	149
4. ข. แสดงถึงเหตุผลของผู้ที่เห็นด้วยกับความจำเป็นที่จะต้องมี เครื่องคัมเพลิงเคมีไว้ประจำบ้าน.....	152
4. ค. แสดงถึงเหตุผลของผู้ที่ไม่เห็นด้วยกับความจำเป็นที่จะต้องมี เครื่องคัมเพลิงเคมีไว้ประจำบ้าน	155
4. ง. แสดงถึงการมีและไม่มีเครื่องคัมเพลิงเคมีของผู้ที่ยอมรับในความ จำเป็นที่จะต้องมีเครื่องคัมเพลิงเคมีไว้ประจำบ้าน.....	161
4. จ. แสดงถึงการทัศนคติที่ซื้อและไม่ซื้อเครื่องคัมเพลิงเคมีของผู้บริโภค ที่ยอมรับในความจำเป็นที่จะต้องมีเครื่องคัมเพลิงเคมีประจำบ้าน.....	164
5. แสดงถึงการมีและไม่มีเครื่องคัมเพลิงเคมีไว้ประจำบ้าน.....	167
6. แสดงถึงทัศนคติในการทัศนคติที่ซื้อเครื่องคัมเพลิงเคมีไว้ประจำบ้าน (สำหรับผู้ที่ยังไม่มีเครื่องคัมเพลิงเคมี).....	170
7. แสดงถึงยี่ห้อเครื่องคัมเพลิงเคมีที่มีอยู่ภายในบ้าน.....	173

8.	แสดงถึงประเภทของเครื่องคัมเพลิงเคมีที่มีอยู่ภายในบ้าน.....	176
9.	แสดงถึงจำนวนเครื่องคัมเพลิงเคมีที่มีอยู่ภายในบ้าน.....	179
10.	แสดงถึงขนาดของเครื่องคัมเพลิงเคมีที่มีอยู่ภายในบ้าน.....	182
11.	แสดงถึงระดับราคาของเครื่องคัมเพลิงเคมีที่ผู้ตอบซื้อใช้ภายในบ้าน...	185
12.	แสดงถึงสถานที่ที่ผู้ตอบซื้อเครื่องคัมเพลิงเคมีที่มีอยู่ภายในบ้าน.....	188
13.	แสดงถึงทัศนคติของผู้ตอบซึ่งคำนึงถึงปัจจัยอะไรที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจซื้อเครื่องคัมเพลิงเคมีที่มีอยู่ภายในบ้าน.....	191
14.	แสดงถึงเครื่องคัมเพลิงเคมีที่มีอยู่ภายในบ้านว่าเคยนำไปเปลี่ยนสารเคมีหรือไม่.....	197
15.	แสดงถึงการเลือกใช้บริการในการเปลี่ยนสารเคมีภายในเครื่องคัมเพลิงเคมี.....	200
16.	แสดงถึงการตัดสินใจซื้อเครื่องคัมเพลิงเคมีเพิ่มจากที่มีอยู่แล้วของผู้ตอบ	203
17.	แสดงถึงยี่ห้อเครื่องคัมเพลิงเคมีที่ผู้ตอบตัดสินใจซื้อ.....	206
18.	แสดงถึงประเภทของเครื่องคัมเพลิงเคมีที่ผู้ตอบจะซื้อ.....	209
19.	แสดงถึงจำนวนเครื่องคัมเพลิงเคมีที่ผู้ตอบจะซื้อ.....	212
20.	แสดงถึงขนาดของเครื่องคัมเพลิงเคมีที่ผู้ตอบจะซื้อ.....	215
21.	แสดงถึงระดับราคาของเครื่องคัมเพลิงเคมีที่ผู้ตอบจะซื้อ.....	218
22.	แสดงถึงการเลือกสถานที่ที่ผู้ตอบจะซื้อเครื่องคัมเพลิงเคมี.....	221
23.	แสดงถึงปัจจัยที่ผู้ตอบใช้ในการตัดสินใจซื้อเครื่องคัมเพลิงเคมี.....	224
24. ก.	แสดงถึงทัศนคติของผู้ตอบในสนทนาพิจารณาถึงราคาว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการตัดสินใจซื้อเครื่องคัมเพลิงเคมีหรือไม่.....	227
24. ข.	แสดงถึงเหตุผลของผู้ตอบที่ไม่เห็นด้วยที่ว่าราคาเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการตัดสินใจซื้อเครื่องคัมเพลิงเคมี.....	230
24. ค.	แสดงถึงเหตุผลของผู้ตอบที่ไม่เห็นด้วยที่ว่าราคาเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการตัดสินใจซื้อเครื่องคัมเพลิงเคมี.....	233
25. ก.	แสดงถึงทัศนคติของผู้ตอบที่มีต่อเครื่องคัมเพลิงเคมีในด้านคุณภาพ.....	236
25. ข.	แสดงถึงทัศนคติของผู้ตอบที่มีต่อเครื่องคัมเพลิงเคมีในด้านราคา.....	242
25. ค.	แสดงถึงทัศนคติของผู้ตอบที่มีต่อเครื่องคัมเพลิงเคมีในด้านรูปแบบ...	245

25.ง.	แสดงถึงทัศนคติของผู้ตอบที่มีต่อเครื่องดับเพลิงเคมีในด้านสีสรร.....	248
25.จ.	แสดงถึงทัศนคติของผู้ตอบที่มีต่อเครื่องดับเพลิงเคมีในด้านขนาด น้ำหนัก.....	251
25.ฉ.	แสดงถึงทัศนคติของผู้ตอบที่มีต่อเครื่องดับเพลิงเคมีในด้านการใช้งาน	254
25.ช.	แสดงถึงทัศนคติของผู้ตอบที่มีต่อเครื่องดับเพลิงเคมีในด้านสถานที่ จัดจำหน่าย.....	257
25.ฉ.	แสดงถึงทัศนคติของผู้ตอบที่มีต่อเครื่องดับเพลิงเคมีในด้านบริการ...	260



ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย