

ชื่อเรื่อง	: ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาเม็ดคุมกำเนิดจากร้านขายยาของสตรีวัยเจริญพันธุ์ในเขตกรุงเทพมหานคร
ผู้เขียน	: จุติภักดิ์ แซ่แผ้ว, พิมลา คล้ายวันเพ็ญ, ชนิศา ฝ่ายจันทร์
ประธานที่ปรึกษา	: รองศาสตราจารย์ ดร.กัลยา วาณิชยปัญญา
ประเภทสารนิพนธ์	: การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2550

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาเม็ดคุมกำเนิดของสตรีวัยเจริญพันธุ์จากร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาในปัจจัยการตลาดทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ สตรีวัยเจริญพันธุ์ที่มีอายุอยู่ระหว่าง 18 – 49 ปี จำนวน 388 คน โดยจำแนกตามอายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ต่อเดือน และระดับการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาเม็ดคุมกำเนิด ซึ่งลักษณะของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน โดยตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ต่อเดือน ระดับการศึกษา เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับปัจจัยการตลาดที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อยาเม็ดคุมกำเนิดจากร้านขายยารวม 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) และตอนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อยาเม็ดคุมกำเนิดจากร้านขายยา เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of variance), สถิติทดสอบเอฟ (F-test), สถิติทดสอบเวลช์ (Welch Test) และใช้วิธีการทดสอบความแตกต่างระหว่างคู่ ด้วยวิธีการของเชฟเฟ้ (Scheffe') และ ดันเนต (Dunnett)

ผลของการศึกษาค้นคว้าพบว่า

1. ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 23 – 27 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ไม่มีบุตร สถานภาพโสด มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน โดยมีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,001 – 15,000 บาท

2. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกซื้อยาเม็ดคุมกำเนิด

สำหรับพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกซื้อยาเม็ดคุมกำเนิดของสตรีวัยเจริญพันธุ์จากร้านขายยา ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างเริ่มใช้วิธีการคุมกำเนิดครั้งแรกเมื่ออายุ 22 ปี โดยเฉลี่ย โดยวิธีการคุมกำเนิดที่กลุ่มตัวอย่างเคยใช้มากที่สุด คือ วิธีการทำหมัน (หมันหญิงและหมันชาย) กลุ่มตัวอย่างเริ่มรับประทานยาเม็ดคุมกำเนิดครั้งแรกเมื่ออายุ 23 ปี โดยเฉลี่ย โดยกลุ่มตัวอย่างได้รับการแนะนำการใช้ยาเม็ดคุมกำเนิดแรกจากเพื่อน/ญาติ/คนรัก หรือสามีมากที่สุด รองลงมาคือ จากร้านขายยา ซึ่งร้านขายยาที่กลุ่มตัวอย่างใช้บริการเป็นประจำมากที่สุด เป็นร้านขายยาที่ใกล้บ้านที่ทำงาน ด้านความสม่ำเสมอในการรับประทานยาเม็ดคุมกำเนิด พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่แต่งงานแล้วรับประทานยาเม็ดคุมกำเนิดสม่ำเสมอมากที่สุด ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสดรับประทานยาเม็ดคุมกำเนิดไม่สม่ำเสมอมากที่สุด

ในด้านความรู้เรื่องการคุมกำเนิด พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับความรู้เรื่องการคุมกำเนิดจากเพื่อน/ญาติ/คนในครอบครัว/แฟน มากที่สุด

3. สำหรับปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ส่วนปัจจัยด้านราคาและปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 3 และ 4 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

3.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ การมีเอกสารกำกับยาบอกวิธีการรับประทานอย่างชัดเจน แผงยามีวันที่บอกซึ่งช่วยเตือนความทรงจำทำให้ไม่ลืมกินยา ภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัทผู้ผลิต/ผู้จัดจำหน่าย ชื่อยาสามารถจดจำได้ง่าย เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลในระดับมาก ส่วนบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลในระดับปานกลาง

3.2 ปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ราคาถูกกว่าการคุมกำเนิดวิธีอื่น และราคามีความเหมาะสม เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลในระดับมาก ส่วนราคาถูกกว่ายาเม็ดคุมกำเนิดยี่ห้ออื่น เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลในระดับปานกลาง

3.3 ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดความสะดวกในการซื้อหา และสถานที่ตั้งของร้านขายยาเหมาะสมและสะดวกในการเดินทาง เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลในระดับมาก ส่วนการใช้ระยะเวลาเดินทางมาซื้อยาที่ร้านยามากเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลปานกลาง

3.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า การที่สามารถสอบถามข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์จากศูนย์บริการข้อมูลได้ง่าย และการให้ความรู้อื่นที่เกี่ยวข้องกับการคุมกำเนิดอย่างสม่ำเสมอ เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลในระดับมาก ส่วนการมีการประชาสัมพันธ์ถึงผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง และมีดารา/นักร้อง/นางแบบที่โด่งดังเป็นที่รู้จักมาเป็นพรีเซ็นเตอร์ เป็นสิ่งที่มีอิทธิพลในระดับปานกลาง

4. จากผลการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาเม็ดคุมกำเนิดของสตรีวัยเจริญพันธุ์จากร้านขายยา ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และรวมทุกด้านจำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ปรากฏผลดังนี้

4.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีการการศึกษาต่างกัน มีความเห็นในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี กับกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา ระดับ ป.ว.ส. และ ป.ว.ช. มีความเห็นด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน

4.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีความเห็นในด้านปัจจัยด้านราคา และด้านการจัดจำหน่ายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุในช่วง 23 – 27 ปี กับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วง 36 – 49 ปี มีความเห็นด้านราคาแตกต่างกัน และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุในช่วง 23 – 27 ปี กับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุอยู่ในช่วง 28 – 45 ปี มีความเห็นด้านการจัดจำหน่ายแตกต่างกัน

4.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความเห็นในด้านปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ไม่น้อยกว่า 5,000 บาท กับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้อยู่ในช่วง 5,001 – 15,000 บาท, กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ไม่น้อยกว่า 5,000 บาท กับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ในช่วง 15,001 – 25,000 บาท, กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ไม่น้อยกว่า 5,000 บาท กับกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 25,001 บาท มีความเห็นด้านการส่งเสริมการขายแตกต่างกัน