

ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานในร้านขายยา
ของประชากรไทยเพศหญิง



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2566

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทาน
ในร้านขายยาของประชากรไทยเพศหญิง

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต


วันที่ 29 เมษายน พ.ศ. 2566

กิมรันดา อรรถไพฑูริค


นางสาวพิมพ์ธิดา ธาราพัฒน์พงศกุล
ผู้วิจัย


ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุญยิ่ง คงอาชาภัทร,
Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษานิพนธ์


รองศาสตราจารย์วินัย วงศ์สุรวัฒน์,
Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์


รองศาสตราจารย์วิจิตา รักธรรม,
Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ
มหาวิทยาลัยมหิดล


ธีรพงษ์ ปิ่นจีเสติกุล,
Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่องปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานในร้านขายยาของประชากรไทยเพศหญิงฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาจาก ผศ.บุญยิ่ง คงอาชาภัทร อาจารย์ที่ปรึกษาของสารนิพนธ์ฉบับนี้ที่ให้คำปรึกษาและคำแนะนำอันเป็นประโยชน์ทุกขั้นตอน ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณเกษักรประจำร้านขายยาทุกท่านที่มีส่วนช่วยเหลือให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทำให้ผู้วิจัยสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างงานวิจัยได้ครบถ้วน

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี ทำให้ได้ข้อมูลการวิจัยครบถ้วนสมบูรณ์ เพื่อนำมาวิเคราะห์ผลการวิจัยจนสารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสิ้น

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านและผู้ประสานงานการศึกษา ที่ช่วยกรุณาถ่ายทอดความรู้และอำนวยความสะดวกในการเรียนการสอนตลอดระยะเวลาในการเรียน ณ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดลแห่งนี้ ผู้จัดทำหวังว่า สารนิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ และหากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้จัดทำขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

พิมพ์ณดา ธาราพัฒน์พงศกุล

ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานในร้านขายยาของ
ประชากรไทยเพศหญิง

ATTITUDES TOWARD INTENTION TO PURCHASE ORAL CONTRACEPTIVE IN
FEMALE THAI POPULATION

พิมพ์ฉัตร ฐราพัฒน์พงศกุล 6450164

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุญยั้ง คงอาชาภัทร, Ph.D., รองศาสตราจารย์
วินัย วงศ์สุรวัฒน์, Ph.D., ธีรพงษ์ ปิณิจิเสกิกุล, Ph.D.

บทคัดย่อ

สารนิพนธ์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อยาเม็ดคุมกำเนิดชนิดรับประทานในร้านขายยาของประชากรไทยเพศหญิง และศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อยาเม็ดคุมกำเนิดชนิดรับประทานในร้านขายยาของประชากรไทยเพศหญิง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชากรไทยเพศหญิงอายุ 18-45 ปี และเคยมีประสบการณ์ใช้ยาคุมกำเนิดชนิดรับประทาน การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยปัจจัยที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย คุณภาพการรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Perceived Quality) , ราคาของผลิตภัณฑ์ (Price) , รูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ (Packaging) , ประสบการณ์เชิงบวกจากการใช้ยาคุมกำเนิด (Positively Past Experience) และคำแนะนำจากบุคลากรทางการแพทย์ (Advice from Medical Professionals)

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยด้านทัศนคติในด้านประสบการณ์เชิงบวกจากการใช้ยาคุมกำเนิด (Positively Past Experience) เท่านั้นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: ยาคุมกำเนิดชนิดรับประทาน/ ทัศนคติ/ การเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทาน

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.3 คำถามการวิจัย	4
1.5 คำนิยามศัพท์เฉพาะ	5
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย	6
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	7
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค	7
2.2 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	11
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
2.4 กรอบแนวคิดการวิจัย	15
2.5 สมมติฐานงานวิจัย	16
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	18
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	18
3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	19
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	20
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	23
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	23
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	25
4.1 การตรวจสอบความเชื่อมั่น	25
4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรกลุ่มตัวอย่าง	27

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.3 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อยาคุมกำเนิด ชนิดรับประทาน	32
4.4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	37
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ	39
5.1 สรุปผลการวิจัย	39
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	41
5.3 ข้อเสนอแนะ	43
บรรณานุกรม	45
ภาคผนวก	47
ประวัติผู้วิจัย	55

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
4.1	ค่าอัลฟาแสดงความเชื่อมั่นของปัจจัยด้านทัศนคติที่มีผลต่อการเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง	25
4.2	เกณฑ์ของการวัดค่าอัลฟา	26
4.3	ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	27
4.4	ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส	27
4.5	ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	28
4.6	ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	28
4.7	ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ	29
4.8	ข้อมูลของยี่ห้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้	29
4.9	ช่องทางที่กลุ่มตัวอย่างใช้มากที่สุดในการซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทาน	31
4.10	ข้อมูลช่วงระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างรับประทานยาคุมกำเนิด	31
4.11	จำนวนแบรนด์ของยาคุมกำเนิดที่กลุ่มตัวอย่างเคยรับประทาน	32
4.12	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง	33
4.13	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง	35
4.14	ผลการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนของปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง	35
4.15	ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง	36
4.16	สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์	37

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันสภาพสังคมมีการเปิดกว้างในเรื่องเพศสัมพันธ์มากขึ้น มีการรณรงค์ให้มีการคุมกำเนิดเพื่อป้องกันปัญหาการตั้งครรภ์โดยไม่พร้อม เช่น นโยบายสำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (สปสช.) ที่ให้ประชากรไทยเพศหญิงทุกสิทธิการรักษาที่มีอายุตั้งแต่ 15-59 ปี สามารถเข้ารับยาเม็ดคุมกำเนิดชนิดรับประทานผ่านแอปเปิ้ลได้แล้วที่คลินิกการพยาบาลและผดุงครรภ์ ร้านขายยา โรงพยาบาลเอกชน คลินิกเวชกรรม และหน่วยบริการปฐมภูมิในเขตกทม.รวมกว่า 2,500 แห่งทั่วประเทศที่เข้าร่วมโครงการ โดยผู้รับบริการจะได้รับยาคุมกำเนิดไม่เกิน 3 แผงต่อครั้ง และไม่เกิน 13 แผงต่อปี

ปัญหาการตั้งครรภ์โดยไม่พร้อมถือเป็นปัญหาหนึ่งที่สำคัญของประเทศไทย มีการรณรงค์ให้ความรู้เพื่อลดปัญหาการตั้งครรภ์ในวัยรุ่นกลุ่มอายุ 15-19 ปี เพื่อลดอัตราการคลอดโดยไม่พร้อมให้เหลืออยู่ที่ 15 ต่อ 1,000 ประชากรตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ของกระทรวงสาธารณสุขในปี 2570 สถานการณ์ในภาพรวมของการตั้งครรภ์โดยไม่พร้อมในกลุ่มอายุ 15-19 ปีลดลงทุกภูมิภาค ในปี 2564 อยู่ที่ 25 ต่อ 1,000 ประชากร , ปี 2563 อยู่ที่ 28.7 ต่อ 1,000 ประชากรและปี 2562 อยู่ที่ 31 ต่อ 1,000 ประชากร ในบางพื้นที่ที่ยังมีปัญหาคือพื้นที่ห่างไกลความเจริญ ประชากรเข้าไม่ถึงสถานพยาบาล เช่น พื้นที่ตามดอยในจังหวัดเชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน เป็นต้น อีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดปัญหาการตั้งครรภ์โดยไม่พร้อมคือ การเลือกใช้วิธีการนับวันตกไข่, การหลั่งนอก และการใช้ถุงยางอนามัยที่ผิดวิธี (เจาะลึกระบบสุขภาพ , 2565) ซึ่งทำให้มีโอกาสผิดพลาดสูงมาก

สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (สปสช.) ได้ประกาศสิทธิประโยชน์เพิ่มเติมในวันที่ 26 กันยายน ซึ่งถือเป็นวันคุมกำเนิดโลกของทุกปี คนไทยทุกสิทธิการรักษาสามารถเข้ารับบริการการวางแผนครอบครัว รวมถึงการคุมกำเนิดโดยมีบริการให้ยาเม็ดคุมกำเนิดชนิดรับประทานแบบฮอร์โมนรวม , ยาคุมกำเนิดฉุกเฉิน , การฉีดยาคุมกำเนิด , การฝังยาคุมกำเนิด, การใส่ห่วงอนามัย และการทำหมัน โดยสามารถเข้ารับบริการได้ที่สถานพยาบาลตามสิทธิการรักษา หรือสถานพยาบาลในระบบบัตรทองหรือระบบหลักประกันสุขภาพแห่งชาติที่ร่วมบริการ สามารถดูรายชื่อสถานพยาบาลที่เข้าร่วมบริการได้ที่ <http://www.nhso.go.th/page/hospital> หรือแอปพลิเคชัน Nostra

Map เลือกลงประเภทการขึ้นทะเบียน บริการสร้างเสริมสุขภาพป้องกันโรค (The Bangkok Insight, 2565)

ยาคุมกำเนิดชนิดรับประทาน (oral contraceptive) แบ่งเป็น 2 ชนิด ได้แก่ ยาคุมกำเนิดชนิดฮอร์โมนรวม (combined hormonal contraceptives หรือ pills) จะประกอบไปด้วยฮอร์โมนกลุ่ม estrogen เช่น ethinyl estradiol และ progestin ส่วนชนิดฮอร์โมนเดี่ยว (progestin-only pills หรือ minipills) จะประกอบด้วย progestin เพียงอย่างเดียว ยาคุมกำเนิดชนิดฮอร์โมนรวมแต่ละชนิดก็จะมีปริมาณฮอร์โมน และชนิดของฮอร์โมนที่แตกต่างกัน ดังนั้นการพิจารณาเลือกใช้ยาเม็ดคุมกำเนิดต้องเลือกให้เหมาะสมดังนี้ (Biopharm, 2018)

1.1.1 สำหรับคนที่ประจำเดือนมามากนาน 7-10 วันหรือมากกว่านั้น มีรูปร่างท้วม และรอบเดือนสั้นกว่า 28 วันควรเลือกใช้ยาเม็ดคุมกำเนิดชนิดที่มีเอสโตรเจนต่ำไม่เกิน 0.020 mg และ โปรเจสตินที่มีฤทธิ์ต่อต้านเอสโตรเจน

1.1.2 สำหรับคนที่ประจำเดือนมาเป็นปกติ หรือรูปร่างพอดี ประจำเดือนมาตามรอบเดือน 28 วัน ควรเลือกใช้ยาเม็ดคุมกำเนิดชนิดที่มีเอสโตรเจนต่ำ และ โปรเจสตินต่ำ โดยที่ปริมาณเอสโตรเจนไม่เกิน 0.020 mg และ โปรเจสตินไม่เกิน 0.15 mg

1.1.3 สำหรับผู้หญิงที่มีรูปร่างไปทางผู้ชาย เช่น หน้าอกเล็ก ขนคอก เป็นสิว ประจำเดือนมาน้อย รอบเดือนยาว ควรรับประทานยาคุมกำเนิดที่มี Cyproterone acetate เป็นส่วนประกอบจะช่วยลดแอนโดรเจน ฮอร์โมนเพศชายซึ่งเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหาสิว ผิวมัน

1.1.4 สำหรับคนที่ประจำเดือนมาไม่ปกติ รอบเดือนยาวเกิน 30 วัน ระยะเวลาที่มีประจำเดือนไม่เกิน 4 วัน และมีปริมาณน้อย ควรเลือกใช้ยาคุมกำเนิดที่มี Cyproterone acetate เป็นส่วนประกอบ เพื่อช่วยลดแอนโดรเจน ฮอร์โมนเพศชายในร่างกายที่เป็นสาเหตุที่ทำให้ฮอร์โมนในร่างกายไม่สมดุล (Biopharm, 2018)

1.1.5 สำหรับคนที่มีผลข้างเคียงเลือดออกกะปริบกะปรอยจากการรับประทานยาคุมกำเนิด ควรเลือกยาคุมกำเนิดที่มีปริมาณเอสโตรเจนเพิ่มขึ้น

1.1.6 สำหรับคนที่กลัวน้ำหนักขึ้น หรือมีอาการบวมน้ำควรเลือกยาคุมกำเนิดที่มีด้วย Drospirenone ช่วยขับปัสสาวะ ลดอาการบวมน้ำ

กรณีหญิงให้นมบุตร ต้องเลือกใช้ยาเม็ดคุมกำเนิดชนิดฮอร์โมนเดี่ยวที่มีแต่โปรเจสตินเท่านั้น เพราะฮอร์โมนเอสโตรเจนจะทำให้การผลิตน้ำนมลดลง นอกจากประสิทธิภาพในด้านคุมกำเนิดแล้ว ยาคุมกำเนิดยังมีประโยชน์ในเรื่องของการรักษาสิว ทำให้มีผิวพรรณ และรูปร่างดีอีกด้วย

ยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานในปัจจุบันมีหลากหลายแบรนด์มากขึ้นทั้งยา original และยา generic โดยการรับประทานยาคุมกำเนิดในปัจจุบัน มีได้หวังผลในการคุมกำเนิดเพียงอย่างเดียว การรับประทานยาคุมกำเนิดยังได้ประโยชน์ในเรื่องการรักษาสิว ทำให้รูปร่างดี ประจำเดือนมาปกติ และใช้รักษาโรคถุงน้ำในรังไข่

โรคถุงน้ำในรังไข่หลายใบ (Polycystic Ovary Syndrome) เป็นอีกปัญหาหนึ่งที่พบได้บ่อยในผู้หญิงวัยรุ่น อาการหลักๆที่พบได้บ่อยคือประจำเดือนผิดปกติ รอบเดือนห่างนาน 3-4 เดือนประจำเดือนถึงจะมา การตกไข่ผิดปกติ เมื่ออัลตราซาวด์ก็จะพบถุงน้ำเล็กๆซึ่งเป็นไข่ที่หยุดการเจริญเติบโตหลายใบในรังไข่ นอกจากนี้ยังอาจมีอาการที่เกิดจากการมีปริมาณฮอร์โมนเพศชายในร่างกายสูง เช่น เป็นสิว ไขมัน ขนดก ผมหงอก เป็นต้น หนึ่งในวิธีการรักษาโรคถุงน้ำรังไข่หลายใบคือการรับประทานยาคุมกำเนิดชนิดฮอร์โมนรวม เพื่อช่วยลดการผลิตฮอร์โมนเพศชายในร่างกาย กระตุ้นการผลิตเอสโตรเจนให้เพิ่มขึ้น ทำให้รอบเดือนมาปกติ ลดความเสี่ยงในการเกิดมะเร็งเยื่อบุโพรงมดลูก หากไม่สามารถรับประทานยาคุมกำเนิดชนิดฮอร์โมนรวมได้ อาจพิจารณาให้รับประทานยาคุมกำเนิดชนิดฮอร์โมนเดี่ยวที่มีแต่โปรเจสตินเพียงอย่างเดียวก็ได้ ซึ่งสามารถช่วยปรับระยะเวลาในรอบเดือนให้มาตามปกติได้ แต่ไม่ได้ช่วยในเรื่องของการปรับระดับฮอร์โมนเพศชาย (Diagnosis and Treatment of Polycystic Ovary Syndrome in Adolescent , 2021)

การหาซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานสามารถหาซื้อได้ตามร้านขายยาทั่วไป โดยจะมีเภสัชกรประจำร้านคอยให้คำแนะนำ เมื่อผู้บริโภคเลือกรับประทานยาคุมกำเนิดแบรนด์ไหนแล้วให้ผลดีทั้งในด้านประสิทธิภาพและผลข้างเคียงต่ำจะมีความจงรักภักดีต่อแบรนด์นั้นค่อนข้างสูงมาก ไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแบรนด์ เนื่องจากระดับฮอร์โมนในยาคุมกำเนิดแต่ละชนิดไม่เท่ากัน เมื่อมีการเปลี่ยนแบรนด์อาจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการคุมกำเนิด และอาจมีผลข้างเคียงอื่นๆเช่น คลื่นไส้ อาเจียน เวียนศีรษะ ประจำเดือนมาจะปริคกะปรอยตามมาได้

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานในร้านขายยาของประชากรไทยเพศหญิง เพื่อนำผลการศึกษามาเป็นแนวทางในการคัดเลือกแบรนด์ยาคุมกำเนิดเข้ามาขายในธุรกิจร้านขายยาต่อไปในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานในร้านขายยาของประชากรไทยเพศหญิง

2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานในร้านขายยาของประชากรไทยเพศหญิง

1.3 คำถามในการวิจัย

1. คุณภาพการรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Perceived Quality) มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานหรือไม่
2. ราคาของผลิตภัณฑ์ (Price) มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานหรือไม่
3. รูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ (Packaging) มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานหรือไม่
4. ประสบการณ์เชิงบวกจากการใช้ยาคุมกำเนิดชนิดรับประทาน (Positively Past Experience) มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานหรือไม่
5. คำแนะนำจากบุคลากรทางการแพทย์ (Advice from Medical Professionals) มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานหรือไม่

1.4 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษานี้จะดำเนินการด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานในร้านขายยาของประชากรไทยเพศหญิง ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษาดังนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านประชากร

การศึกษานี้จะทำการศึกษาในประชากรไทยเพศหญิงวัยเจริญพันธุ์ ตั้งแต่อายุ 18 - 45 ปี ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย และเคยมีประสบการณ์ใช้ยาคุมกำเนิดชนิดรับประทาน โดยผ่านการทำแบบสอบถาม

1.4.2 ขอบเขตด้านระยะเวลาการเก็บข้อมูล

1 ธ.ค.2565-28 ก.พ. 2566

1.5 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

ยาคุมกำเนิดชนิดฮอร์โมนรวม (Combined hormonal contraceptives หรือ pills) หมายถึง ยาเม็ดคุมกำเนิดที่ประกอบไปด้วยฮอร์โมนสังเคราะห์ทั้ง Estrogen และ progestin

ยาคุมกำเนิดชนิดฮอร์โมนเดี่ยว (Progestin-only pills หรือ minipills) หมายถึง ยาเม็ดคุมกำเนิดที่ประกอบด้วยฮอร์โมนสังเคราะห์ progestin เพียงอย่างเดียว

เอสโตรเจน (Estrogen) หมายถึง ฮอร์โมนเพศหญิงที่ร่างกายสร้างขึ้นจากรังไข่ มีหน้าที่ในการควบคุมการทำงานของระบบสืบพันธุ์ในเพศหญิง ทำให้ผู้หญิงมีผิวพรรณที่เนียนละเอียด สะโพกผาย มีหน้าอกกระตุ้นการทำงานของมดลูกและรังไข่ ควบคุมภาวะตกไข่และมีประจำเดือน

โปรเจสเตอโรน (Progesterone) หมายถึง ฮอร์โมนเพศหญิงที่ร่างกายสร้างขึ้นจากรังไข่โดยถูกควบคุมการสร้างจากต่อมใต้สมอง ทำหน้าที่กระตุ้นให้เลือดไปเลี้ยงบริเวณเยื่อบุโพรงมดลูก ช่วยให้เยื่อบุโพรงมดลูกเหมาะสมกับการฝังตัวของตัวอ่อน หากไม่มีการปฏิสนธิเยื่อบุโพรงมดลูกก็จะหลุดลอกออกมาเป็นประจำเดือน

เอthinylestradiol (Ethinylestradiol) หมายถึง ฮอร์โมนสังเคราะห์ชนิดหนึ่งที่อยู่อกฤทธิ์เหมือนกับฮอร์โมน estrogen ในร่างกาย จะออกฤทธิ์โดยการจับกับบริเวณ Estrogen receptor

โปรเจสติน (Progestin) หมายถึง ฮอร์โมนสังเคราะห์ที่อยู่อกฤทธิ์เหมือนกับฮอร์โมน progesterone ในร่างกาย ทำให้สารคัดหลั่งในช่องคลอดเหนียวขึ้น ควบคุมภาวะตกไข่ ความต้องการทางเพศ กระตุ้นให้เลือดไปเลี้ยงบริเวณเยื่อบุโพรงมดลูก เพื่อให้โพรงมดลูกหนาตัวเหมาะสมสำหรับการฝังตัวของตัวอ่อน หากไม่มีการปฏิสนธิ เยื่อบุโพรงมดลูกก็จะหลุดลอกออกมาเป็นประจำเดือน

ไซโปรเทอโรน อะซีเตต (Cypoterone Acetate) หมายถึง ฮอร์โมนโปรเจสตินสังเคราะห์ชนิดหนึ่งออกฤทธิ์คล้ายคลึงกับฮอร์โมน progesterone ในร่างกายและมีฤทธิ์ต้านแอนโดรเจน ซึ่งเป็นฮอร์โมนเพศชาย

ดรอสไพรีโนน (Drospirenone) หมายถึง สอร์โมนโปรเจสตินสังเคราะห์ชนิดหนึ่งออกฤทธิ์คล้ายคลึงกับสอร์โมน progesterone ในร่างกาย มีฤทธิ์ต้านแอนโดรเจน ซึ่งเป็นสอร์โมนเพศชาย และมีฤทธิ์ช่วยขับปัสสาวะ จึงลดอาการบวมหน้าได้ดี

แอนโดรเจน (Androgen) หมายถึง สอร์โมนเพศชาย ทำให้เกิดความต้องการทางเพศ เป็นสิ่ว ผิวมัน ขนคอก

โรคถุงน้ำในรังไข่ (Polycystic Ovary Syndrome) หมายถึง ภาวะที่มีถุงน้ำเกิดขึ้นภายในรังไข่ อาจเกิดจากความผิดปกติของรังไข่ การเปลี่ยนแปลงของสอร์โมน จะมีการประจำเดือนมาผิดปกติ ปวดท้องน้อย ลิ่วขึ้นเยอะ ปัสสาวะบ่อย และมีขนขึ้นตามร่างกายจำนวนมาก

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. นำผลการศึกษามาเป็นแนวทางในการคัดเลือกแบรนด์ยาคุมกำเนิดเข้ามาขายในธุรกิจร้านขายยาต่อไปในอนาคต
2. สามารถให้คำแนะนำการรับประทานยาคุมกำเนิดได้ตรงตามความต้องการของคนไข้ในร้านขายยา

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทาน ในร้านขายยาของประชากรไทยเพศหญิง ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา และรวบรวมแนวความคิด ทฤษฎี ต่างๆ ตลอดจนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค

2.1.1 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

2.1.2 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค

2.2 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.4 กรอบแนวคิดการวิจัย

2.5 สมมติฐานงานวิจัย

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค

2.1.1 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

จากการศึกษาทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ได้มีผู้ให้คำนิยาม ความหมายต่างๆ เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคดังนี้

Schiffman and Kanuk (1994) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผลและการใช้จ่ายในผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

Soloman (2009) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมการตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการเลือกซื้อสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

Hoyer (2012) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งอาจเกิดจากความรู้สึกนึกคิดของตนเอง ประสบการณ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

Kardes (2013) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ เลือกใช้หรือเลือกที่จะไม่ใช้สินค้าและบริการ เป็นผลมาจากอารมณ์ ความรู้สึกริเริ่ม และความต้องการของตนเอง

กล่าวโดยสรุป พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมของมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสินค้าหรือบริการ โดยประกอบด้วยการแสวงหา การประเมิน การคัดเลือก การตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ ตลอดจนการเลิกใช้สินค้าหรือบริการ

2.1.2 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค

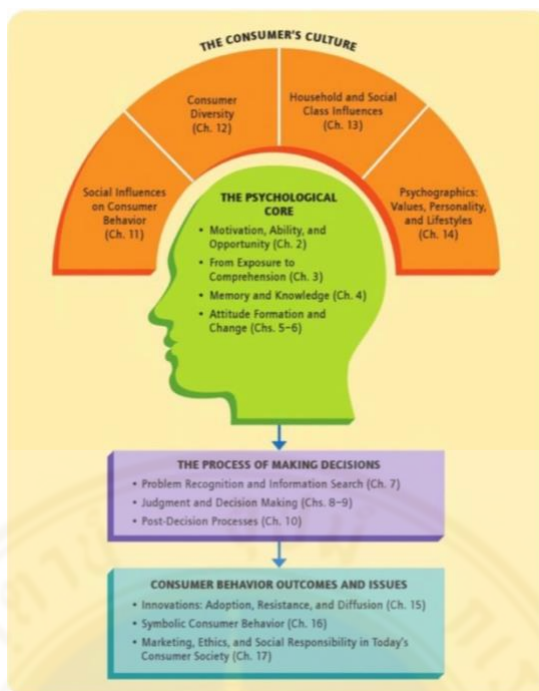
ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค

1) ปัจจัยด้านวัฒนธรรม วัฒนธรรมของผู้บริโภค (The Consumer's Culture) ประกอบด้วย อิทธิพลทางสังคมที่เป็นแรงกระตุ้น, ความหลากหลายของกลุ่มผู้บริโภค, ชนชั้นทางสังคม, ค่านิยมและรูปแบบการดำรงชีวิต

2) ปัจจัยด้านจิตวิทยา (The Psychological core) ประกอบด้วยแรงจูงใจ, การรับรู้, การเรียนรู้ และทัศนคติ

3) กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (The process of making decisions) ประกอบด้วย การหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจเมื่อเจอปัญหา, การประเมินตัดสินใจ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

4) ผลลัพธ์และปัญหาของพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior outcomes and issues) ประกอบด้วย การปรับตัวของผู้บริโภค, การตลาด และการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค

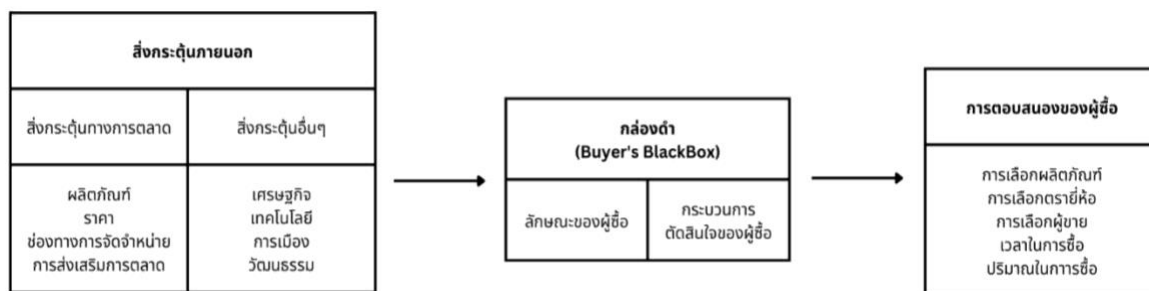


รูปที่ 2.1 A Model of Consumer Behavior

ที่มา : Hoyer, MacInnis, Pieters, 2012

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

Philip Kotler ได้อธิบายถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคไว้ว่า เมื่อผู้บริโภคได้รับสิ่งกระตุ้นให้เกิดความต้องการ ความต้องการที่เกิดขึ้นจะผ่านเข้าไปในความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภค เปรียบเสมือนกล่องดำ (Buyer's Black Box) ที่ไม่สามารถคาดคะเนได้ว่าผู้บริโภครู้สึกนึกคิดอย่างไร ความรู้สึกนึกคิดต่างๆ จะได้รับอิทธิพลมาจากลักษณะของผู้บริโภค (Buyer's Characteristics) และลักษณะการตัดสินใจของผู้บริโภค (Buyer's Decision Process) แล้วจึงเกิดการตัดสินใจ ตามแผนภาพ



รูปที่ 2.2 แสดง โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, การบริหารการตลาดยุคใหม่, (กรุงเทพฯ : บริษัทธีรฟิล์มและไอเท็กซ์ จำกัด, 2541) หน้า 121.

รูปแบบพฤติกรรมของผู้ซื้อ

1) สิ่งกระตุ้น (Stimulus) เป็นสิ่งจูงใจที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกซื้อหรือเลือกใช้บริการ โดยผู้บริโภคอาจถูกกระตุ้นจากสิ่งกระตุ้นภายนอกซึ่งประกอบด้วย สิ่งกระตุ้นทางการตลาดและสิ่งกระตุ้นอื่นๆ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) ประกอบด้วย

1.1.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบสวยงาม ก็จะดึงดูดความสนใจ กระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการอยากได้สินค้าชิ้นนั้นๆ

1.1.2 ปัจจัยด้านราคา ควรตั้งราคาขายสินค้าให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายตัดสินใจเลือกซื้อได้ง่ายขึ้น

1.1.3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หากมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายทั้ง offline และ online ก็จะทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าได้ง่ายและสะดวกมากขึ้น

1.1.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณา การจัดโปรโมชั่นลดราคาสินค้า หรือแจกสินค้าทดลองฟรี เป็นต้น จะทำให้ผู้บริโภครู้จักผลิตภัณฑ์มากขึ้น และสนใจเลือกซื้อสินค้า

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งที่ผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการไม่สามารถควบคุมได้ ประกอบด้วย

1.2.1 ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ

1.2.2 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี

1.2.3 ปัจจัยด้านการเมือง

1.2.4 ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม

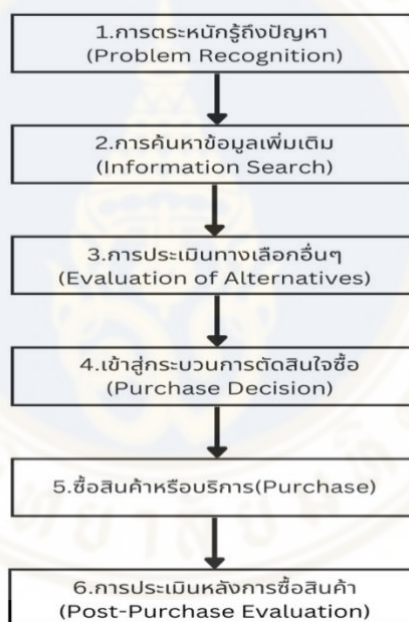
2) กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black box) เป็นความรู้สึก ความคิดที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของผู้บริโภค ซึ่งไม่มีใครสามารถทราบได้ว่า ณ ขณะนั้นผู้บริโภคกำลังคิดอย่างไร

3) การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) เป็นการตัดสินใจเลือกของผู้บริโภค เช่น การเลือกผลิตภัณฑ์, การเลือกจากตราสินค้า, การเลือกผู้ขาย, การเลือกเวลาซื้อ และการเลือกปริมาณซื้อ เป็นต้น

2.2 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Consumer Buying Process) เป็นการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคอย่างเป็นลำดับขั้นตอน หากเข้าใจอย่างละเอียดก็จะสามารถวางแผนได้ตั้งแต่การผลิตสินค้าหรือบริการ ไปจนถึงการจัดกิจกรรมการขาย

กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค มีทั้งหมด 6 ขั้นตอน



รูปที่ 2.3 แสดงโมเดลกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ที่มา : ปรีดี นุกูลสมปรารถนา , กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ,

<https://www.popticles.com/marketing/consumer-buying-process/>

1. การตระหนักรู้ถึงปัญหา (Problem recognition)

ผู้บริโภคจะตระหนักถึงสิ่งที่มีอยู่และสิ่งที่เขาต้องการ ก่อนจะตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการใดๆก็ตาม ผู้บริโภคต้องมั่นใจว่าสินค้าหรือบริการนั้นๆจะตอบโจทย์ความต้องการของเขา

2. การค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม (Information search)

ผู้บริโภคจะค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมก่อนการซื้อสินค้า เพื่อคว่าสิ่งใดหรือบริการใดจะสามารถแก้ไขปัญหาหรือเติมเต็มความต้องการได้ในขณะนั้น

3. การประเมินทางเลือกอื่นๆ (Evaluation of Alternatives)

ผู้บริโภคทำการค้นหาข้อมูลสินค้าและบริการแล้วนำมาเปรียบเทียบกันอยู่เสมอ เพื่อหาสิ่งใหม่และตรงตามความต้องการมากที่สุด โดยหลักๆจะเปรียบเทียบราคาและความคุ้มค่าที่จะได้รับ

4. เข้าสู่กระบวนการตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision)

เมื่อผู้บริโภคได้ค้นหาข้อมูลและเปรียบเทียบข้อมูลจนได้ข้อมูลที่เพียงพอสำหรับการตัดสินใจแล้ว ผู้บริโภคก็จะตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการนั้นๆ

5. ซื้อสินค้าหรือบริการ (Purchase)

ผู้บริโภคทำการสั่งซื้อสินค้าหรือเลือกใช้บริการนั้นๆ มีการยืนยันออเดอร์และชำระค่าบริการจนสำเร็จ

6. การประเมินหลังการซื้อสินค้า (Post Purchase Evaluation)

หลังจากที่ผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือใช้บริการจนจบ ควรมีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้ากลับมาซื้อหรือใช้บริการซ้ำในอนาคต เน้นบริการหลังการขาย เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าเมื่อลูกค้าเกิดความประทับใจต่อแบรนด์ก็จะกลายเป็นลูกค้าที่มีความจงรักภักดี (Loyal Customer) และบอกต่อให้คนอื่นมาเลือกซื้อสินค้าและบริการต่อไป

พฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการใดๆมี 2 ประการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ; และคณะ. 2541: 41) ได้แก่

1. การซื้อด้วยเหตุผล ผู้บริโภคจะหาข้อมูลของสินค้าหรือบริการแล้วนำมาเปรียบเทียบก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ เพื่อวิเคราะห์ดูความคุ้มค่า การตัดสินใจแบบนี้มักจะพบในเพศชายมากกว่าเพศหญิง

2. การซื้อด้วยอารมณ์ เป็นการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการอย่างรวดเร็วเมื่อได้รับข้อมูลบางอย่างที่ดึงดูด หรือกระตุ้นความสนใจ เช่น การลดราคา, รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่สวยงาม หรูหรา เป็นต้น การตัดสินใจซื้อแบบนี้มักจะพบในเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานในร้านขายยาของประชากรไทยเพศหญิง

ผู้วิจัยได้คัดเลือกงานวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องและมีประเด็นศึกษาที่ใกล้เคียงกับงานวิจัยครั้งนี้ โดยมุ่งเน้นถึงการศึกษาปัจจัยที่อาจส่งผลต่อการเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานในร้านขายยาของประชากรไทยเพศหญิงวัยเจริญพันธุ์ เพื่อให้เข้าใจถึงพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการคัดเลือกแบรนด์ยาคุมกำเนิดเข้ามาขายในธุรกิจร้านขายยาต่อไปในอนาคต โดยได้ทำการสรุปงานวิจัยต่างๆตามตารางที่ 2.1 ดังนี้

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้อง

ชื่อผู้ศึกษา	ชื่อเรื่อง	กลุ่มตัวอย่าง	ผลการศึกษา
Ferreira et al. (2017)	Generic drugs in times of economic crisis: Are there changes in consumer purchase intention?	ลูกค้าที่ใช้บริการร้านขายยาในเมือง Curitiba ประเทศบราซิลจำนวน 406 คน	ทัศนคติในการเลือกซื้อสินค้า, คุณภาพการรับรู้ข้อมูลของยา, ประสิทธิภาพการใช้จ่ายในอดีต และคำแนะนำจากบุคลากรทางการแพทย์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาเลียนแบบ (generic drugs)
Jaafar et al. (2013)	Consumers' Perceptions, Attitudes and Purchase Intention towards Private Label Food Products in Malaysia.	กลุ่มลูกค้าที่เลือกซื้อสินค้าประเภทอาหารที่ห้างจ้างผลิต (Private Label Food) จากห้างสรรพสินค้า (Hypermarket) 5 แห่ง แห่งละ 20 คน รวมทั้งหมด 100 คน	ปัจจัยภายใน เช่น คุณภาพการรับรู้ข้อมูลของสินค้า, คุณค่าของสินค้า, การรับรู้ถึงผลเสียของสินค้า ปัจจัยภายนอก เช่น ราคา, การโฆษณา, บรรจุภัณฑ์ของสินค้า, ภาพลักษณ์ของห้างสรรพสินค้า ทัศนคติของผู้บริโภค เช่น ความเชื่อ, ความคุ้นเคยและสภาพคล่องของการใช้จ่าย มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
Herzenstein et al. (2004)	How Consumers' Attitudes Toward Direct-to-Consumer Advertising of	ประชากรในอังกฤษอายุ 18 ปีขึ้นไปจำนวน 1,081 คน	การโฆษณาโดยตรงต่อผู้บริโภคส่งผลให้ผู้บริโภคหา

	Prescription Drugs Influence Ad Effectiveness, and Consumer and Physician Behavior.		ข้อมูลและสอบถามแพทย์เกี่ยวกับยาเพิ่มเติม
Grewal et al. (1998)	The Effect of Store Name, Brand Name and Price Discounts on Consumers' Evaluations and Purchase Intentions.	กลุ่มนักศึกษาจำนวน 309 คน	ชื่อสถานที่จำหน่ายสินค้า , แบนด์สินค้า และการลดราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
Asshidin et al. (2015)	Perceived quality and emotional value that influence consumer's purchase intention towards American and local products.	กลุ่มนักศึกษาในมาเลเซียจำนวน 236 คน	คุณภาพของการรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์และการสร้างคุณค่าทางอารมณ์ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้านำเข้าจากอเมริกาและสินค้าภายในประเทศ
ฐานยา แดง เจริญ (2553)	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อยาคุมกำเนิดในร้านวัตสันในเขตกรุงเทพมหานคร	ผู้บริโภคเพศหญิงวัยเจริญพันธุ์ในเขตกรุงเทพมหานครที่มาใช้บริการในร้านวัตสันจำนวน 285 คน	ผลิตภัณฑ์ยาคุมกำเนิดที่ผู้บริโภคเลือกซื้อมากที่สุดคือแบรนด์ oilezz โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือเพื่อรักษาผิว ลดหน้ามัน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จัดจำหน่าย กิจกรรมส่งเสริมการตลาดภายในร้าน และสภาพแวดล้อมภายในร้านมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อยาคุมกำเนิด
กฤตินี ทักษิณา วิสุทธิ์ (2563)	ปัจจัยของทัศนคติที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้ถุงยางอนามัย	ประชากรไทยเพศชาย อายุ 18 ปีขึ้นไป	ปัจจัยด้านทัศนคติที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้ถุงยางอนามัยคือทัศนคติด้านความพึง

			<p>พอใจในการมีเพศสัมพันธ์ และทัศนคติด้านความอายในการต่อรองการใช้ถุงยางอนามัยกับคู่นอน ส่วนปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือและประสิทธิผลไม่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้ถุงยางอนามัยและกลุ่มผู้บริโภคเชื่อว่าการใช้ถุงยางอนามัยไม่ใช่วิธีคุมกำเนิดที่น่าเชื่อถือ</p>
--	--	--	---

2.4 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากประเด็นการศึกษาปัจจัยต่างๆที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคคือคุณภาพการรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (perceived quality), ราคา, การโฆษณา, สถานที่จัดจำหน่าย และประสบการณ์การใช้ในอดีต หากเป็นสินค้าประเภทยา ก็จะมีเรื่องของคำแนะนำจากบุคลากรทางการแพทย์มาช่วยประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อ ผู้วิจัยจึงเลือกตัวแปรที่เกี่ยวข้องมาประยุกต์ใช้กับงานวิจัยดังนี้

จากงานวิจัย Generic drugs in times of economic crisis: Are there changes in consumer purchase intention? ของ Ferreira et al. (2017) ตัวแปรที่เกี่ยวข้องคือ คุณภาพการรับรู้ข้อมูลของยา, ประสบการณ์การใช้ยาในอดีต และคำแนะนำจากบุคลากรทางการแพทย์

จากงานวิจัย Consumers' Perceptions, Attitudes and Purchase Intention towards Private Label Food Products in Malaysia. ของ Jaafar et al. (2013) ตัวแปรที่เกี่ยวข้องคือ ราคาของผลิตภัณฑ์และรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



2.5 สมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐานที่ 1 H_0 : คุณภาพการรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Perceived Quality) ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง

H_1 : คุณภาพการรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Perceived Quality) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง

สมมติฐานที่ 2 H_0 : ราคาของผลิตภัณฑ์ (Price) ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง

H_1 : ราคาของผลิตภัณฑ์ (Price) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง

สมมติฐานที่ 3 H_0 : รูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง

H_1 : รูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์ (Packaging) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง

สมมติฐานที่ 4 H_0 : ประสบการณ์เชิงบวกจากการใช้ยาคุมกำเนิด (Positively Past Experience) ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง

H_1 : ประสบการณ์เชิงบวกจากการใช้ยาคุมกำเนิด (Positively Past Experience) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง

สมมติฐานที่ 5 H_0 : คำแนะนำจากบุคลากรทางการแพทย์ (Advice from Medical Professionals) ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง

H_1 : คำแนะนำจากบุคลากรทางการแพทย์ (Advice from Medical Professionals) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้วิจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานในร้านขายยาของประชากรไทยเพศหญิง เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative Research) โดยใช้วิธีการสำรวจ (Survey Research) ผ่านการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) และการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อสรุปผลวิจัย โดยมีรายละเอียดในการดำเนินการวิจัยดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรไทยเพศหญิงอายุ 18-45 ปี และมีประสบการณ์ใช้ยาคุมกำเนิดชนิดรับประทาน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือ ตัวอย่างประชากรที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยเพศหญิงอายุ 18-45 ปี แต่เนื่องจากกลุ่มประชากรมีขนาดใหญ่ และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นจึงคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และค่าระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2549, หน้า 74) สูตรในการคำนวณที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ

$$n = \left(\frac{Z}{2E} \right)^2$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย

P = สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร (กำหนดให้ $P = 0.5$)

Z = ค่าที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 โดย Z มีค่าเท่ากับ 1.96

E = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับให้เกิดได้ โดยกำหนดให้ E มีค่าเท่ากับ 0.05

แทนค่าในสูตรได้ดังนี้

$$n = \left(\frac{1.96}{2 * 0.05} \right)^2$$

$$n = 384.16$$

ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามเงื่อนไขที่กำหนดคือ ไม่น้อยกว่า 385 คน

3.2 ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย

3.2.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)

ได้แก่ คุณภาพการรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Perceived Quality), ราคาของผลิตภัณฑ์ (Price), รูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ (Packaging), ประสบการณ์เชิงบวกจากการใช้ยาคุมกำเนิด (Positively Past Experience) และคำแนะนำจากบุคลากรทางการแพทย์ (Advice from Medical Professionals)

3.2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

ได้แก่ การตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม ดังนี้

1. สร้างกรอบแนวคิดของงานวิจัย โดยใช้กรอบแนวคิดจากงานวิจัย Generic drugs in times of economic crisis: Are there changes in consumer purchase intention? ของ Ferreira et al. (2017) อ้างอิง
2. ทำการศึกษาสร้างแบบสอบถามจากงานวิจัย Consumers' Perceptions, Attitudes and Purchase Intention towards Private Label Food Products in Malaysia. ของ Jaafar et al. (2013) อ้างอิง ได้แก่ ทักษะด้านคุณภาพการรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Perceived Quality) , ทักษะด้านราคาของผลิตภัณฑ์ (Price) , ทักษะด้านรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์ (Packaging) และทักษะด้านการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง (Purchase Intention) ส่วนชุดคำถามทักษะด้านคำแนะนำจากบุคลากรทางการแพทย์อ้างอิงจากงานวิจัย How Consumers' Attitudes Toward Direct-to-Consumer Advertising of Prescription Drugs Influence Ad Effectiveness, and Consumer and Physician Behavior. ของ Herzenstein et al. (2004)
3. สร้างชุดคำถามนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา และปรับปรุงแก้ไข
4. แจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

การเลือกกลุ่มตัวอย่างงานวิจัย

การศึกษานี้ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มโดยไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) แบบบังเอิญ (Accident Sampling) โดยผู้วิจัยจะส่ง Link หรือ QR code แบบสอบถามออนไลน์ให้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรไทยเพศหญิงอายุ 18-45 ปีจำนวน 400 คน ที่มาซื้อยาคุมกำเนิดในร้านขายยา หรือรับประทานยาคุมกำเนิดเป็นประจำ ตอบแบบสอบถาม

การตรวจสอบเครื่องมือ

การตรวจสอบเนื้อหา ผู้วิจัยนำเสนอแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นจากชุดคำถามอ้างอิงต่ออาจารย์ที่ปรึกษา และตรวจสอบความถูกต้อง

การสร้างแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรอง

ข้อ 1 ท่านเป็นเพศหญิงอายุมากกว่าหรือเท่ากับ 18 ปี และมีประสบการณ์ใช้ยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานหรือไม่

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม (Demographic Information) เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงข้อเดียว โดยมีรายละเอียดดังนี้

ข้อ 1 อายุ เป็นระดับการวัดข้อมูลแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อ 2 สถานภาพสมรส เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อ 3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นระดับการวัดข้อมูลแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อ 4 ระดับการศึกษาสูงสุด เป็นระดับการวัดข้อมูลแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อ 5 อาชีพ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการซื้อยาคุมกำเนิดในร้านขายยา เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อ 1 ปัจจุบันท่านเลือกใช้ยาคุมกำเนิดยี่ห้อใด (ตอบ 1 ข้อเท่านั้น)

ข้อ 2 วัตถุประสงค์ในการซื้อยาเม็ดคุมกำเนิดของท่านคือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ส่วนที่ 4 ทศนคติของผู้บริโภค

4.1 ด้านคุณภาพการรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Perceived Quality) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง

4.2 ด้านราคาของผลิตภัณฑ์ (Price) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง

4.3 ด้านรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง

4.4 ด้านประสบการณ์เชิงบวกจากการใช้ยาคุมกำเนิด (Positively Past Experience) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง

4.5 ด้านคำแนะนำจากบุคลากรทางการแพทย์ (Advice from Medical Professionals) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง

4.6 การตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง (Intention to Purchase Oral Contraceptive)

โดยคำถามส่วนที่ 4 ลักษณะคำถามจะเป็นคำถามปลายปิด (Close ended question) โดยใช้เครื่องมือประเภทมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale method) โดยแบ่งความเห็นออกเป็น 5 ระดับแบบระดับของลิเคิร์ต (Likert's Scale) โดยใช้เกณฑ์ค่าน้ำหนักตามตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.3 เกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักคะแนนสำหรับความคิดเห็นในการตอบแบบสอบถาม

ระดับคะแนน	ระดับความคิดเห็น
5 คะแนน	มากที่สุด
4 คะแนน	มาก
3 คะแนน	ปานกลาง
2 คะแนน	น้อย
1 คะแนน	น้อยที่สุด

ใช้เกณฑ์การประเมินผล เพื่อแปลผลข้อมูลโดยใช้สูตรคำนวณและคำอธิบายของแต่ละช่วงชั้น ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2554)

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จึงได้เกณฑ์การแปลค่าเฉลี่ยตามที่แสดงในตารางที่ 3.4

ตารางที่ 3.4 เกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ยคะแนน

ระดับคะแนน	ระดับความคิดเห็น
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานในร้านขายยาของประชากรไทยเพศหญิง ทำการศึกษาโดยมีแหล่งที่มาของข้อมูล 2 แหล่ง คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างประชากรไทยเพศหญิงวัย 18 – 45 ปี ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย และมีประสบการณ์ใช้ยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานจำนวน 400 คน โดยให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบสอบถามผ่านทาง Google form จากการส่ง link แบบสอบถามผ่านทาง QR code โดยข้อมูลที่ผู้เข้าร่วมงานวิจัยตอบแบบสอบถามจะได้รับการปกปิด ไม่มีการเก็บข้อมูลชื่อ - นามสกุล และไม่สามารถระบุตัวตนผู้ตอบได้จากการตอบแบบสอบถาม

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากการค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วิทยานิพนธ์ เอกสารบทความ วารสารวิชาการ และข้อมูลที่สืบค้นทางอินเทอร์เน็ตทั้งในและต่างประเทศ พร้อมได้แสดงถึงแหล่งอ้างอิงเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้รวบรวมแบบสอบถามผ่านทาง QR code, ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐานโดยใช้โปรแกรม SPSS โดยสถิติที่จะใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย

3.5.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ใช้อธิบายลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง เช่น อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ ยี่ห้อของยาคุมกำเนิด ชนิดรับประทานที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้ วัตถุประสงค์ในการซื้อยามัดคุมกำเนิด ช่องทางที่ใช้มากที่สุดในการซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทาน ช่วงระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างรับประทานยาคุมกำเนิด และจำนวนแบรนด์ของยาคุมกำเนิดที่กลุ่มตัวอย่างเคยรับประทาน โดยนำเสนอในรูปแบบตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และกราฟแท่ง

3.5.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ใช้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่ศึกษา ได้แก่ ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือและประสิทธิผล (Reliability and Effectiveness) ปัจจัยด้านคุณภาพการรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Perceived Quality) ปัจจัยด้านราคาของผลิตภัณฑ์ (Price) ปัจจัยด้านรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ปัจจัยด้านประสบการณ์เชิงบวกจากการใช้ยาคุมกำเนิด (Positively Past Experience) และปัจจัยด้านคำแนะนำจากบุคลากรทางการแพทย์ (Advice from Medical Professionals) โดยการวิเคราะห์ใช้ Multiple Regression Analysis ซึ่งเป็นการหาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระมากกว่า 2 ตัวในการศึกษากับตัวแปรตาม 1 ตัว คือ การตัดสินใจ

เลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง (Intention to Purchase Oral Contraceptive) โดยเขียนสมการเส้นตรงได้ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551)

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_kX_k$$

เมื่อ Y คือ ค่าของตัวแปรตาม

b_0 คือ ค่าคงที่ของสมการถดถอย ซึ่งเป็นค่าจุดตัดแกน Y ของสมการ

b_1, \dots, b_k คือ น้ำหนักคะแนนหรือสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระตัวที่ 1 ถึงตัวที่ k

ตามลำดับ

X_1, \dots, X_k คือ คะแนนตัวแปรอิสระตัวที่ 1 ถึงตัวที่ k

K คือ จำนวนตัวแปรอิสระ



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานในร้านขายยาของประชากรไทยเพศหญิงเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการวิจัยแบบสำรวจ (Survey Research) ผ่านการเก็บข้อมูลทางแบบสอบถาม (Questionnaire) จากกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงอายุ 18 – 45 ปี ที่เคยรับประทานยาคุมกำเนิดชนิดเม็ดจำนวน 400 คน โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

- 4.1 การตรวจสอบความเชื่อมั่น
- 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรกลุ่มตัวอย่าง
- 4.3 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทาน
- 4.4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 การตรวจสอบความเชื่อมั่น

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความเชื่อมั่นและพิจารณาจากผลค่าสัมประสิทธิ์ครอนแบ็คอัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) เพื่อหาความน่าเชื่อถือของชุดคำถามจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ได้ผลการตรวจสอบความเชื่อมั่นดังนี้

ตารางที่ 4.1 ค่าอัลฟาแสดงความเชื่อมั่นของปัจจัยด้านทัศนคติที่มีผลต่อการเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง

ส่วนของคำถาม	ค่าอัลฟาแสดงความเชื่อมั่น	จำนวนข้อคำถาม
ปัจจัยด้านคุณภาพการรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Perceived Quality)	0.700	4
ปัจจัยด้านราคาของผลิตภัณฑ์ (Price)	0.709	4

ปัจจัยด้านประสบการณ์เชิงบวกจากการใช้ยาคุมกำเนิด (Positively Past Experience)	0.719	4
ปัจจัยด้านคำแนะนำจากบุคลากรทางการแพทย์ (Advice from Medical Professionals)	0.753	4
ปัจจัยด้านการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง (Intention to Purchase Oral Contraceptive)	0.799	3

โดยเกณฑ์ของการวัดค่าอัลฟา (Mohsen Tavakol, & Reg Dennick, 2011) จะเป็นไปตามตารางที่ 4.2

ค่า Cronbach's Alpha	ระดับความสอดคล้องภายใน
$\alpha \geq 0.9$	ดีเยี่ยม
$0.9 > \alpha \geq 0.8$	ดี
$0.8 > \alpha \geq 0.7$	ยอมรับได้
$0.7 > \alpha \geq 0.6$	น่าสงสัย
$0.6 > \alpha \geq 0.5$	ต่ำ
$0.5 > \alpha$	ไม่สามารถยอมรับได้

จากการเปรียบเทียบค่าอัลฟาของแบบสอบถาม (ตารางที่ 4.1) และเกณฑ์ทั่วไปของการวัดค่าอัลฟา (ตารางที่ 4.2) พบว่าค่าถามในหัวข้อปัจจัยด้านคุณภาพการรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Perceived Quality) มีค่าอัลฟาเท่ากับ 0.700 มีระดับความสอดคล้องภายในที่ยอมรับได้ ปัจจัยด้านราคาของผลิตภัณฑ์ (Price) มีค่าอัลฟาเท่ากับ 0.709 มีระดับความสอดคล้องภายในที่ยอมรับได้ ปัจจัยด้านประสบการณ์เชิงบวกจากการใช้ยาคุมกำเนิด (Positively Past Experience) มีค่าอัลฟาเท่ากับ 0.719 มีระดับความสอดคล้องภายในที่ยอมรับได้ ปัจจัยด้านคำแนะนำจากบุคลากรทางการแพทย์ (Advice from Medical Professionals) มีค่าอัลฟาเท่ากับ 0.753 มีระดับความสอดคล้องภายในที่ยอมรับได้ และปัจจัยด้านการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทาน (Intention to Purchase Oral Contraceptive) มีค่าอัลฟาเท่ากับ 0.799 มีระดับความสอดคล้องภายในที่ยอมรับได้

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ ยี่ห้อของยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานที่เลือกใช้ วัตถุประสงค์ในการซื้อยาเม็ดคุมกำเนิด ช่องทางในการเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทาน ระยะเวลาที่รับประทานยาคุมกำเนิด และจำนวนแบรด์ยาคุมกำเนิดที่เคยรับประทาน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.3 จำนวนความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ช่วงอายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
18 – 25 ปี	145	36.3
26 – 35 ปี	226	56.5
36 – 45 ปี	29	7.3
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงอายุ 26 – 35 ปี จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมาจะเป็นอายุช่วง 18 – 25 ปี มีจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 และช่วงอายุ 36 – 45 ปี มีจำนวนเพียง 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 ของผู้ตอบแบบสอบถามเท่านั้น

ตารางที่ 4.4 จำนวนความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	326	81.5
สมรส	74	18.5
หย่าร้าง	0	0
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะอยู่ในสถานภาพโสด โดยมีจำนวน 326 คน คิดเป็นร้อยละ 81.5 ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในสถานภาพสมรส มีจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 และไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในสถานภาพหย่าร้างเลย

ตารางที่ 4.5 จำนวนความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20,000 บาท	101	25.3
20,001 - 40,000 บาท	79	19.8
40,001 - 60,000 บาท	88	22
60,001 - 80,000 บาท	97	24.3
มากกว่า 80,000 บาท	35	8.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 รองลงมาคือรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 60,001 - 80,000 บาท จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 ถัดมาคือรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001 - 60,000 บาท จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 40,000 บาท จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 ของ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 80,000 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.6 จำนวนความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	78	19.5
ปริญญาตรี	258	64.5
ปริญญาโท - ปริญญาเอก	64	16
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.6 พบว่าระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนมากจะสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.5 รองลงมาคือ สำเร็จการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 และน้อยที่สุดคือ สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท - ปริญญาเอก จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

ตารางที่ 4.7 จำนวนความถี่และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นิสิต นักศึกษา	33	8.3
พนักงานบริษัทเอกชน	181	45.3
ข้าราชการ/พนักงานภาครัฐ	47	11.8
วิสาหกิจ		
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย	139	34.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.7 พบว่าพนักงานบริษัทเอกชนเป็นอาชีพที่มีสัดส่วนมากที่สุดจากผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 ถัดมาคือ ข้าราชการ/พนักงานภาครัฐวิสาหกิจ จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 และนิสิต นักศึกษา จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

ตารางที่ 4.8 จำนวนความถี่และร้อยละของยี่ห้อของยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้

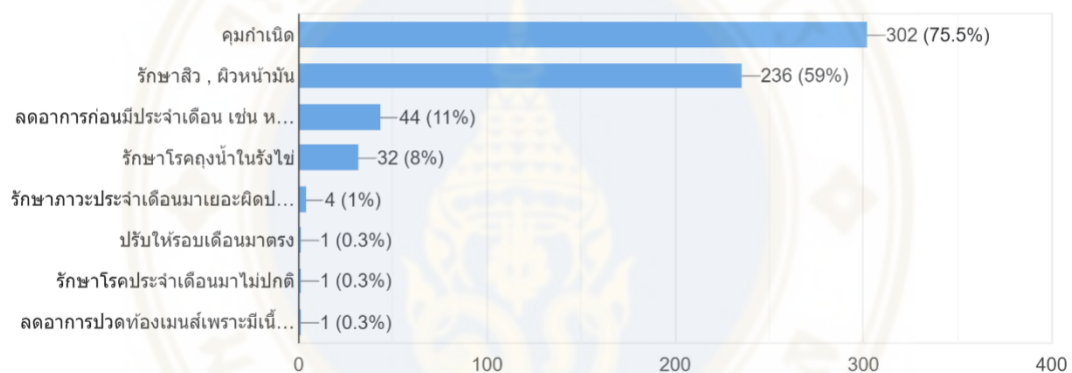
ยี่ห้อของยาคุมกำเนิดชนิดรับประทาน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
Anna	30	7.5
Annylyn	2	0.5
Diane-35	41	10.3
Diora	17	4.3
Marvelon	15	3.8
Mercilon	45	11.2
Melodia	17	4.2
OC-35	4	1
Preme	19	4.7
Sucee	0	0
Synfonia	31	7.8

Yasmin	79	19.8
Yaz	99	24.8
Justima	1	0.2
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.8 พบว่ายี่ห้อของยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้มากที่สุดคือ Yaz โดยมีจำนวนคนที่เลือกใช้มากถึง 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 รองลงมาคือยี่ห้อ Yasmin โดยมีจำนวนคนที่เลือกใช้ 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 และยี่ห้อที่ไม่มีคนเลือกใช้เลยคือยี่ห้อ Sucee

2. วัตถุประสงค์ในการซื้อยาเม็ดคุมกำเนิดของท่านคือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

400 responses



ภาพที่ 4.1 แสดงวัตถุประสงค์ในการซื้อยาเม็ดคุมกำเนิดของกลุ่มตัวอย่าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากกราฟที่ 4.1 พบว่าวัตถุประสงค์หลักในการซื้อยาเม็ดคุมกำเนิดมากที่สุดคือเพื่อใช้คุมกำเนิด โดยมีผู้เลือกตอบทั้งหมด 302 คน คิดเป็นร้อยละ 75 รองลงมาคือใช้ในการรักษาสิว, ผิวหน้ามัน มีผู้เลือกตอบทั้งหมด 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59 นอกจากนี้ยังมีการใช้ยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานเพื่อลดอาการก่อนมีประจำเดือน เช่น หงุดหงิด ซึมเศร้า บวมหน้า เจ็บบริเวณเต้านม ปวดหลัง เป็นต้น มีผู้เลือกตอบ 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11, รักษาโรคถุงน้ำในรังไข่ มีผู้เลือกตอบ 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8, รักษาภาวะประจำเดือนมาเยอะผิดปกติ มีผู้เลือกตอบ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1, ปรับรอบเดือนมาให้ตรง มีผู้เลือกตอบ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3, รักษาโรคประจำเดือนมาไม่ปกติ มีผู้เลือกตอบ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 และรักษาอาการปวดท้องประจำเดือนจากเนื้องอกบริเวณหลังมดลูก มีผู้เลือกตอบ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

ตารางที่ 4.9 จำนวนความถี่และร้อยละของช่องทางที่ใช้มากที่สุดในการซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทาน

ช่องทางการซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ร้านขายยาทั่วไป	229	57.3
ร้านขายยา Chain store	107	26.7
แพทย์สั่งให้จากคลินิกหรือโรงพยาบาล	64	16
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.9 พบว่าช่องทางในการซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของกลุ่มตัวอย่างส่วนมากจะเลือกซื้อจากร้านขายยาทั่วไป โดยมีจำนวนคนที่เลือกซื้อ 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.3 รองลงมาคือ จะเลือกซื้อจากร้านขายยา Chain store เช่น บูท วัดสัน ฟาสติโน จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7 และมีแพทย์สั่งให้จากคลินิกหรือโรงพยาบาล จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

ตารางที่ 4.10 จำนวนความถี่และร้อยละของช่วงระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างรับประทานยาคุมกำเนิด

ช่วงระยะเวลา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 - 3 เดือน	59	14.8
4 - 6 เดือน	122	30.5
7 - 12 เดือน	121	30.3
มากกว่า 1 ปี	98	24.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะรับประทานยาคุมกำเนิดในช่วงระยะเวลา 4 - 6 เดือน จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 รองลงมาคือ รับประทานยาคุมกำเนิดในช่วงระยะเวลา 7 - 12 เดือน จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 รับประทานยาคุมกำเนิดในช่วงระยะเวลา 1 - 3 เดือน จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 และรับประทานยาคุมกำเนิดนานมากกว่า 1 ปี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

ตารางที่ 4.11 จำนวนความถี่และร้อยละของจำนวนแบรนด์ของยาคุมกำเนิดที่กลุ่มตัวอย่างเคยรับประทาน

จำนวนแบรนด์ยาคุมกำเนิด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 แบรนด์	263	65.8
2 แบรนด์	109	27.2
3 แบรนด์	26	6.5
มากกว่า 3 แบรนด์ขึ้นไป	2	0.5
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.11 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รับประทานยาคุมกำเนิดเพียง 1 แบรนด์เท่านั้น จำนวน 263 คน คิดเป็นร้อยละ 65.8 รองลงมาคือ เคยรับประทานยาคุมกำเนิด 2 แบรนด์ จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.2 เคยรับประทานยาคุมกำเนิด 3 แบรนด์ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 และเคยรับประทานยาคุมกำเนิดมากกว่า 3 แบรนด์ขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

4.3 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทาน

4.3.1 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทาน

การวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทาน สามารถวิเคราะห์ได้โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อดูว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอย่างไรต่อปัจจัยด้านคุณภาพการรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Perceived Quality), ปัจจัยด้านราคาของผลิตภัณฑ์ (Price), ปัจจัยด้านรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์ (Packaging), ปัจจัยด้านประสบการณ์เชิงบวกจากการใช้ยาคุมกำเนิด (Positively Past Experience) และปัจจัยด้านคำแนะนำจากบุคลากรทางการแพทย์ (Advice from Medical Professionals) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ ยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง

ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ ยาคุมกำเนิดชนิดรับประทาน	Mean	Std. Deviation	แปลผล
ปัจจัยด้านคุณภาพการรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Perceived Quality)	4.36	.057	มากที่สุด
ปัจจัยด้านราคาของผลิตภัณฑ์ (Price)	4.07	.637	มาก
ปัจจัยด้านรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์ (Packaging)	4.47	.529	มากที่สุด
ปัจจัยด้านประสบการณ์เชิงบวกจากการใช้ยาคุมกำเนิด (Positively Past Experience)	4.60	.508	มากที่สุด
ปัจจัยด้านคำแนะนำจากบุคลากรทางการแพทย์ (Advice from Medical Professionals)	2.18	.724	น้อย

จากตารางที่ 4.12 ปัจจัยด้านคุณภาพการรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Perceived Quality), ปัจจัยด้านรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์ (Packaging) และปัจจัยด้านประสบการณ์เชิงบวกจากการใช้ยาคุมกำเนิด (Positively Past Experience) อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยด้านราคาของผลิตภัณฑ์ (Price) อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก และปัจจัยด้านคำแนะนำจากบุคลากรทางการแพทย์ (Advice from Medical Professionals) อยู่ในระดับเห็นด้วยน้อย

4.3.2 การวิเคราะห์ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ ยาคุมกำเนิดชนิดรับประทาน

การวิเคราะห์ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ ยาคุมกำเนิดชนิดรับประทาน สามารถวิเคราะห์ได้โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยที่มีระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ หรือค่านัยสำคัญ 0.05 โดยทดสอบสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 1 H_0 : คุณภาพการรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Perceived Quality) ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง

H_1 : คุณภาพการรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Perceived Quality) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง

สมมติฐานที่ 2 H_0 : ด้านราคาของผลิตภัณฑ์ (Price) ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง

H_1 : ด้านราคาของผลิตภัณฑ์ (Price) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง

สมมติฐานที่ 3 H_0 : ด้านรูปปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง

H_1 : ด้านรูปปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ (Packaging) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง

สมมติฐานที่ 4 H_0 : ประสบการณ์เชิงบวกจากการใช้ยาคุมกำเนิด (Positively Past Experience) ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง

H_1 : ประสบการณ์เชิงบวกจากการใช้ยาคุมกำเนิด (Positively Past Experience) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง

สมมติฐานที่ 5 H_0 : คำแนะนำจากบุคลากรทางการแพทย์ (Advice from Medical Professionals) ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง

H_1 : คำแนะนำจากบุคลากรทางการแพทย์ (Advice from Medical Professionals) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง

ตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านคุณภาพการรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Perceived Quality) , ปัจจัยด้านราคาของผลิตภัณฑ์ (Price) , ปัจจัยด้านรูปปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ (Packaging) , ปัจจัยด้านประสบการณ์เชิงบวกจากการใช้ยาคุมกำเนิด (Positively Past Experience) และปัจจัยด้านคำแนะนำจากบุคลากรทางการแพทย์ (Advice from Medical Professionals) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง

Model	R	R square	Adjust R square	Std. Error of the Estimate
1	.440 ^a	.194	.183	.438

a. Predictors: (constant) Advise , Packaging , Price , Perceive Quality , Past Experience

จากตารางที่ 4.13 ปัจจัยด้านคุณภาพการรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Perceived Quality) , ปัจจัยด้านราคาของผลิตภัณฑ์ (Price) , ปัจจัยด้านรูปปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ (Packaging) , ปัจจัยด้านประสบการณ์เชิงบวกจากการใช้ยาคุมกำเนิด (Positively Past Experience) และปัจจัยด้านคำแนะนำจากบุคลากรทางการแพทย์ (Advice from Medical Professionals) สามารถทำนายการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิงได้ ร้อยละ 18.3

ตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนของปัจจัยด้านคุณภาพการรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Perceived Quality) , ปัจจัยด้านราคาของผลิตภัณฑ์ (Price) , ปัจจัยด้านรูปปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ (Packaging) , ปัจจัยด้านประสบการณ์เชิงบวกจากการใช้ยาคุมกำเนิด (Positively Past Experience) และปัจจัยด้านคำแนะนำจากบุคลากรทางการแพทย์ (Advice from Medical Professionals) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	18.117	5	3.623	18.921	.000 ^a
	Residual	75.449	394	.191		
	Total	93.566	399			

- Predictors: (constant) Advise , Packaging , Price , Perceive Quality , Past Experience
- Dependent Variable: Purchase Intention

จากตารางที่ 4.14 แสดงให้เห็นว่ามีปัจจัยอย่างน้อย 1 อย่าง (ปัจจัยด้านคุณภาพการรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Perceived Quality) , ปัจจัยด้านราคาของผลิตภัณฑ์ (Price) , ปัจจัยด้านรูปปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ (Packaging) , ปัจจัยด้านประสบการณ์เชิงบวกจากการใช้ยาคุมกำเนิด (Positively Past Experience) และปัจจัยด้านคำแนะนำจากบุคลากรทางการแพทย์ (Advice from Medical Professionals)) ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยวิเคราะห์ได้จากค่า P-value (Sig.) โดยมีค่า P-value (Sig.) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่าค่านัยสำคัญที่ 0.05

ตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของปัจจัยด้านคุณภาพการรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Perceived Quality) , ปัจจัยด้านราคาของผลิตภัณฑ์ (Price) , ปัจจัยด้านรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์ (Packaging) , ปัจจัยด้านประสบการณ์เชิงบวกจากการใช้ยาคุมกำเนิด (Positively Past Experience) และปัจจัยด้านคำแนะนำจากบุคลากรทางการแพทย์ (Advice from Medical Professionals) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง

1	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error			
	(Constant)	3.334	.341		9.790	.000
	Perceive Quality	-.094	.046	-.098	-2.002	.044
	Price	.021	.037	.028	.578	.563
	Packaging	-.015	.043	-.017	-.357	.721
	Past Experience	.402	.049	.422	8.229	.000
	Advise	-.050	.034	-.075	-1.485	.138

a. Dependent Variable: Purchase Intention

จากตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยด้านประสบการณ์เชิงบวกจากการใช้ยาคุมกำเนิด (Positively Past Experience) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ เนื่องจากค่า P-value (Sig.) มีค่าน้อยกว่า 0.05 แต่ปัจจัยคุณภาพการรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Perceived Quality), ปัจจัยด้านราคาของผลิตภัณฑ์ (Price), ปัจจัยด้านรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์ (Packaging)) และปัจจัยด้านคำแนะนำจากบุคลากรทางการแพทย์ (Advice from Medical Professionals) ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์

เมื่อพิจารณาค่า Beta สามารถวิเคราะห์ผลได้ว่า ปัจจัยด้านประสบการณ์เชิงบวกจากการใช้ยาคุมกำเนิด (Positively Past Experience) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญมากที่สุด โดยค่า Beta เท่ากับ 0.402

4.4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 4.16 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
<p>สมมติฐานที่ 1</p> <p>H_0 : คุณภาพการรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Perceived Quality) ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง</p> <p>H_1 : คุณภาพการรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Perceived Quality) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง</p>	ยอมรับ H_0
<p>สมมติฐานที่ 2</p> <p>H_0 : ด้านราคาของผลิตภัณฑ์ (Price) ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง</p> <p>H_1 : ด้านราคาของผลิตภัณฑ์ (Price) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง</p>	ยอมรับ H_0
<p>สมมติฐานที่ 3</p> <p>H_0 : ด้านรูปปลั๊กชันของบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง</p> <p>H_1 : ด้านรูปปลั๊กชันของบรรจุภัณฑ์ (Packaging) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง</p>	ยอมรับ H_0
<p>สมมติฐานที่ 4</p> <p>H_0 : ประสบการณ์เชิงบวกจากการใช้ยาคุมกำเนิด (Positively Past Experience) ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง</p>	ปฏิเสธ H_0

<p>H_1 : ประสบการณ์เชิงบวกจากการใช้ยาคุมกำเนิด (Positively Past Experience) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง</p>	
<p>สมมติฐานที่ 5</p> <p>H_0 : คำแนะนำจากบุคลากรทางการแพทย์ (Advice from Medical Professionals) ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง</p> <p>H_1 : คำแนะนำจากบุคลากรทางการแพทย์ (Advice from Medical Professionals) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง</p>	<p>ยอมรับ H_0</p>

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา “ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานในร้านขายยาของประชากรไทยเพศหญิง” ได้นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาสรุปและอภิปรายผล รวมถึงข้อเสนอแนะในการพัฒนากลยุทธ์สำหรับผู้ประกอบการ และสำหรับงานวิจัยในครั้งต่อไป

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานในร้านขายยาของประชากรไทยเพศหญิง สรุปผลแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

5.1.1 ความเชื่อมั่นของปัจจัยด้านทัศนคติที่มีผลต่อการเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง

ชุดคำถามในหัวข้อของปัจจัยด้านคุณภาพการรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Perceived Quality), ปัจจัยด้านราคาของผลิตภัณฑ์ (Price), ปัจจัยด้านประสบการณ์เชิงบวกจากการใช้ยาคุมกำเนิด (Positively Past Experience), ปัจจัยด้านคำแนะนำจากบุคลากรทางการแพทย์ (Advice from Medical Professionals) และปัจจัย ด้านการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง (Intention to Purchase Oral Contraceptive) มีระดับความสอดคล้องภายในอยู่ในระดับ “ยอมรับได้” จึงถือว่าชุดคำถามมีความน่าเชื่อถือ

5.1.2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงอายุ 26 – 35 ปี จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมาจะเป็นอายุช่วง 18 – 25 ปี มีจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 และช่วงอายุ 36 – 45 ปี มีจำนวนเพียง 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 ส่วนใหญ่จะอยู่ในสถานภาพโสด โดยมีจำนวน 326 คน คิดเป็นร้อยละ 81.5 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน

258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.5 และโดยส่วนมากจะมีพฤติกรรมเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานจากร้านขายยาทั่วไป โดยมีจำนวนคนที่เลือกซื้อ 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.3 ของผู้ตอบแบบสอบถาม

5.1.3 ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานในร้านขายยาของประชากรไทยเพศหญิง

ผลจากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็น ดังนี้

ปัจจัยด้านคุณภาพการรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Perceived Quality)

ปัจจัยด้านคุณภาพการรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Perceived Quality) มีระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.36

ปัจจัยด้านราคาของผลิตภัณฑ์ (Price)

ปัจจัยด้านราคาของผลิตภัณฑ์ (Price) มีระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.07

ปัจจัยด้านรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์ (Packaging)

ปัจจัยด้านรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์ (Packaging) มีระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.47

ปัจจัยด้านประสบการณ์เชิงบวกจากการใช้ยาคุมกำเนิด (Positively Past Experience)

ปัจจัยด้านประสบการณ์เชิงบวกจากการใช้ยาคุมกำเนิด (Positively Past Experience) มีระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.60

ปัจจัยด้านคำแนะนำจากบุคลากรทางการแพทย์ (Advice from Medical Professionals)

ปัจจัยด้านคำแนะนำจากบุคลากรทางการแพทย์ (Advice from Medical Professionals) ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยน้อย มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.18

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานในร้านขายยาของประชากรไทยเพศหญิง พบว่าปัจจัยด้านคุณภาพการรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Perceived Quality) , ปัจจัยด้านราคาของผลิตภัณฑ์ (Price) , ปัจจัยด้านรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์ (Packaging) , ปัจจัยด้านประสบการณ์เชิงบวกจากการใช้ยาคุมกำเนิด (Positively Past Experience) และปัจจัยด้านคำแนะนำจากบุคลากรทางการแพทย์ (Advice from Medical

Professionals) สามารถทำนายการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิงได้ ร้อยละ 18.3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์

ผลการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนของปัจจัยด้านคุณภาพการรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Perceived Quality), ปัจจัยด้านราคาของผลิตภัณฑ์ (Price), ปัจจัยด้านรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ (Packaging), ปัจจัยด้านประสบการณ์เชิงบวกจากการใช้ยาคุมกำเนิด (Positively Past Experience) และปัจจัยด้านคำแนะนำจากบุคลากรทางการแพทย์ (Advice from Medical Professionals) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง พบว่ามีปัจจัยอย่างน้อย 1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง

จากผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณ พบว่าปัจจัยด้านประสบการณ์เชิงบวกจากการใช้ยาคุมกำเนิด (Positively Past Experience) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ แต่ปัจจัยคุณภาพการรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Perceived Quality), ปัจจัยด้านราคาของผลิตภัณฑ์ (Price), ปัจจัยด้านรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ (Packaging)) และปัจจัยด้านคำแนะนำจากบุคลากรทางการแพทย์ (Advice from Medical Professionals) ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานในร้านขายยาของประชากรไทยเพศหญิง” สามารถอภิปรายผลการศึกษาเพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลในการวางแผน และพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด ได้ดังนี้

5.2.1 ปัจจัยด้านทัศนคติในด้านคุณภาพการรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Perceived Quality)

จากผลการศึกษา ปัจจัยด้านทัศนคติในด้านคุณภาพการรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Perceived Quality) ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยคะแนนรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด แต่ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยคุณภาพการรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Perceived Quality) ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ เนื่องจากเมื่อผู้บริโภคมาเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานที่

ร้านขายยา โดยทั่วไปผู้บริโภคจะเลือกจากแบรนด์ที่เคยรับประทานแล้วไม่มีผลข้างเคียงเป็นหลักมากกว่า ในบางครั้งผู้บริโภคอาจหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานมาประกอบการตัดสินใจในการเลือกซื้อ แต่พอซื้อไปรับประทานแล้วเจอผลข้างเคียงของยา เช่น คลื่นไส้ อาเจียน เวียนศีรษะ และไม่มีอารมณ์ทางเพศ เป็นต้น ก็จะทำให้ผู้บริโภคไม่พิจารณาเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานแบรนด์นั้นอีก ถึงแม้ว่าจะเป็นแบรนด์ที่มีคุณภาพสูงมากก็ตาม

5.2.2 ปัจจัยด้านทัศนคติในด้านราคาของผลิตภัณฑ์ (Price)

จากผลการศึกษา ปัจจัยด้านทัศนคติในด้านราคาของผลิตภัณฑ์ (Price) ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยคะแนนรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก แต่ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติในด้านราคาของผลิตภัณฑ์ (Price) ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ เนื่องจากผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพของยาคุมกำเนิดและผลข้างเคียงที่ต่ำมากกว่าราคา ผู้บริโภคจะเลือกซื้อจากแบรนด์ที่เคยรับประทานแล้วไม่มีผลข้างเคียงเป็นหลักมากกว่า

5.2.3 ปัจจัยด้านทัศนคติในด้านรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์ (Packaging)

จากผลการศึกษา ปัจจัยด้านทัศนคติในด้านรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยคะแนนรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด แต่ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติในด้านรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ เนื่องจากผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพของยาคุมกำเนิดและผลข้างเคียงที่ต่ำมากกว่าเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานที่มีรูปลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม น่าดึงดูด

5.2.4 ปัจจัยด้านทัศนคติในด้านประสบการณ์เชิงบวกจากการใช้ยาคุมกำเนิด (Positively Past Experience)

จากผลการศึกษา ปัจจัยด้านทัศนคติในด้านประสบการณ์เชิงบวกจากการใช้ยาคุมกำเนิด (Positively Past Experience) ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยคะแนนรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และจากผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติในด้านประสบการณ์เชิงบวกจากการใช้ยาคุมกำเนิด (Positively Past Experience) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์

เนื่องจากผู้บริโภคจะเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานจากแบรนด์ที่เคยรับประทานแล้วไม่มีผลข้างเคียง เมื่อรับประทานแล้วเกิดความประทับใจก็จะกลายเป็นลูกค้าที่มีความจงรักภักดีต่อแบรนด์ (Loyal Customer) กลับมาซื้อซ้ำและบอกต่อให้คนอื่นๆ มาเลือกใช้สินค้าและบริการต่อไป

5.2.5 ปัจจัยด้านทัศนคติในด้านคำแนะนำจากบุคลากรทางการแพทย์ (Advice from Medical Professionals)

จากผลการศึกษา ปัจจัยด้านทัศนคติในด้านคำแนะนำจากบุคลากรทางการแพทย์ (Advice from Medical Professionals) ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยคะแนนรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยน้อย และจากผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติในด้านคำแนะนำจากบุคลากรทางการแพทย์ (Advice from Medical Professionals) ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 เปอร์เซ็นต์ เนื่องจากยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานที่แพทย์หรือเภสัชกรแนะนำ เมื่อผู้บริโภคซื้อไปรับประทานแล้วเกิดผลข้างเคียงไม่พึงประสงค์ เช่น คลื่นไส้ อาเจียน เวียนศีรษะ และไม่มีอารมณ์ทางเพศ เป็นต้น ก็จะทำให้ผู้บริโภคหยุดยาและไม่พิจารณาเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานแบรนด์นั้นอีก

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการหรือนักการตลาด เพื่อพัฒนากลยุทธ์

ทัศนคติที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิงคือ ประสบการณ์เชิงบวกจากการใช้ยาคุมกำเนิด (Positively Past Experience) ดังนั้นเภสัชกรประจำร้านขายยาจึงควรพิจารณาจากความต้องการและข้อกังวลจากคนไข้เป็นหลัก เพื่อที่จะได้เลือกจ่ายยาให้เหมาะสมกับคนไข้ เช่น หากคนไข้กังวลเรื่องอาการไม่พึงประสงค์ในด้านตัวบวม น้ำหนักขึ้น ควรแนะนำยาคุมกำเนิดชนิดเอสโตรเจนต่ำๆ Yasmin หรือ Yaz ให้คนไข้รับประทาน หากคนไข้ต้องการผลในเรื่องของเพิ่มขนาดหน้าอก ควรแนะนำยาคุมกำเนิด Diane และแนะนำให้คนไข้รับประทานยาคุมกำเนิดในช่วงก่อนนอน ตรงเวลาทุกวันเพื่อลดโอกาสเกิดอาการไม่พึงประสงค์จากยาคุมกำเนิดชนิดรับประทาน

กลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับการดำเนินธุรกิจร้านขายยา

1) กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง

ร้านขายยาต้องสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งในตลาดเพื่อเป็นการดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการ โดยมุ่งเน้นการแนะนำการใช้ยาที่ถูกต้องเหมาะสมมากกว่าจะเน้นขายสินค้า เมื่อลูกค้าได้รับการบริการที่ดีจะเกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการซ้ำ

2) การคัดเลือกสินค้าและสต็อกสินค้าให้เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า

จากงานวิจัยพบว่ายาคุมกำเนิดชนิดรับประทาน 6 แบรินด์แรกที่กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อจากร้านขายยาคือ Yaz, Yasmin, Mercilon, Diane, Synfonia และ Anna ควรหมั่นเติมสต็อกยาเหล่านี้ให้เต็มเพื่อไม่ให้เสียโอกาสในการขาย ส่วนยาคุมกำเนิดที่ไม่มีคนเลือกซื้อเลยคือ Sucee จึงควรสต็อกยาเพียงแค่ 1-2 กล่องเท่านั้นก็เพียงพอ เพื่อรักษากระแสเงินสดหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจ

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

การทำวิจัยครั้งนี้เป็นการทำวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามสำรวจความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างเพศหญิง อายุ 18-45 ปี และมีประสบการณ์ใช้ยาคุมกำเนิดชนิดรับประทาน ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการทำวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) สัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกเพิ่มเติมถึงปัจจัยด้านอื่นๆที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง

บรรณานุกรม

- Biopharm. (2018, August 1). เลือดยาคูมย้งงให้เข้ากับคุณที่สุด. Retrieved October 1, 2022, from <https://biopharm.co.th/เลือดยาคูมย้งงให้เข้า/>
- Dhruv Grewal, R. Krishnan, Julie Baker. (1998). The Effect of Store Name, Brand Name and Price Discounts on Consumers' Evaluations and Purchase Intentions.
- Diane M Duffy and David F Archer. (2018). Female Contraception.
- Hfocus. (2022, July 11). ไทยเผยตัวเลข “ท้องไม่พร้อม” ลดลง! แต่ยังมีปัญหาพื้นที่ห่างไกล
คุมกำเนิดผิดวิธี. Retrieved October 1, 2022, from <https://www.hfocus.org/content/2022/07/25485>
- Julie C.Harper. (2016). Use of Oral Contraceptives for Management of Acne Vulgaris Practical Considerations in Real World Practice.
- Michal Herzenstein, Sanjog Misra, Steven S. Posavac. (2004). How Consumers' Attitudes Toward Direct-to-Consumer Advertising of Prescription Drugs Influence AD Effectiveness, and Consumer and Physician Behavior.
- Paula J Adams Hillard. (2021). Diagnosis and Treatment of Polycystic Ovary Syndrome in Adolescent.
- Shiftman, Leon G; & Kanuk, Leslie Lazar. (1994) consumer behavior. 5th ed. New Jersey: Prentice-Hall. Siti Nurafifah Jaafar, Pan Ein Lalp, Mohaini Mohamed Naba. Consumers' Perceptions, Attitudes and Purchase Intention towards Private Label Food Products in Malaysia.
- Vinicius Lins Ferreira, Cassia Rita Pereira da Veiga, Claudineia Kudlawicz-Franco. (2017). Generic drugs in times of economic crisis: Are there changes in consumer purchase intention?.
- Wanpen Puttanont. วันคุมกำเนิดโลก 26 กันยายน คนไทยทุกสิทธิใช้บริการคุมกำเนิด ทำหมันฟรี. Retrieved October 1, 2022, from <https://www.thebangkokinsight.com/news/politics-general/general/955371/>
- Wayne D.Hoyer, Deborah J. MacInnis and Rik Pieters. (2012). Consumer Behavior. 6th ed.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). สถิติสำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- กฤตินี ทักษิณวิสุทธิ. (2563). ปัจจัยของทัศนคติที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้ถุงยางอนามัย.
- ฐานยา แดงเจริญ. (2010). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อยาเม็ดคุมกำเนิดในร้านวัต สันในเขตกรุงเทพมหานคร. Retrieved October 15, 2022, from http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Mark/Thanya_D.pdf
- ปรีดี นกุลสมปรารถนา. (2021, October 7). กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Consumer Buying Process). Retrieved October 25, 2022, from <https://www.popticles.com/marketing/consumer-buying-process/>
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯบริษัทธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่.

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานในร้านขายยาของ
ประชากรไทยเพศหญิง

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิจัยการศึกษาปริญญาโท วิทยาลัยการ
จัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อยาเม็ด
คุมกำเนิดชนิดรับประทานในร้านขายยาของประชากรไทยเพศหญิง
2. ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามจะถูกเก็บเป็นความลับ โดยไม่มีการเปิดเผยข้อมูลส่วน
บุคคลแต่อย่างใด
ทางผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ให้สมบูรณ์ตามความเป็น
จริงและตรงตามความคิดเห็นของท่านให้มากที่สุด สุดท้ายนี้ทางผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุก
ท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรอง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการซื้อยาคุมกำเนิดในร้านขายยา

ส่วนที่ 4 ทัศนคติของผู้บริโภค

- 4.1 ด้านคุณภาพการรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Perceived Quality) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยา
คุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง
- 4.2 ด้านราคาของผลิตภัณฑ์ (Price) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทาน
ของประชากรไทยเพศหญิง
- 4.3 ด้านรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิด
รับประทานของประชากรไทยเพศหญิง
- 4.4 ด้านประสบการณ์เชิงบวกจากการใช้ยาคุมกำเนิด (Positively Past Experience) ที่ส่งผลต่อการ
ตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง

4.5 ด้านคำแนะนำจากบุคลากรทางการแพทย์ (Advice from Medical Professionals) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง

4.6 การตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง (Intention to Purchase Oral Contraceptive)

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรอง (Screening)

1. ท่านเป็นเพศหญิงอายุมากกว่าหรือเท่ากับ 18 ปี และมีประสบการณ์ใช้ยาคุมกำเนิดรับประทานหรือไม่
 - ใช่
 - ไม่ใช่ (จบแบบสอบถาม)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ตอบ 1 ข้อเท่านั้น)

1. อายุ
 - 18-25 ปี
 - 26-35 ปี
 - 36-45 ปี
2. สถานภาพสมรส
 - โสด
 - สมรส
 - หย่าร้าง
3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
 - ต่ำกว่า 20,000 บาท
 - 20,001- 40,000 บาท
 - 40,001 - 60,000 บาท
 - 60,001 – 80,000 บาท
 - มากกว่า 80,001 บาท
4. ระดับการศึกษาสูงสุด
 - สำเร็จการศึกษาค่ำกว่าระดับปริญญาตรี
 - สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี
 - สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท – ปริญญาเอก

5. อาชีพ

- นิสิต นักศึกษา
- พนักงานบริษัทเอกชน
- ข้าราชการ / พนักงานภาครัฐวิสาหกิจ
- ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ / ค้าขาย
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการซื้อยาคุมกำเนิดในร้านขายยา

1. ปัจจุบันท่านเลือกใ้ยาคุมกำเนิดยี่ห้อใดบ่อยที่สุด (ตอบ 1 ชื่อเท่านั้น)

- Anna
- Annylyn
- Diane -35
- Diora
- Exluton
- Marvelon
- Mercilon
- Melodia
- OC – 35
- Preme
- Sucee
- Synfonia
- Yasmin
- Yaz
- อื่นๆ(โปรดระบุ)

2. วัตถุประสงค์ในการซื้อยาเม็ดคุมกำเนิดของท่านคือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- คุมกำเนิด
- รักษาสิว , ผิวหน้ามัน
- ลดอาการก่อนมีประจำเดือน เช่น หงุดหงิด ซึมเศร้า บวมน้ำ เจ็บบริเวณเต้านม ปวดหลัง เป็นต้น
- รักษาโรคถุงน้ำในรังไข่
- อื่นๆ(โปรดระบุ)

3. ท่านซื้อยาเม็ดคุมกำเนิดจากแหล่งใด
- ร้านขายยาทั่วไป
 - ร้านขายยา Chain store เช่น บุก วัดสัน ฟาสลีโน
 - แพทย์สั่งให้จากคลินิกหรือโรงพยาบาล
4. ท่านรับประทานยาคุมกำเนิดมานานแค่ไหน
- 1-3 เดือน
 - 4-6 เดือน
 - 7-12 เดือน
 - มากกว่า 1 ปี
5. ท่านเคยรับประทานยาคุมกำเนิดมาแล้วกี่แบรนด์
- 1 แบรนด์
 - 2 แบรนด์
 - 3 แบรนด์
 - มากกว่า 3 แบรนด์ขึ้นไป

ส่วนที่ 4 ทักษะคิดของผู้บริโภค

4.1 ด้านคุณภาพการรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Perceived Quality) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย X ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด
โดย 1 = น้อยที่สุด , 2 = น้อย , 3 = ปานกลาง , 4 = มาก , 5 = มากที่สุด

	ระดับความคิดเห็น				
	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
1. ท่านคิดว่าคุณภาพผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญเมื่อท่านตัดสินใจซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทาน					

2. สิ่งสำคัญสำหรับท่านคือการเลือกซื้อเฉพาะสินค้าคุณภาพสูงเท่านั้น					
3. ท่านคิดว่าฉลากยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานควรแสดงปริมาณส่วนประกอบของตัวยาสำคัญที่ชัดเจน					
4. ท่านคิดว่ายาคุมกำเนิดชนิดรับประทานที่วางจำหน่ายในร้านขายยาเป็นสินค้าคุณภาพดี					

4.2 ด้านราคาของผลิตภัณฑ์ (Price) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย X ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

โดย 1 = น้อยที่สุด , 2 = น้อย , 3 = ปานกลาง , 4 = มาก , 5 = มากที่สุด

	ระดับความคิดเห็น				
	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
1. ท่านคิดว่าราคาเป็นสิ่งสำคัญเมื่อท่านตัดสินใจซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทาน					
2. ท่านมีการเปรียบเทียบราคาของยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานในแต่ละแบรนด์ก่อนตัดสินใจซื้อ					
3. ท่านคิดว่าราคาของยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานที่					

วางจำหน่ายในร้านขายยาที่มี ความสมเหตุสมผล					
4. ราคาของยาคุมกำเนิดชนิด รับประทานที่วางจำหน่ายใน ร้านขายยามีราคาต่ำกว่าราคาที่ แสดงไว้ข้างกล่อง					

4.3 ด้านรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิด
รับประทานของประชากรไทยเพศหญิง
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย X ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด
โดย 1 = น้อยที่สุด , 2 = น้อย , 3 = ปานกลาง , 4 = มาก , 5 = มากที่สุด

	ระดับความคิดเห็น				
	น้อย ที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
1. บรรจุภัณฑ์ของยาคุมกำเนิด ชนิดรับประทานที่ดีควรมีการ แสดงปริมาณด้วยสำคัญและ ส่วนประกอบ					

4.4 ด้านประสบการณ์เชิงบวกจากการใช้ยาคุมกำเนิด (Positively Past Experience) ที่ส่งผลต่อการ
ตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย X ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด
โดย 1 = น้อยที่สุด , 2 = น้อย , 3 = ปานกลาง , 4 = มาก , 5 = มากที่สุด

	ระดับความคิดเห็น
--	------------------

	น้อย ที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
1. ท่านมีความรู้และมี ประสบการณ์ในการใช้ยา คุมกำเนิด					
2. ท่านซื้อยาคุมกำเนิดชนิด รับประทานทุกเดือน					
3. ท่านรับประทานยาคุมกำเนิด ยี่ห้อเดิมทุกครั้ง					
4. ท่านคิดว่ายาคุมกำเนิดชนิด รับประทานมีประสิทธิภาพใน การคุมกำเนิดดีกว่าการใช้ ถุงยางอนามัย					

4.5 ด้านคำแนะนำจากบุคลากรทางการแพทย์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาคุมกำเนิดชนิด
รับประทานของประชากรไทยเพศหญิง
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย X ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด
โดย 1 = น้อยที่สุด , 2 = น้อย , 3 = ปานกลาง , 4 = มาก , 5 = มากที่สุด

	ระดับความคิดเห็น				
	น้อย ที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
1. ข้อมูลจากการโฆษณาช่วย ให้ท่านเข้าใจข้อมูลมากกว่า การไปปรึกษาบุคลากรทาง การแพทย์					
2. ข้อมูลจากการโฆษณาทำให้ ท่านได้ทราบข้อมูลใหม่ๆ					

3. ข้อมูลจากการโฆษณาทำให้ ท่านได้ทราบข้อมูลยาที่ เพียงพอและนำข้อมูลนั้นไป ปรึกษานุเคราะห์ทางการแพทย์					
4. ท่านไม่ได้ปรึกษานุเคราะห์ ทางการแพทย์เกี่ยวกับโฆษณา					

4.6 การตัดสินใจเลือกซื้อยากุมกำเนิดชนิดรับประทานของประชากรไทยเพศหญิง
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย X ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด
โดย 1 = น้อยที่สุด , 2 = น้อย , 3 = ปานกลาง , 4 = มาก , 5 = มากที่สุด

	ระดับความคิดเห็น				
	น้อย ที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
1. ท่านมีแนวโน้มที่จะเลือกซื้อยา กุมกำเนิดชนิดรับประทานเมื่อ มีเพศสัมพันธ์					
2. ท่านพิจารณาการซื้อยา กุมกำเนิดชนิดรับประทานเมื่อ มีเพศสัมพันธ์					
3. ท่านตั้งใจจะซื้อยากุมกำเนิด ชนิดรับประทานเมื่อมี เพศสัมพันธ์					

ประวัติผู้วิจัย