

การศึกษาตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ปริญญาโท
ของ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจศึกษา

ตุลาคม 2543

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

๒๕๓.๑๑/๒๕๓

๗๒๕๖

๖๕

การศึกษาตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

บทคัดย่อ

ของ

ชุลีพร ลักษณะนาพิพัฒน์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจศึกษา

ตุลาคม 2543

ชูลีพร ลักษณะพัฒนา (2543). การศึกษาตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร. ปริญญาโท. กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. คณะกรรมการควบคุม : รองศาสตราจารย์ ดร. บุญเชิด ภิญโญอนันตพงษ์, รองศาสตราจารย์ สำอางค์ งามวิชา.

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ แบบการศึกษาความสัมพันธ์ โดยมีจุดมุ่งหมายหลักเพื่อศึกษาว่าตัวแปรใดมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ตามทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบวัด 7 ชุด คือแบบวัดเจตคติ แบบวัดความเชื่อ แบบวัดการประเมิน แบบวัดการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง แบบวัดความเชื่อกลุ่มอ้างอิง แบบวัดแรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และแบบวัดความตั้งใจ โดยมีความเชื่อมั่นระหว่าง .8633 ถึง .9737 ความเชื่อมั่นรวมเท่ากับ .9735 กลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล คณะเกษตรศาสตร์บางพระและวิทยาเขตจันทบุรี จำนวน 348 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การหาค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน การหาค่าความสัมพันธ์สหสัมพันธ์ และการถดถอยพหุคูณ และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA)

ผลการวิจัย สรุปได้ดังนี้

1. เจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเท่ากับ .420 และ .550 ตามลำดับ มีความสัมพันธ์พหุคูณกับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เท่ากับ .604 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 รวมทั้งสามารถอธิบายหรือทำนายความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรได้ร้อยละ 36.4

2. ตัวแปรที่ใช้ศึกษาทุกตัวแปรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 มีพิสัยตั้งแต่ .194 ถึง .586 โดยมีความสัมพันธ์กับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางอ้อมในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรสูงสุดเท่ากับ .586 และมีความสัมพันธ์กับการประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรต่ำสุดเท่ากับ .194

3. เจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร การประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และแรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร มีค่าสหสัมพันธ์สหสัมพันธ์พหุคูณกับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเท่ากับ .650 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และสามารถทำนายความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรได้ร้อยละ 41.2 ค่าน้ำหนักความสำคัญเชิงสัมพัทธ์ของตัวแปรทำนายทั้ง 6 ตัวแปร ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร มีทั้งค่าบวกและค่าลบ โดยตัวแปรทำนายที่ส่งผลในทางบวก 4 ตัวแปร และส่งผลทางลบ 2 ตัวแปร ตัวแปรที่ส่งผลมากที่สุด คือ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ส่งผล 34.07 % รองลงมา คือ ความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรแรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและการประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรส่งผล 31.38 % , 19.29 % , 14.16 % , -0.98 % และ -0.12 % ตามลำดับ

4. นักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล คณะเกษตรศาสตร์บางพระและวิทยาเขตจันทบุรี กลุ่มที่มีความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรแตกต่างกัน มีเจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร แรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และมีการประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

A STUDY OF VARIABLES RELATED TO THE INTENTION OF USING
HERBAL PRODUCTS

AN ABSTRACT
BY
CHULEEPORN LAKHANAPIPAT

Presented in partial fulfillment of the requirements for the
Master of Education degree in Business Education
at Srinakharinwirot University

October 2000

Chuleeporn Lakhanapipat. (2000). "A Study of Variables Related to the Intention of Using Herbal Products" Master's Thesis, M.Ed. (Business Education). Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisory Committee : Assoc. Prof. Dr. Boonchird Pinyoanuntaphong, and Assoc. Prof. Samang Ngamvicha.

The purpose of this survey research was to study the variables related to the intention in using herbal products based on the Theory of Reasoned Reaction. The data were gathered through 7 subtests : Attitude Test, Belief Test, Evaluation Test, Subjective Norm Test, Normative Belief Test, Motivation Norm Test, and Intention Test. The Tests had reliabilities in the range between .8633 to .9737, and the total reliability of .9735. The sample used in this research included 348 students in the Faculty of Agriculture, Bang Phra Campus and Chanthaburi Campus, Rajamangkala Institute of Technology. The statistics used for analyzing the data were Pearson's Product Moment Correlation, multiple correlation and regression analysis, and one-way ANOVA.

The research results were summarized as follows :-

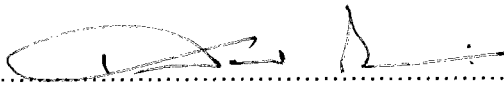
1. The attitude towards using herbal products and the subjective norm of using herbal products had relationship to the intention in using herbal products of .420 and .550 respectively, and the multiple relationship to the intention in using herbal products of .604, with statistical significance at the .001 level; and the prediction coefficient was 36.4
2. All variables used in this study had positive relationship to the intention in using herbal products with statistical significance at the .001 level in the range between .194 to .586, by which the subjective norm in using herbal products had the highest relationship of .586, and the evaluation in using herbal products had the lowest relationship of .194.
3. The attitude towards using herbal products, the belief in using herbal products, the evaluation in using herbal products, the subjective norm in using herbal products, the normative belief in using herbal products, and the motivation norm in using herbal products had the multiple correlation coefficient to the intention in using the herbal products of .650, and with statistical significance at the .001 level, and the prediction coefficient was 41.2. The relative significant weights of the 6 predictive variables that affected the intention in using herbal products were both positive and negative. There was 4 positive predictive variables and 2 negative predictive variables. The most positive variable was to the subjective norm in using herbal products of 34.07 %, and the normative belief in using herbal products with the value of 31.38 %, the attitude towards using herbal of 19.29 %, and the motivation norm in using herbal products of 14.16 % respectively ; while the negative predictive variable were the belief in using herbal products and the evaluation in using herbal products with the values of -0.98 % and -0.12 % respectively.
4. The students in the Faculty of Agriculture, Bang Phra Campus and Chanthaburi Campus, Rajamangkala Institute of Technology, with difference intentions in using herbal products had attitudes towards using herbal product, the beliefs in using herbal products, the subjective norms in using herbal products, and the motivation norms in using herbal products with statistically significant difference at the .001 level ; and had the evaluation in using herbal products with statistically significant difference at the .01 level.

ปริญญาบัตร
เรื่อง

การศึกษาตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ของ
นางสาวชุลีพร ลักขณาพิพัฒน์

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจศึกษา
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(ศาสตราจารย์ ดร.เสริมศักดิ์ วิศาลาภรณ์)

วันที่ เดือนตุลาคม พ.ศ. 2543

คณะกรรมการสอบปริญญาบัตร

ประธาน
(รองศาสตราจารย์ ดร.บุญเชิด ภิญโญนนตพงษ์)

กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ สำอางค์ งามวิชา)

กรรมการที่แต่งตั้งเพิ่มเติม
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุพีร์ ลิ้มไทย)

กรรมการที่แต่งตั้งเพิ่มเติม
(รองศาสตราจารย์ สุวัฒน์ วัฒนวงศ์)

ประกาศคุณูปการ

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้เนื่องจากผู้วิจัยได้รับความกรุณาอย่างดียิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร.บุญเชิด ภิญโญอนันตพงษ์ รองศาสตราจารย์สาอังกค์ งามวิชา ประธาน และกรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพีร์ ลี้มไทย และรองศาสตราจารย์ สุวัฒน์ วัฒนวงศ์ กรรมการที่แต่งตั้งเพิ่มเติม ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำช่วยเหลือและแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนทำให้ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์นิภา ศรีไพโรจน์ อาจารย์ชวลิต รวยอาจิณ และอาจารย์สิริฐฎากร ชูทรัพย์ ที่กรุณาตรวจและให้คำแนะนำต่าง ๆ เพื่อการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณ คณาจารย์ในภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร ทุกท่านที่ประสิทธิประสาทความรู้ ตลอดจนประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้วิจัย อีกทั้งให้กำลังใจและความเมตตาด้วยดีเสมอมา

ขอขอบพระคุณอาจารย์วรรณ อาจณรงค์ คณาจารย์และนักศึกษาศาสนาบันเทคโนโลยีราชมงคล คณะเกษตรศาสตร์บางพระ และวิทยาเขตจันทบุรี ที่กรุณาให้การสนับสนุน รวมทั้งความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณ พี่ ๆ เพื่อน ๆ น้อง ๆ วิชาเอกธุรกิจศึกษา อาจารย์ภักวี ชลวัฒน์นะ และพี่ ๆ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์และธุรกิจเกษตร ที่ให้ความช่วยเหลือและกำลังใจที่เต็มเปี่ยม

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อวิสันต์ ผู้ล่วงลับ คุณแม่กาญจนา และพี่ ๆ น้อง ๆ ที่น่ารักทุกคนที่เป็นกำลังใจและให้ความห่วงใยเสมอมา

คุณค่าและประโยชน์ของปริญญานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณของบิดา มารดา ครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่านที่มีส่วนสนับสนุนให้ผู้วิจัยประสบผลสำเร็จก้าวหน้าจนถึงปัจจุบัน

ชุลีพร ลักขณาพิพัฒน์

สารบัญ

บทที่		หน้า
1	บทนำ.....	1
	ภูมิหลัง.....	1
	ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า.....	4
	ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า.....	4
	ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า.....	5
	นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
	กรอบแนวคิดของการศึกษาค้นคว้า.....	8
	สมมุติฐานของการศึกษาค้นคว้า.....	9
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สมุนไพร.....	10
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์สมุนไพร.....	20
	ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล.....	21
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล.....	32
	การตลาดและส่งเสริมการตลาด.....	36
3	วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า.....	47
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	47
	เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า.....	48
	วิธีดำเนินการสร้างเครื่องมือ.....	48
	วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	54
	ขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	55
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	58
	สัญลักษณ์และอักษรย่อของการวิเคราะห์ข้อมูล.....	58
	เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน.....	59
	การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	59

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5	
สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	109
ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า.....	109
สมมุติฐานในการศึกษาค้นคว้า.....	109
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	110
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า.....	110
วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	111
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	111
อภิปรายผล.....	115
ข้อเสนอแนะ.....	117
บรรณานุกรม.....	118
ภาคผนวก.....	122
ภาคผนวก ก.....	123
ภาคผนวก ข.....	128
ภาคผนวก ค.....	138
ภาคผนวก ง.....	152
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	154

บัญชีตาราง

ตาราง		หน้า
1	การศึกษาเจตคติของผู้หญิงในการใช้ยาเม็ดคุมกำเนิด.....	29
2	เกณฑ์การให้คะแนนของแบบวัดตัวแปรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร...	54
3	ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของเจตคติต่อการ ใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร จำแนกตามประเภทต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์สมุนไพร ของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล คณะเกษตรศาสตร์บางพระและวิทยาเขตจันทบุรี.....	60
4	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณของเจตคติทางตรงต่อใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางตรงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรกับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร.....	61
5	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณของเจตคติทางอ้อมต่อใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางอ้อมในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรกับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร.....	63
6	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายระหว่างตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร.....	65
7	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณค่าน้ำหนักความสำคัญสัมพัทธ์และค่าเปอร์เซ็นต์ส่งผลกระทบระหว่างตัวแปรทำนายกับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร.....	66
8	การเปรียบเทียบเจตคติต่อการ ใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรประเภทต่าง ๆ ตามกลุ่มที่ไม่มี ความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร.....	68
9	การทดสอบความแตกต่างของเจตคติต่อการ ใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ของกลุ่มที่ไม่มี ความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร.....	70
10	การเปรียบเทียบความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรประเภทต่าง ๆ จำแนกตามกลุ่มที่ไม่มี ความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร.....	72
11	การทดสอบความแตกต่างของความเชื่อที่เกี่ยวกับผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ของกลุ่มที่ไม่มี ความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร.....	76

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
20 แสดงความถี่ของพฤติกรรมเดี่ยวเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร.....	124
21 แสดงความถี่ของความเชื่อเด่นชัดเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร.....	125
22 แสดงความถี่ของกลุ่มอ้างอิงเด่นชัดเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร.....	126
23 แสดงความถี่ของคำคุณศัพท์ที่เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร.....	127
24 แสดงค่าอำนาจจำแนกรายข้อของแบบวัดความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร.....	129
25 แสดงความสอดคล้องรายข้อกับคะแนนรวมทั้งฉบับของแบบวัดเจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (A_{Bi}) ของนักศึกษาศาสนาบัณฑิตเทคโนโลยีราชมงกล คณะเกษตรศาสตร์ บางพระ และวิทยาเขตจันทบุรี โดยหาค่าสหสัมพันธ์ Item – total correlation ของเพียร์สัน.....	131
26 แสดงความสอดคล้องรายข้อกับคะแนนรวมทั้งฉบับของแบบวัดความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (b_i) ของนักศึกษาศาสนาบัณฑิตเทคโนโลยีราชมงกล คณะเกษตรศาสตร์บางพระ และวิทยาเขตจันทบุรี โดยหาค่าสหสัมพันธ์ Item – total correlation ของเพียร์สัน.....	132
27 แสดงความสอดคล้องรายข้อกับคะแนนรวมทั้งฉบับของแบบวัดการประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (e_i) ของนักศึกษาศาสนาบัณฑิตเทคโนโลยีราชมงกล คณะเกษตรศาสตร์บางพระ และวิทยาเขตจันทบุรี โดยหาค่าสหสัมพันธ์ Item – total correlation ของเพียร์สัน.....	133
28 แสดงความสอดคล้องรายข้อกับคะแนนรวมทั้งฉบับของแบบการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (SN_i) ของนักศึกษาศาสนาบัณฑิตเทคโนโลยีราชมงกล คณะเกษตรศาสตร์บางพระ และวิทยาเขตจันทบุรี โดยหาค่าสหสัมพันธ์ Item – total correlation ของเพียร์สัน.....	134
29 แสดงความสอดคล้องรายข้อกับคะแนนรวมทั้งฉบับของแบบวัดความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (NB_i) ของนักศึกษาศาสนาบัณฑิตเทคโนโลยีราชมงกล คณะเกษตรศาสตร์บางพระ และวิทยาเขตจันทบุรี โดยหาค่าสหสัมพันธ์ Item – total correlation ของเพียร์สัน.....	135
30 แสดงความสอดคล้องรายข้อกับคะแนนรวมทั้งฉบับของแบบวัดแรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (Mc_i) ของนักศึกษาศาสนาบัณฑิตเทคโนโลยีราชมงกล คณะเกษตรศาสตร์บางพระ และวิทยาเขตจันทบุรี โดยหาค่าสหสัมพันธ์ Item – total correlation ของเพียร์สัน.....	136
31 แสดงความสอดคล้องรายข้อกับคะแนนรวมทั้งฉบับของแบบวัดความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (I_i) ของนักศึกษาศาสนาบัณฑิตเทคโนโลยีราชมงกล คณะเกษตรศาสตร์บางพระ และวิทยาเขตจันทบุรี โดยหาค่าสหสัมพันธ์ Item – total correlation ของเพียร์สัน.....	137

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 ภาพกรอบแนวคิดในการทำวิจัย.....	8
2 ภาพแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ในทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล.....	23
3 ภาพแสดงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดรูปแบบของพฤติกรรมผู้ซื้อ.....	40
4 ภาพแสดงผังความสัมพันธ์ขั้นพื้นฐานบางประการเกี่ยวกับโมเดลทัศนคติที่มีต่องาน โฆษณา.....	43
5 ภาพแสดงขั้นตอนของกระบวนการซื้อ.....	44
6 ภาพแสดงลำดับขั้นของการสร้างแบบวัดตัวแปรต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจใน การใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร.....	53
7 ภาพแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติทางตรงและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางตรง กับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร.....	62
8 ภาพแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติทางอ้อมและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางอ้อม กับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร.....	64

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

การพัฒนาประเทศในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการขยายตัวทางอุตสาหกรรมและบริการ การขยายตัวของระบบสาธารณสุขไปโรค การติดต่อสื่อสารและการคมนาคม อีกทั้งอิทธิพลของประเทศตะวันตกที่เข้ามาส่งผลให้ประชาชนมีวิถีชีวิต พฤติกรรมสุขภาพ รูปแบบการรับประทานอาหาร และรูปแบบความต้องการบริการสาธารณสุขที่เปลี่ยนแปลงไป (สำนักนโยบายและแผนสาธารณสุข. 2539 : 1) สิ่งแวดล้อมและอาหารการกิน สิ่งแวดล้อมมีผลภาวะมากเกิดจากการเปลี่ยนเป็นสังคมแบบอุตสาหกรรม โรงงานปล่อยน้ำเสีย โลหะหนักต่าง ๆ เช่น ตะกั่วปรอท ความร้อน ควีน ไอพิช น้ำเสีย การเกษตรสมัยใหม่ที่ใช้สารเคมีมาก การใช้ชีวิตเร่งรีบแย่งกันทำมาหากินนำความเครียดและวิตกกังวลมาให้ การโยกโยยเหล่านั้นทำให้ผู้คนเจ็บป่วยด้วยโรคต่าง ๆ แก่เกินวัยและอายุสั้น (ภักดี โพธิศิริ. 2540 : 193) จวบจนปัจจุบัน การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ดังกล่าว ก็ส่งผลให้ประชาชนมีการศึกษาสูงขึ้น ความเจริญและความก้าวหน้าในวิทยาการต่าง ๆ กระตุ้นให้ประชาชนตระหนักถึงสถานการณ์ที่เกิดขึ้นต่อสุขภาพของตนและหันมาใส่ใจกับการดูแลสุขภาพกันมากขึ้น จนกระทั่งเกิดเป็นกระแสตื่นตัวในการดูแลสุขภาพของตนเอง ซึ่งมีแนวโน้มดังต่อไปนี้ คือ 1) ประชาชนเกิดความเคยชินในการรับผิดชอบต่อสุขภาพตนเอง 2) การรักษาดตนเองโดยไม่ต้องอาศัยความชำนาญเฉพาะทาง และ 3) การรักษาสุขภาพแบบให้เน้นการป้องกันมากกว่าการรักษา (ยุทธนา ธรรมเจริญ . 2539 : 54)

ในยุคนี้ คนจึงสนใจดูแลสุขภาพของตนเองมากขึ้น และสังคมเปลี่ยนแปลงไป เป็นสังคมที่ต้องการซื้อทุกสิ่ง รวมทั้งการซื้อหาผลิตภัณฑ์ที่จะช่วยต่อสู้กับความแก่ ความเหนื่อย ความเจ็บไข้ได้ป่วย หรือยืดเวลาการถึงอายุขัย นอกจากนั้นแล้ว แนวโน้มใหม่ก็คือ การกลับสู่ธรรมชาติ โดยเกิดการนิยมใช้ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติที่ใกล้เคียงธรรมชาติที่สุดและมีการผ่านกระบวนการขึ้นตอนการแปรรูปน้อยที่สุด หันมาพึ่งสมุนไพรที่เคยละเลย ไม่เห็นความสำคัญมานาน ภูมิปัญญาจากแหล่งต่าง ๆ ทั่วโลก เช่น จากจีน อินเดีย และของซีกโลกตะวันตกเองด้วย(รพีพล ภาวาท. 2540 : 186) สมุนไพรจึงกลับมาได้รับความนิยมอีกครั้งหนึ่ง โดยมีการใช้ยาสมุนไพรเพื่อรักษาคนไข้ในโรงพยาบาลและคลินิกหลายแห่งได้ผลดี ความนิยมจึงได้แพร่หลายขึ้นไม่เฉพาะแต่ชาวบ้านชนบทเท่านั้น แม้แต่ชาวเมืองยังนิยมใช้สมุนไพรเช่นกัน นอกจากสมุนไพรจะใช้รักษาโรคได้แล้ว สมุนไพรยังสามารถป้องกันรักษาโรค โดยการบริโภคเป็นอาหาร ซึ่งอาหารไทยที่รับประทานกันในชีวิตประจำวัน ล้วนมีส่วนประกอบของสมุนไพรมากมายหลายชนิด (ชัยพล สุขเยี่ยม . 2541 : 35) ทั้งที่จริงแล้วสมุนไพรมีความสำคัญอยู่กับชีวิตไทยมาโดยตลอดมีการใช้สมุนไพรบำบัดรักษาอาการเจ็บป่วยถือเป็นการแพทย์แผนไทย แต่ในสมัยของรัชกาลที่ 5 มีการติดต่อกับพวกตะวันตกได้มีการรับเอาการแพทย์แผนตะวันตกเข้ามาด้วย ทำให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้สมุนไพรอันเป็นการแพทย์พื้นบ้านแผนโบราณของไทยขาดช่วงลงระยะหนึ่ง ทว่าในรอบสองทศวรรษที่ผ่านมาเริ่มมีโรคใหม่ ๆ เกิดขึ้น อาทิ เอชไอวี และโรคมะเร็ง การคิดค้นพัฒนาการรักษาโรคที่เป็นสารเคมีตามแนวของแพทย์แผนตะวันตก หรือ เรียกว่าการแพทย์แผนปัจจุบันไม่สามารถรักษาได้ จึงมีการย้อนกลับมาให้ความสนใจสมุนไพรกันใหม่ ประกอบกับได้รับอิทธิพลจากการตื่นตัวของประเทศตะวันตกและองค์การอนามัยโลกที่หันกลับมาเน้นบทบาทของการรักษาแบบพื้นบ้านและการแพทย์แผนโบราณ ทำให้ภาครัฐให้ความสำคัญกับสมุนไพรมากขึ้นตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจ

และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 เป็นต้นว่ามีการกำหนดแผนการวิจัยสมุนไพรผนวกเข้าไปด้วยโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาสมุนไพรเพื่อใช้ในการสาธารณสุขมูลฐาน, ใช้เป็นเวชภัณฑ์ในยามปกติและเป็นยู่ทธปัจจัยในยามสงคราม, ใช้ในอุตสาหกรรมและเพื่อการส่งออก

ดังนั้นจะเห็นว่า สมุนไพรนับวันจะเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าอย่างหนึ่งของชาติควรค่าแก่การศึกษาการนำมาใช้ประโยชน์และยังช่วยลดดุลการนำเข้ายาจากต่างประเทศอีกด้วย (วันทนี สุวาทธรรม. 2542 : 3) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวรวรรณ หาญวงศ์ไพบูลย์ และสินีนุช นิมิตรดี (2539) ที่ศึกษาวิจัยปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจใช้สมุนไพรหรือผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่เป็นผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ พบว่าปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลให้ประชาชนมีการใช้สมุนไพรส่วนหนึ่ง คือความต้องการสนับสนุนสินค้าภายในประเทศ จึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจที่จะรณรงค์ให้มีการใช้ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ให้แพร่หลายขึ้น ซึ่งควรจะมีการพยายามพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพและรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความปลอดภัย และสะดวกต่อการใช้มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ควรเพิ่มคุณภาพการบริการจากทางร้าน นอกจากนี้การโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ด้านสมุนไพรทางสื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ก็มีส่วนทำให้การใช้สมุนไพร และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่เป็นผลิตภัณฑ์ภายในประเทศแพร่หลายมากขึ้นด้วย

ในช่วงระยะสิบปีที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันนี้ นับว่าวิวัฒนาการของการใช้สมุนไพรไทยเริ่มอยู่ในระดับสูงเพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ การสนับสนุนด้านนโยบายและงบประมาณของรัฐบาลแก่หน่วยงานที่มีโครงการวิจัยและพัฒนาการใช้ประโยชน์จากสมุนไพรทั้งในด้านสาธารณสุขมูลฐานและด้านวิจัย พัฒนาอุตสาหกรรมยาจากสมุนไพร (ศศิธร วสุวัต. 2535 : 12) และให้มีการใช้อย่างถูกต้องนั้นเนื่องจากสมัยขององค์การอนามัยโลกมีมติให้ปี พ.ศ. 2543 เป็นปี “ สุขภาพดีถ้วนหน้า ” และได้ให้เงินสนับสนุนประเทศกำลังพัฒนาโดยใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อการพัฒนาตนเองด้านสุขภาพ สมุนไพรจึงกลับมามีบทบาทเพื่อสุขภาพอีกครั้งแนวทางแรกที่ได้ทำสำหรับสมุนไพร คือการกำหนดชนิดของสมุนไพรที่มีประสิทธิภาพให้ประชาชนได้ใช้ช่วยตนเองยามเจ็บไข้ในกลุ่มอาการของโรคที่ไม่รุนแรงและไม่ต้องการความรีบด่วนในการรักษา โดยกำหนดจำนวนสมุนไพรออกมา 66 ชนิด แบ่งเป็น 19 กลุ่มอาการของโรคที่สามารถรักษาด้วยตนเองได้ (ลัดดาวัลย์ บุญรัตนกรกิจ. 2541 : 43) เมื่อเกิดกระแสความสนใจด้านสุขภาพ และการคืนสู่ธรรมชาติกลายเป็นทางเลือกของวิถีชีวิตสมัยใหม่ที่ห่างไกลจากธรรมชาติแวดล้อม เริ่มจากความสนใจด้านสมุนไพรที่ก่อตัวขึ้น และต่อเนื่องมาในราว 2 - 3 ทศวรรษที่ผ่านมา มีการผลิตผลิตภัณฑ์อันเกี่ยวเนื่องเกี่ยวกับสมุนไพรออกจำหน่ายกว้างขวางขึ้นมาก ไม่เฉพาะแต่ยาสมุนไพรเท่านั้น หากแต่รวมถึง กลุ่มอาหารเสริม เครื่องสำอางจากสมุนไพร และผลิตภัณฑ์ธรรมชาติแบบต่าง ๆ (บัณฑิตา กสิกรรม. 2542 : 72) แนวความคิดดังกล่าวมาก็มีการรณรงค์ ให้เห็นคุณค่ามีการเห็นคล้อยตามและเริ่มผลิตสินค้าออกมาเป็นลำเป็นสัน ผลิตภัณฑ์พวกนี้ มีราคาแพงและขายดี เป็นแนวทางให้เกิดการหาผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ ๆ มาเข้าตลาดมากมาย (ภัคดี โพธิศรี. 2540 : 194) ทั้งผลิตภัณฑ์ที่เป็นยาสมุนไพร ชาสมุนไพร สมุนไพรเครื่องสำอางผลิตภัณฑ์ได้แมลงอาหารปลอดภัย ฯลฯ (ผลิตภัณฑ์ชมรมเพื่อนธรรมชาติ. 2542 : 31-32)

สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล คณะเกษตรศาสตร์บางพระ และวิทยาเขตจันทบุรี เป็นวิทยาเขตสายเกษตรกรรม ของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ตั้งอยู่ในพื้นที่ภาคตะวันออก ได้ตอบสนองตามแนวนโยบายของรัฐ และกระแสการตื่นตัวเกี่ยวกับการใช้สมุนไพร ได้มีการจัดทำโครงการปลูกพืชสวนสมุนไพรและผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรหลากหลายชนิด มีการจัดจำหน่ายทั้งในและนอกสถาบัน นักศึกษาของ คณะเกษตรศาสตร์บางพระ และวิทยาเขตจันทบุรี เป็นตัวแทนกลุ่มหนึ่งของผู้ที่จะใช้สมุนไพรและผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการสนับสนุนทั้งภาครัฐและเอกชนกำลังเป็นที่สนใจของกลุ่มผู้บริโภคทั่ว

ไป นักศึกษาเป็นผู้ที่มีความรู้และถือเป็นชนชั้นปัญญาชนจะมีความตื่นตัวในกระแสการรักษาสภาพตนเอง และกระแสดความสนใจใช้สมุนไพรและผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติมากขึ้นเพียงใด จากศึกษารายงานการวิจัยของ ศิริวรรณ เกษมศานต์กิตติกร และ อภิญา หิรัญวงษ์ (2539 : 2) เรื่องพฤติกรรมการบริโภคของปัญญาชน พบว่า นิสิตนักศึกษาจำแนกตามมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน ในกรุงเทพมหานคร ต่างบริโภคด้วยวิชา และกล่าวว่า นิสิตนักศึกษาที่ขึ้นชื่อว่าเป็นปัญญาชนกลุ่มนี้น่าจะเป็นผู้ที่มีสุขภาพดีทั้งกายและจิต เป็นผู้รู้จักคิด รู้จักตัดสินใจเลือกบริโภคสิ่งที่เป็นประโยชน์ รู้จักบริโภคเพื่อให้ได้คุณภาพชีวิต เพราะในอนาคตนักศึกษาเหล่านี้จะเป็นพลเมืองที่ดีมีสุขภาพอนามัยที่ดี และมีประโยชน์ต่อประเทศชาติ และเพื่อเป็นการสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลในการส่งเสริมงานสาธารณสุขให้มีการฟื้นฟู การอนุรักษ์ยาพื้นบ้าน และเผยแพร่สมุนไพร เป็นการยกระดับยาสมุนไพรไทยและช่วยประเทศชาติประหยัดงบประมาณในการจัดหาซื้อยาต่างประเทศ

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่กำลังเป็นที่นิยมบริโภคในปัจจุบันนี้ โดยผู้วิจัยได้ศึกษาแนวทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (A Theory of Reasoned Action) ของ ฟิชไบน์และไอเซน (นงลักษณ์ เศษณภักดี, 2541: 11-12 ; อ้างอิงจาก Ajzen and Fishbein, 1980 : 54 – 91. *Understanding Attitudes Predicting Social Behavior.*) ซึ่งกล่าวว่า คนเราทุกคนมีเหตุผลของตนเอง ในการที่จะเลือกหรือกระทำสิ่งใด ซึ่งในการเลือกหรือได้มีการตัดสินใจกระทำตามที่ตนเองปรารถนา ได้เกิดจากฐานแห่งความต้องการ ความชอบ ความพึงพอใจ และเจตคติที่ดีต่อการกระทำ การที่บุคคลจะกระทำอะไร จะกระทำด้วยเหตุผลโดยเชื่อว่าการที่มนุษย์จะแสดงพฤติกรรมใด ๆ จะต้องเกิดจากมีความตั้งใจ (intention) ที่จะกระทำพฤติกรรมนั้น ๆ มนุษย์เป็นผู้ที่มีเหตุผล ข้อมูลต่าง ๆ ที่มนุษย์ได้รับจะนำมาใช้ให้เป็นประโยชน์อย่างเป็นระบบ เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จจากการตัดสินใจกระทำพฤติกรรมของตนเอง เมื่อได้พิจารณาถึงผลที่อาจจะเกิดจากการกระทำของตนก่อนที่จะมีการตัดสินใจลงมือกระทำหรือไม่กระทำ โดยผ่านเจตคติเชิงพฤติกรรม และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ที่จะทำนายถึงความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรมด้วย ซึ่งผลจากการศึกษาค้นคว้านี้จะสามารถทำนายความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรได้ และทำให้เข้าใจถึงเจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร นอกจากนี้จะทำให้ทราบว่าเพราะเหตุใดนักศึกษาจึงมีเจตคติและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในความตั้งใจที่จะใช้หรือไม่ใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ซึ่งสามารถนำผลที่ได้จากการศึกษานี้ไปเป็นแนวทางในการสร้างเจตคติที่ดีและปรับเปลี่ยนความเชื่อในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ถูกต้อง เพื่อช่วยสนับสนุนนโยบายการใช้สมุนไพรของรัฐบาลและเป็นการลดการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ในการวางแผนการตลาด การส่งเสริมการตลาดและการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การขาย พัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ต่อไปในอนาคต

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่าง เจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรกับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
2. เพื่อศึกษาถึงตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ตามทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล ซึ่งมีตัวแปรต่าง ๆ ดังนี้
 - 2.1 เจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
 - 2.2 ความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
 - 2.3 การประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
 - 2.4 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
 - 2.5 ความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
 - 2.6 แรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
3. เพื่อศึกษาถึงความสามารถในการทำนายความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
4. เพื่อเปรียบเทียบตัวแปรต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ ระหว่างกลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
 - 4.1 เจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
 - 4.2 ความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
 - 4.3 การประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
 - 4.4 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
 - 4.5 ความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
 - 4.6 แรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า

ผลจากการศึกษาค้นคว้านี้จะทำให้เข้าใจถึงเจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและสามารถทำนายความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรได้อย่างถูกต้อง นอกจากนี้จะทำให้ทราบว่าเพราะเหตุใดนักศึกษาจึงมีเจตคติและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงเกี่ยวกับความตั้งใจในการใช้หรือไม่ใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ซึ่งสามารถนำผลที่ได้จากการศึกษานี้ไปเป็นแนวทางในการสร้างเจตคติที่ดีและเปลี่ยนความเชื่อในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ถูกต้อง เพื่อช่วยสนับสนุนนโยบายการใช้สมุนไพรของรัฐบาลและเป็นการลดการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ในการวางแผนการตลาด การส่งเสริมการตลาดและการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การตลาด พัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ต่อไปในอนาคต

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

1. ประชากรที่ใช้ในการสุ่มตัวอย่างครั้งนี้ เป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษา ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2543 ของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ในภาคตะวันออก ประกอบด้วย

คณะเกษตรศาสตร์บางพระ จ.ชลบุรี	จำนวน	1,551 คน
วิทยาเขตจันทบุรี จ.จันทบุรี	จำนวน	1,276 คน
รวม	จำนวน	2,827 คน

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ เป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษา ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2543 ของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ภาคตะวันออก จำนวนทั้งสิ้น 348 คน ซึ่งได้มาโดยวิธีสุ่มอย่างง่าย

3. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประกอบด้วย

3.1 การหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ กับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ตัวแปรอิสระ ได้แก่

- 3.1.1 เจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
 - 3.1.2 ความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
 - 3.1.3 การประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
 - 3.1.4 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
 - 3.1.5 ความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
 - 3.1.6 แรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
- ตัวแปรตาม ได้แก่ ความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

3.2 การศึกษาความสามารถในการทำนายความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ตัวแปรอิสระ (ตัวพยากรณ์) ได้แก่

- 3.2.1 เจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
 - 3.2.2 ความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
 - 3.2.3 การประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
 - 3.2.4 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
 - 3.2.5 ความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
 - 3.2.6 แรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
- ตัวแปรตาม (ตัวเกณฑ์) ได้แก่ ความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

3.3 การเปรียบเทียบตัวแปรต่าง ๆ จำแนกตามระดับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ดังนี้

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร แบ่งได้ 4 ระดับ คือ

- 1) กลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
- 2) กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
- 3) กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
- 4) กลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ตัวแปรตาม ได้แก่

- 1) เจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
- 2) ความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
- 3) การประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
- 4) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
- 5) ความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
- 6) แรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ข้อตกลงเบื้องต้น

ในการศึกษาครั้งนี้ ถือว่านักศึกษาเป็นผู้ที่มีเหตุผลใช้ข้อมูลที่ดินมืออย่างเป็นระบบและพิจารณาผลที่อาจเกิดจากการกระทำของตนก่อนตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ผลิตภัณฑ์สมุนไพร หมายถึง ผลิตภัณฑ์อุปโภค – บริโภค ที่ผลิตขึ้นจากพืชสมุนไพร ที่มีผลต่อการป้องกัน – รักษาโรค ช่วยเสริมและบำรุงสุขภาพ เช่น ยาสมุนไพรชนิดแคปซูล ยาสมุนไพรลูกกลอน สบู่เหลวสมุนไพร แชมพูสมุนไพร ชาสมุนไพร เครื่องสำอางที่ผลิตจากสมุนไพร เป็นต้น
2. การใช้ หมายถึง การบริโภคผลิตภัณฑ์สมุนไพร โดยการรับประทาน ทานวด อบสมุนไพร ฯลฯ
3. นักศึกษา หมายถึง นักศึกษาที่กำลังศึกษา ในภาคเรียนที่ 1 ประจำปีการศึกษา 2543 ของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย คณะเกษตรศาสตร์บางพระ จ.ชลบุรี และวิทยาเขตจันทบุรี จ.จันทบุรี
4. ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล
หมายถึง ทฤษฎีของฟิชไบน์ และไอเซน ที่จะกล่าวถึงโครงสร้างหรือหลักการของการมีหรือไม่มีพฤติกรรม รวมทั้งการทำนายพฤติกรรม โดยโยงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติต่อพฤติกรรม และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงกับความตั้งใจเชิงพฤติกรรม และระหว่างความตั้งใจเชิงพฤติกรรมกับพฤติกรรม
5. เจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
หมายถึง ความคิดเห็น ความรู้สึก และความโน้มเอียงของนักศึกษา ที่มีต่อการแสดงออกในด้านการต่อต้าน – ยอมรับ หรือ ชอบ – ไม่ชอบ การใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ตามทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล เจตคติมี 2 ลักษณะ ดังนี้
 - 5.1 เจตคติทางตรงต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของนักศึกษา ที่มีต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่แสดงออกมากในลักษณะชอบ - ไม่ชอบ
 - 5.2 เจตคติทางอ้อมต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
หมายถึง ความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรกับการประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

5.2.1 ความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

หมายถึง การที่นักศึกษาเชื่อว่าเมื่อใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรแล้วจะเกิดผลกับตนเองอย่างไร

5.2.2 การประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

หมายถึง การที่นักศึกษาเชื่อมั่นว่าการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรนั้นจะนำไปสู่ผลของการใช้ที่ได้รับเพียงใด

6. การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

หมายถึง ความเป็นไปได้ของนักศึกษาจะกระทำตามบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีความสำคัญต่อนักศึกษา ที่คาดหวังให้ใช้หรือไม่ใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างน้อยเพียงใด ตามทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมี 2 ลักษณะคือ

6.1 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางตรงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

หมายถึง ความเชื่อของนักศึกษาที่มีต่อความคิดเห็นของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลส่วนมาก ที่มีความสำคัญต่อนักศึกษา ว่าเขาควรทำพฤติกรรมนั้นหรือไม่ พฤติกรรมในที่นี้หมายถึง การใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

6.2 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางอ้อมในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

หมายถึง ความเชื่อที่มีต่อกลุ่มอ้างอิงกับแรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง

6.2.1 ความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

หมายถึง การรับรู้ความคาดหวังของบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ที่แวดล้อมนักศึกษา ที่มีความสำคัญต่อเขาคิดว่าเขาควรใช้หรือไม่ใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

6.2.2 แรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

หมายถึง ความต้องการของนักศึกษาที่จะกระทำตามความคิดของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีความสำคัญต่อเขา คาดหวังให้มีการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

7. กลุ่มอ้างอิง หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ที่นักศึกษาคิดว่ามีความสำคัญต่อเขา

8. ความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

หมายถึง ความมุ่งมั่นส่วนตัวของนักศึกษาที่จะใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างน้อยเพียงใด ตามทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล ทำการวัดโดยการประเมินระดับความตั้งใจของนักศึกษา โดยแยกเป็น

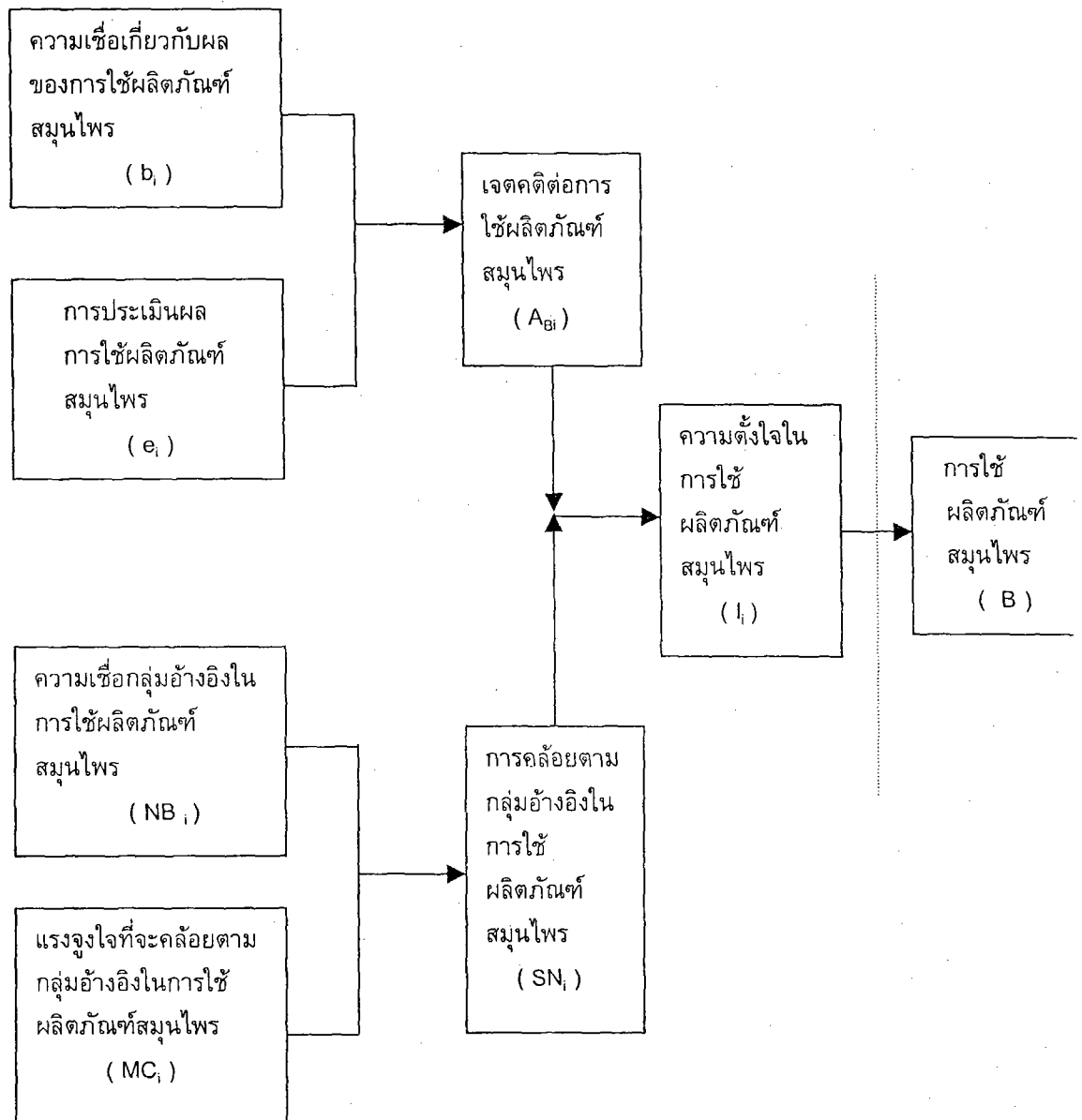
8.1 กลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร หมายถึง กลุ่มของนักศึกษาที่ไม่มีความมุ่งมั่นส่วนตัวที่จะใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

8.2 กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร หมายถึง กลุ่มของนักศึกษาที่มีความมุ่งมั่นส่วนตัวในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรน้อย

8.3 กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร หมายถึง กลุ่มของนักศึกษาที่มีความมุ่งมั่นส่วนตัวในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรปานกลาง

8.4 กลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร หมายถึง กลุ่มของนักศึกษาที่มีความมุ่งมั่นส่วนตัวในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรมาก

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดของการศึกษาตามโครงสร้างของทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลของฟิชไบน์ และไอเซน

สมมุติฐานการศึกษาค้นคว้า

1. เจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
2. เจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร สามารถทำนายความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรของนักศึกษาได้
3. นักศึกษากลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร มีความแตกต่างกันตามตัวแปรต่าง ๆ ดังต่อไปนี้
 - 3.1 เจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
 - 3.2 ความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
 - 3.3 การประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
 - 3.4 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
 - 3.5 ความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
 - 3.6 แรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษา ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้คือ

1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สมุนไพร
2. งานวิจัยที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สมุนไพร
3. ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล
 - 3.1 ทฤษฎี และโครงสร้างทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล
 - 3.2 รายละเอียดของตัวแปรต่าง ๆ ตามทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล
5. การตลาดและส่วนประสมการตลาด
 - 5.1 ความหมาย
 - 5.2 การส่งเสริมการตลาดและส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด
 - 5.3 กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด
6. พฤติกรรมผู้บริโภค
 - 6.1 ความหมาย
 - 6.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
 - 6.3 โมเดลโครงสร้างของทัศนคติ
 - 6.4 ขั้นตอนของกระบวนการซื้อ

1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สมุนไพร

1.1 ความหมายของสมุนไพร

สมุนไพร (medicinal plants) ตามความหมายในพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถานได้ให้คำจำกัดความของคำว่า สมุนไพร หมายถึง พืชที่ใช้ทำเป็นเครื่องยา ซึ่งหาได้ตามพื้นเมืองมิใช่เครื่องเทศ ส่วนพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2522 และความหมายในตำรายาไทยให้ความหมายของยาสมุนไพรแตกต่างออกไปเล็กน้อย โดยยาสมุนไพรจะหมายถึงยาที่ได้จากพฤกษชาติ สัตว์หรือแร่ ซึ่งมีได้ผสมปรุงหรือแปรสภาพ เช่น พืชที่ยังคงสภาพเป็นส่วนของราก ลำต้น ใน ดอกหรือผลอยู่ยังมีได้ผ่านขั้นตอนการแปรรูปใด ๆ ทั้งสิ้น แต่ความเป็นจริงแล้วในทางการค้าสมุนไพรมักจะถูกตัดแปลงไปเป็นรูปแบบที่แตกต่างกัน อาทิเช่น ตัดแบ่งให้เป็นส่วน ๆ ที่เล็กลงบดเป็นผงอัดในแคปซูล เป็นต้น

1.2 หลักเบื้องต้นในการใช้สมุนไพร

การที่จะนำสมุนไพรมาใช้บำบัดรักษาและเกิดประโยชน์ตามต้องการ ปลอดภัยจากพิษภัยควรต้องมีการศึกษาข้อมูลสมุนไพรชนิดนั้น ๆ ก่อน โดยการศึกษาจากตำรายาสมุนไพรหรือจากผู้ซึ่งมีประสบการณ์มาก่อน หลักทั่วไปที่ใช้เป็นแนวทางสำหรับการใช้สมุนไพรมีดังนี้ (วันที สว่างอารมณ์. 2542 :

- | | |
|---------------------|---------------------|
| 1. การศึกษาข้อมูล | 2. การใช้ให้ถูกโรค |
| 3. การใช้ให้ถูกต้น | 4. การใช้ให้ถูกส่วน |
| 5. การใช้ให้ถูกขนาด | 6. การใช้ให้ถูกวิธี |
| 7. การใช้ให้ถูกคน | |

1. 2.1 การศึกษาข้อมูล

การเลือกใช้สมุนไพรในการรักษาโรคด้วยตนเอง ควรมีการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสมุนไพรก่อน ตำรายาสมุนไพรที่เป็นที่ยอมรับของการแพทย์แผนไทย คือ หนังสือประมวลสรรพคุณยาไทยของสมาคมโรงเรียนแพทย์แผนโบราณ สำนักกวีตศตวรรษ มีการระบุสมุนไพรไว้ถึง 358 ชนิด นอกจากนี้วิธีหาข้อมูลที่ดีอีกทางหนึ่ง คือ หาได้จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องลงมืออย่างเป็นรูปธรรม เมื่อ พ.ศ.2525 กระทรวงสาธารณสุข ร่วมกับมหาวิทยาลัยมหิดล จัดสัมมนาเรื่องสมุนไพรกับการสาธารณสุขมูลฐานขึ้นที่คณะเภสัชศาสตร์ ผู้เข้าร่วมประชุมประกอบด้วยแพทย์และเภสัชกรทั้งแผนปัจจุบันและแผนโบราณ มีการทบทวนถึงคุณค่าและประโยชน์ของสมุนไพรได้เสนอแนะรายชื่อสมุนไพร รวมทั้งแนวทางในการนำสมุนไพรไปใช้กับประชาชนมีการสัมมนาต่ออีกหลายครั้ง จนจัดตั้งโครงการสมุนไพรกับการสาธารณสุขมูลฐานขึ้น ด้วยความช่วยเหลือขององค์การยูนิเซฟ โดยกระทรวงสาธารณสุขเป็นผู้รับผิดชอบในการดำเนินงานโครงการสาธารณสุขมูลฐานได้คัดเลือกสมุนไพรที่สมควรส่งเสริมให้ประชาชนใช้จำนวน 66 ชนิด ใช้รักษาอาการเจ็บป่วยรวมทั้งสิ้น 18 กลุ่มอาการของโรค โดยแนะนำให้ใช้สมุนไพรเป็นตัวเดี่ยว ๆ ฉะนั้นหน่วยงานของรัฐที่สามารถให้ความรู้ในการใช้สมุนไพรจึงมีหลายหน่วยงาน ได้แก่ โครงการสมุนไพรกับการสาธารณสุขมูลฐาน กระทรวงสาธารณสุข คณะเภสัชศาสตร์มหาวิทยาลัยต่าง ๆ กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ และศูนย์ข้อมูลสมุนไพร คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล เป็นต้น

1.2.2 การใช้ให้ถูกโรค

กลุ่มอาการของโรคที่งานสาธารณสุขมูลฐานแนะนำให้ใช้สมุนไพรบำบัดรักษาได้มีหลายอาการ คือ อาการท้องผูก ท้องอืด ท้องเฟ้อ แน่นจุกเสียด ท้องเสียแบบไม่รุนแรง บิด พยาธิลำไส้ คลื่นไส้ อาเจียน สาเหตุจากธาตุไม่ปกติ ไอ ขับเสมหะ อาการขัดเบา โรคกลาก เกื้อลม อาการแพ้ อาการนอนไม่หลับ ไข้ แผลพุพอง เคล็ดขัดยอก อักเสบจากแมลงสัตว์กัดต่อย เหา แผลไฟไหม้ น้ำร้อนลวก และชันนะตุ อาการต่าง ๆ เหล่านี้เมื่อใช้สมุนไพรไปสักกระยะหนึ่ง ประมาณ 2 – 3 วัน อาการยังไม่ดีขึ้นต้องรีบไปพบแพทย์ ถ้าผู้ป่วยมีอาการของโรคหรืออาการต่าง ๆ ที่รุนแรงในอาการต่อไปนี้ต้องส่งโรงพยาบาล

อาการที่ไม่ควรใช้สมุนไพรรักษามีดังนี้

1. ใช้สูง ตัวร้อนจัด ตาแดง ปวดเมื่อยมาก ซึม บางทีพูดเพ้อ ใช้หัวดีใหญ่ ใช้ป่า ชนิดขึ้นสมอง
2. ใช้สูง ตาเหลือง ตัวเหลือง อ่อนเพลียมาก อาจเจ็บในแถวชายโครง ถู่น้ำดี อักเสบหรือตับอักเสบ
3. ปวดแหวะเสียด เวลาเอามือกดเจ็บปวดมากขึ้น หน้าท้องแข็ง ท้องผูก และมีไข้
4. เจ็บแปลบในท้องคล้ายมีอะไรฉีกขาด ปวดท้องรุนแรงมาก อาจมีตัวร้อน และคลื่นไส้อาเจียน บางทีมีประวัติปวดท้องบ่อย ๆ มาก่อน ทั้งนี้เพราะอาจมีการทะลุของกระเพาะอาหารหรือลำไส้
5. อาเจียนเป็นเลือด หรือไอเป็นเลือด

6. ท้องเดินอย่างรุนแรง อุจจาระเป็นน้ำ มีลักษณะคล้ายน้ำข้าวข้าว ถ่ายพุ่งติดต่อกันอย่างรวดเร็ว และมีอาการอ่อนเพลียมาก ตาลึกแห้ง
7. ถ่ายอุจจาระเป็นมูกเลือด บางที่ไม่มีกากอุจจาระเลย ถ่ายบ่อยมาก ภายในหนึ่งชั่วโมงถ่ายหลายครั้ง
8. อาการตกเลือดหรือมีเลือดสด ๆ ไหลออกจากร่างกายอย่างมาก
9. โรคร้ายแรง โรคเรื้อรัง หรือโรคที่ยังพิสูจน์ไม่ได้แน่ชัดว่ารักษาด้วยสมุนไพรได้ เช่น สุนัขบ้ากัด งูพิษกัด บาดทะยัก กระจุกหัก มะเร็ง วัณโรค กามโรค เบาหวาน ความดันโลหิตสูง โรคเรื้อน ดีซ่าน หลอดลมอักเสบเรื้อรัง ปอดบวม ไทฟอยด์ และโรคตาทุกชนิด

1.2.3 การใช้ให้ถูกต้อง

สมุนไพรมีชื่อพ้องหรือซ้ำกันมาก แต่ละท้องถิ่นเรียกไม่เหมือนกัน จึงต้องรู้จักเลือกใช้สมุนไพรให้ถูกต้อง หรือถูกชนิดพืช เช่น เสดตพังพอนที่ใช้แก้พิษแมลงสัตว์กัดต่อยได้ดั้นนั้นมีพบอยู่ 2 ชนิดเป็นไม้พุ่มแกมเลื้อย ลำต้นและใบสีเขียวเข้ม ออกดอกยาก และมีชื่ออื่นอีกว่าพญาโย พญาปล้องทองบ้าง ส่วนอีกต้นเรียกว่าเสดตพังพอนเหมือนกัน แต่เป็นไม้พุ่ม ลำต้นมีหนามคม เส้นกลางใบมีสีแดง ช่อดอกออกง่ายมีสีเหลือง ชื่ออื่นเรียกว่า ชองระอา เพื่อกันความสับสนจึงเรียกพญาโยว่าเสดตพังพอนตัวเมีย และชองระอาเป็นเสดตพังพอนตัวผู้ ดังนั้นก่อนนำมาใช้จึงต้องแน่ใจว่าใช้ได้ถูกต้องจริง ๆ

1.2.4 การใช้ให้ถูกส่วน

การใช้ให้ถูกส่วน คือ ทราบว่าจะใช้ส่วนใด เช่น จะใช้ส่วนที่เป็นราก ใบ ดอก ผล เปลือกผล หรือเมล็ด ทั้งนี้เพราะในส่วนต่าง ๆ เหล่านี้จะมีสารตัวยายอยู่ในปริมาณแตกต่างกัน ถ้าใช้ทั้งห้าได้แก่ ราก ต้น ใบ ดอก และผล ใบเพสลาด จะต้องเป็นใบที่มีอายุพอสมควรไม่แก่ไม่อ่อนเกินไป บางอย่างใช้สด ๆ ได้ผลดีกว่าแห้ง ได้แก่ เมื่อกสดจากว่านหางจระเข้ พืชสมุนไพรหลายอย่างใช้ได้ทั้งสดและแห้ง เช่น สะเดา ฟ้าทะลายโจร โดยสรุปก็คือจะต้องรู้ว่าใช้ส่วนใดของพืชเป็นยา

นอกจากนี้พบว่าสมุนไพรที่มีกลิ่นหอมควรเก็บในเวลาเช้ามีด เพื่อให้สารที่เป็นยาซึ่งอยู่ในน้ำมันหอมระเหยนั้นไม่ระเหยหายไปหมด เช่น ใบกะเพรา เป็นต้น พบว่าลักษณะดินและปุ๋ย รวมทั้งสภาพแวดล้อมและภูมิอากาศมีส่วนสัมพันธ์กับปริมาณสารที่เป็นยาเช่นกัน ถ้ามีสมุนไพรสดจำนวนมากควรเก็บไว้ไม่นาน ๆ โดยหั่นเป็นชิ้นเล็ก ๆ ผึ่งให้แห้งสนิท (อุณหภูมิที่เหมาะสม คือ 50 - 60 องศาเซลเซียส) เก็บในภาชนะที่มีดัดปิดกันฝุ่นละออง และความชื้น หากพบว่ามีเชื้อรา แมลง หรือสมุนไพรนั้นเปลี่ยนสภาพสีและกลิ่น ไม่ควรนำมาใช้อีกต่อไป (พร้อมจิต ทรัพย์ . 2537 : 80)

1.2.5 การใช้ให้ถูกขนาด

การใช้สมุนไพรถ้าใช้น้อยไปก็รักษาไม่ได้ผล แต่ถ้าใช้มากเกินไปอาจเป็นอันตรายเกิดพิษต่อร่างกายได้เช่นกัน ขนาดสัดส่วนตัวยาที่ใช้สำหรับสมุนไพรไทย ส่วนใหญ่ยังคงใช้ตามแบบเดิมอยู่ ฉะนั้นควรจะมีคามเข้าใจเกี่ยวกับหน่วยหรือมาตราที่ใช้กับยาไทยพอสมควร

กอบมือ หมายถึง ปริมาณสมุนไพรที่ได้จากการใช้มือทั้งสองข้างกอบเข้าหากันให้ปลายนิ้วกลาง นิ้วนาง และนิ้วก้อยแตะกัน

กำมือ หมายถึง ปริมาณสมุนไพรที่ได้จากการใช้มือข้างเดียวกำให้ปลายนิ้วจรดอุ้งมือ การใช้ขนาดยาไทยแบบโบราณ จะมีอัตราเทียบส่วนดังนี้

1 ชั่ง	หนักเท่ากับ	20	ตำลึง
1 ตำลึง	หนักเท่ากับ	4	บาท
1 บาท	หนักเท่ากับ	4	สลึง
1 สลึง	หนักเท่ากับ	4	ไพ
และ 1 สลึง	หนักเท่ากับ	4	เฟื้อง

นอกจากนี้พระราชบัญญัติชั่งตวงวัด บังคับให้ใช้มาตราเมตริก โดยเทียบน้ำหนักเครื่องยาแห้งไว้ว่า สมุนไพรรหนัก 1 บาท จะเท่ากับ 5 กรัม ส่วนยาน้ำที่เป็นยาต้มหรือยาชงจะมีขนาดดังนี้

1 ช้อนกาแฟ (ช้อนชา) จุประมาณ 4 มิลลิลิตร (แพทย์แผนปัจจุบันใช้เป็นขนาด 5 มิลลิลิตร)

1 ช้อนหวาน จุประมาณ 8 มิลลิลิตร

1 ช้อนคาว จุประมาณ 15 มิลลิลิตร

1 ถ้วยชา จุประมาณ 30 มิลลิลิตร

ขนาดที่ใช้ยาไทยอื่น ๆ ที่พบบ่อย ๆ เช่น ถ้วยตะไล ถ้วยชา ถ้วยแก้ว ฯลฯ มีการเทียบส่วนไว้ดังนี้

1 ถ้วยตะไล มีปริมาตรประมาณ 25-30 มิลลิลิตร

1 ถ้วยชา มีปริมาตร 75 มิลลิลิตร

1 ถ้วยแก้ว มีปริมาตรประมาณ 200-250 มิลลิลิตร

1 ถ้วยชา มีปริมาตร 5 มิลลิลิตร

1 ช้อนหวาน มีปริมาตร 8 มิลลิลิตร

1 ช้อนโต๊ะ มีปริมาตร 15 มิลลิลิตร

2 ช้อนแกง มีปริมาตร 1 ช้อนโต๊ะ

1 หยิบมือ มีปริมาณเท่ากับ ใช้นิ้วหัวแม่มือ นิ้วชี้ และนิ้วกลางหยิบขึ้นมา

1 กำมือ มีปริมาณเท่ากับ ใช้นิ้วหัวแม่มือและนิ้วกลางกำเข้ามา

1 ฝ่ามือ มีปริมาณเท่ากับ กว้าง 3 นิ้ว พุต ยาว 4 นิ้ว พุต

1 องคุลี หมายถึง ความยาว 1 ข้อแรกของนิ้วกลาง

มาตราจีนเป็นมาตราไทยและเมตริก

10 หลี เป็น 1 หุน เท่ากับ 0.375 กรัม

10 หุน เป็น 1 สลึง เท่ากับ 3.750 กรัม

1. 2.6. การใช้ให้ถูกวิธี

การปรุงยาตามตำราระบุไว้ถึง 24 วิธี วิธีที่นิยม ได้แก่ ยาต้ม ยาชงน้ำ ยาดอง ยาลูกกลอน ยาฝน หรือตำทาพอกภายนอก

1. 2.7 การใช้ยาให้ถูกคน

การใช้ยาให้ถูกคนมีความสำคัญมาก ขนาดที่ต้องการใช้ในคนวัยต่าง ๆ กันใช้ในปริมาณที่แตกต่างกัน เช่น ขนาดที่ระบุไว้สำหรับผู้ใหญ่ ถ้าเป็นเด็ก 6 – 12 ขวบ ใช้ครึ่งหนึ่งของผู้ใหญ่ คนชราหรือมีสุขภาพไม่แข็งแรงต้องลดขนาดลง

ข้อควรระวังเกี่ยวกับการใช้ยาสมุนไพร

1. ควรเริ่มใช้สมุนไพรที่เป็นก่อนและควรรู้พิษยาก่อนใช้ ทราบข้อห้าม เพราะยาบางชนิดมีข้อห้ามใช้กับคนบางคน บางโรค เมื่อรู้สิ่งเหล่านี้จะทำให้การใช้ยาปลอดภัยขึ้น
2. ถ้ายาใดไม่เคยกินมาก่อน ควรเริ่มกินในขนาดน้อย ๆ ก่อน เช่น กินเพียงครึ่งหนึ่งของขนาดที่กำหนดไว้ ถ้าร่างกายไม่มีอะไรผิดปกติจึงค่อยกินต่อไป
3. อย่าใช้ยาเข้มข้นเกินไป เช่น ยาใช้ต้มกินต่างน้ำ ไม่ควรใช้ต้มเคี้ยวกิน ยาเข้มข้นเกินไปจะเกิดพิษได้
4. คนที่อ่อนเพลียมาก เด็ก คนชรา ห้ามใช้ยามาก เพราะคนเหล่านี้มีกำลังต้านยาน้อย
5. โดยทั่วไปเมื่อกินยาสมุนไพรแล้ว 1 วัน อาการไม่ดีขึ้นต้องเปลี่ยนยา แต่ถ้าโรคเรื้อรัง เช่น โรคกระเพาะ หืด เมื่อใช้ยาสมุนไพร 1 อาทิตย์แล้วอาการไม่ดีขึ้นต้องเปลี่ยนยา
6. อาการแพ้ที่อาจพบได้จากการใช้ยาสมุนไพรนั้น อาจเกิดขึ้นได้แต่อาการไม่รุนแรงเหมือนยาแผนปัจจุบัน เพราะสารในสมุนไพรไม่ใช่สารเดี่ยว ๆ อาการแพ้ที่อาจพบได้ เช่น หัวใจเต้นเร็ว รู้สึกจุกวาบคล้ายหัวใจจะหยุดเต้น และเป็นบ่อย ๆ อาการต่าง ๆ เหล่านี้ควรหยุดยาและถ้าแพ้มากควรรีบไปพบแพทย์

1.3 สมุนไพรกับการสาธารณสุขมูลฐาน

สมุนไพรที่ใช้เป็นยารักษาโรคในโรงพยาบาลชุมชน

สมุนไพรที่ใช้เป็นยารักษาโรคในโรงพยาบาลชุมชนในชั้นเริ่มต้น ได้แก่พืชสมุนไพรดังต่อไปนี้

(วนิดิ กฤษณพันธ์ . 2538 : 42 - 46)

ชื่อพืชสมุนไพร	ส่วนที่ใช้	อาการที่ใช้สมุนไพรรักษา	รูปแบบยาที่ใช้
1. ว่านหางจระเข้	เมือกจากใบ	แผลไฟไหม้ น้ำร้อนลวก	ใช้ทาสด ๆ
2. ขมิ้นชัน	เหง้า	ท้องอืด ท้องเฟ้อ	ยาลูกกลอน , แคปซูล
3. ชุมเห็ดเทศ	เหง้า	ท้องผูก	ยาชง ยาลูกกลอน
4. พญาปล้องทอง (เสลดพังพอนตัวเมีย)	ใบ	แมลงสัตว์กัดต่อย	ทิงเจอร์
5. ฟ้าทะลายโจร	ใบ	เจ็บคอ	ยาลูกกลอน แคปซูล

สมุนไพรเพื่อการสาธารณสุขมูลฐาน

พืชสมุนไพรที่กระทรวงสาธารณสุขแนะนำให้ประชาชนใช้เพื่อการรักษาเบื้องต้นและส่งเสริมสาธารณสุขเพื่อการสาธารณสุขมูลฐานมีจำนวน 66 ชนิด ดังต่อไปนี้

ชื่อพืชสมุนไพร	ข้อบ่งใช้
1. กระเพรา	แก้อาการท้องอืด ท้องเฟ้อ คลื่นไส้อาเจียน
2. กระเทียม	แก้ท้องอืด ท้องเฟ้อ แก้กกลางเกลื่อน
3. กระวาน	แก้ท้องอืด ท้องเฟ้อ
4. กระเจี๊ยบแดง	ขับปัสสาวะ แก้นิ่ว
5. กะทือ	แก้ท้องอืด ท้องเฟ้อ
6. กระชาย	แก้ท้องอืด ท้องเฟ้อ

ชื่อพืชสมุนไพร	ข้อบ่งใช้
7. กล้วยน้ำว่า	แก้ท้องเดิน แก้โรคท้องร่วง
8. กานพลู	ขับลม แก้ท้องอืด ท้องเฟ้อ แก้ปวดฟัน
9. ข่า	แก้ท้องอืด ท้องเฟ้อ แก้กลางเคลื่อน
10. ข้าวกล้อง	บำรุงร่างกาย
11. ขิง	แก้ท้องอืด ท้องเฟ้อ คลื่นไส้อาเจียน แก้ไอ ขับเสมหะ
12. ขลู่	ขับปัสสาวะ
13. ขมิ้นชัน	แก้ท้องอืด ท้องเฟ้อ แก้ท้องเดิน โรคกระเพาะ แก้แผลพุพอง อากาเรอักเสบเนื่องจากแมลงสัตว์กัดต่อย
14. ขี้เหล็ก	ช่วยเจริญอาหาร ช่วยให้นอนหลับ ระบายท้อง
15. คำฝอย	บำรุงสุขภาพ ลดไขมันในเลือด
16. กูน	แก้ท้องผูก
17. ชุมเห็ดเทศ	แก้ท้องผูก แก้กลางเคลื่อน แก้ฝี แผลพุพอง
18. ชุมเห็ดไทย	แก้ท้องผูก ขับปัสสาวะ
19. ดีปลี	แก้ท้องอืด ท้องเฟ้อ แก้ไอ ขับเสมหะ
20. ตำลึง	แก้แพ้ แก้อักเสบเนื่องจากแมลงสัตว์กัดต่อย
21. ตะไคร้	ขับลม แก้ท้องอืด ท้องเฟ้อ ขับปัสสาวะ
22. เทียนบ้าน	แก้ฝี แผลพุพอง
23. ทองพันชั่ง	แก้กลางเคลื่อน
24. ทับทิม	แก้ท้องเดิน แก้บิด
25. น้อยหน่า	ใช้ฆ่าเหา
26. บอระเพ็ด	แก้ไข้ แก้การเบื่ออาหาร
27. บัวบก	แก้แผลไฟไหม้ น้ำร้อนลวก ฟกช้ำ
28. ปลาไหลเผือก	แก้ไข้
29. ฝรั่ง	แก้ท้องเดิน
30. ผักบุงทะเล	แก้อักเสบ แก้แพ้เนื่องจากแมลงสัตว์กัดต่อย แก้พิษกระพุน
31. เพกา	แก้ร้อนใน แก้ไอ ขับเสมหะ
32. ญูปาล้องทอง	แก้อักเสบ แก้แพ้เนื่องจากแมลงสัตว์กัดต่อย แก้ริมนและงูสวัด
33. พลู	แก้ลมพิษ กลากเคลื่อน ผื่นคัน เนื่องจากแมลง
34. ไพล	แก้เคล็ด ชัดยอก ไล่ยุง
35. พักทอง	ฆ่าพยาธิลำไส้
36. ฟ้าทะลายโจร	แก้ท้องเดิน แก้เจ็บคอ
37. มะเกลือ	ถ่ายพยาธิ
38. มะขาม	ฆ่าพยาธิ แก้ท้องผูก
39. มะขามแขก	แก้ท้องผูก
40. มะคำดีควาย	แก้ชันนะตุ
41. มะนาว	แก้ไอขับเสมหะ ท้องอืด ท้องเฟ้อ

ชื่อพืชสมุนไพร	ข้อบ่งใช้
42. มะพร้าว	แก้แผลไฟไหม้ น้ำร้อนลวก
43. มะแว้งเครือ	แก้ไอ ขับเสมหะ
44. มะแว้งต้น	แก้ไอ ขับเสมหะ
45. มะละกอ	ช่วยย่อย ช่วยระบายท้อง
46. มะหาด	ฆ่าพยาธิไส้
47. มังคุด	แก้ท้องเดิน แก้บิด
48. ถั่วพู	บำรุงร่างกาย
49. ถั่วเหลือง	บำรุงร่างกาย
50. ยอ	แก้คลื่นไส้ อาเจียน
51. ย่านาง	แก้ไข้
52. เร่ว	แก้ท้องอืด ท้องเฟ้อ
53. เล็บมือนาง	ยาถ่ายพยาธิ
54. ว่านหางจระเข้	แก้โรคกระเพาะ แก้แผลไฟไหม้ น้ำร้อนลวก
55. สะแก	ถ่ายพยาธิ
56. สับปะรด	ขับปัสสาวะ
57. เสดดพังพอน	แก้แพ้ แก้อักเสบเฉพาะที่ แก้แมลงสัตว์กัดต่อย
58. สีเสียดเหนือ	แก้ท้องเดิน
59. หนุ่กาคา	ขับปัสสาวะ
60. หนุ่กาคาหนวดแมว	ขับปัสสาวะ
61. หัวหมู	แก้ท้องอืด ท้องเฟ้อ
62. อ้อยแดง	ขับปัสสาวะ
63. คำแสด	ตั้งส้ออาหาร
64. เตยหอม	ตั้งส้ออาหาร
65. ฝาง	ตั้งส้ออาหาร
66. อัญชัน	ตั้งส้ออาหาร

พืชสมุนไพรทั้งหมดนี้ต่อมากกระทรวงสาธารณสุขได้มีการทบทวนผลการใช้ สมุนไพรที่มีรายงานว่ามีผลข้างเคียงบางชนิดมีการตัดออก และเพิ่มพืชสมุนไพรที่มีประโยชน์ต่องานสาธารณสุขมูลฐานบางชนิดเข้าไปโดยกระทรวงสาธารณสุขจะได้แนะนำให้ประชาชนในโอกาสต่อ ๆ ไป

1.4 สมุนไพรเพื่อประโยชน์ในทางการแพทย์และเภสัชกรรม

เป้าหมายสำคัญของการนำสมุนไพรมาใช้คือ การบำบัดอาการเจ็บป่วย สำหรับผู้ป่วยไว้ หรืออยู่ในชนบทห่างไกลและขาดแคลนบุคลากรทางการแพทย์อย่างเช่นประเทศไทยนั้น การบำบัดรักษาด้วยสมุนไพรจะมีความสำคัญและประโยชน์อย่างมาก การรักษาโรคได้ด้วยตนเองเป็นวิถีทางหนึ่งที่จะทำให้สุขภาพและเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศชาติดีขึ้น ความจริงแล้วการรักษาอาการเจ็บป่วยอาจจะรักษาได้โดยยาหลายประเภท ตามกฎหมายแล้วยามีหลายประเภทดังต่อไปนี้

1. ยาแผนปัจจุบัน หมายถึง ยาสำหรับใช้ในการประกอบวิชาชีพเวชกรรมการประกอบโรคศิลปะแผนปัจจุบันหรือการบำบัดโรคสัตว์
2. ยาแผนโบราณ หมายถึง ยาสำหรับใช้ในการประกอบโรคศิลปะแผนโบราณหรือการบำบัดโรคสัตว์ซึ่งอยู่ในตำรายาแผนโบราณที่รัฐมนตรีประกาศหรือยาที่ได้รับอนุญาตให้ขึ้นทะเบียนตำรับยาเป็นยาแผนโบราณ
3. ยาอันตราย หมายถึง ยาแผนปัจจุบันหรือยาแผนโบราณที่รัฐมนตรีประกาศเป็นยาอันตราย
4. ยาควบคุมพิเศษ หมายถึง ยาแผนปัจจุบันหรือยาแผนโบราณที่รัฐมนตรีประกาศเป็นยาควบคุมพิเศษ
5. ยาใช้ภายนอก หมายถึง ความว่า ยาแผนปัจจุบันหรือยาแผนโบราณที่มุ่งหมายสำหรับใช้ภายนอก
6. ยาใช้เฉพาะที่ หมายถึง ยาแผนปัจจุบันหรือยาแผนโบราณที่มุ่งหมายใช้เฉพาะที่กับผิวหนัง หู ตา จมูก ปาก ทวารหนัก ช่องคลอด หรือท่อน้ำนม
7. ยาสามัญประจำบ้าน หมายถึง ยาแผนปัจจุบันหรือยาแผนโบราณที่รัฐมนตรีประกาศเป็นยาสามัญประจำบ้าน ปัจจุบันมี 70 รายการ ยาประเภทนี้จะมีขนาดบรรจุที่กำหนดไว้แล้ว เช่น ยาเม็ด แอสไพริน บรรจุของ 10 เม็ด มีฉลากวิธีใช้พร้อม
8. ยาบรรจุเสร็จ หมายถึง ยาแผนปัจจุบันที่ได้ผลิตขึ้นเสร็จในรูปต่าง ๆ ทางเภสัชกรรมซึ่งบรรจุในภาชนะหรือหีบห่อที่ปิดผนึกไว้และมีฉลากครบถ้วนตามพระราชบัญญัตินี้
9. ยาสมุนไพร หมายถึง ยาที่ได้จากพืช สัตว์ หรือแร่ ซึ่งมีได้ปรุงหรือแปรสภาพ
10. ยาเสพติดให้โทษ หมายถึง สารหรือวัตถุใด ๆ ก็ตามเมื่อเข้าสู่ร่างกายไม่ว่าจะโดยการกิน สูบ ดม ฉีด จะทำให้เกิดผลต่อร่างกายและจิตใจ มีความต้องการทางยาเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ เมื่อขาดยาจะทำให้เกิดอาการถอนยาอย่างรุนแรง สุขภาพเสื่อมโทรม

1.5 สมุนไพรเพื่อสุขภาพ

การรู้จักใช้สมุนไพรอย่างมีคุณภาพเป็นวิธีหนึ่งที่ส่งเสริมให้สิ่งมีชีวิตมีสุขภาพดีและอายุยืนยาว พืชสมุนไพรหลายชนิดให้เป็นอาหารได้ดี ทั้งนี้เพราะพืชมีราก ลำต้น ใบ ผล และเมล็ดเก็บสะสมอาหารไว้ในปริมาณมากน้อยต่างกัน โครงสร้างของพืชเองก็มีเซลลูโลส (cellulose) เป็นส่วนประกอบมีประโยชน์ในระบบการขับถ่าย ในผลไม้ก็อุดมได้ด้วยกรดอินทรีย์ วิตามิน น้ำตาล และไขมัน สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งที่ร่างกายต้องการทั้งสิ้น พืชที่ใช้เป็นอาหาร อาจแบ่งออกเป็นประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้

1. ธัญญาหาร (cereals) ได้แก่ พืชจำพวกข้าวชนิดต่าง ๆ
2. ถั่วและผลที่มีเมล็ดเดี่ยวเปลือกแข็ง (legumes and nuts)
3. ผัก (vegetables)
4. ผลไม้ (fruits)
5. เครื่องเทศ (spices)
6. พืชที่ใช้เป็นเครื่องดื่ม (beverage plants) ชนิดต่าง ๆ

1.6 สมุนไพรเพื่อประโยชน์ในวงการอุตสาหกรรมและเครื่องสำอาง

การนำพืชสมุนไพรมาใช้เป็นเครื่องสำอางนั้นมีมาตั้งแต่สมัยโบราณ เป็นต้นว่าการใช้ผลมะกรูดเผาไฟ ผ่าซีกผสมกับน้ำอุ่นล้างเส้นผมหลังการสระผม เพื่อช่วยให้ผมดกดำเป็นเงางาม ปัจจุบันแชมพูสระผมหลายยี่ห้อที่วางขายในท้องตลาดก็มีส่วนผสมของมะกรูดผสมอยู่ด้วย โดยข้อเท็จจริงก็คือในน้ำมะกรูดมีกรดซิดริกซึ่งเป็นกรดอินทรีย์ ให้ผิวมะกรูดก็มีน้ำมันหอมระเหยเป็นส่วนประกอบอยู่และโดยปกติแล้วแชมพูที่ใช้สระผมโดยทั่วไปมักจะมีฤทธิ์เป็นด่าง เมื่อใช้สระผมจึงอาจทำให้เกิดรังแคได้ เมื่อใช้กรดอินทรีย์อ่อน ๆ ซึ่งมีอยู่ในน้ำมะกรูดล้างเส้นผมจะช่วยให้หนังศีรษะเป็นกรดอ่อน ๆ ช่วยป้องกันรังแคได้และน้ำมันจากผิวมะกรูดจะช่วยให้เส้นผมเป็นเงางามและดกดำอีกด้วย การใช้มะนาวก็ให้ผลคล้ายกับมะกรูด ในเรื่องของเครื่องสำอางบำรุงเส้นผม นอกจากมะกรูด มะนาว แล้วยังมีพืชอีกหลายชนิด เช่น ว่านหางจระเข้ เทียนกิ่ง ผักสามปอย ก็มีสรรพคุณที่ใช้ได้ดีเช่นกัน

งาเป็นพืชสมุนไพรอีกชนิดหนึ่ง ซึ่งเมล็ดงาให้น้ำมันที่มีประโยชน์มาก น้ำมันงาประกอบด้วยกรดไขมันหลายชนิด น้ำมันงาสดที่บีบออกจากงาเรียกว่า น้ำมันงาเขียว ใช้ทาผิวหนังบำรุงผิวพรรณให้ผุดผ่องนุ่มนวลไม่หยาบกร้าน

พืชสมุนไพรที่ให้น้ำมันบำรุงผิวพรรณและเส้นผมอีกสองชนิด คือ มะกอกฝรั่ง (*Olea europaea* L.) น้ำมันที่สกัดจากผลสุกนั้นมีส่วนประกอบที่สำคัญที่เป็นกลีเซอไรด์ของกรด โอเลอิก(oleic acid) กรดพาล์มิติก (palmitic acid) กรดสเตียริก (stearic acid) ลิโนเลอิก (linoleic acid) และอะราคิติก เมื่อใช้ขนาดพอเหมาะจะทำให้ผมนุ่ม ดกดำเป็นเงางามไม่แห้งกรอบ น้ำมันมะกอกใช้ประโยชน์กว้างขวางในการเตรียมเครื่องสำอางในรูปครีมและอิมัลชัน ถ้าใช้น้ำมันมะกอกขนาดพอเหมาะเป็นประจำจะช่วยให้ผมดกดำหางอกช้า

เทียนกิ่งหรือเทียนย้อม (*Henna* sp.) เทียนกิ่งมี 2 ชนิด ได้แก่ เทียนกิ่งชนิดดอกขาวและดอกแดง ในใบเทียนกิ่งมีสารสำคัญเป็นสารจำพวกแอนโทราควินอนีน ชื่อ ลอโซน (lawsone) ใช้เป็นสีย้อมผมและคราให้สีน้ำตาลปนแดง

โสม (*Ginseng* ; *Panax ginseng* C.A. Meyer) เป็นพืชสมุนไพรอีกชนิดหนึ่งซึ่งมีสารสำคัญในรากเป็นฮอร์โมนเอสโตรเจนในปริมาณเล็กน้อย สารนี้มีผลกระตุ้นให้ผิวพรรณเปล่งปลั่ง บริษัทเครื่องสำอางในประเทศเยอรมันใช้โสมผสมในครีมล้างหน้า เพื่อบำรุงผิวหน้าและผสมโสมในน้ำยาบำรุงผม เพื่อบำรุงหนังศีรษะและกระตุ้นการงอกของเส้นผม

ตัวอย่างพืชที่กล่าวมานี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งที่มนุษย์เรานำพืชสมุนไพรมาใช้ประโยชน์เป็นส่วนประกอบในเครื่องสำอาง นอกจากนี้ยังมีพืชอีกหลายชนิดที่ใช้ในอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องสำอาง เช่น กานพลู ลูกจันทร์ ดอกจันทน์ ขมิ้น อัญชัน และน้ำมันจากเมล็ดดอกคำฝอย

ในอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่นอกเหนือไปจากเครื่องสำอางก็มีการนำสมุนไพรไปใช้เช่นกัน อาทิ อุตสาหกรรมอาหารใช้ขมิ้น กระเจี๊ยบแดง เตยหอม น้ำมันกานพลู อุตสาหกรรมทำสี น้ำมัน ชักเงาใช้น้ำมันจากเมล็ดดอกคำฝอย อุตสาหกรรมเครื่องหอมใช้ลูกดอกจันทน์ และการสกัดน้ำมันหอมจากพืชอื่น ๆ เพื่อทำน้ำหอม เป็นต้น

1.7 โครงการอนุรักษ์ทรัพยากรพันธุ์พืช คณะเกษตรศาสตร์บางพระ

การอนุรักษ์ทรัพยากรพันธุ์พืช หมายถึง การรวบรวม การสงวน และการรักษาลักษณะทางพันธุกรรมของพืชที่ปรากฏอยู่และมีศักยภาพในพันธุ์พืชชนิดต่าง ๆ ตลอดจนการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน ทรัพยากรพันธุ์พืชเป็นสมบัติของมวลมนุษย์ ซึ่งเกี่ยวพันทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นแหล่งปัจจัย 4 ของมนุษย์ การเจริญเติบโตและการพัฒนาของบ้านเมืองที่เปลี่ยนจากสภาพป่าเป็นเมือง การขยายตัวของพลเมืองและการขยายพื้นที่ทางเกษตรกรรมจะทำให้การตัดไม้ทำลายป่า ซึ่งเป็นการทำลายทรัพยากรทั้งพืชและสัตว์ที่เป็นประโยชน์ต่อมนุษย์ นอกจากนี้มลภาวะที่เกิดจากแหล่งอุตสาหกรรมต่าง ๆ การใช้ปุ๋ยวิทยาศาสตร์และการใช้สารเคมีจะก่อให้เกิดปัญหาทางสิ่งแวดล้อมและมีผลกระทบต่อพืชและสัตว์รวมทั้งมนุษย์เองด้วย ดังนั้นจึงจำเป็นต้องลดมลภาวะ และหันมาสำรวจรวบรวมหรืออนุรักษ์ทรัพยากรที่สำคัญเหล่านั้นไว้ โดยการศึกษา ปรับปรุง และพัฒนา เพื่อจะรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต

สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ได้เล็งเห็นปัญหาการถูกทำลายของพันธุ์พืช และเห็นความสำคัญต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรพันธุ์พืช จึงได้เสนอโครงการ และได้รับมติจากคณะรัฐมนตรีให้ดำเนินการอนุรักษ์ทรัพยากรพันธุ์พืช โดยจัดสรรงบประมาณ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 – 2544 เป็นเวลา 5 ปี โดยให้หน่วยงานในสังกัด 14 หน่วยงาน ซึ่งตั้งอยู่ 5 ภูมิภาคทั่วประเทศ ได้แก่ คณะเกษตรศาสตร์บางพระ ชลบุรี วิทยาเขตจันทบุรี วิทยาเขตพระนครศรีอยุธยา วิทยาเขตปทุมธานี วิทยาเขตน่าน วิทยาเขตลำปาง สถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรลำปาง วิทยาเขตพิษณุโลก วิทยาเขตกาฬสินธุ์ วิทยาเขตสุรินทร์ สถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรสกลนคร วิทยาเขตนครศรีธรรมราช คณะเกษตรศาสตร์นครศรีธรรมราช และคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการประมงตรัง

ในส่วนของคณะเกษตรศาสตร์บางพระ ได้เข้าร่วมโครงการ ฯ โดยได้รับความร่วมมือด้วยดีจากบุคลากรทุกฝ่ายของคณะ ฯ ซึ่งเห็นความสำคัญของการอนุรักษ์ทรัพยากรของประเทศ ในช่วงปีที่ 4 ของการดำเนินงานจึงเกิดโครงการใหม่ ๆ แบบสหสาขาวิชา ภายใต้โครงการอนุรักษ์ทรัพยากรพันธุ์พืช มีผลสรุปการดำเนินงานและแผนการดำเนินงานในอนาคต ได้ดังนี้

ระบบการอนุรักษ์ที่ดำเนินการในปี พ.ศ. 2540 – 2543

1. งานสำรวจพันธุ์พืชในท้องถิ่น

บันทึกรายละเอียด ชื่อวิทยาศาสตร์ ชื่อพื้นเมือง ลักษณะทางพฤกษศาสตร์ นิเวศวิทยา ประโยชน์ใช้สอย สถานที่พบ ถ่ายภาพสี ภาพสไลด์ของลักษณะดอก ผล ใบ ต้น ปรากฏว่าได้ชื่อพรรณไม้ทั้งหมด 60 ชื่อ จำนวน 120 วงศ์ (Family)

2. การจัดทำสวนพฤกษศาสตร์ในสถานศึกษา

เพื่อสร้างบรรยากาศในสถาบันการศึกษาให้มีบรรยากาศเชิงวิชาการ(academic atmosphere) แก่ นักศึกษา อาจารย์บุคลากร และประชาชน และปลูกต้นไม้เพิ่มเติมภายในหน่วยงานให้มีลักษณะเป็นอุทยานทางการศึกษา ซึ่งมีพื้นที่สีเขียวเพิ่มขึ้น พร้อมติดป้ายชื่อพืช ชื่อวิทยาศาสตร์ ชื่อวงศ์ ลักษณะทั่วไป การขยายพันธุ์ ประโยชน์และสรรพคุณ

2.1 สวนพฤกษศาสตร์พรรณไม้ในวรรณคดีไทย

2.2 สวนสมุนไพรและพืชอาหารพื้นบ้านไทย

2.3 สวนพฤกษชาติพรรณไม้ไทย

3. จัดทำพื้นที่ถาวรเป็นแปลงอนุรักษ์และขยายพันธุ์

3.1 การรวบรวมพันธุ์พืชในสถานเพาะชำ

3.2 แปลงรวบรวมความหลากหลายของพรรณพฤกษชาติ (Plant Diversity)

3.3 การอนุรักษ์พันธุ์พืชที่มีอยู่เดิมภายใน คณะ สถาบัน และวิทยาเขต แล้วปลูกเพิ่มเติม ปกป้องรักษาให้เป็นสวนป่าผสมผสาน

4. การจัดทำฐานข้อมูล (Data Base) และการจัดทำหนังสืออนุรักษ์ ฯ

4.1 จัดเก็บรวบรวมข้อมูลของพันธุ์พืชต่าง ๆ ด้วยระบบคอมพิวเตอร์

4.2 จัดทำเอกสารเผยแพร่ หนังสือโครงการฯ เช่น ทรัพยากรพันธุ์พืชเพื่อการอนุรักษ์ ผักพื้นบ้าน และพืชสมุนไพร ไม้ผลพื้นบ้าน ว่านสมุนไพร

5. การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากพืชอนุรักษ์

การศึกษาทดลอง งานวิจัย นำพืชอนุรักษ์ชนิดต่าง ๆ มาแปรรูป หรือทำผลิตภัณฑ์ หรือพัฒนาภูมิปัญญาชาวบ้าน เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าของพืชอนุรักษ์ ได้แก่ การทำผลิตภัณฑ์ชาชง น้ำผลไม้ ไวน์พระรถเมรี ไวน์ตะไคร้ ไวน์มะหาด

6. แผนการดำเนินงานในอนาคต

6.1 การเปิดเรียนวิชาการอนุรักษ์ทรัพยากรพันธุ์พืช ความหลากหลายทางชีวภาพในระดับปริญญาตรี สายเกษตรศาสตร์ ของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล

6.2 โครงการจัดตั้งหอพันธุ์ไม้และพิพิธภัณฑ์พืช

6.3 การศึกษาวิจัยทางพฤกษศาสตร์ อนุกรมวิธาน นิเวศวิทยา การปรับตัวและการประเมินพันธุ์พืชอนุรักษ์ พันธุ์ไม้หายากและการใช้ประโยชน์

6.4 การพัฒนาพันธุ์พืชที่มีศักยภาพในเชิงอุตสาหกรรม เช่น การแปรรูปผลิตผลต่าง ๆ การสกัดสารหอมระเหย ฯ

6.5 การจัดทำเอกสารเผยแพร่ การจัดนิทรรศการ และประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างจิตสำนึกแก่ชุมชน และเยาวชนไทยให้รักและหวงแหนในทรัพยากรธรรมชาติของประเทศ

2. งานวิจัยที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สมุนไพร

กฤษฎณี สร้อยอนุสรณ์ (2537) ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมสุขภาพเกี่ยวกับการใช้สมุนไพรในโครงการสาธารณสุขมูลฐานในโรงเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 สังกัดกรุงเทพมหานคร พบว่า นักเรียนชายและนักเรียนหญิงของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 สังกัดกรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมสุขภาพด้านความรู้เกี่ยวกับการใช้สมุนไพรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 สำหรับ อาชีพของบิดามารดาที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมสุขภาพด้านเจตคติแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ .01 สำหรับรายได้เฉลี่ยของครอบครัว และ ลักษณะการอยู่อาศัยที่แตกต่างกัน ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 สังกัดกรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมสุขภาพด้านเจตคติแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ .05 ส่วน การได้รับความรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 สังกัดกรุงเทพมหานคร มีพฤติกรรมสุขภาพด้านการปฏิบัติเกี่ยวกับการ ใช้สมุนไพรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

สมทรง ณ นคร และคณะ (2537) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับสมุนไพรรักษาโรค พบว่า ว่านหางจระเข้ เป็นสมุนไพรที่กลุ่มตัวอย่างรู้จักมากที่สุด ชมิ้นชันเป็นสมุนไพรที่กลุ่มตัวอย่างเคยทดลองใช้ด้วยตัวเองมากที่สุด รองลงมา คือ ว่านหางจระเข้และฟ้าทะลายโจร ร้อยละ 77.1 ของกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า สมุนไพรมีสรรพคุณดีเทียบเท่ายาแผนปัจจุบัน และมากกว่าครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่าง เคยได้รับความรู้หรือคำแนะนำเกี่ยวกับสมุนไพร จากสื่อมวลชนและจากบุคลากรสาธารณสุข

และเพื่อนบ้านมาก่อน ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับสมุนไพรรักษาโรค นั้นพบว่าปัจจัยทางสังคม - วัฒนธรรมต่อไปนี้มีอิทธิพลต่อระดับการยอมรับสมุนไพรรักษาโรคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ความเชื่อในสรรพคุณของสมุนไพร การได้รับคำแนะนำเกี่ยวกับสมุนไพรจากบุคลากรสาธารณสุข การได้รับคำแนะนำเกี่ยวกับสมุนไพรจากญาติ เพื่อนบ้าน การได้รับความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรจากสื่อมวลชน และการรู้จักว่ายาที่แพทย์สั่งให้ครั้งนี้เป็นยาสมุนไพร

วิลาวัณย์ ภูวมัง (2539) ศึกษาวิจัยเรื่อง ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมส่งเสริมสมุนไพรของเจ้าหน้าที่สาธารณสุขตำบล จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า เจ้าหน้าที่สาธารณสุขตำบลที่ได้รับข่าวสารสมุนไพรสูงจะมีพฤติกรรมส่งเสริมสมุนไพรมากกว่าเจ้าหน้าที่สาธารณสุขตำบลที่ได้รับข่าวสารสมุนไพรต่ำ มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจตามทฤษฎีความคาดหวัง และความคลุมเครือในบทบาท รวมทั้งมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างอายุและระยะเวลาในการทำงานกับพฤติกรรมส่งเสริมสมุนไพรของเจ้าหน้าที่สาธารณสุขตำบล แรงจูงใจตามทฤษฎีความคาดหวังเป็นตัวแปรที่สำคัญเพียงตัวเดียวที่ทำนายพฤติกรรมส่งเสริมสมุนไพรได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยมีอำนาจในการทำนาย 5.8 % และเมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบ แรงจูงใจตามทฤษฎีความคาดหวังเป็นตัวแปรที่สำคัญเพียงตัวเดียวที่ทำนายพฤติกรรมส่งเสริมสมุนไพรได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยมีอำนาจในการทำนาย 9.61 % ส่วนการสนับสนุนทางสังคม การได้รับข่าวสารสมุนไพร และความคลุมเครือในบทบาทสามารถรวมทำนายพฤติกรรมส่งเสริมสมุนไพรได้ 33.42 %

วรพรรณ หาญวงศ์ไพบูลย์ และสินีนุช นิมิตรดี (2539) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจใช้สมุนไพรหรือผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่เป็นผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ พบว่า การที่มีความต้องการที่จะสนับสนุนสินค้าไทย การที่เคยมีประสบการณ์ในการใช้ด้วยตนเองแล้วได้ผลดี รูปแบบของผลิตภัณฑ์มีความสะดวกต่อการใช้ การที่มีความเชื่อที่ว่ายาสมุนไพรปลอดภัยกว่ายาแผนปัจจุบัน และความประทับใจในการให้บริการของร้าน เป็น 5 ปัจจัยแรกที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในการตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลให้ประชาชนมีการใช้สมุนไพรส่วนหนึ่ง คือความต้องการสนับสนุนสินค้าภายในประเทศ จึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจที่จะรณรงค์ให้มีการใช้ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ให้แพร่หลายขึ้น ซึ่งควรจะมีการพยายามพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพและรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความปลอดภัย และสะดวกต่อการใช้มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ควรเพิ่มคุณภาพการบริการจากร้าน นอกจากนี้การโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ด้านสมุนไพรทางสื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ก็มีส่วนทำให้การใช้สมุนไพร และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่เป็นผลิตภัณฑ์ภายในประเทศแพร่หลายมากขึ้นด้วย

3. ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action)

การศึกษาครั้งนี้ใช้ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลของฟิชไบน์และไอเซน (Fishbein and Ajzen 1975, Ajzen and Fishbein, 1980.) ซึ่งได้เริ่มศึกษาทฤษฎีนี้ เมื่อปี ค.ศ. 1967 และเสนอเต็มรูปแบบ เมื่อปี ค.ศ. 1980 ซึ่งมีรายละเอียดของทฤษฎีดังต่อไปนี้ (ธีระพร อูวรรณโณ . 2527 : 11 – 12)

ข้อตกลงเบื้องต้นของทฤษฎี (Assumption)

มนุษย์เป็นผู้ที่มีเหตุผลและใช้ข้อมูลของตนมืออย่างเป็นระบบ มนุษย์พิจารณาผลที่อาจเกิดจากการกระทำของตนก่อนตัดสินใจลงมือกระทำ หรือไม่ทำพฤติกรรม

3.1 ใจความของทฤษฎี

1. พฤติกรรม ส่วนมากอยู่ภายใต้การควบคุมของเจตนาของบุคคล เจตนาเชิงพฤติกรรม (Behavioral Intention หรือ I_i) ของบุคคล จึงเป็นตัวกำหนดที่ใกล้ชิดกับพฤติกรรม

2. เจตนาเชิงพฤติกรรม ขึ้นอยู่กับตัวกำหนด 2 ตัว คือ

2.1 ปัจจัยส่วนบุคคล เป็นการประเมินทางบวก – ทางลบ ต่อการกระทำ เรียกว่า เจตคติต่อพฤติกรรม แทนสัญลักษณ์ด้วย (A_{B_i}) เจตคติต่อพฤติกรรม ขึ้นอยู่กับความเชื่อของผลการกระทำ (Behavioral Beliefs หรือ b_i) และการประเมินผลของการกระทำ (Evaluation of Consequences หรือ แทนสัญลักษณ์ด้วย e_i)

2.2 ปัจจัยทางสังคมเป็นการประเมินของบุคคลว่า ตนจะมีการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงเพียงใด (Subjective Norm หรือ แทนสัญลักษณ์ด้วย SN_i) กลุ่มอ้างอิง หมายถึง บุคคลใกล้ชิดที่มีความสำคัญต่อบุคคลผู้นั้น ดังนั้นปัจจัยทางสังคมจึงขึ้นอยู่กับความเชื่อเกี่ยวกับทรศนะของกลุ่มอ้างอิงต่อการกระทำของตน (Normative Belief หรือ แทนสัญลักษณ์ด้วย แทนสัญลักษณ์ด้วย NB_i) ซึ่งหมายถึง ความเชื่อที่บุคคลแต่ละคนที่อยู่ในกลุ่มอ้างอิงประสงค์ให้ตนทำหรือไม่ทำพฤติกรรมนั้นเพียงใด และปัจจัยทางสังคมยังขึ้นอยู่กับแรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Motivation to Comply หรือ แทนสัญลักษณ์ด้วย Mc_i)

3. ความสำคัญของเจตคติต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ส่วนหนึ่งขึ้นกับความตั้งใจเชิงพฤติกรรมหรือพฤติกรรม นั่นคือ พฤติกรรมบางพฤติกรรมอาจถูกกำหนดโดยเจตคติต่อพฤติกรรมมากกว่าการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ส่วนบางพฤติกรรมอาจได้รับอิทธิพลจากการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมากกว่าเจตคติต่อพฤติกรรมแต่บางพฤติกรรมอาจได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทั้งสองได้ใกล้เคียงกัน และความสำคัญของปัจจัยทั้งสองอาจแตกต่างกันระหว่างบุคคล

4. ตัวแปรภายนอก (External Variable) เช่นตัวแปรชีวสังคม เจตคติต่อเป้าหมายอื่นที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนั้น ๆ หรือบุคลิกภาพ จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมก็ต่อเมื่อตัวแปรนั้น ๆ มีอิทธิพลต่อเจตคติ ต่อพฤติกรรม มีอิทธิพลต่อการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง หรือมีอิทธิพลต่อน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรทั้งสองนี้ต่อเจตนาเชิงพฤติกรรม

5. การกำหนดพฤติกรรมที่จะศึกษา จำเป็นต้องกำหนดโดยคำนึงถึง

5.1 การกระทำ (Action) จะต้องกำหนดว่าเป็นการกระทำเดี่ยว (Single Act) เช่น การให้ลูกกินอาหาร การสูบบุหรี่ เป็นต้น หรือเป็นกลุ่มการกระทำ (Behavior Categories) เช่น การออกกำลังกาย ซึ่งอาจจะประกอบด้วย การกระทำย่อย ๆ หลายการกระทำ เป็นต้นว่า การวิ่ง การกระโดดเชือก หรือ การเล่นฟุตบอล

5.2 เป้าหมาย (Target) หมายถึง เป้าหมายของการกระทำ เช่น การให้ลูกกินอาหารข้างต้น อาจกำหนดเป้าหมายให้เป็นนมแม่

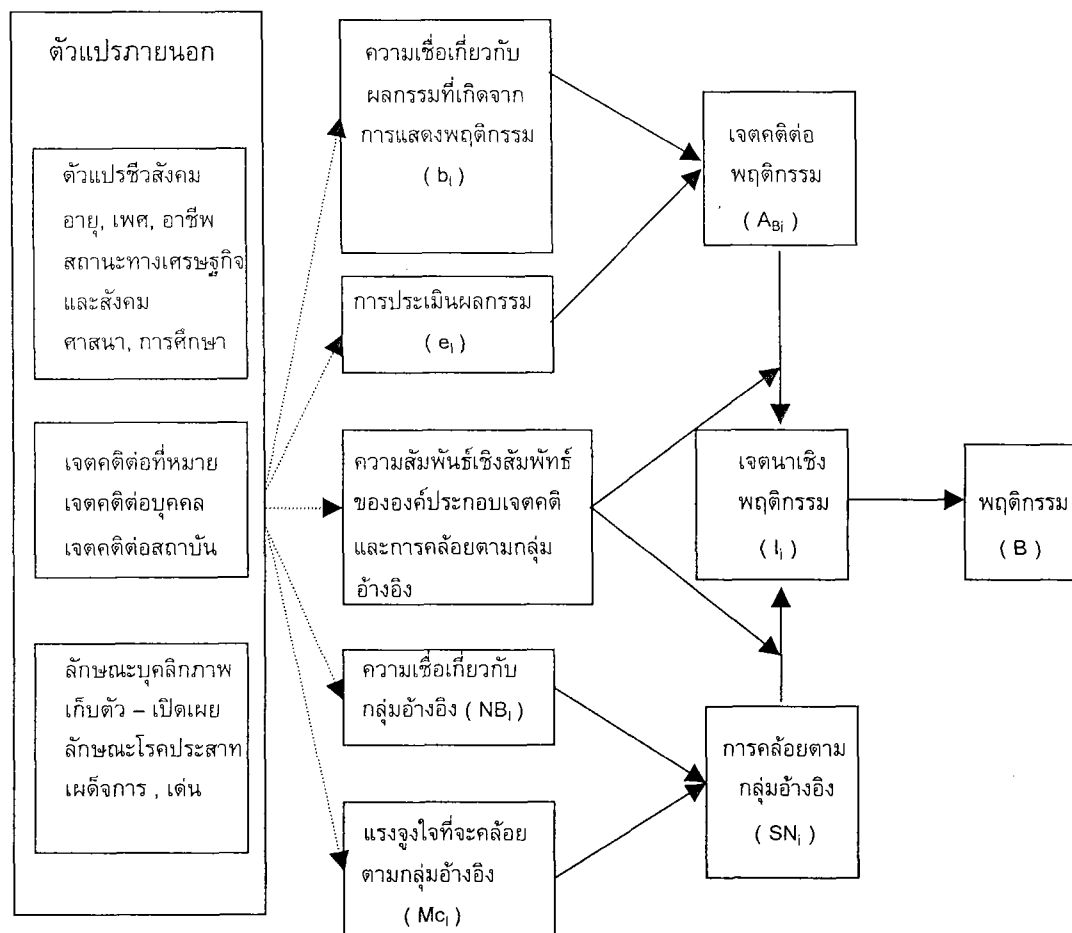
5.3 เวลา (Time) หมายถึง เวลาที่พฤติกรรมที่เราสนใจศึกษาจะเกิดขึ้น เช่น การกินนมแม่ตอนค่ำ

5.4 บริบท (context) หมายถึง สถานการณ์ที่พฤติกรรมที่เราสนใจศึกษาจะเกิดขึ้น เช่น การกินนมแม่ที่บ้าน

การกำหนดพฤติกรรมที่จะศึกษานี้สามารถกำหนดให้มีความจำเพาะได้ตามที่เราสนใจจะศึกษาเมื่อกำหนดพฤติกรรมได้แล้ว การวัดเจตคติต่อพฤติกรรมก็จะต้องวัดให้สอดคล้องกับพฤติกรรม เช่น เจตคติการให้ลูกกินนมแม่ที่บ้านตอนค่ำ ส่วนการวัดพฤติกรรมจำเป็นต้องวัดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมที่กำหนดขึ้น

ข้อจำกัดของทฤษฎี (ชีระพร อวรรณโณ . ม.ป.ป. : 2)

1. อาจมีพฤติกรรมบางพฤติกรรมที่ทฤษฎีอธิบายไม่ได้ เช่น การระบายอารมณ์ทันทีทันใด หรือพฤติกรรมในการทำงานที่คนมีทักษะอยู่แล้ว เช่น การขับรถ การเปิดหน้าต่างหนังสือ
2. อาจมีคนบางคนที่ทฤษฎีอธิบายไม่ได้ เช่น คนที่มีการตัดสินใจโดยกระบวนการที่แตกต่างจากแนวทางทฤษฎีนี้ หรือคนที่แสดงพฤติกรรมโดยไม่คิดไตร่ตรองเลย
3. การวัดการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงอาจจะยังไม่เป็นวิธีที่ดีที่สุด
4. อาจมีองค์ประกอบอย่างอื่นที่มีความสำคัญอีก แต่ปัจจุบันยังไม่มีหลักฐานเพียงพอ



..... แสดงความเป็นไปได้ของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรภายนอกกับตัวแปรต่างๆ ในทฤษฎี

_____ แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ในทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล

ภาพประกอบ 2 แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ในทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล

(Ajzen and Fishbein. 1980)

จากภาพประกอบ 2 จะเห็นว่าเราสามารถแบ่งเป็นกลุ่มของปัจจัยเพื่อใช้ในการหาวัดเจตคติตามแนวทฤษฎีของ ฟิชไบน์และไอเซน ได้ 2 กลุ่มดังนี้

1. เจตคติต่อพฤติกรรม (A_{bi}) ซึ่งเป็นเจตนาส่วนบุคคล สามารถวัดได้ 2 วิธีการ ดังนี้
 - 1.1 วัดเจตคติต่อพฤติกรรมโดยตรง
 - 1.2 วัดเจตคติทางอ้อม ซึ่งสามารถวัดได้จากความเชื่อเกี่ยวกับผลของการกระทำ (b_i) และการประเมินผลกรรม (e_i)
2. การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (SN_i) ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกตามแนวของทฤษฎีของฟิชไบน์และไอเซน สามารถวัดได้ 2 วิธีการ ดังนี้
 - 2.1 การวัดการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางตรง
 - 2.2 การวัดการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางอ้อม วัดได้จาก ความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง (NB_i) และแรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Mc_i)

3.2 รายละเอียดของตัวแปรต่าง ๆ ตามทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล

1. พฤติกรรม (Behavior (B)) หมายถึง การกระทำหรืออาการที่แสดงออกของบุคคล ที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้า พฤติกรรมของบุคคลทุกพฤติกรรมย่อมมีสาเหตุ สาเหตุของพฤติกรรมหนึ่ง ๆ อาจเหมือนกันหรือแตกต่างกันได้ และพฤติกรรมหนึ่ง ๆ อาจจะมีสาเหตุจากหนึ่งหรือหลายสาเหตุ ดังนั้นการที่จะเข้าใจพฤติกรรมได้จะต้องทำความเข้าใจสิ่งเหล่านี้ (Ajzen and Fishbein. 1980 : 29 – 39)

1.1 พฤติกรรมและผล (Behavior versus Outcomes)

ในการศึกษาพฤติกรรมที่สนใจนั้นเราจะต้องกำหนดให้ชัดเจนว่าจะศึกษาพฤติกรรมหรือผลของพฤติกรรม เพราะทั้ง 2 อย่างมีความแตกต่างกัน ผลอาจจะเกิดจากปัจจัยอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากพฤติกรรม และพฤติกรรมหลาย ๆ พฤติกรรมที่ต่างกันอาจนำไปสู่ผลเดียวกัน เช่น การลดน้ำหนักอาจเกิดจากการกระทำพฤติกรรมต่างๆ เช่น การรับประทานอาหารที่มีแคลอรีต่ำ งดอาหารบางมื้อ หรือวิ่งวันละ 2 ไมล์ เป็นต้น

1.2 พฤติกรรมเดี่ยว และประเภทพฤติกรรม (Single Action)

หมายถึง การกระทำเดี่ยวเป็นพฤติกรรมเฉพาะอย่างที่บุคคลกระทำ เช่น การอ่านหนังสือเราสามารถวัดการกระทำเดี่ยวได้โดยจะต้องนิยามการกระทำนั้นให้ชัดเจน เพื่อที่เราจะได้กำหนดการกระทำว่าถูกต้องหรือไม่ การกระทำอาจสังเกตได้ยาก ง่ายแตกต่างกันผู้สังเกตอาจสังเกตได้ผลที่แตกต่างกัน ดังนั้นในการกำหนดการกระทำที่สังเกต หรือการวัด ควรกำหนดให้ผู้สังเกตหลาย ๆ คนสังเกตให้ตรงกันในระดับสูง

1.3 ประเภทพฤติกรรม (Behavioral Categories)

หมายถึง การรวบรวมการกระทำหลาย ๆ อย่างเข้าด้วยกัน โดยจะต้องกำหนดพฤติกรรมเดี่ยวที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมนั้น ๆ ให้มากที่สุด คะแนนที่ได้จากการวัดนำมารวมกัน ถือเป็น การวัดปริมาณของประเภทพฤติกรรม

1.4 ความจำเพาะของพฤติกรรม

การวัดพฤติกรรมไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมเดี่ยว หรือประเภทพฤติกรรมจะมีความแม่นยำตรงมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับความจำเพาะของพฤติกรรม และความจำเพาะของพฤติกรรมขึ้นอยู่กับ

1.4.1 การกระทำ (Action)

1.4.2 เป้าหมาย (Target)

1.4.3 บริบท (Context)

1.4.4 เวลา (Time)

1.5 ระดับการวัดพฤติกรรม

การสังเกตหรือการวัดการกระทำเดี่ยวอาจทำได้หลายวิธีต่าง ๆ กันดังนี้

1.5.1 วิธีให้บุคคลมีทางเลือก 2 ทาง คือจะกระทำหรือไม่กระทำพฤติกรรม

1.5.2 วิธีการให้บุคคลมีทางเลือกมากกว่า 2 ทางที่เขาสามารถเลือกได้

1.5.3 วิธีวัดหรือสังเกตปริมาณของการกระทำที่เกิดขึ้น

1.5.4 วิธีการสังเกตพฤติกรรมที่ซ้ำ ๆ กัน ซึ่งมีการวัด 2 วิธีคือ

ก. ความถี่สัมบูรณ์ (The Absolute Frequency) คือวัดจำนวนครั้งที่บุคคลกระทำพฤติกรรม

ข. ความถี่สัมพัทธ์ (The Relative Frequency) คือการหาสัดส่วนหรือจำนวนเปอร์เซ็นต์ที่บุคคลกระทำพฤติกรรมนั้น

ดังนั้นเมื่อต้องการทราบว่าบุคคลทำพฤติกรรมถี่เพียงไร ต้องวัดความถี่สัมบูรณ์ เมื่อต้องการทราบถึงสัดส่วนของจำนวนครั้งที่เกิดพฤติกรรมต้องวัดความถี่สัมพัทธ์

1.6 พฤติกรรมมาจากคำรายงานของตนเอง

วิธีการรายงานด้วยตนเองนั้น จะต้องบอกกลุ่มของพฤติกรรมที่สัมพันธ์กับประเภทพฤติกรรม ซึ่งวิธีดังกล่าวเป็นวิธีที่ประหยัดเวลา และค่าใช้จ่าย

2. ความตั้งใจ (Intention)

จากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล ความตั้งใจเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมแต่ไม่ได้หมายความว่า การวัดความตั้งใจจะเป็นการเพียงพอที่จะทำนายพฤติกรรมเสมอไป ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจและพฤติกรรม องค์ประกอบเหล่านั้น คือ ความสอดคล้องระหว่างความตั้งใจและพฤติกรรม และความคงอยู่ของความตั้งใจ ถ้าการวัดมีลักษณะเป็นนามธรรมหรือลักษณะทั่วไปมากเกินไป ผลที่ได้จะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมต่ำมากเท่านั้น (ถาวร แซ่ตั้ง. 2529 : 12 ; อ้างอิงจาก Ajzen and Fishbien. 1973 : 43. *Journal of Personality and Social Psychology* .)

2.1 ความสอดคล้องระหว่างความตั้งใจและพฤติกรรม

ในการใช้ความตั้งใจทำนายพฤติกรรมนั้นถ้าต้องการให้มีความแม่นยำมากขึ้น จำเป็นจะต้องวัดความตั้งใจและพฤติกรรมให้มีความสอดคล้องกันในความจำเพาะทั้ง 4 คือ การกระทำ เป้าหมาย บริบท และเวลา

2.1.1 ความสอดคล้องกับการกระทำเดี่ยว

ความตั้งใจของบุคคลที่มีต่อการกระทำเดี่ยวอาจวัดโดยถามเจตนาของบุคคล ที่จะทำหรือไม่ทำพฤติกรรมนั้น หรือวัดความน่าจะเป็นของบุคคลว่าจะกระทำพฤติกรรมนั้นหรือไม่ ซึ่งเรียกว่าการวัดความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (Behavioral Intention)

2.1.2 ความสอดคล้องกับพฤติกรรมที่มีหลากหลายทางเลือก

การวัดความตั้งใจต่อพฤติกรรมที่มีหลายทางเลือกเป็นการวัดจำนวนทางเลือกของพฤติกรรมที่บุคคลกระทำ ซึ่งอาจจะเป็นพฤติกรรมที่ต่างกันหรือพฤติกรรมเดียวกัน แต่ปริมาณต่างกัน เช่น จำนวนเงินที่บริจาค ในกรณีของการกระทำเดียว คาดว่าความตั้งใจทำนายการเลือกได้ถ้ามีความสอดคล้องกันระหว่างการวัด 2 ครั้ง การวัดความตั้งใจต่อพฤติกรรมที่มีหลายทางเลือกนี้มีวิธีวัด 2 วิธีคือ

- ก. คำถามปลายเปิด โดยมีตัวเลือกให้ เช่น ในการเลือกตั้งประธานาธิบดี ในปี 1976
- ข. คำถามปลายเปิดใช้เมื่อต้องการวัดความตั้งใจ เมื่อต้องการทราบปริมาณหรือความถี่

2.1.3 ระดับการวัดความตั้งใจเชิงปริมาณ

เป็นการวัดความน่าจะเป็นเชิงอัตนัยของความตั้งใจที่จะเลือกกระทำพฤติกรรมแต่ละพฤติกรรม และยังสามารถใช้ทำนายทางเลือกต่าง ๆ ได้อีก

2.1.4 ความสอดคล้องกับประเภทพฤติกรรม

เป็นการวัดความตั้งใจที่มีต่อการกระทำเดี่ยวโดยการวัดความตั้งใจและการกระทำเดี่ยวนั้น ๆ จะต้องมีความสอดคล้องกันในความจำเพาะทั้ง 4 คือ การกระทำ เป้าหมาย บริบท และเวลา

2.2 ความคงอยู่ของความตั้งใจ

ไอเซน และฟิชไบน์ (นงลักษณ์ เศษฐภักดีจิต.2541 : 51 ; อ้างอิงจาก Ajzen and Fishbien. 1980 : 47. *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior.*) กล่าวว่า การวัดความตั้งใจอาจไม่ได้วัดพฤติกรรมได้ตลอดเวลา ความตั้งใจ สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ในการวัดความตั้งใจก่อนสังเกตพฤติกรรมแบบการวัดความตั้งใจขณะที่สังเกตพฤติกรรมนั้นอาจได้ผลต่างกัน เนื่องจากมีเหตุการณ์แทรกซ้อนทำให้ความตั้งใจเปลี่ยนไป ความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจและพฤติกรรมจึงลดลง ยิ่งระยะเวลาระหว่างการวัดความตั้งใจและพฤติกรรมห่างกันมากเท่าไร บุคคลย่อมมีโอกาสรับข้อมูลอื่น หรือเหตุการณ์ที่มีผลต่อความตั้งใจเดิมมากขึ้น ฉะนั้นจึงจำเป็นต้องวัดความตั้งใจให้ใกล้ชิดกับการวัดพฤติกรรมให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพื่อที่จะได้ทำนายพฤติกรรมได้แม่นยำขึ้น

ในการทำนายพฤติกรรมจากความตั้งใจโดยทั้งช่วงเวลานานนั้น โดปคิตมักไม่นิยมใช้การวัดเป็นรายบุคคล แต่จะวัดแนวโน้มของพฤติกรรมในกลุ่มคนกลุ่มใหญ่ของประชากรเพราะว่าความตั้งใจโดยรวมของคนกลุ่มใหญ่จะมีความคงอยู่นานกว่าความตั้งใจเป็นรายบุคคล (กุญชร เจือดี . 2541 : 16 ; อ้างอิงจาก Ajzen and Fishbien. 1980 . *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior.*)

การใช้ความตั้งใจทำนายผล

วิธีที่สะดวกที่สุดในการทำนายผลด้วยความตั้งใจ ซึ่งจำทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจและผลมีความหนักแน่นน่าเชื่อถือ มีข้อตกลงพื้นฐาน 2 ข้อ (นงลักษณ์ เศษฐภักดีจิต.2541 : 52 ; อ้างอิงจาก Ajzen and Fishbien. 1980 : 51. *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior.*)

ผลที่สนใจจะต้องเป็นผลจากการกระทำพฤติกรรมที่ชัดเจน

1. ผลที่สนใจจะต้องเป็นผลจากการกระทำพฤติกรรมที่ชัดเจน
2. ความตั้งใจที่มีผลจะนำไปสู่การกระทำพฤติกรรมเหล่านั้น

3. ปัจจัยส่วนบุคคล

เจตนาที่มีต่อพฤติกรรม หมายถึง การตัดสินใจของบุคคลที่กระทำพฤติกรรมว่า เป็นสิ่งที่ดี หรือ เลว ซึ่งเขาจะสนับสนุนหรือต่อต้านการกระทำพฤติกรรมนั้น (Ajzen and Fishbien. 1980 : 56) หรือ หมายถึงการประเมินทางบวก หรือทางลบ ของแต่ละบุคคลที่มีต่อการกระทำพฤติกรรมนั้น (Ajzen and Fishbien. 1980 : 6) การวัดเจตคติที่มีผลต่อพฤติกรรม 2 วิธี คือ การวัดเจตคติทางตรงต่อพฤติกรรม และการวัดเจตคติทางอ้อมต่อพฤติกรรม

3.1 การวัดเจตคติทางตรงต่อพฤติกรรม เป็นการประเมินความรู้สึกโดยทั่วไป ของบุคคลที่ เห็นด้วย หรือคัดค้านต่อการกระทำพฤติกรรมนั้น ซึ่งแบบวัดเจตคติทางตรงที่ได้มาตรฐานมีหลายแบบวัด แต่ แบบวัดที่ใช้กันมากและมีความสัมพันธ์กับแบบวัดเจตคติทางอ้อม คือแบบวัดมาตราจำแนกความหมายของ ออสกูสและคณะที่เสนอไว้ในปี 1957 (Ajzen and Fishbein. 1980 : 54 – 55)

3.2 การวัดเจตคติทางอ้อมต่อพฤติกรรม ขึ้นอยู่กับความเชื่อเกี่ยวกับผลของการกระทำ และการประเมินผลของการกระทำ โดยการรวมผลคูณระหว่างความเชื่อเกี่ยวกับผลของการกระทำ และประเมินผลของการกระทำ เป็นการวัดเจตคติทางอ้อมต่อพฤติกรรม

ในช่วงชีวิตของบุคคลมีประสบการณ์ต่าง ๆ มากมายที่จะทำให้ได้ข้อมูลของความเชื่อ เกี่ยวกับการกระทำ เป้าหมาย และเหตุการณ์ ซึ่งกระบวนการที่ได้มาซึ่งความเชื่อมีอยู่ 3 ชนิด ดังนี้คือ (Fishbein and Ajzen. 1975 : 132)

1. ความเชื่อเชิงบรรยาย (Descriptive Belief) เป็นความเชื่อที่เกิดจากประสบการณ์ตรงของบุคคลแต่ละบุคคลว่ามีที่หมายหรือสิ่งที่สนใจอยู่นั้นมีผลทำให้เกิดสิ่งใดขึ้นโดยเฉพาะอย่าง เช่น โຕ้ะ กลม นิโกรมี่ผิวสีดำ เป็นต้น

2. ความเชื่อที่เกิดจากการอนุมาน (Inferential Belief) เป็นความเชื่อที่เกิดจากการอ้างอิงสิ่งหนึ่งไปยังอีกสิ่งหนึ่ง โดยใช้หลักตรรกศาสตร์ เช่น นาย ก สูงกว่า นาย ข และนาย ข สูงกว่า นาย ค บุคคลจะเชื่อว่า นาย ก สูงกว่า นาย ค โดยใช้การคาดคะเนตามหลักเหตุผล

3. ความเชื่อที่ได้จากข้อมูล (Informational Belief) เป็นความเชื่อที่สร้างขึ้นจากการยอมรับในข่าวสารจากแหล่งภายนอก ซึ่งอาจจะเป็นหนังสือ การบรรยาย การเล่าต่อ ๆ กันมา เช่น เชื่อว่า ศาสดาของพระพุทธศาสนา คือพระพุทธเจ้า

เจตคติเป็นองค์ประกอบของความเชื่อ หากบุคคลมีความเชื่อว่าการทำพฤติกรรมนั้นจะนำไปสู่ผลทางบวกเขาก็จะมีเจตคติที่ดีต่อพฤติกรรมนั้น ขณะที่บุคคลซึ่งเชื่อว่าการกระทำนั้นจะนำไปสู่ผลทางลบเขามีเจตคติที่ไม่ดีต่อพฤติกรรมนั้น ซึ่งความเชื่อที่เป็นรากฐานของเจตคติที่มีต่อพฤติกรรมนี้ เรียกว่า ความเชื่อเกี่ยวกับผลของการกระทำ (Behavioral Belief) ตามทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล ความเชื่อ หมายถึง ความน่าจะเป็นโดยอัตโนมัตินั้นของบุคคลที่เห็นว่าที่หมายมีความสัมพันธ์กับลักษณะเฉพาะอย่าง ไอเซน และฟิชไบน์ (Ajzen and Fishbein. 1980 : 63) ได้กล่าวถึงบุคคลแม้จะมีความเชื่อจำนวนมากเกี่ยวกับที่หมายหนึ่งๆ แต่เขาสามารถที่จะใส่ใจกับความเชื่อได้จำนวนน้อย ความเชื่อเหล่านั้นคือ ความเชื่อเด่นชัด (Salient Beliefs) ซึ่งถือว่าเป็นตัวกำหนดเจตคติต่อพฤติกรรม ความเชื่อเด่นชัดนี้อาจจะเปลี่ยนไปได้ คืออาจจะมีน้ำหนักแน่นมากขึ้น หรือน้อยลง หรืออาจถูกความเชื่ออื่นที่มาแทนที่ (ถาวร แซ่ตั้ง. 2529 : 16 ; อ้างอิงจาก Fishbein and Ajzen. 1975. *Belief, attitude, intention and behavior : an introduction to theory and research.*)

การหาความเชื่อเด่นชัดเกี่ยวกับที่หมายจะพิจารณาเฉพาะข้อมูลของความเชื่อเด่นชัดที่มีความดีสูง ๆ (Model Salient Beliefs) ซึ่งมีวิธีการต่าง ๆ ดังนี้ คือ

ขั้นที่ 1 วิเคราะห์เนื้อหาของความเชื่อที่แตกต่างกันของบุคคล

ขั้นที่ 2 การจัดกลุ่มความเชื่อคล้ายกันเข้าด้วยกัน ถ้าความเชื่อไหนที่คล้ายกันแต่เป็นของผู้ตอบคนเดียวกัน ก็แยกความเชื่อออกจากกันไม่จัดเข้ากลุ่ม

ขั้นที่ 3 คัดเลือกข้อ ความเชื่อเด่นชัด ซึ่งอาจจะใช้วิธีต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- เลือกความเชื่อที่มีความดีสูงสุด 10 – 12 ความเชื่อ หรือ
- เลือกความเชื่อทั้งหมดที่กลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 10 – 12 % กล่าวถึง หรือ
- เลือกความเชื่อที่มีความดีสูงสุดจนถึงความเชื่อที่รวมความดีได้ประมาณ 75 % ของความเชื่อทั้งหมด

ดังนั้น ความเชื่อที่ได้นำมาสร้างแบบวัด จะมีพื้นฐานมาจากกลุ่มของความเชื่อเด่นชัด ไอเซน และ ฟิชไบน์ (Ajzen and Fishbein, 1980 : 65) กล่าวว่า ความเชื่อเด่นชัดของบุคคลเกี่ยวกับผลของการกระทำ พฤติกรรมจะเป็นสิ่งกำหนดเจตคติต่อพฤติกรรมของบุคคล ดังนั้นถ้าจะทำความเข้าใจเจตคติ ต้องเข้าใจความเชื่อเด่นชัดก่อน โดยใช้วิธีการดังนี้

ขั้นที่ 1 จะต้องทราบถึงการประเมินผลของการทำพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งหมายถึงการประเมินลักษณะที่มาสัมพันธ์กับที่หมายนั้น ๆ ว่าดีหรือเลว โดยใช้มาตราขั้วคู่ 7 ช่วง เช่น

การที่น้ำหนักขึ้น

ดี : : : : : : เลว
 มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
 2 อย่าง

ขั้นที่ 2 การประเมินผลความเชื่อของบุคคลว่าพฤติกรรมใดนำไปสู่ผลการกระทำแต่ละอย่าง ด้วยความหนักแน่น ของความเชื่อเพียงใด เช่น

การช้ำยาเม็ดคุมกำเนิด เป็นสาเหตุทำให้น้ำหนักขึ้น

เป็นไปได้ : : : : : เป็นไปไม่ได้
 มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
 2 อย่าง

ตาราง 1 การศึกษาเจตคติของผู้หญิงในการใช้ยาเม็ดคุมกำเนิด

การใช้ยาเม็ดคุมกำเนิด ของฉันทัน	การประเมินผลการกระทำ	ความเชื่อเกี่ยวกับผลการกระทำ	รวม
1. ทำให้น้ำหนักขึ้น	-2	+3	-6
2. สะดวก	+1	+3	+3
3. สามารถกำหนดขนาด ของครอบครัวได้	+2	+2	+4
4. ทำให้ฉันทันรู้สึกผิด	-1	+2	-2
5. ทำให้ประจำเดือนมา ปกติ	+3	+1	+3
	รวม		+2

จากตาราง 1 จะพบว่า ผู้หญิงคนนี้มีเจตคติที่ดีต่อการใช้ยาเม็ดคุมกำเนิด

จากที่กล่าวมาจะเห็นว่า เจตคติมีความสัมพันธ์กับความเชื่อ ซึ่ง ฟิชไบน์ และไอเซน ได้กล่าวไว้ว่า เจตคติที่มีต่อที่หมายมีความสัมพันธ์กับความเชื่อเกี่ยวกับที่หมายนั้น ดังนี้ (ถาวร แซ่ตั้ง. 2529 : 19 ; อ้างอิงจาก Fishbein and Ajzen. 1975. *Belief, attitude, intention and behavior : an introduction to theory and research.*)

1. บุคคลมีความเชื่อ (b_i) มากมายกับที่หมายหนึ่ง ๆ โดยที่ ที่หมายนั้นอาจมีความสัมพันธ์กับคุณลักษณะต่าง ๆ เป้าหมายที่วางไว้ เป็นต้น

2. ลักษณะที่สัมพันธ์กับที่หมายนั้น มักจะมีการประเมิน (e_i) ควบคู่อยู่ด้วย ซึ่งอาจเรียกได้ว่าเป็น เจตคติต่อลักษณะนั้น ๆ

3. อาศัยการเรียนรู้จากการวางเงื่อนไขบุคคลจะเรียนรู้ในการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อที่สัมพันธ์ระหว่างการประเมิน (e_i) กับที่หมายของเจตคติ

4. ความเชื่อที่สัมพันธ์กับที่หมายโดยการมีที่หมายประเมินอยู่ด้วย จะรวมตัวกัน ($\sum b_i e_i$)

5. ในโอกาสข้างหน้า ที่หมายของเจตคติจะกระตุ้นให้บุคคล แสดงความเชื่อมั่นโดยรวมที่สัมพันธ์กับที่หมาย โดยมีการประเมินอยู่ด้วย หรือเป็นการแสดงเจตคติโดยส่วนรวมนั้นเอง

4. ปัจจัยทางสังคม (Ajzen and Fishbein. 1980 : 57 , 73 – 76) เป็นการประมาณของบุคคลว่าตนมีการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมากน้อยเพียงใด

การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norms) หมายถึง การรับรู้ของบุคคลว่า ผู้ที่มีความสำคัญต่อเขา คิดว่าเขาควร หรือไม่ควรทำพฤติกรรมนั้น ฟิชไบน์ และไอเซน เสนอการวัดการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงไว้ 2 วิธี คือ การวัดการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางตรง และการวัดการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางอ้อม

4.1 การวัดการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางตรง เป็นการประเมินความเชื่อของบุคคลที่มีความคิดเห็นของบุคคลส่วนมากที่มีความสำคัญต่อเขา คิดว่าเขาควรหรือไม่ควรกระทำพฤติกรรมนั้น ซึ่งรูปแบบในการศึกษาการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง อาจเป็นดังนี้

บุคคลส่วนมากที่สำคัญต่อฉันคิดว่า

ฉันควร : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : เป็นอันตรราย
 มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก

2 อย่าง

การกระทำพฤติกรรม X

4.2 การวัดการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางอ้อม ได้จากรวมของผลคูณ ระหว่างความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิงและแรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง จะเห็นได้ว่าตัวกำหนดการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง คือ ความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง และแรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง

บุคคลจะพิจารณาว่ากลุ่มอ้างอิงที่มีความสำคัญต่อเขา คิดว่าเขาควร หรือไม่ควรกระทำพฤติกรรมนั้น และเขาจะใช้ข้อมูลนี้ในการที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงหรือไม่ เช่น สามียของฉันคิดว่าฉันควรจะทำแท้ง (เป็นความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง) ซึ่งเป็นความเชื่อเกี่ยวกับบุคคลอื่น และเกี่ยวกับคำแนะนำในการกระทำของบุคคล ความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิงนี้เป็นตัวกำหนดการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงตัวหนึ่ง

การรู้ถึงความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิงไม่เพียงพอที่จะทำนายหรือเข้าใจการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงของบุคคล เราต้องประเมินแรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Motivation to Comply)

ตามทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง สามารถทำนายจากดัชนีผลรวมของผลคูณของความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิงและแรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง

โดยทั่วไปบุคคลจะมีเจตคติทางบวกต่อพฤติกรรม ถ้าบุคคลที่มีความสำคัญต่อเขาคิดว่าเขาควรจะทำพฤติกรรมนั้น และมีเจตคติทางลบต่อพฤติกรรมถ้าบุคคลที่มีความสำคัญต่อเขาคิดว่า เขาไม่ควรทำพฤติกรรมนั้น (Ajzen and Fishbien. 1980 : 58) แต่บางครั้งองค์ประกอบทั้งสองอย่างก็ไม่ไปด้วยกัน เช่น บุคคลอาจมี เจตคติทางบวกต่อการกระทำพฤติกรรม แต่เชื่อว่าบุคคลที่มีความสำคัญต่อเขาคิดว่าเขาไม่ควรทำพฤติกรรมนั้น ดังนั้น เจตนาของบุคคลจะขึ้นอยู่กับความสำคัญเชิงสัมพัทธ์ขององค์ประกอบทั้งสองของแต่ละบุคคล (องค์ประกอบเจตคติ และองค์ประกอบเกี่ยวกับบุคคลอ้างอิง) ซึ่งองค์ประกอบทั้งสองจะมีน้ำหนักที่บ่งบอกถึงความสำคัญ เชิงสัมพัทธ์ ที่เป็นตัวกำหนดเจตนา น้ำหนักความสำคัญเชิงสัมพัทธ์นี้ อาจเปลี่ยนจากพฤติกรรมหนึ่ง และจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง น้ำหนักขององค์ประกอบนี้ร่วมกันทำนาย เจตนาเชิงพฤติกรรม

การผันแปรตัวใดตัวหนึ่งในความจำเพาะทั้ง 4 ของพฤติกรรม (การกระทำ ที่หมาย บริบท และ เวลา) อาจจะมีอิทธิพลต่อความสำคัญเชิงสัมพัทธ์ ขององค์ประกอบเจตคติ และกลุ่มอ้างอิง เช่น พบว่าเจตคติ มีความสำคัญในพฤติกรรมการแข่งขันมากกว่าพฤติกรรมความร่วมมือ ในขณะที่กลุ่มอ้างอิงมีความสำคัญในพฤติกรรมความร่วมมือมากกว่าการแข่งขัน

5. ตัวแปรภายนอก (External Variables)

ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลต่างจากทฤษฎีอื่นตรงที่ไม่พยายามที่จะอธิบายพฤติกรรมโดยการอ้างอิงตัวแปรภายนอก ซึ่งได้แก่

5.1 ตัวแปรชีวสังคม (Demographic Variables) เช่น อายุ เพศ อาชีพ สถานะทางเศรษฐกิจ และสังคม ศาสนา การศึกษา

5.2 เจตคติที่มีต่อที่หมาย เจตคติต่อบุคคล และเจตคติต่อสถาบัน

5.3 ลักษณะบุคลิกภาพ (Personality Traits) เช่น ลักษณะการเก็บตัว ลักษณะเปิดเผยตัวเอง มีอาการทางประสาท ลักษณะมีอำนาจ และมีลักษณะเด่น

ทฤษฎีนี้ไม่ปฏิเสธว่าตัวแปรภายนอกบางครั้งมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม แต่คิดว่าจะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมทางอ้อม นั่นคือ ตัวแปรภายนอกจะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม ถ้าหากว่ามีความสัมพันธ์กับตัวแปรใดตัวแปรหนึ่งในทฤษฎี กล่าวคือ ถ้าตัวแปรภายนอก มีอิทธิพลต่อความเชื่อเกี่ยวกับการกระทำ การประเมินผลจากการกระทำ ความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิงหรือแรงจูงใจที่คล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ซึ่งมีผลกระทบต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมของบุคคล และทำให้มีผลกระทบต่อพฤติกรรม ถ้าเจตคติหรือการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทำนายเจตนาเชิงพฤติกรรมได้ และเจตนาเชิงพฤติกรรมมีความสัมพันธ์กันสูง ถึงแม้บางครั้งจะพบว่า ตัวแปรภายนอกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในเวลาหนึ่ง แต่จะสัมพันธ์กันไม่นาน ดังนั้น 피ชไบน์ และไอเซน จึงกล่าวว่า ไม่มีความจำเป็นที่จะหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรภายนอกและพฤติกรรม เพราะว่า มีผลไม่คงเส้นคงวาต่อความเชื่อที่เป็นรากฐานของพฤติกรรม

ความตั้งใจหรือเจตนา (Intention) ซึ่งในงานวิจัยนี้ใช้คำว่า ความตั้งใจ มีผู้ให้ความหมายของความตั้งใจไว้ดังต่อไปนี้

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2525 : 339) ได้ให้ความหมาย ความตั้งใจ คือ การเอาใจจดจ่อ

พจนานุกรมเว็บสเตอร์ (Webster . 1977) ให้ความหมายของความตั้งใจ

1. ความตั้งใจ คือ ปรากฏการณ์ที่แสดงออกมาเมื่อบุคคลมีความคิด ความรู้สึกและจิตใจซึ่งเต็มไปด้วยความมุ่งหมายอย่างแน่ชัด ต่อเป้าหมายใดเป้าหมายหนึ่ง และเป็นความมุ่งหมายที่ยึดแน่นในจิตใจที่ยากต่อการเปลี่ยนแปลง

2 ความตั้งใจ คือ ทิศทางที่แน่วแน่ของจิตที่มีต่อจุดมุ่งหมาย เป็นความต้องการอย่างแนบแน่นที่จะกระทำการที่เฉพาะเจาะจงด้วยแบบแผนที่เหมาะสมและสอดคล้อง

3. ความตั้งใจที่มีต่อสิ่งใด ๆ ก็คือ จุดมุ่งหมายสุดท้ายหรือเป็นจุดมุ่งหมายสูงสุดของบุคคล พยอ ม อิงคตานุวัฒน์ (2525 : 160) แปลความหมายของ Intention ว่าหมายถึง ความตั้งใจและจุดมุ่งหมายแจ่มชัดต่อสิ่งที่ชอบ ที่ปรารถนา

นวลละอ อสุภาผล (2537 : 188) กล่าวว่า ความตั้งใจคือ เจตนาธรรมหรือความมุ่งหมายเป็นสำคัญที่จะเข้าใจบุคลิกภาพของบุคคลมากกว่าการค้นหาดีต หรือประวัติความเป็นมาของอินทรีย์ ความตั้งใจของบุคคลที่จะก้าวต่อไปข้างหน้า หรือการแสวงหาเพื่อนอนาคต เช่น ความหวัง ความปรารถนา ความทะเยอทะยาน ความใฝ่ฝัน

อบรม สันภิบาล (ม.ป.ป : 45) ให้ความหมายของความตั้งใจ หมายถึง สิ่งสำคัญที่ทำให้เลือกสนองต่อสิ่งเร้าบางอย่างทั้งๆ ที่ในขณะนั้นมีสิ่งเร้าหลายอย่างอยู่รอบๆ ตัวบุคคล เช่น จะมีเสียงรบกวนอยู่รอบๆ ตัวขณะที่กำลังอ่านหนังสือ แต่ถ้าหากว่าความตั้งใจในการอ่านหนังสือแน่วแน่ก็สามารถอ่านหนังสือได้อย่างรู้เรื่อง แต่บางครั้งสิ่งเร้าก็มีความสำคัญมากในการกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความตั้งใจ เช่น เราจะตั้งใจอ่านหนังสือเพียงใดก็ตาม หากมีคนมาเคาะประตูหลายๆ ครั้ง เราจำเป็นที่จะต้องเปลี่ยนความตั้งใจในการอ่าน ไปยังที่มีสิ่งเร้านั้น

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล

งานวิจัยต่างประเทศ

สเปอร์เบอร์ ฟิชไบน์ และไอเซน (Sperber, Fishbien and Ajzen. 1980 : 114 – 129) ได้ศึกษาการทำนายและการทำความเข้าใจเจตนาในการเลือกประกอบอาชีพ ว่าจะเป็นแม่บ้านหรือประกอบอาชีพกลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนเกรด 11 และ 12 จำนวน 111 คน เป็นหญิงผิวขาว 96 คน ผิวดำ 13 คน และอื่น ๆ 2 คน ผู้วิจัยให้กลุ่มตัวอย่าง อ่านเรื่องราวสั้น ๆ ของเจน ซึ่งเป็นหญิงประกอบอาชีพ และเรื่องของแมรี ซึ่งเป็นแม่บ้าน เมื่ออ่านเรื่องทั้ง 2 จบแล้วให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถาม เพื่อวัดเจตนา เจตคติและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงของกลุ่มตัวอย่างต่อการดำเนินชีวิตในอนาคตเหมือนแมรีหรือเจน ซึ่งประกอบด้วย

ผลการวิจัยพบว่า ความแตกต่างของเจตนา (Differential Intention) คือ การนำเจตนาที่จะมีอนาคตคล้ายเจนลบด้วยเจตนาที่จะมีอนาคตคล้ายแมรี สามารถทำนายเจตนาที่จะเลือกกระทำทางเลือก 2 ทางได้อย่างมีนัยสำคัญ ($r = .87$) และมีสหสัมพันธ์สูงกว่าการหาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างเจตนาที่จะเลือกกระทำทางเลือก 2 ทางกับเจตนาที่จะมีอนาคตคล้ายแมรี ($r = .79$) จากสิ่งที่พบนี้ แสดงว่าการทำนายสภาพการที่มีทางเลือก 2 ทาง ด้วยความแตกต่างระหว่างเจตนา ต่อทางเลือกทั้ง 2 นั้นจะทำนายได้ดีกว่าเจตนาต่อทางเลือกแต่ละอย่าง (Fishbien and Ajzen. 1980 : 118)

ความแตกต่างของเจตคติ (Differential Attitude) และความแตกต่างของการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Differential Subjective Norm) ซึ่งหาได้ด้วยวิธีการทำนองเดียวกันกับความแตกต่างของเจตนา ซึ่งทั้งสองตัวนี้รวมกัน ทำนายความแตกต่างของเจตนาได้อย่างมีนัยสำคัญ ($R = .86$) โดยที่ความแตกต่างของเจตคติทำนายความแตกต่างของเจตนาได้สูงกว่าความแตกต่างของ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ($W1 = .67$) และ ($W2 = .29$) ตามลำดับ ความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ

เวอร์เนอร์ และคนอื่น ๆ (Werner and others. 1975 : 348 – 358) ได้ศึกษาการมีบุตรคนที่ 3 โดยการทำนายเจตนาเชิงพฤติกรรม กลุ่มตัวอย่างเป็นหญิงที่แต่งงานแล้วและอายุไม่เกิน 30 ปี จำนวน 59 คน ซึ่งมีบุตรมาแล้ว 2 คน ในการวัดองค์ประกอบเจตคติและความเชื่อที่มีแบบสอบถาม 2 ฉบับ คือ แบบปลายเปิดและแบบกำหนดตัวเลือกให้ แบบสอบถามแบบปลายเปิด ให้กลุ่มตัวอย่างเขียนถึงประโยชน์และโทษของการมีบุตร 3 คน ในอีก 3 ปีข้างหน้า โดยถามความเชื่อและการประเมินผลกระทบ แบบสอบถามกำหนดตัวเลือกให้ มีกรรมเกี่ยวกับการมีบุตรคนที่ 3 จำนวน 18 ผลกรรมซึ่งได้มาจากการศึกษาชั้นนำ ให้คำถามปลายเปิด โดยวัดความเชื่อและการประเมินผลกระทบ ให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบสอบถามแบบปลายเปิด ก่อนแบบสอบถามแบบกำหนดตัวเลือก เพื่อจะให้ไม่มีการตอบตามตัวเลือกที่ให้ไว้ในแบบสอบถามแบบกำหนดตัวเลือกให้ องค์ประกอบกลุ่มอ้างอิง วัดความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง และแรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ส่วนเจตนาเชิงพฤติกรรมในการมีบุตรคนที่ 3 ในอีก 3 ปีข้างหน้า วัด 2 แบบคือ วัดจากมาตรที่เป็นไปได้ – เป็นไปไม่ได้ และผิดมาก – ถูกมาก และเอามาตรทั้งสองมารวมกันเป็นคะแนนเจตนาเชิงพฤติกรรมซึ่งคะแนนจะมีค่าตั้งแต่ 2 (เจตนาต่ำ) ถึง 14 (เจตนาสูง) นอกจากนี้ยังให้กลุ่มตัวอย่างตอบมาตราวัดเจตคติต่อการควบคุมของกัฟ (Gough) และมาตราวางแผนครอบครัว และตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประวัติชีวิตสังคม ครอบครัว และสังคม

ผลการศึกษาพบว่าองค์ประกอบเจตคติและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทำนายเจตนาเชิงพฤติกรรมได้อย่างหนักแน่น ในแบบสอบถามปลายเปิด ความเชื่อเกี่ยวกับผลกระทบมีความสำคัญมากกว่าความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง (.61 , .26) ส่วนแบบสอบถามกำหนดตัวเลือกให้ความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิงมีความสำคัญ

มากกว่าความเชื่อเกี่ยวกับผลกรรม (.51 , .36) และค่าสหสัมพันธ์พหุคูณในแบบสอบถามปลายเปิดสูงกว่าแบบกำหนดตัวเลือกให้ (.79 , .70) ในการวัดองค์ประกอบเจตคติ

ความเชื่อเกี่ยวกับผลกรรมและความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิงทำนายเจตนาได้อย่างเพียงพอทั้งในแบบสอบถามแบบปลายเปิด และแบบกำหนดตัวเลือกให้ และค่าสหสัมพันธ์พหุคูณของตัวแปรทั้งสองต่อเจตนาสูงอย่างมีนัยสำคัญ $r = .81$ ($p < .001$) ผลกรรมของการมีบุตรคนที่ 3 ถูกกล่าวโดยให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามแบบปลายเปิดแล้วนำจัดประเภทโนทัศน์ และเปรียบเทียบคะแนนเจตนาของหญิงที่กล่าวถึงและไม่ได้กล่าวถึงผลกรรมในแต่ละผลกรรม พบว่ามีเพียงผลกรรมเดียวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญคือผลกรรม “พอใจและสนุกกับเด็ก ๆ” ซึ่งผลกรรมนี้รวมคำตอบ “ฉันรักเด็ก” และ “ฉันสนุกกับการมีเด็กเพิ่มขึ้น” หญิงที่กล่าวถึงผลกรรมนี้คิดว่าผลกรรมนี้มีประโยชน์และมีเจตนาหนักแน่นกว่าหญิงที่ไม่ได้กล่าวถึงผลกรรมนี้

กลุ่มที่มีเจตนาสูงและมีเจตนาต่ำในการมีบุตรคนที่ 3 มีความเชื่อต่างกันในความเชื่อต่อไปนี้ ส่งเสริมการพัฒนาตนเอง พอใจในบทบาทของภรรยาและแม่ ทำให้ความสัมพันธ์ฉันสามีภรรยาหนักแน่นขึ้น ได้ประสบการณ์การตั้งครรภ์ ทำให้รู้สึกเป็นผู้ใหญ่ขึ้น มีเวลามากขึ้นในการทำสิ่งที่ตนรู้สึกว่าจะสนุก ปรับปรุงมาตรฐานของชีวิต ทำให้ไม่ค่อยมีเวลา ทำให้ไม่มีความสุขและจะเกิดการบาดหมางในชีวิตครอบครัวและมีลูกคนอื่น ๆ ที่จะต้องรักและดูแล และการประเมินเจตคติมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับเจตนาเชิงพฤติกรรมในผลของกรรมต่อไปนี้ ได้ประสบการณ์การตั้งครรภ์ ทำให้เพิ่มปัญหาประชากรในสหรัฐ ทำให้ไม่ค่อยมีเวลาพอใจในบทบาทของมารดาและแม่ มีลูกคนอื่น ๆ ที่จะต้องรักและดูแล

งานวิจัยในประเทศ

ถาวร แซ่ตั้ง (2529 : 119 – 120) ศึกษาวิจัยเรื่อง การทำนายพฤติกรรมทางเลือกสมัครสอบเข้าเรียนต่อคณะวิทยาศาสตร์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในกรุงเทพมหานคร โดยนำทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลของฟิชไบน์และไอเซนดท์เป็นหลักในการศึกษา ผลการศึกษาพบว่า เจตคติในการเลือกเรียนต่อคณะวิทยาศาสตร์ ประกอบการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการเลือกเรียนต่อในคณะวิทยาศาสตร์สามารถทำนายเจตนาเชิงพฤติกรรม ในการเลือกศึกษาต่อในคณะวิทยาศาสตร์ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 และยังพบว่าองค์ประกอบในการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ในเลือกเรียนต่อคณะวิทยาศาสตร์มีบทบาทต่อเจตนาเชิงพฤติกรรมในการสมัครเรียนต่อคณะวิทยาศาสตร์มากกว่าองค์ประกอบเจตคติต่อการเรียนต่อในคณะวิทยาศาสตร์ เมื่อวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และวิเคราะห์เฉพาะผู้ที่เข้าศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐก็พบผลเช่นเดียวกัน

สมศรี ชูสงแสง (2532 : 60 – 73) ศึกษาวิจัยเรื่อง ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการศึกษาต่อของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ในเขตพื้นที่ขยายโอกาสทางการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จังหวัดนครศรีธรรมราช” โดยศึกษาตามทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลของฟิชไบน์และไอเซน และตัวแบบการทำนายพฤติกรรมของลิสกา พบว่า ตัวแปรที่สัมพันธ์อย่างสูงกับการตั้งใจในการศึกษาต่อและพฤติกรรมการศึกษาต่อ ได้แก่ ผลการเรียน ระดับการศึกษาของบิดามารดาการที่มีพี่ที่ศึกษาสูงกว่าการศึกษาภาคบังคับ ทักษะติดต่อการศึกษาต่อและการรับรู้ทัศนคติทางสังคม และพบว่าความตั้งใจในการศึกษาต่อ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการศึกษาต่อ

สุรัตน์ ไชยชมภู (2535) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการเรียนต่อระดับมัธยมศึกษาตอนต้นของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ในเขตโครงการพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออก

ออก พบว่า ระดับการศึกษาของบิดา มารดามีความสัมพันธ์และส่งผลต่อความตั้งใจในการเรียนต่อชั้นมัธยมศึกษาของนักเรียน

ราชันย์ บุญธิมา (2536 : 98 – 99) ศึกษาวิจัยเรื่อง “การทำนายพฤติกรรมการทุจริตการสอบของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ตามทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล” ซึ่งได้ผลการวิจัยพบว่า เจตคติต่อการทุจริตการสอบร่วมกับ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการทุจริตสอบ สามารถทำนายเจตนาเชิงพฤติกรรมในการทุจริตสอบได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 เจตนาเชิงพฤติกรรมในการทุจริตสอบ สามารถทำนายพฤติกรรมการทุจริตการสอบได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 นอกจากนี้ยังพบว่ายังมีกลุ่มที่มีเจตนาที่จะทุจริตการสอบกับกลุ่มที่มีเจตนาจะไม่ทุจริตการสอบมีความเชื่อเกี่ยวกับผลของการกระทำเรื่องได้คะแนนดีสอบผ่านไม่ภูมิใจคะแนนที่ได้โดยไม่ต้องสอบซ่อม ไม่ถูกพ่อแม่ตำหนิ ไม่ต้องอ่านหนังสือมาก และเป็นการทดสอบความรู้ที่ไม่แท้จริง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติด้วย

วนิชฐา ชัยโชติกุลชัย (2539) ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาตัวแปรที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงโทษนักเรียนของครูระดับมัธยมศึกษาตอนต้น สังกัดกรมสามัญศึกษา ในกรุงเทพมหานคร ตามทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล ผลการวิจัยพบว่า เจตคติต่อการลงโทษนักเรียนมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการลงโทษนักเรียนทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงเกี่ยวกับการลงโทษนักเรียนมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการลงโทษทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 เพศ และประสบการณ์การเป็นครูมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการลงโทษอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ความตั้งใจในการลงโทษมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงโทษทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จรรยา กล่าวสุนทร (2540 : 166-167) ศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาตัวแปรและพฤติกรรมการเล่นการพนันของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ตามทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล” ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 มีเจตคติไม่ดีค่อนข้างสูงต่อการเล่นการพนัน โดยที่ นักเรียนกลุ่มที่มีเจตนาการเล่นการพนันกับนักเรียนกลุ่มมีเจตนาไม่เล่นการพนัน และนักเรียนกลุ่มที่มีพฤติกรรมการเล่นการพนันกับนักเรียนกลุ่มไม่มีพฤติกรรมไม่เล่นการพนัน มีเจตคติต่อการเล่นการพนันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 นักเรียนกลุ่มมีเจตนาเล่นการพนันกับนักเรียนกลุ่มมีเจตนาไม่เล่นการพนัน มีความเชื่อเกี่ยวกับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 นักเรียนกลุ่มมีพฤติกรรมการเล่นการพนันกับนักเรียนกลุ่มมีพฤติกรรมไม่เล่นการพนัน มีความเชื่อต่อญาติ และเพื่อน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีความเชื่อต่อพ่อแม่ ครูอาจารย์ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ นักเรียนมีเจตนาเล่นการพนันกับนักเรียนกลุ่มไม่มีเจตนาเล่นการพนัน และนักเรียนกลุ่มมีพฤติกรรมการเล่นการพนันกับนักเรียนกลุ่มมีพฤติกรรมไม่เล่นการพนัน มีแรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานการประถมศึกษาจังหวัดปราจีนบุรี มีเจตนาเล็กน้อยที่จะไม่เล่นการพนัน และมีพฤติกรรมไม่เล่นการพนัน

กฤษกร เจือดี (2541 : 140-141) ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาตัวแปรที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาเสพติด ตามทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล ของเด็กและเยาวชนในสถานพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชนกลาง ผลการวิจัยพบว่า เจตคติต่อการใช้ยาเสพติดและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ยาเสพติด มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจที่จะใช้ยาเสพติด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และองค์ประกอบทางด้านเจตคติต่อการใช้ยาเสพติดและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ยาเสพติดสามารถอธิบายและทำนายความตั้งใจในการใช้ยาเสพติด ได้ร้อยละ 28.61 เด็กและเยาวชนในสถานพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชนกลาง มีแรงจูงใจต่ำที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ยาเสพติด โดยกลุ่มตั้งใจจะใช้ยาเสพติด มีแรงจูงใจที่จะ

คล้ายตาม พ่อ แม่ ญาติ เพื่อนตำรวจและคนขายยา สูงกว่ากลุ่มตั้งใจจะไม่ใช้ยาเสพติด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 .01 และ .05 เด็กและเยาวชนในสถานพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชนกลาง มีความตั้งใจค่อนข้างสูงที่จะไม่ใช้ยาเสพติด ยกเว้นการสูบบุหรี่ที่มีความตั้งใจเพียงเล็กน้อยที่จะไม่สูบบุหรี่

บุญส่ง วงศ์คำ. (2542) ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาตัวแปรที่สัมพันธ์กับเจตนาในการเรียนโปรแกรมวิชาการศึกษาศึกษาปฐมวัยของนักศึกษาในกลุ่มสถาบันราชภัฏอีสานเหนือ ตามทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล ผลการวิจัย พบว่า เจตคติต่อการเรียนโปรแกรมวิชาการศึกษาศึกษาปฐมวัย และการคล้ายตามกลุ่มอ้างอิงในการเรียนโปรแกรมวิชาการศึกษาศึกษาปฐมวัย มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการเรียนโปรแกรมวิชาการศึกษาศึกษาปฐมวัย องค์ประกอบด้านเจตคติต่อการเรียนโปรแกรมวิชาการศึกษาศึกษาปฐมวัย และการคล้ายตามกลุ่มอ้างอิงในการเรียนโปรแกรมวิชาการศึกษาศึกษาปฐมวัย สามารถอธิบายหรือทำนายความตั้งใจในการเรียนโปรแกรมวิชาการศึกษาศึกษาปฐมวัยได้ ร้อยละ 18.7

จินตนา รังษา (2540) ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาสถานการณ์เชิงจริยธรรม และความตั้งใจกระทำพฤติกรรมจริยธรรมของนักศึกษาพยาบาลในการปฏิบัติการพยาบาลในหน่วยอภิบาลผู้ป่วยหนัก ผลการวิจัยพบว่า สถานการณ์เชิงจริยธรรม ที่เป็นปัญหาพบได้บ่อยที่สุดในการปฏิบัติการพยาบาลในหน่วยอภิบาลผู้ป่วยหนัก คือปัญหาที่เกี่ยวกับการคำนึงคุณภาพและมาตรฐานการพยาบาล ค่าเฉลี่ยความตั้งใจกระทำพฤติกรรมจริยธรรม ในการปฏิบัติการพยาบาลในหน่วยอภิบาลผู้ป่วยหนักของนักศึกษาพยาบาลอยู่ในระดับต่ำ เจตคติต่อผู้ป่วยหนักและค่าเฉลี่ยสะสมไม่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจกระทำพฤติกรรมจริยธรรมของนักศึกษา ส่วนเจตคติต่อการดูแลผู้ป่วยหนัก มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจกระทำพฤติกรรมจริยธรรมของนักศึกษาพยาบาลในการปฏิบัติการพยาบาลในหน่วยอภิบาลผู้ป่วยหนัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ความตั้งใจกระทำพฤติกรรมจริยธรรมของนักศึกษาพยาบาลในการปฏิบัติการพยาบาลในหน่วยอภิบาลผู้ป่วยหนัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือเจตคติต่อการดูแลผู้ป่วยหนัก และมีประสิทธิภาพร้อยละ 12.34

นงลักษณ์ เชษฐภักดีจิต (2541: ง) ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความตั้งใจในการเลือกอาชีพของนักเรียนหญิงมัธยมศึกษาตอนปลาย ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ปีการศึกษา 2540 ภาคตะวันออก : กรณีการเลือกศึกษาวิชาชีพพยาบาล พบว่า นักเรียนหญิงชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ปีการศึกษา 2540 ภาคตะวันออก ส่วนใหญ่มีความตั้งใจที่จะศึกษาวิชาชีพพยาบาลในระดับต่ำ ตัวแปรที่สัมพันธ์กับความตั้งใจเลือกศึกษาวิชาชีพพยาบาลมี 8 ตัวแปร คือ การคล้ายตามกลุ่มอ้างอิง การประกอบอาชีพเกษตรกรรมของบิดา ค่านิยมและแรงจูงใจด้านความก้าวหน้าในงานที่จะเข้าสู่วิชาชีพ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน การศึกษาของบิดา การประกอบอาชีพเกษตรกรรมของมารดา ค่านิยมและแรงจูงใจด้านรายได้และเงินเดือน และรายรับของนักเรียนที่ได้จากบิดา มารดา ทั้ง 8 ตัวแปรนี้สามารถทำนายความตั้งใจที่จะเลือกศึกษาวิชาชีพพยาบาลได้ร้อยละ 51 โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ < 0.01

5. การตลาดและการส่งเสริมการตลาด

5.1 ความหมาย

การตลาด (Marketing) คือ กิจกรรมของระบบธุรกิจที่กำหนดขึ้นเพื่อที่จะวางแผนราคา ส่งเสริมการตลาด การจัดจำหน่าย คุณค่าผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ . 2540 : 1 ; อ้างอิงจาก Stanton , Etzel Walker. 1994 : 662 .*Fundamentals of marketing.*)

ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทต้องใช้ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ . 2540 : 2 ; อ้างอิงจาก McCarthy and Perreault . 1990 : 7 .*Basic marketing : a managerial approach.*) หรือหมายถึง ความเกี่ยวข้องกันของ 4 ส่วน คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) โครงสร้างราคา (Price structure) ระบบการจัดจำหน่าย (Distribution) กิจกรรมการส่งเสริมการตลาด (Promotion activities) ซึ่งกำหนดหลักเกณฑ์ของระบบการตลาดขององค์การ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ . 2540 : 2 ; อ้างอิงจาก Stanton and Futrell. 1987 : 648. *Fundamentals of marketing*) หรือหมายถึง องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินงานการตลาด เป็นปัจจัยที่กิจการสามารถควบคุมได้ กิจการธุรกิจจะต้องสร้างส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด (สุตาตวง เรืองรุจิระ . 2540 : 29)

ส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) การจัดจำหน่าย (Place) การกำหนดราคา (Price) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เราสามารถเรียกส่วนประสมการตลาดได้อีกอย่างหนึ่งว่า 4 P 's ส่วนประกอบทั้ง 4 ตัวนี้ ทุกตัวมีความเกี่ยวพันกัน P แต่ละตัวมีความสำคัญเท่าเทียมกัน แต่ขึ้นอยู่กับผู้บริหารการตลาดแต่ละคนจะวางกลยุทธ์ โดยเน้นน้ำหนักที่ P ไตมากกว่ากัน เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของเป้าหมายทางการตลาด คือ ตัวผู้บริโภค

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์การ หรือบุคคล

2. ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปเงินหรือสิ่งที่จะต้องจ่ายสำหรับการได้มาซึ่งบางสิ่ง

3. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วย สถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายคือ สถาบันการตลาดส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้าประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงเหลือ

การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of distribution) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ และ (หรือ) กรรมสิทธิ์ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ช่องทางการจัดจำหน่ายอาจผ่านคนกลางหรือไม่ก็ได้

3.2 การกระจายตัวสินค้า (Physical distribution) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การกระจายตัวสินค้า จึงประกอบด้วยงานที่สำคัญต่อไปนี้

- 1) การขนส่ง (Transportation)
- 2) การเก็บรักษาสินค้า (Storage) และการคลังสินค้า (Warehousing)
- 3) การบริหารสินค้าคงเหลือ (Inventory management)

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจเป็นการขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling) และการขายโดยไม่ใช้พนักงานขาย (Nonpersonal selling) ประกอบด้วย การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดจึงประกอบด้วย 5 เครื่องมือ คือ การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ และการตลาดทางตรง

จากส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) จะเห็นความสำคัญของการส่งเสริมการตลาด (Promotion) กับส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) ว่า

- 1) ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดเป็นเครื่องมือหนึ่งของส่วนประสมการตลาด
- 2) การส่งเสริมการตลาดเป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ ข้อมูลในการติดต่อสื่อสารอาจเป็นผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด
- 3) ทั้งส่วนประสมการตลาดและส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายให้พึงพอใจ

5.2 การส่งเสริมการตลาดและส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือการประสานงานของผู้ขายในการพยายามใช้ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อแจ้งข้อมูลและจูงใจเพื่อขายสินค้าและบริการหรือส่งเสริมความคิด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ . 2540 : 1 ; อ้างอิงจาก Belch and Belch. 1990 : 6. *Introduction to advertising.*) การส่งเสริมการตลาดเป็นหน้าที่หนึ่งของการตลาดเพื่อการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายการตลาดติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาดนั้น ข่าวสารอาจเป็นข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) หรือ คนกลางในช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of distribution) ก็ได้

ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด (Promotion Mix) เป็นเครื่องมือพื้นฐานที่ใช้เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการติดต่อสื่อสารทางการตลาดขององค์กร โดยทั่วไปประกอบด้วย การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์

1. การโฆษณา (Advertising) หมายถึง รูปแบบค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้บุคคลเกี่ยวกับองค์การ ผลิตภัณฑ์ บริการหรือความคิดโดยผู้อุปถัมภ์ที่ระบุชื่อ ความหมายนี้เป็นความหมายของสมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกาได้บัญญัติไว้ จะเห็นว่าลักษณะของการโฆษณามีดังนี้

- 1) มีการจ่ายเงินเกี่ยวกับสื่อไม่ว่าจะเป็นเวลาหรือเนื้อที่สำหรับข่าวสารการโฆษณา
- 2) เป็นการขายโดยไม่ใช้บุคคล (Nonpersonal selling) หมายถึง การใช้สื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ ฯลฯ ช่วยให้ข่าวสารกระจายไปยังกลุ่มคนจำนวนมาก
- 3) เป็นการเสนอขายต่อชุมชน (Public presentation) ในที่นี้หมายถึง การโฆษณาโดยมีกลุ่มผู้ฟังจำนวนมาก
- 4) เป็นการเผยแพร่ข่าวสาร (Pervasiveness) กล่าวคือ ผู้ให้ข่าวสารได้กระจายข่าวสารไปยังกลุ่มกลุ่มผู้ฟังอย่างกว้างขวางและซ้ำแล้วซ้ำอีก

2. การขายโดยใช้บุคคล (Personal selling) เป็นการติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัวซึ่งผู้ขายพยายามช่วยเหลือและชักจูงผู้ซื้อให้ซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือมีปฏิริยาด้านความคิด ลักษณะการขายโดยใช้พนักงานขายมีลักษณะดังนี้

1) เป็นการเผชิญหน้าระหว่างบุคคล (Personal confrontation) ในที่นี้เป็นการเผชิญหน้าระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อ

2) เป็นการใช้ความสามารถด้านสติปัญญา กล่าวคือ พนักงานจะใช้ความพยายามกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อจูงใจให้เกิดการซื้อ

3) การตอบสนอง (Response) การขายโดยใช้พนักงานขายจะทำให้ทราบถึงปฏิริยาด้านต่าง ๆ ของผู้ซื้อ เช่น สีหน้า แววตา ความคิดเห็น ความพอใจหรือไม่พอใจ การตัดสินใจหรือไม่ตัดสินใจซื้อ

3. การส่งเสริมการขาย (Sale promotion) หมายถึง กิจกรรมการตลาดซึ่งจัดหาคุณค่าพิเศษหรือสิ่งจูงใจพิเศษเพื่อให้ซื้อผลิตภัณฑ์ และสามารถกระตุ้นการขายทันทีทันใดจากกลุ่มผู้บริโภคหรือผู้ขาย (Consumer or dealer) การส่งเสริมการขายจึงมีลักษณะเด่น 3 ประการ คือ

1) เป็นการติดต่อสื่อสาร (Communication) ระหว่างผู้ผลิต (Producer) หรือผู้ขาย (Dealer) กับผู้บริโภคซึ่งจะก่อให้เกิดความสนใจ และจัดหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

2) เป็นสิ่งกระตุ้น (Incentive) ในที่นี้หมายถึงสิ่งที่มีคุณค่าพิเศษที่จะมอบให้กับผู้บริโภคหรือผู้ขาย

3) เป็นการชักจูง (Invitation) ในที่นี้เป็นการจูงใจให้เกิดการซื้อขายในทันทีทันใด

4. การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relation) การให้ข่าวเป็นรูปแบบหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

การให้ข่าว (Publicity) หมายถึง การติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้บุคคลเกี่ยวกับองค์การผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิดที่ไม่ได้เสียค่าใช้จ่ายโดยตรง (ในกรณีที่สื่อมวลชนนำเสนอข่าวให้เอง) หรือไม่ได้ดำเนินการโดยตรงจากผู้อุปถัมภ์ที่ระบุชื่อ โดยทั่วไปอยู่ในรูปของข่าวหรือการประกาศเกี่ยวกับองค์การ ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ลักษณะของการให้ข่าว คือ

1) เป็นการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้บุคคลกับผู้ฟังจำนวนมาก

2) บริษัทไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายโดยตรงจากการให้ข่าวนั้น ในกรณีที่สื่อมวลชนนำเสนอข่าวให้เอง แต่ในทางปฏิบัติจริงในยุคปัจจุบันนั้นต้องจ่ายเงินในรูปของ บทความแฝงโฆษณา (Advertorial) การให้ข่าวแฝงโฆษณา (Informatial) โปรแกรม (รายการ) แฝงโฆษณา (Programmercial)

3) การให้ข่าวสารสามารถสร้างความเชื่อถือได้ดี

การประชาสัมพันธ์ (Public relation) หมายถึง หน้าที่ในการบริหารเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีจากชุมชนซึ่งอยู่ในรูปของนโยบายและกระบวนการของบุคคล หรือองค์การเพื่อสร้างความสนใจต่อชุมชน และการบริหารโปรแกรมการทำงานเพื่อสร้างความเข้าใจและยอมรับจากชุมชน การประชาสัมพันธ์มีวัตถุประสงค์ที่กว้างกว่าการให้ข่าวเนื่องจากจะสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัทให้เกิดขึ้นกับชุมชน การให้ข่าวเป็นเทคนิคในการติดต่อสื่อสารที่สำคัญที่สุดของการประชาสัมพันธ์และเป็นเครื่องมือที่ใช้มากที่สุด

จากความหมายของการประชาสัมพันธ์จะเห็นว่าการประชาสัมพันธ์มีลักษณะดังนี้

1) สร้างความเชื่อถือได้สูง (High credibility) การให้ข่าว หรือกิจกรรมเพื่อสังคมหรือเพื่อมวลชนมนุษยชาติเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อบริษัท

2) เป็นข้อมูลที่ปลอดภัย (Off Guard)

3) สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่พยายามหลีกเลี่ยงการโฆษณาหรือหลีกเลี่ยงการพบพนักงานขาย

4) เป็นการสาธิต (Demonstration) การประชาสัมพันธ์คล้ายกับการโฆษณาในแง่ที่ว่าเป็นการแสดงข้อมูลเกี่ยวกับบริษัทหรือผลิตภัณฑ์

5. การตลาดทางตรง (Direct marketing หรือ direct response marketing) หมายถึงการตลาดผ่านสื่อโฆษณาที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงและสร้างให้เกิดการตอบสนองในทันทีทันใด ประกอบด้วย การขายทางโทรศัพท์ จดหมายตรง แคตตาล็อก โทรทัศน์ วิทยุ หรือหนังสือพิมพ์ที่จูงใจให้

5.3 กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด

กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดสามารถกระตุ้นความต้องการซื้อของผู้บริโภคให้เกิดขึ้นได้ทั้งยังเป็นการเพิ่มปริมาณสินค้าในสต็อก และความเต็มใจในการจำหน่ายสินค้าให้แก่พ่อค้าคนกลางได้อีกด้วย กลยุทธ์ของการส่งเสริมการตลาดจะแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ กลยุทธ์ผลัก กลยุทธ์ดึง และกลยุทธ์ผสม (สุวิมล แม่นจริง . 2539 : 20-21)

กลยุทธ์ผลัก (Push Strategy) เป็นความพยายามในการที่จะผลักดันสินค้าไปยังมือผู้บริโภคโดยผ่านช่องทางทางการจัดจำหน่าย ด้วยการทำการส่งเสริมการขายโดยตรงให้แก่พนักงานขายและพ่อค้าคนกลาง รวมทั้งการโฆษณาทางการค้า (Trade Advertising) เป็นการสร้างความต้องการสินค้าโดยผ่านจากผู้ผลิตไปยังพ่อค้าส่ง จากพ่อค้าส่งไปยังพ่อค้าปลีก และจากพ่อค้าปลีกไปยังผู้บริโภค

กลยุทธ์ดึง (Pull Strategy) เป็นความพยายามในการดึงผู้บริโภคให้ซื้อผลิตภัณฑ์โดยทำการโฆษณาอย่างกว้างขวางรวมทั้งการส่งเสริมการขายโดยตรงให้แก่ผู้บริโภค เช่น การลดราคา การให้ของแถม ของแถม คุปอง แสตมป์การค้า เป็นต้น

กลยุทธ์ผสม (Mix Strategy) เป็นการใช้กลยุทธ์ทั้งสองอย่าง คือ กลยุทธ์ผลักและกลยุทธ์ดึงไปพร้อมกัน

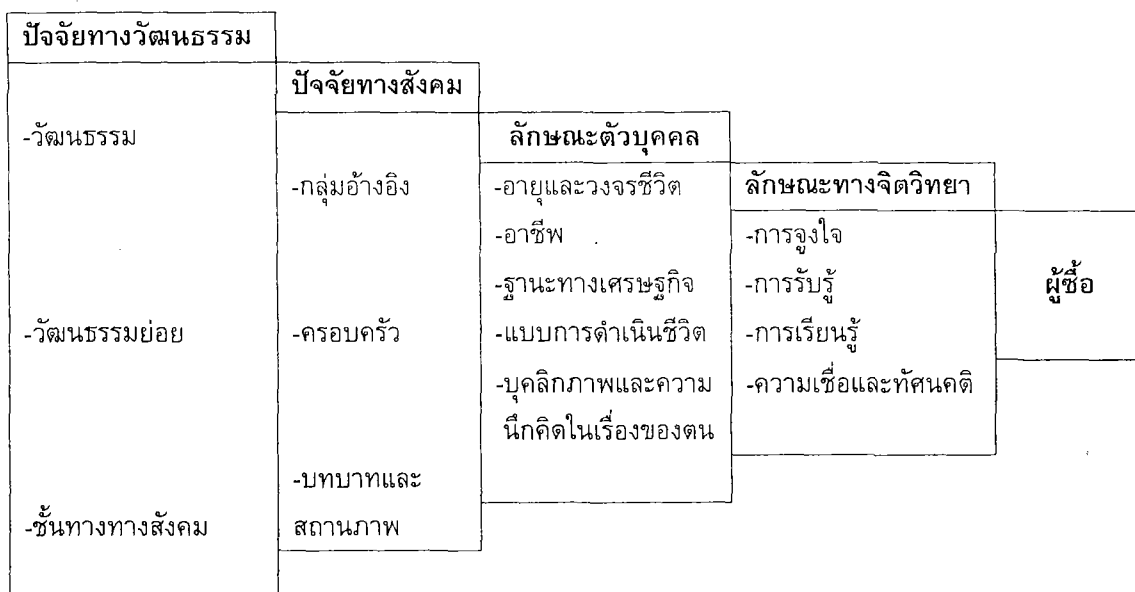
ถ้าธุรกิจใช้กลยุทธ์ผลัก จะเน้นการขายโดยพนักงานขายเป็นหลัก และจะเน้นการส่งเสริมการขายที่ทำให้กับพนักงานขายและพ่อค้าคนกลาง มากกว่าการส่งเสริมการขายที่ทำให้กับผู้บริโภคโดยตรง สำหรับการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์จะถูกนำมาใช้น้อย ยกเว้นแต่การโฆษณาการค้า แต่ถ้าธุรกิจใช้กลยุทธ์ดึง กิจกรรมการส่งเสริมการตลาดก็จะมุ่งไปที่การโฆษณาโดยตรงให้กับผู้บริโภค มีการประชาสัมพันธ์อย่างกว้างขวาง เพื่อให้ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อกิจการและผลิตภัณฑ์นอกจากนี้แล้ว ยังมีการส่งเสริมการขายรูปแบบต่าง ๆ ไปยังผู้บริโภคโดยตรง ส่วนการขายโดยใช้บุคคลจะมีบทบาทน้อยลงในกลยุทธ์ดึงนี้ และถ้าธุรกิจใช้กลยุทธ์ผสม ก็จะเป็นการส่งเสริมการตลาดโดยใช้ส่วนผสมของการส่งเสริมการตลาดไปพร้อม ๆ กันทุกอย่าง

6. พฤติกรรมผู้บริโภค

6.1 ความหมาย

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคค้นหา การซื้อ การประเมินผลการใช้สอยผลิตภัณฑ์และบริการซึ่งคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา (ติริววรรณ เสรีรัตน์ . 2540 : 31 ; อ้างอิงจาก Schiffman and Kanuk. 1990 : 92. *Consumer behavior.*) หรือ หมายถึงการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้ว และมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว (ธงชัย สันติวงษ์ . 2535 :28 ;อ้างอิงจาก Jame F. Engel and others. 1968 : 5. *Consumer behavior.*)

6.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค



ภาพประกอบ 3 แสดงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดรูปแบบของพฤติกรรมผู้ซื้อ

ปัจจัยทางวัฒนธรรม

ในกลุ่มสังคมหนึ่ง ๆ ย่อมมีวัฒนธรรมแตกต่างกันออกไป ดังนั้นความนึกคิดในเรื่องการซื้อสินค้าจึงแตกต่างกันไปด้วย ในกลุ่มคนหมู่มากจะมีวัฒนธรรมพื้นฐานหรือวัฒนธรรมใหญ่ยึดถือร่วมกันอยู่ แต่ในวัฒนธรรมใหญ่ ก็อาจมีการผสมผสานหรือสอดแทรกด้วยวัฒนธรรมย่อย และเมื่อมาพิจารณาที่การแบ่งชั้นของคนในสังคม ก็อาจพบกับวัฒนธรรมทางด้านความคิด และวิถีปฏิบัติที่แปลกแตกต่างกันออกไป (สำอางค์ งามวิชา. 2539 : 89 –101)

1. วัฒนธรรม คือ สิ่งที่ได้เรียนรู้และสืบทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนอีกรุ่นหนึ่ง เมื่อคนได้กระทบกับสังคม เขาเรียนรู้ความนึกคิด ความเชื่อ ค่านิยม และระเบียบปฏิบัติในสังคม เขาจะรู้ว่าสิ่งใดดี สิ่งใดไม่ดี สิ่งใดเป็นที่ปรารถนาของสังคม เมื่อได้เรียนรู้แล้วบุคคลอาจจะยึดถือและนำมาปฏิบัติ หรือบางครั้งก็อาจถ่ายทอดให้แก่บุคคลอื่นต่อไป การใช้หรือไม่ใช้สินค้าบางรายการหรือบางชนิด เป็นผลมาจากวัฒนธรรม กล้อง

สูญบุหรี การสวมถุงน่อง เป็นต้น บุคคลผู้ใช้จะต้องได้พบเห็นพฤติกรรมทางสังคมในเรื่องนั้นมาก่อน หนึ่งก็ต้องได้ทราบว่าสังคมยอมรับในเรื่องเหล่านั้น โดยอาจเห็นว่าการใช้สิ่งของเหล่านั้นดี ดูแก่ชวนมอง เป็นต้น

2. วัฒนธรรมย่อย คนหมู่ใหญ่ย่อมประกอบขึ้นมาจากคนหมู่ย่อย และคนหมู่ย่อยที่ว่ามีอาจจะมีวัฒนธรรมของกลุ่มตนแตกต่างกันออกไป

วัฒนธรรมย่อยมักปรากฏให้เห็นตามกลุ่มของ เชื้อชาติ ศาสนา หรือภาคพื้นภูมิภาคที่บุคคลอาศัยอยู่ บุคคลในวัฒนธรรมย่อยย่อมมีความคิดผิดแผกไปคนละอย่าง มีความชอบในสิ่งอุปโภคบริโภคที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เรื่องอาหารการกินแตกต่างกัน เสื้อผ้า การพักผ่อนหย่อนใจ และอาชีพที่ทำก็ล้วนแต่แตกต่างกันทั้งสิ้น

3. ชั้นทางสังคม สังคมมนุษย์เป็นสังคมที่มีชนชั้น กล่าวคือ การแบ่งชนชั้นกันเป็น ชั้นสูง ชั้นกลาง ชั้นต่ำ ปัจจัยง่าย ๆ ที่ใช้แบ่ง คือ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ เช่น รายได้ อาชีพ และระดับการถือครองทรัพย์สิน แต่ก็อาจมีปัจจัยอื่นอีกเช่น ระดับการศึกษา ระดับการมีอำนาจและความสามารถในการใช้อำนาจ เป็นต้น

พฤติกรรมของคนในชั้นทางสังคมเดียวกันจะคล้ายคลึงกัน มีความนึกคิด ค่านิยม ความสนใจ และประเพณีปฏิบัติคล้าย ๆ กัน แต่คนที่อยู่ในชั้นทางสังคมต่างกัน ความนึกคิด ค่านิยม และพฤติกรรมทางด้านต่าง ๆ ก็จะต่างกันไปด้วย

ปัจจัยทางสังคม

ปัจจัยต่อไปนี้มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้ของผู้บริโภค คือ ปัจจัยทางสังคม ซึ่งปัจจัยชุดนี้ประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว และบทบาทและสถานภาพของผู้ซื้อ

1. กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) คือ กลุ่มที่บุคคลเป็นสมาชิกหรือเข้าร่วมคบค้าสมาคมอยู่ปกติแล้วบุคคลเป็นสมาชิกของกลุ่มอ้างอิงหลายกลุ่ม เช่น กลุ่มเพื่อนร่วมงาน เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมอาชีพ และเพื่อนร่วมสมาคม เป็นต้น คนที่เป็นสมาชิกของกลุ่มอ้างอิงเดียวกันจะมีค่านิยมเหมือน ๆ กัน และในเรื่องการซื้อหาผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ก็จะเป็นไปในรูปแบบที่คล้ายคลึงกัน หรือที่เป็นไปในรูปแบบที่กลุ่มยอมรับ เป็นต้น

การซื้อสินค้าหลายอย่างมีอิทธิพลมาจากกลุ่มอ้างอิงโดยเฉพาะสินค้าที่มองเห็นได้ภายนอกอย่างชัดเจน เช่น การซื้อกล้องถ่ายรูป เป็นต้น ถ้าบุคคลผู้นั้นอยู่ในสมาคมช่างภาพ เขาจะซื้อกล้องที่มีคุณภาพดีและซื้อยี่ห้อที่ช่างภาพยอมรับ เป็นต้น

2. ครอบครัว ครอบครัวมีอิทธิพลใกล้ชิดต่อบุคคลอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ความนึกคิดหลายอย่างของบุคคลก่อกำเนิดมาจากครอบครัว ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของศาสนา การเมือง การเศรษฐกิจ ความใฝ่ฝัน ความทะเยอทะยาน การตีค่าของตน ความรัก ล้วนมีอิทธิพลมาจากครอบครัวทั้งสิ้น แม้ว่าสินค้าบางอย่างผู้ซื้อซื้อโดยไม่ได้รับอิทธิพลจากครอบครัวก็ตาม แต่ก็มีสินค้าหลาย ๆ อย่างที่ครอบครัวมีอิทธิพลอยู่ไม่น้อย

3. บทบาทและสถานภาพ ในขณะที่คนเราเป็นสมาชิกของกลุ่มสังคมหลายกลุ่ม บทบาทในสังคมจึงมีมากมายหลายบทบาท ขึ้นอยู่กับว่าจะพิจารณาที่กลุ่มใด เช่น คนในกลุ่มครอบครัว บางคนก็จะมีบทบาทเป็นพ่อ แม่ หรือลูก บทบาท คือ สิ่งที่เราคิดว่าบุคคลจะกระทำ โดยที่บุคคลผู้นั้นอาจคาดคิดเอาเอง หรือบุคคลข้างเคียงเขาเป็นผู้คาดคิดก็ได้

ลักษณะตัวบุคคล

การตัดสินใจของผู้บริโภคอาจมีผลมาจากลักษณะส่วนตัวของเขาเองก็ได้ เช่น เรื่องอายุและช่วงของวงจรชีวิต อาชีพ ฐานะทางเศรษฐกิจ แบบการดำรงชีวิต บุคลิกภาพ และความนึกคิดในเรื่องตน

ลักษณะทางจิตวิทยา

การตัดสินใจทางเลือกต่าง ๆ ของผู้ซื้อ ขึ้นกับกระบวนการทางจิตวิทยา 4 อย่าง คือ การจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ และความเชื่อและทัศนคติ

1. การจูงใจ (Motivation) บุคคลทุกคนมีความต้องการ (Need) มากมายหลายอย่าง บางอย่างก็เป็นความต้องการทางร่างกาย เช่น อาหาร น้ำ ความปลอดภัย โปร่งสบายกาย บางอย่างก็เป็นความต้องการทางจิตใจ เช่น การเป็นที่ยอมรับ ความเด่นมีหน้ามีตา การมีสิทธิ์มีเสียง หรือ ได้เป็นส่วนหนึ่งของสังคม ความต้องการใดที่ยังอยู่ในระดับอ่อนหรือไม่รุนแรง ก็จะไม่ผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมา แต่ถ้าเมื่อใดอยู่ในระดับที่รุนแรงแล้ว ก็จะกลายเป็นแรงจูงใจ (Motive) ที่ผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมได้ เมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองแล้วความรู้สึกตึงเครียดของบุคคลก็จะผ่อนคลายลง

2. การรับรู้ (Perception) บุคคลที่ถูกกระตุ้นด้วยสิ่งเดียวกัน อาจแสดงการกระทำโต้ตอบต่างกัน เนื่องมาจากการที่เขารับรู้ต่างกัน

การรับรู้ คือ การที่บุคคลได้กระทบหรือสัมผัสกับสิ่งต่าง ๆ หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ อาจจะสัมผัสได้โดย ตา หู ลิ้น หรือผิวหนัง อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่าง แล้วตีความหมายหรือแปลความรู้สึกต่อสิ่งนั้น ๆ ออกไป

3. การเรียนรู้ (Learning) การเรียนรู้เป็นพื้นฐานที่สำคัญของพฤติกรรมมนุษย์ ปกติแล้วมนุษย์จะใช้การเรียนรู้เข้าช่วยในการตัดสินใจท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่เขาเผชิญอยู่ การเรียนรู้เป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ หรือการได้วินิจฉัยเคราะห์มาแต่กาลก่อน

ในทางการตลาดผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย คือ สิ่งเร้า (Stimulus) และการกระทำใด ๆ ที่เกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ คือ การตอบสนอง (Response) ในความคิดของผู้ขายก็ใคร่อยากให้ผู้ซื้อตอบสนองด้วยการซื้อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งซื้อหือของของผู้ขาย มิใช่หือของผู้อื่น ทางด้านผู้จัดการตลาดก็ใคร่สนใจที่จะทราบว่าทำไมสินค้าของเขา (สิ่งเร้า) จึงมีหรือไม่มีผู้ตัดสินใจซื้อ (การตอบสนอง)

4. ทัศนคติและความเชื่อ (Beliefs and Attitudes)

ความเชื่อและทัศนคติเกิดขึ้นมาจากการเรียนรู้ของบุคคล ถ้าบุคคลเชื่อและมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งใดแล้วเขาจะเรียกหาแต่สิ่งนั้น ตรงกันข้ามถ้าเขาไม่เชื่อหรือไม่มีทัศนคติที่ดี เขาก็จะหลีกเลี่ยง

4.1 ความเชื่อ เป็นเรื่องของความคิดความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใด เช่น บางคนเชื่อว่ารถที่แข็งแกร่งที่สุดคือ รถออลวี่ แต่รถที่ประหยัดน้ำมันเชื้อเพลิงมากที่สุดคือ รถดีเซล เป็นต้น ความเชื่ออาจเป็นเรื่องของความรู้ที่ได้รับมาแต่เพียงอย่างเดียว หรืออาจเป็นเรื่องของการนึกคิดไป หรือเป็นเรื่องของความฝังใจอันเกิดแต่ศรัทธาของคนก็ได้ ความเชื่อจะแฝงไว้ด้วยอารมณ์ หรือไม่แฝงไว้ก็ได้

ทัศนคติกับความเชื่อเป็นสิ่งที่คู่กันโดยความเชื่อเป็นตัวนำไปสู่ทัศนคติ ถ้าบุคคลเชื่อว่าสิ่งใดดี เขาก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น

4.2 ทัศนคติ คือ ความโน้มเอียงของความรู้สึกในทางที่ชอบ ไม่ชอบต่อสิ่งใด ๆ ทัศนคติเกิดขึ้นหลังจากการที่ได้ประเมินข้อเท็จจริงหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ แล้ว ทัศนคติเป็นเรื่องทางอารมณ์ของคน คนเรามักมีทัศนคติไม่ทางใดก็ทางหนึ่งต่อเรื่องของลัทธิศาสนา พรรคการเมือง แฟชั่นเสื้อผ้า ประเภทของดนตรี และอาหาร เป็นต้น

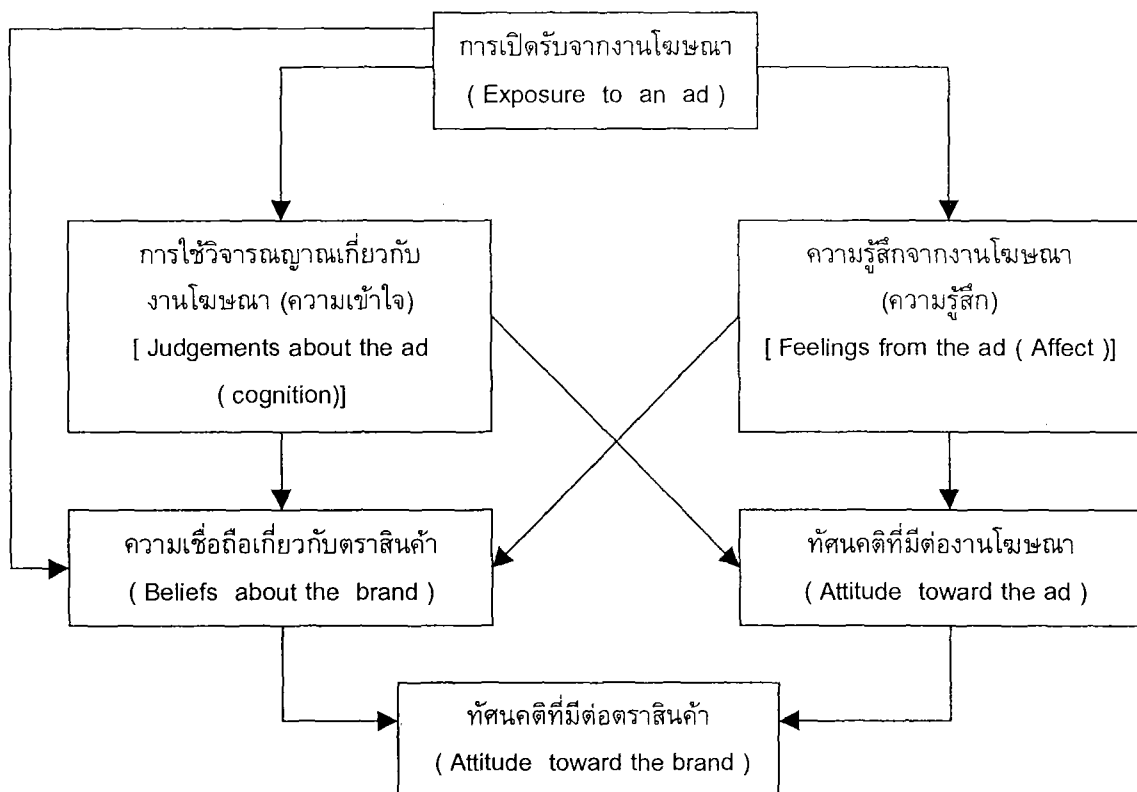
คนเราเมื่อมีทัศนคติในทางใดทางหนึ่งต่อสิ่งใดแล้วก็จะตัดสินใจกระทำกับสิ่งนั้นได้เลย โดยจะไม่ต้องเสียเวลาคิดนาน และทัศนคตินี้ถ้าเกิดขึ้นกับผู้ใดแล้วก็จะมักจะอยู่ติดในความคิดของผู้นั้น ไปนาน บางครั้งแทบจะเปลี่ยนแปลงอะไรไม่ได้เลย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาในรายละเอียดของ 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยทางสังคม ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มอ้างอิง และลักษณะทางจิตวิทยา โดยศึกษาที่ทัศนคติและความเชื่อ

6.3 โมเดลโครงสร้างของทัศนคติ

โมเดลโครงสร้างทัศนคติ (Structural model of attitudes) การทำความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรม นักจิตวิทยาได้สร้างโมเดลเพื่อศึกษาถึงโครงสร้างของทัศนคติ การกำหนดส่วนประกอบของทัศนคติเพื่อจะอธิบายพฤติกรรมที่คาดคะเน มีรูปแบบหลายโมเดล ในแต่ละโมเดลมีทัศนคติที่แตกต่างกัน โดยโมเดลที่ผู้วิจัยมีความสนใจ คือ โมเดลทัศนคติที่มีต่อการโฆษณา (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ . 2538 : 200 – 202)

โมเดลทัศนคติที่มีต่อการโฆษณา (Attitude – toward – the ad model) หมายถึงโมเดลซึ่งเสนอว่าผู้บริโภค กำหนดความรู้สึก (Feeling หรือ affects) วิจารณ์ญาณ (Judgement) หรือความเข้าใจ (Cognitive) ซึ่งเป็นผลจากการเปิดรับต่องานโฆษณา หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งก็คือ ความรู้สึกด้านทัศนคติที่มีต่องานโฆษณา ความเชื่อถือและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ . 2538 : 200 ; อ้างอิงจาก Schiffman and Kanuk. 1994 : 657. *Consumer behavior.*) ความพยายามที่จะทำความเข้าใจผลกระทบของการโฆษณาต่อทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้าอย่างใดอย่างหนึ่งทำให้เกิดความตั้งใจ ดังภาพประกอบ 4



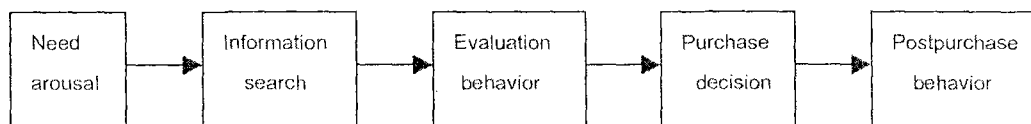
ภาพประกอบ 4 แสดงถึงความสัมพันธ์ขั้นพื้นฐานบางประการเกี่ยวกับโมเดลทัศนคติที่มีต่องานโฆษณา (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ . 2538 : 200 ; อ้างอิงจาก Schiffman and Kanuk. 1994 : 285. *Consumer behavior.*)

ในโมเดลนี้ผู้บริโภคกำหนดความรู้สึกที่แตกต่างกัน (Feeling หรือ affects) และวิจารณ์ญาณ (Judgement) ซึ่งเป็นผลจากการเปิดรับจากงานโฆษณา ความรู้สึกและวิจารณ์ญาณจะมีผลกระทบต่อความรู้สึกด้านทัศนคติที่มีต่องานโฆษณา และความเชื่อถือเกี่ยวกับอิทธิพลของตราสินค้า จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีตราสินค้า

การประเมินทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่องานโฆษณา ผู้วิจัยได้คำนึงว่าเป็นสิ่งสำคัญที่จะสร้างความแตกต่างระหว่างกันและวัดการประเมินความเข้าใจของงานโฆษณาที่แยกจากกัน เช่น วิจารณ์ญาณเกี่ยวกับการโฆษณาว่าเป็นอารมณ์ขัน (Humorous) หรือแจ้งข่าวสาร (Informative) และการตอบสนองด้านความรู้สึกที่ดีต่อการโฆษณา เช่น ความรู้สึกที่ได้รับประสบการณ์จากการเปิดรับงานโฆษณา ประกอบด้วยความรู้สึกกลัว หัวเราะ หรือยิ้ม

6.4 ขั้นตอนของกระบวนการซื้อ (Stages in the buying process)

นักการตลาดได้ประโยชน์จากการศึกษาว่าจะซื้อสินค้าหรือไม่ซื้อ ขั้นตอนของกระบวนการซื้อ แบ่งเป็น 5 ขั้นตอน คือ (1) ทำให้เกิดความต้องการ (2) แสวงหาข้อมูล (3) การประเมินทางเลือก (4) การตัดสินใจซื้อ และ (5) พฤติกรรมหลังซื้อ ดังปรากฏเป็นลำดับขั้นตอนตามภาพประกอบ 2 (อัจฉิมา เศรษฐบุตร และ สายสวรรค์ วัฒนพานิช, 2539 : 45 -50)



ภาพประกอบ 5 แสดงขั้นตอนของกระบวนการซื้อ

1) ทำให้เกิดความต้องการ (Need arousal)

จุดเริ่มต้นของกระบวนการซื้อ คือ การทำให้เกิดความต้องการ ความต้องการอาจเกิดขึ้นได้จากตัวกระตุ้น ตัวกระตุ้นภายในอาจได้แก่ ความหิว ความหิวกระหาย ความต้องการบางอย่างถูกกระตุ้นและยังคงอยู่เป็นเวลานานโดยที่ไม่ทำให้ความต้องการถึงระดับที่จะทำให้ผู้นั้นเกิดการกระทำ

นักการตลาดควรเข้าใจแรงผลักดันที่เกี่ยวกับทั้งประเภทสินค้าและตราสินค้าของเขาเพื่อที่จะทำให้คนเกิดความต้องการ นักการตลาดสินค้าประเภทรถยนต์รู้ว่าจะรถยนต์ให้ความพอใจในด้านการขับเคลื่อน และให้ความพอใจด้านฐานะ ความสะดวก ความมีอำนาจ ยิ่งรถยนต์ทำให้สนองความพอใจต่อตัวกระตุ้นมากเท่าใด ก็ยิ่งทำให้ขอบเขตของความต้องการสินค้ากว้างขวางมากขึ้น

2) การแสวงหาข้อมูล (Information search)

ถ้าการทำให้เกิดความต้องการ 1) มีมาก 2) มีสินค้าที่ทำให้เกิดความพอใจ 3) อยู่ใกล้มีคนที่รับสนองความพอใจ เช่น คนที่หิว เมื่อเห็นขนมก็จะซื้อและรับประทานทันที แต่โดยมากแล้วการทำให้เกิดความต้องการจะไม่ได้รับความพอใจในทันที เพราะอาจจะขาดอย่างใดอย่างหนึ่งใน 3 ข้อข้างต้น

เมื่อคนเรามีความต้องการมากก็จะพยายามค้นหาข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งความต้องการขึ้นอยู่กับว่าเขากำลังเผชิญกับ limited problem solving หรือ extensive problem solving ในกรณีหลังเขาอาจต้องการข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะที่สำคัญของประเภทสินค้านั้น เกี่ยวกับคุณภาพของหลาย ๆ ตรา และเกี่ยวกับร้านค้าที่เขาจะหาซื้อได้

นักการตลาดควรสนใจแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคจะหา และอิทธิพลที่จะชักจูงพฤติกรรม การเลือกของเขา แหล่งข้อมูลที่ผู้บริโภคแสวงหาแบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม คือ

1. Personal sources เช่น เพื่อน ครอบครัว เพื่อนบ้าน ผู้ใกล้ชิด
2. Commercial sources เช่น โฆษณาทางวิทยุและโทรทัศน์
3. Public sources เช่น สื่อสารมวลชน
4. Experimental sources เช่น ผู้ที่เคยใช้สินค้า

นักการตลาดควรรู้ว่า สินค้าประเภทนี้ผู้บริโภคมักจะไปหาแหล่งข้อมูลจากที่ใด เช่น ยาสีฟัน สบู่ ผู้ซื้อมักจะได้ข้อมูลจากการโฆษณาทางวิทยุและโทรทัศน์ ส่วนรถยนต์ผู้ซื้ออาจต้องสอบถามจากที่เคยใช้ เราอาจจะทราบแหล่งข้อมูลจากการทำวิจัยสัมภาษณ์ผู้บริโภคและถามว่าได้ยินข่าวจากแหล่งที่ใด

3) การประเมินทางเลือก (Evaluation behavior)

เมื่อผู้บริโภคได้รับข่าวสารข้อมูล ก็จะใช้เป็นประโยชน์ในการเลือกซื้อสินค้า นักการตลาดมีความจำเป็นต้องเข้าใจว่า ผู้บริโภคหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและตราสินค้า รวมทั้งมีความตั้งใจในการซื้ออย่างไร มีผู้พยายามทำการวิจัยเพื่อศึกษาวิธีการตัดสินใจเลือกตราสินค้าของผู้บริโภค แต่ควรที่จะเข้าใจแนวความคิดเบื้องต้น 4 ประการก่อน เพื่อช่วยให้เข้าใจการประเมินทางเลือกของผู้บริโภคแบบต่าง ๆ ได้

คุณลักษณะของประเภทสินค้า (product - class attributes) ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะพิจารณาคุณลักษณะสินค้าหลาย ๆ ประการด้วยกัน เขาจะไม่สนใจว่าสินค้านั้นดีหรือไม่ดี แต่สนใจที่จะเรียนรู้ว่าสินค้านั้นมีลักษณะจุดเด่นอะไรบ้างตามที่สินค้าประเภทนั้นควรจะมี เช่น ผู้ซื้อมักจะสนใจลักษณะบางอย่างจากสินค้าประเภทต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ยาสีฟัน	ป้องกันฟันผุ, ทำให้ฟันขาว, รสชาติดี, ลมหายใจสะอาด
ยาแก้ปวด	ความเชื่อถือ, ราคา, ผลข้างเคียง
ยางรถยนต์	ความปลอดภัย, คุณภาพ, อายุการใช้งาน, ราคา
การเดินทางโดยเครื่องบิน	เวลาเครื่องออก, ความเร็ว, การบริการก่อนบิน, การบริการขณะบิน

บิน

1. ผู้ซื้อทุกคนจะไม่สนใจคุณลักษณะทุกประการของสินค้าแต่ละประเภท นักการตลาดจึงจำเป็นต้องแบ่งส่วนตลาดออกเป็นหลาย ๆ กลุ่ม ตามคุณลักษณะหรือประโยชน์ ของสินค้าที่ผู้บริโภคกลุ่มนั้น ๆ สนใจมากที่สุด

2. ผู้บริโภคมักจะมี ความเชื่อถือในตราสินค้าต่างกัน (Brand beliefs) นั่นคือเขาเชื่อว่าแต่ละตรา มีคุณลักษณะแต่ละอย่างไม่เหมือนกัน เช่น เชื่อว่ายาสีฟันตราคอลเกตช่วยป้องกันฟันผุ และเชื่อว่ายาสีฟันตราใกล้เคียงทำให้ปากสะอาด เป็นต้น

3. ผู้บริโภคมักจะมี ความพอใจรรถประโยชน์ (Utility function) ของคุณลักษณะสินค้าแต่ละอย่าง หมายถึงผู้บริโภคจะพอใจคุณลักษณะสินค้าต่าง ๆ กันไม่เท่ากัน เช่น ผู้ซื้อรถยนต์ต้องการได้รถที่ประหยัดน้ำมัน ต้องการรถขนาดกลางที่ไม่ใหญ่หรือเล็กเกินไป ชอบรถสีม่วงมากกว่าสีเขียว ถ้ามาสารรวบรวมระดับคุณลักษณะสินค้าที่ให้อรรถประโยชน์ได้สูงสุด ก็จะเรียกว่าเป็น ideal point ซึ่งเป็นจุดที่มีคุณลักษณะที่ผู้บริโภคต้องการได้มากและสามารถซื้อได้

4. ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกตราสินค้าโดยการประเมินค่า (Evaluation procedure หรือ decision rule) ซึ่งจากการพิจารณตราสินค้าต่าง ๆ แล้วเขาจะเปรียบเทียบตราต่าง ๆ โดยขบวนการบางอย่างเพื่อหาว่าชอบตราใดมากที่สุดตามลำดับ ลำดับแรก งามวิชา (2537 : 98) กล่าวว่า “สำหรับการ

ประเมินว่ายี่ห้อใดจะดีกว่ายี่ห้อใดหรือการจะให้คะแนนความดีเด่นว่าเป็นเท่าใดนั้น ขึ้นกับความเชื่อ หรือ ความรู้ที่เขาได้รับมา ซึ่งอาจถูกหรือผิดก็ได้ "

สิ่งสำคัญของนักการตลาด คือ รู้ว่าผู้บริโภคใช้วิธีใดในการหาข้อมูล ผู้บริโภคอาจจะกำจัดคุณลักษณะบางประการของสินค้า เขาใช้ชบวนการประเมินหาข้อมูล นักการตลาดต้องกำหนดชบวนการประเมินของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างระมัดระวัง

4) การตัดสินใจซื้อ (Purchase decision)

เมื่อผ่านการประเมินทางเลือกต่าง ๆ แล้วหลังจากที่ผู้บริโภคประเมินทางเลือกแล้ว ผู้บริโภคจะเลือกตราสินค้าที่เขาชอบมากที่สุด ซึ่งเป็นตราที่เขาตั้งใจจะซื้อ นั่นคือ ความตั้งใจซื้อ (purchase intention) เป็นผลมาจากทัศนคติ อย่างไรก็ตามยังมีเฟคเตอร์อีก 2 ประการที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อ

1. ทางด้านสังคม (Social factors) สมมตินายมาชอบรถยนต์ตราดิแอล แต่ภรรยาเขากลับคิดว่าการตรานี้เป็นสิ่งที่ฉาบฉวย ดังนั้นทำให้ทัศนคติความชอบต่อรถยนต์ตรานี้เริ่มลดน้อยลง

2. สถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง (Anticipated situation factors) ผู้ซื้อวางแผนความตั้งใจซื้อโดยคำนึงถึงระดับรายได้ ข้อตกลงกับผู้ชายและอื่น ๆ แต่ความตั้งใจซื้ออาจจะไม่ได้ซื้อจริงตามความตั้งใจก็ได้ พฤติกรรมการซื้อเป็นองค์ประกอบของความตั้งใจซื้อและสถานการณ์ที่ไม่สามารถคาดคะเนได้ ช่วงเวลาระหว่างผู้ซื้อตั้งใจว่าจะซื้อกับเวลาที่ซื้อจริง อาจเกิดสถานการณ์ เช่น ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ผู้ซื้อตกงาน หรือพบว่าผู้ชายจะหลอกเขา หรือพบว่าสินค้าที่ตั้งใจจะซื้อไม่ดีเพราะผู้เคยใช้บอก เป็นต้น ซึ่ง ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2540 : 54) ได้กล่าวว่า "ความตั้งใจซื้อที่มีต่อตราสินค้าหนึ่งจะสมบูรณ์เมื่อได้ไปซื้อจริง การส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อ"

นักการตลาดจึงควรพยายามทำให้ผู้บริโภคได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและช่วยเหลือแนะนำการซื้อ เพื่อลดความเสี่ยงของผู้บริโภค

5) พฤติกรรมหลังซื้อ (Postpurchase behavior)

หลังจากที่ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์ไปเรียบร้อยแล้ว เขาก็อาจพบกับความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจในบางประการ ซึ่งถ้าจะกำหนดอัตราของความพึงพอใจ ก็จะเป็นดังนี้ (ส้าอองต์ งามวิชา, 2537 : 100)

- ก. พอใจอย่างสูง
- ข. ค่อนข้างพอใจ
- ค. ไม่พอใจ

ผู้บริโภคจะ พอใจอย่างสูง ถ้าผลิตภัณฑ์นั้นเป็นไปตามที่คาดหวังไว้ หรือสูงกว่าที่คาดหวังเสียอีก แต่ถ้าเป็นไปตามที่คาดหวังบางประการ ก็เรียกว่า ค่อนข้างพอใจ และถ้าผิดหวังก็ไม่เป็นไปตามที่คาดหวังเลยผู้บริโภคจะ ไม่พอใจ ความรู้สึกต่าง ๆ ของผู้บริโภคที่กล่าวมานี้ ทราบได้จากการซื้อซ้ำหรือการพูดพาดพิงถึงสินค้าในทางที่พอใจ หรือไม่พอใจก็ได้

สำหรับผู้บริโภคที่เกิดความพอใจกับผลิตภัณฑ์ ก็จะกลับมาซื้อซ้ำอีก และมักจะพูดถึงผลิตภัณฑ์นั้นในแง่ดีอยู่เสมอ ดังคำกล่าวของนักการตลาดที่ว่า " ไม่มีคำโฆษณาใด ที่ดีเท่าคำโฆษณาจากปากของลูกค้า "

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ เป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษา ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2543 ของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย

คณะเกษตรศาสตร์บางพระ จ.ชลบุรี	จำนวน	1,551 คน
วิทยาเขตจันทบุรี จ.จันทบุรี	จำนวน	1,276 คน
รวม	จำนวน	2,827 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ เป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษา ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2543 ของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ที่ตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งได้มาโดยการสุ่มแบบกลุ่มจำนวนทั้งสิ้น 348 คน มีขั้นตอนในการสุ่มกลุ่มตัวอย่างดังนี้

1. สุ่มจากกลุ่มประชากรทั้งหมด นักศึกษาที่กำลังศึกษา ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2543 ของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทั้งสองแห่ง กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างมาจากตารางขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamanae (ประคอง กรรณสูตร . 2538 : 10-11) ด้วยความเชื่อมั่น 95 % คิดขนาดความคลาดเคลื่อนเป็นร้อยละ และให้สัดส่วนของประชากรเป็น 0.5 ปรากฏว่าใช้กลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 348 คน

2. เลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่างจากนักศึกษาที่กำลังศึกษา ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2543 ของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทั้ง 2 แห่ง ใช้วิธีการสุ่มแบบกลุ่มโดยมีห้องเรียนเป็นหน่วยในการสุ่ม และเทียบสัดส่วนประชากร ซึ่งได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 348 คน แยกตามสถานศึกษา ดังนี้

คณะเกษตรศาสตร์บางพระ จ.ชลบุรี	จำนวน	191 คน
วิทยาเขตจันทบุรี จ.จันทบุรี	จำนวน	157 คน
รวม	จำนวน	348 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ แบบวัดตัวแปรต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ตามทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลของฟิชไบน์ และไอเซน รูปแบบของแบบวัด สร้างตามวิธีการของ ออสกูด จำนวนทั้งสิ้น 120 ข้อ ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .9735 ประกอบด้วย 7 ชุดตัวแปร ดังนี้

ชุดที่ 1 แบบวัดเจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (A_{Bi}) จำนวน 20 ข้อ ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดเท่ากับ .9116 ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการวัดเท่ากับ 3.426

ชุดที่ 2 แบบวัดความเชื่อเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (b_i) จำนวน 25 ข้อ ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดเท่ากับ .8633 ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการวัดเท่ากับ 5.2493

ชุดที่ 3 แบบวัดการประเมินผลในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (e_i) จำนวน 25 ข้อ ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดเท่ากับ .9449 ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการวัดเท่ากับ 3.7353

ชุดที่ 4 แบบวัดการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (SN_i) จำนวน 5 ข้อ ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดเท่ากับ .9548 ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการวัดเท่ากับ 1.2684

ชุดที่ 5 แบบวัดความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (NB_i) จำนวน 20 ข้อ ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดเท่ากับ .9489 ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการวัดเท่ากับ 4.0304

ชุดที่ 6 แบบวัดแรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (Mc_i) จำนวน 20 ข้อ ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดเท่ากับ .9737 ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการวัดเท่ากับ 3.5410

ชุดที่ 7 แบบวัดความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (I_i) จำนวน 5 ข้อ ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดเท่ากับ .8967 ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการวัดเท่ากับ 1.6065 (ดูภาคผนวก ข)

วิธีดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

วิธีดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. กำหนดความมุ่งหมายในการสร้างแบบวัดเพื่อสร้างแบบวัดตามตัวแปรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรของนักศึกษา ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้
 - 1.1 เพื่อวัดเจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (A_{Bi})
 - 1.2 เพื่อวัดความเชื่อเกี่ยวกับผลของการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (b_i)
 - 1.3 เพื่อวัดการประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (e_i)
 - 1.4 เพื่อวัดการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (SN_i)
 - 1.5 เพื่อวัดความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (NB_i)
 - 1.6 เพื่อวัดแรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (Mc_i)
 - 1.7 เพื่อวัดความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (I_i)
2. ศึกษานิยาม ทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างแบบวัดความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและวัดตัวแปรต่าง ๆ ตามทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล ของฟิชไบน์และไอเซน
3. สํารวจการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2 แห่ง โดยใช้แบบสอบถามแบบปลายเปิด (Open Ended) ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ลักษณะของเครื่องมือ แบบสำรวจการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ความเชื่อเด่นชัด กลุ่มอ้างอิงเด่นชัด และคำคุณศัพท์ที่มีต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร คำชี้แจง

แบบสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เป็นส่วนหนึ่งของการทำปริญญา นิพนธ์ ความคิดเห็นของนักศึกษาจะเป็นประโยชน์อย่างสูง และจะไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อตัวนักศึกษาทั้งสิ้น ขอให้นักศึกษาทำด้วยความตั้งใจ ตอบให้มากที่สุดเท่าที่นึกได้

ตอนที่ 1 สำรวจการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

(0) นักศึกษาเคยเห็นเพื่อน ๆ ใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร อะไรบ้าง

- 1.....
- 2.....
- 3.....

(00) นักศึกษาจะใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร อะไรบ้าง

- 1.....
- 2.....
- 3.....

(000) คนในครอบครัว ญาติพี่น้อง หรือคนรู้จักของนักศึกษาใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร อะไรบ้าง

- 1.....
- 2.....
- 3.....

ตอนที่ 2 หาความเชื่อเด่นชัด (Salient Belief) ที่มีต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

(0) เมื่อนักศึกษาใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร นักศึกษาคิดว่ามีผลนักศึกษาอย่างไร

-ผลด้านดี

.....

-ผลด้านไม่ดี

.....

-ผลด้านอื่น ๆ

.....

ตอนที่ 3 หากกลุ่มอ้างอิงเด่นชัด (Salient Referent) ที่มีต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

(0) การที่นักศึกษาใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร นักศึกษานึกถึงบุคคล หรือกลุ่มบุคคล ดังนี้

-บุคคล

.....

-กลุ่มบุคคล

.....

(00) การที่นักศึกษาใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ผู้ที่เห็นด้วยหรือสนับสนุนให้ใช้ได้แก่

- บุคคล

.....

- กลุ่มบุคคล

.....

(000) การที่นักศึกษาใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ผู้ที่คัดค้านหรือไม่สนับสนุนให้ใช้ได้แก่

- บุคคล

.....

- กลุ่มบุคคล

.....

ตอนที่ 4 หาคำคุณศัพท์ที่มีต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

(0) การใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเป็นสิ่งที่.....

.....

(00) ข้อคิดเห็นอื่น ๆ

.....

4. พิจารณาคัดเลือก ความเชื่อเด่นชัด กลุ่มอ้างอิงเด่นชัด และคำคุณศัพท์ในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อนำไปสร้างคำถามในแบบวัดตัวแปร

4.1 ความเชื่อเกี่ยวกับผลของการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร โดยมีวิธีการพิจารณาคือ

(Ajzen and Fishbein. 1980 : 68 – 70)

4.1.1 นำแบบสอบถามปลายเปิดไปสำรวจความเชื่อจากกลุ่มตัวอย่าง

4.1.2 วิเคราะห์เนื้อหาของความเชื่อต่าง ๆ ที่แตกต่างกันเป็นรายบุคคล

4.1.3 จัดกลุ่มความเชื่อที่มีผลของการกระทำเหมือนกันเข้าด้วยกัน และนับความถี่ของผล

ในแต่ละกลุ่ม

4.1.4 พิจารณาคัด เลือกความเชื่อที่มีความถี่สูงสุดจนถึงความเชื่อที่รวมความถี่ได้ประมาณ

75 % ของความถี่ทั้งหมด

4.2 พิจารณากลุ่มอ้างอิงเด่นชัด ด้วยวิธีการสำรวจ จากแบบสอบถามปลายเปิด ให้ตอบแบบอิสระ เลือกบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ระบุชื่อมากที่สุด ทั้งฝ่ายที่สนับสนุนและคัดค้าน เป็นกลุ่มที่มีความถี่สูง (ภาคผนวก ก)

4.3 สำรวจคำคุณศัพท์ จากแบบสอบถามปลายเปิด โดยผู้วิจัยเลือกคำคุณศัพท์ที่มีความถี่สูง นำมาสร้างแบบวัดเจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร แบบมาตราการประเมินค่า (Evaluation Scale) ตามวิธีการของออสกู๊ด และคณะ (Osgoos and others. 1957)

5. รวบรวมข้อความในข้อที่ 4 ไปสร้างแบบวัดชุดต่าง ๆ 7 ชุด นำแบบวัดให้กรรมการควบคุมปริญญาโทและตรีและผู้เชี่ยวชาญ คือ รศ.นิภา ศรีไพโรจน์ อ.ชวลิต รวยอาจิณ และ อ.สิฏฐากร ชูทรัพย์ เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง เหมาะสม ตามจุดมุ่งหมายของการวิจัยและทฤษฎี รวมทั้งภาษานำมาปรับปรุงแก้ไข

ลักษณะของแบบวัด

ลักษณะของแบบวัด ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็น ดังนี้
แบบวัดความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ทั้งหมด 7 ชุด ดังนี้

- ชุดที่ 1 แบบวัดเจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (A_{B_i})
- ชุดที่ 2 แบบวัดความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (b_i)
- ชุดที่ 3 แบบวัดการประเมินผลในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (e_i)
- ชุดที่ 4 แบบวัดการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (SN_i)
- ชุดที่ 5 แบบวัดความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (NB_i)
- ชุดที่ 6 แบบวัดแรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (Mc_i)
- ชุดที่ 7 แบบวัดความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (I_i)

ตัวอย่าง : คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความแต่ละข้อต่อไปนี้ แล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของนักศึกษามากที่สุด เพียงเครื่องหมายเดียวในแต่ละข้อและโปรดทำเครื่องหมายทุกข้อ

ชุดที่ 1 แบบวัดเจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (A_{B_i})

(0) การใช้แชมพูสมุนไพรของนักศึกษาเป็นสิ่งที่

ปลอดภัย : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : เป็นอันตราย
 มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก

2 อย่าง

ชุดที่ 2 แบบวัดความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (b_i)

(0) การที่นักศึกษาใช้แชมพูสมุนไพรเนื่องจากไม่มีผลข้างเคียง

เป็นไปได้ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : เป็นไปไม่ได้
 มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก

2 อย่าง

ชุดที่ 3 แบบวัดการประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (e_i)

(0) การที่ไม่มีผลข้างเคียงจากการใช้แชมพูสมุนไพรเป็นสิ่งที่

ดี : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : เลว
 มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก

2 อย่าง

ชุดที่ 4 แบบวัดการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (SN_i)

(0) นักศึกษาต้องการทำตามความคิดของบุคคลที่สนับสนุนนักศึกษาในการใช้แชมพูสมุนไพร

เป็นไปได้ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : เป็นไปไม่ได้
 มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก

2 อย่าง

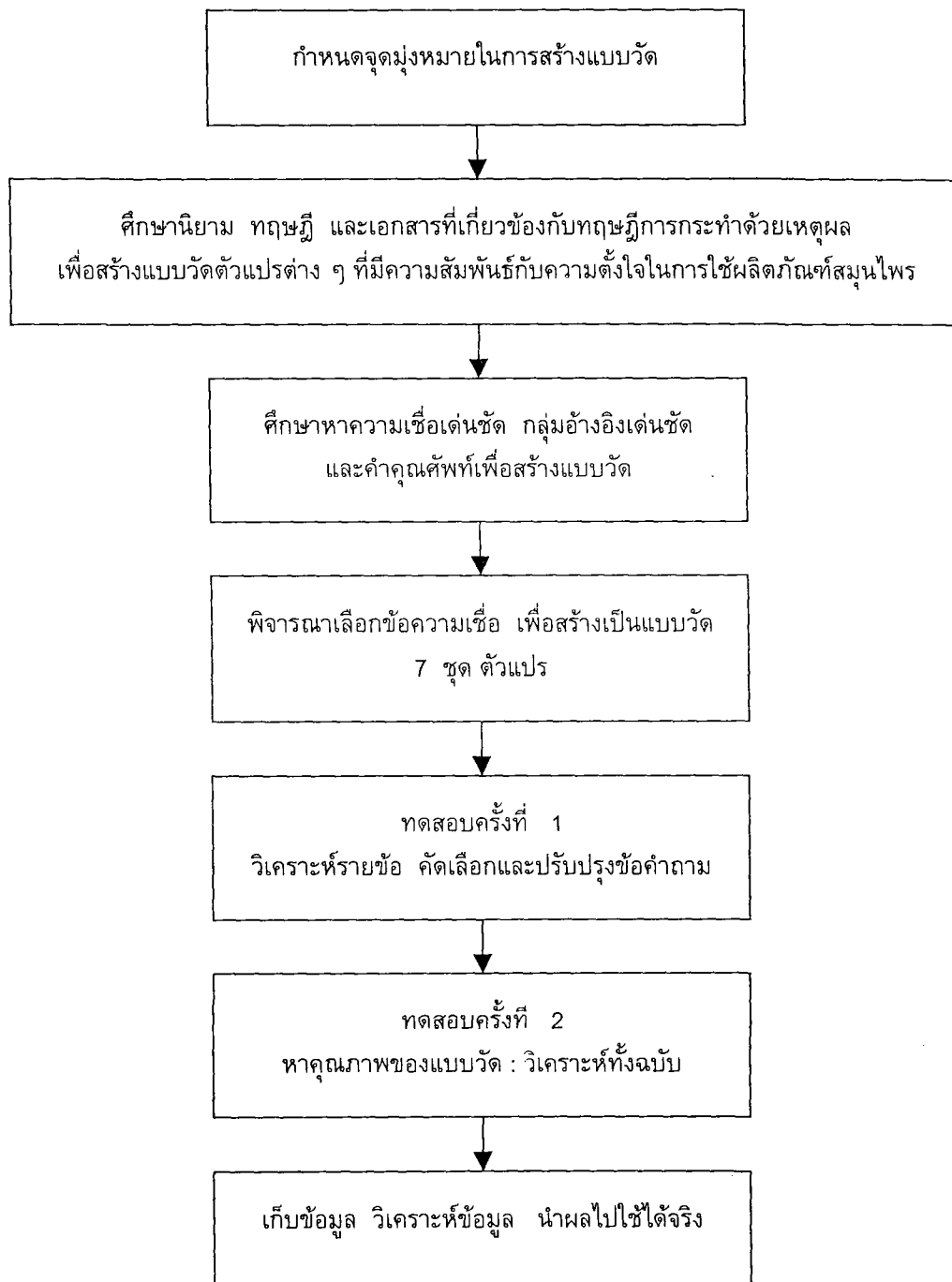
ชุดที่ 5 แบบวัดความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (NB_i)

(0) เพื่อนของนักศึกษาคิดว่านักศึกษาควรใช้แชมพูสมุนไพร

เป็นไปได้ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : _____ : เป็นไปไม่ได้
 มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก

2 อย่าง

สรุป ลำดับขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ



ภาพประกอบ 6 แสดงลำดับขั้นตอนการสร้างแบบวัดตัวแปรต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

เกณฑ์การให้คะแนน

ตาราง 2 เกณฑ์การให้คะแนนของแบบวัดตัวแปรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ชุดที่	คำขั้วปลายมาตรวัด	การให้คะแนน
1. แบบวัดเจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (A_{bi})	คุณศัพท์ทางบวก – คำคุณศัพท์ทางลบ	7 ถึง 1
2. แบบวัดความเชื่อเกี่ยวกับของการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (b_i)	เป็นไปได้ – เป็นไปไม่ได้	7 ถึง 1
3. แบบวัดของการประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (e_i)	ดี – เลว	7 ถึง 1
4. แบบวัดการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (SN_i)	เป็นไปได้ – เป็นไปไม่ได้	7 ถึง 1
5. แบบวัดความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (NB_i)	เป็นไปได้ – เป็นไปไม่ได้	7 ถึง 1
6. แบบวัดแรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (Mc_i)	ต้องการ – ไม่ต้องการ	7 ถึง 1
7. แบบวัดความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (I_i)	ตั้งใจจะใช้ – ตั้งใจจะไม่ใช้	7 ถึง 1

วิธีดำเนินการรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาค้นคว้ามีขั้นตอนดังต่อไปนี้

- นำหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตรเพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ที่สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
- นำแบบวัดที่ผ่านการทดสอบเพื่อหาคุณภาพและตรวจสอบคุณภาพแล้ว ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 348 คน ระหว่าง วันที่ 26 - 30 มิถุนายน 2543
- ชี้แจงนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างก่อนการทำแบบวัด เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลและแจ้งให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและตรงตามความเป็นจริงมากที่สุด
- นำแบบวัดฉบับสมบูรณ์ในการตอบแบบสอบถามทุกฉบับพบว่าสามารถนำมาวิเคราะห์ได้ทั้งสิ้นจำนวน 332 ชุด คิดเป็นร้อยละ 95.40 มาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์การให้คะแนน นำคะแนนมาจัดระเบียบข้อมูล เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล นำผลไปทดสอบสมมุติฐาน และอธิบายปัญหาตามจุดมุ่งหมาย

ขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for window ในการวิเคราะห์ค่าสถิติเพื่อตอบคำถามการวิจัย โดยใช้สถิติดังนี้

1. ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการนำเสนอข้อมูลทั่วไปของเจตคติเชิงพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

1.1 ค่าเฉลี่ย (กัลยา วานิชย์บัญชา . 2543 : 146)

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}$$

เมื่อ \bar{x} แทน ค่าเฉลี่ย

$\sum_{i=1}^n x_i$ แทน ผลรวมของข้อมูลตัวอย่างที่ 1, 2, 3,..... n

n แทน จำนวนข้อมูลตัวอย่าง

1.2 ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (กัลยา วานิชย์บัญชา . 2543 : 148)

$$S = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}{n-1}}$$

เมื่อ S แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

x_i แทน คะแนนกลุ่มตัวอย่างแต่ละคน

\bar{x} แทน ค่าเฉลี่ย

n แทน จำนวนข้อมูลตัวอย่าง

2. สถิติสำหรับวิเคราะห์คุณภาพของเครื่องมือ

2.1 ค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามรายข้อ โดยใช้ t - test (กัลยา วานิชย์บัญชา . 2543 : 295)

$$t = \frac{(\bar{x}_1 - \bar{x}_2) - \mu_0}{SE(\bar{x}_1 - \bar{x}_2)}$$

$$\text{โดยที่ } SE(\bar{x}_1 - \bar{x}_2) = \sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}$$

เมื่อ	t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
	μ_0	แทน	ค่าคงที่
	\bar{x}_1, \bar{x}_2	แทน	ค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างที่ 1, 2
	S_1^2, S_2^2	แทน	ค่าแปรปรวนประชากรที่ 1, 2
	n_1, n_2	แทน	ขนาดกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ 1, 2

2.2 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของครอนบรัช (Cronbach) (Mehren and Lehmann, 1975 : 47)

$$\alpha = \frac{N}{N-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

เมื่อ	α	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ
	N	แทน	จำนวนข้อของเครื่องมือวัด
	$\sum S_i^2$	แทน	ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
	S_t^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนรวม

3. สถิติสำหรับทดสอบสมมติฐาน

3.1 ใช้สถิติหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product – Moment Correlation) (Bruning and Kintz, 1997 : 33)

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

เมื่อ	r	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
	$\sum X$	แทน	ผลรวมของคะแนนชุด x
	$\sum Y$	แทน	ผลรวมของคะแนนชุด Y
	$\sum X^2$	แทน	ผลรวมของคะแนน x แต่ละตัวยกกำลัง 2
	$\sum Y^2$	แทน	ผลรวมของคะแนน Y แต่ละตัวยกกำลัง 2
	$\sum XY$	แทน	ผลรวมผลคูณระหว่าง x กับ Y
	N	แทน	จำนวนข้อมูลที่ศึกษา

3.2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Coefficient of Correlation)

(กัลยา วานิชย์บัญชา. 2541 : 240 - 241)

$$R_{Y.12\dots k} = \sqrt{R_{Y.12\dots k}^2}$$

$$R_{Y.12\dots k} = \sqrt{1 - \frac{SSE}{SST}}$$

โดยที่ $0 \leq R \leq 1$

เมื่อ $R_{Y.12\dots k}$ แทน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ
 SSE แทน ความแปรปรวนของ Y ที่ไม่สามารถอธิบายว่า
 เป็นอิทธิพลของตัวแปรทำนาย
 SST แทน ความแปรปรวนทั้งหมดของ Y

3.3 ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยมาตรฐาน (Standardized Regression Coefficient)

(กัลยา วานิชย์บัญชา . 2543 : 390)

$$\beta = b_i \frac{S_x}{S_y}$$

เมื่อ β แทน สัมประสิทธิ์ความถดถอยมาตรฐาน
 b_i แทน สัมประสิทธิ์ความถดถอยของตัวแปรอิสระที่ $i : i = 1, 2, \dots, k$
 S_x แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรอิสระ X
 S_y แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรอิสระ y

3.4 เปรียบเทียบตัวแปรอิสระด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way

ANOVA) (กัลยา วานิชย์บัญชา . 2543 : 313)

$$F = \frac{MSTrt}{MSE}$$

เมื่อ $MSTrt$ แทน ค่าผันแปรระหว่างทรีทเมนต์
 MSE แทน ค่าผันแปรภายในทรีทเมนต์

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอข้อมูล ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ ปรากฏผลดังที่จะได้นำเสนอต่อไป และเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันในการแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อแทนตัวแปรที่ศึกษาดังต่อไปนี้

สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย
S	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาใน F – distribution
P	แทน	ค่าความน่าจะเป็นที่ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบจะตกอยู่ในช่วงปฏิเสธสมมติฐาน
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่าย
R	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ
β_1	แทน	ความสำคัญเชิงสัมพัทธ์ของเจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
β_2	แทน	ความสำคัญเชิงสัมพัทธ์ของการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
A_{bi}	แทน	เจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
b_i	แทน	ความเชื่อเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
e_i	แทน	การประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
SN_i	แทน	การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
NB_i	แทน	ความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
Mc_i	แทน	แรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
$\sum b, e_i$	แทน	เจตคติทางอ้อมต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
$\sum NB, Mc_i$	แทน	การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางอ้อมในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
I_i	แทน	ความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
***	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

การกำหนดเกณฑ์เพื่อใช้ในการแปลความหมายของคะแนน ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การประเมินคะแนนโดยใช้เกณฑ์สัมบูรณ์ (Absolute Criterion) ตามตัวแปรของทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลดังต่อไปนี้

1. คะแนนเฉลี่ยของ

- 1.1 เจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (A_{Bi})
- 1.2 ความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (b_i)
- 1.3 การประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (e_i)
- 1.4 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (SN_i)
- 1.5 ความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (NB_i)
- 1.6 แรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (Mc_i)
- 1.7 ความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (I_i)

ใช้เกณฑ์การให้คะแนน

คะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
6.15 ถึง 7.00	ตัวแปรนั้นมีค่าทางบวกสูงมาก
5.29 ถึง 6.14	ตัวแปรนั้นมีค่าทางบวกสูง
4.43 ถึง 5.28	ตัวแปรนั้นมีค่าทางบวกค่อนข้างสูง
3.58 ถึง 4.42	ตัวแปรนั้นเป็นกลาง
2.72 ถึง 3.57	ตัวแปรนั้นมีค่าทางลบค่อนข้างสูง
1.86 ถึง 2.71	ตัวแปรนั้นมีค่าทางลบสูง
1.00 ถึง 1.85	ตัวแปรนั้นมีค่าทางลบสูงมาก

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้เสนอการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนจุดมุ่งหมายการวิจัยดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ความสามารถในการทำนายความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ตอนที่ 5 การเปรียบเทียบตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ระหว่างกลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

1. วิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของเจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

การวิเคราะห์ตอนนี้ ผู้วิจัยได้นำคะแนนเจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร จำแนกตามประเภทต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์สมุนไพร มาคำนวณหาค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิเคราะห์ดังปรากฏในตาราง 3

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของเจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร จำแนกตามประเภทต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์สมุนไพร ของนักศึกษาศาสนาเทคโนโลยีราชวมงคล คณะเกษตรศาสตร์บางพระ และวิทยาเขตจันทบุรี

ตัวแปร	เจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร		การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร		ความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร	
	\bar{X}	S	\bar{X}	S	\bar{X}	S
การใช้แชมพูสมุนไพร	6.1069	.7102	5.5800	1.1800	5.9400	1.0200
การใช้ยาสีฟันสมุนไพร	6.2816	.6822	5.6800	1.1700	6.0400	1.0100
การดื่มเครื่องดื่มสมุนไพร	6.1536	.7634	5.6100	1.2000	5.9800	1.1100
การใช้สบู่สมุนไพร	6.0761	.7776	5.5900	1.1900	5.9200	1.1200
การรับประทานยาสมุนไพร	6.0828	.7807	5.5200	1.2000	5.7800	1.1500
รวมทุกชนิด	6.1402	.6151	5.5976	1.0374	5.9307	.8220

ผลการวิเคราะห์ตาราง 3 พบว่า นักศึกษาศาสนาเทคโนโลยีราชวมงคล คณะเกษตรศาสตร์บางพระและวิทยาเขตจันทบุรี

1. มีเจตคติที่ดีในระดับสูงต่อการใช้แชมพูสมุนไพร การใช้สบู่สมุนไพร การรับประทานยาสมุนไพร และมีเจตคติที่ดีในระดับสูงมากต่อการใช้ยาสีฟันสมุนไพร และการดื่มเครื่องดื่มสมุนไพร เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่านักศึกษาศาสนาเทคโนโลยีราชวมงคล คณะเกษตรศาสตร์บางพระและวิทยาเขตจันทบุรี มีเจตคติที่ดีในระดับสูงต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

2. มีการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในระดับสูงในการใช้แชมพูสมุนไพร การใช้ยาสีฟันสมุนไพร การดื่มเครื่องดื่มสมุนไพร การใช้สบู่สมุนไพร และการรับประทานยาสมุนไพร เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่านักศึกษาศาสนาเทคโนโลยีราชวมงคล คณะเกษตรศาสตร์บางพระและวิทยาเขตจันทบุรี มีการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในระดับสูงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

3. มีความตั้งใจในระดับสูงในการใช้แชมพูสมุนไพร การใช้ยาสีฟันสมุนไพร การดื่มเครื่องดื่มสมุนไพร การใช้สบู่สมุนไพร และการรับประทานยาสมุนไพร เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่านักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล คณะเกษตรศาสตร์บางพระและวิทยาเขตจันทบุรี มีความตั้งใจในระดับสูงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

2.1 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติทางตรงต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (A_{Bi}) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางตรงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (SN_i) กับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (I_i)

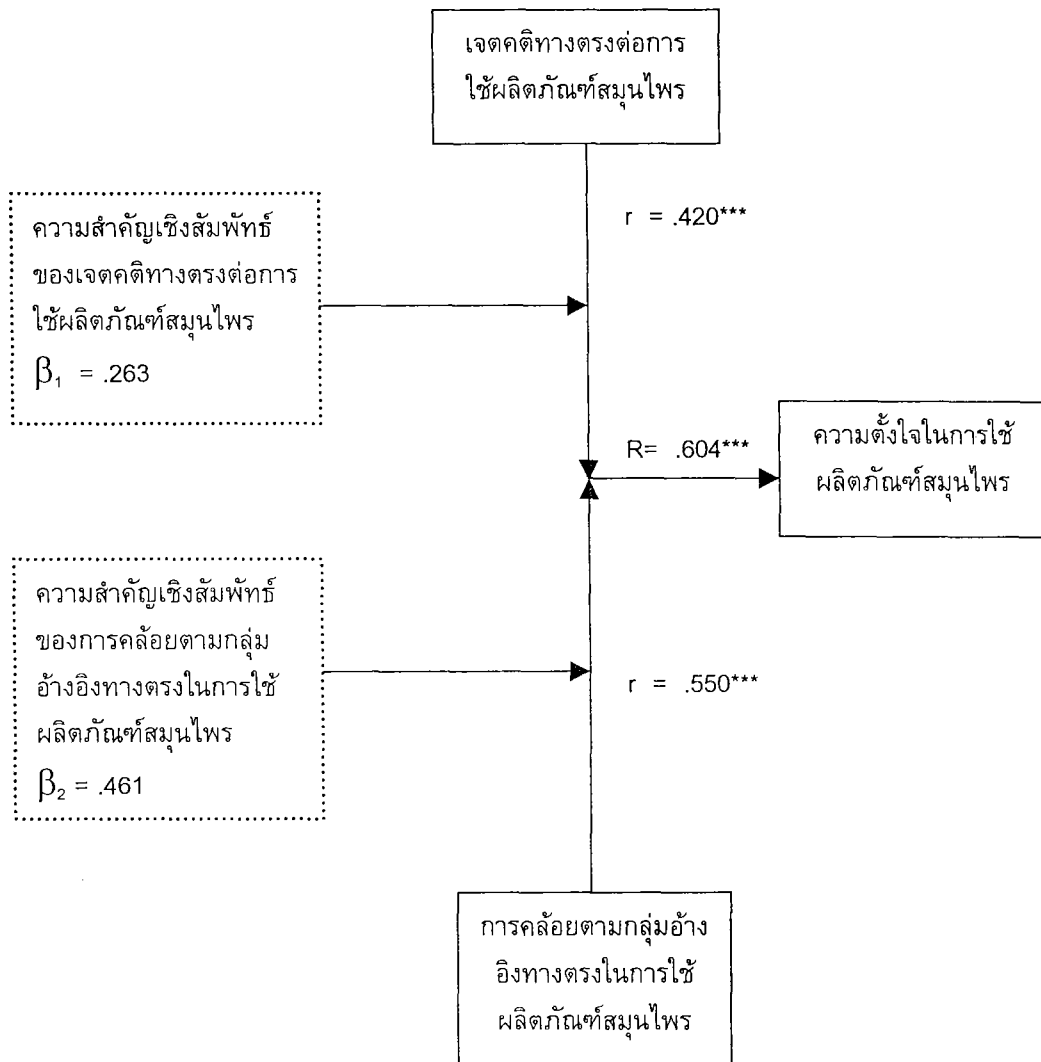
การวิเคราะห์ตอนนี้ ผู้วิจัยได้หาค่าเจตคติทางตรงต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (A_{Bi}) และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางตรงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (SN_i) และคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณกับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (I_i) ผลการวิเคราะห์ดังปรากฏในตาราง 4 และภาพประกอบ 7

ตาราง 4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณของเจตคติทางตรงต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางตรงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรกับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ตัวแปรทำนาย	ความสัมพันธ์				F	ตัวแปรเกณฑ์
	β	r	R	R^2		
เจตคติทางตรงต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร	.263	.420***	.604***	.364	94.306***	ความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางตรงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร	.461	.550***				

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ผลการวิเคราะห์ตาราง 4 พบว่า เจตคติทางตรงต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางตรงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีความสัมพันธ์พหุคูณกับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เท่ากับ .604 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 รวมทั้งสามารถอธิบายหรือทำนายความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรได้ร้อยละ 36.4 โดยเจตคติทางตรงต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร โดยมีค่าสหสัมพันธ์เท่ากับ .420 มีความสำคัญเชิงสัมพัทธ์ของเจตคติทางตรงต่อใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเท่ากับ .263 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางตรงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร โดยมีค่าสหสัมพันธ์เท่ากับ .550 มีความสำคัญเชิงสัมพัทธ์ของการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางตรงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเท่ากับ .461 ตามลำดับการวิจัยครั้งนี้ ได้ผลการวิจัยสอดคล้องกับทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล ซึ่งสรุปได้ดังภาพประกอบ 7



ภาพประกอบ 7 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติทางตรงต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางตรงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรกับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

2.2 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติทางอ้อมต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ($\sum b_i e_i$) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางอ้อมในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ($\sum NB_i M_i$) กับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (I_i)

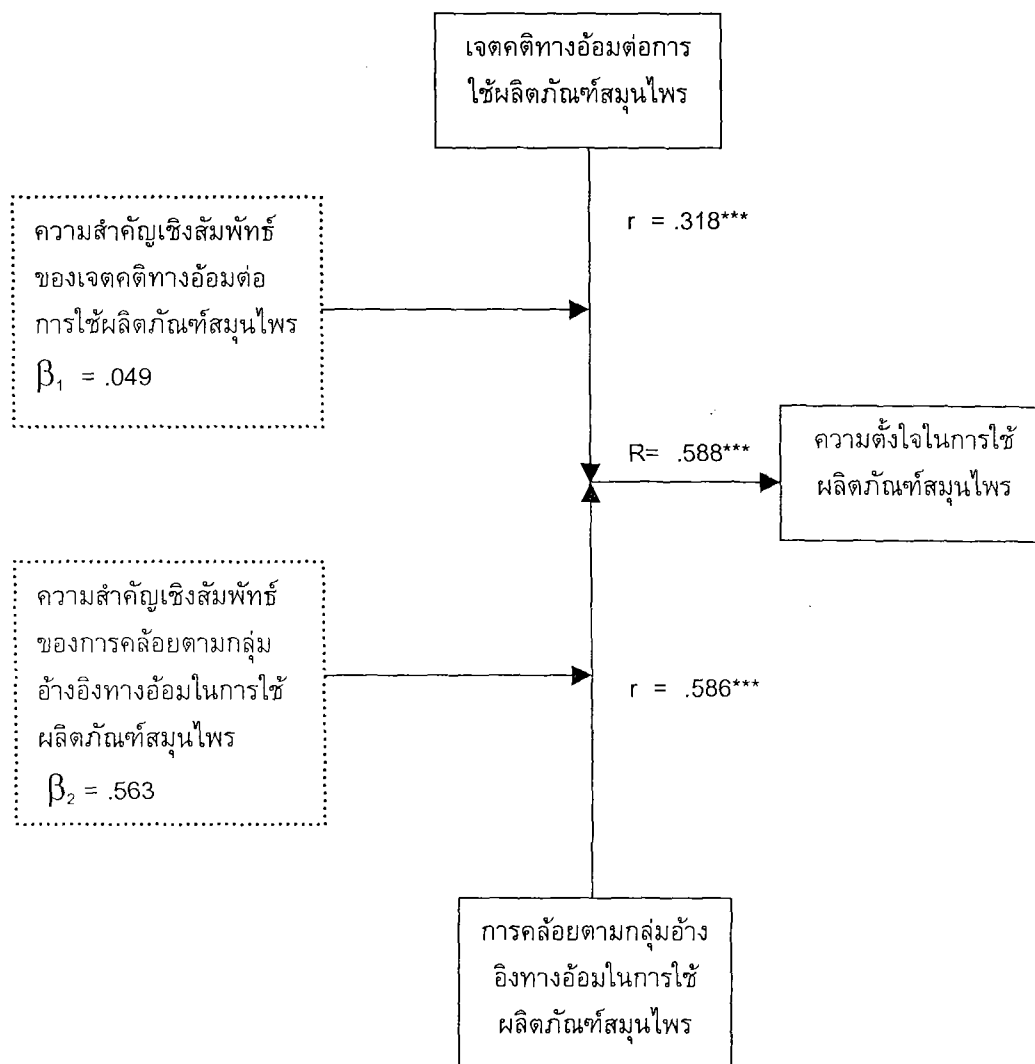
การวิเคราะห์ตอนนี้ ผู้วิจัยได้หาค่าเจตคติทางอ้อมต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ($\sum b_i e_i$) และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางอ้อมในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ($\sum NB_i M_i$) และคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณกับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (I_i) ผลการวิเคราะห์ดังปรากฏในตาราง 5 และภาพประกอบ 8

ตาราง 5 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณของเจตคติทางอ้อมต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางอ้อมในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรกับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ตัวแปรทำนาย	ความสัมพันธ์				F	ตัวแปรเกณฑ์
	β	r	R	R ²		
เจตคติทางอ้อมต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร	.049	.318***	.588***	.346	86.972***	ความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางอ้อมในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร	.563	.586***				

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ผลการวิเคราะห์ตาราง 5 พบว่า เจตคติทางอ้อมต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางอ้อมในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีความสัมพันธ์พหุคูณกับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เท่ากับ .588 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 รวมทั้งสามารถอธิบายหรือทำนายความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรได้ร้อยละ 34.6 โดยเจตคติทางอ้อมต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร โดยมีค่าสหสัมพันธ์เท่ากับ .318 มีความสำคัญเชิงสัมพัทธ์ของเจตคติทางอ้อมต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเท่ากับ .049 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางอ้อมในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร โดยมีค่าสหสัมพันธ์เท่ากับ .586 มีความสำคัญเชิงสัมพัทธ์ของการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางอ้อมในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเท่ากับ .406 ตามลำดับ การวิจัยครั้งนี้ ได้ผลการวิจัยสอดคล้องกับทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล ซึ่งสรุปได้ดังภาพประกอบ 8



ภาพประกอบ 8 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติทางอ้อมต่อการ ใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและการคล้อยตาม
กลุ่มอ้างอิงทางอ้อมในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรกับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

การวิเคราะห์ตอนนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่าย ระหว่างเจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (A_{Bi}) ความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (b_i) การประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (e_i) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (SN_i) ความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (NB_i) แรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (Mc_i) เจตคติทางอ้อมต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ($\sum b_i e_i$) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางอ้อมในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ($\sum NB_i Mc_i$) กับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (I_i) ผลการวิเคราะห์ดังปรากฏในตาราง 6

ตาราง 6 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายระหว่างตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ตัวแปร	I_i	A_{Bi}	b_i	e_i	SN_i	NB_i	Mc_i	$\sum b_i e_i$	$\sum NB_i Mc_i$
I_i	1.000	.420***	.313***	.194***	.550***	.555***	.542***	.318***	.586***

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 6 พบว่าความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (I_i) กับ เจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (A_{Bi}) ความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (b_i) การประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (e_i) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (SN_i) ความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (NB_i) แรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (Mc_i) เจตคติทางอ้อมต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ($\sum b_i e_i$) และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางอ้อม ในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ($\sum NB_i Mc_i$) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (I_i) ทุกค่า มีพหุคูณตั้งแต่ .194 ถึง .586 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยที่ความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (I_i)กับการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางอ้อมในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ($\sum NB_i Mc_i$) สัมพันธ์กันสูงสุดเท่ากับ .586 และกับการประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (e_i) สัมพันธ์กันต่ำสุดเท่ากับ .194

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ความสามารถในการทำนายความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

4.1 การวิเคราะห์การทำนายความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

การวิเคราะห์ตอนนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างตัวแปรทำนาย คือ เจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (A_{bi}) ความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (b_i) การประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (e_i) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (SN_i) ความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (NB_i) และแรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (Mc_i) กับตัวแปรเกณฑ์ คือ ความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (I_i) แล้วนำค่าน้ำหนักความสำคัญเชิงสัมพัทธ์ (β) มาแปลงเป็นค่าน้ำหนักสมทบสัมพัทธ์ (Relative Contribution) หรือค่าเปอร์เซ็นต์ส่งผล ดังปรากฏในตาราง 7

ตาราง 7 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ ค่าน้ำหนักความสำคัญเชิงสัมพัทธ์ และค่าเปอร์เซ็นต์ส่งผลระหว่างตัวแปรทำนาย กับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ตัวแปรทำนาย	คะแนน			ค่าสถิติ
	β	เปอร์เซ็นต์ส่งผล	อันดับสำคัญ	
เจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (A_{bi})	.158	19.29	3	R = .650
ความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้ผลิตภัณฑ์ (b_i)	-.008	-.98	5	
การประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (e_i)	-.001	-.12	6	R ² = .412
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (SN_i)	.279	34.07	1	F = 39.675***
ความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (NB_i)	.257	31.38	2	
แรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (Mc_i)	.116	14.16	4	
	.819	100.00		

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 7 พบว่า ตัวแปรทำนาย ได้แก่ เจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (A_{bi}) ความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (b_i) การประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (e_i) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (SN) ความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (NB_i) และแรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (Mc_i) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณกับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเท่ากับ .650 อย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติที่ระดับ .001 และสามารถทำนายความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรได้ร้อยละ 41.2 ค่าน้ำหนักความสำคัญเชิงสัมพัทธ์ของตัวแปรทำนายทั้ง 6 ตัวแปร ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (I_i) มีทั้งค่าบวกและค่าลบ โดยตัวแปรทำนายที่ส่งผลในทางบวก 4 ตัวแปร และส่งผลทางลบ 2 ตัวแปร ตัวแปรที่ส่งผลมากที่สุด คือ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (SN_i) ส่งผล 34.07 % รองลงมา คือ ความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (NB_i) เจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (A_{Bi}) แรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (Mc_i) ความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (b_i) และการประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (e_i) ส่งผล 31.38 % , 19.29 % , 14.16 % , -0.98 % และ -0.12 % ตามลำดับ

ตอนที่ 5 การเปรียบเทียบตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรระหว่างกลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

5.1 การเปรียบเทียบเจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรประเภทต่าง ๆ

การวิเคราะห์ตอนนี้ ผู้วิจัยได้นำคะแนนเจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรประเภทต่าง ๆ มาหาค่าเฉลี่ยแล้วนำมาเปรียบเทียบ จำแนกตามกลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA) และทำการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่เพื่อหาความแตกต่างรายคู่ด้วย Scheffe' ผลการวิเคราะห์ดังปรากฏในตาราง 8 – 9

ตาราง 8 การเปรียบเทียบเจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรประเภทต่าง ๆ ตามกลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ตัวแปร	ไม่ตั้งใจ	ตั้งใจ	ตั้งใจ	ตั้งใจ	F	P
	\bar{X}	\bar{X}	ปานกลาง	มาก		
	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}		
เจตคติต่อการใช้แชมพูสมุนไพร	5.4773	5.8352	6.1433	6.3267	11.955***	.000
เจตคติต่อการใช้ยาสีฟันสมุนไพร	5.8889	5.9909	6.2589	6.5042	10.370***	.000
เจตคติต่อการดื่มเครื่องดื่มสมุนไพร	5.5000	5.8621	6.2000	6.3750	13.601***	.000
เจตคติต่อการใช้สบู่สมุนไพร	5.1848	5.7885	6.1218	6.3611	19.998***	.000
เจตคติต่อการรับประทานยาสมุนไพร	5.4483	5.8059	6.1205	6.4716	19.854***	.000
เจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร โดยรวม	5.5053	5.8021	6.1692	6.4466	20.838***	.000

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 8 พบว่า นักศึกษาศาสนาบัณฑิตวิทยาลัยราชภัฏวชิรวิทยาดอนเมือง คณะเกษตรศาสตร์ บางพระและวิทยาเขตจันทบุรี มีค่าเฉลี่ยของเจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรประเภทต่าง ๆ จำแนกตามกลุ่มความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรต่างกัน ปรากฏผลดังนี้

1. เจตคติต่อการใช้แชมพูสมุนไพรของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล คณะเกษตรศาสตร์ บางพระและวิทยาเขตจันทบุรี กลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการใช้แชมพูสมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้แชมพูสมุนไพร และกลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้แชมพูสมุนไพรอยู่ในระดับสูง กลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้แชมพูสมุนไพรอยู่ในระดับสูงมาก ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

2. เจตคติต่อการใช้ยาสีฟันสมุนไพรของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล คณะเกษตรศาสตร์ บางพระและวิทยาเขตจันทบุรี กลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการใช้ยาสีฟันสมุนไพร และกลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้ยาสีฟันสมุนไพรอยู่ในระดับสูง กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้ยาสีฟันสมุนไพรและกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้ยาสีฟันสมุนไพรอยู่ในระดับสูงมาก ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

3. เจตคติต่อการดื่มเครื่องดื่มสมุนไพรของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล คณะเกษตรศาสตร์ บางพระและวิทยาเขตจันทบุรี กลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการดื่มเครื่องดื่มสมุนไพร และกลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการดื่มเครื่องดื่มสมุนไพรอยู่ในระดับสูง กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการดื่มเครื่องดื่มสมุนไพรและกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการดื่มเครื่องดื่มสมุนไพรอยู่ในระดับสูงมาก ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

4. เจตคติต่อการใช้สบู่สมุนไพรของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล คณะเกษตรศาสตร์ บางพระและวิทยาเขตจันทบุรี กลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการใช้สบู่สมุนไพรอยู่ในระดับค่อนข้างสูง กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้สบู่สมุนไพร และกลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้สบู่สมุนไพรอยู่ในระดับสูง กลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้สบู่สมุนไพรอยู่ในระดับสูงมาก ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

5. เจตคติต่อการรับประทานยาสมุนไพรของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล คณะเกษตรศาสตร์ บางพระและวิทยาเขตจันทบุรี กลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการรับประทานยาสมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการรับประทานยาสมุนไพร และกลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการรับประทานยาสมุนไพรอยู่ในระดับสูง กลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการรับประทานยาสมุนไพรอยู่ในระดับสูงมาก ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

6. เจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล คณะเกษตรศาสตร์ บางพระและวิทยาเขตจันทบุรี กลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และกลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอยู่ในระดับสูง กลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอยู่ในระดับสูงมาก ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

เพื่อให้ทราบว่าคุณค่าเฉลี่ยของเจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรของกลุ่มใดแตกต่างกันบ้าง ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคุณค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe' ผลการวิเคราะห์ปรากฏในตาราง 9

ตาราง 9 การทดสอบความแตกต่างของเจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ของกลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ตัวแปร	ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างกลุ่ม					
	ไม่ตั้งใจ กับ ตั้งใจ น้อย	ไม่ตั้งใจ กับ ตั้งใจ ปานกลาง	ไม่ตั้งใจ กับ ตั้งใจ มาก	ตั้งใจน้อย กับ ตั้งใจ ปานกลาง	ตั้งใจน้อย กับ ตั้งใจ มาก	ตั้งใจปาน กลาง กับ ตั้งใจ มาก
เจตคติต่อการใช้แชมพูสมุนไพร	-3580	-6660*	-8494*	-3080	-4915*	-1834
เจตคติต่อการใช้ยาสีฟันสมุนไพร	-1020	-3700	-6153*	-2680	-5133*	-2454*
เจตคติต่อการดื่มเครื่องดื่มสมุนไพร	-3621	-7000*	-8750*	-3379*	-5129*	-1750
เจตคติต่อการใช้สบู่สมุนไพร	-6037*	-9371*	-1.1763*	-3334*	-5726*	.2393
เจตคติต่อการรับประทานยาสมุนไพร	-3576	-6722*	-1.0233*	-3146*	-6657*	.3511*
เจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร โดยรวม	-2969	-6639*	-9413*	-3670*	-6444*	-2774*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 9 พบว่า

1. กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้แชมพูสมุนไพรและกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้แชมพูสมุนไพร มีเจตคติต่อการใช้แชมพูสมุนไพรในทางที่ดีสูงกว่ากลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการใช้แชมพูสมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้แชมพูสมุนไพร มีเจตคติต่อการใช้แชมพูสมุนไพรในทางที่ดีสูงกว่ากลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้แชมพูสมุนไพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นแตกต่างอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2. กลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการใช้ยาสีฟันสมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้ยาสีฟันสมุนไพรและกลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้ยาสีฟันสมุนไพร มีเจตคติต่อการใช้ยาสีฟันสมุนไพรในทางที่ดีต่ำกว่ากลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้ยาสีฟันสมุนไพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นแตกต่างอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3. กลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการดื่มเครื่องดื่มสมุนไพรและกลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการดื่มเครื่องดื่มสมุนไพร มีเจตคติต่อการดื่มเครื่องดื่มสมุนไพรในทางที่ดีต่ำกว่ากลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการดื่มเครื่องดื่มสมุนไพรและกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการดื่มเครื่องดื่มสมุนไพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นแตกต่างอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4. กลุ่มที่มีความตั้งใจในการใช้สบู่สมุนไพรแตกต่างกันส่วนใหญ่ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นกลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้สบู่สมุนไพรมีเจตคติต่อการใช้สบู่สมุนไพรแตกต่างกับกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้สบู่สมุนไพร อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

5. กลุ่มที่มีความตั้งใจในการรับประทานยาสมุนไพรต่างกันส่วนใหญ่ มีเจตคติต่อการรับประทานยาสมุนไพรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นกลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการรับประทาน

ยาสมุนไพรมีเจตคติต่อการรับประทานยาสมุนไพรแตกต่างกับกลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการรับประทานยาสมุนไพร อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

6. กลุ่มที่มีความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรต่างกันส่วนใหญ่ มีเจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นกลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีเจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรแตกต่างกับกลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

5.2 การเปรียบเทียบความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรประเภทต่าง ๆ

การวิเคราะห์ตอนนี้ ผู้วิจัยได้นำคะแนนความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรประเภทต่าง ๆ มาหาค่าเฉลี่ย นำมาเปรียบเทียบจำแนกตามกลุ่มที่ไม่มี ความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way ANOVA) และทำการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่เพื่อหาความแตกต่างด้วยวิธีของ Scheffe' ผลการวิเคราะห์ดังปรากฏในตาราง 10 - 11

ตาราง 10 การเปรียบเทียบความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรประเภทต่าง ๆ จำแนกตามกลุ่มที่ไม่มี ความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ตัวแปร	ไม่ตั้งใจ	ตั้งใจ	ตั้งใจ	ตั้งใจ	F	P
	\bar{X}	น้อย \bar{X}	ปานกลาง \bar{X}	มาก \bar{X}		
ความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้แชมพูสมุนไพร						
เนื่องจากไม่มีผลข้างเคียง	5.2700	5.5900	5.8300	6.1400	4.186**	.006
ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย	5.5900	5.8400	5.9600	5.9700	.783	.504
ทำให้สุขภาพร่างกายดี	5.5500	5.6400	5.8400	5.9800	1.500	.215
เนื่องจากหาซื้อได้ง่าย	5.5000	5.6800	5.7300	5.4900	1.053	.369
ทำให้ผิวพรรณดี	5.5500	5.5700	5.7700	5.7500	.509	.676
ความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้ยาสีฟันสมุนไพร						
เนื่องจากไม่มีผลข้างเคียง	5.9400	5.4500	5.9800	6.3200	5.585***	.001
ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย	5.4400	5.3500	5.7400	5.7900	1.898	.130
ทำให้สุขภาพร่างกายดี	5.3900	5.7500	5.8700	6.1900	5.650***	.001
เนื่องจากหาซื้อได้ง่าย	5.5000	5.7300	5.8900	5.9400	1.316	.269
ทำให้ผิวพรรณดี	5.1700	5.3100	5.3800	5.1900	.447	.720

ตาราง 10 (ต่อ)

ตัวแปร	ไม่ตั้งใจ	ตั้งใจ	ตั้งใจ	ตั้งใจ	F	P
	\bar{x}	น้อย \bar{x}	ปานกลาง \bar{x}	มาก \bar{x}		
ความเชื่อเกี่ยวกับผลการตีเครื่องตี						
สมุนไพรม						
เนื่องจากไม่มีผลข้างเคียง	5.3800	5.2600	5.9800	6.2500	9.472***	.000
ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย	4.8800	5.0000	5.6400	5.6000	4.904**	.002
ทำให้สุขภาพร่างกายดี	5.8800	5.8800	6.3600	6.6100	12.368***	.000
เนื่องจากหาซื้อได้ง่าย	5.3800	5.4700	5.8500	5.8800	2.639*	.050
ทำให้ผิวพรรณดี	5.4200	5.5200	6.0400	6.1300	6.766***	.000
ความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้สมุนไพร						
เนื่องจากไม่มีผลข้างเคียง	5.0400	5.0800	5.7300	6.0300	8.198***	.000
ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย	5.0400	5.5000	5.7300	5.6600	2.244	.083
ทำให้สุขภาพร่างกายดี	4.7800	5.5200	5.5900	5.9200	6.631***	.000
เนื่องจากหาซื้อได้ง่าย	5.3500	5.6200	5.7600	6.0000	2.943*	.033
ทำให้ผิวพรรณดี	5.2600	5.7900	6.0400	6.2700	10.020***	.000
ความเชื่อเกี่ยวกับผลการรับประทาน						
ยาสมุนไพร						
เนื่องจากไม่มีผลข้างเคียง	4.9700	5.2900	5.8300	6.2400	11.500***	.000
ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย	5.1400	5.2800	5.8300	6.0900	9.137***	.000
ทำให้สุขภาพร่างกายดี	5.4100	5.5400	6.0500	6.3400	13.188***	.000
เนื่องจากหาซื้อได้ง่าย	5.4500	5.4100	5.6300	6.0000	4.522**	.004
ทำให้ผิวพรรณดี	4.9000	5.1800	5.6300	5.8300	9.105***	.000
ความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้						
ผลิตภัณฑ์สมุนไพรโดยรวม	5.3474	5.4545	5.8301	5.9551	11.300***	.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

6. ความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรของนักศึกษาศาสนาเทคโนโลยีราชวมงคล คณะเกษตรศาสตร์บางพระและวิทยาเขตจันทบุรี กลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และกลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร อยู่ในระดับสูง กลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอยู่ในระดับสูงมาก ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

เพื่อให้ทราบว่าค่าเฉลี่ยของความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรของกลุ่มใดแตกต่างกันบ้าง ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe' ผลการวิเคราะห์ปรากฏในตาราง 11

ตาราง 11 การทดสอบความแตกต่างของความเชื่อที่เกี่ยวกับผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ของกลุ่มที่ไม่มี ความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ตัวแปร	ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างกลุ่ม					
	ไม่ตั้งใจ กับ ตั้งใจ น้อย	ไม่ตั้งใจ กับ ตั้งใจ ปานกลาง	ไม่ตั้งใจ กับ ตั้งใจ มาก	ตั้งใจน้อย กับ ตั้งใจ ปานกลาง	ตั้งใจน้อย กับ ตั้งใจ มาก	ตั้งใจปาน กลาง กับ ตั้งใจ มาก
ความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้แชมพู สมุนไพร เนื่องจากไม่มีผลข้างเคียง	-3200	-5600	-8600*	-2400	-5500	-3000
ความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้ยาสีฟัน สมุนไพร เนื่องจากไม่มีผลข้างเคียง	.4900	-.0343	-.3800	-.5200	-.8700*	-.3400
ทำให้สุขภาพร่างกายดี	-.3600	-.4800	-.8100*	-.1300	-.4500*	-.3200
ความเชื่อเกี่ยวกับผลการดื่มเครื่องดื่ม สมุนไพร เนื่องจากไม่มีผลข้างเคียง	.1200	-.6000	-.8800*	-.7200*	-.9900*	-.2700
ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย	-.1300	-.7600	-.7200	-.6400*	-.6000	.0385
ทำให้สุขภาพร่างกายดี	-.0004	-.4900	-.7300*	-.4800*	-.7300*	-.2500
เนื่องจากหาซื้อได้ง่าย	-.0905	-.4700	-.5100	-.3800	-.4200	-.0372
ทำให้ผิวพรรณดี	-.1000	-.6200	-.7100*	-.5200*	-.6100*	-.0865

ตาราง 11 (ต่อ)

ตัวแปร	ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างกลุ่ม					
	ไม่ตั้งใจ กับ ตั้งใจ น้อย	ไม่ตั้งใจ กับ ตั้งใจ ปานกลาง	ไม่ตั้งใจ กับ ตั้งใจ มาก	ตั้งใจน้อย กับ ตั้งใจ ปานกลาง	ตั้งใจน้อย กับ ตั้งใจ มาก	ตั้งใจปาน กลาง กับ ตั้งใจ มาก
ความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้สมุนไพร เนื่องจากไม่มีผลข้างเคียง	-0.0334	-0.6900	-0.9900*	-0.6600*	-0.9500*	-0.3000
ทำให้สุขภาพร่างกายดี	-0.7400	-0.8100*	-1.1400*	-0.0757	-0.4000	-0.3200
เนื่องจากหาซื้อได้ง่าย	-0.2700	-0.4100	-0.6500*	-0.1400	-0.3800*	-0.2400
ทำให้ผิวพรรณดี	-0.5300	-0.7800*	-1.0100*	-0.2500	-0.4800*	-0.2300
ความเชื่อเกี่ยวกับผลการรับประทานยา สมุนไพร						
เนื่องจากไม่มีผลข้างเคียง	-0.3000	-0.8600*	-1.2700*	-0.5600*	-0.9800*	-0.4100
ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย	-0.1400	-0.7000*	-0.9500*	-0.5600*	-0.8100*	-0.2600
ทำให้สุขภาพร่างกายดี	-0.1300	-0.6400*	-0.9300*	-0.5100*	-0.8000*	-0.2900
เนื่องจากหาซื้อได้ง่าย	0.0404	-0.1800	-0.5500	-0.2200	-0.5900*	-0.3700
ทำให้ผิวพรรณดี	-0.2900	-0.7400*	-0.9300*	-0.4500*	-0.6500*	-0.2000
ความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้ผลิตภัณฑ์ สมุนไพรโดยรวม	-0.1071	-0.4827*	-0.6077*	-0.3756*	-0.5006*	-0.1250

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 11 พบว่า

1. ความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้สมุนไพรสมุนไพร

1.1 กลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการใช้สมุนไพรสมุนไพรมีความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้สมุนไพรสมุนไพรว่าเนื่องจากไม่มีผลข้างเคียงต่ำกว่ากลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้สมุนไพรสมุนไพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2. ความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้ยาสมุนไพร

2.1 กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้ยาสมุนไพรมีความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้ยาสมุนไพรว่าเนื่องจากไม่มีผลข้างเคียงต่ำกว่ากลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้ยาสมุนไพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4.3 การเปรียบเทียบการประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรประเภทต่าง ๆ

การวิเคราะห์ตอนนี้ ผู้วิจัยได้นำคะแนนการเปรียบเทียบการประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรประเภทต่าง ๆ มาหาค่าเฉลี่ย นำมาเปรียบเทียบจำแนกตามกลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจมากในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA) และทำการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่เพื่อหาความแตกต่างด้วยวิธีของ Scheffe' ผลการวิเคราะห์ดังปรากฏในตาราง 12 – 13

ตาราง 12 การเปรียบเทียบการประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร จำแนกตามกลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ตัวแปร	ไม่ตั้งใจ	ตั้งใจ	ตั้งใจ	ตั้งใจ	F	P
	\bar{X}	\bar{X}	ปานกลาง	มาก		
	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}		
การประเมินผลการใช้แชมพูสมุนไพร						
เนื่องจากไม่มีผลข้างเคียง	6.7700	6.2300	6.4700	6.7800	6.638***	.000
ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย	6.3600	6.1400	6.3500	6.5200	2.189	.089
ทำให้สุขภาพร่างกายดี	6.0000	6.2500	6.2200	6.5200	2.739*	.043
เนื่องจากหาซื้อได้ง่าย	5.9500	5.9300	6.1900	6.3400	2.351	.072
ทำให้ผิวพรรณดี	5.6400	5.9500	6.1400	6.4100	3.779*	.011
การประเมินผลการใช้ยาสีฟันสมุนไพร						
เนื่องจากไม่มีผลข้างเคียง	6.2200	6.3100	6.3200	6.6900	3.952**	.009
ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย	6.0600	6.2900	6.3300	6.5000	1.675	.172
ทำให้สุขภาพร่างกายดี	5.9400	6.3100	6.3000	6.4400	1.469	.223
เนื่องจากหาซื้อได้ง่าย	6.0000	6.3100	6.2700	6.4800	2.342	.073
ทำให้ผิวพรรณดี	5.1100	5.8900	5.8700	5.8300	1.689	.169
การประเมินผลการดื่มเครื่องดื่มสมุนไพร						
เนื่องจากไม่มีผลข้างเคียง	6.4200	6.1000	6.4400	6.5300	2.260	.081
ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย	6.1700	6.1200	6.4000	6.4000	1.772	.152
ทำให้สุขภาพร่างกายดี	6.6300	6.2400	6.6400	6.7400	7.903***	.000
เนื่องจากหาซื้อได้ง่าย	6.0400	5.9700	6.3800	6.2900	3.229*	.023
ทำให้ผิวพรรณดี	6.3800	6.0900	6.4900	6.6600	6.692***	.000

ตาราง 12 (ต่อ)

ตัวแปร	ไม่ตั้งใจ	ตั้งใจ	ตั้งใจ	ตั้งใจ	F	P
		น้อย	ปานกลาง	มาก		
	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}		
การประเมินผลการใช้สบู่สมุนไพร						
เนื่องจากไม่มีผลข้างเคียง	6.6500	6.2700	6.3700	6.6400	2.636*	.050
ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย	5.8700	6.2300	6.3600	6.5700	4.239**	.006
ทำให้สุขภาพร่างกายดี	5.8300	6.3800	6.2800	6.5300	4.377**	.005
เนื่องจากหาซื้อได้ง่าย	5.7800	6.2100	6.2600	6.5800	6.761***	.000
ทำให้ผิวพรรณดี	6.1300	6.2900	6.4500	6.7200	6.693***	.000
การประเมินผลการรับประทานยาสมุนไพร						
เนื่องจากไม่มีผลข้างเคียง	6.2800	6.3900	6.3400	6.7200	3.209*	.023
ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย	5.9000	6.1800	6.2600	6.6000	5.359***	.001
ทำให้สุขภาพร่างกายดี	6.4100	6.3400	6.5000	6.7500	4.423**	.005
เนื่องจากหาซื้อได้ง่าย	6.0000	5.9300	6.2100	6.4700	4.365**	.005
ทำให้ผิวพรรณดี	6.0300	6.1800	6.2900	6.6100	4.790**	.003
การประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรโดยรวม						
โดยรวม	6.2653	6.1523	6.3260	6.5463	4.827**	.003

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 12 พบว่า นักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล คณะเกษตรศาสตร์ บางพระและวิทยาเขตจันทบุรี ค่าเฉลี่ยของการประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรประเภทต่าง ๆ จำแนกตามกลุ่มความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรต่างกัน ปรากฏผลดังนี้

1. การประเมินผลการใช้แชมพูสมุนไพรของนักศึกษาศาสนาบันเทคโนโลยีราชมงคล คณะเกษตรศาสตร์บางพระและวิทยาเขตจันทบุรี

1.1 การประเมินผลการใช้แชมพูสมุนไพรว่าเนื่องจากไม่มีผลข้างเคียง ทุกกลุ่มความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอยู่ในระดับสูงมาก ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

เพื่อให้ทราบว่าค่าเฉลี่ยของการประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรของกลุ่มใดแตกต่างกันบ้าง ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe' ผลการวิเคราะห์ปรากฏในตาราง 13

ตาราง 13 การทดสอบความแตกต่างของการประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ของกลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ตัวแปร	ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างกลุ่ม					
	ไม่ตั้งใจ กับ ตั้งใจ น้อย	ไม่ตั้งใจ กับ ตั้งใจ ปานกลาง	ไม่ตั้งใจ กับ ตั้งใจ มาก	ตั้งใจน้อย กับ ตั้งใจ ปานกลาง	ตั้งใจน้อย กับ ตั้งใจ มาก	ตั้งใจปาน กลาง กับ ตั้งใจ มาก
การประเมินผลการใช้แชมพูสมุนไพร						
เนื่องจากไม่มีผลข้างเคียง	.5500	.3100	-.0114	-.2400	-.5600*	-.3200*
ทำให้สุขภาพร่างกายดี	-.2500	-.2200	-.5200	.0309	-.2700	-.3000
ทำให้ผิวพรรณดี	-.3200	-.5000	-.7700*	-.1900	-.4500	-.2700
การประเมินผลการใช้ยาสีฟันสมุนไพร						
เนื่องจากไม่มีผลข้างเคียง	-.0869	-.0969	-.4700	-.0101	-.3900	-.3800*
การประเมินผลการใช้เครื่องตีผสมสมุนไพร						
ทำให้สุขภาพร่างกายดี	.3800	-.0135	-.1200	-.4000*	-.5000*	-.1000
เนื่องจากหาซื้อได้ง่าย	-.0761	-.3400	-.2500	-.4100*	-.3300	-.0853
ทำให้ผิวพรรณดี	.2900	-.1200	-.2800	-.4100*	-.5700*	-.1700
การประเมินผลการใช้สบู่สมุนไพร						
เนื่องจากไม่มีผลข้างเคียง	.3800	.2900	.0158	-.0979	-.3700	-.2700
ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย	-.3600	-.4900	-.7000*	-.1300	-.3300	-.2000
ทำให้สุขภาพร่างกายดี	-.5600	-.4500	-.7000*	.1100	-.1400	-.2500
เนื่องจากหาซื้อได้ง่าย	-.4300	-.4800	-.7900*	-.0480	-.3600	-.3200*
ทำให้ผิวพรรณดี	-.1600	-.3200	-.5900*	-.1600	-.4300*	-.2700*

ตาราง 13 (ต่อ)

ตัวแปร	ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างกลุ่ม					
	ไม่ตั้งใจ กับ ตั้งใจ น้อย	ไม่ตั้งใจ กับ ตั้งใจ ปานกลาง	ไม่ตั้งใจ กับ ตั้งใจ มาก	ตั้งใจน้อย กับ ตั้งใจ ปานกลาง	ตั้งใจน้อย กับ ตั้งใจ มาก	ตั้งใจปาน กลาง กับ ตั้งใจ มาก
การประเมินผลการรับประทานยา สมุนไพร						
เนื่องจากไม่มีผลข้างเคียง	-.1200	-.0623	-.4400	-.0566	-.3200	-.3800*
ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่าย	-.2900	-.3600	-.7100*	-.0748	-.4200*	-.3400
ทำให้สุขภาพร่างกายดี	.0717	-.0898	-.3400	-.1600	-.4100*	-.2500
เนื่องจากหาซื้อได้ง่าย	.0658	-.2100	-.4700	-.2700	-.5300*	-.2600
ทำให้ผิวพรรณดี	-.1500	-.2600	-.5800*	-.1100	-.4300*	-.3200
การประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์ สมุนไพรโดยรวม	.1129	-.0674	-.2810	-.1737	-.3940*	-.2203

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การวิเคราะห์ตามตาราง 13 พบว่า

1. การประเมินผลการใช้แชมพูสมุนไพร

1.1 กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้แชมพูสมุนไพรและกลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้แชมพูสมุนไพร มีการประเมินผลการใช้แชมพูสมุนไพรว่าเนื่องจากไม่มีผลข้างเคียงต่ำกว่ากลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้แชมพูสมุนไพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

1.2 การประเมินผลการใช้แชมพูสมุนไพรว่าทำให้สุขภาพร่างกายดี ของกลุ่มที่มีความตั้งใจในการใช้แชมพูสมุนไพรที่แตกต่างกันนั้น ไม่พบคู่ที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

1.3 กลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการใช้แชมพูสมุนไพร มีการประเมินผลการใช้แชมพูสมุนไพรว่าทำให้ผิวพรรณดีต่ำกว่ากลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้แชมพูสมุนไพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2. การประเมินผลการใช้ยาสีฟันสมุนไพร

2.1 กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้ยาสีฟันสมุนไพร มีการประเมินผลการใช้ยาสีฟันสมุนไพรว่าเนื่องจากไม่มีผลข้างเคียงต่ำกว่ากลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้ยาสีฟันสมุนไพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

5.3 กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการรับประทานยาสมุนไพรมีการประเมินผลการรับประทานยาสมุนไพรว่าทำให้สุขภาพร่างกายดีต่ำกว่ากลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการรับประทานยาสมุนไพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

5.4 กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการรับประทานยาสมุนไพรมีการประเมินผลการรับประทานยาสมุนไพรว่าเนื่องจากหาซื้อได้ง่ายต่ำกว่ากลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการรับประทานยาสมุนไพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

5.5 กลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการรับประทานยาสมุนไพรและกลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการรับประทานยาสมุนไพรมีการประเมินผลการรับประทานยาสมุนไพรว่าทำให้ผิวพรรณดีต่ำกว่ากลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการรับประทานยาสมุนไพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

6. กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีการประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรต่ำกว่ากลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

4.4 การเปรียบเทียบการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรประเภทต่าง ๆ

การวิเคราะห์ตอนนี้ ผู้วิจัยได้นำคะแนนการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรประเภทต่าง ๆ มาหาค่าเฉลี่ย แล้วนำมาเปรียบเทียบจำแนกตามกลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA) และทำการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่เพื่อหาทิศทางความแตกต่างด้วย Scheffe' ผลการวิเคราะห์ดังปรากฏในตาราง 14 – 15

ตาราง 14 การเปรียบเทียบการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรประเภทต่าง ๆ จำแนกตามกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และกลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ตัวแปร	ไม่ตั้งใจ	ตั้งใจ	ตั้งใจ	ตั้งใจ	F	P
	\bar{X}	น้อย \bar{X}	ปานกลาง \bar{X}	มาก \bar{X}		
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ แชมพูสมุนไพร	3.9100	4.8900	5.7000	6.1100	34.622***	.000
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ ยาสีฟันสมุนไพร	3.8300	5.1300	5.7700	6.1300	32.397***	.000
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ เครื่องสำอางสมุนไพร	4.2100	5.1200	5.6500	6.0800	24.590***	.000
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ สบู่สมุนไพร	4.0900	4.9000	5.7000	6.1200	31.685***	.000
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการ รับประทานยาสมุนไพร	3.9300	5.0900	5.7100	6.1400	38.982***	.000
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ ผลิตภัณฑ์สมุนไพรโดยรวม	4.0947	4.7787	5.7440	6.1288	42.175***	.000

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 14 พบว่า นักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล อดิเทพวิสุทธิคุณ และวิทยาลัยการศึกษาด้านเทคโนโลยีการเกษตรและสัตวศาสตร์ บางพระและวิทยาเขตจันทบุรี ค่าเฉลี่ยของการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรประเภทต่าง ๆ จำแนกตามกลุ่มความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรต่างกัน ปรากฏผลดังนี้

ตาราง 15 การทดสอบความแตกต่างของการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ของกลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ตัวแปร	ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่					
	ไม่ตั้งใจ กับ ตั้งใจ น้อย	ไม่ตั้งใจ กับ ตั้งใจ ปานกลาง	ไม่ตั้งใจ กับ ตั้งใจ มาก	ตั้งใจน้อย กับ ตั้งใจ ปานกลาง	ตั้งใจน้อย กับ ตั้งใจ มาก	ตั้งใจปาน กลาง กับ ตั้งใจ มาก
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ แชมพูสมุนไพร	-0.9800*	-1.7900*	-2.2000*	-0.8200*	-1.2300*	-0.4100*
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ ยาสีฟันสมุนไพร	-1.2900*	-1.9300*	-2.2900*	-0.6400*	-1.0000*	-0.3600*
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ เครื่องสำอางสมุนไพร	-0.9100*	-1.4500*	-1.8700*	-0.5300*	-0.9500*	-0.4200*
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ สบู่สมุนไพร	-0.8200*	-1.6100*	-2.0300*	-0.7900*	-1.2200*	-0.4300*
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการ รับประทานยาสมุนไพร	-1.1600*	-1.7700*	-2.2100*	-0.6100*	-1.0400*	-0.4300*
การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ ผลิตภัณฑ์สมุนไพรโดยรวม	-0.6840*	-1.6493*	-2.0340*	-0.9653*	-1.3500*	-0.3847*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 15 พบว่า

1. การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้แชมพูสมุนไพรของทุกกลุ่มความตั้งใจในการใช้แชมพูสมุนไพรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
2. การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ยาสีฟันสมุนไพรของทุกกลุ่มความตั้งใจในการใช้ยาสีฟันสมุนไพรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
3. การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้เครื่องสำอางสมุนไพรของทุกกลุ่มความตั้งใจในการใช้เครื่องสำอางสมุนไพรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
4. การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้สบู่สมุนไพรของทุกกลุ่มความตั้งใจในการใช้สบู่สมุนไพรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
5. การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการรับประทานยาสมุนไพรของทุกกลุ่มความตั้งใจในการรับประทานยาสมุนไพรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรของทุกกลุ่มความตั้งใจในการการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.5 การเปรียบเทียบความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรประเภทต่าง ๆ

การวิเคราะห์ตอนนี้ ผู้วิจัยได้นำคะแนนความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรประเภทต่าง ๆ มาหาค่าเฉลี่ย มาเปรียบเทียบจำแนกตามกลุ่มที่ไม่มี ความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA) และทำการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่เพื่อหาความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe' ผลการวิเคราะห์ดังปรากฏในตาราง 16 – 17

ตาราง 16 การเปรียบเทียบความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรประเภทต่าง ๆ จำแนกตามกลุ่มที่ไม่มี ความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ตัวแปร	ไม่ตั้งใจ	ตั้งใจ	ตั้งใจ	ตั้งใจ	F	P
	\bar{X}	น้อย \bar{X}	ปานกลาง \bar{X}	มาก \bar{X}		
ความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้สมุนไพร						
เพื่อน	4.3727	5.1955	5.5551	5.8773	20.731***	.000
บุคคลในครอบครัว	4.6182	5.2773	5.7247	6.0091	20.096***	.000
ดารา – นักแสดง	3.9727	4.6455	5.3517	5.6795	19.009***	.000
อาจารย์	4.5636	5.0909	5.6989	5.9891	19.984***	.000
ความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้ยาสมุนไพร						
เพื่อน	4.6444	5.1673	5.5050	5.8203	13.625***	.000
บุคคลในครอบครัว	5.0333	5.2982	5.6142	6.0000	12.795***	.000
ดารา – นักแสดง	4.4556	5.0655	5.2071	5.5186	5.335***	.001
อาจารย์	4.9111	5.2945	5.5504	5.9407	10.674***	.000

ตาราง 16 (ต่อ)

ตัวแปร	ไม่ตั้งใจ	ตั้งใจ	ตั้งใจ	ตั้งใจ	F	P
	\bar{x}	น้อย \bar{x}	ปานกลาง \bar{x}	มาก \bar{x}		
ความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการดื่มเครื่องดื่ม						
สมุนไพรม						
เพื่อน	4.8583	5.2586	5.5554	5.7250	8.179***	.000
บุคคลในครอบครัว	4.8750	5.4552	5.6369	5.9617	12.798***	.000
ดารา – นักแสดง	4.4750	4.8517	5.3769	5.4700	7.805***	.000
อาจารย์	4.7667	5.2931	5.6492	5.8950	12.904***	.000
ความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้สมุนไพรม						
เพื่อน	4.3739	5.2808	5.5886	5.7838	18.460***	.000
บุคคลในครอบครัว	4.6348	5.2808	5.7430	5.9899	21.085***	.000
ดารา – นักแสดง	4.3652	4.9192	5.3101	5.5455	8.176***	.000
อาจารย์	4.5565	5.1923	5.6848	5.9616	19.812***	.000
ความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการรับประทาน						
ยาสมุนไพรม						
เพื่อน	4.9103	5.0842	5.6633	5.8500	16.805***	.000
บุคคลในครอบครัว	4.8483	5.3737	5.7626	6.0409	18.842***	.000
ดารา – นักแสดง	4.3241	4.8500	5.3957	5.6841	14.848***	.000
อาจารย์	4.5241	5.3684	5.7094	6.0273	23.650***	.000
ความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์						
สมุนไพรมโดยรวม						
	4.3629	4.9574	5.5555	6.0353	40.626***	.000

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 16 พบว่า นักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล คณะเกษตรศาสตร์ บางพระและวิทยาเขตจันทบุรี ค่าเฉลี่ยของความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรมประเภทต่าง ๆ จำแนกตามกลุ่มความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรมต่างกัน ปรากฏผลดังนี้

ความตั้งใจปานกลางในการใช้สมุนไพรและกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้สมุนไพรอยู่ในระดับสูง ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

4.2 ความเชื่อบุคคลในครอบครัวและอาจารย์ในการใช้สมุนไพร กลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการใช้สมุนไพรและกลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้สมุนไพรอยู่ในระดับค่อนข้างสูง กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้สมุนไพรและกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้สมุนไพรอยู่ในระดับสูง ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

5. ความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการรับประทานยาสมุนไพรของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล คณะเกษตรศาสตร์บางพระและวิทยาเขตจันทบุรี

5.1 ความเชื่อเพื่อนในการรับประทานยาสมุนไพร กลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการรับประทานยาสมุนไพรและกลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการรับประทานยาสมุนไพรอยู่ในระดับค่อนข้างสูง กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการรับประทานยาสมุนไพรและกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการรับประทานยาสมุนไพรอยู่ในระดับสูง ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

5.2 ความเชื่อบุคคลในครอบครัวและอาจารย์ในการรับประทานยาสมุนไพร กลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการรับประทานยาสมุนไพรอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ส่วนกลุ่มความตั้งใจอื่น ๆ อยู่ในระดับสูง ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

5.3 ความเชื่อดารา - นักแสดงในการรับประทานยาสมุนไพร กลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการรับประทานยาสมุนไพรอยู่ในระดับกลาง กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการรับประทานยาสมุนไพรอยู่ในระดับค่อนข้างสูง กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการรับประทานยาสมุนไพรและกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการรับประทานยาสมุนไพรอยู่ในระดับสูง ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

6. ความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล คณะเกษตรศาสตร์บางพระและวิทยาเขตจันทบุรี ทุกกลุ่มความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอยู่ในระดับสูงมาก ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

เพื่อให้ทราบว่าคุณค่าเฉลี่ยของความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรของกลุ่มใดแตกต่างกันบ้าง ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความแตกต่างของคุณค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe' ผลการวิเคราะห์ปรากฏในตาราง 17

ตาราง 17 ทดสอบความแตกต่างของความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ของกลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ตัวแปร	ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างกลุ่ม					
	ไม่ตั้งใจ กับ ตั้งใจ น้อย	ไม่ตั้งใจ กับ ตั้งใจ ปานกลาง	ไม่ตั้งใจ กับ ตั้งใจ มาก	ตั้งใจน้อย กับ ตั้งใจ ปานกลาง	ตั้งใจน้อย กับ ตั้งใจ มาก	ตั้งใจปาน กลาง กับ ตั้งใจ มาก
ความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้แชมพูสมุนไพร						
เพื่อน	-0.8227*	-1.1823*	-1.5045*	-0.3596	-0.6818*	-0.3222*
บุคคลในครอบครัว	-0.6591*	-1.1065*	-1.3909*	-0.4474*	-0.7318*	-0.2844
ดารา – นักแสดง	-0.6727	-1.3790*	-1.7068*	-0.7062*	-1.0341*	-0.3279
อาจารย์	-0.5273	-1.1352*	-1.3955*	-0.6080*	-0.8682*	-0.2602
ความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้ยาสีฟันสมุนไพร						
เพื่อน	-0.5228	-0.8605*	-1.1759*	-0.3377	-0.6531*	-0.3154*
บุคคลในครอบครัว	-0.2648	-0.5809	-0.9667*	-0.3160	-0.7018*	-0.3858*
ดารา – นักแสดง	-0.6099	-0.7515	-1.0631*	-0.1416	-0.4532	-0.3116
อาจารย์	-0.3834	-0.6392	-1.0296*	-0.2558	-0.6461*	-0.3906*
ความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการดื่มเครื่องดื่มสมุนไพร						
เพื่อน	-0.4003	-0.6971*	-0.8667*	-0.2968	-0.4664*	-0.1696
บุคคลในครอบครัว	-0.5802	-0.7619*	-1.0867*	-0.1818	-0.5065*	-0.3247*
ดารา – นักแสดง	-0.3767	-0.9019*	-0.9950*	-0.5252*	-0.6183*	-0.0931
อาจารย์	-0.5264	-0.8826*	-1.1283*	-0.3561	-0.6019*	-0.2458
ความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้สบู่สมุนไพร						
เพื่อน	-0.9069*	-1.2147*	-1.4099*	-0.3078	-0.5031*	-0.1952
บุคคลในครอบครัว	-0.6460*	-1.1083*	-1.3551*	-0.4623*	-0.7091*	-0.2469
ดารา – นักแสดง	-0.5540	-0.9449*	-1.1802*	-0.3909	-0.6262*	-0.2353
อาจารย์	-0.6358*	-1.1283*	-1.4051*	-0.4925*	-0.7693*	-0.2768

ตาราง 17 (ต่อ)

ตัวแปร	ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างกลุ่ม					
	ไม่ตั้งใจ กับ ตั้งใจ น้อย	ไม่ตั้งใจ กับ ตั้งใจ ปานกลาง	ไม่ตั้งใจ กับ ตั้งใจ มาก	ตั้งใจน้อย กับ ตั้งใจ ปานกลาง	ตั้งใจน้อย กับ ตั้งใจ มาก	ตั้งใจปาน กลาง กับ ตั้งใจ มาก
ความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการรับประทาน ยาสมุนไพร						
เพื่อน	-1739	-7530*	-.9397*	-5791*	-7658*	-1867
บุคคลในครอบครัว	-5254*	-9143*	-1.1926*	-3889*	-6672*	-2783
ดารา – นักแสดง	-5259	-1.0715*	-1.3600*	-5457*	-8341*	-2884
อาจารย์	.8443*	-1.1852*	-1.5031*	-.3409	-.6589*	-.3179
ความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์ สมุนไพรโดยรวม						
	-5946*	.11926*	-1.6724*	-5980*	-1.0779*	-4798*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 17 พบว่า

1. ความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้แชมพูสมุนไพร

1.1 กลุ่มความตั้งใจในการใช้แชมพูสมุนไพรทุกกลุ่มมีความเชื่อเพื่อนในการใช้แชมพูสมุนไพรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นกลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้แชมพูสมุนไพร กับกลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้แชมพูสมุนไพรเท่านั้นที่มีความเชื่อเพื่อนในการใช้แชมพูสมุนไพรแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

1.2 กลุ่มความตั้งใจในการใช้แชมพูสมุนไพรทุกกลุ่มมีความเชื่อบุคคลในครอบครัวในการใช้แชมพูสมุนไพรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นกลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้แชมพูสมุนไพร กับกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้แชมพูสมุนไพรเท่านั้นที่มีความเชื่อบุคคลในครอบครัวในการใช้แชมพูสมุนไพรแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

1.3 กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้แชมพูสมุนไพรและกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้แชมพูสมุนไพรมีความเชื่อดารา - นักแสดงในการใช้แชมพูสมุนไพรสูงกว่ากลุ่มที่ไม่มีมีความตั้งใจในการใช้แชมพูสมุนไพรและกลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้แชมพูสมุนไพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

1.4 กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้แชมพูสมุนไพรและกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้แชมพูสมุนไพรมีความเชื่ออาจารย์ในการใช้แชมพูสมุนไพรสูงกว่ากลุ่มที่ไม่มีมีความตั้งใจในการใช้แชมพูสมุนไพรและกลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้แชมพูสมุนไพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

6. กลุ่มที่มีความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรแตกต่างกันมีความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรแตกต่างกันทุกกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.5 การเปรียบเทียบแรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

การวิเคราะห์ตอนนี้ ผู้วิจัยได้นำคะแนนแรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรประเภทต่าง ๆ มาหาค่าเฉลี่ย นำมาเปรียบเทียบจำแนกตามกลุ่มที่ไม่มี ความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA) และทำการทดสอบค่าเฉลี่ยรายคู่เพื่อหาความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe' ผลการวิเคราะห์ดังปรากฏในตาราง 18 – 19

ตาราง 18 การเปรียบเทียบแรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรประเภทต่าง ๆ จำแนกตามกลุ่มที่ไม่มี ความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ตัวแปร	ไม่ตั้งใจ	ตั้งใจ	ตั้งใจ	ตั้งใจ	F	P
	\bar{X}	น้อย \bar{X}	ปานกลาง \bar{X}	มาก \bar{X}		
แรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้แชมพูสมุนไพร						
เพื่อน	3.7364	4.6727	5.4933	5.9000	37.846***	.000
บุคคลในครอบครัว	4.4182	5.0409	5.6674	6.0477	24.739***	.000
ดารา – นักแสดง	3.8909	4.5955	5.2506	5.5545	15.334***	.000
อาจารย์	4.2727	4.8955	5.6000	5.8409	21.169***	.000
แรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ยาสีฟันสมุนไพร						
เพื่อน	3.9111	5.0800	5.3773	5.7356	17.857***	.000
บุคคลในครอบครัว	4.6333	5.1709	5.6610	5.8814	13.229***	.000
ดารา – นักแสดง	3.9333	4.8109	5.1844	5.4644	10.194***	.001
อาจารย์	4.2889	5.0873	5.5461	5.7729	14.736***	.000
แรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการดื่มเครื่องดื่มสมุนไพร						
เพื่อน	4.0833	4.9828	5.4231	5.7733	21.348***	.000
บุคคลในครอบครัว	4.7750	5.0966	5.5815	6.0350	20.472***	.000
ดารา – นักแสดง	4.2583	4.8207	5.2154	5.4283	7.858***	.000
อาจารย์	4.6583	5.1276	5.5523	5.7433	10.287***	.000

ตาราง 18 (ต่อ)

ตัวแปร	ไม่ตั้งใจ	ตั้งใจ	ตั้งใจ	ตั้งใจ	F	P
		น้อย	ปานกลาง	มาก		
	\bar{x}	\bar{x}	\bar{x}	\bar{x}		
แรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงใน						
การใช้สบู่อ่อน						
เพื่อน	4.0435	5.1615	5.4430	5.6909	16.131***	.000
บุคคลในครอบครัว	4.5739	5.2538	5.6354	5.9717	16.332***	.000
ดารา - นักแสดง	3.9304	4.8538	5.3139	5.3414	10.654***	.000
อาจารย์	4.4609	5.1269	5.5646	5.7758	13.042***	.000
แรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงใน						
การรับประทานยาสมุนไพร						
เพื่อน	4.0276	5.0158	5.5223	5.9000	29.876***	.000
บุคคลในครอบครัว	4.5586	5.2211	5.7353	6.0659	25.261***	.000
ดารา - นักแสดง	4.1034	4.7342	5.3194	5.6023	15.955***	.000
อาจารย์	4.3448	5.1842	5.6288	5.8841	21.309***	.000
แรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงใน						
การใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรโดยรวม						
	4.1105	4.6564	5.4863	6.0034	39.922***	.000

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 18 พบว่า นักศึกษาศาสนาบัณฑิตเทคโนโลยีราชมงคล คณะเกษตรศาสตร์ บางพระและวิทยาเขตจันทบุรี ค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ประเภทต่าง ๆ จำแนกตามกลุ่มความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรต่างกัน ปรากฏผลดังนี้

1. แรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้แชมพูสมุนไพรของนักศึกษาศาสนาบัณฑิตเทคโนโลยีราชมงคล คณะเกษตรศาสตร์บางพระและวิทยาเขตจันทบุรี

1.1 แรงจูงใจที่จะคล้อยตามเพื่อน บุคคลในครอบครัวและอาจารย์ในการใช้แชมพูสมุนไพร กลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการใช้แชมพูสมุนไพรอยู่ในระดับกลาง กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้แชมพูสมุนไพรอยู่ในระดับค่อนข้างสูง กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้แชมพูสมุนไพรและกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้แชมพูสมุนไพรอยู่ในระดับสูง ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

1.2 แรงจูงใจที่จะคล้อยตามดารา - นักแสดงในการใช้แชมพูสมุนไพร กลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการใช้แชมพูสมุนไพรอยู่ในระดับกลาง กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้แชมพูสมุนไพรและกลุ่มที่มีความตั้งใจ

4.2 แรงจูงใจที่จะคล้อยตามบุคคลในครอบครัวและอาจารย์ในการใช้สบู่มุขไหม กลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการใช้สบู่มุขไหมและกลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้สบู่มุขไหมอยู่ในระดับค่อนข้างสูง กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้สบู่มุขไหมและกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้สบู่มุขไหมอยู่ในระดับสูง ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

5. แรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการรับประทานยาสมุนไพรของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล คณะเกษตรศาสตร์บางพระและวิทยาเขตจันทบุรี

5.1 แรงจูงใจที่จะคล้อยตามเพื่อน ดารา - นักแสดงและอาจารย์ในการรับประทานยาสมุนไพร กลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการรับประทานยาสมุนไพรอยู่ในระดับกลาง กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการรับประทานยาสมุนไพรอยู่ในระดับค่อนข้างสูง กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการรับประทานยาสมุนไพรและกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการรับประทานยาสมุนไพรอยู่ในระดับสูง ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

5.2 แรงจูงใจที่จะคล้อยตามบุคคลในครอบครัวและอาจารย์ในการรับประทานยาสมุนไพร กลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการรับประทานยาสมุนไพรและกลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการรับประทานยาสมุนไพรอยู่ในระดับค่อนข้างสูง กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการรับประทานยาสมุนไพรและกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการรับประทานยาสมุนไพรอยู่ในระดับสูง ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

6. แรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล คณะเกษตรศาสตร์บางพระและวิทยาเขตจันทบุรี กลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอยู่ในระดับกลาง กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอยู่ในระดับค่อนข้างสูง กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอยู่ในระดับสูง ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

เพื่อให้ทราบว่าค่าเฉลี่ยของแรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรของกลุ่มใดแตกต่างกันบ้าง ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe' ผลการวิเคราะห์ปรากฏในตาราง 19

ตาราง 19 ทดสอบความแตกต่างของแรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ของกลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ตัวแปร	ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างกลุ่ม					
	ไม่ตั้งใจ กับ ตั้งใจ น้อย	ไม่ตั้งใจ กับ ตั้งใจ ปานกลาง	ไม่ตั้งใจ กับ ตั้งใจ มาก	ตั้งใจน้อย กับ ตั้งใจ ปานกลาง	ตั้งใจน้อย กับ ตั้งใจ มาก	ตั้งใจปาน กลาง กับ ตั้งใจ มาก
แรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้แชมพูสมุนไพร						
เพื่อน	-9364*	-1.7569*	-2.1636*	-8205*	-1.2273*	-4067*
บุคคลในครอบครัว	-6227	-1.2492*	-1.6295*	-6265*	-1.0068*	-3803*
ดารา – นักแสดง	-7045	-1.3597*	-1.6636*	-6551*	-9591*	-3040
อาจารย์	-6227	-1.3272*	-1.5682*	-7045*	-9455*	-2409
แรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ยาสีฟันสมุนไพร						
เพื่อน	-1.1689*	-1.4662*	-1.8245*	-2973	-6556*	-3583
บุคคลในครอบครัว	-5376	-1.0277*	-1.2480*	-4901*	-7104*	-2204
ดารา – นักแสดง	-8776	-1.2511*	-1.5311*	-3735	-6535*	-2800
อาจารย์	-7984*	-1.2572*	-1.4840*	-4588*	-6856*	-2268
แรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการดื่มเครื่องดื่มสมุนไพร						
เพื่อน	-8994*	-1.3397*	-1.6900*	-4403	-7906*	-3503
บุคคลในครอบครัว	-3216	-8065*	-1.2600*	-4850*	-9384*	-4535*
ดารา – นักแสดง	-5624	-9571*	-1.1700*	-3947	-6076*	-2129
อาจารย์	-4693	-8940*	-1.0850*	-4247	-6157*	-1910
แรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้สบู่สมุนไพร						
เพื่อน	-1.1181*	-1.3996*	-1.6474*	-2815	-5294*	-2479
บุคคลในครอบครัว	-6799*	-1.0615*	-1.3978*	-3816	-7179*	-3363
ดารา – นักแสดง	-9234*	-1.3835*	-1.4110*	-4601	-4876	-0275
อาจารย์	-6661	-1.1037*	-1.3149*	-4376	-6488*	-2112

ตาราง 19 (ต่อ)

ตัวแปร	ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างกลุ่ม					
	ไม่ตั้งใจ กับ ตั้งใจ น้อย	ไม่ตั้งใจ กับ ตั้งใจ ปานกลาง	ไม่ตั้งใจ กับ ตั้งใจ มาก	ตั้งใจน้อย กับ ตั้งใจ ปานกลาง	ตั้งใจน้อย กับ ตั้งใจ มาก	ตั้งใจปาน กลาง กับ ตั้งใจ มาก
แรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการ รับประทานยาสมุนไพร						
เพื่อน	-9882*	-1.4947*	-1.8724*	-5065*	-8842*	-.3777
บุคคลในครอบครัว	-.6624*	-.1766*	-1.5073*	-.5142*	-.8449*	-.3307
ดารา – นักแสดง	-.6308	-1.2160*	-1.4988*	-.5852*	-.8681*	-.2828
อาจารย์	.8394*	-1.2839*	-1.5393*	-.4446*	-.6999*	-.2553
แรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการ ใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรโดยรวม	-.5459	-1.3757*	-1.8929*	-.8299*	-1.3470*	-.5172*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 19 พบว่า

1. แรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้แชมพูสมุนไพร

1.1 กลุ่มความตั้งใจในการใช้แชมพูสมุนไพรทุกกลุ่มมีแรงจูงใจที่จะคล้อยตามเพื่อนในการใช้แชมพูสมุนไพรแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

1.2 กลุ่มความตั้งใจในการใช้แชมพูสมุนไพรทุกกลุ่มมีแรงจูงใจที่จะคล้อยตามบุคคลในครอบครัวในการใช้แชมพูสมุนไพรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นกลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการใช้แชมพูสมุนไพรมีแรงจูงใจที่จะคล้อยตามบุคคลในครอบครัวในการใช้แชมพูสมุนไพรแตกต่างกับกลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้แชมพูสมุนไพรอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

1.3 กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้แชมพูสมุนไพรและกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้แชมพูสมุนไพรมีแรงจูงใจที่จะคล้อยตามดารา - นักแสดงในการใช้แชมพูสมุนไพรสูงกว่ากลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการใช้แชมพูสมุนไพรและกลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้แชมพูสมุนไพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

1.4 กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้แชมพูสมุนไพรและกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้แชมพูสมุนไพรมีแรงจูงใจที่จะคล้อยตามอาจารย์ในการใช้แชมพูสมุนไพรสูงกว่ากลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการใช้แชมพูสมุนไพรและกลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้แชมพูสมุนไพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

5.4 กลุ่มความตั้งใจในการรับประทานยาสมุนไพรทุกกลุ่มมีแรงจูงใจที่จะคล้อยตามอาจารย์ในการรับประทานยาสมุนไพรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นกลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการรับประทานยาสมุนไพรมีแรงจูงใจที่จะคล้อยตามอาจารย์ในการรับประทานยาสมุนไพรแตกต่างกับกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการรับประทานยาสมุนไพรอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

6. กลุ่มความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรทุกกลุ่มมีแรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นกลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีแรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรแตกต่างกับกลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ตามแนวทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลของฟิชไบน์และไอเซน ซึ่งสรุปสาระสำคัญและผลของการศึกษาค้นคว้าตามลำดับดังต่อไปนี้

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่าง เจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรกับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
2. เพื่อศึกษาถึงตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ตามทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล ซึ่งมีตัวแปรต่าง ๆ ดังนี้
 - 2.1 เจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
 - 2.2 ความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
 - 2.3 การประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
 - 2.4 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
 - 2.5 ความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
 - 2.6 แรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
3. เพื่อศึกษาถึงความสามารถในการทำนายความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
4. เพื่อเปรียบเทียบตัวแปรต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ ระหว่างกลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
 - 4.1 เจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
 - 4.2 ความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
 - 4.3 การประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
 - 4.4 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
 - 4.5 ความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
 - 4.6 แรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

สมมุติฐานการศึกษาค้นคว้า

1. เจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
2. เจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร สามารถทำนายความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรของนักศึกษาได้

3. นักศึกษากลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร มีความแตกต่างกันตามตัวแปรต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

- 3.1 เจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
- 3.2 ความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
- 3.3 การประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
- 3.4 การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
- 3.5 ความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
- 3.6 แรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ เป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษา ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2543 ของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ในภาคตะวันออกเฉียง คณะเกษตรศาสตร์บางพระ จ.ชลบุรี จำนวน 1,551 คน วิทยาเขตจันทบุรี จ.จันทบุรี จำนวน 1,276 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 2,827 คน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ เป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษา ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2543 ของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ในภาคตะวันออกเฉียง ทั้ง 2 แห่ง ซึ่งได้มาโดยการเทียบสัดส่วน และวิธีสุ่มอย่างง่าย กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างมาจากตารางขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamanae ด้วยความเชื่อมั่น 95 % คัดขนาดความคลาดเคลื่อนเป็นร้อยละ และให้สัดส่วนของประชากรเป็น 0.5 ปรากฏว่าใช้กลุ่มตัวอย่าง อย่างน้อย 348 คน แยกจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามสถานศึกษา ดังนี้ คณะเกษตรศาสตร์บางพระ จ.ชลบุรี จำนวน 191 คน และวิทยาเขตจันทบุรี จ.จันทบุรี จำนวน 157 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ แบบวัดตัวแปรต่าง ๆ ที่มีสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ตามทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลของฟิชไบน์ และไอเซน รูปแบบของแบบวัดสร้างตามวิธีการของ ออสกูต จำนวนทั้งสิ้น 120 ข้อ ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .9735 ประกอบด้วย 7 ชุดตัวแปร ดังนี้

ชุดที่ 1 แบบวัดเจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (A_{Bi}) จำนวน 20 ข้อ ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดเท่ากับ .9116 ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการวัดเท่ากับ 3.4426

ชุดที่ 2 แบบวัดความเชื่อเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (b_i) จำนวน 25 ข้อ ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดเท่ากับ .8633 ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการวัดเท่ากับ 5.2493

ชุดที่ 3 แบบวัดการประเมินผลในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (e_i) จำนวน 25 ข้อ ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดเท่ากับ .9449 ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการวัดเท่ากับ 3.7353

ชุดที่ 4 แบบวัดการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (SN_i) จำนวน 5 ข้อ ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดเท่ากับ .9548 ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการวัดเท่ากับ 1.2684

ชุดที่ 5 แบบวัดความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (NB_i) จำนวน 20 ข้อ ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดเท่ากับ .9489 ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการวัดเท่ากับ 4.0304

ชุดที่ 6 แบบวัดแรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (Mc_i) จำนวน 20 ข้อ ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดเท่ากับ .9737 ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการวัดเท่ากับ 3.5410

ชุดที่ 7 แบบวัดความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (I_i) จำนวน 5 ข้อ ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดเท่ากับ .8967 ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการวัดเท่ากับ 1.6065

วิธีดำเนินการรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาค้นคว้ามีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. นำหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตรเพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ที่สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
2. นำแบบวัดที่ผ่านการทดสอบเพื่อหาคุณภาพและตรวจสอบคุณภาพแล้ว ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 348 คน ระหว่าง วันที่ 26 - 30 มิถุนายน 2543
3. ชี้แจงนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างก่อนการทำแบบวัด เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลและแจ้งให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและตรงตามความเป็นจริงมากที่สุด
4. นำแบบวัดฉบับสมบูรณ์ ในการตอบแบบสอบถามทุกคนพบว่าสามารถนำมาวิเคราะห์ได้ทั้งสิ้น จำนวน 332 ชุด คิดเป็นร้อยละ 95.40 มาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์การให้คะแนน นำคะแนนมาจัดระเบียบข้อมูล เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล นำผลไปทดสอบสมมติฐาน และอธิบายปัญหาตามจุดมุ่งหมาย

สรุปผลการวิจัยผลการศึกษาค้นคว้า

ผลการศึกษาค้นคว้า สรุปได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง
 - 1.1 วิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของเจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
 - 1.1.1 นักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล คณะเกษตรศาสตร์บางพระและวิทยาเขตจันทบุรี มีเจตคติที่ดีในระดับสูงต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในระดับสูงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและมีความตั้งใจในระดับสูงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
 - 2.1 เจตคติทางตรงต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางตรงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยมีค่าสหสัมพันธ์เท่ากับ .420 และ .550 ตามลำดับ มีความสัมพันธ์พหุคูณกับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เท่ากับ .604 รวมทั้งสามารถอธิบายหรือทำนายความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรได้ร้อยละ 36.4
 - 2.2 เจตคติทางอ้อมต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางอ้อมในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยมีค่าสหสัมพันธ์เท่ากับ .318 และ .586 ตามลำดับ มีความสัมพันธ์พหุคูณกับความตั้งใจใน

การใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เท่ากับ .588 รวมทั้งสามารถอธิบายหรือทำนายความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรได้ร้อยละ 34.6

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

3.1 ความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (I_i) กับเจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (A_{Bi}), ความเชื่อเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (b_i), การประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (e_i), การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (SN_i), ความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (NB_i) แรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (Mc_i) เจตคติทางอ้อมต่อการ ใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ($\sum b_i e_i$) และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางอ้อม ในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ($\sum NB_i Mc_i$) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (I) อย่างน้อยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ทุกค่า มีพีสัยตั้งแต่ .194 ถึง .586 โดยที่ความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (I_i) กับ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางอ้อม ในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ($\sum NB_i Mc_i$) สัมพันธ์กันสูงสุดเท่ากับ .586 และกับการประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (e_i) สัมพันธ์กันต่ำสุดเท่ากับ .194

4. ความสามารถในการทำนายความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

4.1 ตัวแปรทำนาย ได้แก่ เจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (A_{Bi}) ความเชื่อเกี่ยวกับผล การใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (b_i) การประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (e_i) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการ ใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (SN_i) ความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (NB_i) และแรงจูงใจที่จะ คล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (Mc_i) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณกับความตั้งใจในการ ใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (I_i) เท่ากับ .650 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 รวมทั้งสามารถทำนาย ความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรได้ร้อยละ 41.2 คำนี้นักความสำคัญเชิงสัมพัทธ์ของตัวแปร ทำนายทั้ง 6 ตัวแปร ที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (I_i) มีทั้งค่าบวกและค่าลบ โดยตัว แปรทำนายที่ส่งผลในทางบวก 4 ตัวแปร และส่งผลทางลบ 2 ตัวแปร ตัวแปรที่ส่งผลมากที่สุด คือ การ คล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (SN_i) ส่งผล 34.07 % รองลงมา คือ ความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (NB_i) เจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (A_{Bi}) แรงจูงใจที่จะคล้อยตาม กลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (Mc_i) ความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (b_i) และการ ประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (e_i) ส่งผล 31.38 % , 19.29 % , 14.16 % , -0.98 % และ -0.12 % ตามลำดับ

5. การเปรียบเทียบตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรระหว่างกลุ่ม ที่ไม่มีความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่ มีความตั้งใจปานกลางในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาชั้นโท สาขาวิชาศิลปศาสตรบัณฑิต คณะศึกษาศาสตร์บางพระและวิทยาเขตจันทบุรี

5.1 เจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

5.1.1 กลุ่มที่มีความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรแตกต่างกัน มีเจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ทุกประเภท

5.2 ความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

อภิปรายผล

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาตัวแปรที่สัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ของ นักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล คณะเกษตรศาสตร์บางพระและวิทยาเขตจันทบุรี ภาคเรียนที่ 1 ปี การศึกษา 2543 ตามแนวทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลของไอเซนและฟิชไบน์ (Ajzen and Fishbein. 1980) โดยศึกษาตัวแปรต่าง ๆ ตามทฤษฎี ได้แก่ เจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ความเชื่อเกี่ยวกับ ผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร การประเมินผลในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการ ใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร แรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ในการกำหนดพฤติกรรมได้ พิจารณาให้มีความสอดคล้องกันในแง่ของ การกระทำ (Action) เป้าหมาย (Target) เวลา (Time) และ บริบท (Context) จากผลการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยขออภิปรายผลดังนี้

จากผลการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยขออภิปรายผลดังนี้

1. สมมติฐานข้อที่ 1 กล่าวว่า เจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

สมมติฐานข้อที่ 2 กล่าวว่า เจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง ในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรสามารถทำนายความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรของนักศึกษาได้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและการ คล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร พบว่า มีความสอดคล้องกับสมมติฐานทั้งสองข้อ ดังนี้

เจตคติทางตรงและเจตคติทางอ้อมต่อใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการ ใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 มีค่าสหสัมพันธ์เท่ากับ .420 และ .318 ตาม ลำดับ แสดงให้เห็นว่า การที่นักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล คณะเกษตรศาสตร์บางพระและวิทยา เขตจันทบุรีมีความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรขึ้นอยู่กับ เจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรค่อนข้าง มาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของผู้เข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตร “นักวิจัยทางสังคมศาสตร์” รุ่นที่ 46(2538 : 2) ที่พบว่า ทักษะมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจในการใช้สมุนไพรจากสถานบริการสาธารณสุข ของรัฐ รวมทั้งสอดคล้องกับทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลของไอเซนและฟิชไบน์ (Ajzen and Fishbein. 1980 : 54 - 55) ที่กล่าวว่า “ความตั้งใจของบุคคลขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนบุคคลหรือเจตคติต่อพฤติกรรม “ และ งานวิจัยของ กุญชร เจือดี (2541 : 43 - 44) ซึ่งพบว่าเจตคติต่อพฤติกรรม มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจเท่ากับ .3854

การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางตรงและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางอ้อมในการใช้ผลิตภัณฑ์ สมุนไพร มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยมีค่าสหสัมพันธ์เท่ากับ .550 และ .586 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์ สมุนไพรขึ้นอยู่กับ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร อาจเป็นเพราะในการที่จะมีความตั้งใจ ในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร หากมีการแนะนำจากบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ผู้บริโภคมีความไว้วางใจหรือน่า เชื่อถือทำให้เกิดการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงสูง ส่งผลให้มีความตั้งใจสูงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรด้วย สอด

คล้องกับผลการวิจัยของสมทรง ณ นครและคนอื่น ๆ (2538 : 155) พบว่า การได้รับคำแนะนำเกี่ยวกับสมุนไพรจากญาติ เพื่อนบ้าน มีผลในทางบวกต่อการยอมรับสมุนไพรรักษาโรค ที่ระดับนัยสำคัญ .001 และเป็นไปตามทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลของไอเซนและฟิชไบน์ (Ajzen and Fishbein, 1980 : 75) ที่กล่าวว่า “ความตั้งใจของบุคคลขึ้นอยู่กับ การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง “ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สมศรี ชูส่องแสง (2532 : 107) ซึ่งพบว่า การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจ โดยมีค่าสหสัมพันธ์เท่ากับ .59

เจตคติทางตรงต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางตรงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีความสัมพันธ์พหุคูณกับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เท่ากับ .604 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และสามารถอธิบายหรือทำนายความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรได้ร้อยละ 36.4 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 2

เจตคติทางอ้อมต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงทางอ้อมในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีความสัมพันธ์พหุคูณกับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เท่ากับ .588 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และสามารถอธิบายหรือทำนายความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรได้ร้อยละ 34.6 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 2

2. สมมติฐานข้อที่ 3 กล่าวว่า นักศึกษากลุ่มที่ไม่มีความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจน้อยในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มที่มีความตั้งใจปานกลางในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และกลุ่มที่มีความตั้งใจมากในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร มีความแตกต่างกันตามตัวแปรต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. เจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
2. ความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
3. การประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
4. การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
5. ความเชื่อกลุ่มอ้างอิงเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
6. แรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของนักศึกษาศาสนาบันเทศโนโลยีราชชมงคล คณะเกษตรศาสตร์บางพระและวิทยาเขตจันทบุรี ได้ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานดังนี้

2.1 นักศึกษากลุ่มที่มีความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรแตกต่างกันมีเจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน ข้อที่ 3.1

2.2 นักศึกษากลุ่มที่มีความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรแตกต่างกัน มีความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน ข้อที่ 3.2

2.3 นักศึกษากลุ่มที่มีความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรแตกต่างกัน มีการประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน ข้อที่ 3.3

2.4 นักศึกษากลุ่มที่มีความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรแตกต่างกัน มีการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ .001 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน ข้อที่ 3.4

2.5 นักศึกษากลุ่มที่มีความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรแตกต่างกัน มีความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน ข้อที่ 3.5

2.6 นักศึกษากลุ่มที่มีความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรแตกต่างกัน มีแรงจูงใจที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรทุกกลุ่มอ้างอิงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน ข้อ 3.6

ข้อเสนอแนะ

1. ควรณรงค์หาวิธีการสร้างเจตคติที่ดีในการส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อเป็นการสนับสนุนการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรในประเทศ
2. ควรมีการส่งเสริมการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์สมุนไพร โดยใช้กลุ่มอ้างอิงในการช่วยส่งเสริมการตลาด และเพื่อพัฒนาความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์สมุนไพรกลุ่มอื่น ๆ เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มคนทำงาน วัยรุ่น ฯลฯ
2. ศึกษาตัวแปรอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น นำทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคมาศึกษาควบคู่กัน โดยเพิ่มตัวแปรในการศึกษา ได้แก่ วัฒนธรรม และสื่อต่าง ๆ ว่ามีผลต่อความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรหรือไม่ เพียงใด

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กัลยา วาณิชย์ปัญญา. (2541). การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย SPSS for Windows .พิมพ์ครั้งที่ 2 . กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- . (2543) . การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ : ซี เค แอนด์ เอส โฟโตสตูดิโอ.
- กฤษณี สร้อยอนุสรณ์ . (2537) . ศึกษาพฤติกรรมการสุขภาพเกี่ยวกับการใช้สมุนไพรในโครงการสาธารณสุขมูลฐานในโรงเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 สังกัดกรุงเทพมหานคร. ปรินิพนธ์ กศ.ม. (สุขศึกษา) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ถ่ายเอกสาร
- กฤษกร เจือดี. (2541). การศึกษาตัวแปรที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาเสพติด ตามทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล ของเด็กและเยาวชนในสถานพินิจและคุ้มครองเด็ก. ปรินิพนธ์ กศ.ม. (การวัดผลการศึกษา) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. ถ่ายเอกสาร.
- ขนิษฐา ชัยโชติกุลชัย. (2539). การศึกษาตัวแปรที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงโทษนักเรียนของครูระดับมัธยมศึกษาตอนต้นสังกัดกรมสามัญศึกษา ในกรุงเทพมหานคร ตามทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล. ปรินิพนธ์ กศ.ม. (การวัดผลการศึกษา) กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร ถ่ายเอกสาร.
- จรรยา กล่าวสุนทร. (2540). การศึกษาตัวแปรและพฤติกรรมการเล่นการพนันของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ตามทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล. ปรินิพนธ์ กศ.ม. (การวัดผลการศึกษา) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. ถ่ายเอกสาร.
- จินตนา รังษา . (2540) .การศึกษาสถานการณ์เชิงจริยธรรม และความตั้งใจกระทำพฤติกรรมจริยธรรมของนักศึกษาพยาบาลในการปฏิบัติการพยาบาลในหน่วยอภิบาลผู้ป่วยหนัก. วิทยานิพนธ์ พบ.ม. (การพยาบาลศึกษา) กรุงเทพฯ :บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.ถ่ายเอกสาร.
- ชัยพล สุขเยี่ยม และ ปิยะธิดา สว่างสุข . (2541 , มีนาคม). " สมุนไพรในวิถีชีวิตไทย วัฒนธรรมเพื่อสุขภาพ ", วัฒนธรรมไทย. 35 (6) : 34-36.
- ชูชีพ อ่อนโคกสูง. (2522) .จิตวิทยาการศึกษา. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ชูศรี วงศ์รัตน์ . (2541) .เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย . พิมพ์ครั้งที่ 7 .กรุงเทพฯ : เทพเนรมิตการพิมพ์ .
- ธีระพร อุวรรณโณ . (2528) .การวัดทัศนคติ. ในบทความสรรทางวิชาการทดสอบ. มปท. ----- . (2528). ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล. เอกสารประกอบการสอน. (ถ่ายเอกสาร).
- ธงชัย สันติวงษ์. (2535) . พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 6 . กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- นโยบายและแผนสาธารณสุข , สำนัก . (2539) .สรุปสาระสำคัญ แผนพัฒนาสาธารณสุข ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540 – 2544). กรุงเทพฯ :โรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก .
- นงลักษณ์ เชษฐภักดีจิต . (2541). ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความตั้งใจในการเลือกอาชีพของนักเรียนหญิงมัธยมศึกษาตอนปลาย ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ปีการศึกษา 2540 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ : การเลือกศึกษาวิชาชีพพยาบาล. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล , ถ่ายเอกสาร.
- นวลละอ อสุภาผล . (2527). ทฤษฎีบุคลิกภาพ .มปท.
- บุญชม ศรีสะอาด . (2538) . วิธีการทางสถิติสำหรับกาวิจัย . พิมพ์ครั้งที่ 2 .กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น .
- ประคอง กรรณสูต. (2538). สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2526). *ทัศนคติ : การวัด การเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย*. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- ปัทมาวดี กลสิกรรม . (2542 , กรกฎาคม – กันยายน). "สุขภาพทางเลือก", *วารสารนโยบายและแผน สาธารณสุข*. 2 (3) : 68 – 77.
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์.(2534). *จิตวิทยาการศึกษา*. กรุงเทพฯ : สหมิตรออฟเซท.
- เพียว รอดโพธิ์ทอง . (2535 , กันยายน – ธันวาคม). "สวยด้วยสมุนไพร", *วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี* . 7 (3) : 51-53.
- พยอม อิงคตานุวัฒน์ . (2530) . *เลี้ยงลูกแบบใดจึงดี* . กรุงเทพฯ : สมาคมวางแผนครอบครัวแห่งประเทศไทยพร้อมจิต ตรีสัมพันธ์ . (2537). *สมุนไพรและยาที่ควรรู้*. พิมพ์ครั้งที่ 2 . กรุงเทพฯ : อาร์ ดี ที.
- เพื่อนธรรมชาติ* . (2542, กรกฎาคม - กันยายน) . 7 (26) : 31-33 .
- เพ็ญแข แสงแก้ว. (2541) . *การวิจัยทางสังคมศาสตร์*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ถาวร แซ่ตั้ง. (2529). *การทำนายพฤติกรรมทางเลือกสมัครสอบเข้าเรียนต่อคณะวิทยาศาสตร์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ ค.ม. (จิตวิทยา) กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ยุทธนา ธรรมเจริญ. (2539 , 25 กรกฎาคม) . "โป๊ยเซียน", *ประชาชาติธุรกิจ*. หน้า 54 .
- รวีวรรณ อังคนุรักษ์พันธ์. (2533). *การวัดทัศนคติเบื้องต้น*. ชลบุรี : มหาวิทยาลัยบูรพา
- ราชันย์ บุญธิมา. (2536). *การทำนายพฤติกรรมทุจริตการสอบของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ปีที่ 6 ตามทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล*. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (การวัดผลการศึกษา) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. ถ่ายเอกสาร.
- ลัดดาวัลย์ บุญรัตน์กรกิจ . (2541) . "โอกาสและทางเลือกของสมุนไพรไทย", *ศรีนครินทรวิโรฒสาร*. 3 (1) : 43 – 51 .
- ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2538). *เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา*. พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น .
- วรพรรณ หาญวงศ์ไพบูลย์ และสินุช นิมิตรดี . (2539) . *ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจใช้สมุนไพรหรือผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่เป็นผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ*. กรุงเทพฯ : โครงการพิเศษตามหลักสูตรเภสัชศาสตร์บัณฑิต คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- วันนี สว่างอารมณ์ . (2542). *เอกสารคำสอน รายวิชาพืชเครื่องเทศและสมุนไพร* . กรุงเทพฯ : ภาควิชาชีววิทยา คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา .
- วันดี กฤษณพันธ์ . (2538) . *สมุนไพรสารพัดประโยชน์*. กรุงเทพฯ : คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
- วิลาวัณย์ ภูมั่ง . (2539) . *ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมส่งเสริมสมุนไพรของเจ้าหน้าที่สาธารณสุขตำบลจังหวัดกาฬสินธุ์*. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ถ่ายเอกสาร.
- ศศิธร วสุวัต . (2535, กันยายน – ธันวาคม). " วัฒนาการของการใช้ประโยชน์สมุนไพรไทย " . *วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี* . 7 (3) : 7-12.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ . (2538) . *พฤติกรรมผู้บริโภค : ฉบับสมบูรณ์*. กรุงเทพฯ : วิสิทธิ์พัฒนา จำกัด.
- . (2540) . *การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด*. กรุงเทพฯ : A.N.การพิมพ์.
- สำอางค์ งามวิชา. (2537). *การบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ : ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- . (2539) . *การบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ : โอ. เอส. พรินติ้ง เฮ้าส์.

- สมทรง ณ นคร และคณะ. (2538 , ตุลาคม - ธันวาคม). "ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับสมุนไพรรักษาโรค", *ศรีนครินทร์เวชสาร*. 10 (4) : 152 – 160 .
- สมศรี ชูสงแสง. (2532). *ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการศึกษาต่อของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ในพื้นที่ขยายโอกาสทางการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จังหวัดนครศรีธรรมราช*. ปรินญาณินพนธ์ วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ถ่ายเอกสาร.
- สุดาดวง เรืองรุจิระ . (2540) . *หลักการตลาด*. พิมพ์ครั้งที่ 2 .กรุงเทพฯ : ยงพลเทรดดิ้ง.
- สุรัตน์ ไชยชมภู . (2535) . *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการเรียนต่อระดับมัธยมศึกษาตอนต้นของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ในเขตโครงการพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออก*. ปรินญาณินพนธ์ กศ.ด. (การบริหารการศึกษา) กรุงเทพฯ :บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ถ่ายเอกสาร.
- สุวิมล แม้นจริง . (2539) . *การส่งเสริมการตลาด* . กรุงเทพฯ : เอช .เอ็น. กรุ๊ป จำกัด.
- อััจฉิมา เศรษฐบุตร์ และ สายสวรรค์ วัฒนพานิช . (2539) . *การบริหารการตลาด*. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2539) . *พฤติกรรมผู้บริโภค*. พิมพ์ครั้งที่ 5 . กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อบรม สนิทบาล . (ม.ป.ท) . *จิตวิทยาการศึกษา* . กรุงเทพฯ : พีริชนา .
- Ajzen, Ick, and Fishbein, Martin. (1973)." Attitudinal and Normative Variable as Predictions of Specific Behavior," *Journal of Personality and Social Psychology*. 27 : 41 – 57;July.
- . (1980) .*Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs, N.J. : Prentice-Hall.
- Bruning , Jame L. and Kintz, B.L. (1997). *Computational handbook of statistics*. 4th ed . New York : Longman.
- Fishbein, Martin & Ajzen, Ick. (1975) . *Belief, attitude, intention and behavior : an introduction to theory and research*. Massachusetts : Addison – Wesley.
- Mehren,William A. and lehmann, Irvin J. (1975) . *Standardized Test in Education*. 2d ed. New York : Holt, Rinehart and Winston.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

- แสดงความถี่ของพฤติกรรมเดี่ยวเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
- แสดงค่าความถี่ของความเชื่อเด่นชัดเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
- แสดงความถี่ของกลุ่มอ้างอิงเด่นชัดเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
- แสดงความถี่ของคำคุณศัพท์เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ตาราง 20 แสดงความถี่ของพฤติกรรมเดี่ยวเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ลำดับที่	พฤติกรรม	ความถี่
1.*	การใช้แชมพูสมุนไพร	211
2.*	การใช้ยาสีฟันสมุนไพร	205
3.*	การดื่มเครื่องดื่มสมุนไพร	153
4.*	การใช้สบู่สมุนไพร	139
5.*	การรับประทานยาสมุนไพร	125
6.	การทำสมุนไพรบำรุงผิว	108
7.	การรับประทานสมุนไพรสด	81
8.	การใช้สมุนไพรขัดผิว	57
9.	การทำยาสมุนไพร	55
10.	การใช้โฟมล้างหน้าสมุนไพร	21
11.	การดมยาดมสมุนไพร	14
12.	การใช้สมุนไพรพอกหน้า	13
13.	การอมยาลมสมุนไพร	10
14.	การใช้เครื่องสำอางสมุนไพร	9
15.	การรับประทานอาหารเสริมจากสมุนไพร	7
	รวมความถี่ทั้งหมด	1,197

หมายเหตุ : * เป็นพฤติกรรมเดี่ยวเด่นชัดที่ใช้ในการสร้างแบบสอบถาม

ตาราง 21 แสดงความถี่ของความเชื่อเด่นชัดเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ลำดับที่	ความเชื่อเด่นชัดเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร	ความถี่
1.*	ไม่มีผลข้างเคียง	79
2.*	ประหยัด	43
3.*	สุขภาพร่างกายดี	30
4.*	หาซื้อได้ง่าย	22
5.*	ทำให้ผิวพรรณดี	21
6.	เห็นผลช้า	20
7.	ผลิตภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐาน	19
8.	บางชนิดราคาแพง	17
9.	มีประโยชน์	15
10.	สีสันทึมนำมาใช้	14
11.	มีความปลอดภัย	11
12.	ได้ผลดี	9
13.	หาซื้อยาก	8
14.	ใช้รักษาโรคได้	8
15.	ผลิตในประเทศ	6
16.	ไม่มีคนนิยม	4
17.	หลอกหลวงต้มตุ๋น	3
	รวมความถี่ทั้งหมด	329

หมายเหตุ : * เป็นความเชื่อเด่นชัดที่ใช้ในการสร้างแบบสอบถาม

ตาราง 22 แสดงความถี่ของกลุ่มอ้างอิงเด่นชัดเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ลำดับที่	บุคคลหรือกลุ่มบุคคล	ความถี่
1.*	บุคคลในครอบครัว	295
2.*	เพื่อน	184
3.*	ดารา – นักแสดง	45
4.*	อาจารย์	43
5.	กลุ่มนักศึกษา	30
6.	นักร้อง	26
7.	ผู้สูงอายุ	21
8.	ญาติ	21
9.	พนักงานขาย	112
10.	แพทย์	11
11.	กลุ่มแม่บ้าน	9
12.	กลุ่มวัยรุ่น	9
13.	พนักงานบริษัท	8
14.	นางแบบ	7
15.	พยาบาล	5
16.	ข้าราชการ	5
17.	นักวิชาการ	5
18.	ผู้เคยใช้	4
19.	ช่างเสริมสวย	4
20.	นักการเมือง	4
21.	พ่อค้า – แม่ค้า	4
22.	นักเรียน	2
23.	นักธุรกิจ	2
24.	ชาวบ้าน	2
	รวมความถี่ทั้งหมด	758

หมายเหตุ : * เป็นกลุ่มอ้างอิงเด่นชัดที่ใช้ในการสร้างแบบสอบถาม

ตาราง 23 แสดงความถี่ของคำคุณศัพท์ที่เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ลำดับที่	คำคุณศัพท์	ความถี่
1.*	มีประโยชน์ - ไร้ประโยชน์	63
2.*	ดี - เลว	54
3.*	ประหยัด - ฟุ่มเฟือย	26
4.*	ปลอดภัย - เป็นอันตราย	13
5.	หาซื้อง่าย - หาซื้อยาก	12
6.	มีผลข้างเคียงน้อย - มีผลข้างเคียงมาก	11
7.	ให้คุณ - ให้โทษ	7
	รวมความถี่ทั้งหมด	186

หมายเหตุ : * เป็นคำคุณศัพท์เด่นชัดที่ใช้ในการสร้างแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข

- แสดงค่าอำนาจจำแนกรายข้อกับของแบบวัดตามทฤษฎี
- แสดงการตรวจสอบ ความสอดคล้องรายข้อกับคะแนนรวมทั้งฉบับโดยหาค่าสหสัมพันธ์ Item – total Correlation ของเพียร์สัน
- แสดงค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดแต่ละฉบับ

ตาราง 24 แสดงค่าอำนาจจำแนกรายข้อของแบบวัดความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

ข้อ	t	ข้อ	t	ข้อ	t	ข้อ	t
1	2.794**	(35)	3.096**	(69)	2.587*	103	2.837*
2	3.292**	36	2.334*	(70)	1.684	(104)	1.077
3	2.501*	37	2.752*	71	1.534	(105)	1.088
4	1.481	38	3.699***	72	1.633	106	3.710***
(5)	0.940	39	2.701*	73	1.225	107	3.282**
(6)	2.745*	40	3.158**	74	3.994***	108	4.411***
(7)	3.345**	(41)	2.357*	75	4.472***	109	4.250***
8	3.456**	(42)	1.246	(76)	0.706	110	2.460*
9	3.080**	43	3.892***	(77)	1.459	111	0.381
10	4.382***	44	3.056**	78	0.700	112	1.449
11	2.754*	45	3.922***	79	0.291	113	4.871***
(12)	1.508	46	2.301*	80	3.595**	114	3.742***
(13)	2.500*	47	3.405**	81	3.379**	115	3.693***
(14)	3.350**	(48)	2.049	82	2.345*	116	2.144*
15	2.969**	(49)	0.905	(83)	1.233	117	3.519**
16	2.605*	50	1.530	84	1.124	118	2.769**
17	3.825**	51	3.466**	85	2.666*	119	4.076***
18	2.437*	52	3.877**	86	2.579*	120	3.118**
(19)	1.337	53	2.103*	87	2.607*	121	1.504
(20)	3.320**	54	2.930*	88	3.255**	122	1.008
(21)	2.826*	(55)	1.525	89	2.574*	123	1.521
22	5.191***	(56)	2.378*	(90)	2.230*	124	2.614*
23	5.491***	57	5.363***	(91)	1.233	125	3.045**
24	3.693***	58	3.219**	92	3.286**	126	3.801**
25	3.843***	59	5.310***	93	2.882*	127	3.464**
(26)	2.308*	60	2.252*	94	2.771*	128	3.746**
(27)	2.666*	61	4.148***	95	2.500*	129	4.334***
(28)	3.615***	(62)	1.863	96	1.019	130	3.748**
29	3.273**	(63)	1.591	(97)	1.667	131	3.714***
30	4.496***	64	2.728*	(98)	0.368	132	4.510***
31	3.410**	65	2.750*	99	3.773**	133	2.922**
32	2.345*	66	2.456*	100	4.059***	134	3.237**
(33)	1.151	67	1.217	101	3.087**	135	2.895**
(34)	4.999***	68	4.034***	102	2.894*	136	2.835**

ตาราง 24 (ต่อ)

ข้อ	T	ข้อ	t	ข้อ	t	ข้อ	t
137	4.172***	142	3.456**	147	4.448***	152	2.779*
138	4.823***	143	2.645**	148	4.430***	153	1.816
139	4.406***	144	2.589*	149	3.746***	154	4.438***
140	4.902***	145	3.471**	150	3.621**	155	3.695***
141	2.928**	146	3.811**	151	1.625		

หมายเหตุ : () ข้อที่ไม่ใช้ในการสร้างแบบสอบถาม

: สำหรับบางข้อคำถามที่ค่า t ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติแต่ได้รับคัดเลือกไปสร้างเป็นแบบสอบถาม เนื่องจากเป็นข้อคำถามที่สร้างจากการสำรวจพฤติกรรม , ความเชื่อ , กลุ่มอ้างอิง , คำคุณศัพท์ เด่นชัด ที่มีความถี่สูงเป็นอันดับต้น

ตาราง 25 แสดงความสอดคล้องรายข้อกับคะแนนรวมทั้งฉบับของแบบวัดเจตคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์
สมุนไพรร (A_{B1}) ของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล คณะเกษตรศาสตร์บางพระ และวิทยาเขต
จันทบุรี โดยหาค่าสหสัมพันธ์ Item – total correlation ของเพียร์สัน

ข้อ	ความสอดคล้องรายข้อกับคะแนน รวมทั้งฉบับ	ข้อ	ความสอดคล้องรายข้อกับคะแนนรวม ทั้งฉบับ
1.	.6427	11.	.6568
2.	.4532	12.	.6548
3.	.5502	13.	.6700
4.	.6863	14.	.6528
5.	.4536	15.	.6376
6.	.3110	16.	.7423
7.	.5013	17.	.3249
8.	.7254	18.	.4474
9.	.5718	19.	.5925
10.	.6542	20.	.3779

Reliability Coefficients

Alpha = .9116

ตาราง 26 แสดงความสอดคล้องรายข้อกับคะแนนรวมทั้งฉบับของแบบวัดความเชื่อเกี่ยวกับผลการใช้
ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (b₁) ของนักศึกษาศาสนาบัณฑิตเทคโนโลยีราชมงคล คณะเกษตรศาสตร์บางพระ และ
วิทยาเขตจันทบุรี โดยหาค่าสหสัมพันธ์ Item – total correlation ของเพียร์สัน

ข้อ	ความสอดคล้องรายข้อกับคะแนน รวมทั้งฉบับ	ข้อ	ความสอดคล้องรายข้อกับคะแนนรวม ทั้งฉบับ
21.	.2849	34.	.5423
22.	.3440	35.	.4946
23.	.3954	36.	.3873
24.	.5556	37.	.5954
25.	.2369	38.	.5948
26.	.0737	39.	.6607
27.	.5633	40.	.3246
28.	.3708	41.	.3422
29.	.5109	42.	.4131
30.	.3043	43.	.5894
31.	.0715	44.	.5856
32.	.4358	45.	.5490
33.	.5249		

Reliability Coefficients

Alpha = .8633

ตาราง 27 แสดงความสอดคล้องรายข้อกับคะแนนรวมทั้งฉบับของแบบวัดการประเมินผลการใช้
ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (e_i) ของนักศึกษาศาสนาบัณฑิตเทคโนโลยีราชมงคล คณะเกษตรศาสตร์บางพระ และ
วิทยาเขตจันทบุรี โดยหาค่าสหสัมพันธ์ Item – total correlation ของเพียร์สัน

ข้อ	ความสอดคล้องรายข้อกับคะแนน รวมทั้งฉบับ	ข้อ	ความสอดคล้องรายข้อกับคะแนนรวม ทั้งฉบับ
46.	.5364	59.	.5817
47.	.6464	60.	.7564
48.	.6821	61.	.4758
49.	.5044	62.	.7135
50.	.4845	63.	.5680
51.	.4997	64.	.6588
52.	.7872	65.	.7031
53.	.4863	66.	.5721
54.	.6901	67.	.8165
55.	.4570	68.	.6855
56.	.6280	69.	.6731
57.	.7439	70.	.6763
58.	.6281		

Reliability Coefficients

Alpha = .9449

ตาราง 28 แสดงความสอดคล้องรายข้อกับคะแนนรวมทั้งฉบับของแบบการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรร (SN) ของนักศึกษาสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล คณะเกษตรศาสตร์บางพระ และวิทยาเขตจันทบุรี โดยหาค่าสหสัมพันธ์ Item – total correlation ของเพียร์สัน

ข้อ	ความสอดคล้องรายข้อกับคะแนน รวมทั้งฉบับ	ข้อ	ความสอดคล้องรายข้อกับคะแนนรวม ทั้งฉบับ
71.	.9220	74.	.8839
72.	.9335	75.	.8059
73.	.8527		

Reliability Coefficients

Alpha = .9548

ตาราง 29 แสดงความสอดคล้องรายข้อกับคะแนนรวมทั้งฉบับของแบบวัดความเชื่อกลุ่มอ้างอิงในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร (NB₁) ของนักศึกษาศาสนาบัณฑิตเทคโนโลยีราชมงกุฎ คณะเกษตรศาสตร์บางพระ และวิทยาเขตจันทบุรี โดยหาค่าสหสัมพันธ์ Item – total correlation ของเพียร์สัน

ข้อ	ความสอดคล้องรายข้อกับคะแนนรวมทั้งฉบับ	ข้อ	ความสอดคล้องรายข้อกับคะแนนรวมทั้งฉบับ
76.	.5594	86.	.8588
77.	.4188	87.	.6200
78.	.7248	88.	.7396
79.	.6289	89.	.6202
80.	.6978	90.	.8152
81.	.7002	91.	.7627
82.	.6270	92.	.7098
83.	.6775	93.	.7348
84.	.5868	94.	.5821
85.	.6707	95.	.7557

Reliability Coefficients

Alpha = .9489

ตาราง 30 แสดงความสอดคล้องรายข้อกับคะแนนรวมทั้งฉบับของแบบวัดแรงจูงใจที่คล้อยตามกลุ่มอ้างอิง
ในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรมะนาว (Mc₁) ของนักศึกษาศาสนาเทคโนโลยีราชมงคล คณะเกษตรศาสตร์
บางพระ และวิทยาเขตจันทบุรี โดยหาค่าสหสัมพันธ์ Item – total correlation ของเพียร์สัน

ข้อ	ความสอดคล้องรายข้อกับคะแนน รวมทั้งฉบับ	ข้อ	ความสอดคล้องรายข้อกับคะแนนรวม ทั้งฉบับ
96.	.8201	106.	.7732
97.	.8661	107.	.7624
98.	.7830	108.	.8091
99.	.8943	109.	.7475
100.	.7628	110.	.8012
101.	.7582	111.	.7808
102.	.7996	112.	.8385
103.	.8163	113.	.8404
104.	.8032	114.	.8411
105.	.7067	115.	.7815

Reliability Coefficients

Alpha = .9737

ตาราง 31 แสดงความสอดคล้องรายข้อกับคะแนนรวมทั้งฉบับของแบบวัดความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์
สมุนไพรร (1,) ของนักศึกษาศาสนาเทคโนโลยีราชมงคล คณะเกษตรศาสตร์บางพระ และวิทยาเขต
จันทบุรี โดยหาค่าสหสัมพันธ์ Item – total correlation ของเพียร์สัน

ข้อ	ความสอดคล้องรายข้อกับคะแนน รวมทั้งฉบับ	ข้อ	ความสอดคล้องรายข้อกับคะแนนรวม ทั้งฉบับ
116.	.7132	119.	.8061
117.	.7352	120.	.7507
118.	.7248		

Reliability Coefficients

Alpha = .8968

ภาคผนวก ค

- แบบวัดตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร

การใช้สบู่มุขไพโรของนักศึกษา เป็นสิ่งที่

13. มีประโยชน์ ไร้ประโยชน์
14. ดี เลว
15. ประหยัด ฟุ่มเฟือย
16. ปลอดภัย เป็นอันตราย
- มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
- 2 อย่าง

การรับประทานยาสมุนไพรของนักศึกษา เป็นสิ่งที่

17. มีประโยชน์ ไร้ประโยชน์
18. ดี เลว
19. ประหยัด ฟุ่มเฟือย
20. ปลอดภัย เป็นอันตราย
- มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
- 2 อย่าง

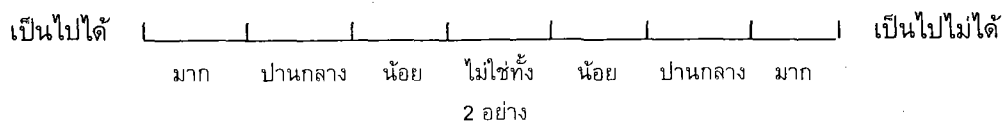
ชุดที่ 2 (b)

การที่นักศึกษาใช้แชมพูสมุนไพร

21. เนื่องจาก ไม่มีผลข้างเคียง
เป็นไปไม่ได้ เป็นไปไม่ได้
- มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
- 2 อย่าง
22. ทำให้ ประหยัดค่าใช้จ่าย
เป็นไปไม่ได้ เป็นไปไม่ได้
- มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
- 2 อย่าง
23. ทำให้ สุขภาพร่างกายดี
เป็นไปไม่ได้ เป็นไปไม่ได้
- มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
- 2 อย่าง
24. เนื่องจาก หาซื้อได้ง่าย
เป็นไปไม่ได้ เป็นไปไม่ได้
- มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
- 2 อย่าง
25. ทำให้ ผิวพรรณดี
เป็นไปไม่ได้ เป็นไปไม่ได้
- มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
- 2 อย่าง

การที่นักศึกษาใช้ยาเสพติด

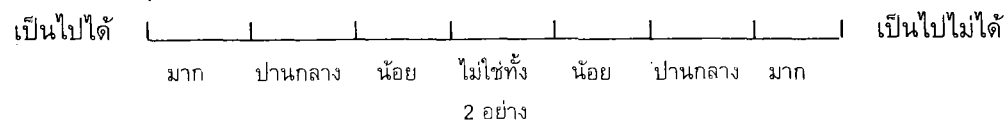
26. เนื่องจาก ไม่มีผลข้างเคียง



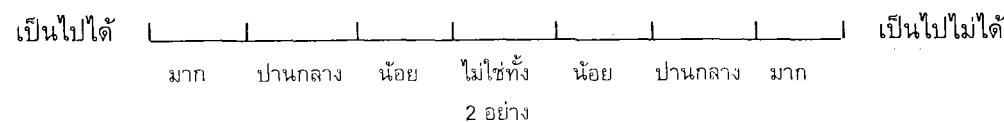
27. ทำให้ ประหยัดค่าใช้จ่าย



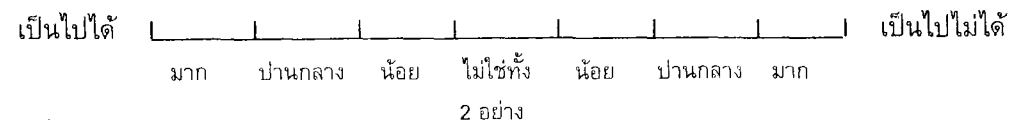
28. ทำให้ สุขภาพร่างกายดี



29. เนื่องจาก หาซื้อได้ง่าย

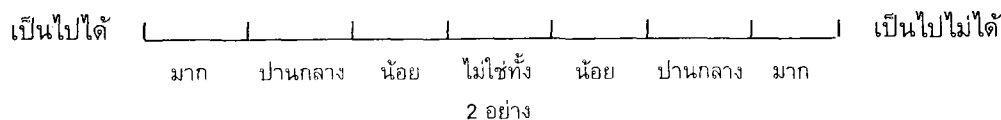


30. ทำให้ ผิวพรรณดี

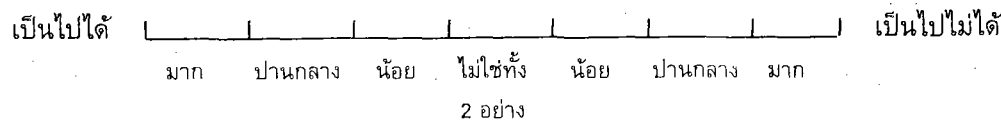


การที่นักศึกษาดื่มเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์

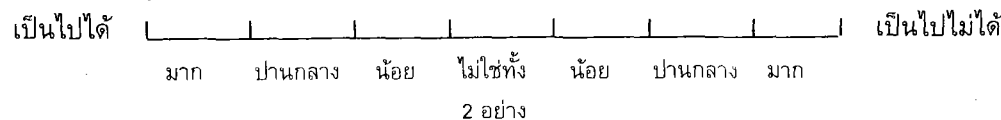
31. เนื่องจาก ไม่มีผลข้างเคียง



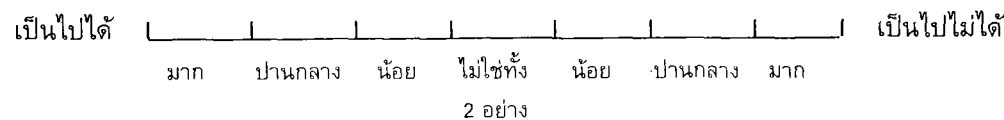
32. ทำให้ ประหยัดค่าใช้จ่าย



33. ทำให้ สุขภาพร่างกายดี



34. เนื่องจาก หาซื้อได้ง่าย



35. ทำให้ **ฉิวพรรณดี**

เป็นไปได้ เป็นไปไม่ได้

มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก

2 อย่าง

การที่นักศึกษาใช้สบู่สมุนไพร

36. เนื่องจาก **ไม่มีผลข้างเคียง**

เป็นไปได้ เป็นไปไม่ได้

มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก

2 อย่าง

37. ทำให้ **ประหยัดค่าใช้จ่าย**

เป็นไปได้ เป็นไปไม่ได้

มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก

2 อย่าง

38. ทำให้ **สุขภาพร่างกายดี**

เป็นไปได้ เป็นไปไม่ได้

มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก

2 อย่าง

39. เนื่องจาก **หาซื้อได้ง่าย**

เป็นไปได้ เป็นไปไม่ได้

มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก

2 อย่าง

40. ทำให้ **ฉิวพรรณดี**

เป็นไปได้ เป็นไปไม่ได้

มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก

2 อย่าง

การที่นักศึกษารับประทานยาสมุนไพร

41. เนื่องจาก **ไม่มีผลข้างเคียง**

เป็นไปได้ เป็นไปไม่ได้

มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก

2 อย่าง

42. ทำให้ **ประหยัดค่าใช้จ่าย**

เป็นไปได้ เป็นไปไม่ได้

มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก

2 อย่าง

43. ทำให้ **สุขภาพร่างกายดี**

เป็นไปได้ เป็นไปไม่ได้

มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก

2 อย่าง

44. เนื่องจาก หาซื้อได้ง่าย

เป็นไปได้ เป็นไปไม่ได้

มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
2 อย่าง

45. ทำให้ ผิวพรรณดี

เป็นไปได้ เป็นไปไม่ได้

มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
2 อย่าง

ชุดที่ 3 (e₁)

46. การที่ไม่มีผลข้างเคียงจากการใช้แชมพูสมุนไพร เป็นสิ่งที่...

ดี เลว

มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
2 อย่าง

47. การประหยัดค่าใช้จ่ายจากการใช้แชมพูสมุนไพร เป็นสิ่งที่...

ดี เลว

มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
2 อย่าง

48. การที่สุขภาพร่างกายดีจากการใช้แชมพูสมุนไพร เป็นสิ่งที่...

ดี เลว

มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
2 อย่าง

49. การหาซื้อแชมพูสมุนไพรมาใช้ได้ง่าย เป็นสิ่งที่...

ดี เลว

มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
2 อย่าง

50. การที่ผิวพรรณดีจากการใช้แชมพูสมุนไพร เป็นสิ่งที่...

ดี เลว

มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
2 อย่าง

51. การที่ไม่มีผลข้างเคียงจากการใช้ยาสีฟันสมุนไพร เป็นสิ่งที่...

ดี เลว

มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
2 อย่าง

52. การประหยัดค่าใช้จ่ายจากการใช้ยาสีฟันสมุนไพร เป็นสิ่งที่...

ดี เลว

มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
2 อย่าง

53. การที่สุขภาพร่างกายดีจากการใช้ยาสีฟันสมุนไพร เป็นสิ่งที่...

ดี เลว
 มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
 2 อย่าง

54. การหาซื้อยาสีฟันสมุนไพรมาใช้ได้ง่าย เป็นสิ่งที่...

ดี เลว
 มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
 2 อย่าง

55. การที่ผิวพรรณดีจากการใช้ยาสีฟันสมุนไพร เป็นสิ่งที่...

ดี เลว
 มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
 2 อย่าง

56. การที่ไม่มีผลข้างเคียงจากการดื่มเครื่องดื่มสมุนไพร เป็นสิ่งที่...

ดี เลว
 มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
 2 อย่าง

57. การประหยัดค่าใช้จ่ายจากการดื่มเครื่องดื่มสมุนไพร เป็นสิ่งที่...

ดี เลว
 มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
 2 อย่าง

58. การที่สุขภาพร่างกายดีจากการดื่มเครื่องดื่มสมุนไพร เป็นสิ่งที่...

ดี เลว
 มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
 2 อย่าง

59. การหาซื้อเครื่องดื่มสมุนไพรมาดื่มได้ง่าย เป็นสิ่งที่...

ดี เลว
 มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
 2 อย่าง

60. การที่ผิวพรรณดีจากการดื่มเครื่องดื่มสมุนไพร เป็นสิ่งที่...

ดี เลว
 มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
 2 อย่าง

61. การที่ไม่มีผลข้างเคียงจากการใช้สบู่สมุนไพร เป็นสิ่งที่...

ดี เลว
 มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
 2 อย่าง

62. การประหยัดค่าใช้จ่ายจากการใช้สบู่สมุนไพร เป็นสิ่งที่...

ดี เลว
 มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
 2 อย่าง

63. การที่สุขภาพร่างกายดีจากการใช้สมุนไพร เป็นสิ่งที่...

ดี เลว
 มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
 2 อย่าง

64. การหาซื้อสมุนไพรมาใช้ได้ง่าย เป็นสิ่งที่...

ดี เลว
 มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
 2 อย่าง

65. การที่ผิวพรรณดีจากการใช้สมุนไพร เป็นสิ่งที่...

ดี เลว
 มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
 2 อย่าง

66. การที่ไม่มีผลข้างเคียงจากรับประทานยาสมุนไพร เป็นสิ่งที่...

ดี เลว
 มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
 2 อย่าง

67. การประหยัดค่าใช้จ่ายจากรับประทานยาสมุนไพร เป็นสิ่งที่...

ดี เลว
 มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
 2 อย่าง

68. การที่สุขภาพร่างกายดีจากรับประทานยาสมุนไพร เป็นสิ่งที่...

ดี เลว
 มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
 2 อย่าง

69. การหาซื้อยาสมุนไพรมารับประทานได้ง่าย เป็นสิ่งที่...

ดี เลว
 มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
 2 อย่าง

70. การที่ผิวพรรณดีจากรับประทานยาสมุนไพร เป็นสิ่งที่...

ดี เลว
 มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
 2 อย่าง

ชุดที่ 4 (SN₁)

71. นักศึกษาต้องการทำตามความคิดของบุคคลที่สนับสนุนนักศึกษา เกี่ยวกับการใช้แชมพูสมุนไพร
เป็นไปได้ _____ เป็นไปไม่ได้

มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก

2 อย่าง

72. นักศึกษาต้องการทำตามความคิดของบุคคลที่สนับสนุนนักศึกษา เกี่ยวกับการใช้ยาสีฟันสมุนไพร
เป็นไปได้ _____ เป็นไปไม่ได้

มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก

2 อย่าง

73. นักศึกษาต้องการทำตามความคิดของบุคคลที่สนับสนุนนักศึกษา เกี่ยวกับการดื่มเครื่องดื่มสมุนไพร
เป็นไปได้ _____ เป็นไปไม่ได้

มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก

2 อย่าง

74. นักศึกษาต้องการทำตามความคิดของบุคคลที่สนับสนุนนักศึกษา เกี่ยวกับการใช้สบู่สมุนไพร
เป็นไปได้ _____ เป็นไปไม่ได้

มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก

2 อย่าง

75. นักศึกษาต้องการทำตามความคิดของบุคคลที่สนับสนุนนักศึกษา เกี่ยวกับการรับประทาน
ยาสมุนไพร

เป็นไปได้ _____ เป็นไปไม่ได้

มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก

2 อย่าง

ชุดที่ 5 (NB₁)

76. เพื่อนของนักศึกษาคิดว่านักศึกษาคควรใช้แชมพูสมุนไพร

เป็นไปได้ _____ เป็นไปไม่ได้

มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก

2 อย่าง

77. เพื่อนของนักศึกษาคิดว่านักศึกษาคควรใช้ยาสีฟันสมุนไพร

เป็นไปได้ _____ เป็นไปไม่ได้

มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก

2 อย่าง

78. เพื่อนของนักศึกษาคิดว่านักศึกษาคควรดื่มเครื่องดื่มสมุนไพร

เป็นไปได้ _____ เป็นไปไม่ได้

มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก

2 อย่าง

89. ดารา - นักแสดงคิดว่านักศึกษาควรใช้สบู่สมุนไพรมาก

เป็นไปได้ เป็นไปไม่ได้
 มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
 2 อย่าง

90. ดารา - นักแสดงคิดว่านักศึกษาควรรับประทานยาสมุนไพรมาก

เป็นไปได้ เป็นไปไม่ได้
 มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
 2 อย่าง

91. อาจารย์ของนักศึกษาคิดว่านักศึกษาควรใช้แชมพูสมุนไพรมาก

เป็นไปได้ เป็นไปไม่ได้
 มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
 2 อย่าง

92. อาจารย์ของนักศึกษาคิดว่านักศึกษาควรใช้ยาสีฟันสมุนไพรมาก

เป็นไปได้ เป็นไปไม่ได้
 มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
 2 อย่าง

93. อาจารย์ของนักศึกษาคิดว่านักศึกษาควรดื่มเครื่องดื่มสมุนไพรมาก

เป็นไปได้ เป็นไปไม่ได้
 มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
 2 อย่าง

94. อาจารย์ของนักศึกษาคิดว่านักศึกษาควรใช้สบู่สมุนไพรมาก

เป็นไปได้ เป็นไปไม่ได้
 มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
 2 อย่าง

95. อาจารย์ของนักศึกษาคิดว่านักศึกษาควรรับประทานยาสมุนไพรมาก

เป็นไปได้ เป็นไปไม่ได้
 มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
 2 อย่าง

ชุดที่ 6 (MC₁)

96. นักศึกษาต้องการทำตามสิ่งที่เพื่อนต้องการให้ทำเกี่ยวกับการใช้แชมพูสมุนไพรมากเพียงใด

ต้องการ ไม่ต้องการ
 มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
 2 อย่าง

97. นักศึกษาต้องการทำตามสิ่งที่เพื่อนต้องการให้ทำเกี่ยวกับการใช้ยาสีฟันสมุนไพรมากเพียงใด

ต้องการ ไม่ต้องการ
 มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
 2 อย่าง

ชุดที่ 7 (1)

116. ถ้ามีโอกาส นักศึกษาจะใช้แชมพูสมุนไพร

ตั้งใจจะใช้ | _____ | ตั้งใจจะไม่ใช้
 มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
 2 อย่าง

117. ถ้ามีโอกาส นักศึกษาจะใช้ยาสีฟันสมุนไพร

ตั้งใจจะใช้ | _____ | ตั้งใจจะไม่ใช้
 มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
 2 อย่าง

118. ถ้ามีโอกาส นักศึกษาจะดื่มเครื่องดื่มสมุนไพร

ตั้งใจจะใช้ | _____ | ตั้งใจจะไม่ใช้
 มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
 2 อย่าง

119. ถ้ามีโอกาส นักศึกษาจะใช้สบู่สมุนไพร

ตั้งใจจะใช้ | _____ | ตั้งใจจะไม่ใช้
 มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
 2 อย่าง

120. ถ้ามีโอกาส นักศึกษาจะรับประทานยาสมุนไพร

ตั้งใจจะใช้ | _____ | ตั้งใจจะไม่ใช้
 มาก ปานกลาง น้อย ไม่ใช่ทั้ง น้อย ปานกลาง มาก
 2 อย่าง

ภาคผนวก ง

- รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ

รศ.นิภา ศรีไพโรจน์

ภาควิชาการวัดผลและวิจัยการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร

อ.ชวลิต รวยอาจิณ

ภาควิชาการวัดผลและวิจัยการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร

อ.สิมูฐากร ชูทรัพย์

ภาควิชาหลักสูตรและการสอน คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ประวัติของผู้วิจัย

ประวัติของผู้วิจัย

ชื่อ – ชื่อสกุล	นางสาวชุลีพร ลักขณาพิพัฒน์
เกิดวันที่	14 มีนาคม 2515
สถานที่เกิด	148 / 15 หมู่ 4 ต.ท่าเรือ อ.ท่ามะกา จ.กาญจนบุรี 71130
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	38 / 54 หมู่ 1 ต.ท่ามะกา อ.ท่ามะกา จ.กาญจนบุรี 71120
สถานที่ทำงาน	สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล คณะเกษตรศาสตร์บางพระ ต.บางพระ อ. ศรีราชา จ.ชลบุรี 20210 โทรศัพท์ (038) – 777613 ต่อ 134,135
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2532 จบมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนท่ามะกาวิทยาคม จ.กาญจนบุรี พ.ศ. 2536 จบปริญญาตรี ศษ.บ. บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พ.ศ. 2543 จบปริญญาโท กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร