

วิเคราะห์ผลการศึกษา

ในการวิเคราะห์ผลการศึกษา เรื่องการพัฒนาและการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดของดุษฎีบัณฑิต "มีชัย" นี้ ผู้เขียนได้อาศัยข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์ด้วยกัน 2 ชนิดคือ

1. ข้อมูลที่ได้ศึกษามาจากสำนักงานบริการวางแผนครอบครัวชุมชนโคกตรง
2. ข้อมูลที่ได้จากการออกแบบสอบถาม ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายจำนวน 400 คน จากประชากรตัวอย่าง โดยการสุ่มพนักงานสัมภาษณ์ออกสัมภาษณ์ประชาชนทั่วไป ตามสถานที่ต่าง ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร เริ่มสัมภาษณ์ตั้งแต่วันที่ 15 ธันวาคม 2523 ถึงวันที่ 3 มกราคม 2524 รวมเวลา 20 วัน เพื่อเก็บข้อมูลมาใช้ในการวิเคราะห์และสรุปผล โดยกำหนดวัตถุประสงค์ในการทำวิจัยครั้งนี้คือ

ก. เพื่อประเมินผลการดำเนินงานของสำนักงานบริการวางแผนครอบครัวชุมชนในการเผยแพร่ดุษฎีบัณฑิต "มีชัย"

ข. เพื่อต้องการทราบความคิดเห็นหรือทัศนคติของผู้ใช้ดุษฎีบัณฑิต ได้แสดงความคิดเห็น ในอันที่จะช่วยส่งเสริมในการเผยแพร่ดุษฎีบัณฑิตให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ค. เพื่อต้องการทราบปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของสำนักงานบริการวางแผนครอบครัวชุมชนในการเผยแพร่ดุษฎีบัณฑิต "มีชัย"

ลักษณะของแบบสอบถาม

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอนคือ

ตอนที่ 1 เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ทางการตลาด ที่ทางสำนักงานบริการวางแผนครอบครัวชุมชนใ้ช้อยู่ในปัจจุบัน ตลอดจนขอทราบทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อดู่งยางอนามัย "มีชัย" และดู่งยางอนามัยชนิดอื่น

ตอนที่ 2 เกี่ยวกับข้อความทั่วไป ซึ่งได้แก่ภูมิหลังของประชากรตัวอย่างอันได้แก่สถานภาพสมรส อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ เป็นต้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ เนื่องจากแบบสอบถามมีจำนวนไม่มากนัก จึงสามารถที่จะใช้ประมวลผลด้วยวิธีหารอยเคะแน้นด้วยมือ ช่วยในการเก็บรวบรวมคะแนนและประมวลผล

ตารางที่ 6 แสดงการรับทราบและการใช้ดู่งยางอนามัย "มีชัย"

การรับทราบ	จำนวน	%
เคยทราบ	362	90.50
ไม่เคยทราบ	38	9.50
รวม	400	100.00
เคยใช้	225	62.15
ไม่เคยใช้	137	37.85
รวม	362	100.00

ภายหลังจากที่ได้มีการสำรวจความคิดเห็นของประชากรตัวอย่าง จำนวน 400 คน ซึ่งมีความแตกต่างกันทั้งทางค่านิยม สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ ตลอดจน การศึกษา ปรากฏว่าการดำเนินงานของสำนักงาน ในการให้ข่าวสาร สามารถทำให้ บุคคลเหล่านี้ทราบเกี่ยวกับถุงยางอนามัย "มีชัย" มากถึง 90 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งนับว่าได้ ผลดีอย่างมาก และเมื่อพิจารณาต่อไป ถึงการชักจูงให้ใช้หรือทดลองใช้ ปรากฏว่า ประมาณ 60 เปอร์เซ็นต์ของผู้ที่ทราบข่าวจะเคยใช้หรือทดลองใช้ถุงยางอนามัย "มีชัย" มาก่อน (ตารางที่ 6) ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และนอกจากนี้ผู้เขียนยังได้ทำการ ทดสอบค่าที่ได้ด้วยวิธีทางสถิติ คือใช้เรื่องสัดส่วนของประชากร (Population Proportion) ที่ระดับนัยสำคัญ = 0.05 โดยการตั้งสมมติฐานเป็น 2 ข้อ คือ

1. มีผู้ที่เคยทราบข่าวสารเกี่ยวกับถุงยางอนามัย "มีชัย" มากกว่า 60 เปอร์เซ็นต์
2. ในจำนวนผู้รับทราบข่าวเกี่ยวกับถุงยางอนามัย "มีชัย" มีผู้เคยใช้หรือทดลอง ใช้มากกว่า 50 เปอร์เซ็นต์

พบว่า ขอบรับสมมติฐานทั้ง 2 ข้อดังกล่าว (ดูภาคผนวก)

เนื่องจากการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องถุงยางอนามัย "มีชัย" นี้ การสนใจรับรู้ข่าวสาร และการใช้ อาจจะเกี่ยวข้องกับลักษณะเฉพาะตัวของกลุ่มประชากรที่ศึกษา ผู้เขียนจึงได้ ทำการศึกษาโดยจำแนก การเคยรับทราบข่าวสารและเคยใช้ตาม อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา

อายุ จากการสำรวจพบว่าผู้ที่มียุ่ระหว่าง 20-39 ปี จะมีการรับทราบ ในอัตราที่สูงกว่ากลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า หรือสูงกว่า ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มบุคคลดังกล่าว มีความสนใจเกี่ยวกับถุงยางอนามัย "มีชัย" มากกว่ากลุ่มอื่น จึงทำให้สถิติการรับทราบสูง ถึง 94 เปอร์เซ็นต์ ส่วนสถิติเกี่ยวกับการใช้ นั้น พบว่ากลุ่มผู้มีอายุอยู่ระหว่าง 20-29 ปี จะมีการใช้ถุงยางอนามัย "มีชัย" มากที่สุดคือมีประมาณ 65 เปอร์เซ็นต์ (ตารางที่ 7)

สถานะภาพสมรส เมื่อนำสถานะภาพสมรสมาพิจารณาว่าจะมีผลอย่างไรกับการรับทราบข่าวสารและการใช้ถุงยางอนามัย "มีชัย" แล้ว ปรากฏว่าจะมีความแตกต่างกันน้อยมากในการรับทราบข่าวสาร ส่วนในการใช้นั้นผู้ที่สมรสแล้วจะใช้ถุงยางอนามัย "มีชัย" มากกว่า คือมีประมาณ 64 เปอร์เซ็นต์ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ที่สมรสแล้วต้องรับผิดชอบมากกว่าคนโสด กล่าวคือต้องป้องกันมิให้น้ำโรคไปติดภรรยา เมื่อต้องร่วมเพศกับผู้อื่น และในขณะเดียวกันก็ต้องการที่จะคุมกำเนิดด้วย (ตารางที่ 8)

อาชีพ จะเห็นได้ว่าอาชีพรับราชการ-รัฐวิสาหกิจ และนิสิตนักศึกษาจะมีการรับทราบข่าวสารมากกว่าอาชีพค้าขาย-ประกอบอาชีพส่วนตัว และลูกจ้างพนักงานบริษัท คือมีประมาณ 95 เปอร์เซ็นต์ที่รับทราบ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบุคคลทั้งสองอาชีพนี้ส่วนใหญ่จะมีการศึกษาคึกว่าจึงสามารถมีเวลาสำหรับทราบข่าวสารได้ดีกว่า เนื่องจากสำนักงงาน ใ้ใช้การประชาสัมพันธ์ผ่านหนังสือพิมพ์เป็นส่วนใหญ่เมื่อพิจารณาถึงการไร้แล้ว ปรากฏว่าผู้ที่อาชีพค้าขาย-ประกอบอาชีพส่วนตัวจะใช้ถุงยางอนามัย "มีชัย" มากที่สุด คือประมาณ 75 เปอร์เซ็นต์ จะเคยใช้ ส่วนนิสิตนักศึกษาจะมีการใช้น้อยที่สุดคือมีประมาณ 45 เปอร์เซ็นต์ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนิสิต-นักศึกษา ยังมีรายได้น้อยไม่สามารถที่จะซื้อใช้ไ้มากเท่าอาชีพอื่น (ตารางที่ 9)

รายได้ เมื่อนำรายได้ของประชากรตัวอย่างมาพิจารณาถึงผลที่จะมีต่อการรับทราบและการใช้ถุงยางอนามัย "มีชัย" แล้ว ปรากฏว่าผู้มีรายไ้ระหว่าง 2,500-4,000 บาท จะมีการรับทราบและการใช้ถุงยางอนามัย "มีชัย" มากที่สุด คือมีการรับทราบประมาณ 96 เปอร์เซ็นต์ และมีการใช้ประมาณ 71 เปอร์เซ็นต์ และเมื่อมีรายไ้สูงขึ้น จะมีการรับทราบและการใช้ลดลง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเมื่อมีรายไ้สูงขึ้นจะทำให้รสนิยมในการใช้ถึงยางอนามัยเปลี่ยนไปโดยเริ่มไปให้ความสนใจและใช้ถุงยางอนามัยที่มีราคาสูงกว่า หรืออาจจะหันไปใช้วิธีการคุมกำเนิดหรือป้องกันโรคควยวิธีอื่นที่เขาสามารถจะหาได้เมื่อมีรายไ้เพิ่มขึ้น (ตารางที่ 10)

ระดับการศึกษา เกี่ยวกับการรับทราบหรือการใช้ถุงยางอนามัย "มีชัย" นั้นถ้าหากจะนำระดับการศึกษามาพิจารณา จะพบว่าผู้ที่มีการศึกษากว่าย่อมมีโอกาสที่จะรับทราบข่าวสารได้ดีกว่า ทั้งนี้เพราะว่าทางสำนักงาน ไขสือของการโฆษณาผ่านทางหนังสือพิมพ์เป็นส่วนใหญ่ ซึ่งผู้ที่ทราบได้ต้องเป็นผู้ที่อ่านหนังสือออก กล่าวคือ เป็นผู้ที่มีการศึกษาดี ส่วนการประชาสัมพันธ์ทางอื่นก็มักจะสอดคล้องความรายการที่เหมาะสมสำหรับผู้มีการศึกษาคือชม เป็นคน ดังนั้นจากการสำรวจพบว่าผู้ไม่ได้เรียนจะมีการรับทราบข่าวสารน้อยที่สุด คือมีประมาณ 46 เปอร์เซ็นต์ และจะเพิ่มการรับทราบมากขึ้น เมื่อมีการศึกษาสูงขึ้นตามลำดับ ส่วนการใช้กลับพบว่า ผู้ที่ใช้ถุงยางอนามัย "มีชัย" ส่วนใหญ่จะอยู่ในกลุ่มผู้มีการศึกษาน้อย คือตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษาลงมา จะมีการใช้ถุงยางอนามัย "มีชัย" มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่า (ตารางที่ 11)

ฉะนั้น ในส่วนของการศึกษาที่จริงอาจจะกล่าวได้ว่า ประชากรที่ทำการศึกษาส่วนใหญ่รับทราบและมีการใช้ถุงยางอนามัย "มีชัย" โดยมีปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการรับทราบและการใช้ คือการศึกษา อายุ รายได้ ซึ่งปัจจัยทั้ง 3 นี้ค่อนข้างจะสัมพันธ์กัน สำหรับกลุ่มประชากร คือส่วนใหญ่เป็นคนโสดที่มีการศึกษาคอนข้างดี และทำงานอยู่ในระดับรายได้ 2,000-4,000 บาทต่อเดือน

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนการรับทราบและการใช้ จำแนกตามอายุ

อายุ	15-19 ปี		20-29 ปี		30-39 ปี		40-49 ปี		50 ปีขึ้นไป		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ประชากร												
เคยทราบ	32	82.05	223	93.70	88	94.62	16	80.00	3	30.00	362	90.50
ไม่เคยทราบ	7	17.95	15	6.30	5	5.38	4	20.00	7	70.00	38	9.50
รวม	39	100.00	238	100.00	93	100.00	20	100.00	10	100.00	400	100.00
เคยใช้	16	50.00	144	64.57	53	60.23	10	62.50	2	66.67	225	62.15
ไม่เคยใช้	16	50.00	79	35.43	35	39.77	6	37.50	1	33.33	137	37.85
รวม	32	100.00	223	100.00	88	100.00	16	100.00	3	100.00	362	100.00

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 8 แสดงสถานภาพสมรสประชากรตัวอย่าง

สถานภาพสมรส ประชากร	โสด		สมรส		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
เคยทราบ	227	91.53	132	88.59	3	100.00	362	90.50
ไม่เคยทราบ	21	8.47	17	11.41	-	-	38	9.50
รวม	248	100.00	149	100.00	3	100.00	400	100.00
เคยใช้	138	60.79	85	64.39	2	66.67	225	62.15
ไม่เคยใช้	89	39.21	47	35.61	1	33.33	137	37.85
รวม	227	100.00	132	100.00	3	100.00	362	100.00

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ ๑ แสดงการรับทราบและการใช้ จำนวนตามอาชีพของประชากรตัวอย่าง

อาชีพ	รับราชการ - รัฐวิสาหกิจ		ค้าขาย-ประกอบ อาชีพส่วนตัว		ลูกจ้าง พนักงานบริษัท		นิสิต-นักศึกษา		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
เคยทราบ	111	94.87	40	86.96	137	88.39	67	94.37	7	63.64	362	90.50
ไม่เคยทราบ	6	5.13	6	13.04	18	11.61	4	5.63	4	36.36	38	9.50
รวม	117	100.00	46	100.00	155	100.00	71	100.00	11	100.00	400	100.00
เคยใช้	75	67.57	30	75.00	85	62.04	30	44.78	3	42.86	225	62.15
ไม่เคยใช้	36	32.43	10	25.00	52	37.96	37	55.22	4	57.14	137	37.85
รวม	111	100.00	40	100.00	137	100.00	67	100.00	7	100.00	362	100.00

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 10 แสดงการรับทราบและการใช้ จำแนกตามรายได้

ประชากร	รายได้ต่อก่อน		ต่ำกว่า 2,500 (บาท)		2,500-4,000 (บาท)		4,001-6,000 (บาท)		6,000 ขึ้นไป (บาท)		ไม่มีรายได้ประจำ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
เกษตร	96	86.49	122	96.06	63	91.30	29	80.56	52	91.23	362	90.50		
ไม่เกษตร	15	13.51	5	3.94	6	8.70	7	19.44	5	8.77	38	9.50		
รวม	111	100.00	127	100.00	69	100.00	36	100.00	57	100.00	400	100.00		
เคยใช้	66	68.75	86	70.49	34	53.97	12	41.38	27	51.92	225	62.15		
ไม่เคยใช้	30	31.25	36	29.51	29	46.03	17	58.62	25	48.08	137	37.85		
รวม	96	100.00	122	100.00	63	100.00	29	100.00	52	100.00	362	100.00		

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนการรับทราบและการใช้ จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ไม่ได้เรียน		ประถมศึกษา		มัธยมศึกษา		อาชีวศึกษา		อุดมศึกษา		สูงกว่าปริญญาตรี		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ประชากร																
เคหทราบ	6	46.15	43	78.18	81	88.04	68	95.77	149	96.75	12	100.00	3	100.00	362	90.5
ไม่เคหทราบ	7	53.85	12	21.82	11	11.96	3	4.23	5	3.25	-	-	-	-	38	9.5
รวม	13	100.00	55	100.00	92	100.00	71	100.00	154	100.00	12	100.00	3	100.00	400	100.00
เคยใช้	5	83.33	29	67.44	56	69.14	40	58.82	88	59.06	5	41.67	2	66.67	225	62.1
ไม่เคยใช้	1	16.67	14	32.56	25	30.86	28	41.18	61	40.94	7	58.33	1	33.33	137	37.8
รวม	6	100.00	43	100.00	81	100.00	68	100.00	149	100.00	12	100.00	3	100.00	362	100.00

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 12 ความรู้สึกของผู้บริโภคภายหลังการใช้ถุงยางอนามัย "มีชัย"

ความรู้สึก	จำนวน	%
พอใจมาก	21	9.33
พอใจ	109	48.45
เฉย ๆ	83	36.89
ไม่พอใจ	12	5.33
รวม	225	100.00

ในการสำรวจความรู้สึกของผู้บริโภคภายหลังการใช้ถุงยางอนามัย "มีชัย" แล้วพบว่าผู้มีพอใจ (พอใจมาก พอใจ) ประมาณ 58 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และนอกจากนี้เพื่อให้แน่ใจ ผู้เขียนได้ทำการทดสอบสมมติฐาน โดยตั้งสมมติฐานว่า ผู้บริโภคมากกว่า 50 เปอร์เซ็นต์ พอใจในการใช้ถุงยางอนามัย "มีชัย" และทำการทดสอบสมมติฐานโดยใช้วิธีทางสถิติเกี่ยวกับสัดส่วนประชากร (Population Proportion) ที่ระดับนัยสำคัญ - 0.05 ซึ่งผลการทดสอบยอมรับสมมติฐาน (ถูกาคยนวก) (ตารางที่ 12)

ในการศึกษาเกี่ยวกับความพอใจภายหลังการใช้ถุงยางอนามัย "มีชัย" นี้ เพื่อที่จะศึกษาว่าจะมีส่วนเกี่ยวข้องกับลักษณะเฉพาะตัวของกลุ่มประชากรที่ศึกษา เช่น เกี่ยวกับการรับทราบและการใช้ หรือไม่เพียงใด ผู้เขียนจึงได้จำแนกความพอใจของบุคคลต่าง ๆ ตามอายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษาและจากการวิเคราะห์พบว่า

อายุ เมื่อพิจารณาความพึงพอใจต่อถุงยางอนามัย "มีชัย" โดยแยกตามกลุ่มอายุ พบว่าจากผู้ที่เคยใช้ส่วนใหญ่ซึ่งอยู่ในกลุ่มอายุน้อยกว่า 40 ปี ถ้าอายุสูงขึ้น ความพึงพอใจในถุงยางอนามัย "มีชัย" จะสูงขึ้นไปด้วย แต่ทั้งนี้ยังต้องการศึกษาต่อไปอีก เนื่องจากขนาดตัวอย่าง

ผู้เคยใช้เมื่อแยกตามอายุแล้วค่อนข้างจะมีน้อย (ตารางที่ 13)

สถานะภาพสมรส ปัจจัยเกี่ยวกับสถานะภาพสมรส โดยทั่วไปแล้วพบว่าไม่มีความแตกต่างในเรื่องความพึงพอใจต่อดูยงอนามัย "มีชัย" ทั้งคนโสดและคนที่สมรสแล้วมีอัตราความพึงพอใจสูงใกล้เคียงกัน (ตารางที่ 14)

อาชีพ ปัจจัยด้านอาชีพ พบว่าถ้าเป็นผู้มีอาชีพการงานไม่ว่าจะเป็นงานลักษณะใด มักจะมีความพึงพอใจต่อดูยงอนามัย "มีชัย" ในระดับที่ใกล้เคียงกัน คือกว่าร้อยละ 60 ขึ้นไป แต่ในกลุ่มนิสิตนักศึกษามีลักษณะที่ต่างออกไป คือมีความพอใจค่อนข้างต่ำ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากว่าความพึงพอใจนี้รวมทั้งด้านคุณภาพ ราคา และปัจจัยอื่น ๆ นิสิตนักศึกษาอาจจะมีปัญหาเรื่องราคาก็ได้ ควรมีการศึกษาเรื่องนี้ต่อไป (ตารางที่ 15)

รายได้ เมื่อพิจารณารายได้ของผู้บริโภค พบว่าระดับรายได้ไม่มีผลไม่มีความแตกต่างในความพึงพอใจ ยกเว้นกลุ่มที่แจ้งว่าไม่มีรายได้ประจำ ซึ่งมีขนาดเล็กตัวอย่างเล็ก และมีความพึงพอใจน้อยกว่าครึ่ง ทั้งนี้อาจจะเป็นได้ว่ากลุ่มบุคคลดังกล่าวคือกลุ่มนิสิตศึกษานั้นเอง (ตารางที่ 16)

ระดับการศึกษา เมื่อแยกผู้บริโภคตามระดับการศึกษา เพื่อดูความพึงพอใจในการใช้ดูยงอนามัย "มีชัย" แล้ว พบว่าผู้ที่มีการศึกษาทุกระดับมีอัตราส่วนของความไม่พึงพอใจต่ำมาก โดยในกลุ่มอุดมศึกษา ซึ่งมีอัตราสูงสุดก็เพียงร้อยละ 9 เท่านั้น (ตารางที่ 17)

ดังนั้น ปัจจัยที่จะมีผลต่อความพอใจภายหลังการใช้ดูยงอนามัย "มีชัย" ที่สำคัญคือ อายุ

ตารางที่ 13 แสดงความรู้สึกของผู้บริโภคภายหลังจากการใช้ถุงยางอนามัย "มีชัย" จำนวนตามอายุ

อายุ \ ความรู้สึก	15-19 ปี		20-29 ปี		30-39 ปี		40-49 ปี		50 ปีขึ้นไป		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
พอใจมาก	2	11.76	13	9.16	5	9.26	-	-	1	50.00	21	9.33
พอใจ	8	47.06	67	47.18	30	55.56	3	30.00	1	50.00	109	48.45
เฉย ๆ	5	29.41	53	37.32	18	33.33	7	70.00	-	-	83	36.89
ไม่พอใจ	2	11.77	9	6.34	1	1.85	-	-	-	-	12	5.33
รวม	17	100.00	142	100.00	54	100.00	10	100.00	2	100.00	225	100.00

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 14 แสดงความรู้สึกของผู้บริโภคภายหลังการใช้ถุงยางอนามัย "มีชัย" จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	โสด		สมรส		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
พอใจมาก	14	10.07	7	8.34	-	-	21	9.33
พอใจ	63	45.32	45	53.57	1	50.00	109	48.45
เฉย ๆ	54	38.85	28	33.33	1	50.00	83	36.89
ไม่พอใจ	8	5.76	4	4.76	-	-	12	5.33
รวม	139	100.00	84	100.00	2	100.00	225	100.00

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 15 แสดงความรู้สึกของผู้บริโภคภายหลังการให้ดูยางอนามัย "มีชัย" จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	รับราชการ - รัฐวิสาหกิจ		ค้าขายประกอบ อาชีพส่วนตัว		ลูกจ้าง - พนักงานบริษัท		นิสิต - นักศึกษา		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
พอใจมาก	7	9.46	2	6.45	9	10.98	2	6.06	1	20.00	21	9.33
พอใจ	39	52.70	17	54.84	41	50.00	12	36.36	-	-	109	48.45
เฉย ๆ	26	35.14	10	32.26	30	36.58	13	39.40	4	80.00	83	36.89
ไม่พอใจ	2	2.70	2	6.45	2	2.44	6	18.18	-	-	12	5.33
รวม	74	100.00	31	100.00	82	100.00	33	100.00	5	100.00	225	100.00

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 16 แสดงความรู้สึกของผู้บริโภคภายหลังการใช้ถุงยางอนามัย "มีชัย" จำแนกตามรายได้

รายได้	ต่ำกว่า 2,500 บาท		2,500 - 4,000 บาท		4,001 - 6,000 บาท		6,000 บาท ขึ้นไป		ไม่มีรายได้ประจำ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
พอใจมาก	6	8.96	11	13.10	-	-	-	-	4	13.33	21	9.33
พอใจ	35	52.24	40	47.62	21	61.77	5	50.00	8	26.67	109	48.45
เฉย ๆ	22	32.83	31	36.90	12	35.29	4	40.00	14	46.67	83	36.89
ไม่พอใจ	4	5.97	2	2.38	1	2.94	1	10.00	4	13.33	12	5.33
รวม	67	100.00	84	100.00	34	100.00	10	100.00	30	100.00	225	100.00

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ร่างที่ 17 แสดงความรู้สึกของผู้บริโภคภายหลังจากการใช้ถุงยางอนามัย "มีชัย" จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ไม่ได้เรียน		ประถมศึกษา		มัธยมศึกษา		อาชีวศึกษา		อุดมศึกษา		สูงกว่าปริญญาตรี		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ใจมาก	2	40.00	1	3.45	5	8.93	3	7.69	8	8.99	1	20.00	1	50.00	21	9.33
ใจ	3	60.00	14	48.27	29	51.79	15	38.46	45	50.56	2	40.00	1	50.00	109	48.45
ย ๆ	-	-	12	41.38	20	35.71	21	53.85	28	31.46	2	40.00	-	-	83	36.89
พอใจ	-	-	2	6.90	2	3.57	-	-	8	8.99	-	-	-	-	12	5.33
รวม	5	100.00	29	100.00	56	100.00	39	100.00	89	100.00	5	100.00	2	100.00	225	100.00

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 18 แหล่งที่มาของข่าวสารเกี่ยวกับถุงยางอนามัย "มีชัย"

แหล่งที่มา	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	137	15.51
วิทยุ	77	8.72
โปสเตอร์	154	17.44
ภาพยนตร์	101	11.44
หนังสือพิมพ์รายวัน	171	19.37
นิตยสารต่าง ๆ	172	19.48
อื่น ๆ	71	8.04
รวม	883	100.00

หมายเหตุ เป็นคำตอบที่ตอบได้มากกว่าหนึ่งคำตอบ

จากการศึกษาเกี่ยวกับการรับทราบข่าวสารของถุงยางอนามัย "มีชัย" พบว่า ประชาชนตัวอย่าง 9 ใน 10 คน จะเคยทราบข่าวสารเกี่ยวกับถุงยางอนามัย "มีชัย" ซึ่งการรับทราบนั้นมาจากสื่อที่ต่างกัน จากการสัมภาษณ์ประชากรตัวอย่างเหล่านั้นแล้ว ปรากฏว่าสื่อที่ประชากรตัวอย่างเคยทราบข่าวสารมากที่สุด ได้แก่ นิตยสารต่าง ๆ และ หนังสือพิมพ์รายวันมีประมาณร้อยละ 40 รองลงมาได้แก่ โปสเตอร์ต่าง ๆ มีประมาณร้อยละ 17 ส่วนวิทยุซึ่งน่าจะเป็นสื่อที่มีผู้ทราบมากที่สุดกลับมีผู้ทราบข่าวสารจากสื่อประเภทนี้เพียงร้อยละ 8.72 เท่านั้น ซึ่งเมื่อตรวจสอบกับวิธีการประชาสัมพันธ์ของทางสมาคมฯ ก็พบว่า ในการโฆษณาถุงยางอนามัย สมาคมฯ ไม่ใช้สื่อทางสถานีวิทยุและโทรทัศน์โดยตรงแต่จะสอดแทรกโฆษณาบางครั้งเท่านั้น (ตารางที่ 18)

ตารางที่ 19 สถานที่ที่ผู้บริโภครู้จักสามารถหาถุงยางอนามัย "มีชัย"

สถานที่	จำนวน	%
ร้านขายยาทั่วไป	118	52.44
หน่วยบริการวางแผนครอบครัว	23	10.23
สั่งซื้อทางไปรษณีย์	2	0.89
อื่น ๆ	82	36.44
รวม	225	100.00

เกี่ยวกับสถานที่จำหน่าย พบว่าผู้บริโภครู้จักจำนวนมากกว่าครึ่ง (ประมาณ 52 เปอร์เซ็นต์) จะซื้อถุงยางอนามัย "มีชัย" จากร้านขายยาทั่วไป รองลงมาได้แก่ผู้ที่ตอบในข้ออื่น ๆ โดยส่วนใหญ่ระบุเหตุผลว่าได้รับแจกจากสำนักงานฯ (ตารางที่ 19)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 20 แสดงความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการสั่งซื้อของยางอนามัย "มีชัย" ทางไปรษณีย์

ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
สะดวก	55	24.44
ไม่สะดวก	170	75.56
รวม	225	100.00

การให้บริการของยางอนามัย "มีชัย" โดยการสั่งซื้อทางไปรษณีย์ จากการสำรวจพบว่า การสั่งซื้อของยางอนามัย "มีชัย" ทางไปรษณีย์ยังไม่สู้จะได้รับความนิยมมากนัก ประชาชนส่วนใหญ่ยังเห็นว่าการสั่งซื้อทางไปรษณีย์เป็นวิธีการที่ไม่สะดวก (ประมาณร้อยละ 75) โดยสามารถให้เหตุผลได้ว่า ช้า เสียเวลาในการสั่งซื้อและต้องรอคอยรับของเป็นเวลานาน (ดูตารางที่ 20)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 21 ความถี่ในการใช้ถุงยางอนามัย "มีชัย"

ประชากร	จำนวน	%
ความถี่ในการใช้		
ทุกครั้งที่มีการร่วมเพศ	12	5.33
บางครั้ง	213	94.67
รวม	225	100.00

ในการสัมภาษณ์ผู้ที่เคยใช้ถุงยางอนามัย "มีชัย" เกี่ยวกับความถี่ในการใช้แล้วปรากฏว่ามีผู้ที่เคยใช้ประจำหรือทุกครั้งที่มีการร่วมเพศเพียง 5.33 เปอร์เซ็นต์ เท่านั้น ส่วนใหญ่แล้วจะใช้เพียงบางครั้งเท่านั้น คือมีประมาณ 95 เปอร์เซ็นต์

เห็นได้ว่าผู้เคยใช้ถุงยางอนามัย "มีชัย" ส่วนใหญ่จะเคยใช้เพียงบางครั้งเท่านั้น ซึ่งมิได้มีผลต่อการเผยแพร่หรือขยายจำนวนเท่าใดนัก หากจะได้มีการส่งเสริมให้เพิ่มความถี่จนสามารถใช้เป็นประจำก็จะมีผลดีมาก (ตารางที่ 21)

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 22 วัตถุประสงค์ในการใช้ถุงยางอนามัย "มีชัย"

วัตถุประสงค์	จำนวน	%
ป้องกันโรค	56	68.29
คุมกำเนิด	26	31.71
รวม	82	100.00

จากการสำรวจวัตถุประสงค์ของผู้ใช้ถุงยางอนามัย "มีชัย" พบว่าประมาณ 70 เปอร์เซ็นต์ ของผู้ใช้ ใช้เพื่อป้องกันโรคส่วนผู้ที่ตอบว่าใช้เพื่อคุมกำเนิดมีเพียง 26 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งถ้าหากว่าเราจะลองมาคิดถึงลักษณะของการใช้จริง ๆ แล้วจะเห็นได้ว่าแม้ว่าผู้ใช้จะตอบว่าเพื่อป้องกันโรคก็ตาม แต่ในขณะเดียวกันการใช้ถุงยางนั้นก็ยังสามารถช่วยในการคุมกำเนิดไปในตัวด้วย ดังนั้นไม่ว่าผู้ใช้เพื่อวัตถุประสงค์ใดแล้วก็ตามก็จะกระทบถึงผลอีกด้านหนึ่งด้วย (ตารางที่ 22)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 23 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ถุงยางอนามัย "มีชัย" เพื่อการคุมกำเนิด

ความคิดเห็น	จำนวน	%
ช่วยลดอัตราการเกิดได้มาก	151	37.75
ช่วยลดอัตราการเกิดได้บ้าง	248	62.00
ไม่ช่วยลดอัตราการเกิดเลย	1	0.25
รวม	400	100.00

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ถุงยางอนามัย "มีชัย" เพื่อการคุมกำเนิด ในการศึกษาถึงความคิดเห็นของบุคคลทั่วไปเกี่ยวกับการใช้ถุงยางอนามัย "มีชัย" เพื่อการคุมกำเนิดว่าจะได้ผลมากน้อยเพียงใดนั้น จากการสัมภาษณ์บุคคลทั่วไป พบว่าประมาณ 38 เปอร์เซ็นต์มีความเห็นว่าจะสามารถช่วยลดอัตราการเกิดลงได้มาก ส่วนอีกประมาณ 62 เปอร์เซ็นต์เห็นว่าจะช่วยลดอัตราการเกิดลงได้บ้างเท่านั้น ส่วนผู้ที่เห็นว่าจะไม่ช่วยลดอัตราการเกิดนั้นมีเพียง 0.25 เปอร์เซ็นต์เท่านั้น

กล่าวโดยสรุป ประชาชนส่วนใหญ่เห็นว่าการใช้ถุงยางอนามัย "มีชัย" สามารถช่วยลดอัตราการเกิดลงได้

จากการศึกษาข้างต้นที่ศึกษาถึงเหตุผลที่ใช้ถุงยางอนามัย "มีชัย" เพื่อป้องกันโรคหรือคุมกำเนิด ผู้ตอบส่วนใหญ่ตอบว่าเพื่อป้องกันโรค ซึ่งอาจจะเป็นไปได้ว่า ผู้ตอบไม่มีความจำเป็นที่จะต้องใช้เพื่อการคุมกำเนิดเพราะยังเป็นโสดส่วนใหญ่แต่เมื่อตั้งคำถามนำเรื่องการใช้ถุงยางอนามัยมาเกี่ยวข้องกับการลดอัตราการเกิด พบว่าผู้ที่ศึกษาส่วนใหญ่ (เกือบทั้งหมด) เห็นว่าการใช้ถุงยางอนามัย "มีชัย" มีส่วนช่วยลดอัตราการเกิดโดยที่ร้อยละ 62 เห็นว่าช่วยลงได้บ้าง ส่วนอีกร้อยละ 37.75 เห็นว่าช่วยลงได้มาก (ตารางที่ 23)

ตารางที่ 24 แสดงความคิดเห็นของผู้นับถือโลกที่มีต่อกิจกรรมส่งเสริมการจำหน่ายถุงยางอนามัย "มีชัย"

สามารถชักจูงให้คน นิยมคุมกำเนิด	จำนวน	ร้อยละ	สามารถทำให้คน รู้จักถุงยางอนามัย "มีชัย"	จำนวน	ร้อยละ
นิยมมาก	119	29.75	รู้จักมาก	256	64.00
นิยมปานกลาง	261	65.25	รู้จักปานกลาง	141	35.25
ไม่นิยมเลย	20	5.00	ไม่ช่วยให้รู้จักเลย	3	0.75
รวม	400	100.00	รวม	400	100.00

ความคิดเห็นของผู้นับถือโลกที่มีต่อกิจกรรมส่งเสริมการจำหน่ายถุงยางอนามัย "มีชัย"

โดยที่ทางสำนักงานฯ ได้จัดให้มีกิจกรรมส่งเสริมการจำหน่ายหลาย ๆ อย่างขึ้น และในจำนวนนี้ก็คือ การจัดให้มีการจำหน่ายของใช้เล็ก ๆ น้อย ๆ เช่น เสื้อผ้าเช็ดหน้า กางเกงใน และพิมพ์ข้อความชักจูงให้ประชาชนเกิดความนิยมคุมกำเนิดโดยการให้ถุงยางอนามัย "มีชัย" นั้น เพื่อที่จะศึกษาถึงผลสะท้อนของกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ว่าจะมีผลอย่างไรบ้างต่อการดำเนินงานของสำนักงานฯ ผู้เขียนได้แยกหัวข้อศึกษาออกเป็นสองตอน คือใน ตอนแรกจะศึกษาถึงความรู้สึกหรือความคิดเห็นว่ากิจกรรมเหล่านี้จะสามารถชักจูงให้ประชาชนหันมานิยมการคุมกำเนิดโดยถุงยางอนามัย "มีชัย" มากเพียงใด สำหรับในตอนที่สองนั้นจะ ศึกษาเกี่ยวกับกิจกรรมเหล่านี้โดยจะช่วยเหลือโฆษณาชื่อของถุงยางอนามัย "มีชัย" ให้ประชาชนได้รู้จักมากขึ้นเพียงใด ซึ่งผลจากการศึกษาพบว่า

ก) ในก้านการจูงใจให้เกิดการนิยมนุมก่าเนคโดยการใช้ดุงยางอนามัย "มีชัย" นั้น พบว่ากิจกรรมเหล่านี้สามารถจูงใจให้เกิดความนิยมแต่เพียงปานกลางเท่านั้น

ข) ในก้านการโฆษณาชื่อของดุงยางอนามัย "มีชัย" พบว่ากิจกรรมเหล่านี้สามารถมีส่วนที่ทำให้ชื่อของดุงยางอนามัย "มีชัย" เป็นที่รู้จักแพร่หลายมาก โดยพบว่าจากการสัมภาษณ์ประชาชนตัวอย่าง (ดูตารางที่ 24)



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 25 แสดงความคิดเห็นของผู้บริโภคในการปรับปรุงทางด้านการตลาดของดองยาง
อนามัย "มีชัย"

ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
การเพิ่มโฆษณาให้มาก ๆ	174	20.91
เพิ่มสถานที่จำหน่ายให้มากขึ้น	159	19.11
ปรับปรุงคุณภาพของดองยางอนามัยให้มีคุณภาพทัดเทียมผู้อื่น	156	18.75
ควรมีดองยางอนามัยหลาย ๆ ชนิดให้เลือกใช้	111	13.34
ควรออกแบบของบรรจุให้มีขนาดเล็กเหมาะแก่การพกพา	101	12.14
ควรปรับปรุงราคาให้ถูกกว่าผู้อื่น	84	10.10
เห็นว่าดีอยู่แล้ว	24	2.89
ควรเปลี่ยนชื่อใหม่ให้เป็นภาษาต่างประเทศ	23	2.76
รวม	832	100.00

หมายเหตุ ตอบได้มากกว่าหนึ่งคำตอบ

ในการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนทั่วไปเกี่ยวกับการจัดการทางด้านการตลาดของดองยางอนามัย "มีชัย" ว่าควรจะต้องมีการปรับปรุงในด้านต่าง ๆ อย่างไรบ้างนั้น สำหรับในข้อนี้เปิดโอกาสให้ผู้ตอบตอบได้อย่างอิสระและนำเอาคำตอบที่ได้รับทั้งหมดมาจัดหมวดหมู่ โดยให้ความสำคัญของแต่ละคำตอบเท่ากันหมด คือให้มีคะแนนเป็นหนึ่งและสามารถนำมาสรุปผลการศึกษาก็ได้ดังนี้

ประมาณร้อยละ 21 มีความเห็น' ควรจะเพิ่มโฆษณาให้มาก ๆ และที่สำคัญ

ควรจะเน้นให้เห็นถึงคุณภาพของดุษฎีบัณฑิต "มีชัย" ว่ามีคุณภาพเหมือนหรือใกล้เคียงกับ
ดุษฎีบัณฑิตอื่นที่มีจำหน่ายในตลาด

รองลงมาประมาณร้อยละ 20 มีความเห็นว่าควรที่จะเพิ่มสถานที่จำหน่ายให้มากขึ้น
อันจะเป็นการช่วยให้ผู้บริโภคสามารถหาซื้อได้สะดวกเมื่อเวลาต้องการใช้ (ตารางที่ 25)

ตารางที่ 26 แสดงผู้ที่เคยใช้ดุษฎีบัณฑิตทั่วไป

การใช้	จำนวน	%
เคยใช้	314	78.50
ไม่เคยใช้	86	21.50
รวม	400	100.00

ตารางที่ 27 วัตถุประสงค์ในการใช้ดุษฎีบัณฑิตโดยทั่วไป

วัตถุประสงค์	จำนวน	%
ป้องกันโรค	243	77.39
คุมกำเนิด	71	22.61
รวม	314	100.00

จากการสำรวจเกี่ยวกับผู้ใช้ถุงยางอนามัยทั้งหมด โดยไม่จำกัดเชื้อ พบว่าในจำนวนประชากรตัวอย่าง 400 คน จะมีผู้ใช้ถุงยางอนามัยถึง 314 คน คิดเป็น 78.50 เปอร์เซ็นต์ (ตารางที่ 26) แสดงให้เห็นว่าในปัจจุบันนี้(ขณะสำรวจ) ประชาชนส่วนใหญ่จะรู้จักและเคยใช้ถุงยางอนามัย ซึ่งน่าจะเป็นผลดีต่อถุงยางอนามัย "มีชัย" ในกาที่จะเข้าไปมีส่วนในตลาดผู้ใช้ถุงยางอนามัยนี้ ถ้าหากว่าจะได้ใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมก็อาจจะแย่งส่วนของตลาดมาครองได้มาก

และเมื่อถามถึงวัตถุประสงค์ในการใช้ ผู้ที่ใช้ถุงยางอนามัยส่วนใหญ่ประมาณ 80 เปอร์เซ็นต์ ก็ให้เหตุผลเช่นเดียวกับผู้ใช้ถุงยางอนามัย "มีชัย" คือใช้เพื่อป้องกันโรค เหตุผลที่ผู้ตอบเช่นนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มประชากรตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นคนโสด จึงยังมิได้คิดถึงเรื่องการคุมกำเนิด ซึ่งถ้าหากว่าสามารถแนะนำให้เขาเหล่านั้นนิยมใช้ถุงยางอนามัย ก็จะเป็นผลต่อการคุมกำเนิดในทางอ้อมด้วย (ตารางที่ 27)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 28 แสดงยี่ห้อของถุงยางอนามัยที่มีผู้นิยมใช้

ยี่ห้อ	จำนวน	%
คูเร็กซ์	80	25.48
คิงส์เท็กซ์	125	39.81
มีชัย	82	26.11
อื่น ๆ	27	8.60
รวม	314	100.00

สำหรับความนิยมหรือความต้องการใช้ถุงยางอนามัยแต่ละยี่ห้อ นั้น จากการสำรวจพบว่า ถุงยางอนามัยคิงส์เท็กซ์ มีผู้นิยมใช้มากที่สุด ประมาณ 40 เปอร์เซ็นต์ของผู้ที่เคยใช้ถุงยางอนามัย รองลงมาได้แก่ถุงยางอนามัยมีชัย และคูเร็กซ์ ซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกันคือ มีประมาณ 26 เปอร์เซ็นต์

เมื่อพิจารณาถึงภูมิหลังของถุงยางอนามัยคิงส์เท็กซ์ และคูเร็กซ์ ซึ่งได้เข้ามาเผยแพร่ในตลาดก่อนถุงยางอนามัยมีชัยแล้ว และเป็นธุรกิจที่แสวงหากำไรจึงได้มีการโฆษณาและใช้งบประมาณการโฆษณามากกว่าถุงยางอนามัยมีชัย จึงอาจเป็นสาเหตุที่ทำให้มีผู้นิยมใช้ถุงยางอนามัยคิงส์เท็กซ์มากกว่า ส่วนถุงยางอนามัยมีชัยนั้นเพิ่งจะเข้ามาในตลาดและใช้วิธีการตลาดเพื่อสังคม (Social Marketing) ช่วยในการเผยแพร่ชักจูง จนสามารถมีส่วนตลาดประมาณ 26 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งมีจำนวนมากกว่าถุงยางอนามัยคูเร็กซ์เล็กน้อย ถิ่นนี้ว่าประสบความสำเร็จพอสมควร และถ้าหากจะมีการพัฒนาหรือปรับปรุงวิธีการทางการตลาดบางอย่างในอนาคตก็อาจจะเพิ่มส่วนของตลาดได้มากกว่าที่เป็นอยู่ (ตารางที่ 28)

ตารางที่ 29 แสดงเหตุผลในการเลือกใช้ถุงยางอนามัย

เหตุผล	คูเร็กซ์		คิงส์เท็กซ์		มีชัย		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ราคาถูก	4	5.00	1	0.80	18	21.95	-	-	23	7.32
บาง คุณภาพดี	37	46.25	51	40.80	17	20.73	3	11.11	108	34.39
หาซื้อง่าย	23	28.75	36	28.80	34	41.46	14	51.85	107	34.08
คนขายแนะนำให้ใช้	5	6.25	16	12.80	3	3.66	4	14.82	28	8.92
มีแบบให้เลือกมาก	3	3.75	6	4.80	4	4.88	-	-	13	4.14
อื่น ๆ	8	10.00	15	12.00	6	7.32	6	22.22	35	11.15
รวม	80	100.00	125	100.00	82	100.00	27	100.00	314	100.00

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ในการเลือกใช้ดุษงยางอนามัยของผู้บริโภคในแต่ละยี่ห้อที่ผู้บริโภคมักจะคำนึงถึง
ปัจจัยหรือเหตุผลที่ต่างกันออกไป จากการสำรวจพบว่า

ผู้ที่เลือกใช้ดุษงยางอนามัยคิงส์เท็กซ์ ส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 40 เลือกใช้ดุษงยาง
อนามัยยี่ห้อนี้เพราะเห็นว่ามีคุณภาพดี และอีกประมาณร้อยละ 28 เลือกใช้เพราะสามารถ
หาซื้อได้ง่าย

ผู้ที่เลือกใช้ดุษงยางอนามัยมิซึย ส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 41 เลือกใช้เห็นว่า
หาซื้อง่าย ส่วนเหตุผลรองลงมาได้แก่ ราคาถูก มีประมาณร้อยละ 22

ส่วนผู้ที่เลือกใช้ดุษงยางอนามัยยูเร็กซ์ ประมาณร้อยละ 46 เลือกใช้ยี่ห้อนี้
เพราะเห็นว่ามีคุณภาพดี ส่วนเหตุผลรองลงมาเห็นว่าหาซื้อได้ง่าย

สรุปแล้วจะเห็นว่าทั้งผู้ที่ใช้ดุษงยางอนามัยยูเร็กซ์และคิงส์เท็กซ์ ต่างก็มีเหตุผล
ในการเลือกใช้ตรงกัน คือเห็นว่ามีคุณภาพดีเป็นสิ่งสำคัญ และมีเหตุผลรองลงมาคือหาซื้อง่าย
ส่วนผู้ที่ใช้ดุษงยางอนามัยมิซึย จะให้เหตุผลเกี่ยวกับการหาซื้อง่ายเป็นเหตุผลสำคัญและราคาถูก
เป็นเหตุผลรองลงมา และเมื่อพิจารณาเหตุผลที่ผู้บริโภคจะใช้เลือกซื้อดุษงยางอนามัย
ทุกยี่ห้อเข้าด้วยกันแล้วจะเห็นว่า ผู้บริโภคดุษงยางอนามัยจะคำนึงถึงคุณภาพของดุษงยางและ
การหาซื้อได้ง่าย (ช่องทางจำหน่าย) เป็นหลักใหญ่ในการพิจารณาซื้อดุษงยางอนามัย
(ตารางที่ 29)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 30 สาเหตุที่ไม่เคยใช้ถุงยางอนามัยในการร่วมเพศ

สาเหตุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ทราบว่าจะไปซื้อที่ไหน	7	8.14
ไม่กล้าไปซื้อเพราะอาย	7	8.14
ไม่ชอบใช้เพราะทำให้เสียความรู้สึก	39	45.35
อื่น ๆ ระบุ	33	38.37
รวม	86	100.00

จากที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับผู้ที่ไม่เคยใช้ถุงยางอนามัยซึ่งมีประมาณร้อยละ 22 (ตารางที่ 28) แล้วพบว่าผู้ที่ไม่เคยใช้ถุงยางอนามัยประมาณร้อยละ 45 มีความคิดว่าการใช้ถุงยางอนามัยในการร่วมเพศจะทำให้เสียความรู้สึก ส่วนอีกประมาณร้อยละ 38.37 จะตอบข้ออื่น ๆ พร้อมทั้งให้เหตุผลว่า ไม่ทันการ เสียเวลา ไม่ได้เตรียมถุงยางอนามัยไว้ล่วงหน้า (ดูตารางที่ 30)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 31 ความต้องการใช้ถุงยางอนามัยในอนาคคของผู้ที่ยังไม่เคยใช้

ความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
อยากที่จะลองใช้	16	18.60
ไม่อยากจะลองใช้	26	30.24
เฉย ๆ	44	51.16
รวม	86	100.00

แนวโน้มในการใช้ถุงยางอนามัยของผู้ที่ไม่เคยใช้ในอนาคค

พบว่าในจำนวนผู้ที่ไม่เคยใช้ถุงยางอนามัยจากการสำรวจในครั้งนี้ มีผู้ที่อยาก
จะลองใช้ หรือคิดจะใช้ประมาณร้อยละ 18 ส่วนที่เหลือนั้นเป็นผู้ที่มีความรู้สึกเฉย ๆ และ
ไม่อยากจะใช้ (ตารางที่ 31)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 32 แสดงอายุของประชากรตัวอย่าง

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
15-19 ปี	39	9.75
20-29 ปี	238	59.50
30-39 ปี	93	23.25
40-49 ปี	20	5.00
50 ปีขึ้นไป	10	2.50
รวม	400	100.00

อายุ ประมาณร้อยละ 80 ของผู้ให้สัมภาษณ์เป็นผู้ที่อยู่ในกลุ่มอายุ 20-39 ปี
(ตารางที่ 32)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 33 แสดงสถานภาพสมรสของประชากรตัวอย่าง

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	248	62.00
สมรส	149	37.25
อื่น ๆ	3	0.75
รวม	400	100.00

สถานภาพสมรส ร้อยละ 62 เป็นโสด ที่เป็นผู้สมรสมีเพียงร้อยละ 37.25
(ตารางที่ 33)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 34 แสดงอาชีพของประชากรตัวอย่าง

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ-รัฐวิสาหกิจ	117	29.25
ค้าขาย-ประกอบอาชีพส่วนตัว	46	11.50
ลูกจ้าง-พนักงานบริษัท	155	38.75
นิสิตนักศึกษา	71	17.75
อื่น	11	2.75
รวม	400	100.00

อาชีพ ประมาณร้อยละ 40 ของผู้ให้สัมภาษณ์เป็นพนักงานหรือลูกจ้างของบริษัท เอกชนกลุ่มอาชีพที่สำคัญรองลงไปคือข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีประมาณร้อยละ 30 นอกนั้นมีอาชีพค้าขาย ประมาณร้อยละ 11 ประกอบอาชีพส่วนตัวประมาณร้อยละ 18 ยังเป็นนักศึกษาและอื่น ๆ ประมาณร้อยละ 3 ตามลำดับ (ตารางที่ 34)

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 35 แสดงรายได้ของประชากรตัวอย่าง

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 2,500 บาท	111	27.75
2,500-4,000 บาท	127	31.75
4,001-6,000 บาท	69	17.25
6,000 บาทขึ้นไป	36	9.00
ไม่มีรายได้ประจำ	57	14.25
รวม	400	100.00

รายได้ มากกว่าครึ่งคือร้อยละ 60 เป็นผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่าเดือนละ 4,001 บาท ที่มีรายได้สูงกว่านั้นมีเพียงร้อยละ 26 และเป็นผู้ไม่มีรายได้ประจำร้อยละ 14 (ตารางที่ 35)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 36 แสดงการศึกษาของประชากรตัวอย่าง

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้เรียน	13	3.25
ประถมศึกษา	55	13.75
มัธยมศึกษา	92	23.00
อาชีวศึกษา	71	17.75
อุดมศึกษา	154	38.50
สูงกว่าปริญญาตรี	12	3.00
อื่น ๆ	3	0.75
รวม	400	100.00

การศึกษา เมื่อพิจารณาทางด้านการศึกษา เนื่องจากตัวอย่างที่สัมภาษณ์อยู่ใน กรุงเทพมหานครซึ่งเป็นเมืองหลวงมากกว่า 4 ใน 5 เป็นผู้มีการศึกษาสูงกว่าภาคบังคับ ผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีถึงร้อยละ 42.25 (ตารางที่ 36)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สรุปผลการศึกษาในบทนี้

จากการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาและการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดของดุษงยางอนามัย "มีชัย" เพื่อเผยแพร่ และนำไปให้ประชาชนเกิดความสนใจและนิยมใช้ดุษงยางอนามัยมากขึ้น โดยการสอบถามจากผู้นับถือ และสามารถนำมาสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้คือ

1. คุณสมบัติของประชากรตัวอย่าง

ประชากรตัวอย่างที่ทำการสำรวจในครั้งนี้ ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่มียายุอยู่ระหว่าง 20-39 ปี สถานภาพสมรส โสด ประกอบอาชีพลูกจ้าง-พนักงานบริษัทและรับราชการ มีรายได้อยู่ระหว่าง 2,500-4,000 บาท และมีระดับการศึกษาสูงกว่าภาคบังคับ

2. ผลสำเร็จในการเผยแพร่ดุษงยางอนามัยของสำนักงาน

พบว่าจากการสำรวจ มีประชาชนประมาณ 9 ใน 10 คนที่ทราบหรือรู้จักดุษงยางอนามัย "มีชัย" ซึ่งปัจจัยที่จะมีส่วนอย่างมากในการรับทราบก็ได้แก่ระดับการศึกษา นอกจากนี้ยังพบว่าในจำนวนผู้ที่ทราบนี้จะเคยใช้หรือทดลองใช้ดุษงยางอนามัย "มีชัย" ประมาณ 62 เปอร์เซ็นต์ โดยพบว่าปัจจัยที่มีส่วนกำหนดในการใช้ดุษงยางอนามัยที่สำคัญได้แก่ อายุ และรายได้ของประชากรตัวอย่าง

นอกจากนี้ภายหลังจากที่ได้มีการทดลองใช้แล้วสามารถทำให้ผู้ใช้หรือผู้ลองใช้ดุษงยางอนามัย "มีชัย" เกิดความพอใจประมาณ 58 เปอร์เซ็นต์

3. ทักษะคติและความคิดเห็นของผู้ใช้ดุษงยางอนามัยโดยทั่วไปพบว่า

ทางด้านผลิตภัณฑ์ ประชาชนที่ใช้ดุษงยางอนามัยแต่ละคราวมักจะมีเหตุผลในการเลือกใช้ที่ต่างกัน กล่าวคือผู้ใช้ดุษงยางอนามัย "มีชัย" ส่วนใหญ่จะให้เหตุผลในการเลือกใช้ เพราะราคาถูก ซึ่งต่างกับผู้ที่เลือกใช้ดุษงยางอนามัย "คิงส์เท็กซ์" และ "คูเร็กซ์" ที่ส่วนใหญ่มักจะเลือกใช้เพราะเห็นว่ามีคุณภาพดี และผู้ใช้ดุษงยางอนามัยส่วนใหญ่แล้วจะใช้

เพื่อป้องกันการติ๊กเชื่อมากกว่าเพื่อคุมกำเนิก ทั้งนี้รวมถึงผู้ใช้ถุงยางอนามัย "มีชัย" ด้วย แต่ถึงอย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคเหล่านี้ก็ยังมีความเห็นว่า หากมีการเผยแพร่ถุงยางอนามัย "มีชัย" แล้วก็จะสามารถช่วยในการคุมกำเนิกได้บ้าง ส่วนพฤติกรรมของผู้บริโภคถุงยางอนามัย "มีชัย" มักจะใช้แค่เพียงบางครั้ง ไม่ได้ใช้เป็นประจำ และเมื่อภายหลังจากใช้ก็ลองใช้ถุงยางอนามัย "มีชัย" แล้ว ส่วนใหญ่จะมีความรู้สึกพอใจ

ทางค่านราคา ผู้ที่เคยใช้ถุงยางอนามัย "มีชัย" ส่วนใหญ่แล้วมีความเห็นว่า ถุงยางอนามัย "มีชัย" จะมีราคาถูกกว่าถุงยางอนามัยชนิดอื่นในตลาดที่มีคุณภาพใกล้เคียงกัน หรือเหมือนกัน

นอกจากนี้แล้วความเห็นของประชาชนตัวอย่างที่ให้มา ยังมีความเห็นว่าควรจะต้องมีการปรับปรุงเกี่ยวกับคุณภาพของถุงยางอนามัยให้ทัดเทียมกับผู้อื่น และควรเพิ่มชนิดของถุงยางอนามัยให้มากเพื่อผู้บริโภคจะสามารถเลือกใช้ได้ตามความพอใจ

ค่านสถานที่จำหน่าย ในจำนวนช่องทางจำหน่ายที่ทางสำนักงานฯ ใช้ในการเผยแพร่ถุงยางอนามัยทั้งหมดพบว่า ส่วนใหญ่แล้วผู้บริโภคจะหาซื้อจากร้านขายยาทั่วไป ซึ่งเป็นสถานที่ที่สะดวกที่สุดในการหาซื้อ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะจำนวนร้านที่มีมากและกระจายอยู่ทั่วไป เวลาที่เปิดทำการขายมีมากกว่าช่องทางจำหน่ายชนิดอื่นที่ทางสำนักงานฯ ใช้จำหน่าย

ส่วนการให้บริการสั่งซื้อถุงยางอนามัย "มีชัย" ทางไปรษณีย์นั้น ประชาชนทั่วไปยังไม่นิยมสั่งซื้อ เนื่องจากช้าและต้องเสียเวลาราวละหลาย ๆ วัน

ค่านการส่งเสริมการจำหน่าย พบว่าในการโฆษณาหรือแนะนำถุงยางอนามัย "มีชัย" นั้น ประชาชนทั่วไปจะรับทราบข่าวสารมากที่สุดจากการอ่านนิตยสารและหนังสือพิมพ์

สำหรับกิจกรรมส่งเสริมการจำหน่ายบางอย่างที่ทางสำนักงานฯ จัดทำขึ้น เช่น

การจักทำของใช้เล็ก ๆ น้อย ๆ เช่น ผ้าเช็ดหน้า กางเกงใน เสื้อ าลา และพิมพ์ตรา และข้อความชักชวนให้คนกำเนิดโดยใช้ดูยางอนามัย "มีชัย" นั้น สามารถที่จะชักชวนให้ประชาชนหันมานิยมคุมกำเนิดด้วยวิธีนี้ แต่เพียงเล็กน้อยเท่านั้น แต่จะช่วยโฆษณาชื่อของสมาคมฯ ให้เป็นที่รู้จักมากที่สุด .

นอกจากนี้แล้วประชาชนส่วนใหญ่มีความเห็นว่าถ้าจะให้การดำเนินงานทางด้านการตลาดของสำนักงานฯ ในกำรเผยแพร่ดูยางอนามัยประสบความสำเร็จแล้ว ควรจะได้มีการเพิ่มการโฆษณาให้มากขึ้น และพยายามจัดสถานที่จำหน่ายให้มากขึ้นด้วย

4. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของสำนักงานฯ ที่พบจากการสำรวจในครั้งนี้ ก็คือ

ก. ปัญหาเกี่ยวกับทัศนคติที่ไม่ดีต่อการใช้ดูยางอนามัย ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อมาถึงการใช้ดูยางอนามัย "มีชัย" ด้วย

ข. ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีความเข้าใจผิดโดยคิดว่าดูยางอนามัย "มีชัย" เป็นดูยางที่มีคุณภาพไม่สู้ดี และมีไว้สำหรับแจกฟรีเท่านั้น

ค. ทางสำนักงานฯ ยังมีได้มีการใช้การโฆษณาผ่านสื่อกลางที่สำคัญ และจะสามารถให้ผลได้มาก คือวิทยุและโทรทัศน์ ซึ่งถ้าหากได้มีการขยายการโฆษณาผ่านสื่อทั้งสองนี้แล้วก็จะสามารถช่วยในการเผยแพร่ได้มาก

ง. ปัญหาเกี่ยวกับการให้บริการสั่งซื้อทางไปรษณีย์ ซึ่งยังมิได้รับความสนใจจากผู้บริโภคเท่าที่ควร

ส่วนรายละเอียดปัญหาอื่น ๆ ตลอดจนข้อเสนอแนะต่าง ๆ จะกล่าวในบทต่อไป