

ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ "ทรีออร์คิดส์" เกลือแปรงฟันสมุนไพร  
ไทยสูตรโบราณที่ส่งผลต่อสุขภาพปากและฟันของผู้บริโภคในประเทศไทย  
Factors of Decision Making in Purchasing "Three Orchids" Thai Herbal  
Dentifrice Salt from an original recipe affecting oral health of  
consumers in Thailand

ธัชชาพัฒน์ ยุกตานนท์,<sup>1</sup> สุขุมาล ยุกตานนท์,<sup>2</sup> กานต์พิสุทธิ์ ยุกตานนท์,<sup>3</sup>  
อุตมาภรณ์ ยุกตานนท์<sup>4</sup> และ วรพฐ์ ยุกตานนท์<sup>5</sup>

Taschapat Yuktananda,<sup>1</sup> Sukhumal Yuktananda,<sup>2</sup> Kanpisut Yuktananda,<sup>3</sup>

Uttamaporn Yuktananda<sup>4</sup> and Worapathu Yuktananda<sup>5</sup>

ทรีออร์คิดส์ ไทยเฮิร์บ

Three Orchids Thai Herb

Email: taschp23@gmail.com

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัญหาปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ "ทรีออร์คิดส์" เกลือแปรงฟันสมุนไพรไทยสูตรโบราณที่ส่งผลต่อสุขภาพปากและฟันของผู้บริโภคในประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ "ทรีออร์คิดส์" เกลือแปรงฟันสมุนไพรไทยสูตรโบราณที่ส่งผลต่อสุขภาพปากและฟันของผู้บริโภคในประเทศไทย และ 3) เพื่อเสนอแนะปัจจัยและแนวทางที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ "ทรีออร์คิดส์" เกลือแปรงฟันสมุนไพรไทยสูตรโบราณที่ส่งผลต่อสุขภาพปากและฟันของผู้บริโภคในประเทศไทย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ประชาชนกลุ่มตัวอย่างในประเทศไทย จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่แบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่า น้ำหนักเฉลี่ยด้านการใช้งานทั้ง 3 ด้าน เท่ากับ 3.12 ค่า S.D. เท่ากับ 0.95 แปลผลได้ว่าอยู่ในระดับดี ในขณะที่ด้านประสิทธิภาพ และความสะอาดใช้ ที่ส่งผลต่อสุขภาพปากและฟันของผู้บริโภค เป็นด้านที่มีน้ำหนักเฉลี่ยสูงสุด 2 อันดับแรก แปลผลได้ว่าอยู่ในระดับดี ในขณะเดียวกัน ด้านความสะอาด มีน้ำหนักเฉลี่ยต่ำที่สุด ซึ่งแปลผลได้ว่า อยู่ในระดับดี

น้ำหนักเฉลี่ยด้านสรรพคุณ ทั้ง 3 ด้าน เท่ากับ 3.04 ค่า S.D. เท่ากับ 0.93 แปลผลได้ว่าอยู่ในระดับดี ในขณะที่ด้านการลดกลิ่นปาก และด้านการรักษารำมะนาด เป็นด้านที่มีน้ำหนักเฉลี่ยสูงสุด 2 อันดับแรก แปลผลได้ว่าอยู่ในระดับดี ในขณะเดียวกัน ด้านการรักษาแผลในปาก มีน้ำหนักเฉลี่ยต่ำที่สุด ซึ่งแปลผลได้ว่า อยู่ในระดับดี

ระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคมีน้ำหนักเฉลี่ยทั้ง 5 ด้าน เท่ากับ 3.11 ค่า S.D. เท่ากับ 0.92 ซึ่งแปลผลได้ว่าอยู่ในระดับมาก ในขณะที่ด้านราคา มีน้ำหนักเฉลี่ยสูงที่สุด เท่ากับ 3.16 มีค่า S.D. เท่ากับ 0.96 ซึ่งแปลผลได้ว่าอยู่ในระดับปานมาก รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีน้ำหนักเฉลี่ย เท่ากับ 3.15 มีค่า S.D. เท่ากับ 0.90 ซึ่งแปลผลได้ว่าอยู่ในระดับมาก ด้านความพึงพอใจ มีน้ำหนักเฉลี่ย เท่ากับ 3.10 มีค่า S.D. เท่ากับ 0.98 ซึ่งแปลผลได้ว่าอยู่ในระดับปานกลาง และด้านความรวดเร็ว มีน้ำหนักเฉลี่ย 3.09 มีค่า S.D. เท่ากับ 0.88 ซึ่งแปลผลได้ว่าอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ ส่วนด้านบรรจุภัณฑ์มี น้ำหนักเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ เท่ากับ 3.07 มีค่า S.D. เท่ากับ 0.86 ซึ่งแปลผลได้ว่าอยู่ในระดับปานกลาง

**คำสำคัญ:** ปัจจัยที่ส่งผลต่อ; สุขภาพปากและฟัน; การตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์; ทรีออร์คิดส์; เกลือ แปรงฟันสมุนไพรไทยสูตรโบราณ; ผู้บริโภคในประเทศไทย

## Abstract

The objectives of this research were 1) To study problematic factors affecting Decision Making in Purchasing "Three Orchids" Thai Herbal Dentifrice Salt from an original recipe affecting oral health of consumers in Thailand 2) To study and analyze demographic characteristics affecting Decision Making in Purchasing "Three Orchids" Thai Herbal Dentifrice Salt from an original recipe affecting oral health of consumers in Thailand and 3) To suggest guidelines affecting Decision Making in Purchasing "Three Orchids" Thai Herbal Dentifrice Salt from an original recipe affecting oral health of consumers in Thailand. This research applied quantitative research. The sample groups used in this research are Sample population in Thailand totaling 400 people. The research tools used were questionnaires.

The research found that: The average weight in all 3 areas of usage was 3.12. The S.D. value was 0.95, indicating that it was at a good level. While in terms of efficiency and convenience, these are the top 2 areas with the highest average weight. The results can be interpreted as being at good level. Meanwhile Comfort aspect has the lowest average weight which can be interpreted as is at good level.

The average weight for Properties in all 3 areas was 3.04. The S.D. value was 0.93, indicating that it was good level. While on the Reducing bad breath and Treating gumboil. These are the top 2 areas with the highest average weight, resulting in a moderate level. Meanwhile Treating mouth ulcer has the lowest average weight which can be interpreted as is at a moderate level.

The level of product purchasing decision of consumers has an average weight of all 5 aspects equal to 3.11, S.D. value equal to 0.92, which results can be interpreted as being at a high level. While the price has the highest average weight the results were found to be at a very high level. Next was



the processed product side, which was found to be at a moderate level. In terms of satisfaction, the results were found to be at a moderate level and in terms of speed, the results were found to be at a moderate level. As for packaging, the average weight was the lowest, which resulted in a moderate level.

**Keywords:** Factors affecting; Oral health; Product purchasing decisions; Three Orchids; Thai herbal toothbrush salt; Consumers in Thailand

## บทนำ

สภาพปัญหาในสังคมคือสุขภาพและฟันทั้งเด็กและผู้ใหญ่ ทั้งวัยทำงานและวัยเรียน การเลือกซื้อหรือเลือกใช้ผลิตภัณฑ์แปรงฟันนั้นเป็นสิ่งสำคัญเพราะยิ่งโลกทันสมัยมากขึ้น อาหารและขนมขบเคี้ยวตลอดจนบุหรี่ยี่สิบปีจะเป็นคราบติดฟัน หรือส่งผลต่อกลิ่นปากนั้นเป็นสิ่งที่ควรพิจารณา เป็นต้น

สังคมไทยในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเป็นผลมาจากการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและสังคมทำให้ค่านิยมขนบธรรมเนียมประเพณีเปลี่ยนแปลงไป สถาบันทางสังคมอันดับแรกที่มีมนุษย์แต่ละคนจะมีประสบการณ์ตรงตั้งแต่เริ่มต้นของชีวิตที่ต่างมีความแตกต่างกันมีวิถีการดำเนินชีวิตแตกต่างหลากหลายโดยเฉพาะในยุคโลกาภิวัตน์มีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว มนุษย์ต้องอยู่ร่วมกันเป็นสังคมต่อเนื่องมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน การเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วก่อให้เกิดการตัดสินใจและบทบาทหน้าที่ที่ดีสู่สังคมขนาดใหญ่ในระดับประเทศได้ (ธวัชชัยพัฒน์ ยุกตานนท์, 2565)

สังคมปัจจุบันมีความเจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีและการสื่อสาร มนุษย์ถือว่าเป็นสัตว์สังคมจึงเป็นธรรมชาติที่มนุษย์จะต้องมีการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน มีการทำงานและแบ่งหน้าที่กันรับผิดชอบตามบทบาทของแต่ละคน (ธวัชชัยพัฒน์ ยุกตานนท์, 2562) การที่มนุษย์อาศัยอยู่ด้วยกันทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ นอกเหนือจากการแสดงออกโดยการกระทำหรือคำพูดแล้วกลิ่นปาก(Malodor) ก็ถือเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงออกที่สามารถรับรู้ได้อย่างรวดเร็วจากบุคคลรอบข้างโดยปกติสามารถแบ่งประเภทของกลิ่นปากได้หลักๆ คือ กลิ่นปากแท้ (Genuine halitosis) ซึ่งหมายถึงผู้ที่มีระดับของก๊าซออกกลิ่นปากชนิด volatile sulfur compounds (VSCs) ในระดับสูง อีกประเภทคือ กลิ่นปากเทียม (Pseudo-halitosis)ซึ่งหมายถึงผู้ที่รู้สึกว่ามีกลิ่นปากแต่ก๊าซออกกลิ่นปากอยู่ในระดับต่ำ และประเภทสุดท้ายคือ ภาวะกลัวการมีกลิ่นปาก (Halitophobia) เป็นกลุ่มที่ต้องการการรักษากลิ่นปากแม้ไม่มีกลิ่นปากแล้ว (มหัทธนะ พูลเกษร, 2565)

สรุปด้วยสังคมที่มีความก้าวหน้ามากขึ้นเกิดความเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่จะสามารถช่วยมนุษย์ได้โดยง่ายรวมไปถึงเรื่องของสุขภาพฟันแต่สิ่งเหล่านี้จำเป็นต้องใช้ทรัพย์สินที่สูงทำให้บางคนไม่สามารถใช้ได้จึงต้องมีผลิตภัณฑ์บำรุงฟันขึ้นมาและปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์บำรุงฟันเกิดขึ้นมากมายจึงมีปัจจัยหลายชนิดที่ทำให้ผู้บริโภคคิดและตัดสินใจก่อนที่จะซื้อผลิตภัณฑ์



ปัจจัยที่สำคัญในการดำรงชีวิต ประกอบไปด้วย ปัจจัย 4 ได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค สิ่งเหล่านี้ล้วนแต่มีความจำเป็นในชีวิตของทุกคน สินค้าอุปโภคบริโภค จำพวกยาสีฟันก็เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตที่ต้องใช้เป็นประจำทุกวันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ทั้ง 3 เวลา เช้า กลางวัน และก่อนเข้านอน ยาสีฟันเปรียบได้ว่าเป็นสิ่งที่ต้องมองหาทั้งขณะตื่นและก่อนนอนเลยก็ว่าได้ ยาสีฟันเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคที่เป็นพื้นฐานในชีวิตประจำวัน ที่ต้องใช้ทุกวันเพื่อสุขอนามัยที่ดีต่อช่องปาก สุขภาพดีเริ่มต้นที่ช่องปาก เมื่อระบบภายในช่องปากดีแล้วก็จะทำให้ระบบต่างๆ ในร่างกายดีตามขึ้นด้วย ในปัจจุบัน ผู้บริโภคหันมาดูแลสุขภาพกันมากขึ้นทั้งอาหารและรวมไปถึงสิ่งที่ต้องใช้เกี่ยวกับช่องปากก็เป็นสิ่งสำคัญเช่นกัน (จุฑามาศ ผีกฝน, 2562)

ปัจจุบันคนรุ่นใหม่หันมาให้ความสนใจกับกระแสสุขภาพ เริ่มตระหนักและให้ความสำคัญกับอันตรายของส่วนประกอบทางเคมีที่มีอยู่ในผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่ใช้ในการดำรงชีวิตประจำวัน ผลิตภัณฑ์ที่สกัดมาจากธรรมชาติ และสมุนไพรจึงได้รับความสนใจจากผู้บริโภคมากขึ้น โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ใช้เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพของช่องปาก นั่นคือ ยาสีฟันสมุนไพร (ชาคริต อาภาตั้งตระกูล และคณะ, 2562)

เกลือแปรงฟันเป็นอีกหนึ่งทางเลือกในการลดปัญหาฟันผุและช่องปากโดยมีสรรพคุณในการรักษาโรคคร่ำเมนาด ปวดฟัน หรืออาจใช้ก่อนนอนและเวลาเช้า เป็นยารักษาฟันให้สะอาดและทนทำให้เหงือกกระชับกับฟันแน่น ซึ่งเกลือจะช่วยให้ดับกลิ่นปากที่เกิดจากเชื้อแบคทีเรียบริเวณช่องปาก สารส้มมีรสเปรี้ยวฝาด จะช่วยให้โคนฟันแน่นกระชับ ส่วนพิมเสนมีกลิ่นหอมช่วยให้ลมหายใจหอมสดชื่น (กลุ่มงานวิชาการเภสัชกรรมแผนไทย, 2561)

กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจะช่วยให้เข้าใจในขั้นตอนการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคอย่างละเอียดตั้งแต่จุดแรกไปจนถึงสิ้นสุด ซึ่งจะช่วยให้อาจวางแผนไม่ว่าจะเป็นตั้งแต่การผลิตสินค้าหรือบริการ การวางแผนการตลาด ตั้งแต่กระบวนการแรกเริ่มไปจนถึงการดึงดูดให้เกิดกิจกรรมทางการขายมากขึ้นก่อนจะเกิดการซื้อใด ๆ ก็ตามผู้บริโภคจำเป็นต้องคำนึงถึงเหตุผลที่จะต้องซื้อในการจะซื้อสินค้าหรือบริการสักอย่างหนึ่งเสมอ หรืออาจนึกถึงสถานที่ที่อยากจะไปสักที่ใดที่หนึ่งซึ่งนับเป็นความปรารถนาที่เกิดขึ้นที่นับว่าเป็นจุดเริ่มต้นของปัญหา ณ ปัจจุบันของผู้บริโภค โดยสามารถกำหนดปัญหาซึ่งอาจจะเป็นสิ่งที่มีอยู่หรือยังไม่ได้ถูกเติมเต็มเมื่อผู้บริโภครับรู้ถึงปัญหาแล้วก็จะเกิดการอยากรู้และค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อดูว่าอะไรคือสิ่งที่จะมาเติมเต็มปัญหาเหล่านั้นได้จะมีวิธีการใดๆ ที่เข้ามาแก้ไขสิ่งที่เป็นปัญหาที่ผู้บริโภคกำลังเผชิญอยู่ (ปรีดี นกุลสมปรารถนา, 2564)

ผู้วิจัยสรุปจากการศึกษาค้นคว้าเอกสาร งานวิจัย และสื่อต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริบทของผลิตภัณฑ์เพื่อช่องปากต่างๆ รวมไปถึงปัญหาทั้งในด้านของปัญหากลิ่นปาก รวมไปถึงด้านสุขภาพปากและฟัน การใส่ใจเรื่องปัญหากลิ่นปาก และสุขภาพของช่องปากเป็นสิ่งสำคัญในการติดต่อสื่อสารของคนในสังคม และการมีสุขภาพที่ดีในทุกด้าน ยาสีฟันหรือผลิตภัณฑ์เพื่อช่องปากจากส่วนผสมของเกลือและสมุนไพรจึงเป็นที่นิยมในยุคใหม่ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ช่วยปกป้องสุขภาพปากและฟันให้แข็งแรง โดยผลิตภัณฑ์เกลือแปรงฟันสมุนไพรไทยสูตรโบราณ “ทริออร์คิดส์” เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมในหมู่ประชาชนคน



ไทย แต่ในปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์เกิดขึ้นมากมายที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพปากทำให้ผู้บริโภคเกิดความลังเลในการตัดสินใจซื้อ ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ที่จะศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ "ทรีออร์คิดส์" เกลือแปรงฟันสมุนไพรไทยสูตรโบราณของผู้บริโภคในประเทศไทย เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน และสามารถนำไปพัฒนาเกลือแปรงฟันสมุนไพรไทยสูตรโบราณ "ทรีออร์คิดส์" ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้นกว่าเดิมเพื่อสุขภาพปากและฟันที่ดีของผู้บริโภคในประเทศไทยต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ "ทรีออร์คิดส์" เกลือแปรงฟันสมุนไพรไทยสูตรโบราณที่ส่งผลต่อสุขภาพปากและฟันของผู้บริโภคในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ "ทรีออร์คิดส์" เกลือแปรงฟันสมุนไพรไทยสูตรโบราณที่ส่งผลต่อสุขภาพปากและฟันของผู้บริโภคในประเทศไทย
3. เพื่อเสนอแนะปัจจัยและแนวทางที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ "ทรีออร์คิดส์" เกลือแปรงฟันสมุนไพรไทยสูตรโบราณที่ส่งผลต่อสุขภาพปากและฟันของผู้บริโภคในประเทศไทย

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาวิเคราะห์สังเคราะห์สรุปให้เห็นถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ "ทรีออร์คิดส์"

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนในประเทศไทย จำนวน 66,090,475 คน (กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2565) กลุ่มตัวอย่างในการทำแบบสอบถามในครั้งนี้ที่ได้มาโดยการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างจากประชากรที่มีจำนวนมาก มีความแตกต่างกันระหว่างหน่วยสุ่มที่สามารถจำแนกออกเป็นชั้นภูมิ (Stratum) เพื่อให้ข้อมูลที่ได้มีความครบถ้วนครอบคลุมและคำนวณหาจำนวนตัวอย่างตามสูตรทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973) ได้กลุ่มตัวอย่างที่มาจากภาคการปกครองประชากรใน 77 จังหวัดซึ่งแบ่งเป็นจังหวัดละ 5 คน และกรุงเทพมหานครที่เป็นเมืองหลวง 20 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเป็นจำนวน 400 คน (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2560)

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการศึกษาวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นโดยการศึกษาค้นคว้า ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้ครอบคลุมเนื้อหาและวัตถุประสงค์ในการศึกษาตามกรอบแนวคิดของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ส่วนประกอบของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้



ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของประชาชนกลุ่มตัวอย่างในประเทศไทย โดยมีลักษณะเป็นคำถามเลือกตอบ 1 ข้อ จากตัวเลือกหลายข้อ ประกอบด้วย 1) เพศ 2) อายุ 3) ระดับการศึกษา และ 4) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการใช้งาน ประกอบด้วย 1) ความสะดวกใช้ 2) ความสะอาด และ 3) ประสิทธิภาพ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านสรรพคุณ ประกอบด้วย 1) การลดกลิ่นปาก 2) การรักษา รำมะนาด และ 3) การรักษาแผลในปาก

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค ประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์ 2) ราคา 3) ความรวดเร็ว 4) บรรจุภัณฑ์ และ 5) ความพึงพอใจ

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่นๆ เพิ่มเติม

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม นำแบบสอบถามที่ผ่านการพัฒนาและปรับปรุงจนมีคุณภาพในระดับที่ยอมรับได้ไปดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง ขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามและเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่าง แจกจ่ายและเก็บแบบสอบถามจากประชากรกลุ่มตัวอย่าง รับแบบสอบถามกลับคืน ตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนสมบูรณ์แล้วไปวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนต่อไป

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ทำการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ สังเคราะห์เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การสังเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับด้านการใช้งาน ร่วมกับด้านสรรพคุณ และระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค เพื่อสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัยจากตัวแปรต่าง ๆ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามความคิดเห็นของประชาชนในประเทศไทย โดยการลงรหัสข้อมูลที่เก็บได้ทั้งหมดเพื่อเตรียมสำหรับการวิเคราะห์ทางสถิติ หลังจากนั้นจึงใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติทั้งเชิงพรรณนา เพื่อวิเคราะห์น้ำหนักของด้านแต่ละด้านที่ศึกษาและใช้สถิติเชิงอนุมาน เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างด้านการใช้งาน และด้านสรรพคุณ

## ผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่างที่สุ่มมาจากประชาชนในประเทศไทย จำนวน 400 คน ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

### 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 226 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 56.5 และเป็นเพศชาย จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 เป็นผู้มีอายุระหว่าง 26-40 ปี จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 รองลงมาผู้มีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 ผู้มีอายุระหว่าง 51-60 ปี



มีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 ผู้มีอายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 และผู้มีอายุไม่เกิน 25 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.25 รองลงมาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 25,000 จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาต่ำกว่า 15,000 จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.75 และมากกว่า 25,000 จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.25 ตามลำดับ

## 2. สรุประดับค่าเฉลี่ยของด้านที่ศึกษา

### 2.1 ด้านการใช้งาน

ตารางที่ 1 ภาพรวมของด้านการใช้งาน

| ด้านการใช้งาน | $\bar{x}$   | S.D.        | แปลผล      |
|---------------|-------------|-------------|------------|
| ความสะดวกใช้  | 3.12        | 0.90        | มาก        |
| ความสะดวก     | 3.11        | 0.96        | มาก        |
| ประสิทธิภาพ   | 3.16        | 0.98        | มาก        |
| <b>ภาพรวม</b> | <b>3.13</b> | <b>0.95</b> | <b>มาก</b> |

จากตารางที่ 1 น้ำหนักเฉลี่ยด้านการใช้งานทั้ง 3 ด้าน เท่ากับ 3.13 ค่า S.D. เท่ากับ 0.95 แปลผลได้ว่าอยู่ในระดับมาก ในขณะที่ด้านประสิทธิภาพ และด้านความสะดวกใช้ เป็นด้านที่มีน้ำหนักเฉลี่ยสูงที่สุด 2 อันดับแรก โดยมีค่าระดับเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 และ 3.12 ทั้งหมดแปลผลได้ว่าอยู่ในระดับมาก มีค่า S.D. เท่ากับ 0.98 และ 0.90 ตามลำดับ ในขณะเดียวกัน ด้านความสะดวก มีน้ำหนักเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ 3.11 ค่า S.D. เท่ากับ 0.96 ซึ่งแปลผลได้ว่า อยู่ในระดับมาก

### 2.2 ด้านสรรพคุณ

ตารางที่ 2 ภาพรวมของด้านสรรพคุณ

| ด้านสรรพคุณ   | $\bar{x}$   | S.D.        | แปลผล      |
|---------------|-------------|-------------|------------|
| ลดกลิ่นปาก    | 3.17        | 1.03        | มาก        |
| รักษารำมะนาด  | 3.14        | 0.89        | มาก        |
| รักษาแผลในปาก | 3.12        | 0.88        | มาก        |
| <b>ภาพรวม</b> | <b>3.14</b> | <b>0.93</b> | <b>มาก</b> |

จากตารางที่ 2 น้ำหนักเฉลี่ยด้านสรรพคุณ ทั้ง 3 ด้าน เท่ากับ 3.14 ค่า S.D. เท่ากับ 0.93 แปลผลได้ว่าอยู่ในระดับมาก ในขณะที่ด้านลดกลิ่นปาก และด้านการรักษารำมะนาด เป็นด้านที่มีน้ำหนักเฉลี่ยสูงที่สุด 2 อันดับแรก โดยมีค่าระดับเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 และ 3.14 ทั้งหมดแปลผลได้ว่าอยู่ในระดับมาก มีค่า S.D. เท่ากับ 1.03 และ 0.89 ตามลำดับ ในขณะเดียวกัน ด้านรักษาแผลในปาก มีน้ำหนักเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ 3.12 ค่า S.D. เท่ากับ 0.88 ซึ่งแปลผลได้ว่า อยู่ในระดับมาก



## 2.3 ระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค

ตารางที่ 3 ภาพรวมของระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค

| ระดับการตัดสินใจเลือกซื้อ<br>ผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค | $\bar{x}$ | S.D. | แปลผล   |
|----------------------------------------------------|-----------|------|---------|
| ผลิตภัณฑ์                                          | 3.15      | 0.90 | มาก     |
| ราคา                                               | 3.16      | 0.96 | มาก     |
| ความรวดเร็ว                                        | 3.09      | 0.88 | ปานกลาง |
| บรรจุภัณฑ์                                         | 3.07      | 0.86 | ปานกลาง |
| ความพึงพอใจ                                        | 3.10      | 1.02 | ปานกลาง |
| ภาพรวม                                             | 3.11      | 0.92 | ปานกลาง |

จากตารางที่ 3 ระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคมีน้ำหนักเฉลี่ยทั้ง 5 ด้าน เท่ากับ 3.11 ค่า S.D. เท่ากับ 0.92 ซึ่งแปลผลได้ว่าอยู่ในระดับมาก ในขณะที่ด้านราคา มีน้ำหนักเฉลี่ยสูงที่สุด เท่ากับ 3.16 มีค่า S.D. เท่ากับ 0.96 ซึ่งแปลผลได้ว่าอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีน้ำหนักเฉลี่ย เท่ากับ 3.15 มีค่า S.D. เท่ากับ 0.90 ซึ่งแปลผลได้ว่าอยู่ในระดับมาก ด้านความพึงพอใจ มีน้ำหนักเฉลี่ย เท่ากับ 3.10 มีค่า S.D. เท่ากับ 0.98 ซึ่งแปลผลได้ว่าอยู่ในระดับปานกลาง และด้านความรวดเร็ว มีน้ำหนักเฉลี่ย 3.09 มีค่า S.D. เท่ากับ 0.88 ซึ่งแปลผลได้ว่าอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ ส่วนด้านบรรจุภัณฑ์มีน้ำหนักเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ เท่ากับ 3.07 มีค่า S.D. เท่ากับ 0.86 ซึ่งแปลผลได้ว่าอยู่ในระดับปานกลาง

## 2.4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 4 สรุปเมทริกซ์ผลการทดสอบสมมติฐานด้านประชากรศาสตร์

| ด้านประชากรศาสตร์        | ระดับการตัดสินใจเลือกซื้อ<br>ผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค |
|--------------------------|----------------------------------------------------|
| 1.1 เพศ                  | ไม่มีความแตกต่าง                                   |
| 1.2 อายุ                 | ไม่มีความแตกต่าง                                   |
| 1.3 ระดับการศึกษา        | ไม่มีความแตกต่าง                                   |
| 1.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | แตกต่าง                                            |

จากตารางที่ 4 สรุปได้ว่า มีเพียงด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเท่านั้น ที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05



### 3. สรุปผลการวิจัยแยกตามวัตถุประสงค์

จากผลการศึกษา ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

**วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพปัญหาปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ "ทรียอร์คิตส์" เกลือแปรงฟันสมุนไพรไทยสูตรโบราณที่ส่งผลต่อสุขภาพปากและฟันของผู้บริโภคในประเทศไทย** จากผลการศึกษา สามารถสรุปได้ดังนี้

1. น้ำหนักเฉลี่ยด้านการใช้งานทั้ง 3 ด้าน เท่ากับ 3.13 ค่า S.D. เท่ากับ 0.95 แปรผลได้ว่าอยู่ในระดับมาก ในขณะที่ด้านประสิทธิภาพ และด้านความสะดวกใช้ เป็นด้านที่มีน้ำหนักเฉลี่ยสูงสุด 2 อันดับแรก โดยมีค่าระดับเฉลี่ยเท่ากับ 3.16 และ 3.12 ทั้งหมดแปรผลได้ว่าอยู่ในระดับมาก มีค่า S.D. เท่ากับ 0.98 และ 0.90 ตามลำดับ ในขณะที่เดียวกัน ด้านความสะดวก มีน้ำหนักเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ 3.11 ค่า S.D. เท่ากับ 0.96 ซึ่งแปรผลได้ว่า อยู่ในระดับมาก

2. น้ำหนักเฉลี่ยด้านสรรพคุณ ทั้ง 3 ด้าน เท่ากับ 3.14 ค่า S.D. เท่ากับ 0.93 แปรผลได้ว่าอยู่ในระดับมาก ในขณะที่ด้านลดกลิ่นปาก และด้านการรักษารำมะนาด เป็นด้านที่มีน้ำหนักเฉลี่ยสูงสุด 2 อันดับแรก โดยมีค่าระดับเฉลี่ยเท่ากับ 3.17 และ 3.14 ทั้งหมดแปรผลได้ว่าอยู่ในระดับมาก มีค่า S.D. เท่ากับ 1.03 และ 0.89 ตามลำดับ ในขณะที่เดียวกัน ด้านรักษาแผลในปาก มีน้ำหนักเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ 3.12 ค่า S.D. เท่ากับ 0.88 ซึ่งแปรผลได้ว่า อยู่ในระดับมาก

3. ระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคมีน้ำหนักเฉลี่ยทั้ง 5 ด้าน เท่ากับ 3.11 ค่า S.D. เท่ากับ 0.92 ซึ่งแปรผลได้ว่าอยู่ในระดับมาก ในขณะที่ด้านราคา มีน้ำหนักเฉลี่ยสูงสุด เท่ากับ 3.16 มีค่า S.D. เท่ากับ 0.96 ซึ่งแปรผลได้ว่าอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีน้ำหนักเฉลี่ย เท่ากับ 3.15 มีค่า S.D. เท่ากับ 0.90 ซึ่งแปรผลได้ว่าอยู่ในระดับมาก ด้านความพึงพอใจ มีน้ำหนักเฉลี่ย เท่ากับ 3.10 มีค่า S.D. เท่ากับ 0.98 ซึ่งแปรผลได้ว่าอยู่ในระดับปานกลาง และด้านความรวดเร็ว มีน้ำหนักเฉลี่ย 3.09 มีค่า S.D. เท่ากับ 0.88 ซึ่งแปรผลได้ว่าอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ ส่วนด้านบรรจุภัณฑ์ มีน้ำหนักเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ เท่ากับ 3.07 มีค่า S.D. เท่ากับ 0.86 ซึ่งแปรผลได้ว่าอยู่ในระดับปานกลาง

**วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ "ทรียอร์คิตส์" เกลือแปรงฟันสมุนไพรไทยสูตรโบราณที่ส่งผลต่อสุขภาพปากและฟันของผู้บริโภคในประเทศไทย**

จากผลการศึกษา พบว่า ด้านประชากรศาสตร์ของประชาชนกลุ่มตัวอย่างในประเทศไทยด้านใด ที่ มีระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 อยู่ 1 ด้าน คือ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนด้านเพศ อายุ และระดับการศึกษา ส่วนแล้วแต่มีระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05



**วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อเสนอแนะปัจจัยและแนวทางที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ "ทรีออร์คิดส์" เกลือแปรงฟันสมุนไพรไทยสูตรโบราณที่ส่งผลต่อสุขภาพปากและฟันของผู้บริโภคในประเทศไทย**

**1. ด้านการใช้งาน** จากผลการศึกษาพบว่า ด้านการใช้งานที่ส่งผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค ประกอบด้วย

1.1 ด้านความสะดวกใช้ โดยมีค่า  $t = 2.225$  หมายความว่า ด้านความสะดวกใช้มีผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค และมีขนาดของอิทธิพลต่อกันเท่ากับ 2.225 หน่วย

1.2 ด้านประสิทธิภาพ โดยมีค่า  $t = 1.420$  หมายความว่า ด้านประสิทธิภาพมีผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค และมีขนาดของอิทธิพลต่อกันเท่ากับ 1.420 หน่วย

**2. ด้านสรรพคุณ** จากผลการศึกษาพบว่า ด้านสรรพคุณที่ส่งผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค ประกอบด้วย

2.1 ด้านการลดกลิ่นปาก โดยมีค่า  $t = 2.249$  หมายความว่า ด้านการลดกลิ่นปากมีผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค และมีขนาดของอิทธิพลต่อกันเท่ากับ 2.249 หน่วย

2.2 ด้านการรักษาอัมระนาต โดยมีค่า  $t = 1.885$  หมายความว่า ด้านการรักษาอัมระนาต มีผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค และมีขนาดของอิทธิพลต่อกันเท่ากับ 1.885 หน่วย

2.3 ด้านการรักษาแผลในปาก โดยมีค่า  $t = 1.756$  หมายความว่า ด้านการรักษาแผลในปากมีผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค และมีขนาดของอิทธิพลต่อกันเท่ากับ 1.756 หน่วย

## อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษา ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

**วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพปัญหาปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ "ทรีออร์คิดส์" เกลือแปรงฟันสมุนไพรไทยสูตรโบราณที่ส่งผลต่อสุขภาพปากและฟันของผู้บริโภคในประเทศไทย**

1. น้ำหนักเฉลี่ยด้านการใช้งานทั้ง 3 ด้าน โดยด้านประสิทธิภาพ และด้านความสะดวกใช้ เป็นด้านที่มีน้ำหนักเฉลี่ยสูงที่สุด 2 อันดับแรก ในขณะเดียวกัน ด้านความสะดวกใช้ มีน้ำหนักเฉลี่ยต่ำที่สุด สิ่งที่คุณค่านี้ถึงคือสรรพคุณของผลิตภัณฑ์ที่จะสามารถสร้างประสิทธิภาพให้กับช่องปากได้ดีที่สุดซึ่งเกลือสีฟัน “ทรีออร์คิดส์” สามารถทำได้ผู้บริโภคบางคนใช้ได้ไม่สะดวกสบายเพราะใช้อย่างผิดวิธีสอดคล้องกับงานวิจัยของ นฤมล เสรีจกิจ (2564) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกายที่มีส่วนผสมของสมุนไพรไทยของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวาย จังหวัดชลบุรี พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือคุณภาพคุ้มค่ากับราคา ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยและใช้วัตถุดิบที่ดีมีคุณภาพ ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างให้



ความสำคัญกับ คุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก เพราะว่า ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกายที่มีส่วนผสมของสมุนไพรไทย นั้นเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผู้ผลิตหลากหลาย ตั้งแต่ผู้ผลิตระดับเล็กจนถึงผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ซึ่งสิ่งที่จะทำให้เกิดความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะในเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์ กระบวนการ และขั้นตอนการผลิตขึ้นมาได้เพราะคุณภาพจะเป็นเครื่องหมายการันตีถึงการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เนอเรชั่นวายดังนั้น ผู้บริโภคจึงให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์มากกว่าปัจจัยอื่น แต่อย่างไรก็ตามผู้บริโภคเนอเรชั่นวายเป็นกลุ่มที่จะทำการสืบค้นข้อมูลของผลิตภัณฑ์ก่อนการตัดสินใจซื้อถ้าผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกายที่มีส่วนผสมของสมุนไพรไทย มีคุณภาพคุ้มค่ากับราคา และมีความปลอดภัย ใช้วัตถุดิบที่ดีจะกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น

2. น้ำหนักเฉลี่ยด้านการสรรพคุณ ทั้ง 3 ด้าน ด้านการลดกลิ่นปาก และการรักษารำมาด เป็นด้านที่มีน้ำหนักเฉลี่ยสูงที่สุด 2 อันดับแรก ในขณะเดียวกัน ด้านการรักษาแผลในปาก มีน้ำหนักเฉลี่ยต่ำที่สุด สิ่งสำคัญของการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรืออติส คือ สรรพคุณของสินค้า ในการรักษาบรรเทา สุขภาพปากและฟันให้มีความแข็งแรง สอดคล้องกับงานวิจัยของ อุไรวรรณ อมรไชย (2564) ที่ได้ศึกษา เรื่อง พฤติกรรมการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์สำหรับทำความสะอาดช่องปากของประชาชนอำเภอเดชอุดม จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ประชาชนส่วนหนึ่งนิยมใช้ยาสีฟันสมุนไพรด้วยความเห็นวาทับกลิ่นปากและรักษาโรคเหงือกได้ดีผู้สูงอายุส่วนใหญ่นิยมใช้น้ำเกลือทำความสะอาดช่องปากประชาชนทุกกลุ่มอายุนิยมใช้ไม้จิ้มฟันทำความสะอาดช่องปากยังไม่รู้จักประโยชน์ของฟลูออไรด์และมีการใช้ไหมขัดฟันน้อยจากการศึกษาทำให้เห็นว่าการให้ความรู้และคำแนะนำแก่ประชาชนควรพิจารณาให้ความสำคัญต่อการเลือกใช้ และวิธีการที่ประชาชนปฏิบัติในสภาพความเป็นจริง

3. ระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคมีน้ำหนักเฉลี่ยทั้ง 5 ด้าน โดยด้านราคา มีน้ำหนักเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านความพึงพอใจ และด้านความรวดเร็ว ส่วนด้านบรรจุภัณฑ์มีน้ำหนักเฉลี่ยต่ำที่สุด ราคาเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคคำนึงถึงก่อนตัดสินใจเลือกซื้อรวมถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ความรวดเร็วของการส่งมาถึงผู้บริโภค ส่วนการบรรจุภัณฑ์ผู้บริโภคจะให้ความสนใจน้อยที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑามาศ ผีภพน (2562) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยาสีฟันของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยาสีฟันในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ยาสีฟัน พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดฯ ทุกปัจจัยในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นอันดับแรก รองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และอันดับสุดท้ายคือด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ



## วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ "ทรูออร์คิดส์" เกลือแปรงฟันสมุนไพรไทยสูตรโบราณที่ส่งผลต่อสุขภาพปากและฟันของผู้บริโภคในประเทศไทย

จากผลการศึกษา พบว่า ด้านประชากรศาสตร์ของประชาชนกลุ่มตัวอย่างในประเทศไทยด้านใดที่มีระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค แตกต่างกัน คือ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนด้านเพศ อายุ และระดับการศึกษา ล้วนแล้วแต่มีระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ พันธกานต์ จรัสวัฒนาพรรค และสายพิน ปันทอง ที่ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทช่วยในการนอนหลับของผู้บริโภคในสังคมออนไลน์ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทช่วยในการนอนหลับของผู้บริโภคในสังคมออนไลน์ ได้แก่ สถานภาพและรายได้ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับ 2 ปัจจัยนี้เป็นหลัก เช่น การสื่อสารทางการตลาดถึงผลลัพธ์ของผลิตภัณฑ์โดยแฝงเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับผู้ที่เคยสมรสหรือมีครอบครัวแล้ว การนำเสนอผลิตภัณฑ์ผ่านกลุ่มสังคมออนไลน์ของผู้ที่เคยสมรสหรือมีครอบครัว ในขณะที่การตั้งราคาของผลิตภัณฑ์ควรมีความเหมาะสมกับรายได้ของผู้บริโภคส่วนใหญ่หรือควรจัดทำโปรโมชั่นในช่วงต้นเดือนเนื่องจากเป็นช่วงที่ผู้บริโภคมีกำลังซื้อที่สูงผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกซื้อโดยพิจารณาจากความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้บริโภคได้

## วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อเสนอแนะปัจจัยและแนวทางที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ "ทรูออร์คิดส์" เกลือแปรงฟันสมุนไพรไทยสูตรโบราณที่ส่งผลต่อสุขภาพปากและฟันของผู้บริโภคในประเทศไทย

1. ด้านการใช้งาน ที่ส่งผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค ประกอบด้วยด้านความสะดวก และด้านประสิทธิภาพ
2. ด้านสรรพคุณ ที่ส่งผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค ประกอบด้วยด้านบุคลากร ด้านช่องทางจัดจำหน่าย และด้านการติดต่อสื่อสาร

สรุปปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ "ทรูออร์คิดส์" ที่สำคัญคือด้านการใช้งาน และด้านสรรพคุณ สิ่งที่สำคัญสำหรับผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อคือการใช้งานของผลิตภัณฑ์มีความต้องการของผู้บริโภค หรือประสิทธิภาพจากผลิตภัณฑ์ที่จะสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค ด้วยปัจจัยนี้จะทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจได้ง่ายขึ้น และอีกด้านหนึ่งคือด้านสรรพคุณ ซึ่งเมื่อผลิตภัณฑ์ ทรูออร์คิดส์ จัดอยู่ในกลุ่มยาสมุนไพรไทยเพื่อการรักษา เหตุผลหนึ่งในการตัดสินใจของผู้บริโภคคือเรื่องของสรรพคุณในการลด บรรเทา ป้องกันปัญหาของสุขภาพปากและฟัน ซึ่งจากการศึกษาวิจัยพบว่าผลิตภัณฑ์ที่สรรพคุณด้านการรักษาและเสริมสร้างสุขภาพปากและฟันอย่างดี จึงเป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ผู้บริโภคเลือกซื้อและเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ทรูออร์คิดส์



## ข้อเสนอแนะในการวิจัย

### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ควรให้มีการเสนอแนะความคิดเห็นจากผู้บริโภคถึงความต้องการของผลิตภัณฑ์ “ทรูออร์คิดส์” เกลีสีพันธุ์สมุนไพรไทยสูตรโบราณ เพื่อที่จะนำมาพัฒนาและสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

### ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. ควรมีการส่งเสริมการตลาด เพิ่มช่องทางการโฆษณาที่หลากหลายใน social media ให้เหมาะสมตามบริบทสังคมปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงตลอดจนบริบทการตลาดทั่วโลก
2. ควรมีการจัดกิจกรรมออกบูธโปรโมตผลิตภัณฑ์เกลีสีพันธุ์สมุนไพรไทยสูตรโบราณ “ทรูออร์คิดส์” เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้สรรพคุณ และคุณประโยชน์
3. ควรปรับเปลี่ยนจากแบบกระปุกเป็นแบบหลอดใช้ง่ายเพื่อความทันสมัยมากยิ่งขึ้น

### ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในครั้งต่อไป

สำหรับการศึกษาในครั้งต่อไป ผู้ที่สนใจศึกษาควรประยุกต์ใช้การเก็บข้อมูลทั้งเชิงลึกถึงรายละเอียดทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพอย่างครอบคลุม จากการทำแบบสอบถาม และลงพื้นที่สัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่สุ่มมาจากประชากรทั้งหมดในประเทศไทย ศึกษาความคิดเห็นเรื่องของการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ หาประโยชน์ และจุดด้อย เพื่อนำไปปรับปรุงพัฒนาแก้ไขให้เสริมสร้างเป็นข้อมูลเชิงลึกที่สามารถนำไปใช้ในอนาคตได้ต่อไป

## เอกสารอ้างอิง

- กลุ่มงานวิชาการเภสัชกรรมแผนไทย. (2561). ยาสีพันธุ์สมุนไพรสูตรผสมเกลิอ. กรุงเทพฯ: สถาบันการแพทย์แผนไทย กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2560). การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Window (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: สามลดา.
- จุฑามาศ ผีฝน. (2562). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยาสีพันธุ์ของผู้บริโภคในเขตบางเขน กรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกริก.
- ชาคริต อาภาตั้งตระกูล และคณะ. (2562). การพัฒนายาสีพันธุ์สมุนไพรอัดเม็ดและประเมินความพึงพอใจของผลิตภัณฑ์ยาสีพันธุ์สมุนไพรอัดเม็ดในอาสาสมัคร (รายงานวิจัย). คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ธวัชชาวัฒน์ ยุกตานนท์. (2562). พุทธจริยศาสตร์: ทางเลือกของการป้องกันการทุจริตคอร์รัปชั่น. วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร., 6(ฉบับพิเศษ), 624-634.
- ธวัชชาวัฒน์ ยุกตานนท์. (2565). กระบวนการใกล้เคียงข้อพิพาทโดยพุทธสันติวิธี ของศาลเยาวชนและครอบครัวกลาง (ดุสิตนิพนธ์พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต). บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.



นฤมล เสรีกิจ. (2564). ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกายที่มีส่วนผสมของสมุนไพรไทยของผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวาย จังหวัดชลบุรี (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา.

ปรีดี นกุลสมปรารธนา. (2564). กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Consumer Buying Process). สืบค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2565, จาก <https://www.popticles.com/marketing/consumer-buying-process/>

มัทธน พูลเกษตร. (2565). ผลของน้ำยาบ้วนปากผสมสมุนไพรต่อความพึงพอใจในการลดกลิ่นปาก. วารสารศิลปศาสตร์ (วังนางเลิ้ง) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร, 2(2), 67-75.

อุไรวรรณ อมรไชย. (2564). พฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับทำความสะอาดช่องปากของประชาชนอำเภอเดชอุดมจังหวัดอุบลราชธานี. สรรพสิทธิเวชสาร, 28(1-2), 39-51.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. 3<sup>rd</sup> Ed. New York: Harper and Row Publications.

