

ทัศนคติของผู้บริโภคกลุ่มเจนเออร์แซนวายที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทย



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2557

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์
เรื่อง
ทัศนคติของผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทย

ได้รับการพิจารณาให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วันที่ 22 ธันวาคม พ.ศ. 2557



นางสาว เพลินดา สุขเจริญชัยกุล
ผู้วิจัย

ราชา มหากันธา
Ph.D.
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

บุริม โอทกานนท์
M.B.A.
กรรมการสอบสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์ อรรถนพ ตันละมัย, Ph.D.,
คณบดี
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วินัย วงศ์สุวรรณ
Ph.D.
ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่อง ทศนคติของผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี โดยได้รับความกรุณาอย่างสูงจาก ดร. ราชา มหากันธา อาจารย์ที่ปรึกษาในการวิจัยครั้งนี้ ที่ได้กรุณาเสียสละเวลาอย่างมาก เพื่อให้ความช่วยเหลือในการตรวจสอบแก้ไขเนื้อหาของการศึกษานี้ และให้คำแนะนำมาโดยตลอด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ครอบครัว และบุคคลผู้อยู่เบื้องหลังความสำเร็จของการศึกษานี้ทุกท่าน ที่เป็นกำลังใจสำคัญ และให้การสนับสนุนการศึกษาในทุกๆ ด้านเสมอมา ขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้แก่ผู้วิจัย และขอบคุณเพื่อนๆ ที่เป็นกำลังใจให้กันและกันมาโดยตลอด

ท้ายที่สุดนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งช่วยให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษานี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า สารนิพนธ์นี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ หากมีข้อผิดพลาดประการใดผู้วิจัยขออภัยมา ณ ที่นี้

เพลินตา สุขเจริญชัยกุล

ทัศนคติของผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทย

ATTITUDE OF GENERATION Y CONSUMERS ABOUT THAI HERBAL USAGE

เพลินตา สุขเจริญชัยกุล 5650008

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: ราชามหากันธา, Ph.D., นุริม โอทกานนท์, M.B.A., ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วินัย วงศ์สุวรรณ, Ph.D.

บทคัดย่อ

สารนิพนธ์นี้ทำการศึกษา ทัศนคติของผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการใช้สมุนไพรไทย ทัศนคติของผู้บริโภค และปัจจัยที่จะช่วยส่งผลให้ผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชั่นวายมีการใช้สมุนไพรไทยมากขึ้น ทำการศึกษาโดยการแจกแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญจากประชากรที่เกิดระหว่าง พ.ศ.2523-2538 ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชั่นวายส่วนใหญ่ (ร้อยละ 82) เคยใช้สมุนไพรไทย วัตถุประสงค์เพื่อบำรุงร่างกาย สื่อที่มีอิทธิพลต่อการใช้มากที่สุด คือ อินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 39.5) และโทรทัศน์ (ร้อยละ 31.3) บุคคลที่เชื่อถือมากที่สุดในการให้ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทย คือ ครอบครัว/ญาติ/เพื่อน (ร้อยละ 33.9) และแพทย์แผนไทย (ร้อยละ 32.5) ในส่วนของทัศนคติ ด้านการรับรู้ พบว่า มาตรฐานของสมุนไพรไทยที่เชื่อถือมากที่สุด คือ มาตรฐานจาก ออย. (ร้อยละ 41.6) โดยลักษณะทางประชากรศาสตร์กับมาตรฐานของสมุนไพรไทยที่เชื่อถือมากที่สุด ไม่มีความสัมพันธ์กัน ด้านความรู้สึกรู้สึก ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ดีต่อสมุนไพรไทยโดยมีทัศนคติด้านความรู้สึกละเอียดอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก โดยผู้บริโภคที่มีเพศ และประสบการณ์การใช้แตกต่างกัน จะมีความรู้สึกด้านภาพลักษณ์แตกต่างกัน ผู้บริโภคที่มีอายุ และอาชีพแตกต่างกัน จะมีความรู้สึกด้านคุณค่าและประโยชน์แตกต่างกัน ด้านพฤติกรรมแนวโน้ม ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทย และยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทยด้วย โดย อายุ อาชีพ รายได้ และประสบการณ์การใช้ มีความสัมพันธ์กับความยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทย และ เพศ อาชีพ รายได้ และประสบการณ์การใช้ มีความสัมพันธ์กับความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย

คำสำคัญ: สมุนไพรไทย/ เจนเอเรชั่นวาย

สารบัญ

| | หน้า |
|---------------------------------------|------|
| กิตติกรรมประกาศ | ข |
| บทคัดย่อ | ค |
| สารบัญ | ง |
| สารบัญตาราง | ฉ |
| สารบัญภาพ | ณ |
| บทที่ 1 | 1 |
| บทนำ | 1 |
| ที่มาและความสำคัญของปัญหา | 1 |
| คำถามการวิจัย | 3 |
| วัตถุประสงค์ของงานวิจัย | 3 |
| ขอบเขตของการวิจัย | 3 |
| สมมติฐาน | 4 |
| นิยามศัพท์เฉพาะ | 4 |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ | 5 |
| บทที่ 2 | 6 |
| แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 6 |
| คำสำคัญ | 7 |
| แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง | 11 |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 20 |
| บทที่ 3 | 27 |
| ระเบียบวิธีการวิจัย | 27 |
| ประชากร | 28 |
| กลุ่มตัวอย่างและขนาดของกลุ่มตัวอย่าง | 28 |
| วิธีการสุ่มตัวอย่าง | 28 |
| กรอบงานวิจัย | 29 |
| ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย | 29 |
| สมมติฐานการวิจัย | 30 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|---|------------|
| | 30 |
| | 31 |
| | 31 |
| | 31 |
| บทที่ 4 | 34 |
| เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย | 30 |
| การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย | 31 |
| วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล | 31 |
| วิธีการและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล | 31 |
| การวิเคราะห์ผลการวิจัย | 34 |
| ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง | 34 |
| ประสบการณ์การใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่าง | 37 |
| ทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่าง | 42 |
| ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่าง | 51 |
| การทดสอบสมมติฐาน | 53 |
| สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน | 87 |
| บทที่ 5 | 94 |
| สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ | 94 |
| สรุปผลการวิจัย | 94 |
| อภิปรายผลการวิจัย | 101 |
| ข้อเสนอแนะ | 106 |
| บรรณานุกรม | 109 |
| ภาคผนวก | 117 |
| ภาคผนวก ก แบบสอบถาม | 118 |
| ภาคผนวก ข ผู้เชี่ยวชาญ | 125 |
| ประวัติผู้วิจัย | 126 |

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | หน้า |
|--|------|
| 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ | 34 |
| 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของประสบการณ์การใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเคยใช้ | 37 |
| 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของประสบการณ์การใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ใช้บ่อย | 38 |
| 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของประสบการณ์การใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้จำแนกตามแหล่งที่มาของสมุนไพรไทยที่ใช้ | 39 |
| 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของประสบการณ์การใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย | 40 |
| 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของประสบการณ์การใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้จำแนกตามบุคคลที่มีส่วนต่อการตัดสินใจใช้สมุนไพรไทย | 40 |
| 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของประสบการณ์การใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้จำแนกตามสื่อที่มีอิทธิพลต่อการใช้สมุนไพรไทย | 41 |
| 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่างด้านการรับรู้ จำแนกตามแหล่งข้อมูล/ข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยที่ได้รับ | 42 |
| 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่างด้านการรับรู้ จำแนกตามชนิดของสมุนไพรไทยที่รู้จัก | 43 |
| 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่างด้านการรับรู้ จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้สมุนไพรไทย | 44 |
| 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่างด้านการรับรู้ จำแนกตามบุคคลที่เชื่อถือมากที่สุดในการให้ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทย | 46 |
| 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่างด้านการรับรู้ จำแนกตามมาตรฐานของสมุนไพรไทยที่เชื่อถือมากที่สุด | 47 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | หน้า |
|---|------|
| 4.13 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติด้านความรู้สึกรู้สึกต่อการใช้ สมุนไพรไทย | 47 |
| 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่าง ด้านพฤติกรรมแนวโน้ม จำแนกตามความยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทย | 50 |
| 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่าง ด้านพฤติกรรมแนวโน้ม จำแนกตามความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย | 51 |
| 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับ สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่าง | 52 |
| 4.17 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ การรับรู้ ต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านมาตรฐานของสมุนไพรไทยที่เชื่อถือมากที่สุด มีความสัมพันธ์กัน | 55 |
| 4.18 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่าง เพศ กับ ความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทย | 59 |
| 4.19 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่าง อายุ กับ ความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทย | 60 |
| 4.20 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่าง การศึกษา กับ ความรู้สึกต่อการใช้ สมุนไพรไทย | 61 |
| 4.21 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่าง อาชีพ กับ ความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทย ในด้านภาพลักษณ์ | 62 |
| 4.22 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่าง รายได้ กับ ความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทย | 63 |
| 4.23 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่าง ศาสนา กับ ความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทย | 64 |
| 4.24 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมแนวโน้มต่อการ ใช้สมุนไพรไทย | 66 |
| 4.25 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมแนวโน้มต่อการ ใช้สมุนไพรไทย | 67 |
| 4.26 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับพฤติกรรมแนวโน้มต่อการ ใช้สมุนไพรไทยในด้านความยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทย | 68 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | หน้า |
|--|------|
| 4.27 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้ สมุนไพรรไทย | 70 |
| 4.28 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับพฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้ สมุนไพรรไทย | 72 |
| 4.29 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างศาสนากับพฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้ สมุนไพรรไทย | 73 |
| 4.30 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ประสพการณ์การใช้สมุนไพรรไทย กับ การรับรู้ต่อการใช้สมุนไพรรไทยในด้านมาตรฐานของสมุนไพรรไทยที่เชื่อถือมากที่สุด | 75 |
| 4.31 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่าง ประสพการณ์การใช้สมุนไพรรไทย กับ ความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรรไทย | 76 |
| 4.32 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ประสพการณ์การใช้สมุนไพรรไทย กับ พฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรรไทย | 77 |
| 4.33 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ ประสพการณ์การใช้สมุนไพรรไทย | 79 |
| 4.34 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรรไทย | 82 |
| 4.35 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ สื่อที่มีอิทธิพลต่อการใช้สมุนไพรรไทย | 85 |
| 4.36 แสดงสรุปสมมติฐานการวิจัย | 87 |

สารบัญภาพ

| ภาพที่ | | หน้า |
|--------|---|------|
| 1-1 | มูลค่าตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรในประเทศไทย | 1 |
| 1-2 | กราฟแสดงแนวโน้มของมูลค่าตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรในตลาดโลก | 2 |
| 2-1 | องค์ประกอบที่สนกคิ 3 ประการ | 12 |

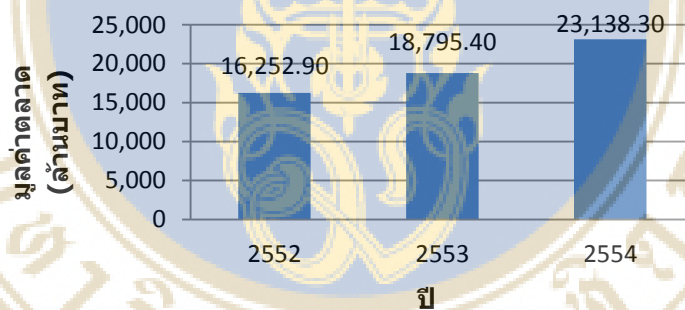


บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยมีภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมาช้านานในด้านสมุนไพร โดยใช้ในรูปแบบของยาสมุนไพรเพื่อการรักษาโรค ในช่วงต้นไม่มีการบันทึก จารีต ตำรา หรือเอกสารโบราณ หลังจากนั้นใน พ.ศ. 2377 นักสอนศาสนาคริสต์ที่เป็นแพทย์และนักวิทยาศาสตร์เข้ามาในประเทศไทยจึงมีการนำการแพทย์แผนปัจจุบันและความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์มาสู่ประเทศไทยด้วย การแพทย์สมัยใหม่เริ่มเข้ามามีบทบาทเพิ่มมากขึ้นทำให้ความนิยมในการใช้สมุนไพรลดลง แต่ก็ยังมีประชาชนบางส่วนที่เห็นความสำคัญของสมุนไพรและมีการสืบทอดภูมิปัญญาดังกล่าวต่อมา โดยในปัจจุบันธุรกิจสมุนไพรมีแนวโน้มการเติบโตเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ทั้งภายในประเทศไทยและทั่วโลกดังแสดงในภาพที่ 1-1 และ 1-2 ต่อไปนี้



ภาพที่ 1-1มูลค่าตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรในประเทศไทย

ที่มา: กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2556

จากภาพที่ 1-1 จะเห็นว่าตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรในประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นโดยในปี พ.ศ. 2552 มีมูลค่าตลาด 16,252.90 ล้านบาท และเพิ่มขึ้นเป็น 18,795.40 และ 23,138.30 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2553 และ 2554 ตามลำดับ



ภาพที่ 1-2 กราฟแสดงแนวโน้มของมูลค่าตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรในตลาดโลก

ที่มา: http://www.bpc.org.bd/mphpbpc_sector_profile.php

จากภาพที่ 1-2 จะเห็นว่าแนวโน้มของมูลค่าตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรในระดับโลกมีการเติบโตเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยมีมูลค่า 12,500 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี ค.ศ. 1994 และเพิ่มขึ้นเป็น 30,000 และ 60,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี ค.ศ. 2000 และ ค.ศ. 2010 ตามลำดับโดยธนาคารโลกได้มีการคาดการณ์ไว้ว่าจะมีมูลค่าสูงถึง 500,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี ค.ศ. 2050

ทั้งที่ข้อมูลมูลค่าการตลาดสมุนไพรของประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างน่าสนใจแต่จากผลสำรวจพฤติกรรมการดูแลสุขภาพตนเองด้วยแพทย์แผนไทยและสมุนไพรของครัวเรือน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2556) พบว่าประชาชนส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 41.6 ไม่รู้จักและไม่เคยใช้ยาแผนไทย/สมุนไพรในการรักษาโรคประชาชนร้อยละ 36.5 รู้จักแต่ไม่เคยใช้มีผู้ที่รู้จักและเคยใช้เพียงร้อยละ 21.9

เมื่อพิจารณาถึงกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่เกิดใน พ.ศ. 2523-2538 จากผลการสำรวจประชากรของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2555 พบว่ามีกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวาย จำนวน 15,095,077 คน จากประชากรทั้งประเทศจำนวน 63,233,393 คน (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2555) โดยกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวายมีลักษณะชอบแสดงออก มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ไม่ชอบอยู่ในกรอบและไม่ชอบเงื่อนงำ เป็นคนทันสมัย ไม่ตกยุค และมักเบื่อง่ายเป็นผู้บริโภคที่ใจร้อน ต้องการเห็นผลสำเร็จทุกอย่างอย่างรวดเร็ว โดยกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายถือว่าเป็นคนกลุ่มใหญ่ที่มีความสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจขององค์กรและประเทศชาติ อีกทั้งยังเป็นกลุ่มคนที่มีความสำคัญต่อการสืบสานภูมิปัญญาสมุนไพรอีกด้วย

เป็นที่น่าเสียดายเมื่อพบว่า จากผลการสำรวจการใช้สมุนไพรไทยของประชาชนไทยในปัจจุบันซึ่งอยู่ในยุคของความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีนั้นยังไม่ค่อยได้รับความนิยมนัก โดยเฉพาะในกลุ่มคนเจนเนอเรชั่นวายที่มีลักษณะนิสัยชอบความทันสมัย ซึ่งตรงกันข้ามกับภาพลักษณ์ของสมุนไพรไทยที่มีความล้ำสมัย

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาทัศนคติของผู้บริ โภคกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย (Gen Y) ที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทย การเข้าใจมุมมองและทัศนคติของกลุ่มคนดังกล่าวที่มีต่อสมุนไพรจะมีส่วนช่วยในการปรับปรุงภาพลักษณ์ของสมุนไพรให้เป็นที่นิยมมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้มูลค่าตลาดของสมุนไพรไทยในอนาคตเพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้ยังมีประโยชน์ต่อการสืบสานและช่วยอนุรักษ์ภูมิปัญญาสมุนไพรไทยอีกทางหนึ่งด้วย

คำถามการวิจัย

1. การใช้สมุนไพรไทยมีการใช้ในรูปแบบใดบ้าง
2. ผู้บริ โภคกลุ่มเจนเอเรชั่นวายมีทัศนคติต่อการใช้สมุนไพรไทยอย่างไร
3. ปัจจัยใดที่จะช่วยส่งผลให้ผู้บริ โภคกลุ่มเจนเอเรชั่นวายมีการใช้สมุนไพรไทย

มากขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการใช้สมุนไพรไทย
2. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริ โภคกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทย
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่จะช่วยส่งผลให้ผู้บริ โภคกลุ่มเจนเอเรชั่นวายมีการใช้สมุนไพร

ไทยมากขึ้น

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาทัศนคติของผู้บริ โภคกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย (Gen Y) ที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทย

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่เกิดระหว่าง พ.ศ.2523-2538 ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 2,370,042 คน (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2555) โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยทำการศึกษาและเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา

เดือนพฤษภาคม 2557 ถึงเดือนธันวาคม 2557

สมมติฐาน

1. ผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีการรับรู้ในด้านการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน
2. ผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน
3. ผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน พฤติกรรมการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน

นิยามศัพท์เฉพาะ

ทัศนคติ หมายถึง ความคิดและความรู้สึกส่วนบุคคลของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายที่มีต่อสมุนไพรไทยไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่งไม่ว่าจะเป็นในทางยอมรับหรือปฏิเสธซึ่งจะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมขึ้น

เจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) หมายถึง บุคคลที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเกิดระหว่างปี พ.ศ. 2523-2538 (ปัจจุบันมีอายุ 19-34 ปี) มีลักษณะชอบแสดงออก มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ไม่ชอบอยู่ในกรอบ ไม่ชอบเงื่อนไข เป็นคนทันสมัย ไม่ตลกขบขัน และมักเบื่อง่าย เป็นผู้บริโภครุ่นที่ใจร้อน ต้องการเห็นผลสำเร็จทุกอย่างอย่างรวดเร็ว

สมุนไพรไทย หมายถึง พืชของไทยที่มีสรรพคุณในการรักษาโรค หรืออาการเจ็บป่วยต่างๆ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจเกี่ยวข้องกับสมุนไพรสามารถเข้าใจผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชั่นวายและสามารถพัฒนาการทำธุรกิจให้ตอบสนองต่อผู้บริโภคได้มากขึ้น
2. องค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์สมุนไพรไทยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์สมุนไพรไทยได้ดีมากยิ่งขึ้น



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ทัศนคติของผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย (Gen Y) ที่มีต่อการ
ใช้สมุนไพรไทย” ผู้วิจัยได้ศึกษาความหมายของคำสำคัญ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
เพื่อเป็นพื้นฐานแนะแนวกรอบในการวิจัยดังต่อไปนี้

1. คำสำคัญ

- 1.1 ทัศนคติ
- 1.2 เจเนอเรชั่นวาย
- 1.3 สมุนไพรไทย

2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการใช้สมุนไพร

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

- 3.1 งานวิจัยในประเทศ
- 3.2 งานวิจัยต่างประเทศ

1. คำสำคัญ

1.1 ทศนคติ

วิภาดา คุปตานนท์ (2551) กล่าวว่า ทศนคติ คือ ความรู้สึกภายในของบุคคลที่ใช้ประเมินหรือตัดสินสิ่งต่างๆ ความรู้สึกดังกล่าวเกี่ยวกับความชอบหรือไม่ชอบ (Favorable or unfavorable feeling) ต่อคน (People) วัตถุสิ่งของ (Objects) เหตุการณ์ (Events) และสถานการณ์ต่างๆ (Surrounding situations) เมื่อบุคคลชอบสิ่งหนึ่งสิ่งใดถือว่าบุคคลมีทศนคติเป็นบวกต่อสิ่งนั้น (Positive Attitude) ในทางตรงข้าม เมื่อบุคคลไม่ชอบสิ่งหนึ่งสิ่งใด ถือว่าบุคคลนั้นมีทศนคติเป็นลบต่อสิ่งนั้นๆ (Negative Attitude)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2550) กล่าวว่า ทศนคติ คือ การประเมินหรือการตัดสินเกี่ยวกับ ความชอบหรือไม่ชอบวัตถุ คน หรือ เหตุการณ์ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความรู้สึกของบุคคลเกี่ยวกับบางสิ่งบางอย่าง หรือเป็นแนวโน้มของบุคคลที่แสดงต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจเป็นบุคคล กลุ่มคน ความคิด หรือสิ่งของก็ได้ โดยมีความรู้สึกหรือความเชื่อเป็นพื้นฐาน ทศนคติไม่ใช่สิ่งเดียวกับค่านิยม แต่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน โดยค่านิยมเป็นสิ่งที่บุคคลเห็นคุณค่า แต่ทศนคติเป็นความรู้สึกด้านอารมณ์ (พอใจหรือไม่พอใจ) ซึ่งความรู้สึกนี้จะส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรมของบุคคล

สร้อยตระกูล (ดิทยานนท์) อรรถมานะ (2550) ให้ความหมายของทศนคติไว้ว่า ทศนคติ คือ ผลผสมผสานระหว่างความนึกคิด ความเชื่อ ความคิดเห็น ความรู้ และความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด คนใดคนหนึ่ง สถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่งๆ ซึ่งออกมาในทางประเมินค่าอันอาจเป็นไปในทางยอมรับหรือปฏิเสธก็ได้ และความรู้สึกเหล่านี้มีแนวโน้มที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่งขึ้น

คาร์เตอร์ วี. กู๊ด (Carter V. Good, 1959) ให้คำจำกัดความไว้ว่า ทศนคติ คือ ความพร้อมที่จะแสดงออกในลักษณะใดลักษณะหนึ่งที่เป็น การสนับสนุนหรือต่อต้าน สถานการณ์บางอย่าง บุคคล หรือสิ่งใด ๆ

ฮอร์นบาย, เอ. เอส. (Hornby, A. S., 2001) “Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English” ให้ความหมายของทศนคติไว้ว่า ทศนคติ คือ วิธีทางที่บุคคลหรือรู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือคนใดคนหนึ่ง และวิธีทางที่บุคคลประพฤติดูใครหรือคนใดคนหนึ่ง ซึ่งแสดงให้เห็นว่า บุคคลหรือรู้สึกอย่างไร

โฮเวิร์ด เอช. เคนด์เลอร์ (Howard H. Kendler, 1963) กล่าวว่า ทศนคติ หมายถึง สภาวะความพร้อมของบุคคล ที่จะแสดงพฤติกรรมออกมาในทางสนับสนุนหรือต่อต้านบุคคล สถาบัน สถานการณ์ หรือ แนวความคิด

โรเจอร์ (Roger, 1978) ได้กล่าวถึง ทักษะคิด ว่า เป็นดัชนีชี้ว่า บุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุ หรือสิ่งแวดล้อม ตลอดจนสถานการณ์ต่างๆ โดยทักษะคิดนั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทักษะคิดจึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้า และเป็นมิติของการประเมินเพื่อแสดงว่า ชอบหรือไม่ชอบ ต่อประเด็นหนึ่งๆ ซึ่งถือเป็นการสื่อสารภายในบุคคล (Interpersonal Communication) ที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสาร อันจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไป

โดยสรุปผู้วิจัยให้ความหมายของ ทักษะคิด ว่า เป็นความรู้สึกรู้สึกของบุคคลที่เป็นผลผสมผสานระหว่างความนึกคิด ความเชื่อ ความคิดเห็น ความรู้ และความรู้สึกรู้สึกภายในของแต่ละบุคคลที่มีต่อสมมุติประเทศไทย โดยจะส่งผลต่อไปยังพฤติกรรมการใช้สมมุติประเทศไทยด้วย

1.2 เจเนอเรชันวาย

ชัชวาล อรวงศ์สุภทัต (2555) ได้กล่าวถึง Generation Y ว่า เป็นประชากรกลุ่มที่เกิดหลัง Generation X เป็นกลุ่มที่เติบโตมาในยุคของการเปลี่ยนแปลงอย่างมากของสภาพแวดล้อมทางสังคม เศรษฐกิจและการเมือง รวมทั้งเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าคนกลุ่มนี้จึงมีบุคลิกลักษณะด้านหนึ่งที่ค่อนข้างหัวือหา ตามสมัยนิยม พ่วงติดมากับความเก่งกล้าในการแสดงออกและกล้าที่จะคิด

ทิพวัลย์ สนิธิธิตาร (2553) ได้กล่าวว่าการกลุ่มคน Generation Y มีความสามารถในการทำงานหลายด้านที่เกี่ยวกับการนวัตกรรมใหม่ๆ คอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีสารสนเทศ และสื่ออีกหลายประเภท อีกทั้งยังมีความสามารถในการทำงานหลายๆ อย่างได้ในเวลาเดียวกัน มีความคิดสร้างสรรค์ มีความเชื่อมั่นในตนเองสูง สามารถรับมือกับความเปลี่ยนแปลง ต้องการงานที่มีความก้าวหน้า สามารถแสดงความคิดเห็นและบริหารจัดการด้วยตนเองทั้งในเรื่องเวลาและสถานที่ให้ความสำคัญต่อสัมพันธภาพที่ดีในการทำงาน

พสุ เดชะรินทร์ (2552) กล่าวว่า เจเนอเรชันวาย คือ กลุ่มคนที่มีความทะเยอทะยาน และมีความมุ่งมั่น ต้องการความชัดเจนในการทำงานว่าสิ่งที่ทำมีผลต่อตนเองและต่อหน่วยงานอย่างไรต้องการเรียนรู้ในประสบการณ์ที่หลากหลาย ต้องการประสบการณ์และการเรียนรู้ใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา และชอบการทำงานเป็นทีม

เจสัน ดอร์ซี (Jason Dorsey, n.d.) มีการกล่าวถึง Generation Y ว่า เป็นกลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี ค.ศ. 1977-1995 มีความสำคัญต่อการทำงาน การใช้ชีวิตขึ้นอยู่กับเทคโนโลยี ชอบความรวดเร็ว ไม่ชอบการรอคอย มีความคาดหวังในชีวิตสูง

แซลลี่ เคน (Sally Kane, n.d.) ได้กล่าวว่า Generation Y เป็นกลุ่มที่มีความสำคัญต่อการทำงานในปัจจุบัน มีการเติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยี ทำให้เป็นผู้ที่มีความชำนาญในด้าน

เทคโนโลยี ให้ความสำคัญกับความสมดุลระหว่างการใช้ชีวิตและการทำงาน มีความมั่นใจ ทะเยอทะยาน และมุ่งเน้นความสำเร็จ ชอบแสวงหาความท้าทายใหม่ ๆ ชอบการติดต่อสื่อสารผ่านทางอีเมลล์และข้อความมากกว่าการพบหน้า ชอบการทำงานเป็นทีม และการมีส่วนร่วมในกิจกรรม

วิลเลียม เจ. โชรเออร์ (William J. Schroer, n.d.) ได้ระบุว่า Generation Y คือ กลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี ค.ศ. 1977-1994 เป็นกลุ่มที่มีความรู้ในด้านเทคโนโลยี มีความภักดีต่อแบรนด์ต่ำ และมีความสามารถในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้อย่างรวดเร็ว ทำให้คนกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายมีความยืดหยุ่น และมีการเปลี่ยนแปลงในด้านแฟชั่น สไตล์ และรูปแบบการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไป

โดยสรุปผู้วิจัยให้ความหมายของ เจเนอเรชั่นวาย ว่า เป็นกลุ่มคนที่เกิดระหว่าง พ.ศ. 2523-2538 หรือมีอายุอยู่ในช่วง 19-34 ปี เป็นกลุ่มคนที่กำลังเข้าสู่วัยทำงาน มีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมากในการบริโภคสินค้าและบริการเพราะเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง ชอบความทันสมัย มีการพึ่งพาเทคโนโลยีในการดำรงชีวิต เป็นผู้บริโภคที่ใจร้อน และต้องการเห็นผลสำเร็จทุกอย่างอย่างรวดเร็ว

1.3 สมุนไพรไทย

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2540) ระบุว่า ความหมายของ สมุนไพร คือ ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ ได้จากพืช สัตว์ และแร่ธาตุ ที่ใช้เป็นยา

พระราชบัญญัติคุ้มครองและส่งเสริมภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย พ.ศ. 2542 (2550) ระบุว่า สมุนไพร หมายความว่า พืช สัตว์ จุลชีพ ธาตุวัตถุ สารสกัดดั้งเดิมจากพืชหรือสัตว์ ที่ใช้หรือแปรสภาพ หรือผสม หรือปรุงเป็นยา หรืออาหาร เพื่อการตรวจวินิจฉัย บำบัดรักษา หรือป้องกันโรค หรือส่งเสริมสุขภาพร่างกายของมนุษย์หรือสัตว์ และให้หมายความรวมถึงถิ่นกำเนิด หรือถิ่นที่อยู่ของสิ่งดังกล่าวด้วย

พระราชบัญญัติยา (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2522 (2552) ระบุว่า ความหมายของคำว่า ยาสมุนไพร คือ ยาที่ได้จากพฤกษชาติ สัตว์ หรือแร่ธาตุ ซึ่งมีได้ผสม ปรุง หรือแปรสภาพ

ภูริณัฐ (purinatth, 2551) กล่าวว่า พืชสมุนไพร หมายถึง ส่วนต่างๆ ของพืชที่สามารถนำมาใช้ทำเป็นยาบำบัดรักษาโรค ซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สามารถนำเอาสมบัติของพืชแต่ละชนิดมาประยุกต์ใช้ สำหรับพันธุ์พืชโดยทั่วไปมีมากมายหลากหลายชนิด พืชบางชนิดมีคุณสมบัติที่จะบำบัดโรคได้หลายโรคขึ้นอยู่กับวิธีการนำไปใช้ แต่มีพืชหลายชนิดที่ต่างชนิดกัน แต่กลับมีคุณสมบัติในการรักษาโรคหรือบำบัดอาการเดียวกันได้

รอฮานี มะสาแม (ม.ป.ป.) กล่าวไว้ว่า สมุนไพร คือ พืชที่เรานำมาใช้ทำเป็นยาโดยที่ยังไม่ได้ทำการแปรรูป อาจะยังอยู่ในสภาพที่สด หรือแห้งก็ได้ ซึ่งอาจจะได้มาจากพืช สัตว์ หรือแร่ธาตุ แต่ส่วนใหญ่ที่เราเห็นอยู่ในปัจจุบันนี้มักจะ ได้มาจากพืช

รังสรรค์ ชุณหวารกรณ์ (2548) กล่าวไว้ว่า พืชสมุนไพร หมายถึง พันธุ์ไม้ต่างๆ ที่สามารถนำมาใช้ปรุงหรือประกอบเป็นยารักษาโรคต่างๆ ใช้ในการส่งเสริมสุขภาพร่างกายได้

โรนูน มามะ (ม.ป.ป.) กล่าวไว้ว่า พืชสมุนไพร (Herbs) หมายถึง พืชที่ใช้ทำเป็นเครื่องยาซึ่งหาได้ตามพื้นเมือง ส่วน ยาสมุนไพร หมายถึง ยาที่ได้จากพืช สัตว์ หรือแร่ซึ่งยังมีได้ผสม ปรุง หรือแปรสภาพ

วชิราภรณ์ ทัพผา (ม.ป.ป.) ได้มีการระบุไว้ว่า สมุนไพร หมายถึง พืชที่ใช้ทำเป็นเครื่องยา ส่วน ยาสมุนไพร หมายถึง ยาที่ได้จากส่วนของพืช สัตว์ และแร่ ซึ่งยังมีได้ผสมปรุง หรือ แปรสภาพส่วนการนำมาใช้ อาจดัดแปลงรูปลักษณะของสมุนไพรให้ใช้ได้สะดวกขึ้น เช่น นำมาหั่นให้มีขนาดเล็กกลง หรือ นำมาบดเป็นผง เป็นต้น มิได้มีแต่พืชเพียงอย่างเดียว เพราะยังมีสัตว์และแร่ธาตุอื่นๆ อีก สมุนไพรที่เป็นสัตว์ ได้แก่ เขา หนัง กระดุก ดี หรือเป็นสัตว์ทั้งตัวก็มี เช่น ตู๊กแก ไล่เดือน มาน้ำ ฯลฯ

วัชรินทร์ คงวิลาด และ คมสัน หุตะแพทย์ (2543) กล่าวไว้ว่า สมุนไพร (Medicinal Plant หรือ Herb) ตามความหมายของพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พุทธศักราช 2525 หมายถึง พืชที่นำไปทำเป็นเครื่องยา ส่วนคำว่า ยาสมุนไพร ตามพระราชบัญญัติยา พุทธศักราช 2510 หมายถึง ยาที่ได้จากส่วนของพืช สัตว์ และแร่ ซึ่งยังมีได้ผสมปรุง หรือ แปรสภาพ แต่การนำไปใช้สามารถดัดแปลงรูปลักษณะเพื่อความสะดวกยิ่งขึ้น อาทิ การนำไปหั่นให้มีขนาดเล็กกลง หรือการบดเป็นผง เป็นต้น การใช้บำบัดอาจใช้แบบสมุนไพรเดี่ยวๆ หรือใช้ในรูปของตำรับยาสมุนไพร

สำนักงานแพทย์ทางเลือกของสถาบันสุขภาพแห่งชาติอเมริกา (NCCAM) (2014) กล่าวไว้ว่า สมุนไพร คือ พืช หรือส่วนของพืช ที่ใช้ประโยชน์ทางด้านกลิ่น รส และมีคุณสมบัติในการรักษา ยาสมุนไพรจัดเป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหารชนิดหนึ่ง โดยมีขายทั้งในรูปแบบแบบเม็ด แคปซูล ผง สารสกัด และในรูปของสมุนไพรสดหรือแห้ง ใช้เพื่อการบำรุงรักษาสุขภาพ

โดยสรุปผู้วิจัยให้ความหมายของ สมุนไพรไทย ว่า เป็นผลิตผลธรรมชาติของไทย ได้จากพืช สัตว์ จุลชีพ ธาตุวัตถุหรือแร่ธาตุ ที่นำมาใช้ทำเป็นยา เพื่อการตรวจวินิจฉัย บำบัดรักษา หรือ ป้องกันโรค หรือส่งเสริมสุขภาพร่างกาย โดยอาจอยู่ในรูปของสมุนไพรสด สมุนไพรแห้ง หรืออยู่ในรูปแบบเม็ด แคปซูล ผง หรือสารสกัด ก็ได้

2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

องค์ประกอบของทัศนคติ

Schiffman and Kanuk (2000) ได้ให้ความหมายของทัศนคติว่าเป็นความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ ทำให้มีพฤติกรรมลักษณะที่ชอบหรือไม่ชอบที่มีต่อสิ่งหนึ่ง และได้กำหนดองค์ประกอบทัศนคติไว้ 3 ส่วน ดังนี้



ภาพที่ 2-1 องค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ

ที่มา : Schiffman, Leon G. and Kanuk, Leslie Lazar. (2000). Consumer Behavior. New Jersey: Prentice Hall.

1. ส่วนของความเข้าใจ (Cognitive component) คือ ความรู้ (Knowledge) การรับรู้ (Perception) ความเชื่อ (Beliefs) อาจแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ซึ่งในส่วนของความเร็วและการรับรู้จะได้รับจากประสบการณ์และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับหลายแหล่งข้อมูล และความรู้ี้จะมีผลกระทบต่อความเชื่อ (Beliefs)

2. ส่วนของความรู้สึกรู้สึก (Affective component) จะสะท้อนอารมณ์ (Emotion) หรือความรู้สึก (Feeling) ของผู้บริโภคที่มีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น ในเรื่องความชอบและอารมณ์ที่มีต่อสิ่งนั้นๆ

3. ส่วนของพฤติกรรม (Conative component หรือ Behavior หรือ Doing) จะสะท้อนถึงแนวโน้มจะมีพฤติกรรมของผู้บริโภค หรือแนวโน้มการกระทำที่แสดงออก หรือความโน้มเอียงที่จะซื้อสินค้า

ลักษณะของทัศนคติ

กมลรัตน์ หล้าสุวงษ์ (2526) อธิบายถึงลักษณะของทัศนคติที่สำคัญมีดังนี้

1. ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้หรือการได้รับประสบการณ์ ไม่ใช่สิ่งที่ติดตัวมาแต่กำเนิด

2. ทักษคติเป็นดัชนีที่ชี้แนวทางการแสดงพฤติกรรม กล่าวคือ ถ้ามี ทักษคติที่ดีก็มีแนวโน้มที่จะเข้าหาหรือแสดงพฤติกรรมนั้นๆ ในทางตรงกันข้าม ถ้ามีทักษะคติที่ไม่ดี ก็มีแนวโน้มที่จะไม่เข้าหาโดยการถอยหนีหรือต่อต้านการแสดงพฤติกรรมนั้น

3. ทักษคติสามารถถ่ายทอดจากบุคคลหนึ่งไปสู่บุคคลอื่นๆ ได้ เช่น บิดา มารดาไม่ชอบสิ่งหนึ่งย่อมมีแนวโน้มทำให้เด็กไม่ชอบสิ่งนั้นด้วย

4. ทักษคติสามารถเปลี่ยนแปลงได้เนื่องจากทักษะคติเป็นสิ่งที่ได้มาจากการเรียนรู้หรือประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ถ้าการเรียนรู้หรือประสบการณ์นั้นเปลี่ยนแปลงไป ทักษคดีย่อมเปลี่ยนแปลงไปด้วย

การก่อตัวของทักษะคติ

ธงชัย สันติวงษ์ (2539) กล่าวว่า ทักษคติจะก่อตัวขึ้นมาและเปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากปัจจัยหลายประการ คือ

1. การจูงใจทางร่างกาย (Biological Motivations) ทักษคติจะเกิดขึ้นเมื่อ บุคคลใดบุคคลหนึ่งกำลังดำเนินการตอบสนองตามความต้องการหรือแรงผลักดันพื้นฐานทางร่างกายอยู่ ตัวบุคคลจะสร้างทักษะคติที่ดีต่อบุคคลหรือสิ่งของที่สามารถช่วยให้เขามีโอกาสตอบสนองความต้องการของตนได้ และในทางตรงกันข้ามจะสร้างทักษะคติที่ไม่ดีต่อสิ่งของหรือ บุคคลที่ขัดขวางมิให้เขาตอบสนองความต้องการได้

2. ข่าวสารข้อมูล (Information) ทักษคติจะมีพื้นฐานมาจากชนิดและ ขนาดของข่าวสารข้อมูลที่แต่ละคนได้รับมา รวมทั้งขึ้นอยู่กับลักษณะของแหล่งที่มาของข่าวสาร ข้อมูลอีกด้วย ด้วยกลไกของการเลือกเฟ้นในการมองเห็น และเข้าใจปัญหาต่างๆ ข่าวสารข้อมูล บางส่วนที่เข้ามาสู่ตัวบุคคลนั้น จะทำให้บุคคลนั้นเก็บไปคิดและสร้างเป็นทักษะคติขึ้นมาได้

3. การเกี่ยวข้องกับกลุ่ม (Group Affiliation) ทักษคติบางอย่างอาจจะมาจากกลุ่มต่างๆ ที่เขาเกี่ยวข้องกับอยู่ด้วย เช่น ครอบครัว วัดที่ไปประกอบศาสนกิจ กลุ่มเพื่อนร่วมงาน กลุ่มกีฬา และกลุ่มสังคมต่างๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มของครอบครัวและ กลุ่มเพื่อนร่วมงานเป็นกลุ่มที่สำคัญที่สุดที่จะเป็นแหล่งสร้างทักษะคติให้แก่บุคคลที่อยู่ในกลุ่ม ดังกล่าวได้

4. ประสบการณ์ (Experience) ประสบการณ์ของคนที่มีต่อวัตถุสิ่งของ ย่อมเป็นส่วนสำคัญ สิ่งที่เขาได้มีประสบการณ์มานั้นจะกลายเป็นทักษะคติได้

5. ลักษณะท่าทาง (Personality) มีส่วนทางอ้อมที่สำคัญในการสร้าง ทักษคติให้กับตัวบุคคลถึงแม้ว่าลักษณะท่าทางจะเป็นเรื่องที่มีความหมายกว้างที่สุด ตามที่กล่าว

มาแล้วก็ตาม แต่ลักษณะท่าทางหลายประการต่างก็มีส่วนทางอ้อมที่สำคัญในการสร้างทัศนคติให้กับตัวบุคคลได้ด้วย

ความมั่นคงของทัศนคติของผู้บริโภค (Consumer Attitude Stability)

อภิชาติ คำเอก (2553) กล่าวว่า ผู้บริโภคมิได้มีทัศนคติติดตัวมาแต่กำเนิด ทัศนคติก่อตัวขึ้นในภายหลังโดยกระบวนการเรียนรู้ เมื่อทัศนคติก่อตัวขึ้นแล้ว ทัศนคติมีแนวโน้มที่จะมีความมั่นคง พฤติกรรมผู้บริโภคส่วนใหญ่สอดคล้องกับทัศนคติ (Consumer Behavior Conforms to Attitude) โดยทั่วไปผู้บริโภคมีการปฏิบัติต่างๆ ตามความโน้มเอียงของเขา ทัศนคติเหล่านี้ได้ให้แนวทางแก่การตัดสินใจประเภทต่างๆ ซึ่งผู้บริโภคจะต้องกระทำและดำเนินวิธีการตามประเภทของการตัดสินใจนี้ แต่ก็มีได้หมายความว่าทัศนคติจะเป็นเครื่องชี้พฤติกรรมของผู้บริโภคได้โดยไม่ผิดเลย บางโอกาสผู้บริโภคอาจตัดสินใจซื้อโดยขัดกับทัศนคติที่เคยมีมาก็ได้โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีสิ่งจูงใจที่จะก่อให้เกิดความแตกต่างดังกล่าว เช่น ราคา พนักงานขาย ความปรารถนาที่จะลองใช้ของใหม่ เป็นต้น

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้บริโภค (Consumer Attitude Change)

อภิชาติ คำเอก (2553) กล่าวว่า ทัศนคติสามารถเปลี่ยนแปลงได้ด้วยวิธีการต่อไปนี้

1. ด้วยการป้อนข้อมูลใหม่เพื่อที่จะให้มีการเปลี่ยนแปลงในความเข้าใจ ซึ่งเป็นส่วนประกอบส่วนหนึ่งของทัศนคติของผู้บริโภค การเปลี่ยนตามวิธีนี้ก็คือ การพยายามเปลี่ยนส่วนประกอบของความเข้าใจใหม่นั้นเอง
2. โดยการนำเอาการเปลี่ยนแปลงไปสัมพันธ์กับสิ่งที่เป็นที่ต้องการและย้าให้เกิดความชอบใหม่ เพื่อที่จะให้มีการเปลี่ยนแปลงความชอบซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของทัศนคติ การเปลี่ยนตามวิธีนี้ก็คือ การพยายามเปลี่ยนส่วนประกอบของความชอบนั่นเอง
3. โดยการชักจูงให้กระทำในสิ่งซึ่งตรงกันข้ามกับพฤติกรรมที่เป็นปกติ เพื่อที่จะให้มีการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรม ซึ่งเป็นส่วนประกอบส่วนหนึ่งของทัศนคติ วิธีนี้จะทำได้โดยการชักจูงให้ผู้บริโภคเปลี่ยนมาทดลองกระทำในสิ่งซึ่งขัดแย้งกับทัศนคติหรือความชอบที่มีอยู่แต่เดิม ซึ่งจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การเปลี่ยนตามวิธีนี้ก็คือ การพยายามเปลี่ยนส่วนประกอบของพฤติกรรมนั่นเอง

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526) กล่าวว่า ทัศนคติของบุคคลสามารถถูกทำให้เปลี่ยนแปลงได้หลายวิธีอาจโดยการได้รับข้อมูลข่าวสารจากผู้อื่นหรือจากสื่อต่างๆ ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบของทัศนคติในส่วนของการรับรู้เชิงแนวคิด (Cognitive Component) และเมื่อองค์ประกอบใดส่วนหนึ่งเปลี่ยนแปลง องค์ประกอบอื่น

จะมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงด้วย กล่าวคือ เมื่อองค์ประกอบของทัศนคติในส่วนของกรรับรู้เชิงแนวคิดเปลี่ยนแปลงจะทำให้องค์ประกอบในส่วนของอารมณ์ (Affective Component) และองค์ประกอบในส่วนของพฤติกรรม (Behavioral Component) เปลี่ยนแปลงด้วย

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับสมุนไพรไทย

ประเภทของสมุนไพรไทย

1. สมุนไพรที่ใช้ราก เช่น กระจาย แก้อาการท้องอืด ท้องเฟ้อ ปลายไหลเผือก แก้ไข้มะละกอ ใช้ขับปัสสาวะ เป็นต้น
2. สมุนไพรที่ใช้ลำต้น เช่น อ้อยแดง ใช้แก้อาการขัดเบา บอระเพ็ด ใช้แก้ไข้ เป็นต้น
3. สมุนไพรที่ใช้ใบ เช่น กะเพรา ใช้ได้ทั้งใบสดหรือใบแห้ง แก้ปวดท้อง ท้องขึ้น จุกเสียด จีเหล็ก รักษาอาการท้องผูก ใบชุมเห็ดเทศ นำมาขยี้หรือตำในครกให้ละเอียด เติมน้ำเล็กน้อย ใช้รักษาโรคกลากได้ เป็นต้น
4. สมุนไพรที่ใช้ดอก เช่น กานพลู น้ำมันหอมระเหยในดอกกานพลู มีฤทธิ์ขับลม นำเชื้อแบคทีเรีย ขับพยาธิ ดีปลี แก้อาการท้องอืดท้องเฟ้อ เป็นต้น
5. สมุนไพรที่ใช้ผล ผลที่เป็นยา เช่น มะเกลือ ดีปลี มะแว้งต้น กระวาน เป็นต้น นอกจากผลไม้ เมล็ดภายในผลยังอาจเป็นยาได้อีก เช่น สะแก พักทอง

ส่วนประกอบของพืชสมุนไพรนั้น สามารถนำมาใช้ได้ทุกส่วน ด้วยยาในพืชสมุนไพรนั้นจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น คำนึงถึงชนิดของยาว่า ถูกต้องหรือไม่ ส่วนไหนของพืชที่ใช้เป็นยา ราก ลำต้น ใบ ดอก หรือผล พื้นดินที่ปลูก อากาศ การเก็บในช่วงระยะเวลาที่เหมาะสม การเลือกเก็บยาอย่างถูกวิธีนั้นก็จะมีผลต่อคุณภาพหรือฤทธิ์ของยาที่จะนำมารักษาโรคด้วย จึงต้องมีหลักเกณฑ์ในการเก็บสมุนไพรอย่างถูกวิธีเพื่อให้ได้ยาที่มีคุณภาพ

ความสำคัญของสมุนไพร

สมพร ใจรักพันธุ์ (2553) จำแนกความสำคัญของสมุนไพร ดังนี้

1. ด้านการประกอบอาหาร ใช้เป็นอาหารโดยตรง ใช้ปรุงแต่งสี กลิ่น รสอาหาร ใช้ถนอมอาหาร เป็นส่วนประกอบของอาหาร และใช้เป็นส่วนผสมอาหาร
2. ด้านอุตสาหกรรม สมุนไพรนอกจากจะมีคุณค่าทางด้านอาหารแล้วยังมีองค์ประกอบที่สำคัญทางเคมีหลายอย่าง เช่น Alkaloid, glycoside และกรดต่างๆ ดังนั้นมนุษย์จึงนำเอาสมุนไพรมาใช้ด้านอุตสาหกรรมด้านต่างๆ ได้แก่

2.1 ใช้ในการผลิตเครื่องสำอาง เช่น กานพลู ขมิ้น

- 2.2 ใช้ในการผลิตสบู่ เช่น กานพลู ว่านหางจระเข้ ขมิ้น
- 2.3 ใช้ในอุตสาหกรรมเครื่องหอม เช่น ลูกจันทร์
- ดอกจันทร์
- 2.4 ใช้เป็นสีย้อมผ้า เช่น แก่นฝาง ขมิ้น คราม
- 2.5 ใช้ในอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ เช่น กลิ่นวนิลาหรือกลิ่น
- มันท์ ผสมในใบยาสูบ
- 2.6 ใช้ในอุตสาหกรรมอาหารเช่นการแต่งสีอาหาร เช่น
- เตย อัญชันกระเจี๊ยบ
- 2.7 อุตสาหกรรมทำสี เช่น น้ำมันชักเงาจากเมล็ดดอก
- คำฝอย
- 2.8 อุตสาหกรรมอาหารกระป๋องหรือผลิตภัณฑ์อาหาร
- สำเร็จรูปพร้อมดื่มหรือกึ่งสำเร็จรูปสำหรับชงดื่ม เช่น น้ำว่านหางจระเข้กระป๋อง น้ำมะตูมกระป๋อง
- น้ำตะไคร้กระป๋องชาของ กาแฟซอง ฟ้าทะลายโจรผง กระเจี๊ยบผง ฯลฯ
- 2.9 อุตสาหกรรมสารกำจัดศัตรูพืช เช่น ยาสูบ สะเดา
- ตะไคร้หอม ฯลฯ
3. ด้านการแพทย์และเภสัชกรรม สมุนไพรสามารถใช้เป็นยารักษาโรค
- ได้มากมายดังนี้
- 3.1 ใช้เป็นยาชาเฉพาะที่ เช่น น้ำมันกานพลู ใช้เป็น
- ส่วนผสมในยาแก้ปวดฟัน ยาแก้ไอ แก้สะอึก แก้ปวดท้อง เป็นต้น
- 3.2 ใช้พืชรสหวานหอม เสริมสร้างความสดชื่น แก้
- อ่อนเพลีย บำรุงธาตุ ใช้เป็นยาขับลม หรือยหอม เช่น ลูกจันทร์หรือดอกจันทร์ ชะเอม
- 3.3 ใช้เป็นยาบำรุง หรือขับลม เช่น อบเชย ใช้บำรุงโลหิต
- แก้จุกเสียด แก้ท้องร่วง แก้ร้อนใน ระบายน้ำ แก้หืด
- 3.4 ใช้รักษาโรคท้องอืด เช่น กระวาน
- 3.5 ใช้แก้ท้องร่วงท้องเสีย เช่น เปลือกมังคุด เปลือก
- ทับทิม ฝรั่ง กล้วยน้ำว้า
- 3.6 ใช้ลดกรด ขับลม แก้ปวดท้อง ลดการเกร็งตัวของ
- กล้ามเนื้อ ลดการบีบตัวของลำไส้ ขับน้ำเหลือง รักษาโรคผิวหนัง เช่น ขมิ้นชัน
- 3.7 ช่วยเพิ่มการทำงานของลำไส้ ช่วยย่อยอาหาร ขยาย
- หลอดเลือดได้ผิวหนัง

หลักในการนำสมุนไพรมาใช้

พรรณเพ็ญ เครือไทย (2543) กล่าวว่า การจะนำสมุนไพรมาใช้รักษาโรคนั้นจำเป็นต้องพิจารณาพิษจนสรรพคุณอย่างถี่ถ้วน ซึ่งมีหลักในการวินิจฉัย 5 ประการ ได้แก่ รูป สี กลิ่น รส และชื่อ

1. รูป คือ รู้จักลักษณะของพืช สัตว์ และธาตุว่ามีลักษณะเป็นอย่างไร ในพืช เช่น ใบ ดอก ผล เปลือก ต้น กิ่ง ก้าน เนื้อไม้ ยาง ราก เป็นต้น ในสัตว์ เช่น ขน หนัง เขา กระดูก กีบ งา เป็นต้น ในธาตุ เช่น กำมะถัน สิ่งเหล่านี้ เรียกว่า รูปของยา

2. สี คือ รู้จักสีของพืช สัตว์ และธาตุว่ามีสีเป็นอย่างไร เช่น การบูร สารส้ม มีสีขาวกำมะถัน มีสีเหลือง, ฟาง มีสีแดง เป็นต้น

3. กลิ่น คือ รู้จักกลิ่นของพืช สัตว์ ธาตุ แต่ละอย่าง ว่ามีกลิ่นเป็นอย่างไร กลิ่นหอมกลิ่นเหม็น เช่น แก่นจันทร์ ดอกมะลิ มีกลิ่นหอม, มหาหิงคุ์ ตูดหมู มีกลิ่นเหม็น เป็นต้น

4. รส คือ รู้จักรสของพืช สัตว์ และธาตุว่าสิ่งเหล่านี้มีรสเป็นอย่างไร มีรสฝาด รสหวาน รสเมาเบื่อ รสขม รสเผ็ดร้อน รสมัน รสหอมเย็น รสเค็ม รสเปรี้ยว รสจืด เช่น เปลือกแครกสมาเบื่อ, บอระเพ็ด มะระ รสขม, พริกไทย พริกต่างๆ รสเผ็ดร้อน, เมล็ดงา รสมัน, ดอกมะลิ รสหอมเย็น, เกลือ รสเค็ม, มะนาว มะดัน รสเปรี้ยว, ฝักบัว รสจืด เป็นต้น

5. ชื่อ คือ รู้จักชื่อของพืช สัตว์ และธาตุว่าแต่ละอย่างเรียกชื่ออย่างไร เพราะชื่อเป็นสิ่งที่มนุษย์สมมติขึ้นสำหรับเรียกขานสมุนไพรชนิดนั้นๆ

ข้อควรรู้ทั่วไปในการใช้ยาสมุนไพร

สุนทรีย์ สิงหนุตตรา (2535) ได้มีการกล่าวถึง กลุ่มอาการหรือโรคที่แนะนำให้ใช้สมุนไพร และกลุ่มอาการหรือโรคที่ไม่ควรใช้สมุนไพร โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. กลุ่มอาการหรือโรคที่แนะนำให้ใช้สมุนไพร ปัจจุบันมีการส่งเสริมและเผยแพร่การใช้สมุนไพรเพื่อรักษาโรคหรืออาการเบื้องต้นที่พบบ่อยๆ เนื่องจากสมุนไพรหลายชนิดเป็นพืชผักที่รับประทานอยู่เป็นประจำจึงแนะนำให้ใช้ในการส่งเสริมสุขภาพด้วยกลุ่มโรค/อาการเบื้องต้นที่แนะนำให้ใช้สมุนไพรมี 18 โรค/อาการ ดังนี้

- 1) อาการท้องผูก
- 2) อาการท้องอืด ท้องเฟ้อ แน่น จุกเสียด
- 3) อาการท้องเสีย (แบบไม่รุนแรง)
- 4) พยาธิลำไส้
- 5) บิด
- 6) อาการคลื่นไส้ อาเจียน (เหตุจากธาตุไม่ปกติ)

- 7) อาการไอ
- 8) จับเสมหะ
- 9) อาการไข้
- 10) อาการจัดเบา (ปัสสาวะไม่สะดวก กะปริบกะปรอย

แต่ไม่มีอาการบวม)

- 11) โรคกลาก
- 12) โรคเกลื้อน
- 13) อาการนอนไม่หลับ
- 14) ฝี แผลพุพอง (ภายนอก)
- 15) อาการแพ้ อักเสบ แมลงสัตว์กัดต่อย (ภายนอก)
- 16) แผลไฟไหม้ น้ำร้อนลวก (ภายนอก)
- 17) เหา
- 18) ชันนะตุ

หากเป็นโรคหรืออาการเหล่านี้ให้ใช้สมุนไพรที่แนะนำ และหยุดใช้เมื่ออาการหายไป แต่ถ้าอาการยังไม่ดีขึ้นภายใน 2-3 วัน ควรไปปรึกษาแพทย์ ถ้าผู้ป่วยมีอาการหรือโรคดังกล่าวแต่เป็นอาการที่รุนแรง ต้องนำผู้ป่วยส่งโรงพยาบาลทันที ไม่ควรรักษาด้วยการซื้อยารับประทานเองหรือใช้สมุนไพร

2. กลุ่มอาการหรือโรคที่ไม่ควรใช้สมุนไพร เป็นโรคร้ายแรง โรคเรื้อรัง หรือโรคที่ยังพิสูจน์ไม่ได้แน่ชัดว่ารักษาด้วยสมุนไพรได้ เช่น ภูมิแพ้ ภูมิแพ้กำเริบ บาดทะยัก กระดูกหัก มะเร็ง วัณโรค กามโรค ความดันโลหิตสูง เบาหวาน โรคเรื้อรัง ดีซ่าน หลอดลมอักเสบเรื้อรัง ปอดบวม (ปอดอักเสบ) อาการบวม ไทฟอยด์ โรคตาทุกชนิด

แนวทางในการพิจารณาคัดเลือกสมุนไพรมาใช้

1. เป็นสมุนไพรที่รู้จักกันเป็นส่วนใหญ่
2. มีหลักฐานทางวิทยาศาสตร์รับรองการใช้
3. คำนึงถึงการที่จะหาเมล็ดหรือกิ่งพันธุ์ได้ง่าย
4. เป็นสมุนไพรที่นำมาใช้ได้ง่าย

ข้อแนะนำในการใช้สมุนไพร

1. ใช้ให้ถูกต้อง สมุนไพรที่มีชื่อพ้องหรือซ้ำกันมากและบางท้องถิ่นก็เรียกไม่เหมือนกันจึงต้องรู้จักสมุนไพรและใช้ให้ถูกต้อง

2. ใช้ให้ถูกส่วน ต้นสมุนไพรไม่ว่าจะเป็นราก ใบ ดอก เปลือก ผล เมล็ด จะมีฤทธิ์ไม่เท่ากัน บางทีผลแก่ ผลอ่อน ก็มีฤทธิ์ต่างกันด้วย จะต้องรู้ว่าส่วนใดใช้เป็นยาได้

3. ใช้ให้ถูกขนาด สมุนไพรถ้าใช้น้อยไปก็รักษาไม่ได้ผล แต่ถ้ามากไปก็อาจเป็นอันตรายหรือเกิดพิษต่อร่างกายได้

4. ใช้ให้ถูกวิธี สมุนไพรบางชนิดต้องใช้สด บางชนิดต้องปนกับเหล้า บางชนิดใช้ต้ม จะต้องรู้วิธีใช้ให้ถูกต้อง

5. ใช้ให้ถูกกับโรค เช่น ท้องผูก ต้องใช้ยาระบาย ถ้าใช้ยาที่มีฤทธิ์ฝาดสมานจะทำให้ท้องผูกยิ่งขึ้น นอกจากนั้นยังต้องระมัดระวังในเรื่องความสะอาดในการเก็บยา การเตรียมยา และเครื่องมือเครื่องใช้ในการทำยาจะต้องสะอาดด้วย มิฉะนั้นอาจเกิดโรคอื่นติดตามมาได้

ทักษะในการใช้สมุนไพร

นักสรีรชน ฤกษ์เรืองฤทธิ์ (2553) กล่าวว่า การใช้สมุนไพรในปัจจุบันนี้อาจกล่าวได้ว่ามีแนวคิดการใช้ประโยชน์จากสมุนไพรเป็น 2 ทักษะ

ทักษะแรก คือ แนวคิดการใช้ประโยชน์จากสมุนไพรแบบประสบการณ์ การใช้สมุนไพรแบบนี้เป็นการอ้างอิงจากประสบการณ์การใช้จริงของบรรพบุรุษจำแนกได้เป็น 2 แบบดังนี้

1. การใช้ระดับบุคคล/ครอบครัว เป็นการปรุงยาหรือซื้อยาที่ปรุงจากสมุนไพร (ยาแผนโบราณ) มาใช้เอง การตัดสินใจเลือกใช้ยาอะไร วิธีปรุงอย่างไร เป็นเรื่องที่ได้รับการถ่ายทอดจากคนรุ่นก่อนภายในครอบครัว หรืออาจเป็นประสบการณ์ของตนเองที่เคยใช้กับอาการเจ็บป่วยเช่นนี้ ตัวอย่างเช่น การซื้อยาหอม ยาธาตุ มารับประทานเอง เป็นต้น

2. การใช้สมุนไพรลักษณะที่ผู้ป่วยจะต้องไปพบหมอแผนโบราณหรือผู้เชี่ยวชาญด้านสมุนไพร (หรือหมอพื้นบ้าน) เพื่อตรวจวินิจฉัยโรคก่อนจะจ่ายยาสมุนไพรเพื่อการรักษาโรค หมอแผนโบราณ (หรือหมอพื้นบ้าน) สะสมความรู้และทักษะการใช้สมุนไพรจากคนรุ่นก่อน หรือประสบการณ์การรักษาโรคของตนเองเป็นสำคัญ การใช้สมุนไพรลักษณะนี้จะมีความซับซ้อนกว่าการใช้ระดับบุคคลหรือครอบครัว เพราะมีการสะสมและแลกเปลี่ยนความรู้ตลอดเวลากลายเป็นแนวคิดและการปฏิบัติเกี่ยวกับโรคและการรักษาโรคด้วยสมุนไพรที่เป็นระบบเฉพาะของสังคมไทย และอาจกล่าวได้ว่าเป็นระบบการแพทย์แผนไทยหรือระบบการแพทย์ไทยแบบดั้งเดิม (หรือแพทย์แผนโบราณ)

ทักษะที่สอง คือ แนวคิดการใช้ประโยชน์จากสมุนไพรแบบวิทยาศาสตร์ เป็นการค้นคว้ายาแผนปัจจุบันตัวใหม่จากสมุนไพร วิธีการคือ การนำสมุนไพรมาสกัดแยกสารเคมีที่เป็นสารสำคัญในสมุนไพรออกมาผลิตเป็นยาสำเร็จรูปแผนปัจจุบัน เป็นต้น

ข้อดีของสมุนไพร

1. เป็นทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่แล้ว
2. มีความปลอดภัยในการใช้ เนื่องจากสมุนไพรส่วนมากมีฤทธิ์อ่อนไม่

ข้อเสีย

3. ประหยัด ราคาถูก
4. เหมาะสำหรับผู้ที่อยู่ห่างไกลทุรกันดาร
5. ไม่ต้องกลัวปัญหาการขาดแคลนยา

ข้อเสียของสมุนไพร

1. เป็นการยากที่จะเลือกใช้พืชสมุนไพรให้ถูกชนิด
2. เป็นการยากที่จะเลือกใช้สมุนไพรให้ถูกขนาด ถูกสัดส่วน
3. การเตรียมยาก่อนข้างยุ่งยาก
4. เห็นผลในการรักษาช้า
5. พืชสมุนไพรบางชนิดอาจจะก่อให้เกิดผลข้างเคียงต่อผู้ใช้

ข้อควรระวังในการใช้ยาสมุนไพร

1. อย่าใช้ยาที่ขึ้นราและมีสภาพแก่จนเสื่อมคุณภาพ
2. ใช้ยาให้ตรงกับโรคและให้ใช้ในปริมาณเพียงพอกับอาการของโรค
3. ระวังอย่าให้มีพืชชนิดอื่นหรือวัตถุชนิดอื่นปะปน
4. การใช้ยาสมุนไพรบางชนิดควรงดอาหารที่มันจัดและมีรสจัดทุกชนิด

ยาจึงจะมีประสิทธิภาพดี

อาการแพ้ที่เกิดจากยาสมุนไพร

สมุนไพรมีคุณสมบัติเช่นเดียวกับยาทั่วไป คือ มีทั้งคุณและโทษ บางคนใช้แล้วเกิดอาการแพ้ได้ อาการที่เกิดจากการแพ้ยาสมุนไพรมีดังนี้

1. ผื่นขึ้นตามผิวหนังอาจเป็นตุ่มเล็กๆ ตุ่มโตๆ เป็นปื้น หรือเป็นเม็ดแบบคล้ายลมพิษ อาจบวมที่ตา (ตาปิด) หรือริมฝีปาก (ปากแฉับ) หรือมีเพียงดวงสีแดงที่ผิวหนัง
2. เบื่ออาหาร คลื่นไส้ อาเจียน (หรืออย่างใดอย่างหนึ่ง) ถ้ามีอยู่ก่อนกินยา อาจเป็นเพราะโรค
3. หูอื้อ ตามัว ชาที่ลิ้น ชาที่ผิวหนัง
4. ประสาทความรู้สึกทำงานไวเกินปกติ เช่น เพียงแตะผิวหนังก็รู้สึกเจ็บ ลูบผมก็แสบหนังศีรษะ ฯลฯ
5. ใจสั่น ใจเต้น หรือรู้สึกวูบวาบคล้ายหัวใจจะหยุดเต้น และเป็นบ่อยๆ

6. ตัวเหลือง ตาเหลือง ปัสสาวะสีเหลือง เข่าเกิดฟองสีเหลือง (เป็นอาการของคิซ่าน) อาการนี้แสดงถึงอันตรายร้ายแรงต้องรีบพบแพทย์

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ทัศนคติของผู้บริโภคกลุ่มเจนเอชที่มิต่อการใช้สมุนไพรไทย” ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยภายในประเทศและงานวิจัยต่างประเทศ ดังนี้

3.1 งานวิจัยในประเทศ

สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2557) ได้ทำการศึกษา พฤติกรรมการดูแลรักษาตนเองด้วยแพทย์แผนไทยและสมุนไพรของครัวเรือน ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชาชนทุกจังหวัดทั่วประเทศที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป กลุ่มตัวอย่างจำนวน 5,800 คน ผลการศึกษาพบว่า ในด้านการรับรู้และการใช้ยาแผนไทย/สมุนไพรในการรักษาโรค ประชาชน ร้อยละ 41.6 ไม่รู้จักและไม่เคยใช้ ร้อยละ 36.5 รู้จักแต่ไม่เคยใช้ ร้อยละ 21.9 รู้จักและเคยใช้ ยาแผนไทย/สมุนไพรที่ประชาชนรู้จักมากที่สุด (ทั้งเคยใช้และไม่เคยใช้) ได้แก่ ว่านหางจระเข้ รองลงมาเป็น ยาหม่องสมุนไพร และยาหอมตามลำดับ ยาแผนไทย/สมุนไพรที่ประชาชนมีการซื้อสูงที่สุดในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา คือ ยาหม่องสมุนไพร รองลงมาเป็น ยาสมุนไพร และยาหอมตามลำดับ เหตุผลที่ตัดสินใจใช้ยาแผนไทยสูงสุด คือ เมื่อมีอาการเจ็บป่วยเล็กน้อย รองลงมาคือ แพทย์แผนปัจจุบันไม่สามารถรักษาได้ เจ็บป่วยเรื้อรังและอื่นๆ (เช่น แพทย์สั่ง เพื่อนแนะนำ ฯลฯ) ตามลำดับ ในด้านการได้รับความรู้เกี่ยวกับยาแผนไทยจากสื่อหรือช่องทาง ประชาชนเกือบทุกภาคได้รับความรู้เกี่ยวกับยาแผนไทยมาจากการบอกเล่า/สมาชิกในครอบครัว (พ่อแม่/ญาติ) โดยมีสัดส่วนสูงกว่าสื่อหรือช่องทางอื่นๆ ยกเว้นประชาชนภาคกลางที่ได้รับความรู้เกี่ยวกับยาแผนไทยมาจากสื่อฟรีทีวี (ช่อง 3, 5, 7, 9, NBT, ThaiPBS) มีสัดส่วนสูงสุด สำหรับพฤติกรรมการดูแลสุขภาพเมื่อเจ็บป่วยพบว่า ประชาชนเลือกไปพบแพทย์แผนปัจจุบัน รองลงมา คือ ซื้อยาแผนปัจจุบันมารักษาอาการเอง ดูแลตนเองที่บ้านโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ใช้สมุนไพร/ยาแผนไทยรักษาอาการ และไปพบแพทย์แผนไทย/หมอพื้นบ้านตามลำดับ ประชาชนร้อยละ 80.2 ยินดีใช้ยาแผนไทยที่อยู่ในบัญชียาหลักแห่งชาติรักษาอาการของโรคแทนยาแผนปัจจุบัน ร้อยละ 17.1 ไม่แน่ใจ และอีกร้อยละ 2.7 ไม่ยินดีใช้ โดยประชาชนกรุงเทพมหานครที่ยินดีใช้ยาแผนไทยฯ รักษาแทนยาแผนปัจจุบันมีสัดส่วนต่ำกว่าภาคอื่น คือ ร้อยละ 71.6

สุกิจ ไชยชมภู และคณะ (2555) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สมุนไพรรักษาโรคของประชาชน ในเขต 11 กระทรวงสาธารณสุข” กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาจำนวน 414 คน โดยใช้แบบสอบถามในเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการศึกษาพบว่าพฤติกรรมการใช้สมุนไพรรักษาโรคทั้ง 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มโรคทางเดินอาหาร กลุ่มโรคทางเดินหายใจ กลุ่มโรคทางเดินปัสสาวะ กลุ่มโรคผิวหนัง และการเจ็บป่วยอื่นๆ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งพบว่ามีเพียงกลุ่มเดียวและชนิดเดียวเท่านั้นที่กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ในระดับมาก คือ กลุ่มโรคผิวหนัง ที่เคยใช้ว่านหางจระเข้รักษาแผลไฟไหม้น้ำร้อนลวก รายได้มีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมการใช้สมุนไพรรักษาโรค ตัวแปรทางด้าน แหล่งสมุนไพรที่นำมาใช้ได้สะดวก ทักษะคิดต่อการใช้สมุนไพรรักษาโรค การใช้สมุนไพรในชีวิตประจำวัน และการสนับสนุนทางสังคม มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการใช้สมุนไพรรักษาโรคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนตัวแปรด้านอายุ เพศการศึกษา และความรู้เกี่ยวกับการรักษาโรค ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สมุนไพรรักษาโรค

ปิยพรรณ รัตนพิบูล (2555) ได้ศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจในการเลือกชื้อยาแผนโบราณของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป และมีประสบการณ์การเลือกชื้อยาแผนโบราณ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเลือกชื้อยาแผนโบราณ โดยให้ความสำคัญมากที่สุดกับปัจจัยด้านความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ยาแผนโบราณที่สามารถรักษาโรคให้หายได้ตามที่ต้องการ ในส่วนของปัจจัยทางการตลาด กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญด้านการส่งเสริมการตลาดและการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรมากที่สุด ตามมาด้วย ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ตามลำดับ (ด้านการส่งเสริมการตลาดและการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านประเภทของการสื่อสารการตลาด และจำนวนของประเภทการสื่อสารการตลาด และการผสมผสานการใช้การสื่อสารการตลาดเท่ากันมากที่สุด ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสถานที่จำหน่ายที่ตั้งอยู่ใกล้ที่พัก ที่ทำงาน หรือสถานศึกษา มากที่สุด ด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน ความเป็นธรรมชาติ หรือ สมุนไพรของผลิตภัณฑ์ยาแผนโบราณไม่มีผลข้างเคียงที่เป็นอันตรายต่อร่างกายมากที่สุด ด้านราคา ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้าน ราคาที่ถูกกว่าราคาของผลิตภัณฑ์ยาแผนปัจจุบันมากที่สุด) ในส่วนของปัจจัยภายนอกอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ให้ความสำคัญด้านครอบครัวมากที่สุด ตามมาด้วยด้านสังคมและวัฒนธรรม และด้านเศรษฐกิจตามลำดับ (ด้านครอบครัว ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบทบาทของผู้เริ่มในครอบครัวมากที่สุด ด้านสังคมและวัฒนธรรม ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านทัศนคติและความเชื่อเกี่ยวกับการใช้สมุนไพรรักษาโรคมก

ที่สุด ด้านเศรษฐกิจ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านขนาดของตลาด และสภาพการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ ยาแผนโบราณมากที่สุด)

บุญญพัฒน์ ไชยเมล์ และคณะ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง “สถานะสุขภาพและพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพต่อการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพเบื้องต้นของประชาชน ตำบลแหลมโดนด อำเภอกวนขนุน จังหวัดพัทลุง” ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนหรือสมาชิกในครอบครัวส่วนใหญ่ให้ความสนใจในการรักษาโดยสมุนไพรน้อยมาก เมื่อมีการเจ็บป่วยประมาณ 2 ใน 3 เข้ารับการรักษากับแพทย์แผนปัจจุบันเป็นส่วนใหญ่ (71.05%) รองลงมาซื้อยาตามร้านค้าในหมู่บ้าน (13.16%) และมีเพียงจำนวนน้อยเท่านั้นที่ยังคงใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพ (9.47%)

บุญญพัฒน์ ไชยเมล์ และคณะ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพเบื้องต้น” ประชากรที่ใช้ศึกษาคือประชาชนที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไปอาศัยในตำบลแหลมโดนด อำเภอกวนขนุน จังหวัดพัทลุง กลุ่มตัวอย่างจำนวน 190 คน โดยการสุ่มอย่างอย่างเป็นระบบ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และสถิติการถดถอยโลจิสติกพหุตัวแปร ผลการศึกษาพบว่า ในด้านอายุ ผู้ที่มีอายุระหว่าง 40-49 ปี และ 60 ปีขึ้นไป มีโอกาสในการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพเบื้องต้นประมาณ 3 เท่า เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 39 ปี ในด้านอาชีพ ผู้ที่ประกอบอาชีพค้าขาย/รับจ้างมีโอกาสในการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพเบื้องต้นประมาณ 5 เท่า และพ่อบ้าน/แม่บ้านมีโอกาสในการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพเบื้องต้นประมาณ 8 เท่า เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ที่ เป็นข้าราชการบำนาญ นอกจากนี้ ผู้ที่มีโรคประจำตัวมีโอกาสในการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพเบื้องต้นประมาณ 2 เท่า เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ที่ไม่ได้ป่วย และผู้ที่ปลูกพืชสมุนไพรในครัวเรือนมีโอกาสในการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพเบื้องต้นประมาณ 2 เท่า เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ที่ไม่ได้ปลูกพืชสมุนไพรในครัวเรือน

นิสสามณี สัตยาบัน และคณะ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง “ยาจากสมุนไพร: ปัจจัยกระทบและความชุกในการใช้ของประชากรไทยในกรุงเทพมหานคร” โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 631 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า 28.6% ของผู้กรอกแบบสอบถามทั้งหมดมีประสบการณ์การใช้ยาจากสมุนไพรในบัญชียาหลักแห่งชาติ ปี พ.ศ. 2552 ในด้านของสถานที่ซื้อข้าราชการมักซื้อยาสมุนไพรจาก โรงพยาบาลและร้านขายยา ขณะที่กลุ่มแม่บ้านซื้อจากห้างสรรพสินค้า และยังพบว่ากลุ่มข้าราชการมีทัศนคติที่ดีมากต่อการใช้ยาจากสมุนไพร ในด้านของความรู้เกี่ยวกับยาจากสมุนไพรพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับสรรพคุณของยาจากสมุนไพรน้อย

พนิดา โนนเท็ง และคณะ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง “สถานการณ์และปัญหาอุปสรรคการใช้ยาสมุนไพรในโรงพยาบาลของรัฐ” เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการส่งแบบสอบถามให้ตอบเอง โดย

การส่งทางไปรษณีย์ไปยังโรงพยาบาลในกระทรวงสาธารณสุขจำนวน 538 แห่ง แห่งละ 2 ชุด ได้รับการตอบกลับ 139 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 25.8 ตรวจสอบความสมบูรณ์แล้วได้กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม 181 คน เป็นเภสัชกร 78 คน แพทย์แผนไทย 103 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression analysis) ผลการศึกษาพบว่า โรงพยาบาลต่างๆ มีสัดส่วนการใช้ยาสมุนไพรเทียบกับยาแผนปัจจุบันในปี 2555 สูงกว่าปี 2554 เพิ่มขึ้นเล็กน้อย แต่ก็ยังต่ำกว่าเกณฑ์ที่กระทรวงกำหนด ปัญหาอุปสรรคสำคัญของการส่งเสริมการใช้ยาสมุนไพร คือ การมีรายการยาสมุนไพรน้อย โรงพยาบาลไม่มีมาตรการส่งเสริมการใช้และการผลิตยาสมุนไพรในโรงพยาบาลอย่างจริงจัง แพทย์แผนไทยไม่ได้ทำการตรวจรักษาโรคและสั่งจ่ายยา ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อสัดส่วนมูลค่าการใช้ยาสมุนไพรเทียบกับยาแผนปัจจุบันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ทิศนคติต่อต้านนโยบายและบทบาทของโรงพยาบาล ทิศนคติต่อต้านนโยบายการส่งเสริมการใช้สมุนไพร และการผลิตยาสมุนไพรในโรงพยาบาล

พสุเพ็ญ สุขเกษม (2552) ได้ศึกษาเรื่อง “ทัศนคติของแพทย์ต่อการใช้ยาสมุนไพรในโรงพยาบาล : กรณีศึกษา โรงพยาบาลคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี” สมุนไพรในโรงพยาบาลมีทั้งหมด 5 รายการ ได้แก่ ฟ้าทะลายโจรแคปซูล ขมิ้นชันแคปซูล พญายอครีม เจลว่านหางจระเข้ และยาอมมะแว้ง ประชากรที่ใช้ศึกษาคือ แพทย์ที่ปฏิบัติหน้าที่ในโรงพยาบาลคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี จำนวน 5 คน ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการศึกษาเอกสารบันทึกต่างๆ ผลการศึกษาทัศนคติของแพทย์ต่อการใช้ยาสมุนไพรพบว่า ด้านความรู้ แพทย์มีความรู้เรื่องยาสมุนไพร สรรพคุณ ขนาดและวิธีใช้ แต่ยังขาดความรู้ในเรื่องส่วนของสมุนไพรที่นำมาใช้ทำเป็นยา ด้านความรู้ลึก แพทย์มีความรู้ลึกต่อยาสมุนไพร โดยรู้ลึกภูมิปัญญาชาวบ้าน การส่งเสริมการใช้ยาสมุนไพรจะเป็นการลดการนำเข้ายาและวัตถุดิบในการผลิตจากต่างประเทศ แต่สมุนไพรภาพลักษณ์ยังไม่เป็นสากล คือ มีรูปร่าง สี กลิ่น รสชาติ ที่ไม่น่าใช้ ด้านพฤติกรรม แพทย์ทุกคนให้การยอมรับยาสมุนไพรแต่ละชนิด และสามารถเลือกใช้ยาสมุนไพรทางเลือกในการรักษาโรคของผู้ป่วย แพทย์มีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการใช้ยาสมุนไพรในโรงพยาบาล โดยให้กำหนดเป็นนโยบายของโรงพยาบาลเพื่อการส่งเสริมการใช้ยาสมุนไพรอย่างต่อเนื่องในโรงพยาบาล

รัชพล คำนึ่ง (2555) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการใช้สมุนไพรในผู้ป่วยโรคเกี่ยวกับกระเพาะอาหารหลังมารับบริการในโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ้านปลาขาว อำเภอรามิ์ไสล จังหวัดศรีสะเกษ” ประชากรที่ใช้ศึกษาคือผู้ป่วยที่มารับบริการด้วยโรคเกี่ยวกับกระเพาะอาหารที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ้านปลาขาว อายุ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 159 คน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 83 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า ก่อนมารับบริการผู้ป่วยเคยใช้

สมุนไพรโรคนี ร้อยละ 22.9 หลังจากได้รับบริการและให้คำแนะนำผู้ป่วยกลับไปใช้สมุนไพร ร้อยละ 63.9 สมุนไพรที่ใช้ ส่วนใหญ่คือ ขมิ้น ข่า และตะไคร้ สมุนไพรที่ใช้ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ยาสมุนไพรในรูปแบบสำเร็จรูป เช่น ยาขง แคปซูล ลูกกลอน น้ำหมัก เป็นต้น โดยซื้อจากร้านค้า/โรงพยาบาล/ตัวแทนจำหน่าย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยขอรับคำแนะนำจากหมอพื้นบ้าน ในชุมชน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยได้รับข่าวสารเรื่องสมุนไพรโดยได้รับผ่านเจ้าหน้าที่สาธารณสุข

อดิวรรณ ยางศิลา (2556) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากพืชสมุนไพร ในตำบลนิเวศน์ อำเภอรวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด” โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากพืชสมุนไพร ในส่วนของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ซื้อส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านความปลอดภัยต่อร่างกาย รองลงมาคือมั่นใจในการใช้ผลิตภัณฑ์ ในส่วนของปัจจัยด้านราคา ผู้ซื้อส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านราคาถูกประหยัดค่าใช้จ่าย รองลงมาคือขนาดของผลิตภัณฑ์ ในส่วนของปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ซื้อส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านสถานที่อยู่ใกล้แหล่งชุมชน รองลงมาคือมีป้ายโฆษณาบอกสรรพคุณที่ชัดเจน ในส่วนของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ซื้อส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการลดราคาสินค้า รองลงมาคือรับชำระด้วยบัตรเครดิต

3.2 งานวิจัยต่างประเทศ

องค์กรยาและเครื่องมือแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข ประเทศอังกฤษ (Ipsos MORI, Medicines and Healthcare products Regulatory Agency: MHRA, 2008) ได้ทำการศึกษา Public Perceptions of Herbal Medicines เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษามุมมองการใช้การรับรู้ข้อดีและความเสี่ยง และข้อกำหนดเกี่ยวกับสมุนไพร ผ่านงานวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลโดยใช้การสนทนากลุ่ม และศึกษาการใช้และทัศนคติที่มีต่อสมุนไพร ผ่านงานวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 2,032 คน เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ ผลการศึกษาพบว่า 58% ของกลุ่มตัวอย่างเชื่อว่ายาสมุนไพรมีความปลอดภัยเพราะมาจากธรรมชาติ 35% ของกลุ่มตัวอย่างเคยใช้ยาสมุนไพร ในด้านการรับข้อมูลเกี่ยวกับยาสมุนไพร กลุ่มตัวอย่างจะเชื่อถือข้อมูลจากผู้ที่มีความสนใจเกี่ยวกับยาสมุนไพร โดยไม่ได้คำนึงถึงผู้ที่ให้ข้อมูลว่าต้องเป็นใคร ไม่ว่าจะเป็นเพื่อน ครอบครัว หรือพนักงานขาย กลุ่มตัวอย่างก็เห็นว่าสามารถให้คำแนะนำที่ดีได้

ทิติลาย โอ เฟคอย (Titilayo O Fakeye, 2009) ได้ทำการศึกษา Attitude and use of herbal medicines among pregnant women in Nigeria มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติและการใช้ยาสมุนไพรของหญิงตั้งครรภ์ในประเทศไนจีเรีย กลุ่มตัวอย่างเป็นหญิงตั้งครรภ์จำนวน 595 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า 67.5% ของกลุ่มตัวอย่างมีการใช้สมุนไพร เกือบ 30%

ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้สมุนไพรมีความเชื่อว่า การใช้สมุนไพรขณะที่ตั้งครรภ์อยู่มีความปลอดภัยโดยมีเหตุผลแตกต่างกัน ได้แก่ เชื่อว่าสมุนไพรมีประสิทธิภาพดีกว่ายาทั่วไป (22.4%) สมุนไพรมาจากธรรมชาติมีความปลอดภัยในการใช้ขณะตั้งครรภ์มากกว่ายาทั่วไป (21.1%) ยาทั่วไปมีประสิทธิภาพต่ำกว่าสมุนไพร (19.7%) ยาสมุนไพรสามารถเข้าถึงได้ง่าย (11.2%) ยาสมุนไพรสามารถรักษาโรคได้หลายชนิด (12.5%) และยาสมุนไพรมีราคาถูก (5.9%)

นาคา เอ. อะบาฮุซเซน และคณะ (Nada A. Abahussain, et. al, 2007) ได้ทำการศึกษา Pharmacists' attitudes and awareness towards the use and safety of herbs in Kuwait โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้และทัศนคติของเภสัชกรในประเทศคูเวตที่มีต่อการใช้สมุนไพร โดยใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเภสัชกรจำนวน 100 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า 51% ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเคยใช้สมุนไพรในชีวิตประจำวัน ข้อมูลเกี่ยวกับสมุนไพรที่ได้รับส่วนใหญ่มาจากการเรียนระดับมหาวิทยาลัย โดยกลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับการใช้สมุนไพรในระดับดี แต่มีความรู้เกี่ยวกับผลข้างเคียงจากการใช้สมุนไพรในระดับปานกลาง

เอ็ม. มุซัคคีรุลฮุดา และ พาร์เวซ สุลต่าน (M. Muzakkeerul Huda and Parves Sultan, 2013) ได้ทำการศึกษา Buying Motives of Herbal Skin Care Products: The Case of Generation Y in Bangladesh โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อและการบริโภคผลิตภัณฑ์บำรุงผิวจากสมุนไพรของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันวายในประเทศบังกลาเทศ ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ, ส่วนประกอบสมุนไพรมีคุณภาพ, ผลิตภัณฑ์ไม่มีอันตราย และมีความปลอดภัยต่อผิว, มีความน่าเชื่อถือและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แรงจูงใจที่มีผลโดยตรงต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ คือ การรับรู้คุณค่าของกลุ่มตัวอย่างว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ดี และปราศจากน้ำหอม แรงจูงใจที่มีผลทางอ้อมต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ คือ ส่วนประสมทางการตลาด โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในด้าน ความรู้สึภกาศภูมิโงในชาติ, การหามาได้ของผลิตภัณฑ์, โฆษณา, ราคา และแพคเกจ

พี.เอส. นวราช (P.S. Navaraj, 2003) ได้ทำการศึกษา Attitudes towards the use of medicinal plants for disease in the Siruvani hills of Western Ghats, India โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของประชาชนในหุบเขา Siruvani ประเทศอินเดีย ที่มีต่อการใช้สมุนไพร เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มคนในชนเผ่า Irulars และกลุ่มคนนอกชนเผ่าที่อาศัยอยู่ในหุบเขาดังกล่าว ทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 120 คน เป็นกลุ่มคนในชนเผ่าและนอกชนเผ่าอย่างละครึ่ง ผลการศึกษาพบว่า ทั้งกลุ่มคนในชนเผ่าและนอกชนเผ่ามีผลที่เหมือนกัน คือ อายุ รายได้ ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพร ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการใช้สมุนไพร คือ สถานะทางเศรษฐกิจ และ ความเข้าใจเกี่ยวกับสมุนไพร ส่วนผลที่กลุ่มคนในชนเผ่าและนอกชนเผ่ามีความ

แตกต่างกันคือ สำหรับกลุ่มคนในชนเผ่า นั้น ครอบครัวไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการใช้สมุนไพร ซึ่งตรงกันข้ามกับกลุ่มคนนอกชนเผ่าที่ครอบครัวมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญต่อทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพร และกลุ่มคนที่แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการใช้สมุนไพรแตกต่างกัน โดยกลุ่มคนในชนเผ่ามีความรู้และความสนใจในการใช้สมุนไพรมากกว่ากลุ่มคนนอกชนเผ่า

จากการศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มคนส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรและมีการใช้สมุนไพรในรูปแบบที่แตกต่างกัน โดยแต่ละบุคคลจะมีการรับรู้ทัศนคติ และพฤติกรรมที่มีต่อการใช้สมุนไพรแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยที่แตกต่างกันทั้งในส่วนของคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ (เช่น เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ เป็นต้น) ปัจจัยทางสังคม (เช่น คำแนะนำของเพื่อน/ครอบครัว เป็นต้น) และปัจจัยอื่นๆ (เช่น ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพร การเข้าถึงสื่อที่ให้ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพร การหามาได้ของสมุนไพร เป็นต้น) ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะส่งผลให้แต่ละบุคคลมีการรับรู้และทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรแตกต่างกัน นอกจากนี้ ปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ คือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งจะมีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการใช้สมุนไพร ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมเกี่ยวกับการใช้สมุนไพรในที่สุด

จากการศึกษาคำสำคัญ แนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ ทำให้ผู้วิจัยสามารถนำไปเป็นกรอบพื้นฐานในการศึกษาวิจัยเรื่อง “ทัศนคติของผู้บริโภคกลุ่มเจนเอชวันวาย (Gen Y) ที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทย” ต่อไป

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง “ทัศนคติของผู้บริโภคกลุ่มเจนเออร์ซันวายที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทย” มีระเบียบวิธีการดำเนินการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) และใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย โดยการศึกษามีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ประชากร
2. กลุ่มตัวอย่างและขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
3. วิธีการสุ่มตัวอย่าง
4. กรอบงานวิจัย
5. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย
6. สมมติฐานการวิจัย
7. เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย
8. การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย
9. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
10. วิธีการและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชากรกลุ่มเจนเนอร์ชันวายที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2523-2538 ปัจจุบันมีอายุระหว่าง 19-34 ปี และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวนทั้งหมด 2,370,042 คน (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2555)

2. กลุ่มตัวอย่างและขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา คือ ผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอร์ชันวาย ที่เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2523-2538 ปัจจุบันมีอายุระหว่าง 19-34 ปี และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณ ซึ่งกำหนดให้มีค่าความเชื่อมั่นที่ 95% ยอมรับให้มีความคลาดเคลื่อนได้ 5% ของจำนวนทั้งหมด ซึ่งสามารถคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) ได้ดังนี้

$$N = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร

e = ระดับความคลาดเคลื่อนกำหนดให้เท่ากับ 0.05

แทนค่าในสูตร ได้ดังนี้

$$n = \frac{2,370,042}{1 + 2,370,042(0.05)^2}$$

$$n = 399.99$$

ดังนั้นจึงควรใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

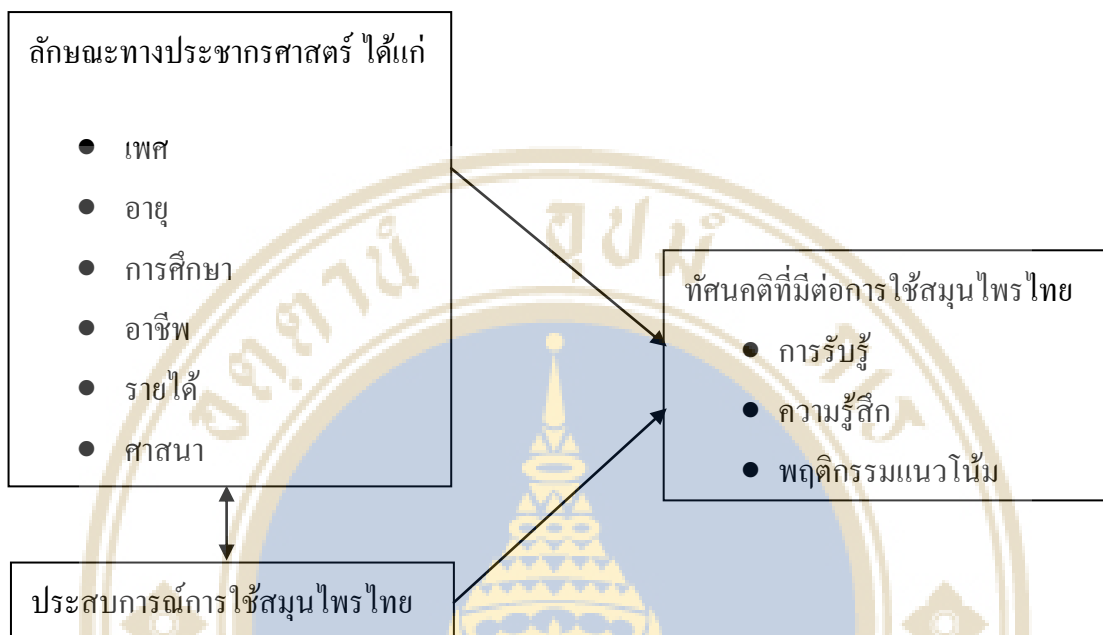
3. วิธีการสุ่มตัวอย่าง

การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยจะเก็บข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมายในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

4. กรอบงานวิจัย

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



5. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ (x) และตัวแปรตาม (y) ประกอบด้วย ตัวแปรดังต่อไปนี้

1. ตัวแปรอิสระ

1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่

1.1.1 เพศ

1.1.2 อายุ

1.1.3 การศึกษา

1.1.4 อาชีพ

1.1.5 รายได้

1.1.6 ศาสนา

1.2 ประสบการณ์การใช้สมุนไพรไทย

2. ตัวแปรตาม

2.1 ทักษะคดีที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทย ได้แก่

2.1.1 การรับรู้

2.1.2 ความรู้สึก

2.1.3 พฤติกรรมแนวโน้มน

6. สมมติฐานการวิจัย

1. ผู้บริ โภคกลุ่มเจเนอเรชันวายที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน
2. ผู้บริ โภคกลุ่มเจเนอเรชันวายที่มีประสบการณ์การใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน มีทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน
3. ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับประสบการณ์การใช้สมุนไพรไทย

7. เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริ โภคกลุ่มเจเนอเรชันวายที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทย โดยเนื้อหาของแบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และศาสนา ลักษณะคำถามในส่วนนี้เป็นแบบให้เลือกตอบ (Multiple Choices) โดยเลือกตอบได้เพียง 1 ข้อเท่านั้น

ส่วนที่ 2 ประสบการณ์การใช้สมุนไพรไทย ลักษณะคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบ (Multiple Choices) ซึ่งในแต่ละข้อมีทั้งเลือกตอบได้เพียง 1 ข้อ และตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ

ส่วนที่ 3 ทักษะคดีที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทย ลักษณะคำถามในส่วนนี้เป็นแบบให้เรียงลำดับ (Ranking) ให้บอกระดับ (Rating) และให้เลือกตอบ (Multiple Choices) โดยเลือกตอบได้เพียง 1 ข้อเท่านั้น โดยการแปลความหมายของคำถามที่ให้บอกระดับ (Rating) มีการแปลความหมายดังนี้

| คะแนนเฉลี่ย | ระดับความเห็นด้วย |
|-------------|--------------------|
| 4.51-5.00 | เห็นด้วยมากที่สุด |
| 3.51-4.50 | เห็นด้วยมาก |
| 2.51-3.50 | เห็นด้วยปานกลาง |
| 1.51-2.50 | เห็นด้วยน้อย |
| 1.00-1.50 | เห็นด้วยน้อยที่สุด |

การแปลความหมายระดับความเห็นด้วย (บุญชม ศรีสะอาด, 2545)

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ลักษณะคำถามในส่วนนี้เป็น
คำถามปลายเปิด

8. การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ มีการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน พิจารณาเนื้อหาในด้านความเที่ยงตรงในเนื้อหา ความเหมาะสมของคำถาม เพื่อหาความสอดคล้องกับความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ และนำมาแก้ไขให้ถูกต้องสมบูรณ์ โดยกำหนดระดับความคิดเห็นเป็น 4 ระดับ คือ

- 1 หมายถึง คำถามไม่สอดคล้องกับงานวิจัยเลย
- 2 หมายถึง คำถามจำเป็นต้องได้รับการพิจารณาทบทวนและปรับปรุงอย่างมากถึงจะสอดคล้องกับงานวิจัย
- 3 หมายถึง คำถามมีความสอดคล้องกับงานวิจัย แต่ควรพิจารณาทบทวนและปรับปรุงเล็กน้อย
- 4 หมายถึง คำถามมีความสอดคล้องกับงานวิจัย

โดยสามารถคำนวณค่า CVI ได้จากสูตร

$$CVI = \frac{\text{จำนวนข้อคำถามทั้งหมดที่ผู้เชี่ยวชาญทั้งสามท่านให้ความคิดเห็นในระดับ 3 และ 4}}{\text{จำนวนข้อคำถามทั้งหมด}}$$

หลังจากทำการสอบถามกลุ่มผู้เชี่ยวชาญและนำมาคำนวณค่า CVI พบว่าได้เท่ากับ 1 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.80 แสดงว่าเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย คือ แบบสอบถาม มีความเที่ยงตรง

2. การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้ทดสอบเครื่องมือโดยการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาและปรับปรุงแก้ไขแล้ว นำไปทดสอบ (Try-out) กับกลุ่มประชากรที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง เป็นจำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบว่าคำถามในแบบสอบถามสามารถสื่อความหมายตรงตามที่ต้องการ ตลอดจนมีความเหมาะสมหรือไม่ โดยใช้วิธีหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) จากสูตร Cronbach โดยเมื่อทำการคำนวณสูตรแล้ว ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.84 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.80 แสดงว่าเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้มีความน่าเชื่อถือ สามารถนำมาใช้ในการศึกษาคั้งนี้ได้

9. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยทำการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 400 ชุด ด้วยการส่งแบบสอบถามด้วยตนเองแล้วนำมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสถิติ SPSS ต่อไป
2. การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากตำรา เอกสาร วารสาร สิ่งตีพิมพ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง บทความ และข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ในการประกอบการวิจัย

10. วิธีการและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เมื่อเก็บรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดแล้ว จะนำไปประมวลผลโดยใช้สถิติเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล โดยทำการตรวจสอบแบบสอบถามและคัดแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก คัดเลือกเฉพาะแบบสอบถามที่สมบูรณ์
2. นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามบันทึกลงในคอมพิวเตอร์
3. วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในลักษณะต่างๆ ดังนี้

3.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ความถี่ (Frequency) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.2 สถิติเชิงอนุมาน ค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ สถิติไค-สแควร์ (Pearson Chi-Square Test) สถิติ T-test และสถิติ ANOVA มีรายละเอียดดังนี้

การทดสอบความแตกต่างจะใช้สถิติ T-test และสถิติ ANOVA สำหรับสถิติ ANOVA เมื่อพบว่ามียุทธศาสตร์ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งหมายความว่า มีอย่างน้อย 1 คู่ที่มีความแตกต่างกัน ผู้วิจัยจะทำการทดสอบเพื่อหาคู่ที่แตกต่างกัน โดยใช้ LSD

การทดสอบความสัมพันธ์จะใช้สถิติไค-สแควร์ บางสมมติฐานมีการรวบรวมตัวเลือก เพื่อให้ความถี่คาดหวังที่มีค่าน้อยกว่า 5 มิไม่เกิน 20% ของจำนวนกลุ่มตัวแปรทั้งหมด โดยการรวบรวมจะมีรายละเอียดแตกต่างกันในแต่ละข้อสมมติฐานย่อย เมื่อพบว่ามียุทธศาสตร์ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งหมายความว่า มีความสัมพันธ์กัน ผู้วิจัยจะทำการทดสอบระดับความสัมพันธ์ โดยใช้ Gamma สำหรับกรณีที่ตัวแปรทั้งสองตัวเป็นสเกลอันดับ (ordinal scale) ถ้าค่า Gamma เข้าใกล้ +1 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันมาก และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ถ้าค่า Gamma เข้าใกล้ -1 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันมาก แต่มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และใช้ Cramer's V สำหรับกรณีที่ตัวแปรทั้งสองตัวเป็นสเกลแบ่งกลุ่ม (nominal scale) หรือ ตัวแปรตัวหนึ่งเป็นสเกลแบ่งกลุ่ม (nominal scale) ตัวแปรอีกตัวหนึ่งเป็นสเกลอันดับ (ordinal scale) ถ้าค่า Cramer's V เข้าใกล้ 1 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันมาก (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2550: 96-97) โดยมีการแปลความหมายของระดับความสัมพันธ์ ดังนี้

| ค่า Cramer's V | ระดับความสัมพันธ์ |
|----------------|-----------------------|
| 0.90-1.00 | สัมพันธ์กันมากที่สุด |
| 0.70-0.90 | สัมพันธ์กันมาก |
| 0.50-0.70 | สัมพันธ์กันปานกลาง |
| 0.30-0.50 | สัมพันธ์กันน้อย |
| 0.00-0.30 | สัมพันธ์กันน้อยที่สุด |

การแปลความหมายของระดับความสัมพันธ์ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2538: 6-11)

บทที่ 4

การวิเคราะห์ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ทัศนคติของผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทย” เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยเก็บแบบสอบถามเป็นจำนวนทั้งหมด 400 ชุด จากนั้นจึงวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน ซึ่งได้ผลการวิจัยแบ่งเป็นทั้งหมด 5 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
2. ประสบการณ์การใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่าง
3. ทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่าง
4. ความคิดเห็นและข้อเสนอของกลุ่มตัวอย่าง
5. การทดสอบสมมติฐาน

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย ได้ผลการศึกษาข้อมูลประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และ ศาสนา โดยใช้การวิเคราะห์ผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา แจกแจงเป็นความถี่และร้อยละ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

| (n = 400) | | |
|------------------------|------------|--------|
| ลักษณะทางประชากรศาสตร์ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
| ชาย | 156 | 39.1 |
| เพศ หญิง | 243 | 60.9 |
| รวม | 399 | 100.0 |

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ (ต่อ)

| (n = 400) | | | |
|------------------------|--------------------------------|--------|-------|
| ลักษณะทางประชากรศาสตร์ | จำนวน (คน) | ร้อยละ | |
| อายุ | 19-24 ปี | 280 | 70.0 |
| | 25-30 ปี | 56 | 14.0 |
| | 31-34 ปี | 64 | 16.0 |
| | รวม | 400 | 100.0 |
| การศึกษา | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 118 | 29.5 |
| | ปริญญาตรี | 246 | 61.5 |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 36 | 9.0 |
| | รวม | 400 | 100.0 |
| อาชีพ | นักเรียน/นักศึกษา | 262 | 65.5 |
| | ธุรกิจส่วนตัว | 40 | 10.0 |
| | พนักงานบริษัทเอกชน | 59 | 14.8 |
| | ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 29 | 7.3 |
| | พ่อบ้าน/แม่บ้าน | 6 | 1.5 |
| | อื่นๆ | 4 | 1.0 |
| รวม | 400 | 100.0 | |
| รายได้ | น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | 166 | 41.7 |
| | 10,001-30,000 บาท | 178 | 44.7 |
| | 30,001-50,000 บาท | 33 | 8.3 |
| | มากกว่า 50,000 บาท | 21 | 5.3 |
| | รวม | 398 | 100.0 |

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ (ต่อ)

| (n = 400) | | |
|------------------------|------------|--------|
| ลักษณะทางประชากรศาสตร์ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
| พุทธ | 354 | 88.7 |
| คริสต์ | 34 | 8.5 |
| ศาสนา อิสลาม | 9 | 2.3 |
| อื่นๆ | 2 | 0.5 |
| รวม | 399 | 100.0 |

หมายเหตุ: ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศและ ศาสนา มีผู้ที่ไม่ตอบข้อนี้จำนวนร้อยละ 1 คน ด้านรายได้มีผู้ที่ไม่ตอบข้อนี้จำนวน 2 คน ดังนั้นค่าร้อยละจึงคิดจาก Valid Percent

จากตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ แบ่งเป็น 6 ด้าน ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และ ศาสนา

ด้านเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 60.9 และเป็นเพศชาย จำนวน 156 คนคิดเป็นร้อยละ 39.1

ด้านอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 19-24 ปีจำนวน 280 คน คิดเป็นร้อยละ 70.0 รองลงมา มีอายุอยู่ในช่วง 31-34 ปี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 และอายุ 25-30 ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0

ด้านการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมา มีการศึกษาดำกว่าปริญญาตรี จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 และอันดับสามระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0

ด้านอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษาจำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 65.5 รองลงมา มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 อันดับสามประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 อันดับสี่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจจำนวน 29 คนคิดเป็นร้อยละ 7.3 อันดับห้าเป็นพ่อบ้าน/แม่บ้านจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 และอื่นๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

ด้านรายได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในช่วง 10,001-30,000 บาท จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.7 รองลงมา มีรายได้้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทจำนวน 166

คน คิดเป็นร้อยละ 41.7 อันดับสามมีรายได้ 30,001-50,000 บาท จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 และอันดับสี่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3

ด้านศาสนา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ จำนวน 354 คน คิดเป็นร้อยละ 88.7 รองลงมาคือศาสนาคริสต์ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 อันดับสามนับถือศาสนาอิสลามจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 และศาสนาอื่นๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

2. ประสพการณ์การใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาประสพการณ์การใช้สมุนไพรไทยของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้บริหารกลุ่มเจเนอเรชันวาย ได้ผลการศึกษาค้นคว้าประกอบด้วย การเคยใช้ประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ใช้อยู่แหล่งที่มาของสมุนไพรไทยที่ใช้ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย บุคคลที่มีส่วนต่อการตัดสินใจใช้สมุนไพรไทย และสื่อที่มีอิทธิพลต่อการใช้สมุนไพรไทย โดยใช้การวิเคราะห์ผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา แจกแจงเป็นความถี่และร้อยละ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของประสพการณ์การใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเคยใช้

| (n = 400) | | |
|----------------------------|------------|--------|
| ประสพการณ์การใช้สมุนไพรไทย | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
| เคย | 328 | 82.0 |
| ไม่เคย | 72 | 18.0 |
| รวม | 400 | 100.0 |

จากตารางที่ 4.2 แสดงประสพการณ์การใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการเคยใช้พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยมีประสพการณ์การใช้สมุนไพรไทย จำนวน 328 คน คิดเป็นร้อยละ 82.0 และไม่เคยมีประสพการณ์การใช้สมุนไพรไทย จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของประสบการณ์การใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ใช้บ่อย

(n = 328)

| ประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ใช้บ่อย | อันดับ 1 | | อันดับ 2 | | อันดับ 3 | |
|----------------------------------|---------------|--------|---------------|--------|---------------|--------|
| | จำนวน (คน) | ร้อยละ | จำนวน (คน) | ร้อยละ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
| ยาหอม/ยาดม/ยาอม/ยาหม่อง | 158 | 58.3 | 43 | 16.0 | 23 | 8.8 |
| ยาแก้หวัด/ยาแก้ไข้/ยาแก้แพ้ | 24 | 8.9 | 54 | 20.1 | 53 | 20.4 |
| ยาทา/แผ่นปิดแก้ปวด/น้ำมันนวดตัว | 20 | 7.4 | 64 | 23.8 | 46 | 17.7 |
| ผลิตภัณฑ์สมุนไพรช่วยย่อยอาหาร | 11 | 4.1 | 11 | 4.1 | 21 | 8.1 |
| ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร | 14 | 5.2 | 25 | 9.3 | 24 | 9.2 |
| เครื่องสำอางสมุนไพร | 26 | 9.6 | 29 | 10.8 | 41 | 15.8 |
| เครื่องดื่มสมุนไพร | 17 | 6.3 | 42 | 15.6 | 50 | 19.2 |
| อื่นๆ | 1 | 0.4 | 1 | 0.4 | 2 | 0.8 |
| รวม | 328 | 100.0 | 328 | 100.0 | 328 | 100.0 |

หมายเหตุ: ประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ใช้บ่อยอันดับ 1 มีผู้ที่ไม่ตอบจำนวน 57 คน ประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ใช้บ่อยอันดับ 2 มีผู้ที่ไม่ตอบจำนวน 59 คน และประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ใช้บ่อยอันดับ 3 มีผู้ที่ไม่ตอบจำนวน 68 คน ดังนั้นจึงคิดค่าร้อยละจาก Valid Percent

จากตารางที่ 4.3 แสดงประสบการณ์การใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ใช้บ่อย โดยแบ่งเป็น ประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ใช้บ่อยที่สุดเป็นอันดับ 1 ประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ใช้บ่อยอันดับ 2 และประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ใช้บ่อยอันดับ 3

ประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ใช้บ่อยที่สุดอันดับ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรมากที่สุดสามอันดับแรก คือ ยาหอม/ยาดม/ยาอม/ยาหม่อง จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3 รองลงมาใช้เครื่องสำอางสมุนไพร จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 9.6 อันดับสามใช้ยาแก้หวัด/ยาแก้ไข้/ยาแก้แพ้ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9

ประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ใช้บ่อยอันดับ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรมากที่สุดสามอันดับแรก คือ ยาทา/แผ่นปิดแก้ปวด/น้ำมันนวดตัว จำนวน 64 คน

คิดเป็นร้อยละ 23.8 รองลงมาใช้ ยาแก้หวัด/ยาแก้ไอ/ยาแก้แพ้ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 20.1
อันดับสามใช้ยาหอม/ยาต้ม/ยาหม่อง จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0

ประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ใช้บ่อยอันดับ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรมากที่สุดสามอันดับแรก คือ ยาแก้หวัด/ยาแก้ไอ/ยาแก้แพ้ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 20.4 รองลงมาใช้ เครื่องดื่มสมุนไพร จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 19.2 อันดับสามใช้ ยาทา/แผ่นปิดแก้ปวด/น้ำมันวดตัว จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของประสบการณ์การใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้จำแนกตามแหล่งที่มาของสมุนไพรไทยที่ใช้

| แหล่งที่มาของสมุนไพรไทยที่ใช้ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|--------------------------------------|------------|--------|
| ซื้อจากร้านขายยา | 195 | 59.6 |
| ร้านค้าปลีก | 137 | 41.9 |
| การออกร้าน/บุทกิจกรม/มหกรรมต่างๆ | 95 | 29.1 |
| โรงพยาบาล | 77 | 23.5 |
| เพาะปลูกเองในครัวเรือน/จากเพื่อนบ้าน | 65 | 19.9 |
| ซื้อจากอินเทอร์เน็ต | 30 | 9.2 |
| ขายตรง | 24 | 7.3 |
| หาจากภูเขา/จากวัด | 13 | 4.0 |
| อื่นๆ | 10 | 3.1 |

(n = 328)

หมายเหตุ:ตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ

จากตารางที่ 4.4 แสดงประสบการณ์การใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้จำแนกตามแหล่งที่มาของสมุนไพรไทยที่ใช้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแหล่งที่มาของสมุนไพรไทยมากที่สุดสามอันดับแรก คือ ซื้อจากร้านขายยา จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 59.6 รองลงมามีแหล่งที่มาจากร้านค้าปลีก จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 41.9 อันดับสามมีแหล่งที่มาจากการออกร้าน/บุทกิจกรม/มหกรรมต่างๆ จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 29.1

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของประสบการณ์การใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย

| (n = 328) | | |
|--|------------|--------|
| ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
| น้อยกว่าหรือเท่ากับ 500 บาท | 175 | 53.4 |
| 501-1,000 บาท | 124 | 37.8 |
| 1,001-3,000 บาท | 21 | 6.4 |
| มากกว่า 3,000 บาท | 8 | 2.4 |
| รวม | 328 | 100.0 |

จากตารางที่ 4.5 แสดงประสบการณ์การใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยินยอมใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยน้อยกว่าหรือเท่ากับ 500 บาทจำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 53.4 รองลงมามีค่าใช้จ่าย 501-1,000 บาท จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 อันดับสามยินยอมใช้จ่าย 1,001-3,000 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 6.4 และอันดับสี่ยินยอมใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยมากกว่า 3,000 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.4

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของประสบการณ์การใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้จำแนกตามบุคคลที่มีส่วนต่อการตัดสินใจใช้สมุนไพรไทย

| (n = 328) | | |
|---|------------|--------|
| บุคคลที่มีส่วนต่อการตัดสินใจใช้สมุนไพรไทย | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
| ครอบครัว/ญาติ/เพื่อน | 146 | 52.5 |
| ตัดสินใจด้วยตนเอง | 65 | 23.4 |
| แพทย์แผนไทย | 27 | 9.7 |
| ปราชญ์ชาวบ้าน/ครู/พระ/ฯลฯ | 4 | 1.4 |
| นักวิชาการ | 11 | 4.0 |
| สังคมออนไลน์ | 10 | 3.6 |
| แพทย์แผนปัจจุบัน | 8 | 2.9 |
| คนขาย | 3 | 1.1 |

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของประสบการณ์การใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้จำแนกตามบุคคลที่มีส่วนต่อการตัดสินใจใช้สมุนไพรไทย

| (n = 328) | | |
|---|------------|--------|
| บุคคลที่มีส่วนต่อการตัดสินใจใช้สมุนไพรไทย | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
| ดารา/นักร้อง | 2 | 0.7 |
| ผู้มีชื่อเสียงในสังคมอื่นๆ | 1 | 0.4 |
| อื่นๆ | 1 | 0.4 |

จากตารางที่ 4.6 แสดงประสบการณ์การใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้จำแนกตามบุคคลที่มีส่วนต่อการตัดสินใจใช้สมุนไพรไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีบุคคลที่มีส่วนต่อการตัดสินใจใช้สมุนไพรไทยส่วนใหญ่คือ ครอบครัว/ญาติ/เพื่อน จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 รองลงมาเป็น ตัดสินใจด้วยตนเอง จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 23.4 อันดับสามคือ แพทย์แผนไทย จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของประสบการณ์การใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้จำแนกตามสื่อที่มีอิทธิพลต่อการใช้สมุนไพรไทย

| (n = 328) | | |
|-------------------------------------|------------|--------|
| สื่อที่มีอิทธิพลต่อการใช้สมุนไพรไทย | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
| อินเทอร์เน็ต | 116 | 39.5 |
| โทรทัศน์ | 92 | 31.3 |
| หนังสือพิมพ์/สิ่งพิมพ์/ใบปลิว | 31 | 10.5 |
| อื่นๆ | 28 | 9.5 |
| ป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ | 19 | 6.5 |
| วิทยุ | 8 | 2.7 |
| รวม | 328 | 100.0 |

หมายเหตุ: มีผู้ที่ไม่ตอบข้อนี้จำนวน 34 คน ดังนั้นจึงคิดค่าร้อยละจาก Valid Percent

จากตารางที่ 4.7 แสดงประสบการณ์การใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้จำแนกตามสื่อที่มีอิทธิพลต่อการใช้สมุนไพรไทย พบว่า สื่อที่มีอิทธิพลต่อการใช้สมุนไพรไทยของ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มากที่สุดสามอันดับแรก คือ อินเทอร์เน็ต จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมาคือ โทรทัศน์ จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 อันดับสามคือ หนังสือพิมพ์/สิ่งพิมพ์/ใบปลิว จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5

3. ทักษะการที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาทักษะการที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้บริหารกลุ่มเจเนอเรชันวาย โดยแบ่งการศึกษาทักษะการเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการรับรู้ ด้านความรู้ลึก และด้านพฤติกรรมแนวโน้ม ในด้านการรับรู้ ได้ผลการศึกษาข้อมูลประกอบด้วย แหล่งข้อมูล/ข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยที่ได้รับ ชนิดของสมุนไพรไทยที่รู้จัก วัตถุประสงค์ในการใช้สมุนไพรไทย บุคคลที่เชื่อถือมากที่สุดในการให้ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทย และมาตรฐานของสมุนไพรไทยที่เชื่อถือมากที่สุด ใช้การวิเคราะห์ผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา แจกแจงเป็นความถี่และร้อยละ ในด้านความรู้ลึก ได้มีการสอบถามกลุ่มตัวอย่างถึง ทักษะการที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทย จำนวนทั้งหมด 21 ข้อ ประกอบด้วย ทักษะการด้านภาพลักษณ์ ด้านมาตรฐาน ด้านความปลอดภัย ด้านคุณค่าและประโยชน์ ใช้การวิเคราะห์ผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา หาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนในด้านพฤติกรรมแนวโน้ม ได้ผลการศึกษาข้อมูลประกอบด้วย ความยินดีที่จะใช้สมุนไพร และความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย ใช้การวิเคราะห์ผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา แจกแจงเป็นความถี่และร้อยละ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของทักษะการที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่าง ด้านการรับรู้ จำแนกตามแหล่งข้อมูล/ข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยที่ได้รับ

| (n = 400) | | |
|---|------------|--------|
| แหล่งข้อมูล/ข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยที่ได้รับ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
| อินเทอร์เน็ต | 252 | 63.0 |
| โทรทัศน์ | 238 | 59.5 |
| การบอกเล่า (ครอบครัว/ญาติ/เพื่อน) | 171 | 42.8 |
| หนังสือ/ตำราวิชาการ | 120 | 30.0 |
| หนังสือพิมพ์/สิ่งพิมพ์/ใบปลิว | 106 | 26.5 |
| แพทย์แผนไทย | 99 | 24.8 |

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่างด้านการรับรู้ จำแนกตามแหล่งข้อมูล/ข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยที่ได้รับ

(n = 400)

| แหล่งข้อมูล/ข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยที่ได้รับ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|---|------------|--------|
| คนขาย | 83 | 20.8 |
| วิทยุ | 73 | 18.3 |
| แพทย์แผนปัจจุบัน | 49 | 12.3 |
| อบรม/ดูงาน | 42 | 10.5 |
| ผู้นำชุมชน (ปราชญ์ชาวบ้าน/ครู/พระ/ฯลฯ) | 33 | 8.3 |
| อื่นๆ | 7 | 1.8 |

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ

จากตารางที่ 4.8 แสดงทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่างด้านการรับรู้ จำแนกตามแหล่งข้อมูล/ข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยที่ได้รับ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับแหล่งข้อมูล/ข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยมากที่สุดสามอันดับแรก คือ จาก อินเทอร์เน็ต จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 รองลงมาได้รับแหล่งข้อมูล/ข่าวสารจาก โทรทัศน์ จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.5 อันดับสามได้รับจาก การบอกเล่า (ครอบครัว/ญาติ/เพื่อน) จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่างด้านการรับรู้ จำแนกตามชนิดของสมุนไพรไทยที่รู้จัก

(n = 400)

| ชนิดของสมุนไพรไทยที่รู้จัก | จำนวน (คน) | ค่าร้อยละ |
|----------------------------|------------|-----------|
| ว่านหางจระเข้ | 317 | 79.3 |
| ฟ้าทะลายโจร | 296 | 74.0 |
| ขมิ้นชัน | 281 | 70.3 |
| บัวบก | 264 | 66.0 |
| บอระเพ็ด | 261 | 65.3 |
| กระชาย | 231 | 57.8 |

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่างด้านการรับรู้ จำแนกตามชนิดของสมุนไพรไทยที่รู้จัก

(n = 400)

| ชนิดของสมุนไพรไทยที่รู้จัก | จำนวน (คน) | ค่าร้อยละ |
|----------------------------|------------|-----------|
| มะรุม | 186 | 46.5 |
| ว่านชักมดลูก | 155 | 38.8 |
| รางจืด | 145 | 36.3 |
| ชะเอมเทศ | 114 | 28.5 |
| อื่นๆ | 24 | 6.0 |

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ

จากตารางที่ 4.9 แสดงทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่างด้านการรับรู้ จำแนกตามชนิดของสมุนไพรไทยที่รู้จัก พบว่า ชนิดของสมุนไพรไทยที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักมากที่สุดสามอันดับแรก คือ ว่านหางจระเข้จำนวน 317 คน คิดเป็นร้อยละ 79.3 รองลงมาเป็นฟ้าทะลายโจร จำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 74.0 อันดับสาม ขมิ้นชัน จำนวน 281 คน คิดเป็นร้อยละ 70.3

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่างด้านการรับรู้ จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้สมุนไพรไทย

(n = 400)

| วัตถุประสงค์ในการใช้สมุนไพรไทย | อันดับ 1 | | อันดับ 2 | | อันดับ 3 | |
|-----------------------------------|------------|--------|------------|--------|------------|--------|
| | จำนวน (คน) | ร้อยละ | จำนวน (คน) | ร้อยละ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
| บำรุงร่างกาย | 196 | 55.8 | 74 | 21.2 | 36 | 10.4 |
| ป้องกันโรค | 77 | 21.9 | 132 | 37.8 | 52 | 15.0 |
| ฟื้นฟูหลังป่วยไข้ | 19 | 5.4 | 59 | 16.9 | 101 | 29.1 |
| เจ็บป่วยเล็กน้อย | 28 | 8.0 | 53 | 15.2 | 84 | 24.2 |
| เจ็บป่วยเรื้อรัง | 18 | 5.1 | 18 | 5.2 | 35 | 10.1 |
| แพทย์แผนปัจจุบันไม่สามารถรักษาได้ | 11 | 3.1 | 13 | 3.7 | 36 | 10.4 |

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่างด้านการรับรู้ จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้สมุนไพรไทย

(n = 400)

| วัตถุประสงค์ในการใช้สมุนไพรไทย | อันดับ 1 | | อันดับ 2 | | อันดับ 3 | |
|--------------------------------|---------------|--------|---------------|--------|---------------|--------|
| | จำนวน (คน) | ร้อยละ | จำนวน (คน) | ร้อยละ | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
| อื่นๆ | 2 | 0.6 | 0 | 0.0 | 3 | 0.9 |
| รวม | 400 | 100.0 | 400 | 100.0 | 400 | 100.0 |

หมายเหตุ: วัตถุประสงค์ในการใช้สมุนไพรไทยอันดับ 1 มีผู้ที่ไม่ตอบจำนวน 49 คน วัตถุประสงค์ในการใช้สมุนไพรไทยอันดับ 2 มีผู้ที่ไม่ตอบจำนวน 51 คน และวัตถุประสงค์ในการใช้สมุนไพรไทยอันดับ 3 มีผู้ที่ไม่ตอบจำนวน 53 คน ดังนั้นจึงคิดค่าร้อยละคิดจาก Valid Percent

จากตารางที่ 4.10 แสดงทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่างด้านการรับรู้ จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการใช้สมุนไพรไทยแบ่งเป็น วัตถุประสงค์ในการใช้สมุนไพรไทยอันดับ 1 วัตถุประสงค์ในการใช้สมุนไพรไทยอันดับ 2 และวัตถุประสงค์ในการใช้สมุนไพรไทยอันดับ 3

วัตถุประสงค์ในการใช้สมุนไพรไทยอันดับ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าสมุนไพรไทยควรใช้มากที่สุดสามอันดับแรก คือ เพื่อวัตถุประสงค์ในการบำรุงร่างกาย จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 55.8 รองลงมามีวัตถุประสงค์ในการป้องกันโรค จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 21.9 อันดับสามใช้เมื่อ เจ็บป่วยเล็กน้อย จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0

วัตถุประสงค์ในการใช้สมุนไพรไทยอันดับ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าสมุนไพรไทยควรใช้มากที่สุดสามอันดับแรก คือ เพื่อวัตถุประสงค์ในการป้องกันโรค จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 รองลงมามีวัตถุประสงค์ในการบำรุงร่างกายจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 21.2 อันดับสามใช้เพื่อ ฟันฟูหลังป่วยไข้ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 16.9

วัตถุประสงค์ในการใช้สมุนไพรไทยอันดับ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าสมุนไพรไทยควรใช้มากที่สุดสามอันดับแรก คือ เพื่อวัตถุประสงค์ในการฟันฟูหลังป่วยไข้ จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 29.1 รองลงมามีวัตถุประสงค์ในการใช้เมื่อเจ็บป่วยเล็กน้อย จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2 อันดับสามใช้เพื่อ ป้องกันโรค จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่างด้านการรับรู้ จำแนกตามบุคคลที่เชื่อถือมากที่สุดในการให้ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทย

(n = 351)

| บุคคลที่เชื่อถือมากที่สุดในการให้ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทย | | |
|---|------------|-----------|
| สมุนไพรไทย | จำนวน (คน) | ค่าร้อยละ |
| ครอบครัว/ญาติ/เพื่อน | 119 | 33.9 |
| แพทย์แผนไทย | 114 | 32.5 |
| แพทย์แผนปัจจุบัน | 42 | 12.0 |
| นักวิชาการ | 28 | 8.0 |
| ปราชญ์ชาวบ้าน/ครู/พระ/ ฯลฯ | 19 | 5.4 |
| เชื่อถือเท่าๆกันไม่แตกต่างกัน | 19 | 5.4 |
| สังคมออนไลน์ | 4 | 1.1 |
| ดารา/นักร้อง | 3 | 0.9 |
| อื่นๆ | 3 | 0.9 |
| ผู้มีชื่อเสียงในสังคมอื่นๆ | 0 | 0.0 |
| คนขาย | 0 | 0.0 |
| รวม | 351 | 100.0 |

หมายเหตุ: มีผู้ที่ไม่ตอบข้อนี้จำนวน 49 คน ดังนั้นจึงคิดค่าร้อยละจาก Valid Percent

จากตารางที่ 4.11 แสดงทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่างด้านการรับรู้ จำแนกตามบุคคลที่เชื่อถือมากที่สุดในการให้ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทย พบว่า บุคคลที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เชื่อถือมากที่สุดในการให้ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยมากที่สุดสามอันดับแรกคือ ครอบครัว/ญาติ/เพื่อน จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 33.9 รองลงมาเป็น แพทย์แผนไทย จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 อันดับสามคือ แพทย์แผนปัจจุบัน จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่าง ด้านการรับรู้ จำแนกตามมาตรฐานของสมุนไพรไทยที่เชื่อถือมากที่สุด

(n = 373)

| มาตรฐานของสมุนไพรไทยที่เชื่อถือมากที่สุด | จำนวน (คน) | ค่าร้อยละ |
|--|------------|-----------|
| อย. (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา) | 155 | 41.6 |
| สถาบันวิจัยในประเทศ | 109 | 29.2 |
| สถาบันวิจัยต่างประเทศ | 83 | 22.3 |
| ไม่จำเป็นต้องมีมาตรฐานรองรับ | 26 | 7.0 |
| รวม | 373 | 100.0 |

หมายเหตุ: มีผู้ที่ไม่ตอบข้อนี้จำนวน 27 คน ดังนั้นจึงคิดค่าร้อยละจาก Valid Percent

จากตารางที่ 4.12 แสดงทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่างด้านการรับรู้ จำแนกตามมาตรฐานของสมุนไพรไทยที่เชื่อถือมากที่สุด พบว่า มาตรฐานของสมุนไพรไทยที่กลุ่มตัวอย่างเชื่อถือมากที่สุดคือ มาตรฐานจาก อย. (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา) จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 41.6 รองลงมาคือมาตรฐานจาก สถาบันวิจัยในประเทศจำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 29.2 อันดับสามคือ มาตรฐานจาก สถาบันวิจัยต่างประเทศ จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 และไม่จำเป็นต้องมีมาตรฐานรองรับ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติด้านความรู้สึกรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทย

(n = 400)

| ทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทย | ค่าเฉลี่ย | S.D. | ระดับความเห็นด้วย |
|--|-----------|-------|-------------------|
| ภาพลักษณ์ | | | |
| สมุนไพรไทยเป็นของคนโบราณ ไม่ทันสมัย ไม่เหมาะกับปัจจุบัน | 2.19 | 1.211 | เห็นด้วยน้อย |
| มีความภูมิใจที่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย | 4.12 | 0.852 | เห็นด้วยมาก |
| มีความรู้สึกเงินหาย เมื่อผู้อื่นทราบว่าท่านใช้สมุนไพรไทย | 2.31 | 1.306 | เห็นด้วยน้อย |

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติด้านความรู้สึกต่อการใช้
สมุนไพรไทย

(n = 400)

| ทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทย | ค่าเฉลี่ย | S.D. | ระดับความเห็นด้วย |
|--|-----------|-------|-------------------|
| มาตรฐาน | | | |
| สมุนไพรไทยมีรูปร่าง สี กลิ่น รสชาติ ที่ไม่น่าใช้ | 2.78 | 1.197 | เห็นด้วยปานกลาง |
| สมุนไพรไทยควรมีการควบคุมคุณภาพการผลิต | 4 | 0.901 | เห็นด้วยมาก |
| ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยควรมีการรับรองคุณภาพจาก หน่วยงานที่น่าเชื่อถือ | 4.21 | 0.852 | เห็นด้วยมาก |
| สมุนไพรไทยควรมีการวิจัยและการรับรองที่เชื่อถือ ได้ในเรื่องคุณประโยชน์และสรรพคุณ | 4.05 | 0.871 | เห็นด้วยมาก |
| สมุนไพรไทยมีการควบคุมคุณภาพการผลิตและ การบรรจุน้อยกว่ายาแผนปัจจุบัน | 3.59 | 1.064 | เห็นด้วยมาก |
| ความปลอดภัย | | | |
| สมุนไพรไทยเป็นภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมา เชื่อถือ และไว้วางใจได้ | 4.09 | 0.884 | เห็นด้วยมาก |
| สมุนไพรไทยมาจากธรรมชาติ มีความปลอดภัย | 3.93 | 0.878 | เห็นด้วยมาก |
| การใช้สมุนไพรไทยจะทำให้ท่านปลอดภัยจาก สารเคมีและสารตกค้างในร่างกาย | 3.81 | 0.969 | เห็นด้วยมาก |
| การใช้สมุนไพรไทยอันตราย เพราะไม่มีงานวิจัยมา สนับสนุน | 2.84 | 1.21 | เห็นด้วยปานกลาง |
| สมุนไพรไทยควรใช้เมื่อแพทย์สั่งเท่านั้น | 3.14 | 1.148 | เห็นด้วยปานกลาง |
| คุณค่า และประโยชน์ | | | |
| สมุนไพรไทยมีคุณค่า ควรแก่การอนุรักษ์ไว้ | 4.4 | 0.81 | เห็นด้วยมาก |
| สมุนไพรไทยเป็นทางเลือกในการรักษาโรค รองลงมาจากแพทย์แผนปัจจุบัน | 3.58 | 1.04 | เห็นด้วยมาก |
| สมุนไพรไทยใช้แล้วได้ผล โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับ อาการเจ็บป่วยเล็กๆ น้อยๆ หรืออาการระยะแรก | 3.74 | 0.886 | เห็นด้วยมาก |

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติด้านความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทย (ต่อ)

(n = 400)

| ทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทย | ค่าเฉลี่ย | S.D. | ระดับความเห็นด้วย |
|--|-----------|-------|-------------------|
| คุณค่า และประโยชน์ | | | |
| สมุนไพรไทยบางชนิดสามารถใช้แทนยาแผนปัจจุบันได้ | 3.92 | 0.947 | เห็นด้วยมาก |
| สมุนไพรไทยสามารถรักษาโรคเรื้อรังบางชนิดที่แพทย์แผนปัจจุบันรักษาไม่ได้ | 3.77 | 0.962 | เห็นด้วยมาก |
| ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยมีประสิทธิภาพดีกว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไปที่ไม่มีส่วนประกอบของสมุนไพรไทย | 3.61 | 0.908 | เห็นด้วยมาก |
| การรักษาโดยใช้สมุนไพรไทยประหยัดกว่าการรักษาโดยใช้ยาแผนปัจจุบัน | 3.96 | 0.869 | เห็นด้วยมาก |

จากตารางที่ 4.13 แสดงทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่างด้านความรู้สึกโดยแบ่งเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ ด้านมาตรฐาน ด้านความปลอดภัย และด้านคุณค่าและประโยชน์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ด้านภาพลักษณ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยน้อยกว่าทัศนคติที่ว่า สมุนไพรไทยเป็นของคนโบราณ ไม่ทันสมัย ไม่เหมาะกับปัจจุบัน และ มีความรู้สึกเงินอายุเมื่อผู้อื่นทราบว่าคุณใช้สมุนไพรไทย ในขณะที่ กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากกับทัศนคติที่ว่า มีความภูมิใจที่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย

ด้านมาตรฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยปานกลางกับทัศนคติที่ว่า สมุนไพรไทยมีรูปร่างสี กลิ่น รสชาติ ที่ไม่น่าใช้ในขณะที่ กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากกับทัศนคติที่ว่า สมุนไพรไทยควรมีการควบคุมคุณภาพการผลิต ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยควรมีการรับรองคุณภาพจากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือ สมุนไพรไทยควรมีการวิจัยและการรับรองที่เชื่อถือได้ในเรื่องคุณประโยชน์และสรรพคุณ และ สมุนไพรไทยมีการควบคุมคุณภาพการผลิตและการบรรจุน้อยกว่ายาแผนปัจจุบัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากกับทัศนคติที่ว่า สมุนไพรไทยเป็นภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมาเชื่อถือและไว้วางใจได้ สมุนไพรไทยมาจากธรรมชาติ มีความปลอดภัย และ การใช้สมุนไพรไทยจะทำให้ท่านปลอดภัยจากสารเคมีและสารตกค้างในร่างกาย ในขณะที่

กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยปานกลางกับทัศนคติที่ว่า การใช้สมุนไพรไทยอันตราย เพราะไม่มีงานวิจัยมาสนับสนุน และสมุนไพรไทยควรรักษาเมื่อแพทย์สั่งเท่านั้น

ด้านคุณค่าและประโยชน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากกับทุกทัศนคติ ได้แก่ สมุนไพรไทยมีคุณค่าควรแก่การอนุรักษ์ไว้ สมุนไพรไทยเป็นทางเลือกในการรักษาโรครองลงมา จากแพทย์แผนปัจจุบัน สมุนไพรไทยใช้แล้วได้ผล โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับอาการเจ็บป่วยเล็กๆ น้อยๆ หรืออาการระยะแรก สมุนไพรไทยบางชนิดรักษาโรคได้ดีกว่ายาแผนปัจจุบัน สมุนไพรไทยบางชนิดสามารถใช้แทนยาแผนปัจจุบันได้ สมุนไพรไทยสามารถรักษาโรคเรื้อรังบางชนิดที่แพทย์แผนปัจจุบันรักษาไม่ได้ ผลกระทบที่สมุนไพรไทยมีประสิทธิภาพดีกว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไปที่ไม่มีส่วนประกอบของสมุนไพรไทย และการรักษาโดยใช้สมุนไพรไทยประหยัดกว่าการรักษาโดยใช้ยาแผนปัจจุบัน

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่าง ด้านพฤติกรรมแนวโน้มนำแนกตามความยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทย

| (n = 397) | | |
|-----------------------------|------------|--------|
| ความยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทย | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
| ยินดี | 342 | 86.1 |
| ไม่ยินดี | 5 | 1.3 |
| ไม่แน่ใจ | 50 | 12.6 |
| รวม | 397 | 100.0 |

หมายเหตุ: มีผู้ที่ไม่ตอบข้อนี้จำนวน 3 คน ดังนั้นจึงคิดค่าร้อยละจาก Valid Percent

จากตารางที่ 4.14 แสดงทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่างด้าน พฤติกรรมแนวโน้มนำแนกตามความยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทย จำนวน 342 คน คิดเป็นร้อยละ 86.1 รองลงมา ไม่แน่ใจที่จะใช้สมุนไพรไทย จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.6 และมีกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่าง ด้านพฤติกรรมแนวโน้มนำแนกตามความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย

| (n = 395) | | |
|--|------------|--------|
| ความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
| ยินดี | 328 | 83.0 |
| ไม่ยินดี | 6 | 1.5 |
| ไม่แน่ใจ | 61 | 15.4 |
| รวม | 395 | 100.0 |

หมายเหตุ: มีผู้ที่ไม่ตอบข้อนี้จำนวน 5 คน ดังนั้นจึงคิดค่าร้อยละจาก Valid Percent

จากตารางที่ 4.15 แสดงทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่างด้าน พฤติกรรมแนวโน้มนำแนกตามความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย จำนวน 328 คน คิดเป็นร้อยละ 83.0 รองลงมา ไม่แน่ใจที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.4 และมีกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5

4. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นผู้บริหาร โภคกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย ใช้การวิเคราะห์ผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา แจกแจงเป็นความถี่ และร้อยละ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับ
สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่าง

| (n = 36) | |
|--|------------|
| ข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับสมุนไพรไทย | จำนวน (คน) |
| - คนไทยควรช่วยกันอนุรักษ์และสืบทอดเกี่ยวกับสมุนไพรไทยไว้ให้คนรุ่น หลังต่อไป | 9 |
| - ควรมีการให้ความรู้ความเข้าใจในการใช้สมุนไพรไทยแก่นักเรียน นักศึกษาบุคลากรทางการแพทย์และสาธารณสุข และประชาชนทั่วไป อย่างจริงจัง | 2 |
| - ควรสนับสนุนและส่งเสริมด้านการศึกษา ค้นคว้า การวิจัยและพัฒนาให้ มากขึ้น และมีงานวิจัยรองรับเพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือในสมุนไพรไทย | 8 |
| - ควรประชาสัมพันธ์ สนับสนุนและส่งเสริมให้มีการใช้สมุนไพรไทยทั้งใน ชีวิตประจำวันและในโรงพยาบาล | 8 |
| - ควรส่งเสริมและพัฒนารูปแบบการผลิต และขายผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย | 1 |
| - ควรมีการปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสมุนไพรไทยให้มีความ เหมาะสมใช้กฎหมายกำกับควบคุม โฆษณาที่เกินจริงและระวังการแอบ อ้างนำสมุนไพรไทยไปใช้ในทำนองที่ผิดทำให้เสียชื่อเสียงสมุนไพรไทยได้ | 3 |
| - สมุนไพรไทยควรมีบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัยเพื่อให้ดูน่าใช้ | 3 |
| - สมุนไพรไทยควรปรับปรุงคุณภาพทำให้มีรูปแบบที่ใช้ง่าย น่าใช้ และดู ทันสมัยให้เป็นที่ยอมรับของสากล | 3 |
| - สมุนไพรไทยควรมีมาตรฐานรองรับและมีการผลักดันให้สมุนไพรไทย ได้รับมาตรฐานเพื่อให้เป็นที่ยอมรับทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ | 4 |
| - การใช้สมุนไพรไทยต้องใช้ให้เป็นที่ โดยใช้ให้ถูกต้อง ใช้ให้ตรงกับโรค ใช้ ให้ถูกขนาด ใช้ให้ถูกเวลา รู้จักแหล่งที่มาของชนิดต้นยา รู้จักอาการเป็น พิษและวิธีแก้พิษยา | 2 |
| - สมุนไพรไทยมีความปลอดภัย | 2 |

จากตารางที่ 4.16 แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับสมุนไพรไทย
ของกลุ่มตัวอย่างพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับ
สมุนไพรไทยมากที่สุดสามอันดับแรก คือ คนไทยควรช่วยกันอนุรักษ์และสืบทอดเกี่ยวกับสมุนไพร

ไทยไว้ให้คนรุ่นหลังต่อไป จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 รองลงมาระบุว่า ควรสนับสนุนและส่งเสริมด้านการศึกษา ค้นคว้า วิจัย และพัฒนาให้มากขึ้น และมีงานวิจัยรองรับเพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือในสมุนไพรไทย และ ควรประชาสัมพันธ์ สนับสนุนและส่งเสริมให้มีการใช้สมุนไพรไทยทั้งในชีวิตประจำวันและในโรงพยาบาล จำนวนอย่างละ 8 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2 อันดับสามระบุว่า สมุนไพรไทยควรมีมาตรฐานรองรับและมีการผลักดันให้สมุนไพรไทยได้รับมาตรฐานเพื่อให้เป็นที่ยอมรับทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 11.1

5. การทดสอบสมมติฐาน

ในการศึกษาเรื่อง “ทัศนคติของผู้บริโภครวมกลุ่มเจนเนอเรชันวายที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทย” มีสมมติฐานที่ตั้งขึ้นทั้งหมด 3 สมมติฐาน ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเชิงอนุมานมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1

ผู้บริโภคในกลุ่มเจนเนอเรชันวายที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน

1.1 ทัศนคติด้านการรับรู้

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ การรับรู้ต่อการใช้สมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กัน นำมาตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ ทัศนคติด้านการรับรู้ต่อการใช้สมุนไพรไทย ไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ ทัศนคติด้านการรับรู้ต่อการใช้สมุนไพรไทย มีความสัมพันธ์กัน

โดยสมมติฐานมี 1 สมมติฐานย่อย ตามตัวแปร ดังนี้

1.1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ การรับรู้ต่อการใช้สมุนไพรไทย ในด้านมาตรฐานของสมุนไพรไทยที่เชื่อถือมากที่สุดมีความสัมพันธ์กัน นำมาตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ การรับรู้ต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านมาตรฐานของสมุนไพรไทยที่เชื่อถือมากที่สุดมีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.17 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ การรับรู้ต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านมาตรฐานของสมุนไพรไทยที่เชื่อถือมากที่สุดมีความสัมพันธ์กัน

| ลักษณะทางประชากรศาสตร์ | | มาตรฐานของสมุนไพรไทยที่เชื่อถือมากที่สุด | | | | รวม | χ^2 | Sig. |
|------------------------|----------|--|---------------------------|--|--------------------------------------|-----|----------|-------|
| | | สถาบันวิจัย ในประเทศ | สถาบันวิจัย ต่างประเทศ | อย. (สำนักงาน คณะกรรมการ อาหารและยา) | ไม่จำเป็นต้อง มีมาตรฐาน รองรับ | | | |
| เพศ | ชาย | 45 | 33 | 58 | 8 | 144 | 1.105 | 0.776 |
| | หญิง | 64 | 50 | 96 | 18 | 228 | | |
| | รวม | 109 | 83 | 154 | 26 | 372 | | |
| อายุ | 19-24 ปี | 76 | 66 | 105 | 15 | 262 | 6.538 | 0.366 |
| | 25-30 ปี | 16 | 8 | 20 | 5 | 49 | | |
| | 31-34 ปี | 17 | 9 | 30 | 6 | 62 | | |
| | รวม | 109 | 83 | 155 | 26 | 373 | | |

ตารางที่ 4.17 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ การรับรู้ต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านมาตรฐานของสมุนไพรไทยที่เชื่อถือมากที่สุดมีความสัมพันธ์กัน

| ลักษณะทางประชากรศาสตร์ | มาตรฐานของสมุนไพรไทยที่เชื่อถือมากที่สุด | | | | รวม | χ^2 | Sig. | |
|------------------------|--|---------------------------|--|----------------------------------|-----|----------|--------|-------|
| | สถาบันวิจัย ในประเทศ | สถาบันวิจัย ต่างประเทศ | อย. (สำนักงาน คณะกรรมการ อาหารและยา) | ไม่จำเป็นต้องมี มาตรฐานรองรับ | | | | |
| การศึกษา | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 32 | 20 | 53 | 6 | 111 | 10.867 | 0.093 |
| | ปริญญาตรี | 71 | 54 | 89 | 14 | | | |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 6 | 9 | 13 | 6 | | | |
| | รวม | 109 | 83 | 155 | 26 | | | |
| อาชีพ | นักเรียน/นักศึกษา | 70 | 61 | 103 | 12 | 246 | 9.179 | 0.164 |
| | ธุรกิจส่วนตัว/ พนักงานบริษัทเอกชน/ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 27 | 11 | 34 | 8 | | | |
| | อื่นๆ | 12 | 11 | 18 | 6 | | | |
| | รวม | 109 | 83 | 155 | 26 | | | |

ตารางที่ 4.17 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ การรับรู้ต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านมาตรฐานของสมุนไพรไทยที่เชื่อถือมากที่สุดมีความสัมพันธ์กัน (ต่อ)

| ลักษณะทางประชากรศาสตร์ | มาตรฐานของสมุนไพรไทยที่เชื่อถือมากที่สุด | | | | รวม | χ^2 | Sig. |
|------------------------|--|---------------------------|--|----------------------------------|-----|----------|-------|
| | สถาบันวิจัย ในประเทศ | สถาบันวิจัย ต่างประเทศ | อย. (สำนักงาน คณะกรรมการ อาหารและยา) | ไม่จำเป็นต้องมี มาตรฐานรองรับ | | | |
| รายได้ | น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | 41 | 36 | 70 | 7 | 6.594 | 0.679 |
| | 10,001-30,000 บาท | 53 | 35 | 63 | 14 | | |
| | 30,001-50,000 บาท | 9 | 8 | 14 | 2 | | |
| | มากกว่า 50,000 บาท | 6 | 4 | 6 | 3 | | |
| | รวม | 109 | 83 | 153 | 26 | | |
| ศาสนา | พุทธ | 98 | 74 | 138 | 20 | 4.084 | 0.253 |
| | อื่นๆ | 10 | 9 | 17 | 6 | | |
| | รวม | 108 | 83 | 155 | 26 | | |

หมายเหตุ: อาชีพมีการรวบรวมตัวเลือก ธุรกิจส่วนตัวพนักงานบริษัทเอกชน และ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ รวมกัน และรวบรวมตัวเลือก พ่อบ้าน/แม่บ้าน และ อื่นๆ รวมกัน และ ศาสนา มีการรวบรวมตัวเลือกคริสต์ อิสลาม และอื่นๆรวมกัน

จากตารางที่ 4.17 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ การรับรู้ต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านมาตรฐานของสมุนไพรไทยที่เชื่อถือมากที่สุดโดยลักษณะทางประชากรศาสตร์แบ่งเป็น 6 ด้าน ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และ ศาสนา มีรายละเอียดดังนี้

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และ ศาสนา พบว่ามีค่า Sig. มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และ ศาสนา กับ ประสิทธิภาพการเคยใช้สมุนไพรไทยไม่มีความสัมพันธ์กัน

1.2 ทศนคติด้านความรู้สึกรู้สึก

ผู้บริโภครวมเจเนอเรชันวายที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกันนำมาตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ผู้บริโภครวมเจเนอเรชันวายที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภครวมเจเนอเรชันวายที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน

โดยสมมติฐานแบ่งออกเป็น 6 สมมติฐานย่อย ตามตัวแปร ดังนี้

1.2.1 เพศที่ต่างกัน มีความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน

1.2.2 อายุที่ต่างกัน มีความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน

1.2.3 การศึกษาที่ต่างกัน มีความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทย

แตกต่างกัน

1.2.4 อาชีพที่ต่างกัน มีความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่าง

กัน

1.2.5 รายได้ที่ต่างกัน มีความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่าง

กัน

1.2.6 ศาสนาที่ต่างกัน มีความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่าง

กัน

สมมติฐานที่ 1.2.1 เพศที่ต่างกัน มีความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทย

แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่าง เพศ กับ ความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทย

| ทัศนคติด้านความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทย | เพศ | | | | t | Sig. |
|--|------|-------|------|-------|--------|--------|
| | ชาย | | หญิง | | | |
| | Mean | S.D. | Mean | S.D. | | |
| ภาพลักษณ์ | 2.98 | 0.746 | 2.81 | 0.635 | 2.454 | 0.015* |
| มาตรฐาน | 3.73 | 0.552 | 3.72 | 0.562 | 0.161 | 0.872 |
| ความปลอดภัย | 3.57 | 0.573 | 3.55 | 0.568 | 0.356 | 0.722 |
| คุณค่า และประโยชน์ | 3.81 | 0.592 | 3.92 | 0.562 | -1.882 | 0.061 |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่าง เพศ กับ ความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านต่างๆ มีรายละเอียดดังนี้

ด้านภาพลักษณ์ พบว่า มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกัน มีความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านภาพลักษณ์แตกต่างกัน

ด้านมาตรฐาน ด้านความปลอดภัย และ ด้านคุณค่าและประโยชน์ พบว่า มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกัน มีความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านมาตรฐานด้านความปลอดภัย และ ด้านคุณค่า และประโยชน์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2.2 อายุที่แตกต่างกัน มีความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่าง อายุ กับ ความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทย

| ทัศนคติด้าน ความรู้สึกต่อ การใช้สมุนไพร ไทย | อายุ | | | | | | F | Sig. | คู่ที่ แตกต่าง กัน |
|--|--------------|-------|--------------|-------|--------------|-------|-------|--------|--------------------------|
| | 19-24 ปี (1) | | 25-30 ปี (2) | | 31-34 ปี (3) | | | | |
| | Mean | S.D. | Mean | S.D. | Mean | S.D. | | | |
| ภาพลักษณ์ | 2.91 | 0.693 | 2.79 | 0.637 | 2.79 | 0.683 | 1.413 | 0.245 | - |
| มาตรฐาน | 3.70 | 0.560 | 3.80 | 0.544 | 3.81 | 0.548 | 1.513 | 0.222 | - |
| ความปลอดภัย | 3.58 | 0.574 | 3.47 | 0.551 | 3.56 | 0.565 | 0.803 | 0.449 | - |
| คุณค่า และ ประโยชน์ | 3.81 | 0.582 | 3.98 | 0.559 | 4.06 | 0.521 | 5.749 | 0.003* | 1<3 |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่าง เพศ กับ ด้านความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านต่างๆ มีรายละเอียดดังนี้

ด้านภาพลักษณ์ ด้านมาตรฐานและด้านความปลอดภัยพบว่า มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกัน มีความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านภาพลักษณ์ ด้านมาตรฐานและด้านความปลอดภัยไม่แตกต่างกัน

ด้านคุณค่า และประโยชน์ พบว่า มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกัน มีความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านคุณค่า และประโยชน์แตกต่างกัน เมื่อทดสอบเป็นรายคู่ พบว่า คู่ที่มีความแตกต่างกัน คือ กลุ่มที่มีอายุ 19-24 ปี กับ 31-34 ปี

สมมติฐานที่ 1.2.3 การศึกษาที่แตกต่างกัน มีความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านภาพลักษณ์แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่าง การศึกษา กับ ความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรรไทย

| ทัศนคติด้าน ความรู้สึกต่อ การใช้สมุนไพรรไทย | การศึกษา | | | | | | F | Sig. | คู่ที่ แตกต่าง กัน |
|---|----------------------|-------|---------------|-------|----------------------|-------|-------|-------|--------------------------|
| | ต่ำกว่าปริญญาตรี (1) | | ปริญญาตรี (2) | | สูงกว่าปริญญาตรี (3) | | | | |
| | Mean | S.D. | Mean | S.D. | Mean | S.D. | | | |
| ภาพลักษณ์ | 2.87 | 0.651 | 2.89 | 0.702 | 2.84 | 0.692 | 0.086 | 0.917 | - |
| มาตรฐาน | 3.73 | 0.553 | 3.71 | 0.568 | 3.87 | 0.482 | 1.297 | 0.275 | - |
| ความปลอดภัย | 3.65 | 0.536 | 3.52 | 0.578 | 3.49 | 0.592 | 2.330 | 0.099 | - |
| คุณค่า และประโยชน์ | 3.88 | 0.605 | 3.85 | 0.564 | 4.06 | 0.549 | 2.150 | 0.118 | - |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่าง การศึกษา กับ ความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรรไทยในด้านต่างๆ มีรายละเอียดดังนี้

ด้านภาพลักษณ์ ด้านมาตรฐาน ด้านความปลอดภัย และ ด้านคุณค่าและประโยชน์ พบว่า มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การศึกษาที่แตกต่างกันมีความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรรไทยในด้านภาพลักษณ์ ด้านมาตรฐานด้านความปลอดภัย และ ด้านคุณค่าและประโยชน์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2.4 อาชีพที่แตกต่างกัน มีความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรรไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่าง อาชีพ กับ ความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านภาพลักษณ์

| ทัศนคติด้านความรู้สึกต่อ การใช้สมุนไพรไทย | อาชีพ | | | | | | | | | | | | F | Sig. | คู่ที่แตกต่างกัน |
|--|---------------------------|-------|----------------------|-------|-------------------------------|-------|----------------------------------|-------|-------------------------|-------|-----------|-------|-------|--------|--------------------|
| | นักเรียน/ นักศึกษา (1) | | ธุรกิจส่วนตัว (2) | | พนักงาน บริษัทเอกชน (3) | | ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ (4) | | พ่อบ้าน/ แม่บ้าน (5) | | อื่นๆ (6) | | | | |
| | Mean | S.D. | Mean | S.D. | Mean | S.D. | Mean | S.D. | Mean | S.D. | Mean | S.D. | | | |
| ภาพลักษณ์ | 2.91 | 0.692 | 2.81 | 0.584 | 2.84 | 0.754 | 2.74 | 0.573 | 3.11 | 0.981 | 2.58 | 0.319 | 0.782 | 0.563 | - |
| มาตรฐาน | 3.67 | 0.562 | 3.95 | 0.518 | 3.76 | 0.536 | 3.86 | 0.565 | 3.87 | 0.372 | 3.65 | 0.597 | 2.270 | 0.047 | - |
| ความปลอดภัย | 3.55 | 0.562 | 3.60 | 0.522 | 3.46 | 0.597 | 3.66 | 0.644 | 4.00 | 0.537 | 3.55 | 0.191 | 1.336 | 0.248 | - |
| คุณค่า และประโยชน์ | 3.78 | 0.584 | 4.07 | 0.526 | 4.05 | 0.484 | 4.06 | 0.582 | 4.29 | 0.281 | 3.88 | 0.729 | 4.894 | 0.000* | 1&2, 1&3, 1&4, 1&5 |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่าง อาชีพ กับ ความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านต่างๆ มีรายละเอียดดังนี้
ด้านภาพลักษณ์ ด้านมาตรฐาน และ ด้านความปลอดภัยพบว่า มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การศึกษาที่แตกต่างกันมีความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านภาพลักษณ์ ด้านมาตรฐาน และ ด้านความปลอดภัยไม่แตกต่างกัน

ด้านคุณค่า และประโยชน์พบว่า มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพที่แตกต่างกัน มีความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านคุณค่า และประโยชน์แตกต่างกัน เมื่อทดสอบเป็นรายคู่ พบว่า คู่ที่มีความแตกต่างกัน คือ กลุ่มที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา กับ ธุรกิจส่วนตัวกลุ่มที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา กับ พนักงานบริษัทเอกชน และ กลุ่มที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา กับ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจและกลุ่มที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กับ พ่อบ้าน/แม่บ้าน

สมมติฐานที่ 1.2.5 รายได้ที่แตกต่างกัน มีความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่าง รายได้ กับ ความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทย

| ทัศนคติด้าน ความรู้สึกต่อ การใช้ สมุนไพรไทย | รายได้ | | | | | | | | F | Sig. |
|--|--|------------------------------|------|------------------------------|------|------------------------------|------|-------|-------|-------|
| | น้อยกว่าหรือ เท่ากับ 10,000 บาท (1) | 10,001- 30,000 บาท (2) | | 30,001- 50,000 บาท (3) | | มากกว่า 50,000 บาท (4) | | | | |
| | | Mean | S.D. | Mean | S.D. | Mean | S.D. | Mean | | |
| ภาพลักษณ์ | 2.97 | 0.730 | 2.86 | 0.654 | 2.68 | 0.545 | 2.71 | 0.661 | 2.307 | 0.076 |
| มาตรฐาน | 3.66 | 0.562 | 3.76 | 0.534 | 3.92 | 0.594 | 3.72 | 0.610 | 2.196 | 0.088 |
| ความปลอดภัย | 3.58 | 0.609 | 3.56 | 0.543 | 3.48 | 0.508 | 3.51 | 0.599 | 0.292 | 0.831 |
| คุณค่า และ ประโยชน์ | 3.80 | 0.632 | 3.93 | 0.539 | 3.85 | 0.472 | 4.04 | 0.565 | 1.944 | 0.122 |

จากตารางที่ 4.22 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่าง รายได้ กับ ความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านต่างๆ พบว่า มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 สำหรับความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยในทุกด้าน ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ ด้านมาตรฐานด้านความปลอดภัยและ ด้านคุณค่า และประโยชน์ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทย ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2.6 ศาสนาที่แตกต่างกัน มีความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่าง ศาสนา กับ ความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทย

| ทัศนคติด้าน ความรู้สึกต่อ การใช้ สมุนไพรไทย | ศาสนา | | | | | | | | F | Sig. |
|--|----------|-------|------------|-------|------------|-------|-----------|-------|-------|-------|
| | พุทธ (1) | | คริสต์ (2) | | อิสลาม (3) | | อื่นๆ (4) | | | |
| | Mean | S.D. | Mean | S.D. | Mean | S.D. | Mean | S.D. | | |
| ภาพลักษณ์ | 2.87 | 0.692 | 2.88 | 0.585 | 3.26 | 0.703 | 2.17 | 0.236 | 1.666 | 0.174 |
| มาตรฐาน | 3.72 | 0.553 | 3.81 | 0.561 | 3.96 | 0.564 | 3.00 | 0.000 | 1.964 | 0.119 |
| ความปลอดภัย | 3.56 | 0.566 | 3.49 | 0.625 | 3.76 | 0.555 | 3.20 | 0.000 | 0.775 | 0.508 |
| คุณค่า และ ประโยชน์ | 3.88 | 0.563 | 3.77 | 0.627 | 3.99 | 0.880 | 3.88 | 0.707 | 0.498 | 0.684 |

จากตารางที่ 4.23 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่าง ศาสนา กับ ความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านต่างๆ พบว่า มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 สำหรับความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยในทุกด้าน ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ ด้านมาตรฐานด้านความปลอดภัยและ ด้านคุณค่าและประโยชน์ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าศาสนาที่แตกต่างกันมีความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทย ไม่แตกต่างกัน

1.3 ทัศนคติด้านพฤติกรรมแนวโน้มน

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ พฤติกรรมแนวโน้มนต่อการใช้สมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กัน นำมาตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ พฤติกรรมแนวโน้มนต่อการใช้สมุนไพรไทยไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ พฤติกรรมแนวโน้มนต่อการใช้สมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กัน

โดยสมมติฐานแบ่งออกเป็น 12 สมมติฐานย่อย ตามตัวแปร ดังนี้

1.3.1 เพศ กับ พฤติกรรมแนวโน้มนต่อการใช้สมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กัน

1.3.2 อายุ กับ พฤติกรรมแนวโน้มนต่อการใช้สมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กัน

1.3.3 การศึกษา กับ พฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทยมี
ความสัมพันธ์กัน

1.3.4 อาชีพ กับ พฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทยมี
ความสัมพันธ์กัน

1.3.5 รายได้ กับ พฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทยมี
ความสัมพันธ์กัน

1.3.6 ศาสนา กับ พฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทยมี
ความสัมพันธ์กัน

หมายเหตุ: ในการทดสอบสมมติฐาน มีการรวบรวมตัวเลือก โดยตัวแปรทัศนคติด้าน
พฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทย ได้แก่ ความยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทยและ ความยินดีที่
จะบอกให้ผู้อื่นใช้ มีการรวบรวมตัวเลือก ไม่ยินดี กับ ไม่แน่ใจ รวมกัน กลายเป็นสองตัวเลือก ได้แก่
ยินดีและ ไม่ยินดี ส่วนตัวแปร ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีการรวบรวมตัวเลือกโดยมีรายละเอียด
แตกต่างกันในแต่ละข้อสมมติฐานย่อยดังแสดงท้ายตาราง

สมมติฐานที่ 1.3.1 เพศ กับ พฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทยมี
ความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.24 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้
สมุนไพรไทย

| พฤติกรรมแนวโน้ม ต่อการใช้สมุนไพรไทย | | เพศ | | χ^2 | Sig. | Cramer's V | ระดับ ความสัมพันธ์ |
|--|----------|-----|------|----------|--------|---------------|------------------------|
| | | ชาย | หญิง | | | | |
| ความยินดีที่จะใช้ สมุนไพรไทย | ยินดี | 132 | 209 | 0.481 | 0.488 | - | - |
| | ไม่ยินดี | 24 | 31 | | | | |
| | รวม | 156 | 240 | | | | |
| ความยินดีที่จะ บอกให้ผู้อื่นใช้ สมุนไพรไทย | ยินดี | 119 | 208 | 7.006 | 0.008* | 0.133 | สัมพันธ์กัน น้อยมาก |
| | ไม่ยินดี | 36 | 31 | | | | |
| | รวม | 155 | 239 | | | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.24 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรม
แนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทยโดยแบ่งเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้
สมุนไพรไทยและ ด้านความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย

ด้านความยินดีที่จะใช้สมุนไพร พบว่ามีค่า Sig. มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับ
สมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศ กับ พฤติกรรมแนวโน้มต่อ
การใช้สมุนไพรไทยในด้านความยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทย ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ด้านความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทยพบว่ามีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ดังนั้น
จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศ กับ พฤติกรรม
แนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย มี
ความสัมพันธ์กัน โดยมีความสัมพันธ์กันน้อยมาก

สมมติฐานที่ 1.3.2 อายุ กับ พฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทย
มีความสัมพันธ์กัน



ตารางที่ 4.25 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทย

| พฤติกรรมแนวโน้ม ต่อการใช้สมุนไพรไทย | | อายุ | | | χ^2 | Sig. | Cramer's V | ระดับ ความสัมพันธ์ |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|--------|------------|------------------------|
| | | 19-24 ปี | 25-30 ปี | 31-34 ปี | | | | |
| ความยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทย | ยินดี | 229 | 53 | 60 | 9.290 | 0.010* | 0.153 | สัมพันธ์กัน น้อยมาก |
| | ไม่ยินดี | 48 | 3 | 4 | | | | |
| | รวม | 277 | 56 | 64 | | | | |
| ความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้ สมุนไพรไทย | ยินดี | 220 | 50 | 58 | 5.970 | 0.051 | - | - |
| | ไม่ยินดี | 55 | 6 | 6 | | | | |
| | รวม | 275 | 56 | 64 | | | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.25 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทยโดยแบ่งเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทยและ ด้านความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย

ด้านความยินดีที่จะใช้สมุนไพร พบว่ามีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุ กับ พฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านความยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทย มีความสัมพันธ์กัน โดยมีความสัมพันธ์กันน้อยมาก

ด้านความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทยพบว่ามีค่า Sig. มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุ กับ พฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย ไม่มีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานที่ 1.3.3 การศึกษา กับ พฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทย มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.26 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับพฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านความยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทย

| พฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทย | | การศึกษา | | | χ^2 | Sig. |
|--|----------|------------------|-----------|------------------|----------|-------|
| | | ต่ำกว่าปริญญาตรี | ปริญญาตรี | สูงกว่าปริญญาตรี | | |
| ความยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทย | ยินดี | 99 | 210 | 33 | 1.150 | 0.563 |
| | ไม่ยินดี | 18 | 34 | 3 | | |
| | รวม | 117 | 244 | 36 | | |
| ความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย | ยินดี | 94 | 203 | 31 | 0.968 | 0.616 |
| | ไม่ยินดี | 23 | 39 | 5 | | |
| | รวม | 117 | 242 | 36 | | |

จากตารางที่ 4.26 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับ พฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทย โดยแบ่งเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย และ ด้านความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย

ด้านความยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทย พบว่า มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การศึกษา กับ พฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านความยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทย ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ด้านความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย พบว่า มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การศึกษา กับ พฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย ไม่มีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานที่ 1.3.4 อาชีพ กับ พฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพร
ไทยมีความสัมพันธ์กัน



ตารางที่ 4.27 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทย

| พฤติกรรมแนวโน้ม ต่อการใช้สมุนไพรไทย | อาชีพ | | | | χ^2 | Sig. | Cramer's V | ระดับ ความสัมพันธ์ | |
|--|-----------------------|-------------------|---|-------|----------|--------|---------------|-----------------------|------------------------|
| | นักเรียน/ นักศึกษา | พนักงาน | | | | | | | |
| | | ธุรกิจ ส่วนตัว | บริษัทเอกชน/ ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ | อื่นๆ | | | | | |
| ความยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทย | ยินดี | 211 | 37 | 84 | 10 | 14.101 | 0.003* | 0.188 | สัมพันธ์กัน น้อยมาก |
| | ไม่ยินดี | 48 | 3 | 4 | 0 | | | | |
| | รวม | 259 | 40 | 88 | 10 | | | | |
| ความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่น ใช้สมุนไพรไทย | ยินดี | 202 | 35 | 83 | 8 | 12.176 | 0.007* | 0.176 | สัมพันธ์กัน น้อยมาก |
| | ไม่ยินดี | 55 | 5 | 5 | 2 | | | | |
| | รวม | 257 | 40 | 88 | 10 | | | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

หมายเหตุ: อาชีพ มีการยุบรวมตัวเลือก พนักงานบริษัทเอกชน และ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ รวมกัน และ มีการยุบรวมตัวเลือก พ่อบ้าน/แม่บ้าน และ อื่นๆ รวมกัน

จากตารางที่ 4.27 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพ กับ พฤติกรรม
แนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทย โดยแบ่งเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้
สมุนไพรไทย และ ด้านความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย

ด้านความยินดีที่จะใช้สมุนไพร พบว่ามีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธ
สมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพ กับ พฤติกรรมแนวโน้ม
ต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านความยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทย มีความสัมพันธ์กัน โดยมิ
มีความสัมพันธ์กันน้อยมาก

ด้านความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพร พบว่ามีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึง
ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพ กับ พฤติกรรม
แนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย มี
ความสัมพันธ์กัน โดยมีความสัมพันธ์กันน้อยมาก

สมมติฐานที่ 1.3.5 รายได้ กับ พฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพร
ไทย มีความสัมพันธ์กัน



ตารางที่ 4.28 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับพฤติกรรมแนวโน้มนต่อการใช้สมุนไพรไทย

| พฤติกรรมแนวโน้มนต่อการใช้สมุนไพรไทย | | รายได้ | | | χ^2 | Sig. | Cramer's V | ระดับความสัมพันธ์ |
|--|----------|--------------------------------|-------------------|--------------------|----------|--------|------------|--------------------|
| | | น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | 10,001-30,000 บาท | มากกว่า 30,000 บาท | | | | |
| ความยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทย | ยินดี | 126 | 162 | 52 | 20.791 | 0.000* | 0.229 | สัมพันธ์กันน้อยมาก |
| | ไม่ยินดี | 38 | 15 | 2 | | | | |
| | รวม | 164 | 177 | 54 | | | | |
| ความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย | ยินดี | 124 | 153 | 49 | 9.741 | 0.008* | 0.157 | สัมพันธ์กันน้อยมาก |
| | ไม่ยินดี | 39 | 23 | 5 | | | | |
| | รวม | 163 | 176 | 54 | | | | |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

หมายเหตุ: รายได้มีการรวบรวมตัวเลือก 30,001-50,000 บาท และ มากกว่า 50,000 บาท รวมกัน

จากตารางที่ 4.28 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้ กับ พฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทย โดยแบ่งเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย และ ด้านความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย

ด้านความยินดีที่จะใช้สมุนไพร พบว่ามีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้ กับ พฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านความยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทย มีความสัมพันธ์กัน โดยมีความสัมพันธ์กันน้อยมาก

ด้านความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพร พบว่ามีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้ กับ พฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย มีความสัมพันธ์กัน โดยมีความสัมพันธ์กันน้อยมาก

สมมติฐานที่ 1.3.6 ศาสนากับ พฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทย มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.29 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างศาสนากับพฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทย

| พฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทย | ศาสนา | | χ^2 | Sig. | |
|--|----------|-------|----------|-------|-------|
| | พุทธ | อื่นๆ | | | |
| ความยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทย | ยินดี | 300 | 41 | 0.642 | 0.423 |
| | ไม่ยินดี | 51 | 4 | | |
| | รวม | 351 | 45 | | |
| ความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย | ยินดี | 288 | 39 | 1.463 | 0.226 |
| | ไม่ยินดี | 63 | 4 | | |
| | รวม | 351 | 43 | | |

หมายเหตุ: ศาสนามีการบูรรวมตัวเลือก คริสต์ อิสลาม และ อื่นๆ รวมกัน

จากตารางที่ 4.29 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ศาสนา กับ พฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทย โดยแบ่งเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย และ ด้านความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย

ด้านความยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทย พบว่า มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ศาสนา กับ พฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านความยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทย ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ด้านความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย พบว่า มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ศาสนา กับ พฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย ไม่มีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานที่ 2

ผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่มีประสบการณ์การใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน

2.1 ทัศนคติด้านการรับรู้

ผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่มีประสบการณ์การใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน มีทัศนคติด้านการรับรู้ต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกันนำมาตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ประสบการณ์การใช้สมุนไพรไทยกับ ทัศนคติด้านการรับรู้ต่อการใช้สมุนไพรไทยไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : ประสบการณ์การใช้สมุนไพรไทยกับ ทัศนคติด้านการรับรู้ต่อการใช้สมุนไพรไทย มีความสัมพันธ์กัน

โดยสมมติฐานมี 1 สมมติฐานย่อย ตามตัวแปร ดังนี้

2.1.1 ประสบการณ์การเคยใช้สมุนไพรไทย กับ การรับรู้ต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านมาตรฐานของสมุนไพรไทยที่เชื่อถือมากที่สุดมีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานที่ 2.1.1 ประสบการณ์การเคยใช้สมุนไพรไทย กับ การรับรู้ต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านมาตรฐานของสมุนไพรไทยที่เชื่อถือมากที่สุด มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.30 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ประสิทธิภาพการเคยใช้สมุนไพรไทย กับ การรับรู้ต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านมาตรฐานของสมุนไพรไทยที่เชื่อถือมากที่สุด

| มาตรฐานของสมุนไพรไทยที่เชื่อถือมากที่สุด | ประสิทธิภาพการเคยใช้ | | รวม |
|--|----------------------|--------|-----|
| | สมุนไพรไทย | | |
| | เคย | ไม่เคย | |
| สถาบันวิจัยในประเทศ | 86 | 23 | 109 |
| สถาบันวิจัยต่างประเทศ | 63 | 20 | 83 |
| อย. (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา) | 130 | 25 | 155 |
| ไม่จำเป็นต้องมีมาตรฐานรองรับ | 25 | 1 | 26 |
| รวม | 304 | 69 | 373 |

Chi-square = 6.494 df = 3 Sig. = 0.090

จากตารางที่ 4.30 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ประสิทธิภาพการเคยใช้สมุนไพรไทย กับ การรับรู้ต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านมาตรฐานของสมุนไพรไทยที่เชื่อถือมากที่สุด พบว่ามีค่า Sig. มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ประสิทธิภาพการเคยใช้สมุนไพรไทย กับ การรับรู้ต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านมาตรฐานของสมุนไพรไทยที่เชื่อถือมากที่สุด ไม่มีความสัมพันธ์กัน

2.2 ทศนคติด้านความรู้สึ

ผู้บริโภคกลุ่มเจเนอเรชันวายที่มีประสิทธิภาพการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน มีความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกันนำมาตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ผู้บริโภคกลุ่มเจเนอเรชันวายที่มีประสิทธิภาพการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกันมีความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้บริโภคกลุ่มเจเนอเรชันวายที่มีประสิทธิภาพการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกันมีความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน

โดยสมมติฐานมี 1 สมมติฐานย่อย ตามตัวแปร ดังนี้

2.2.1 ประสิทธิภาพการเคยใช้สมุนไพรไทยที่แตกต่างกัน มีความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2.1 ประสิทธิภาพการเคยใช้สมุนไพรไทยที่แตกต่างกัน มีความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน
ตารางที่ 4.31 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่าง ประสิทธิภาพการเคยใช้สมุนไพรไทย กับ ความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทย

| ความรู้สึกต่อการใช้ สมุนไพรไทย | ประสิทธิภาพการเคยใช้สมุนไพรไทย | | | | t | Sig. |
|-----------------------------------|--------------------------------|-------|--------|-------|--------|--------|
| | เคย | | ไม่เคย | | | |
| | Mean | S.D. | Mean | S.D. | | |
| ภาพลักษณ์ | 2.98 | 0.746 | 2.81 | 0.635 | 2.454 | 0.015* |
| มาตรฐาน | 3.73 | 0.552 | 3.72 | 0.562 | 0.161 | 0.872 |
| ความปลอดภัย | 3.57 | 0.573 | 3.55 | 0.568 | 0.356 | 0.722 |
| คุณค่า และประโยชน์ | 3.81 | 0.592 | 3.92 | 0.562 | -1.903 | 0.058 |

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.31 แสดงการทดสอบความแตกต่างระหว่าง ประสิทธิภาพการเคยใช้สมุนไพรไทย กับ ความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านต่างๆ แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ด้านมาตรฐานด้านความปลอดภัย และ ด้านคุณค่า และประโยชน์ มีรายละเอียดดังนี้

ด้านภาพลักษณ์ พบว่า มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ประสิทธิภาพการเคยใช้สมุนไพรไทยที่แตกต่างกัน มีความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านภาพลักษณ์แตกต่างกัน

ด้านมาตรฐาน ด้านความปลอดภัย และ ด้านคุณค่า และประโยชน์ พบว่า มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ประสิทธิภาพการเคยใช้สมุนไพรไทยที่แตกต่างกัน มีความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านมาตรฐานด้านความปลอดภัย และ ด้านคุณค่า และประโยชน์ ไม่แตกต่างกัน

2.3 ทศนคติด้านพฤติกรรมแนวโน้มน

ผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่มีประสิทธิภาพการเคยใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน มีพฤติกรรมแนวโน้มนต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกันนำมาตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ประสิทธิภาพการเคยใช้สมุนไพรไทยกับ ทศนคติด้านพฤติกรรมแนวโน้มนต่อการใช้สมุนไพรไทย ไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : ประสิทธิภาพการใช้สมุนไพรไทยกับ ทักษะคิดด้านพฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กัน

โดยสมมติฐานมี 1 สมมติฐานย่อย ตามตัวแปร ดังนี้

2.3.1 ประสิทธิภาพการเคยใช้สมุนไพรไทยกับ พฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทย มีความสัมพันธ์กัน

หมายเหตุ: ในการทดสอบสมมติฐาน มีการยุบรวมตัวเลือก โดยตัวแปรพฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทยมีการยุบรวมตัวเลือก ไม่นิด กับ ไม่น่าใจ รวมกัน กลายเป็นสองตัวเลือก ได้แก่ ยินดี และ ไม่นิด

สมมติฐานที่ 2.3.1 ประสิทธิภาพการเคยใช้สมุนไพรไทยกับ พฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทย มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.32 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ประสิทธิภาพการเคยใช้สมุนไพรไทยกับ พฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทย

| ความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย | ประสพการณ์การเคยใช้สมุนไพรไทย | ประสพการณ์ | | χ^2 | Sig. | Cramer's V | ระดับความสัมพันธ์ |
|--|-------------------------------|------------|--------|----------|--------|------------|--------------------|
| | | เคย | ไม่เคย | | | | |
| ความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย | ยินดี | 298 | 44 | 43.661 | 0.000* | 0.341 | สัมพันธ์กันน้อย |
| | ไม่นิด | 27 | 28 | | | | |
| | รวม | 325 | 72 | | | | |
| ความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย | ยินดี | 284 | 44 | 25.480 | 0.000* | 0.263 | สัมพันธ์กันน้อยมาก |
| | ไม่นิด | 40 | 27 | | | | |
| | รวม | 324 | 71 | | | | |

จากตารางที่ 4.32 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ประสิทธิภาพการเคยใช้สมุนไพรไทย กับ พฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทย โดยแบ่งเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย และ ด้านความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย

ด้านความยินดีที่จะใช้สมุนไพร พบว่ามีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ประสิทธิภาพการเคยใช้

สมุนไพรไทย กับ พฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านความยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทย มีความสัมพันธ์กัน โดยมีความสัมพันธ์กันน้อยมาก

ด้านความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพร พบว่ามีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ประสิทธิภาพการเคยใช้สมุนไพรไทย กับ พฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย มีความสัมพันธ์กัน โดยมีความสัมพันธ์กันน้อยมาก

สมมติฐานที่ 3

ลักษณะทางประชากรศาสตร์กับประสิทธิภาพการเคยใช้สมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กัน

3.1 การเคยใช้

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ ประสิทธิภาพการเคยใช้สมุนไพรไทย มีความสัมพันธ์กัน นำมาตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์กับประสิทธิภาพการเคยใช้สมุนไพรไทยไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ ประสิทธิภาพการเคยใช้สมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานที่ 3.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ ประสิทธิภาพการเคยใช้สมุนไพรไทย มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.33 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ ประสพการณ์การใช้สมุนไพรไทย

| ลักษณะทาง ประชากรศาสตร์ | ประสพการณ์การใช้สมุนไพรไทย | | | χ^2 | Sig. | Cramer's V | ระดับ ความสัมพันธ์ | |
|----------------------------|---|-----------------------|-------------------|-----------------------|-------|---------------|-----------------------|------------------------|
| | เคย | ไม่เคย | รวม | | | | | |
| | เคย | ไม่เคย | รวม | | | | | |
| เพศ | ชาย หญิง | 119 208 | 37 35 | 156 243 | 4.962 | 0.026* | 0.118 | สัมพันธ์กัน น้อยมาก |
| | รวม | 327 | 72 | 399 | | | | |
| อายุ | 19-24 ปี 25-30 ปี 31-34 ปี | 217 53 58 | 63 3 6 | 280 56 64 | 13.13 | 0.001 | 0.181 | สัมพันธ์กัน น้อยมาก |
| | รวม | 328 | 72 | 400 | | | | |
| การศึกษา | ต่ำกว่า ปริญญาตรี ปริญญาตรี สูงกว่า ปริญญาตรี | 91 204 33 | 27 42 3 | 118 246 36 | 4.327 | 0.115 | - | - |
| | รวม | 328 | 72 | 400 | | | | |
| อาชีพ | นักเรียน/ นักศึกษา ธุรกิจส่วนตัว พนักงาน บริษัทเอกชน /ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ อื่นๆ | 197 38 83 10 | 65 2 5 0 | 262 40 88 10 | 24.05 | 0.000 | 0.245 | สัมพันธ์กัน น้อยมาก |
| | รวม | 328 | 72 | 400 | | | | |

ตารางที่ 4.33 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ ประสพการณ์การเคยใช้สมุนไพรรไทย

| ลักษณะทางประชากรศาสตร์ | ประสพการณ์การ เคยใช้สมุนไพรรไทย | | | χ^2 | Sig. | Cramer's V | ระดับ ความสัมพันธ์ |
|------------------------|------------------------------------|--------|-----|----------|--------|---------------|------------------------|
| | เคย | ไม่เคย | รวม | | | | |
| รายได้ | น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | 121 | 45 | 166 | 16.642 | 0.001* | สัมพันธ์กัน น้อยมาก |
| | 10,001-30,000 บาท | 155 | 23 | 178 | | | |
| | 30,001-50,000 บาท | 30 | 3 | 33 | | | |
| | มากกว่า 50,000 บาท | 20 | 1 | 21 | | | |
| | รวม | 326 | 72 | 398 | | | |
| ศาสนา | พุทธ | 292 | 62 | 354 | 5.460 | 0.065 | - |
| | คริสต์ | 24 | 10 | 34 | | | |
| | อิสลาม และ อื่นๆ | 11 | 0 | 11 | | | |
| | รวม | 327 | 72 | 399 | | | |

หมายเหตุ: อาชีพ มีการรวบรวมตัวเลือก พนักงานบริษัทเอกชน และ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ รวมกัน และ มีการรวบรวมตัวเลือก พ่อบ้าน/แม่บ้าน และ อื่นๆ รวมกันและศาสนา มีการรวบรวมตัวเลือก อิสลาม และ อื่นๆ รวมกัน

จากตารางที่ 4.33 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ ประสพการณ์การเคยใช้สมุนไพรรไทย โดยลักษณะทางประชากรศาสตร์ แบ่งเป็น 6 ด้าน ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ และ ศาสนา มีรายละเอียดดังนี้

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศ อายุ อาชีพ และ รายได้ พบว่า มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศ อายุ อาชีพ และ รายได้ กับ ประสพการณ์การเคยใช้สมุนไพรรไทยมีความสัมพันธ์กัน โดยมีความสัมพันธ์กันน้อยมาก

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านการศึกษา และ ศาสนา พบว่า มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ลักษณะ

ทางประชากรศาสตร์ ด้านการศึกษา และ ศาสนา กับ ประสบการณ์การใช้สมุนไพรไทยไม่มีความสัมพันธ์กัน

3.2 ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กัน นำมาตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานที่ 3.2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กัน



ตารางที่ 4.34 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย

| ลักษณะทางประชากรศาสตร์ | ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย | | | รวม | χ^2 | Sig. | Cramer's V/ Gamma | ระดับ ความสัมพันธ์ |
|------------------------|--|---------------|----------------------|-----|----------|--------|----------------------|---|
| | น้อยกว่าหรือ เท่ากับ 500 บาท | 501-1,000 บาท | มากกว่า 1,000 บาท | | | | | |
| เพศ | ชาย | 82 | 32 | 5 | 18.595 | 0.000* | 0.238 | สัมพันธ์กัน น้อยมาก |
| | หญิง | 93 | 91 | 24 | | | | |
| | รวม | 175 | 123 | 29 | | | | |
| อายุ | 19-24 ปี | 138 | 68 | 11 | 35.291 | 0.000* | 0.439 | สัมพันธ์กันน้อย ในทิศทาง เดียวกัน |
| | 25-30 ปี | 15 | 26 | 12 | | | | |
| | 31-34 ปี | 22 | 30 | 6 | | | | |
| | รวม | 175 | 124 | 29 | | | | |
| การศึกษา | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 62 | 28 | 1 | 30.298 | 0.000* | 0.451 | สัมพันธ์กันน้อย ในทิศทาง เดียวกัน |
| | ปริญญาตรี | 105 | 80 | 19 | | | | |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 8 | 16 | 9 | | | | |
| | รวม | 175 | 124 | 29 | | | | |

ตารางที่ 4.34 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย (ต่อ)

| ลักษณะทางประชากรศาสตร์ | ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย | | | รวม | χ^2 | Sig. | Cramer's V, Gamma | ระดับ ความสัมพันธ์ |
|---|--|---------------|----------------------|-----|----------|--------|----------------------|---|
| | น้อยกว่าหรือ เท่ากับ 500 บาท | 501-1,000 บาท | มากกว่า 1,000 บาท | | | | | |
| นักเรียน/นักศึกษา | 126 | 63 | 8 | 197 | 31.457 | 0.000* | 0.219 | สัมพันธ์กัน น้อยมาก |
| ธุรกิจส่วนตัว/พนักงาน | 29 | 43 | 11 | 83 | | | | |
| อาชีพ บริษัทเอกชน/ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 20 | 18 | 10 | 48 | | | | |
| อื่นๆ | 20 | 18 | 10 | 48 | | | | |
| รวม | 175 | 124 | 29 | 328 | | | | |
| น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท | 78 | 36 | 7 | 121 | 19.095 | 0.004* | 0.320 | สัมพันธ์กันน้อย ในทิศทาง เดียวกัน |
| 10,001-30,000 บาท | 77 | 66 | 12 | 155 | | | | |
| รายได้ 30,001-50,000 บาท | 11 | 14 | 5 | 30 | | | | |
| มากกว่า 50,000 บาท | 7 | 8 | 5 | 20 | | | | |
| รวม | 173 | 124 | 29 | 326 | | | | |

หมายเหตุ: ตัวแปรลักษณะทางประชากรศาสตร์ อาชีพ มีการยุบรวมตัวเลือก ธุรกิจส่วนตัวพนักงานบริษัทเอกชนข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจรวมกัน ส่วนค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย มีการยุบรวมตัวเลือก 1,001-3,000 บาทและ มากกว่า 3,000 บาทรวมกัน

จากตารางที่ 4.34 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย โดยลักษณะทางประชากรศาสตร์แบ่งเป็น 5 ด้าน ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีรายละเอียดดังนี้

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ พบว่า มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ กับ ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กัน

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศ และ อาชีพ ทำการทดสอบระดับความสัมพันธ์โดยใช้ Cramer's V พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศ และ อาชีพ กับ ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย มีความสัมพันธ์กันน้อยมาก

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอายุ การศึกษา และรายได้ ทำการทดสอบระดับความสัมพันธ์ โดยใช้ Gamma พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอายุ การศึกษา และรายได้ กับ ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย มีความสัมพันธ์กันน้อยในทิศทางเดียวกัน

3.3 สื่อที่มีอิทธิพลต่อการใช้สมุนไพรไทย

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ สื่อที่มีอิทธิพลต่อการใช้สมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กัน นำมาตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ สื่อที่มีอิทธิพลต่อการใช้สมุนไพรไทยไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ สื่อที่มีอิทธิพลต่อการใช้สมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานที่ 3.3 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ สื่อที่มีอิทธิพลต่อการใช้สมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 4.35 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ สื่อที่มีอิทธิพลต่อการใช้สมุนไพรรไทย

| ลักษณะทางประชากรศาสตร์ | สื่อที่มีอิทธิพลต่อการใช้สมุนไพรรไทย | | | | | χ^2 | Sig. | Cramer's V | ระดับความสัมพันธ์ |
|------------------------|--------------------------------------|--------------|---------------------------------------|--|-----|----------|--------|------------|------------------------|
| | โทรทัศน์ | อินเทอร์เน็ต | หนังสือพิมพ์/ สิ่งพิมพ์/ ใบปลิว | วิทยุ ป้ายโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และ อื่นๆ | รวม | | | | |
| เพศ | ชาย | 41 | 34 | 9 | 24 | 6.878 | 0.076 | - | - |
| | หญิง | 51 | 81 | 22 | 31 | | | | |
| | รวม | 92 | 115 | 31 | 55 | | | | |
| อายุ | 19-24 ปี | 66 | 78 | 11 | 42 | 17.047 | 0.001* | 0.241 | สัมพันธ์กัน น้อยมาก |
| | 25-34 ปี | 26 | 38 | 20 | 13 | | | | |
| | รวม | 92 | 116 | 31 | 55 | | | | |
| การศึกษา | ต่ำกว่าปริญญาตรี | 34 | 30 | 8 | 11 | 5.707 | 0.127 | - | - |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 58 | 86 | 23 | 44 | | | | |
| | รวม | 92 | 116 | 31 | 55 | | | | |

ตารางที่ 4.35 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ สื่อที่มีอิทธิพลต่อการใช้สมุนไพรรไทย

| ลักษณะทางประชากรศาสตร์ | สื่อที่มีอิทธิพลต่อการใช้สมุนไพรรไทย | | | | | χ^2 | Sig. | Cramer's V | ระดับความสัมพันธ์ |
|--|--------------------------------------|--------------|-------------------------------|-------------------------------------|-----|----------|--------|------------|------------------------|
| | โทรทัศน์ | อินเทอร์เน็ต | หนังสือพิมพ์/สิ่งพิมพ์/ใบปลิว | วิทยุป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์และอื่นๆ | รวม | | | | |
| นักเรียน/นักศึกษา | 62 | 71 | 10 | 35 | 178 | 12.684 | 0.048* | 0.147 | สัมพันธ์กัน น้อยมาก |
| ธุรกิจส่วนตัว/พนักงานบริษัทเอกชน/ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ | 19 | 29 | 14 | 12 | 74 | | | | |
| อื่นๆ | 11 | 16 | 7 | 8 | 42 | | | | |
| รวม | 92 | 116 | 31 | 55 | 294 | | | | |

หมายเหตุ: ตัวแปรลักษณะทางประชากรศาสตร์ อายุ มีการยุบรวมตัวเลือก 25-30 ปี และ 31-34 ปี รวมกัน การศึกษา มีการยุบรวมตัวเลือก ต่ำกว่าปริญญาตรี และ ปริญญาตรี รวมกัน และ อาชีพ มีการยุบรวมตัวเลือก ธุรกิจส่วนตัว/พนักงานบริษัทเอกชน และ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ รวมกัน และ มีการยุบรวมตัวเลือก พ่อบ้าน/แม่บ้าน และ อื่นๆ รวมกัน สื่อที่มีอิทธิพลต่อการใช้สมุนไพรรไทยมีการยุบรวมตัวเลือกวิทยุป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ และ อื่นๆ รวมกัน

จากตารางที่ 4.35 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ สื่อที่มีอิทธิพลต่อการใช้สมุนไพรรไทยโดยลักษณะทางประชากรศาสตร์แบ่งเป็น 4 ด้าน ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา และอาชีพ มีรายละเอียดดังนี้

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศ และ การศึกษา พบว่า มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศ และ การศึกษา กับ สื่อที่มีอิทธิพลต่อการใช้สมุนไพรรไทยไม่มีความสัมพันธ์กัน

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอายุ และอาชีพ พบว่า มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอายุ และอาชีพ กับ สื่อที่มีอิทธิพลต่อการใช้สมุนไพรรไทยมีความสัมพันธ์กัน โดยมีความสัมพันธ์กันน้อยมาก

ผู้วิจัยได้สรุปผลการทดสอบสมมติฐานไว้ในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.36 แสดงสรุปสมมติฐานการวิจัย

| สมมติฐานที่ | รายละเอียดสมมติฐาน | สถิติที่ใช้ทดสอบ | ค่าทางสถิติ | ผลการทดสอบ |
|-------------|--|------------------|-------------|--------------|
| 1 | ผู้บริโภคกลุ่มเจเนอเรชันวายที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรรไทยแตกต่างกัน | | | |
| 1.1 | ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับทัศนคติด้านการรับรู้ต่อการใช้สมุนไพรรไทย มีความสัมพันธ์กัน | | | |
| 1.1.1 | ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับทัศนคติด้านการรับรู้ต่อการใช้สมุนไพรรไทยด้านมาตรฐานของสมุนไพรรไทยที่เชื่อถือมากที่สุดมีความสัมพันธ์กัน | | | |
| | เพศ | Chi-Square | 0.776 | ยอมรับ H_0 |
| | อายุ | Chi-Square | 0.366 | ยอมรับ H_0 |
| | การศึกษา | Chi-Square | 0.093 | ยอมรับ H_0 |
| | อาชีพ | Chi-Square | 0.164 | ยอมรับ H_0 |
| | รายได้ | Chi-Square | 0.679 | ยอมรับ H_0 |
| | ศาสนา | Chi-Square | 0.253 | ยอมรับ H_0 |

ตารางที่ 4.36 แสดงสรุปสมมติฐานการวิจัย (ต่อ)

| สมมติฐานที่ | รายละเอียดสมมติฐาน | สถิติที่ใช้ทดสอบ | ค่าทางสถิติ | ผลการทดสอบ |
|-------------|---|------------------|-------------|--------------|
| 1 | ผู้บริโภครวมเจเนอเรชันวายที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน | | | |
| 1.2 | ผู้บริโภครวมเจเนอเรชันวายที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีทัศนคติด้านความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน | | | |
| 1.2.1 | เพศที่ต่างกัน มีทัศนคติด้านความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน | | | |
| | ภาพลักษณ์ | T-Test | 0.015* | ยอมรับ H_1 |
| | มาตรฐาน | T-Test | 0.872 | ยอมรับ H_0 |
| | ความปลอดภัย | T-Test | 0.722 | ยอมรับ H_0 |
| | คุณค่า และประโยชน์ | T-Test | 0.061 | ยอมรับ H_0 |
| 1.2.2 | อายุที่ต่างกัน มีทัศนคติด้านความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน | | | |
| | ภาพลักษณ์ | T-Test | 0.245 | ยอมรับ H_0 |
| | มาตรฐาน | T-Test | 0.222 | ยอมรับ H_0 |
| | ความปลอดภัย | T-Test | 0.449 | ยอมรับ H_0 |
| | คุณค่า และประโยชน์ | T-Test | 0.003* | ยอมรับ H_1 |
| 1.2.3 | การศึกษาที่ต่างกัน มีทัศนคติด้านความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน | | | |
| | ภาพลักษณ์ | T-Test | 0.917 | ยอมรับ H_0 |
| | มาตรฐาน | T-Test | 0.275 | ยอมรับ H_0 |
| | ความปลอดภัย | T-Test | 0.099 | ยอมรับ H_0 |
| | คุณค่า และประโยชน์ | T-Test | 0.118 | ยอมรับ H_0 |
| 1.2.4 | อาชีพที่ต่างกัน มีทัศนคติด้านความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน | | | |
| | ภาพลักษณ์ | ANOVA | 0.563 | ยอมรับ H_0 |
| | มาตรฐาน | ANOVA | 0.047 | ยอมรับ H_0 |
| | ความปลอดภัย | ANOVA | 0.248 | ยอมรับ H_0 |
| | คุณค่า และประโยชน์ | ANOVA | 0.000* | ยอมรับ H_1 |

ตารางที่ 4.36 แสดงสรุปสมมติฐานการวิจัย (ต่อ)

| สมมติฐานที่ | รายละเอียดสมมติฐาน | สถิติที่ใช้ทดสอบ | ค่าทางสถิติ | ผลการทดสอบ |
|-------------|---|------------------|-------------|--------------|
| 1 | ผู้บริโภครุ่นเจนเนอเรชันวายที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน | | | |
| 1.2 | ผู้บริโภครุ่นเจนเนอเรชันวายที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีทัศนคติด้านความรู้สึกรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน | | | |
| 1.2.5 | รายได้ที่แตกต่างกัน มีทัศนคติด้านความรู้สึกรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน | | | |
| | ภาพลักษณ์ | ANOVA | 0.076 | ยอมรับ H_0 |
| | มาตรฐาน | ANOVA | 0.088 | ยอมรับ H_0 |
| | ความปลอดภัย | ANOVA | 0.831 | ยอมรับ H_0 |
| | คุณค่า และประโยชน์ | ANOVA | 0.122 | ยอมรับ H_0 |
| 1.2.6 | ศาสนาที่แตกต่างกัน มีทัศนคติด้านความรู้สึกรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน | | | |
| | ภาพลักษณ์ | ANOVA | 0.174 | ยอมรับ H_0 |
| | มาตรฐาน | ANOVA | 0.119 | ยอมรับ H_0 |
| | ความปลอดภัย | ANOVA | 0.508 | ยอมรับ H_0 |
| | คุณค่า และประโยชน์ | ANOVA | 0.684 | ยอมรับ H_0 |
| 1.3 | ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ ทัศนคติด้านพฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทย มีความสัมพันธ์กัน | | | |
| 1.3.1 | เพศ กับ ทัศนคติด้านพฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กัน | | | |
| | ความยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทย | Chi-Square | 0.488 | ยอมรับ H_0 |
| | ความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย | Chi-Square | 0.008* | ยอมรับ H_1 |

ตารางที่ 4.36 แสดงสรุปสมมติฐานการวิจัย (ต่อ)

| สมมติฐานที่ | รายละเอียดสมมติฐาน | สถิติที่ใช้ทดสอบ | ค่าทางสถิติ | ผลการทดสอบ |
|-------------|---|------------------|-------------|-----------------------|
| 1 | ผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน | | | |
| 1.3 | ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ ทัศนคติด้านพฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทย มีความสัมพันธ์กัน | | | |
| 1.3.2 | อายุ กับ ทัศนคติด้านพฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทย มีความสัมพันธ์กัน | | | |
| | ความยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทย | Chi-Square | 0.010* | ยอมรับ H ₁ |
| | ความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย | Chi-Square | 0.051 | ยอมรับ H ₀ |
| 1.3.3 | การศึกษา กับ ทัศนคติด้านพฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทย มีความสัมพันธ์กัน | | | |
| | ความยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทย | Chi-Square | 0.563 | ยอมรับ H ₀ |
| | ความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย | Chi-Square | 0.616 | ยอมรับ H ₀ |
| 1.3.4 | อาชีพ กับ ทัศนคติด้านพฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน | | | |
| | ความยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทย | Chi-Square | 0.003* | ยอมรับ H ₁ |
| | ความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย | Chi-Square | 0.007* | ยอมรับ H ₁ |
| 1.3.5 | รายได้ กับ ทัศนคติด้านพฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทย มีความสัมพันธ์กัน | | | |
| | ความยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทย | Chi-Square | 0.000* | ยอมรับ H ₁ |
| | ความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย | Chi-Square | 0.008* | ยอมรับ H ₁ |

ตารางที่ 4.36 แสดงสรุปสมมติฐานการวิจัย (ต่อ)

| สมมติฐานที่ | รายละเอียดสมมติฐาน | สถิติที่ใช้ทดสอบ | ค่าทางสถิติ | ผลการทดสอบ |
|-------------|--|------------------|-------------|--------------|
| 1 | ผู้บริโภครวมเจเนอเรชันวายที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน | | | |
| 1.3 | ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ ทัศนคติด้านพฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทย มีความสัมพันธ์กัน | | | |
| 1.3.6 | ศาสนา กับ ทัศนคติด้านพฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทย มีความสัมพันธ์กัน | | | |
| | ความยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทย | Chi-Square | 0.423 | ยอมรับ H_0 |
| | ความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย | Chi-Square | 0.226 | ยอมรับ H_0 |
| 2 | ผู้บริโภครวมเจเนอเรชันวายที่มีประสบการณ์การใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน | | | |
| 2.1 | ประสบการณ์การใช้สมุนไพรไทย กับทัศนคติด้านการรับรู้ต่อการใช้สมุนไพรไทย มีความสัมพันธ์กัน | | | |
| 2.1.1 | ประสบการณ์การเคยใช้สมุนไพรไทยกับ ทัศนคติด้านการรับรู้ต่อการใช้สมุนไพรไทย มีความสัมพันธ์กัน | | | |
| | มาตรฐานของสมุนไพรไทยที่เชื่อถือมากที่สุด | Chi-Square | 0.090 | ยอมรับ H_0 |
| 2.2 | ผู้บริโภครวมเจเนอเรชันวายที่มีประสบการณ์การใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกันมีทัศนคติด้านความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน | | | |
| 2.2.1 | ประสบการณ์การเคยใช้สมุนไพรไทยที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน | | | |
| | ภาพลักษณ์ | ANOVA | 0.015* | ยอมรับ H_1 |
| | มาตรฐาน | ANOVA | 0.872 | ยอมรับ H_0 |
| | ความปลอดภัย | ANOVA | 0.722 | ยอมรับ H_0 |

| สมมติฐานที่ | รายละเอียดสมมติฐาน | สถิติที่ใช้ทดสอบ | ค่าทางสถิติ | ผลการทดสอบ |
|--|--|------------------|-------------|--------------|
| | คุณค่า และประโยชน์ | ANOVA | 0.058 | ยอมรับ H_0 |
| ตารางที่ 4.36 แสดงสรุปสมมติฐานการวิจัย (ต่อ) | | | | |
| 2 | ผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่มีประสบการณ์การใช้สมุนไพรรไทยแตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรรไทยแตกต่างกัน | | | |
| 2.3 | ประสบการณ์การใช้สมุนไพรรไทย กับทัศนคติด้านพฤติกรรมแนวโน้มนำต่อการใช้สมุนไพรรไทย มีความสัมพันธ์กัน | | | |
| 2.3.1 | ประสบการณ์การเคยใช้สมุนไพรรไทยกับ ทัศนคติด้านพฤติกรรมแนวโน้มนำต่อการใช้สมุนไพรรไทยมีความสัมพันธ์กัน | | | |
| | ความยินดีที่จะใช้สมุนไพรรไทย | Chi-Square | 0.000* | ยอมรับ H_1 |
| | ความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรรไทย | Chi-Square | 0.000* | ยอมรับ H_1 |
| 3 | ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับประสบการณ์การใช้สมุนไพรรไทย มีความสัมพันธ์กัน | | | |
| 3.1 | ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับประสบการณ์การเคยใช้สมุนไพรรไทย มีความสัมพันธ์กัน | | | |
| | เพศ | Chi-Square | 0.026* | ยอมรับ H_1 |
| | อายุ | Chi-Square | 0.001* | ยอมรับ H_1 |
| | การศึกษา | Chi-Square | 0.115 | ยอมรับ H_0 |
| | อาชีพ | Chi-Square | 0.000* | ยอมรับ H_1 |
| | รายได้ | Chi-Square | 0.001* | ยอมรับ H_1 |
| | ศาสนา | Chi-Square | 0.065 | ยอมรับ H_0 |
| 3.2 | ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรรไทยมีความสัมพันธ์กัน | | | |
| | เพศ | Chi-Square | 0.000* | ยอมรับ H_1 |
| | อายุ | Chi-Square | 0.000* | ยอมรับ H_1 |
| | การศึกษา | Chi-Square | 0.000* | ยอมรับ H_1 |

ตารางที่ 4.36 แสดงสรุปสมมติฐานการวิจัย (ต่อ)

| สมมติฐานที่ | รายละเอียดสมมติฐาน | สถิติที่ใช้ทดสอบ | ค่าทางสถิติ | ผลการทดสอบ |
|-------------|--|------------------|-------------|--------------|
| 3 | ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับประสบการณ์การใช้สมุนไพรรไทย มีความสัมพันธ์กัน | | | |
| 3.2 | ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรรไทยมีความสัมพันธ์กัน | | | |
| | อาชีพ | Chi-Square | 0.000* | ยอมรับ H_1 |
| | รายได้ | Chi-Square | 0.004* | ยอมรับ H_1 |
| 3.3 | ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับสื่อที่มีอิทธิพลต่อการใช้สมุนไพรรไทยมีความสัมพันธ์กัน | | | |
| | เพศ | Chi-Square | 0.076 | ยอมรับ H_0 |
| | อายุ | Chi-Square | 0.001* | ยอมรับ H_1 |
| | การศึกษา | Chi-Square | 0.127 | ยอมรับ H_0 |
| | อาชีพ | Chi-Square | 0.048* | ยอมรับ H_1 |

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “ทัศนคติของผู้บริโภครวมกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทย” ผู้วิจัยได้ทำการสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล รวมถึงข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป โดยแบ่งรายละเอียดเนื้อหาเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. อภิปรายผลการวิจัย
3. ข้อเสนอแนะ

1. สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอการสรุปผลเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยทำการศึกษารั้งนี้มีทั้งหมด 400 คน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 60.9 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีช่วงอายุระหว่าง 19-24 ปี จำนวน 280 คน คิดเป็นร้อยละ 70.0 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.5 ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 65.5 มีรายได้ 10,001-30,000 บาท จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.7 และส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ จำนวน 354 คน คิดเป็นร้อยละ 88.7

ส่วนที่ 2 ประสบการณ์การใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่าง

ประสบการณ์การเคยใช้สมุนไพรไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เคยใช้สมุนไพรไทย โดยมีจำนวน 328 คน คิดเป็นร้อยละ 82.0

ประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่กลุ่มตัวอย่างใช้บ่อยที่สุดอันดับ 1 คือ ยาหอม/ยาดม/ยาอม/ยาหม่อง มีจำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3

แหล่งที่มาของสมุนไพรไทยที่ใช้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อจากร้านขายยา โดยมีจำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 59.6

ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยินยอมใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย คือ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 500 บาท มีจำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 53.4

บุคคลที่มีส่วนต่อการตัดสินใจใช้สมุนไพรไทยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีบุคคลที่มีส่วนต่อการตัดสินใจใช้สมุนไพรไทย ส่วนใหญ่คือ ครอบครัว/ญาติ/เพื่อน จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5

สื่อที่มีอิทธิพลต่อการใช้สมุนไพรไทย พบว่า สื่อที่มีอิทธิพลต่อการใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือ อินเทอร์เน็ตจำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5

ส่วนที่ 3 ทักษะการรับรู้ที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่าง

ทัศนคติด้านการรับรู้ที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับแหล่งข้อมูล/ข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยจาก อินเทอร์เน็ต จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 ชนิดของสมุนไพรไทยที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักคือว่านหางจระเข้จำนวน 317 คน คิดเป็นร้อยละ 79.3 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าสมุนไพรไทยควรใช้เพื่อวัตถุประสงค์ในการบำรุงร่างกาย จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 55.8 บุคคลที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เชื่อถือมากที่สุดในการให้ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทย คือ ครอบครัว/ญาติ/เพื่อน จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 33.9 มาตรฐานของสมุนไพรไทยที่กลุ่มตัวอย่างเชื่อถือมากที่สุดคือ มาตรฐานจาก อย. (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา) จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 41.6

ทัศนคติด้านความรู้สึกรู้สึกที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทย ด้านภาพลักษณ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความเห็นด้วยเฉลี่ย เท่ากับ 2.88 คิดเป็นระดับความเห็นด้วย คือ เห็นด้วยน้อย ด้านมาตรฐาน พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีระดับความเห็นด้วยเฉลี่ย เท่ากับ 3.73 คิดเป็นระดับความเห็นด้วย คือ เห็นด้วยมากด้านความปลอดภัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความเห็นด้วยเฉลี่ย เท่ากับ 3.56 คิดเป็นระดับ

ความเห็นด้วย คือ เห็นด้วยมาก ด้านคุณค่าและประโยชน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความเห็นด้วยเฉลี่ย เท่ากับ 3.87 คิดเป็นระดับความเห็นด้วย คือ เห็นด้วยมาก

ทัศนคติด้านพฤติกรรมแนวโน้มน้ำที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทย จำนวน 342 คน คิดเป็นร้อยละ 86.1 และส่วนใหญ่ยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทยจำนวน 328 คน คิดเป็นร้อยละ 83.0

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับสมุนไพรไทยว่า คนไทยควรช่วยกันอนุรักษ์และสืบทอดเกี่ยวกับสมุนไพรไทยไว้ให้คนรุ่นหลังต่อไป มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ของผู้เสนอแนะทั้งสิ้น 36 คน

ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ผู้วิจัยตั้งไว้มีทั้งหมด 3 สมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ผู้บริโภครวมเจเนอเรชันวายที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ผู้บริโภครวมเจเนอเรชันวายที่มีประสบการณ์การใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ลักษณะทางประชากรศาสตร์กับประสบการณ์การใช้สมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานที่ 1 ผู้บริโภครวมเจเนอเรชันวายที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน

1.1 ทัศนคติด้านการรับรู้

สมมติฐานที่ 1.1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับทัศนคติด้านการรับรู้ต่อการใช้สมุนไพรไทยด้านมาตรฐานของสมุนไพรไทยที่เชื่อถือมากที่สุด มีความสัมพันธ์กัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ศาสนา กับทัศนคติด้านการรับรู้ต่อการใช้สมุนไพรไทยด้านมาตรฐานของสมุนไพรไทยที่เชื่อถือมากที่สุดไม่มีความสัมพันธ์กัน

1.2 ทักษะด้านความรู้ลึก

สมมติฐานที่ 1.2.1 เพศที่แตกต่างกันมีทักษะด้านความรู้ลึกต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศที่แตกต่างกันมีทักษะด้านความรู้ลึกต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านภาพลักษณ์แตกต่างกัน ในขณะที่ เพศที่แตกต่างกันมีทักษะด้านความรู้ลึกต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านมาตรฐาน ความปลอดภัย และคุณค่า และประโยชน์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2.2 อายุที่แตกต่างกัน มีทักษะด้านความรู้ลึกต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าอายุที่แตกต่างกันมีทักษะด้านความรู้ลึกต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านภาพลักษณ์ มาตรฐาน และความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ ด้านคุณค่า และประโยชน์แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2.3 การศึกษาที่แตกต่างกัน มีทักษะด้านความรู้ลึกต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การศึกษาที่แตกต่างกันมีทักษะด้านความรู้ลึกต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านภาพลักษณ์ มาตรฐาน ความปลอดภัย และคุณค่า และประโยชน์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2.4 อาชีพที่แตกต่างกัน มีทักษะด้านความรู้ลึกต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีทักษะด้านความรู้ลึกต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านภาพลักษณ์ มาตรฐาน ความปลอดภัย และคุณค่า และประโยชน์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2.5 รายได้ที่แตกต่างกัน มีทักษะด้านความรู้ลึกต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า รายได้ที่แตกต่างกันมีทักษะด้านความรู้ลึกต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านภาพลักษณ์ มาตรฐาน ความปลอดภัย และคุณค่า และประโยชน์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2.6 ศาสนาที่แตกต่างกัน มีทักษะด้านความรู้ลึกต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ศาสนาที่แตกต่างกันมีทัศนคติด้านความรู้สึกรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านภาพลักษณ์ มาตรฐาน ความปลอดภัย และคุณค่า และประโยชน์ไม่แตกต่างกัน

1.3 ทัศนคติด้านพฤติกรรมแนวโน้ม

สมมติฐานที่ 1.3.1 เพศ กับ พฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทย มีความสัมพันธ์กัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ กับ พฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านความยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทย ไม่มีความสัมพันธ์กันแต่สัมพันธ์กับความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย ในระดับน้อยมาก

สมมติฐานที่ 1.3.2 อายุ กับ พฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทย มีความสัมพันธ์กัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อายุ กับ พฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านความยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทย มีความสัมพันธ์กัน ในระดับน้อยมาก แต่ไม่สัมพันธ์กับความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย

สมมติฐานที่ 1.3.3 การศึกษา กับ พฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทย มีความสัมพันธ์กัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การศึกษา กับ พฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านความยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทย และ ความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย ไม่มีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานที่ 1.3.4 อาชีพ กับ พฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทย มีความสัมพันธ์กัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อาชีพ กับ พฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านความยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทย และ ความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย มีความสัมพันธ์กันในระดับน้อยมาก

สมมติฐานที่ 1.3.5 รายได้ กับ พฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทย มีความสัมพันธ์กัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า รายได้ กับ พฤติกรรม
แนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านความยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทย และ ความยินดีที่จะบอกให้
ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย ไม่มีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานที่ 1.3.6 ศาสนา กับ พฤติกรรมแนวโน้มต่อการ
ใช้สมุนไพรไทย มีความสัมพันธ์กัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ศาสนา กับ พฤติกรรม
แนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านความยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทย และ ความยินดีที่จะบอกให้
ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย ไม่มีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานที่ 2 ผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่มีประสบการณ์การใช้สมุนไพรไทย
แตกต่างกันมีทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน

2.1 ทัศนคติด้านการรับรู้

สมมติฐานที่ 2.1.1 ประสบการณ์การเคยใช้สมุนไพรไทย
กับ การรับรู้ต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านมาตรฐานของสมุนไพรไทยที่เชื่อถือมากที่สุด มี
ความสัมพันธ์กัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประสบการณ์การเคยใช้
สมุนไพรไทย กับ การรับรู้ต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านมาตรฐานของสมุนไพรไทยที่เชื่อถือมาก
ที่สุด ไม่มีความสัมพันธ์กัน

2.2 ทัศนคติด้านความรู้สึก

สมมติฐานที่ 2.2.1 ประสบการณ์การเคยใช้สมุนไพรไทยที่
แตกต่างกัน มีความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประสบการณ์การเคยใช้
สมุนไพรไทยที่แตกต่างกัน มีความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านภาพลักษณ์แตกต่างกัน
ในขณะที่ มีความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านมาตรฐาน ความปลอดภัย และ คุณค่า และ
ประโยชน์ ไม่แตกต่างกัน

2.3 ทศนคติด้านพฤติกรรมแนวโน้ม

สมมติฐานที่ 2.3.1 ประสบการณ์การเคยใช้สมุนไพรไทย กับ พฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทย มีความสัมพันธ์กัน กัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประสบการณ์การเคยใช้สมุนไพรไทย กับ พฤติกรรมแนวโน้มต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านความยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทย และ ความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย มีความสัมพันธ์กันในระดับน้อยมาก

สมมติฐานที่ 3 ลักษณะทางประชากรศาสตร์กับประสบการณ์การใช้สมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานที่ 3.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ศาสนา กับ ประสบการณ์การเคยใช้สมุนไพรไทย มีความสัมพันธ์กัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศ อายุ อาชีพ และ รายได้ กับ ประสบการณ์การเคยใช้สมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กัน โดยมีความสัมพันธ์กันน้อยมาก ในขณะที่ ด้านการศึกษา และ ศาสนา กับ ประสบการณ์การเคยใช้สมุนไพรไทยไม่มีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานที่ 3.2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ กับ ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ กับ ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย มีความสัมพันธ์กัน โดยลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศ และ อาชีพ กับ ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย มีความสัมพันธ์กันน้อยมาก และ ด้านอายุ การศึกษา และรายได้ กับ ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย มีความสัมพันธ์กันน้อยในทิศทางเดียวกัน

สมมติฐานที่ 3.3 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา และอาชีพ กับ สื่อที่มีอิทธิพลต่อการใช้สมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศ และ การศึกษา กับ สื่อที่มีอิทธิพลต่อการใช้สมุนไพรไทย ไม่มีความสัมพันธ์กัน ในขณะที่ ด้านอายุ และอาชีพ กับ สื่อที่มีอิทธิพลต่อการใช้สมุนไพรไทย มีความสัมพันธ์กันในระดับน้อยมาก

2. อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “ทัศนคติของผู้บริโภครวมกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทย” ผู้วิจัยนำประเด็นสำคัญมาอภิปรายโดยแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

2.1 ประสบการณ์การใช้สมุนไพรไทยของผู้บริโภครวมกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย

2.1.1 ประสบการณ์การเคยใช้สมุนไพรไทย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 82.0 เคยใช้สมุนไพรไทยซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สง่า อยู่คง (2556) แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2557) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ไม่รู้จักและไม่เคยใช้ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ในงานวิจัยของสำนักงานสถิติแห่งชาติ เป็นกลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ และทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศไทย

นอกจากนี้ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ศาสนา กับ ประสบการณ์การเคยใช้สมุนไพรไทยพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ กับ ประสบการณ์การเคยใช้สมุนไพรไทย มีความสัมพันธ์กัน ส่วน ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ การศึกษา ศาสนา กับ ประสบการณ์การเคยใช้สมุนไพรไทย ไม่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยของ ปุณณพัฒน์ ไชยเมล์ (2555) ที่พบว่า อายุ อาชีพ มีผลต่อการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ เพศ การศึกษา รายได้ ไม่มีผลต่อการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพ

2.1.2 ประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ใช้บ่อยที่สุดอันดับ 1

ประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 58.3 ใช้บ่อยที่สุดอันดับ 1 คือ ยาหอม/ยาดม/ยาอม/ยาหม่อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2557) ที่พบว่า สมุนไพรไทยที่ประชาชนที่รู้จักและเคยใช้ยาแผนไทย/สมุนไพรในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมาที่มีการซื้อมากที่สุดสี่อันดับแรก คือ ยาหม่องสมุนไพรยาดมสมุนไพรยาหอมและ ยาอมสมุนไพร

2.1.3 แหล่งที่มาของสมุนไพรไทยที่ใช้

จากผลการศึกษาพบว่า แหล่งที่มาของสมุนไพรไทยที่ใช้ นั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อจากร้านขายยา โดยมีจำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 59.6 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2557)

2.1.4 ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยินยอมใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย คือ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 500 บาท มีจำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 53.4 ซึ่ง

สอดคล้องกับงานวิจัยของ ยศสวดี อยู่สนิท (2554) และ ธนพร สืบอินทร์ (2554) ที่พบว่า มูลค่าในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรโดยเฉลี่ย มีมูลค่าน้อยกว่า 500 บาท

นอกจากนี้ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ กับ ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ กับ ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กันซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนพร สืบอินทร์ (2554) ที่พบว่าผู้บริโภคที่มี ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพ แตกต่างกัน มีมูลค่าในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.1.5 บุคคลที่มีส่วนต่อการตัดสินใจใช้สมุนไพรไทย

บุคคลที่มีส่วนต่อการตัดสินใจใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือ ครอบครัว/ญาติ/เพื่อน จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ยศสวดี อยู่สนิท (2554) และงานวิจัยวนิดา นิเวศน์มรินทร์ (2555) ที่พบว่า ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ตนเอง และ การตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางสมุนไพรไทยที่ผู้บริโภคมีระดับความเห็นด้วยมากที่สุดคือ ตัดสินใจบริโภคเครื่องสำอางสมุนไพรไทยด้วยตัวเอง

2.1.6 สื่อที่มีอิทธิพลต่อการใช้สมุนไพรไทย

สื่อที่มีอิทธิพลต่อการใช้สมุนไพรไทยของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือ อินเทอร์เน็ต จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 39.55 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยศสวดี อยู่สนิท (2554) ที่พบว่า ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรบำรุงผิวหน้า ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านการโฆษณาผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่าการโฆษณาผ่านสื่อนิตยสารหนังสือพิมพ์แผ่นพับแต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนพร สืบอินทร์ (2554) ที่พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลข่าวสารของผลิตภัณฑ์สมุนไพรจากสื่อบุคคลและเอกสาร/แผ่นพับของทางโรงพยาบาล

2. ทักษะที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอร์ชันวาย

2.1 ทักษะด้านการรับรู้ที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทย

2.1.1 แหล่งข้อมูล/ข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 63.0 ได้รับแหล่งข้อมูล/ข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยจาก อินเทอร์เน็ต ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนพร สืบอินทร์ (2554) ที่พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลข่าวสารของผลิตภัณฑ์สมุนไพรอภัยภูเบศรจากสื่อบุคคลและเอกสาร/แผ่นพับของทางโรงพยาบาล

2.1.2 ชนิดของสมุนไพรไทย

ชนิดของสมุนไพรไทยที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 79.3 รู้จัก คือ ว่านหางจระเข้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2557)

2.1.3 วัตถุประสงค์ในการใช้สมุนไพรไทย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 55.8 มีความคิดเห็นว่าสมุนไพรไทยควรใช้เพื่อวัตถุประสงค์ในการบำรุงร่างกาย ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2557) ที่พบว่า ผู้บริโภคใช้ยาแผนไทยเพื่อรักษาการเจ็บป่วยเล็กน้อย (เช่น หวัด ปวดหัว ไข้ ผื่นคัน ฯลฯ)

2.1.4 บุคคลที่เชื่อถือมากที่สุดในการให้ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทย

บุคคลที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 33.9 เชื่อถือมากที่สุดในการให้ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทย คือ ครอบครัว/ญาติ/เพื่อน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุกิจ ไชยชมภู (2555) ที่พบว่า การสนับสนุนจากสมาชิกในครอบครัวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการใช้สมุนไพรรักษาโรคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2.1.5 มาตรฐานของสมุนไพรไทยที่เชื่อถือมากที่สุด

มาตรฐานของสมุนไพรไทยที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 41.6 เชื่อถือมากที่สุด คือ มาตรฐานจาก อย. (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วนิตา นิเวศน์มรินทร์ (2555) ที่พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้บริโภคมีระดับความเห็นด้วยมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์มีตรารับรองความปลอดภัย เช่น อย. และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัญมณี โชตยะกุล (2555) ที่พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาสมุนไพรที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ มีอย. หรือเครื่องหมายรับรองจากอย.

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ศาสนา กับมาตรฐานของสมุนไพรไทยที่เชื่อถือมากที่สุด พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับมาตรฐานของสมุนไพรไทยที่เชื่อถือมากที่สุด ไม่มีความสัมพันธ์กัน

2.2 ทศนคติด้านความรู้สึกที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทย

ด้านภาพลักษณ์ พบว่า ผู้บริโภคเห็นด้วยน้อย ด้านสมุนไพรไทยเป็นของคนโบราณ ไม่ทันสมัย ไม่เหมาะกับปัจจุบัน และ มีความรู้สึกเงินอายุเมื่อผู้อื่นทราบว่าท่านใช้สมุนไพรไทย ในขณะที่ผู้บริโภคเห็นด้วยมากที่สุดว่า มีความภูมิใจที่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย

ด้านมาตรฐาน พบว่า ผู้บริโภคเห็นด้วยปานกลางที่ว่า สมุนไพรไทยมีรูปร่าง สี กลิ่น รสชาติ ที่ไม่น่าใช้ ในขณะที่ผู้บริโภคเห็นด้วยมากที่สุดว่า สมุนไพรไทยควรมีการควบคุมคุณภาพการผลิตผลิตภัณฑ์ สมุนไพรไทยควรมีการรับรองคุณภาพจากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือ สมุนไพรไทยควรมีการวิจัยและการรับรองที่เชื่อถือได้ในเรื่องคุณประโยชน์และสรรพคุณ และสมุนไพรไทยมีการควบคุมคุณภาพการผลิตและการบรรจุน้อยกว่ายาแผนปัจจุบัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนพร สืบอินทร์ (2554) ที่พบว่าผู้บริโภคมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดด้าน การผลิตยาสมุนไพรไทยได้มาตรฐานการผลิตยาแผนปัจจุบัน แต่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฐรพัฒน์ หาญไกรพงษ์ (2554) ที่พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมากในเรื่องของผลิตภัณฑ์อาหารเสริมจากสมุนไพรไทยที่ผ่านการรับรองจากสถาบันต่างๆ จะช่วยเพิ่มความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภค และมีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมากในเรื่องของสิ่งสำคัญของผลิตภัณฑ์อาหารเสริมจากสมุนไพรไทยคือต้องมีการรับประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตเพื่อให้แน่ใจว่าสินค้าที่ผลิตออกมานั้นมีมาตรฐานเดียวกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชศสวดี อยู่สนิท (2554) ที่พบว่า ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรบำรุงผิวหน้า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในเรื่องของผลิตภัณฑ์จำเป็นต้องมีการรับรองมาตรฐาน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ผู้บริโภคเห็นด้วยเห็นด้วยมากที่สุดว่า สมุนไพรไทยเป็นภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมา เชื่อถือและไว้วางใจได้ สมุนไพรไทยมาจากธรรมชาติ มีความปลอดภัย และ การใช้สมุนไพรไทยจะทำให้ท่านปลอดภัยจากสารเคมีและสารตกค้างในร่างกาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนพร สืบอินทร์ (2554) ที่พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดด้านสมุนไพรปลอดภัยจากสารเคมีเจือปน ผลิตภัณฑ์สมุนไพรมาจากธรรมชาติเชื่อมั่นในความปลอดภัย และ ผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีผลข้างเคียงน้อยกว่ายาแผนปัจจุบัน ในขณะที่ผู้บริโภคเห็นด้วยปานกลางที่ว่า การใช้สมุนไพรไทยอันตรายเพราะไม่มีงานวิจัยมาสนับสนุน และ สมุนไพรไทยควรใช้เมื่อแพทย์สั่งเท่านั้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ

ปิยพรรณ รัตนพิกุล (2555) ที่พบว่า ผู้บริโภคมองเห็นคุณค่าในด้านการผลิตภัณฑ์โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความเป็นธรรมชาติ หรือสมุนไพรของผลิตภัณฑ์ยาแผนโบราณไม่มีผลข้างเคียงที่เป็นอันตรายต่อร่างกายมากที่สุด

ด้านคุณค่าและประโยชน์พบว่า ผู้บริโภคเห็นด้วยมากที่สุดว่า สมุนไพรไทยมีคุณค่าควรแก่การอนุรักษ์ไว้ สมุนไพรไทยเป็นทางเลือกในการรักษาโรครองลงมาจากแพทย์แผนปัจจุบัน สมุนไพรไทยใช้แล้วได้ผล โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับอาการเจ็บป่วยเล็กๆ น้อยๆ หรืออาการระยะแรก สมุนไพรไทยบางชนิดรักษาโรคได้ดีกว่ายาแผนปัจจุบัน สมุนไพรไทยบางชนิดสามารถใช้แทนยาแผนปัจจุบันได้ สมุนไพรไทยสามารถรักษาโรคเรื้อรังบางชนิดที่แพทย์แผนปัจจุบันรักษาไม่ได้ ผลผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยมีประสิทธิภาพดีกว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไปที่ไม่มีส่วนประกอบของสมุนไพรไทย ราคาการรักษาโดยใช้สมุนไพรไทยประหยัดกว่าการรักษาโดยใช้ยาแผนปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนพร สืบอินทร์ (2554) ที่พบว่า ผู้บริโภคมองเห็น โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ด้านผลิตภัณฑ์สมุนไพรมาจากธรรมชาติและใช้รักษาได้ผลดี การใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเป็นประจำช่วยป้องกันโรคได้ และ ผลิตภัณฑ์สมุนไพรช่วยป้องกันโรคต่างๆ ได้ดีเท่ากับยาแผนปัจจุบัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กุรพัฒน์ หาญไกรพงส์ (2554) ที่พบว่า ผู้บริโภคมองเห็น โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดว่า การรับประทานอาหารเสริมจากสมุนไพรไทยอย่างสม่ำเสมอจะช่วยให้ร่างกายสามารถสร้างภูมิคุ้มกันและลดความเสี่ยงในการเกิดโรคร้ายแรงได้เช่น โรคมะเร็ง โรคหัวใจ โรคเบาหวาน เป็นต้น และ ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสมุนไพรไทยมีราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับประโยชน์ถือว่าคุ้มค่า และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยพรรณ รัตนพิกุล (2555) ที่พบว่า ผู้บริโภคมองเห็นคุณค่าในด้านการรักษา โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาที่ถูกลงกว่าราคาของผลิตภัณฑ์ยาแผนปัจจุบันมากที่สุด

การทดสอบความแตกต่างระหว่าง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ศาสนา กับความรู้สึกที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทย ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์ มาตรฐาน ความปลอดภัย คุณค่าและประโยชน์ พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ การศึกษา รายได้ ศาสนา ที่แตกต่างกัน มีความรู้สึกที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีความรู้สึกที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยแตกต่างกัน โดยลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ ที่แตกต่างกัน มีความรู้สึกที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยด้านภาพลักษณ์แตกต่างกัน ส่วนลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีความรู้สึกที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยด้านคุณค่าและประโยชน์ แตกต่างกัน

2.3 ทศนคติด้านพฤติกรรมแนวโน้มที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 86.1 ยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2557) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่ยินดีใช้ยาแผนไทยรักษาอาการเจ็บป่วยแทนยาแผนปัจจุบัน และส่วนใหญ่ร้อยละ 83.0 ยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ กับ พฤติกรรมแนวโน้มที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านความยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทย พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ ศาสนา กับ พฤติกรรมแนวโน้มที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านความยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทยไม่มีความสัมพันธ์กัน ในขณะที่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ กับ พฤติกรรมแนวโน้มที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านความยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทยมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุกิจ ไชยชมภู (2555) ที่พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศและการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้สมุนไพรรักษาโรคไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ อายุ กับ พฤติกรรมการใช้สมุนไพรรักษาโรคไม่มีความสัมพันธ์ แต่ รายได้กับพฤติกรรมการใช้สมุนไพรรักษาโรคมีความสัมพันธ์ทางลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัญมณี โชตยะกุล (2555) ที่พบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศและรายได้แตกต่างกัน มีความต้องการในการเลือกใช้ยาสมุนไพรแตกต่างกัน

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ประสิทธิภาพการเคยใช้สมุนไพรไทย กับ พฤติกรรมแนวโน้มที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทย พบว่า ประสิทธิภาพการเคยใช้สมุนไพรไทย กับ พฤติกรรมแนวโน้มที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทยในด้านความยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทย และความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทย มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุกิจ ไชยชมภู (2555) ที่พบว่า การใช้สมุนไพรในชีวิตประจำวันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการใช้สมุนไพรรักษาโรค และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ คุชฎี ยีร์อสา (2549) ที่พบว่า ประสิทธิภาพการรักษาด้วยแพทย์แผนไทยมีความสัมพันธ์กับการใช้บริการและการใช้ยาสมุนไพรในการรักษาอาการเจ็บป่วย

3. ข้อเสนอแนะ

ในส่วนของข้อเสนอแนะ ผู้วิจัยแบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย และ ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไปมีรายละเอียดดังนี้

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. องค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์สมุนไพรไทยควรมีการให้ความรู้ความเข้าใจในการใช้สมุนไพรไทยแก่นักเรียน นักศึกษา บุคลากรทางการแพทย์และสาธารณสุข และประชาชนทั่วไปอย่างจริงจัง สนับสนุน และส่งเสริมด้านการศึกษา ค้นคว้าวิจัย และการพัฒนาให้มากขึ้น มีการประชาสัมพันธ์ สนับสนุน และส่งเสริมให้มีการใช้สมุนไพรไทยทั้งในชีวิตประจำวันและในโรงพยาบาล และ ส่งเสริมและพัฒนาการปลูก ผลิต และขายผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย
2. บุคคลที่ผู้บริโภคในกลุ่มเจเนอเรชั่นวายเชื่อถือมากที่สุดในการให้ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทย คือ ครอบครัว/ญาติ/เพื่อน และ แพทย์แผนไทย ส่วนแพทย์แผนปัจจุบัน นักวิชาการ และผู้มีชื่อเสียงในสังคม นั้นมีเปอร์เซ็นต์ของผู้ที่เชื่อถือน้อยกว่าอย่างชัดเจน ดังนั้นหากองค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์สมุนไพรไทย ต้องการให้ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยแก่ผู้บริโภคในกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย ควรให้แพทย์แผนไทยเป็นผู้ให้ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทย
3. ผลจากการวิจัยพบว่า แหล่งข้อมูล/ข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยที่ได้รับ และ สื่อที่มีอิทธิพลต่อการใช้สมุนไพรไทย มากที่สุด คือ อินเทอร์เน็ต รองลงมาเป็น โทรทัศน์ ดังนั้นผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจเกี่ยวข้องกับสมุนไพรที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้บริโภคในกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย ควรมีการให้ข้อมูล โฆษณา และประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต และโทรทัศน์ เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด และองค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์สมุนไพรไทย ควรทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต และโทรทัศน์ เป็นหลัก เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคในกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย
4. ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยที่ผู้ประกอบการจำหน่ายควรได้รับการรับรองมาตรฐานจาก อย. (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา) เพื่อให้สอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่า มาตรฐานของสมุนไพรไทยที่ผู้บริโภคในกลุ่มเจเนอเรชั่นวายเชื่อถือมากที่สุดคือมาตรฐานจากอย. (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา) และผู้บริโภคในกลุ่มเจเนอเรชั่นวายมีความเห็นด้วยในระดับมากกับทัศนคติที่ว่า ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยควรมีการรับรองคุณภาพจากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือ นอกจากนี้ยังมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมว่า สมุนไพรไทยควรมีมาตรฐานรองรับ และมีการผลักดันให้สมุนไพรไทยได้รับมาตรฐาน และนอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ควรมีบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัยเพื่อให้ดูน่าใช้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษา “ทัศนคติของผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทย” ของกลุ่มเจนเอเรชั่นวายเท่านั้น ในการศึกษารoundต่อไปควรทำการศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มประชากรกลุ่มอื่นๆ เช่น กลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ เพื่อที่จะได้ทราบทัศนคติของกลุ่มประชากรอื่นๆ และสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการทำการตลาดได้มากยิ่งขึ้น
2. การวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาเฉพาะผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเท่านั้น การวิจัยครั้งต่อไปอาจทำการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคในพื้นที่ที่แตกต่างออกไป เพื่อที่จะได้ทราบถึงทัศนคติของผู้บริโภคในจังหวัดอื่นๆ เพื่อให้ผลการวิจัยนำไปใช้ประโยชน์ได้มากยิ่งขึ้น
3. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ การศึกษาข้อมูลได้มาจากการแจกแบบสอบถามซึ่งไม่ได้มีการเจาะลึกและสอบถามรายละเอียดข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติและความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ดังนั้นในการศึกษารoundต่อไปจึงควรทำการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อที่จะได้ข้อมูลที่มีรายละเอียด และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้มากยิ่งขึ้น



บรรณานุกรม

- กมลรัตน์ หล้าสุวรรณ. (2526). จิตวิทยาการศึกษา. กรุงเทพฯ: มหามงกุฎราชวิทยาลัย.
- กองสารสนเทศภูมิศาสตร์ สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล. (2556). สถิติ 2555 กรุงเทพมหานคร. 12, 14-18.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). สถิติสำหรับงานวิจัย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชยันต์ พิเชียรสุนทร. (2551). การแพทย์แผนไทย. ใน สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนโดยพระราชประสงค์ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว (เล่มที่ 33, หน้า 277-284). กรุงเทพฯ: สำนักงานกลาง หอรัษฎากรพิพัฒน์ ในพระบรมมหาราชวัง.
- ชัชวาล อรวงศ์ศุภกัตต์. (2555). งูใจคน GEN-Y ให้ทำงาน. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://chatchawal-ora.blogspot.com/2012/11/gen-y.html> (19 มิถุนายน 2557)
- ทวีศักดิ์ ญาณประทีป และคณะ. (2540). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. กรุงเทพฯ: วัฒนาพานิช
- ทัศนคติ. (ม.ป.ป.). (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.novabizz.com/NovaAce/Attitude.htm> (17 มิถุนายน 2557)
- ทิพวัลย์ สิ้นนิธิตาวร. (2553). Generation Y. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <http://sites.google.com/site/490880tippawansinnitaworn/examinatio/generation-y> (19 มิถุนายน 2557)
- ธงชัย สันติวงษ์. (2539). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ธนพร สืบอินทร์. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรแอกภัยเบศรของผู้บริโภคในจังหวัดปราจีนบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, วิชาเอก การตลาด คณะบริหารธุรกิจมหาวิทาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- รัชพล คำนึ่ง. (2555). พฤติกรรมการใช้สมุนไพรในผู้ป่วยโรคเกี่ยวกับกระเพาะอาหารหลังมารับบริการในโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ้านปลาขาวอำเภอรามิไสล จังหวัดศรีสะเกษ. เอกสาร ไม่ตีพิมพ์.
- นภัสรัญชน์ ฤกษ์เรืองฤทธิ์. (2553). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้ยาสมุนไพรในโรงพยาบาลอุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, คณะสาธารณสุขศาสตร์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นิสามณี สัตยาบัน และคณะ. (2553). ยาจากสมุนไพร: ปัจจัยกระทบและความชุกในการใช้ของประชากรไทยในกรุงเทพมหานคร. Journal of the Medical Association of Thailand, 93(6), s139-s144.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2526). ทัศนคติ: การจัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์
- ประวัติแพทย์แผนไทย. (ม.ป.ป.). (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:
http://www.samunpri.com/?page_id=235 (14 มิถุนายน 2557)
- ปิยพรรณ รัตนพิกุล. (2555). แรงจูงใจในการเลือกใช้ยาแผนโบราณของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต.
- บุญญพัฒน์ ไชยเมล์, วิชชาดา สิมลา และ ต้ม บุญรอด. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพเบื้องต้น. วารสารสาธารณสุข มหาวิทยาลัยบูรพา, 7(2), 25-37.
- _____. (2555). สถานะสุขภาพและพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพต่อการใช้สมุนไพรในการดูแลสุขภาพเบื้องต้นของประชาชนตำบลแหลมโดนด อำเภอกวนขนุน จังหวัดพัทลุง. วารสารการส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อม, 35(4), 97-106.

บรรณานุกรม (ต่อ)

ผู้หญิงแถวหน้า: ผู้หญิง Gen Y. (ม.ป.ป.). (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:

[http://www.brandage.com/%E0%B8%9C%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%AB%E0%B8%8D%E0%B8%B4%E-gen-y/\(14 มิถุนายน 2557\)](http://www.brandage.com/%E0%B8%9C%E0%B8%B9%E0%B9%89%E0%B8%AB%E0%B8%8D%E0%B8%B4%E-gen-y/(14%20มิถุนายน%202557))

พนิดา โนนเท็ง และคณะ. (2556). สถานการณ์และปัญหาอุปสรรคการใช้ยาสมุนไพรในโรงพยาบาลของรัฐ. การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานทางวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 5 “The 5th Annual Northeast Pharmacy Research Conference of 2013 “Pharmacy Profession: Moving Forward to ASEAN Harmonization” วิชาชีพเภสัชกรรม: ก้าวสู่อาเซียนบรรสาน. 5,28-29.

พรนิภา ภูต้อลงม. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากพืชสมุนไพรในตำบลเหล่าอำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดร้อยเอ็ด. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:

<http://www.rcat.ac.th/2556/index.php?name=research&file=readresearch&id=1196>
(21 มิถุนายน 2557)

พรรณเพ็ญ เครือไทย. (2543). มหาพนดาราชา. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พสุ เดชะรินทร์. (2552). การทำความเข้าใจกับคน Gen Y. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก

<http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/politics/opinion/pasud/20090728/63419/%A1%D2%C3%B7%D3%A4%C7%D2%C1%E0%A2%E9%D2%E3%A8%A1%D1%BA%A4%B9-Gen-Y.html> (19 มิถุนายน 2557)

พสุเพ็ญ สุขเกษม. (2552). ทัศนคติของแพทย์ต่อการใช้ยาสมุนไพรในโรงพยาบาล: กรณีศึกษาโรงพยาบาลคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. วิชาเอกการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

แพรวภัทร ขอดแก้ว. (ม.ป.ป.). ทัศนคติหรือเจตคติ. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:

<http://www.gotoknow.org/posts/280647> (14 มิถุนายน 2557)

บรรณานุกรม (ต่อ)

- ภุรพัฒน์ หาญไกรพงศ์. (2554). ปัจจัยทางจิตวิทยาและปัจจัยทางผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการบริโภคอาหารเสริมจากสมุนไพรไทยของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ภูริณัฐ [purinatth]. (2551). ความหมายของพืชสมุนไพร. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:
<http://medicinal-thaiherbs.blogspot.com/2008/12/medicinal-plants.html>
 (20 มิถุนายน 2557)
- ยศสวัสดิ อยู่สนิท. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรบำรุงผิวหน้าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, วิชาเอกการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- รอฮานี มะสามแม. (ม.ป.ป.). สมุนไพรขึ้นชันกับสารเคอร์คิวมิน. เอกสารไม่ตีพิมพ์.
- รังสรรค์ ชุณหวารากรณ์. (2548). โลกแห่งสมุนไพร. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:
http://www.bs.ac.th/2548/e_bs/g7/rangsan/important.html (20 มิถุนายน 2557)
- โรนูน มามะ. (ม.ป.ป.). พืชสมุนไพร. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:
<http://web.yru.ac.th/~dolah/notes/LAWSC> (20 มิถุนายน 2557)
- วชิราภรณ์ ทัพผา. (ม.ป.ป.). สมุนไพรไทย. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:
<http://student.nu.ac.th/46313433/Thaiherb/index.htm> (20 มิถุนายน 2557)
- วนิดา นิเวศน์มรินทร์. (2555). ภาพลักษณ์ของเครื่องดื่มสมุนไพรไทยกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วัชรินทร์ คงวิลาด และ คมสัน หุตะแพทย์. (2543). คู่มือพึ่งตนเอง สมุนไพรสามัญประจำบ้าน ประโยชน์สมุนไพรไว้ใช้เอง. กรุงเทพฯ: ฐานการพิมพ์.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- วิชัย โชควิวัฒน์. (2550). พระราชบัญญัติคุ้มครองและส่งเสริมภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทย พ.ศ.2542. กรุงเทพฯ: สุพีเรียพรีนติ้งเฮาส์.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2538). การวิจัยเชิงปฏิบัติการ. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- วิภาดา คูปตานนท์. (2551). การจัดการและพฤติกรรมองค์กร: เทคนิคการจัดการสมัยใหม่. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2549). การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ: ชรรมสาร.
- _____. (2550). องค์กรและการจัดการ. กรุงเทพฯ: ชรรมสาร.
- ศูนย์ข้อมูลสมุนไพร สถาบันวิจัยสมุนไพร กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข. (2557). ใช้ยาแผนไทย รักษาอาการเจ็บป่วย. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: http://webdb.dmasc.moph.go.th/ifc_herbal/news_detail.php?cat=L&id=166 (14 มิถุนายน 2557)
- สง่า อยู่คง. (2556). ความรู้เจตคติและพฤติกรรมการใช้สมุนไพรของอาสาสมัครสาธารณสุข (อสม.) อำเภอทรายมูลจังหวัดยโสธร. ยโสธรเวชสาร, 15(1), 70-79.
- สมพร ใจรักพันธุ์. (2553). พืชเครื่องเทศและสมุนไพร. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.technologyudru.com/index.php?lay=show&ac=article&Id=539179387&Ntype=7> (21 มิถุนายน 2557)
- สร้อยตระกูล (ติวยานนท์) อรรถมานะ. (2550). พฤติกรรมองค์กร: ทฤษฎีและการประยุกต์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- สำนักงานข้อมูลสมุนไพร คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล. (ม.ป.ป.). ข้อเสนอแนะในการใช้สมุนไพร. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.medplant.mahidol.ac.th/document/correct.asp> (21 มิถุนายน 2557)

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา. (2552). พระราชบัญญัติยา (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2522. เอกสารไม่ตีพิมพ์.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2557). การสำรวจพฤติกรรมการดูแลสุขภาพตนเองด้วยแพทย์แผนไทย และสมุนไพรของครัวเรือน พ.ศ. 2556. ม.ป.ท.
- สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. (2555). ระบบสารสนเทศ ประชากรรายอายุ. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://203.146.15.175/ESSNEW/> (25 มิถุนายน 2557)
- สุกิจ ไชยชมภู และคณะ. (2555). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สมุนไพรรักษาโรค ของประชาชนในเขต 11 กระทรวงสาธารณสุข. วารสารเกื้อการุณย์, 19(2), 60-73.
- สุนทรี สิงหนุตตรา. (2535). สรรพคุณสมุนไพร 200 ชนิด. กรุงเทพฯ: คุณ 39 จำกัด.
- อดิวรรณ ยางศิลา. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากพืชสมุนไพร ในตำบลนิเวศน์ อำเภอธวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <http://www.rcat.ac.th/2556/index.php?name=research&file=readresearch&id=1192> (21 มิถุนายน 2557)
- อภิชาติ คำเอก. (2553). รูปแบบการดำเนินชีวิต และทัศนคติที่มีผลต่อองค์ประกอบในการเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต, สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อัญมณี โชตชะกุล. (2555). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาสมุนไพรของ โรงพยาบาลบางกะทุ่ม. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการ บริหารเชิงกลยุทธ์คณะบริหารธุรกิจเศรษฐศาสตร์และการสื่อสารมหาวิทยาลัย นเรศวร.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Abahussain Nada A., AbahussainEman A., Al-OumiFawaz M. Pharmacists' attitudes and awareness towards the use and safety of herbs in Kuwait. Pharmacy Practice 2007, 5(3), 125-129.
- Business Promotion Council, Ministry of Commerce. (n.d.). Traditional Medicine & Herbal Medicine. (online). Available: http://www.bpc.org.bd/mphpbpc_sector_profile.php (2014, June 14)
- Dorsey, Jason. (n.d.). The Top 10 Millennials & Gen Y Questions Answered. (online). Available: <http://jasondorsey.com/millennials/the-top-gen-y-questions-answered/> (2014, June 19)
- Fakeye, T. O., Adisa, R., & Musa, I. E. (2009). Attitude and use of herbal medicines among pregnant women in Nigeria. BMC Complementary and Alternative Medicine, 9(1), 53.
- Good, Carter V. (1959). Dictionary of Education. New York: Mcgraw-Hill.
- Hewlett, Sylvia Ann, Sherbin, Laura, and Sumberg, Karen. (2009). How Gen Y & Boomers Will Reshape Your Agenda. (online). Available: <http://hbr.org/2009/07/how-gen-y-boomers-will-reshape-your-agenda/ar/1> (2014, June 19)
- Hornby, A. S. (2001). Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English. Oxford: Oxford University Press.
- Huda, M. Muzakkeerul and Sultan, Parves. (2013). Buying Motives of Herbal Skin Care Products: The Case of Generation Y in Bangladesh. International Review of Business Research Papers, 9(5), 68 – 80.
- Ipsos MORI, Medicines and Healthcare products Regulatory Agency: MHRA. (2008). Public perception of herbal medicines. Drug Safety Update, 2(8), 11.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Kane, Sally. (n.d.). Generation Y. (online). Available:
<http://legalcareers.about.com/od/practicetips/a/GenerationY.htm> (2014, June 19)
- Kendler, Howard H. (1963). The concept of the concept: Categories of human learning.
 New York: Academic Press.
- Medicinal Herbs. (n.d.). (online). Available: http://www.health-choices-for-life.com/medicinal_herbs.html (2014, June 20)
- National Institutes of Health: National Center for Complementary and Alternative Medicine.
 (2014). Herbal Medicine. (online). Available:
<http://www.nlm.nih.gov/medlineplus/herbalmedicine.html>(2014, June 19)
- Navaraj, P.S. (2003). Attitudes towards the use of medicinal plants for disease in the Siruvanihills of Western Ghats, India. Unpublished manuscript.
- Schiffman, Leon G. and Kanuk, Leslie Lazar. (2000). Consumer Behavior. New Jersey: Prentice Hall.
- Schroer, William J. (n.d.). Generations X,Y, Z and the Others. (online). Available:
<http://www.socialmarketing.org/newsletter/features/generation3.htm> (2013, June 19)
- Van Otterloo, Roger. (1978). Tagmemic phonology and natural generative phonology: a comparison. Research Papers of the Texas Summer Institute of Linguistics at Dallas, 5, 32-60.
- Why Generation: Generation Y: Gen Y. (2553). (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก http://www.sara-dd.com/index.php?option=com_content&view=article&id=235:why-generation-generation-y-gen-y-&catid=25:the-project&Itemid=72 (19 มิถุนายน 2557)



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

เรื่อง ทรรศนคติของผู้บริโภคกลุ่มเจนเออร์ซันวายที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทย

คำชี้แจง: แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาอิสระ ในหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล โดยแบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ประสิทธิภาพการใช้สมุนไพรไทย

ส่วนที่ 3 ทรรศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทย

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

เพื่อความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างผู้วิจัยและผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยให้ความหมายของนิยามศัพท์เฉพาะ ดังนี้

- เจนเออร์ซันวาย หมายถึง กลุ่มคนที่เกิดระหว่าง พ.ศ. 2523-2538 หรือมีอายุอยู่ในช่วง 19-34 ปี
- สมุนไพรไทย หมายถึง ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติของไทย ได้จากพืช สัตว์ จุลชีพ ชาติวัตถุหรือแร่ธาตุ ที่นำมาใช้ทำเป็นยา เพื่อการตรวจวินิจฉัย บำบัดรักษา หรือป้องกันโรค หรือส่งเสริมสุขภาพร่างกาย โดยอาจอยู่ในรูปของสมุนไพรสด สมุนไพรแห้ง หรืออยู่ในรูปแบบเม็ด แคปซูล ผง หรือสารสกัด ก็ได้

ผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการกรอกแบบสอบถามให้ครบถ้วนและตรงตามความจริง เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประกอบการศึกษางานวิจัย โดยข้อมูลทั้งหมดของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับ และนำเสนอผลงานวิจัยในภาพรวมเท่านั้น

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่ตอบคำถามและแสดงความคิดเห็นอันเป็นประโยชน์มา ณ โอกาสนี้

เพลินดา สุขเจริญชัยกุล

นักศึกษาปริญญาโทสาขาวิชาการตลาด

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย (✓) บนข้อที่ตรงหรือสอดคล้องกับข้อเท็จจริงของท่าน

1. เพศ

- (1) ชาย (2) หญิง

2. อายุ

- (1) 19-24 ปี (2) 25-30 ปี
(3) 31-34 ปี

3. การศึกษา

- (1) ต่ำกว่าปริญญาตรี (2) ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
(3) สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

- (1) นักเรียน/นักศึกษา (2) ธุรกิจส่วนตัว
(3) พนักงานบริษัทเอกชน (4) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
(5) พ่อบ้าน/แม่บ้าน (6) อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. รายได้

- (1) น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท (2) 10,001-30,000 บาท
(3) 30,001-50,000 บาท (4) มากกว่า 50,000 บาท

6. ศาสนา

- (1) พุทธ (2) คริสต์
(3) อิสลาม (4) อื่นๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 2 ประสิทธิภาพการใช้สมุนไพรไทย

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย (✓) บนข้อที่ตรงหรือสอดคล้องกับข้อเท็จจริงของท่าน

7. ท่านเคยใช้สมุนไพรไทยหรือไม่

- (1) เคย (2) ไม่เคย (ข้ามไปตอบข้อ 13)

8. ท่านใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยประเภทใดบ้าง (กรุณาเรียงลำดับ 3 อันดับ จากผลิตภัณฑ์ที่ท่านใช้บ่อยที่สุด (1) ไปจนถึงใช้บ่อยรองลงมา (2) และ (3) ตามลำดับโดยใส่ตัวเลขลงในช่องว่างหน้าข้อ)

- | | |
|--|--|
| __ (1) ยาหอม/ยาคุม/ยาอม/ยาหม่อง | __ (2) ยาแก้หวัด/ยาแก้ไอ/ยาแก้แพ้ |
| __ (3) ยาทา/แผ่นปิดแก้ปวด/น้ำมันนวดตัว | __ (4) ผลิตภัณฑ์สมุนไพรช่วยย่อยอาหาร |
| __ (5) ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร | __ (6) เครื่องสำอางสมุนไพร (โลชั่น/สบู่/ฯลฯ) |
| __ (7) เครื่องดื่มสมุนไพร | __ (8) อื่นๆ โปรดระบุ |

9. แหล่งที่มาของสมุนไพรไทยที่ท่านใช้มาจากแหล่งใดบ้าง (ตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ)

- | | |
|--|---|
| (1) เพาะปลูกเองในครัวเรือน/จากเพื่อนบ้าน | (2) ร้านค้าปลีก (ซูเปอร์มาร์เก็ต/ไฮเปอร์มาร์เก็ต) |
| (3) ซื้อจากร้านขายยา | (4) ซื้อจากอินเทอร์เน็ต |
| (5) โรงพยาบาล | (6) ขายตรง |
| (7) การออกร้าน/บุทกิจกรรม/มหกรรมต่างๆ | (8) หาจากภูเขา/จากวัด |
| (9) อื่นๆ โปรดระบุ..... | |

10. ท่านคิดว่าการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยราคาเฉลี่ยสูงสุดต่อครั้งที่ท่านยินยอมจ่ายเป็นเท่าไร

- | | |
|---------------------------------|-----------------------|
| (1) น้อยกว่าหรือเท่ากับ 500 บาท | (2) 501-1,000 บาท |
| (3) 1,001-3,000 บาท | (4) มากกว่า 3,000 บาท |

11. ใครมีส่วนต่อการตัดสินใจใช้สมุนไพรไทยของท่านมากที่สุด (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

- | | |
|--------------------------|--------------------------------|
| (1) ครอบครัว/ญาติ/เพื่อน | (2) ปราชญ์ชาวบ้าน/ครู/พระ/ฯลฯ |
| (3) แพทย์แผนไทย | (4) แพทย์แผนปัจจุบัน |
| (5) สังคมออนไลน์ | (6) นักวิชาการ |
| (7) ดารา/นักร้อง | (8) ผู้มีชื่อเสียงในสังคมอื่นๆ |
| (9) คนขาย | (10) ตัดสินใจด้วยตนเอง |
| (11) อื่นๆ โปรดระบุ..... | |

12. สื่อใดมีอิทธิพลต่อการใช้สมุนไพรไทยของท่านมากที่สุด (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

- | | |
|----------------------------|-----------------------------------|
| (1) โทรทัศน์ | (2) วิทยุ |
| (3) อินเทอร์เน็ต | (4) หนังสือพิมพ์/สิ่งพิมพ์/ใบปลิว |
| (5) ป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ | (6) อื่นๆ โปรดระบุ..... |

ส่วนที่ 3 ทักษะการที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทย

ด้านการรับรู้

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย (✓) บนข้อที่ตรงหรือสอดคล้องกับข้อเท็จจริงของท่าน

13. ท่านได้รับข้อมูล/ข่าวสารเกี่ยวกับสมุนไพรไทยจากแหล่งใดบ้าง (ตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ)

- | | |
|--|---------------------------------------|
| (1) โทรทัศน์ | (2) วิทยุ |
| (3) อินเทอร์เน็ต | (4) หนังสือพิมพ์/สิ่งพิมพ์/ใบปลิว |
| (5) หนังสือ/ตำราวิชาการ | (6) การบอกเล่า (ครอบครัว/ญาติ/เพื่อน) |
| (7) ผู้นำชุมชน (ปราชญ์ชาวบ้าน/ครู/พระ/ฯลฯ) | (8) แพทย์แผนไทย |
| (9) แพทย์แผนปัจจุบัน | (10) คนขาย |
| (11) อบรม/ดูงาน | (12) อื่นๆ โปรดระบุ..... |

14. ท่านรู้จักยาสมุนไพรไทยชนิดใดบ้าง (ตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ)

- | | |
|--------------------------|--------------------|
| (1) กระชาย | (2) กวาวเครือ |
| (3) ขมิ้นชัน | (4) ชะเอมเทศ |
| (5) บอระเพ็ด | (6) บัวบก |
| (7) ไพล | (8) ฟ้าทะลายโจร |
| (9) มะรุม | (10) รางจืด |
| (12) ว่านชักมดลูก | (13) ว่านหางจระเข้ |
| (14) อื่นๆ โปรดระบุ..... | |

15. ท่านคิดว่าสมุนไพรไทยควรใช้เพื่อวัตถุประสงค์ใดมากที่สุด (กรุณาเรียงลำดับ 3 อันดับ จากวัตถุประสงค์ที่ท่านเห็นด้วยมากที่สุด (1) และเห็นด้วยรองลงมา (2) และ (3) ตามลำดับ โดยใส่ตัวเลขลงในช่องว่างหน้าข้อ)

- _ (1) บำรุงร่างกาย
- _ (2) ป้องกันโรค
- _ (3) ฟื้นฟูหลังป่วยไข้
- _ (4) เจ็บป่วยเล็กน้อย (หวัด/ปวดหัว/ไข้/ผื่นคัน/ฯลฯ)
- _ (5) เจ็บป่วยเรื้อรัง
- _ (6) แพทย์แผนปัจจุบันไม่สามารถรักษาได้
- _ (7) อื่นๆ (เช่น แพทย์สั่ง/เพื่อนแนะนำ) โปรดระบุ.....

16. บุคคลใดที่ท่านให้ความเชื่อถือมากที่สุดในการให้ความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทย (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

- (1) ครอบครัว/ญาติ/เพื่อน
- (2) ปราชญ์ชาวบ้าน/ครู/พระ/ฯลฯ
- (3) แพทย์แผนไทย
- (4) แพทย์แผนปัจจุบัน
- (5) สังคมออนไลน์
- (6) นักวิชาการ
- (7) คารา/นักร้อง
- (8) ผู้มีชื่อเสียงในสังคมอื่นๆ
- (9) คนขาย
- (10) เชื้อถือเท่าๆ กัน ไม่แตกต่างกัน
- (11) อื่นๆ โปรดระบุ.....

17. ท่านให้ความเชื่อถือกับมาตรฐานใดของสมุนไพรไทยมากที่สุด (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)

- (1) สถาบันวิจัยในประเทศ
- (2) สถาบันวิจัยต่างประเทศ
- (3) ออ. (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา)
- (4) ไม่จำเป็นต้องมีมาตรฐานรองรับ

ด้านความรู้สึกลึก

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย (✓) ในช่องที่ตรงหรือสอดคล้องกับระดับความคิดเห็นของท่านในการใช้สมุนไพรไทย

เกณฑ์ที่ใช้: 5 = เห็นด้วยมากที่สุด, 4 = เห็นด้วยมาก, 3 = เห็นด้วยปานกลาง, 2 = เห็นด้วยน้อย, 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

| ทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทย | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|--|------------------|---|---|---|---|
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| ภาพลักษณ์ | | | | | |
| สมุนไพรไทยเป็นของคนโบราณไม่ทันสมัย ไม่เหมาะกับปัจจุบัน | | | | | |
| มีความภูมิใจที่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย | | | | | |
| มีความรู้สึกเงินอายุเมื่อผู้อื่นทราบว่าท่านใช้สมุนไพรไทย | | | | | |
| มาตรฐาน | | | | | |
| สมุนไพรไทยมีรูปร่างสี กลิ่น รสชาติ ที่ไม่น่าใช้ | | | | | |
| สมุนไพรไทยควรมีการควบคุมคุณภาพการผลิต | | | | | |
| ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยควรมีการรับรองคุณภาพจากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือ | | | | | |
| สมุนไพรไทยควรมีการวิจัยและการรับรองที่เชื่อถือได้ในเรื่องคุณประโยชน์และสรรพคุณ | | | | | |
| สมุนไพรไทยมีการควบคุมคุณภาพการผลิตและการบรรจุน้อยกว่ายาแผนปัจจุบัน | | | | | |

| ทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทย | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|--|------------------|---|---|---|---|
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| ความปลอดภัย | | | | | |
| สมุนไพรไทยเป็นภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมาเชื่อถือและไว้วางใจได้ | | | | | |
| สมุนไพรไทยมาจากธรรมชาติมีความปลอดภัย | | | | | |
| การใช้สมุนไพรไทยจะทำให้ท่านปลอดภัยจากสารเคมีและสารตกค้างในร่างกาย | | | | | |
| การใช้สมุนไพรไทยอันตรายเพราะไม่มีงานวิจัยมาสนับสนุน | | | | | |
| สมุนไพรไทยควรใช้เมื่อแพทย์สั่งเท่านั้น | | | | | |
| คุณค่าและประโยชน์ | | | | | |
| สมุนไพรไทยมีคุณค่าควรแก่การอนุรักษ์ไว้ | | | | | |
| สมุนไพรไทยเป็นทางเลือกในการรักษาโรครองลงมาจกแพทย์แผนปัจจุบัน | | | | | |
| สมุนไพรไทยใช้แล้วได้ผล โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับอาการเจ็บป่วยเล็กๆ น้อยๆ หรืออาการระยะแรก | | | | | |
| สมุนไพรไทยบางชนิดรักษาโรคได้ดีกว่ายาแผนปัจจุบัน | | | | | |
| สมุนไพรไทยบางชนิดสามารถใช้แทนยาแผนปัจจุบันได้ | | | | | |
| สมุนไพรไทยสามารถรักษาโรคเรื้อรังบางชนิดที่แพทย์แผนปัจจุบันรักษาไม่ได้ | | | | | |
| ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยมีประสิทธิภาพดีกว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไปที่ไม่มีส่วนประกอบของสมุนไพรไทย | | | | | |
| การรักษาโดยใช้สมุนไพรไทยประหยัดกว่าการรักษาโดยใช้ยาแผนปัจจุบัน | | | | | |

ด้านพฤติกรรมแนวโน้ม

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย (✓) บนข้อที่ตรงหรือสอดคล้องกับข้อเท็จจริงของท่าน

39. ท่านมีความยินดีที่จะใช้สมุนไพรไทยหรือไม่

(1) ยินดี

(2) ไม่ยินดี

(3) ไม่แน่ใจ

40. ท่านมีความยินดีที่จะบอกให้ผู้อื่นใช้สมุนไพรไทยหรือไม่

(1) ยินดี

(2) ไม่ยินดี

(3) ไม่แน่ใจ

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

41. ท่านมีข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับสมุนไพรรักษาโรคอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

.....



ภาคผนวก ข

ผู้เชี่ยวชาญ

1. นาย ประโยชน์ ใจเพชร

แพทย์แผนไทย คลินิกการแพทย์แผนไทยพุกกะเวส

อาจารย์พิเศษที่ สมาคมอูรเวทและเภสัชแผนโบราณแห่งประเทศไทย

2. นาย ศิริมงคล ตอบงาม

แพทย์แผนไทย อาศรมศรีเมงคลคลินิก

ผู้เชี่ยวชาญ เส้นประสาท 10 กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและทางเลือก
หัวหน้านักวิจัยตำราวัดโพธิ์ สวรส. (สำนักวิจัยระบบสาธารณสุข)

3. นาง ปณิตา ถนอมวงษ์

ประธานชมรมแพทย์แผนโบราณ วัดบางกร่าง

อาจารย์พิเศษที่ ชมรมแพทย์แผนโบราณ วัดบางกร่าง

อาจารย์พิเศษที่ สมาคมอูรเวทและเภสัชแผนโบราณแห่งประเทศไทย

อาจารย์พิเศษที่ มหาวิทยาลัยรังสิต