

บทคัดย่อ

วิชา บธ.851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้ยาสีฟันสมุนไพรไทย ในเขตอำเภอเมืองและอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	นางสาวอุษณีย์ โภชนพาณิชย์
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.ทวีวรรณ พรหมกันธา
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติงาน	มิถุนายน 2544
จำนวนหน้า	48 หน้า

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้ยาสีฟันสมุนไพรไทย ในเขตอำเภอเมืองและอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่” ครั้งนี้ เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อยาสีฟันสมุนไพรไทยและปัจจัยในการเลือกซื้อยาสีฟันสมุนไพรไทย ในเขตอำเภอเมืองและอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ โดยสุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ราย ด้วยวิธีสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคยาสีฟันสมุนไพรไทย วิเคราะห์ทางสถิติโดยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภควิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยตัวสถิติ t-test

ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพการสมรสโสด อายุ 16-30 ปี มีการศึกษาดำรงปริญญาตรีและอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพรับจ้าง ขนาดครอบครัว 4-6 คน มีรายได้อยู่ในช่วง 3,000-6,000 บาท และ 9,001 บาทขึ้นไป

พฤติกรรมของผู้บริโภคยาสีฟันสมุนไพรไทย พบว่าผู้บริโภคนิยมใช้ผลิตภัณฑ์แบบครีม ขนาดกลาง โดยใช้นาน ๆ ครั้ง การเลือกซื้อส่วนใหญ่เลือกซื้อด้วยตนเอง ถ้าไม่ได้เลือกซื้อเอง ผู้เลือกซื้อแทนคือบิดา มารดา โดยซื้อครั้งละ 1 หลอดหรือ 1 กระปุก ในราคา 10-50 บาท และนิยมเลือกซื้อที่ห้างสรรพสินค้าเนื่องจากมีสินค้าให้เลือกมาก ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ พบว่าส่วนใหญ่เคยเห็นการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ และสนใจการแจกหรือแถม รู้จักผลิตภัณฑ์จากผู้เคยใช้แนะนำ หลังจากใช้ผลิตภัณฑ์แล้วส่วนใหญ่เห็นว่าได้ผลตามที่บ่งชี้ไว้ข้างกล่อง

พฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อที่สำคัญมากที่สุด คือ ส่วนผสมของสมุนไพร ในผลิตภัณฑ์ รองลงมา ได้แก่ ราคา ตรายี่ห้อ ภาชนะบรรจุ และการโฆษณาตามลำดับ และปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาสมุนไพรไทยของผู้บริโภคระดับมาก คือ ด้านส่วนผสมของสมุนไพร รสชาติ บรรจุภัณฑ์ ตรายี่ห้อ ราคา และการวางจำหน่ายทั่วไป ปัจจัยที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ด้านการลดราคาสินค้าให้ต่ำกว่าราคาป้าย การแจกแถมสมุนไพร และการจัดตกแต่งร้าน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจซื้อยาสมุนไพรไทย เมื่อพิจารณาโดยรวมแล้วไม่แตกต่างกันเมื่อจำแนกตามอายุ และจำแนกตามรายได้

ธุรกิจการผลิตยาสมุนไพรไทยที่จะตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี จะต้องมีการปรับปรุงคุณภาพของสินค้า เน้นที่ส่วนผสมของสมุนไพร มีการระบุวัน เดือน ปี ที่ผลิตและปรับปรุงการบรรจุภัณฑ์ให้สะดวกต่อการใช้ของผู้บริโภค กำหนดราคาให้เหมาะสม มีการวางจำหน่ายสินค้าให้แพร่หลายอย่างต่อเนื่องเพื่อเตือนความทรงจำของผู้บริโภค