

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ พฤติกรรมในการซื้อขายสำเร็จรูปจากสมุนไพรมะพร้าวของผู้บริโภค ใน
อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

ชื่อผู้เขียน

นางสาวรุ่งรวี เวทศักดิ์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ณฤมล กิมภากรณ์	ประธานกรรมการ
อาจารย์เรณัฐ เสริมบุญสร้าง	กรรมการ
อาจารย์สุจรรย์พินธ์ สิทธิวงศ์	กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้อขายสำเร็จรูปจากสมุนไพรมะพร้าวของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง

การศึกษาในครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการออกแบบสอบถามผู้ที่ซื้อขายสำเร็จรูปจากสมุนไพรมะพร้าวในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง จำนวน 210 ตัวอย่าง และนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC+ ส่วนสถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ในการรวบรวมข้อมูล ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 64.76 มีอายุในช่วงระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 38.10 มีสถานภาพสมรสคิดเป็นร้อยละ 64.76 ทางด้านการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 42.38 มีอาชีพเป็นลูกจ้างและพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 37.14 และมีรายได้ระดับ 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 21.43

ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อสิ่งกระตุ้นทางการตลาดทั้งสี่ด้าน โดยให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก คือ ต้องมีคุณภาพ โดยมีการรับรองจากกระทรวงสาธารณสุข หรือ ได้รับเครื่องหมาย อย. ระบุสรรพคุณต่างๆ และ ความสะอาดปลอดภัย การที่ผลิตภัณฑ์มีชื่อเสียงตรายี่ห้อเป็นที่รู้จัก การมีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม และขนาดบรรจุเหมาะสม อันดับที่สอง คือ ปัจจัยด้านราคา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าการที่สินค้ามีราคาเหมาะสมกับคุณภาพสำคัญมากกว่าการที่สินค้ามีราคาถูก อันดับที่สามคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการมีเอกสารเผยแพร่ที่

เกี่ยวกับคุณประโยชน์ของยาสำเร็จรูปจากสมุนไพร และมีพนักงานขายแนะนำสินค้า การมีโฆษณาที่น่าสนใจและแจกสินค้าทดลอง อันดับสุดท้าย คือ ด้านสถานที่ ส่วนใหญ่เห็นว่ายาสำเร็จรูปจากสมุนไพรควรหาซื้อสะดวก มีขายทั่วไปมีความสำคัญกว่าการมีพนักงานขายถึงบ้าน

การตอบสนองของผู้ซื้อในส่วนของทางเลือกผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพร เนื่องจากปราศจากสารสังเคราะห์ทางเคมี รองลงมาคือ ทราบคุณประโยชน์จากหนังสือ นิตยสารและแผ่นพับต่างๆ ส่วนใหญ่จะบริโภคเพื่อบำรุงและเสริมสุขภาพ โดยชนิดของยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรที่นิยมซื้อบ่อยที่สุดคือ ชนิดแคปซูล ในส่วนของทางเลือกตราสินค้านั้น มียี่ห้อที่รู้จักมากที่สุดและเลือกซื้อบ่อยที่สุด คือ ยี่ห้อชมรมรักษาสสมุนไพรรำปาง รองลงมาคือ ยี่ห้อโครงการพิเศษ (งานสมุนไพรร) ของศูนย์การศึกษาานอกโรงเรียนภาคเหนือจังหวัดลำปาง โดยส่วนใหญ่ซื้อยี่ห้อเดิมเป็นประจำ ในส่วนของทางเลือกสถานที่ที่ผู้บริโภคซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรบ่อยที่สุด คือ แหล่งผลิตและจำหน่าย เนื่องจากมีสินค้าชนิดที่ต้องการเสมอไม่ขาดตลาด รองลงมาคือ ร้านค้าสะดวกซื้อ (Convenience Store) เนื่องจากสถานที่สะดวก เช่น จอดรถง่าย มีสินค้าอื่นให้เลือกซื้อด้วย สำหรับการเลือกเวลาในการซื้อ ผู้บริโภคส่วนใหญ่มักจะไม่มีคความแน่นอนในการซื้อและบริโภคยาสำเร็จรูปจากสมุนไพร คือ จะซื้อและบริโภคตามโอกาส เช่น เมื่อป่วย หรือ เป็นของฝาก โดยมีปริมาณในการซื้อต่อครั้ง 51-150 บาท มากที่สุด

Independent Title Consumer Buying Behavior for Finished Herb Medicine
in Muang District, Lampang Province.

Author Miss Rungrawee Wettasak

M.B.A. Business Administration

Examining Committee Lecturer Narumon Kimpakorn Chairman
Lecturer Renus Seramboonsang Member
Lecturer Suchanpin Sitthiwong Member

Abstract

The Purpose of the independent study was to study consumer-buying behavior for finished herb medicine in Muang district, Lampang province.

The data were collected by using questionnaires asking the 210 finished herb medicine consumers in Muang district, Lampang province, and processed by using SPSS/PC+ program. The results were analyzed by comparing Frequency, Percentage and Mean.

The study results showed that, the most of respondents were female 64.76%, the main group of age was 31-40 years old 38.10%. The majority status was married 64.76%. The education of most respondents is found that 42.38% is in bachelor education level. The most of respondents, 37.14%, were employee in private company. Moreover, most of them earn about 5,001-10,000 baht per month 21.43%.

The results from consumer behavior study, it was found that, the respondents gave importance to marketing stimulus in four aspects as followed. First, product factor, they gave importance in quality were certified from Ministry of Public Health or FDA approved, clinical indication, cleanliness of the product, the reputation of product brand, appropriated design and size of package. Secondary, price factor, most of them agree that an appropriated price was more motivated than cheap price.

Third, promotion factor, the research results show that they gave importance in the document of the benefit and salesperson to suggest product. Moreover, to have attractive advertising and give products for free. Lastly, place factor, the availability of the product in retail outlet (no product shortage) were more important than direct sales distribution.

For the buyer 's response in product choice. The most of them were consume to restore health. The reasons to buy finished herb medicine as followed. The products were without chemical synthetic; and the respondents knew the product 's benefit from books, magazines and brochures. The type of finished herb medicine that had most frequency-buying rate was in capsule type. The choice of brands, most popular and the best selling is Lampang Herb Club brand, secondary, the Special Project (Herbal) of Northern regional Informal Education Center, Lampang Province. The most of respondents highly had brand loyalty. The place choice, the manufacturer and distribution center was the place where the respondent bought finished herb medicine most often because the places always had products availability (no product shortage) following by convenience stores because there are convenient selling places with car parking, various products for shopping. For purchasing time, most respondents bought finished herb medicines by chance, for example, when sick and gaining as gift bought and consumed. The most of respondents bought the product at 51-150 baht for each time of purchase.