

54602708 : สาขาวิชาการประกอบการ

คำสำคัญ: ปัจจัยทางการตลาด/การตัดสินใจซื้อ/ยาเสพติด

ชวภัทร อินทร์บำรุง : ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อยาเสพติด กรณีศึกษา ผู้เข้ารับการอบรม ค่ายปรับเปลี่ยนพฤติกรรม (ศพส. 315) สำนักงานป้องกันและปราบปรามยาเสพติด กรุงเทพมหานคร. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ผศ. ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์. 79 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อยาเสพติดของผู้ที่เข้ารับการอบรมค่ายปรับเปลี่ยนพฤติกรรม (ศพส. 315) สำนักงานป้องกันและปราบปรามยาเสพติด กรุงเทพมหานคร เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เข้ารับการอบรมค่ายปรับเปลี่ยนพฤติกรรม (ศพส. 315) สำนักงานป้องกันและปราบปรามยาเสพติดกรุงเทพมหานคร ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวกจำนวน 377 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้เข้ารับการอบรมส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 88.59 มีอายุระหว่าง 12-22 ปี คิดเป็นร้อยละ 58.89 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 65.25 มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 67.37 มีอาชีพรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 42.97 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 - 7,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.20 2) พฤติกรรมในการใช้ยาเสพติดของผู้เข้ารับการอบรม ส่วนใหญ่ใช้ยาเสพติดครั้งแรก ช่วงอายุ 11-19 ปี คิดเป็นร้อยละ 57.82 ชนิดของยาเสพติดที่ใช้ครั้งแรกคือ ยาบ้า คิดเป็นร้อยละ 61.54 สาเหตุที่ทำให้ตัดสินใจเสพยาเสพติด คืออยากลอง คิดเป็นร้อยละ 61.01 ความถี่ในการเสพยาเสพติด คือเคยทดลองเสพ คิดเป็นร้อยละ 23.34 ชนิดของยาเสพติดที่ใช้เป็นประจำคือ ยาบ้า คิดเป็นร้อยละ 57.82 3) ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อยาเสพติด ของผู้เข้ารับการอบรม ในภาพรวม อยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้เข้ารับการอบรมให้ความสำคัญในด้านช่องทางหรือสถานที่จัดจำหน่ายมากที่สุด ให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์ในอันดับรองลงมา และให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดน้อยที่สุด 4) การวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อยาเสพติด เนื่องจากความต้องการอยากลอง พบว่า

$$\hat{Y}_1 = 1.23 + (0.13) X_1$$

การตัดสินใจซื้อยาเสพติด เนื่องจากความต้องการอยากลอง จะมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับด้านผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อยาเสพติดเนื่องจากเพื่อนชักชวน พบว่า

$$\hat{Y}_2 = 0.21 - (0.11) X_1 + 0.10X_2$$

การตัดสินใจซื้อยาเสพติด ด้านเพื่อนชักชวนจะมีความสัมพันธ์ในทางตรงข้ามกับด้านผลิตภัณฑ์ และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับด้านการส่งเสริมการตลาด

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ลายมือชื่อนักศึกษา

ปีการศึกษา 2555

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

54602708 : MAJOR : ENTREPRENEURSHIP

KEY WORDS : MARKETING MIX FACTORS/DECISION OF BUYING/ DRUGS

CHAWAPAT INBAMRUNG: MARKETING MIX FACTORS AFFECTING TO THE DECISION OF BUYING DRUGS OF TRAINEES AT THE BEHAVIOR MODIFICATION CAMP (NATIONAL COMMAND CENTER FOR DRUGS ELIMINATION (NCCDE 315)) THE BANGKOK METROPOLITAN NARCOTICS CONTROL OFFICE. THESIS ADVISOR: ASST.PROF. PITAK SIRIWONG, Ph.D. 79 pp.

This research had the purpose to study the marketing mix factors affecting to the decision of buying drugs of trainees at the Behavior Modification Camp (National Command Center for Drugs Elimination (NCCDE 315)) the Bangkok Metropolitan Narcotics Control office. A tool used in this research was the questionnaire which collected data from 377 trainees at the Behavior Modification Camp (National Command Center for Drugs Elimination (NCCDE 315)) the Bangkok Metropolitan Narcotics Control office by using the convenient sample group. Statistics used for analyzing were mean, standard deviation, and the multiple regression analysis.

The result was found that 1) most of trainees were male at 88.59%; their age was between 12-22 years old at 58.89%; their marriage status was single at 65.25%; their educational level was less than or equal the high school at 67.37%; their career was employees at 42.97%; their salary was 5,001-7,000 baht at 25.20% 2) for trainees' behavior of using drugs, most of them started for the first time when they were 11-19 years old at 57.82%; the first kind of drugs they used was amphetamine at 61.54%. The reason why they decided to use the drugs was that they wanted to try it at 61.01%. For the frequency of using drugs, they used to try it at 23.34%. The kind of drugs they used normally was amphetamine at 57.82% 3) the marketing mix factors affecting to the decision of buying drugs of trainees in general was at the low level. When considering each side, it was found that trainees of the camp focused on the purchasing channel and the place selling drugs the most; the next one was the products; they focused the least on the marketing promotion. 4) to analyze the marketing mix factors affecting to the decision of buying drugs because the need to try, found that

$$\hat{y}_1 = 1.23 + (0.13) X_1$$

The decision of buying drugs because of the need to try had the relation in the same direction with the products. To analyze the marketing mix factors affecting to the decision of buying drugs because of be persuaded by their friends found that

$$\hat{y}_2 = 0.21 - (0.11) X_1 + 0.10X_2$$

The decision of buying drugs because of be persuaded by their friends had the relation in the contrast direction with the products and there was the relation in the same direction with the marketing promotion.

Program of Entrepreneurship

Graduate School, Silpakorn University

Student's signature.....

Academic Year 2012

Thesis Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาอย่างสูงจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ และ คณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ประสพชัย พสุนนท์ ดร. สุวิชา วรวิเชียรวงษ์ ที่ได้เสียสละเวลาให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็น ถึงประเด็นต่าง ๆ ในการศึกษาและชี้แนวทางในการแก้ปัญหา การค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติม และได้กรุณาตรวจสอบแก้ไข ข้อบกพร่องต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์และสรุปผลการศึกษา รวมทั้งการแก้ไขงานวิจัยให้สมบูรณ์

ขอขอบคุณความช่วยเหลือและกำลังใจที่ได้รับจากครอบครัวตลอดจนเพื่อน ๆ พี่ๆ น้องๆ สาขาการประกอบการรุ่นที่ 4 ทุกคน และขอขอบคุณสำนักงานป้องกันและปราบปรามยาเสพติด กรุงเทพมหานคร สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด พี่ๆ น้องๆ ผู้ร่วมงานทุกท่านที่อุทิศตน เพื่อแก้ไขปัญหายาเสพติด ทั้งยังให้คำแนะนำ ตลอดจนความช่วยเหลือ จนทำให้งานวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ลงได้

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยฉบับนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์กับประเทศชาติ สังคม หน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนที่เกี่ยวข้องในการแก้ไขปัญหายาเสพติดบ้าง ไม่มากก็น้อย และหากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยไว้ ณ ที่นี้