

บทคัดย่อ

วิชา บธ. 851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดของผู้บริโภคที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรของลำปางรักษ์สมุนไพร จังหวัดลำปาง
ผู้จัดทำ	: นางสาวรุจิรา สุขมณี
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ดร.ฐติกุล ไชยวรรณ
หลักสูตร	: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	: มิถุนายน 2550
จำนวนหน้า	: 110 หน้า

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง “พฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดของผู้บริโภคที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรของลำปางรักษ์สมุนไพร จังหวัดลำปาง” ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อการเลือกซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรของลำปางรักษ์สมุนไพร จังหวัดลำปาง ตลอดจนศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยทางการตลาด (ด้านผลิตภัณฑ์, ราคา, ช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด) ที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรของลำปางรักษ์สมุนไพร จังหวัดลำปาง เพื่อนำผลที่ได้รับจากการศึกษามาเป็นข้อมูลสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องจะทำธุรกิจและผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับสมุนไพร และสามารถนำข้อมูลมาใช้ในการวางแผน ตัดสินใจ พัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดและการผลิตเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างวันที่ 28 สิงหาคม 2549 – 14 กันยายน 2549 โดยการใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามให้แก่ผู้บริโภคที่มามีเลือกซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรของลำปางรักษ์สมุนไพร จังหวัดลำปาง จำนวน 200 ราย

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีสถานภาพโสด มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท และอาศัยอยู่ในจังหวัดลำปาง

ผลการศึกษาด้านพฤติกรรมพบว่า กลุ่มตัวอย่างไม่ได้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรของลำปางรักษ์สมุนไพรเป็นครั้งแรก โดยความเชื่อมั่นในคุณภาพ ความสะอาดเป็นเหตุผลสำคัญในการซื้อ และกลุ่มตัวอย่างเดินทางมาซื้อด้วยตนเอง มีความถี่ในการซื้อ 1 ครั้งต่อเดือน และมีองค์ประกอบที่ใช้ในการพิจารณาในการตัดสินใจซื้อคือ คุณภาพสรรพคุณของสมุนไพร และตนเองคือบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากเพื่อนและคนรู้จักด้วยการบอกต่อ มีผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อและใช้บ่อย คือ ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรสำเร็จรูป กลุ่มตัวอย่างไม่เคยเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยี่ห้ออื่นเลยและไม่เคยเกิดอาการแพ้และยังมีโอกาสซื้อไม่แน่นอน เสียค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้งประมาณ 101-200 บาท และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทำการเลือกซื้อจากร้านตัวแทนจำหน่าย ณ ห้าง Big C สาขาลำปาง

ผลการศึกษาด้านปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคให้ความสำคัญในเรื่องของส่วนผสมของสมุนไพรที่ใช้ในการผลิต ปัจจัยด้านราคา ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการระบุราคาชัดเจน ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคให้ความสำคัญในเรื่องของการหาซื้อได้ง่ายสะดวกและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคให้ความสำคัญในเรื่องของการโฆษณาในสื่อต่างๆ