บทที่ 5

บทสรุป

เนื้อหาของบทนี้ จะแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ โดยมีรายละเอียดดังนี้

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคยาสำเร็จรูปจากสมุนไพร ได้ว่า มีผู้บริโภคที่เป็นเพศชาย จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 35.24 และเพศหญิงจำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 64.76 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.10 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.71 ทางด้านการศึกษาส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 42.38 รองลงมาเป็นระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 21.43 ในส่วนของอาชีพนั้น พบว่าส่วนใหญ่เป็นลูกจ้าง และพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 37.14 รองลงมาเป็นข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 24.76 สำหรับด้านรายได้ พบว่าส่วนใหญ่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.43 รองลงมามีรายได้ 15,001-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.67 นอกจากนี้พบด้วยว่าผู้บริโภคร้อยละ 64.76 มีสถานภาพสมรส รองลงมาคือ สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 32.86

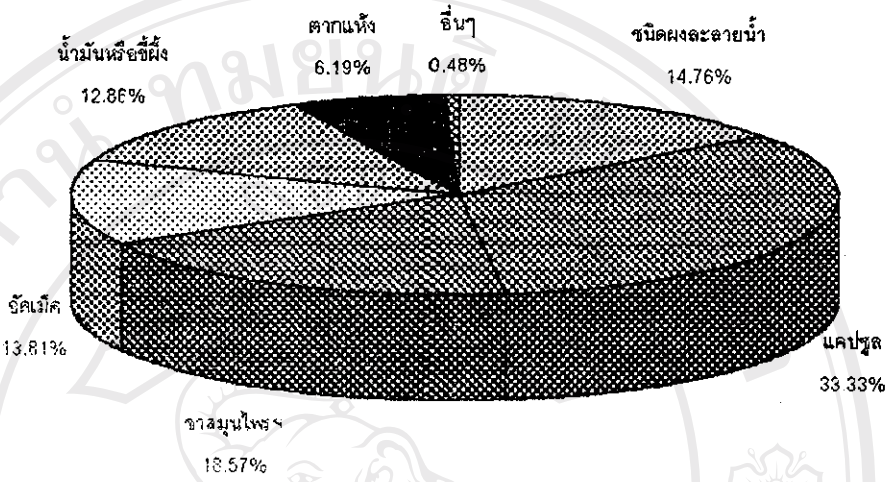
2. พฤติกรรมการซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรของผู้บริโภค

2.1 พฤติกรรมการซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรของผู้บริโภค

2.2.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรชนิดชาสมุนไพรซองสำเร็จรูป คิดเป็นร้อยละ 69.05 รองลงมาคือ ชนิดแคปซูล คิดเป็นร้อยละ 63.33 แต่ชนิดที่ซื้อบ่อยที่สุดคือชนิดแคปซูล ร้อยละ 33.33 รองลงมาคือ ชนิดชาสมุนไพรซองสำเร็จรูป ร้อยละ 18.57 (ดังแสดงในรูปที่ 1 หน้า 120) โดยมีเหตุผลหลักในการเลือกซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรชนิดต่างๆ คือ ปราศจากสารสังเคราะห์ทางเคมี ร้อยละ 81.43 และเนื่องจากทราบคุณประโยชน์จากเอกสาร หนังสือ นิตยสาร และแผ่นพับต่างๆ ร้อยละ 75.71 (ดังแสดงในรูปที่ 2 หน้า 120) นอกจากนี้ร้อยละ 75.71 มักจะบริโภคเป็น บางครั้งตามแต่โอกาส รองลงมาคือ บริโภคเป็นประจำสม่ำเสมอ แต่ไม่ถึงกับทุกวัน ร้อยละ 37.62

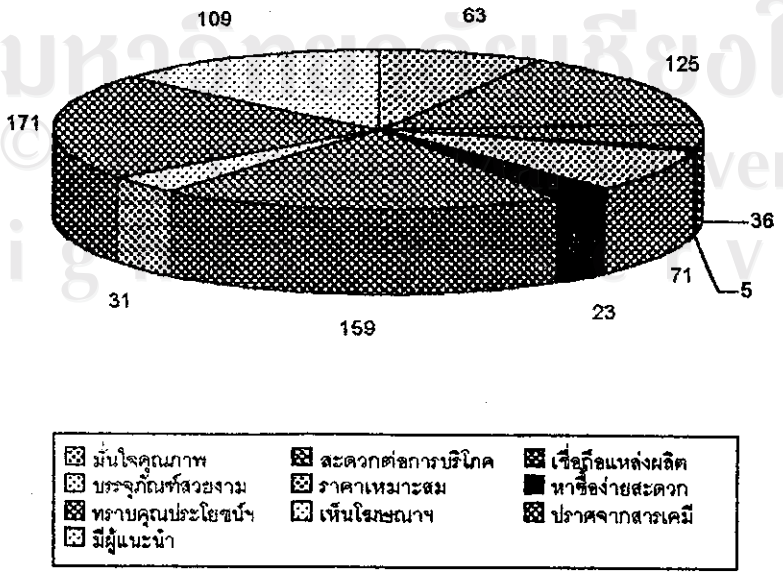
ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

รูปที่ 1 ยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรชนิดที่ซื้อบ่อยที่สุด



ยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรชนิดที่ซื้อบ่อยที่สุดคือชนิดแคปซูล ร้อยละ 33.33 รองลงมาคือ ชนิดชาสมุนไพรซองสำเร็จรูป ร้อยละ 18.57 ชนิดผงละลายน้ำร้อยละ 14.76 ชนิดอัดเม็ดร้อยละ 13.81 ชนิดน้ำมันหรือขี้ผึ้งร้อยละ 12.86 ชนิดสมุนไพรตากแห้ง ร้อยละ 6.19 และอื่นๆ คือ สมุนไพรสดร้อยละ 0.48 ตามลำดับ

รูปที่ 2 เหตุผลในการซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพร



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เหตุผลในการเลือกซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรชนิดต่างๆ คือ ปราศจากสารสังเคราะห์ทางเคมี ร้อยละ 81.43 และเนื่องจากทราบคุณประโยชน์จากเอกสาร หนังสือ นิตยสาร และแผ่นพับต่างๆ ร้อยละ 75.71 สะดวกต่อการบริโภค ร้อยละ 59.52 มีผู้แนะนำร้อยละ 51.90 ราคาเหมาะสม ร้อยละ 33.81 มั่นใจคุณภาพความสะอาด ร้อยละ 30.00 เชื่อถือแหล่งผลิตร้อยละ 17.14 เห็นโฆษณาทางสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และแผ่นป้ายโฆษณา เป็นต้น ร้อยละ 14.76 และบรรจุภัณฑ์สวยงาม คิดเป็นร้อยละ 2.38 ตามลำดับ

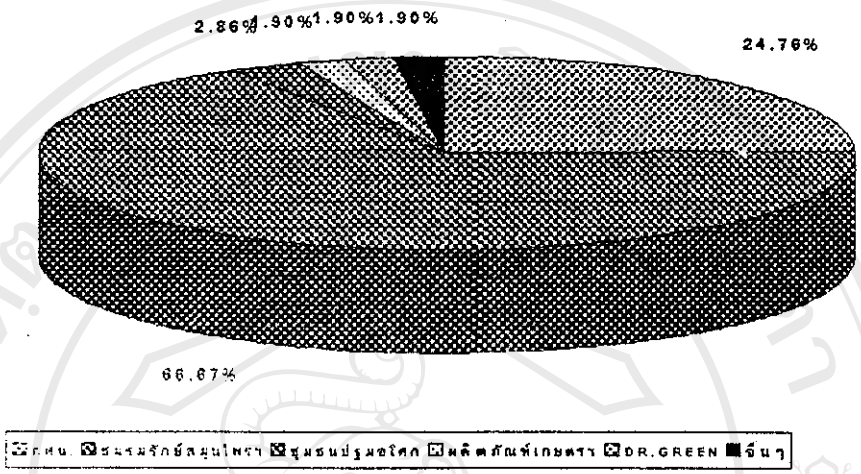
ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกตัดสินใจบริโภคด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 85.71 รองลงมาคือ ปรึกษาและพบแพทย์แผนปัจจุบัน คิดเป็นร้อยละ 7.14 ปรึกษาและพบแพทย์แผนโบราณ คิดเป็นร้อยละ 5.71 และปรึกษาผู้รู้ และผู้ที่เคยใช้ คิดเป็นร้อยละ 1.43 ตามลำดับ ส่วนใหญ่รู้จักยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรจากเพื่อนหรือบุคคลอื่นๆ แนะนำ คิดเป็นร้อยละ 82.86 จากแผ่นโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 50.48 เอกสารเผยแพร่ทางวิชาการ คิดเป็นร้อยละ 50.48 จากงานนิทรรศการต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 17.14 จากนิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 15.71 หนังสือพิมพ์คิดเป็นร้อยละ 13.33 และวิทยุ คิดเป็นร้อยละ 5.24 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจบริโภคยาสมุนไพรด้วยเองอยู่ในระดับมาก แพทย์อยู่ในระดับปานกลาง เพื่อนหรือบุคคลอื่นแนะนำอยู่ในระดับปานกลาง พนักงานขายตรง และเห็นบุคคลอื่นใช้หรือซื้ออยู่ในระดับน้อย ส่วนใหญ่มีสาเหตุในการบริโภคยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรเพื่อต้องการบำรุงและเสริมสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 75.24 รองลงมาคือ รักษาอาการเจ็บป่วย และอยากทดลองบริโภค คิดเป็นร้อยละ 36.67 และทดแทนยาแผนปัจจุบัน (แพ้ยา) คิดเป็นร้อยละ 1.43 ตามลำดับ

2.2.2 การเลือกตราสินค้า ยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรยี่ห้อชมรมรักษ์สมุนไพรลำปาง เป็นที่รู้จักมากที่สุด เคยซื้อมากที่สุด และเป็นยี่ห้อที่ซื้อบ่อยที่สุดด้วย (ดังแสดงในรูปที่ 3 หน้า 122) และส่วนใหญ่ซื้อยี่ห้อเดิมเป็นประจำ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

รูปที่ 3 ยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรยี่ห้อที่ซื้อบ่อยที่สุด

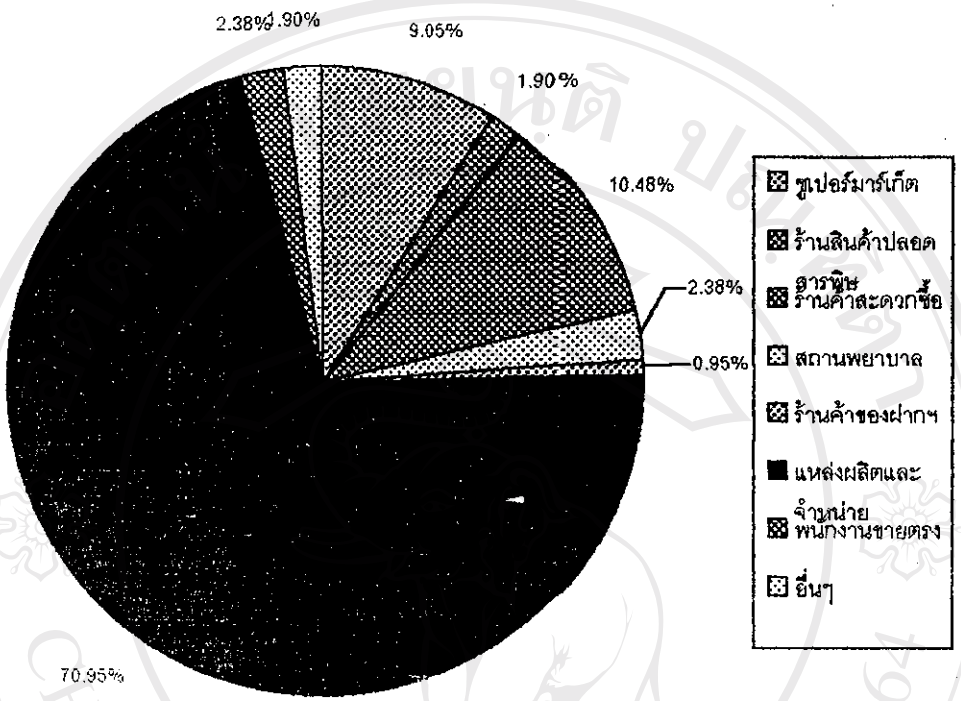


ยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรยี่ห้อที่ผู้บริโภคซื้อบ่อยที่สุด คือ ชมรมรักษ์สมุนไพรลำปางคิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมาคือ โครงการพิเศษ (งานสมุนไพร) ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนภาคเหนือ จังหวัดลำปาง ร้อยละ 24.76 ชุมชนปฐมอโศก จังหวัดนครปฐม ร้อยละ 2.86 ผลิตภัณฑ์เกษตรทรัพย์สมบูรณ์ จังหวัดขอนแก่น ร้อยละ 1.90 Dr.Green ของโครงการเสริมสร้างอาชีพกลุ่มแม่บ้าน กรมส่งเสริมการเกษตร กรุงเทพมหานคร ร้อยละ 1.90 และ ไม่มียี่ห้อ ร้อยละ 1.90

2.2.3 การเลือกผู้ขาย แหล่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพร คือ จากแหล่งผลิตและจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 87.14 รองลงมาคือ ร้านค้าสะดวกซื้อ (Convenience Store) คิดเป็นร้อยละ 46.67 ขณะเดียวกันก็จากแหล่งผลิตและจำหน่ายบ่อยที่สุดด้วย คิดเป็นร้อยละ 70.95 รองลงมาคือ ร้านค้าสะดวกซื้อ (Convenience Store) คิดเป็นร้อยละ 10.48 (ดังแสดงในรูปที่ 4 หน้า 123) ทั้งนี้เนื่องจากมียาสำเร็จรูปจากสมุนไพรชนิดที่ต้องการเสมอไม่ขาดตลาด คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมาคือ สถานที่สะดวก เช่น จอดรถง่าย ใกล้บ้าน มีสินค้าอื่นให้เลือกซื้อด้วย คิดเป็นร้อยละ 54.76

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

รูปที่ 4 แหล่งที่ผู้บริโภคซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรบ่อยที่สุด



แหล่งที่ผู้บริโภคซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรบ่อยที่สุดคือ แหล่งผลิตและจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 70.95 รองลงมาคือ ร้านค้าสะดวกซื้อ (Convenience Store) คิดเป็นร้อยละ 10.48 ซูเปอร์มาร์เก็ต คิดเป็นร้อยละ 9.05 สถานพยาบาลของรัฐ ร้อยละ 2.38 พนักงานขายตรงร้อยละ 2.38 ร้านสินค้าปลอดสารพิษและร้านขายยาทั่วไปร้อยละ 1.90 และร้านค้าของฝากสำหรับนักท่องเที่ยวร้อยละ 0.95 ตามลำดับ

2.2.4 การเลือกเวลาในการซื้อ ส่วนใหญ่ซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรตามโอกาส เช่น ป่วย หรือเป็นของฝาก คิดเป็นร้อยละ 67.14 ซื้อ 1 เดือน/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 28.81 ซื้อ 15 วัน/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.76 ซื้อสัปดาห์ละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2.86 ซื้อ 2-3 วัน/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 0.48 และซื้อเมื่อของเดิมหมด คิดเป็นร้อยละ 0.95 ตามลำดับ

2.2.5 การเลือกปริมาณในการซื้อ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปริมาณการซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรต่อครั้งจำนวน 51-150 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.67 รองลงมาคือ จำนวน 151-250 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.33 จำนวน 251-350 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.81 ซื้อต่ำกว่า 50 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.95 ซื้อ 351-450 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.81 และซื้อมากกว่า 450 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.43 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2.2 ความคิดเห็นต่อความสำคัญของสิ่งกระตุ้นทางการตลาดต่อการซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรยี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่ง

พบว่าสิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญมากที่สุด ค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.00 ได้แก่ ด้านคุณภาพโดยมีการรับรองจากกระทรวงสาธารณสุข หรือ ได้รับเครื่องหมาย อย. และระบุสรรพคุณต่างๆ และ ความสะอาดปลอดภัย ผลิตภัณฑ์มีชื่อเสียงตรายี่ห้อ บรรจุภัณฑ์สวยงาม และขนาดบรรจุเหมาะสม รองลงมาคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ยร้อยละ 3.65 โดยให้ความสำคัญกับการมีเอกสารเผยแพร่ที่เกี่ยวกับคุณประโยชน์ของยาสำเร็จรูปจากสมุนไพร มีพนักงานขายแนะนำสินค้าอยู่ในระดับมาก โฆษณาน่าสนใจและแจกสินค้าทดลองอยู่ในระดับปานกลาง

อันดับต่อมาคือ ด้านราคา ค่าเฉลี่ย 3.64 โดยผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าราคาของยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรควรเหมาะสมกับคุณภาพอยู่ในระดับมาก และเห็นว่าราคาถูกอยู่ในระดับปานกลาง อันดับสุดท้าย คือ ด้านสถานที่ ค่าเฉลี่ย 3.25 ส่วนใหญ่เห็นว่าการซื้อสะดวกมีขายทั่วไปมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก และมีพนักงานขายถึงบ้านอยู่ในระดับน้อย

อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาตามแนวความคิดจากโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) ของ Philip Kotler ดังนั้นในการอภิปรายผล จะอภิปรายเป็นลำดับตามโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วนดังนี้ คือ

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) ในการวิจัยนี้คือ สิ่งกระตุ้นทางการตลาด
2. ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ในการวิจัยนี้คือปัจจัยส่วนบุคคล
3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response)

1. สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) ประกอบด้วย 4 ปัจจัยคือ

1.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

สิ่งกระตุ้นที่สำคัญในด้านผลิตภัณฑ์ คือ คุณสภาพและความสะอาดของยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรโดยการมีตรารับรองจากกระทรวงสาธารณสุข หรือได้รับเครื่องหมาย อย. และระบุสรรพคุณต่างๆ จะสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคได้อย่างดีที่สุด รวมถึงการที่ผลิตภัณฑ์มีชื่อเสียงตรายี่ห้อเป็นที่รู้จัก ยอมรับและน่าเชื่อถือด้วย เพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรยี่ห้อเดิมเป็นประจำมากถึงร้อยละ 57.14 โดยมีชนิดที่นิยมซื้อบ่อยที่สุดคือ ชนิดแคปซูล

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

นอกจากนี้ยังพบว่า การที่ผลิตภัณฑ์มีขนาดบรรจุเหมาะสมและบรรจุภัณฑ์สวยงามก็พบว่ามีผู้บริโภคให้ความสำคัญเช่นกัน โดยอยู่ในระดับปานกลาง

1.2 ปัจจัยด้านราคา (Price)

ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสินค้าที่มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพมากกว่าราคาถูก

1.3 ปัจจัยด้านสถานที่ (Place)

สิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้านสถานที่ คือ กระจายสินค้าให้ผู้บริโภคสามารหาซื้อได้ทั่วไป โดยช่องทางที่ผู้บริโภคนิยมไปซื้อมากที่สุด คือ แหล่งผลิตและจำหน่าย เนื่องจากการมีสินค้าประจำสม่ำเสมอไม่ขาดตลาด และมีสินค้าใหม่ รองลงมาคือ ร้านค้าสะดวกซื้อ (Convenience Store) ซูเปอร์มาร์เก็ต สถานพยาบาลของรัฐ พนักงานขายตรง ร้านสินค้าปลอดสารพิษ ร้านขายยาทั่วไปและร้านค้าของฝากสำหรับนักท่องเที่ยว ตามลำดับ

1.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการขาย คือ การมีเอกสารเผยแพร่เกี่ยวกับคุณประโยชน์ของสมุนไพร รองลงมาคือ การมีพนักงานขายแนะนำสินค้า การมีโฆษณาน่าสนใจ และการแจกสินค้าทดลองตามลำดับ

2. ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors)

2.1 อายุ (Age)

อายุมีอิทธิพลทำให้พฤติกรรมการซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรแตกต่างกันในด้านต่อไปนี้

- ชนิดของยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรที่ผู้บริโภคซื้อมากที่สุด
- เหตุผลในการซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพร
- การรู้จักยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรที่ผู้บริโภค
- ความคิดเห็นต่อสิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์

2.2 การศึกษา (Education)

การศึกษามีอิทธิพลทำให้พฤติกรรมการซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรแตกต่างกันในด้านต่อไปนี้

- ชนิดของยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรที่ผู้บริโภคซื้อมากที่สุด
- เหตุผลในการซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพร
- ความถี่ในการบริโภคยาสำเร็จรูปจากสมุนไพร
- ชนิดของยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรที่ผู้บริโภคซื้อบ่อยที่สุด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

- ความคิดเห็นต่อสิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์

2.3 รายได้ (Income)

รายได้มีอิทธิพลทำให้พฤติกรรมการซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรแตกต่างกันในด้านต่อไปนี้

- ชนิดของยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรที่ผู้บริโภคซื้อมากที่สุด
- เหตุผลในการซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพร
- ความถี่ในการบริโภคยาสำเร็จรูปจากสมุนไพร
- ความคิดเห็นต่อสิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer 's Response)

3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกบริโภคยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรชนิดแคปซูล

3.2 การเลือกตราสินค้า

ยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรยี่ห้อ ชมรมรักษ์สมุนไพรลำปาง เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคมากที่สุดและเป็นตราที่ผู้บริโภคซื้อบริโภคบ่อยที่สุดด้วย และผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อยี่ห้อเดิมเป็นประจำ

3.3 การเลือกผู้ขาย

แหล่งที่ผู้บริโภคซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรบ่อยที่สุด คือ แหล่งผลิตและจำหน่าย เนื่องจากมีสินค้าชนิดที่ต้องการเสมอไม่ขาดตลาด รองลงมาคือ ร้านค้าสะดวกซื้อ (Convenience Store) เนื่องจากสถานที่สะดวก เช่น จอดรถง่าย มีสินค้าอื่นให้เลือกซื้อด้วย

3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ

ผู้บริโภคมีพฤติกรรมในการซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรซื้อตามโอกาส เช่น ป่วย หรือซื้อเป็นของฝาก รองลงมาคือ ซื้อ 1 เดือน/ครั้ง

3.5 การเลือกปริมาณซื้อ

ผู้ซื้อตามโอกาสส่วนใหญ่ซื้อครั้งละ 51-150 บาทมากที่สุด เช่นเดียวกับผู้ที่ซื้อเดือนละ 1 ครั้งจะซื้อครั้งละ 51-150 บาท มากที่สุดเช่นกัน

อนึ่ง เนื่องจากเคยมีผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคยาสมุนไพร คือ "การปลูกพืชสมุนไพรใช้เป็นยาและเพิ่มรายได้ให้ครอบครัวแก่ชาวชนบท" ของ สมทรง ณ นคร และคณะ จากมหาวิทยาลัยขอนแก่น (2535) และผลงานวิจัยเรื่อง "การใช้สมุนไพรเป็นยาของประชาชน จังหวัดเพชรบุรี" โดยผู้เข้าร่วมฝึกอบรมหลักสูตร "นักวิจัยทางสังคมศาสตร์" รุ่นที่ 46

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ของศูนย์การศึกษาและการฝึกอบรมการวิจัยทางสังคมศาสตร์ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (2538) ซึ่งได้กล่าวถึงไปแล้วในบทที่ 2 ในส่วนของการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิจัยทั้ง 2 เรื่อง มาเปรียบเทียบให้เห็นข้อเหมือน หรือข้อแตกต่างกับผลงานในการวิจัยครั้งนี้ดังต่อไปนี้

ประเด็นความเหมือนหรือความแตกต่าง	ผลงานวิจัยเรื่อง "พฤติกรรมในการซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง"	ผลงานวิจัยเรื่องคือ "การปลูกพืชสมุนไพรใช้เป็นยาและเพิ่มรายได้ให้ครอบครัวแก่ชาวชนบท"[1]	ผลงานวิจัยเรื่อง "การใช้สมุนไพรเป็นยาของประชาชน จังหวัดเพชรบุรี"[2]
1. เหตุผลในการเลือกซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพร	เนื่องจากปราศจากสารสังเคราะห์ทางเคมี คิดเป็นร้อยละ 81.43	ชาวบ้านบัวสิมมาร้อยละ 66-90 เห็นว่าการใช้สมุนไพรรักษาโรคนั้นเสี่ยงอันตรายน้อยกว่า	-
2.การบริโภคยาสำเร็จรูปจากสมุนไพร	บริโภคเป็นบางครั้งตามแต่โอกาส เช่น เมื่อป่วย หรือเป็นของฝาก ร้อยละ 49.05	ส่วนใหญ่บริโภคเมื่อป่วย	ส่วนใหญ่บริโภคเมื่อป่วย
3. ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภค	ตัดสินใจบริโภคด้วยตนเอง ร้อยละ85.71	ส่วนใหญ่บริโภคด้วยตนเองเมื่อเจ็บป่วยเล็กน้อย	เลือกบริโภคด้วยตนเอง
4. แหล่งที่ซื้อบ่อยที่สุด	แหล่งผลิตและจำหน่าย ร้อยละ 70.95	-	ส่วนใหญ่ซื้อจากสถานพยาบาลของรัฐ โดยมีแพทย์หรือเภสัชกรเป็นผู้สั่งยาให้
5. แหล่งข่าวสารที่ทำให้รู้จักยาสำเร็จรูปจากสมุนไพร	จากเพื่อนหรือบุคคลอื่นแนะนำ ร้อยละ82.86	-	รู้จักจากญาติพี่น้องมากที่สุด
6. สาเหตุในการบริโภคยาสำเร็จรูปจากสมุนไพร	เพื่อบำรุงและเสริมสุขภาพ ร้อยละ 75.24 รองลงมาคือรักษาอาการเจ็บป่วย ร้อยละ 36.67	รักษาอาการเจ็บป่วยเบื้องต้น	รักษาอาการเจ็บป่วยเบื้องต้น

[1] ข่าวสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, การใช้สมุนไพรเป็นยาของประชาชน จังหวัดเพชรบุรี, ปีที่ 36 ฉบับที่ 401 (พฤศจิกายน 2538) หน้า 10.

[2] แก่นเกษตร, การปลูกพืชสมุนไพรใช้เป็นยาและเพิ่มรายได้ครอบครัวแก่ชาวชนบท, ปีที่ 20 ฉบับที่ 3 (พฤษภาคม-มิถุนายน 2535) หน้า 153-161.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สามารถสรุปผลการวิจัยในแต่ละเรื่องได้ดังนี้

1. เหตุผลในการเลือกซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรของการวิจัยครั้งนี้พบว่าเนื่องจากผลิตภัณฑ์ปราศจากสารสังเคราะห์ทางเคมี คิดเป็นร้อยละ 81.43 ส่วนผลการวิจัยของผู้เข้าร่วมฝึกอบรมหลักสูตร "นักวิจัยทางสังคมศาสตร์" รุ่นที่ 46 ที่พบว่าชาวบ้านบัวสิมมาส่วนใหญ่ ร้อยละ 66-90 เห็นว่าการใช้สมุนไพรรักษาโรคนั้นเสี่ยงอันตรายน้อยกว่า เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติ

2. การบริโภคการยาสำเร็จรูปจากสมุนไพร การวิจัยครั้งนี้พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่บริโภคเป็นบางครั้งตามแต่โอกาส เช่น เมื่อป่วย หรือ เป็นของฝาก ร้อยละ 49.05 ส่วนงานวิจัยของผู้เข้าร่วมฝึกอบรมหลักสูตร "นักวิจัยทางสังคมศาสตร์" รุ่นที่ 46 และของสมทรง ณ นคร และคณะ พบว่าส่วนใหญ่จะบริโภคเมื่อป่วย

3. ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรผลการวิจัยครั้งนี้พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ตัดสินใจบริโภคด้วยตนเอง ร้อยละ 85.71 ส่วนผลงานวิจัยของผู้เข้าร่วมฝึกอบรมหลักสูตร "นักวิจัยทางสังคมศาสตร์" รุ่นที่ 46 พบว่าส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะบริโภคด้วยตนเองเมื่อเจ็บป่วยเล็กน้อย และผลงานวิจัยของ สมทรง ณ นคร และคณะ พบว่าส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะบริโภคด้วยตนเอง

4. แหล่งที่ซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรบ่อยที่สุด คือ แหล่งผลิตและจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 70.95 งานวิจัยของ สมทรง ณ นคร และคณะ พบว่าส่วนใหญ่ซื้อจากสถานพยาบาลของรัฐโดยมีแพทย์หรือเภสัชกรเป็นผู้สั่งจ่ายยาให้

5. แหล่งข่าวสารที่ทำให้รู้จักยาสำเร็จรูปจากสมุนไพร คือ จากเพื่อนหรือบุคคลอื่นแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 82.86 ส่วนงานวิจัยของ สมทรง ณ นคร และคณะ พบว่าส่วนใหญ่รู้จักยาสมุนไพรจากญาติพี่น้องมากที่สุด

6. สาเหตุในการบริโภคยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรของผู้บริโภคส่วนใหญ่เพื่อบำรุงและเสริมสุขภาพ ร้อยละ 75.24 รองลงมาคือ เพื่อรักษาอาการเจ็บป่วยเบื้องต้น ร้อยละ 36.67 ส่วนผลงานวิจัยของผู้เข้าร่วมฝึกอบรมหลักสูตร "นักวิจัยทางสังคมศาสตร์" รุ่นที่ 46 และของ สมทรง ณ นคร และคณะ พบว่าส่วนใหญ่จะบริโภคเพื่อรักษาอาการเจ็บป่วยเบื้องต้น

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาพฤติกรรมการซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรของผู้บริโภคและสิ่งกระตุ้นทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตลาด และปัจจัยส่วนบุคคลในเรื่องของอายุ การศึกษา และรายได้ พบว่ามีความสัมพันธ์โดย สามารถแสดงการเปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

1. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรและปัจจัยส่วนบุคคล

พฤติกรรมการซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพร	อายุ	การศึกษา	รายได้
ชนิดของยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรที่ผู้บริโภคเคยซื้อมากที่สุด	X	X	X
ชนิดของยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรที่ผู้บริโภคซื้อบ่อยที่สุด		X	
เหตุผลในการเลือกซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพร	X	X	X
ความถี่ในการบริโภคยาสำเร็จรูปจากสมุนไพร	X	X	X
การรู้จักยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรของผู้บริโภค	X		

X หมายถึง แตกต่าง

1. อายุ มีผลต่อการพฤติกรรมการซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรในด้านต่อไปนี้

1.1 ชนิดของยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี ซื้อยาสมุนไพรสำเร็จรูปชนิดชาซองสำเร็จรูป และชนิดแคปซูลมากที่สุด อายุ 20-30 ปี ซื้อชนิดน้ำมันหรือขี้ผึ้งมากที่สุด อายุ 31-40 ซื้อชาสมุนไพรซองสำเร็จรูปมากที่สุด อายุ 41-50 ปี ซื้อชนิดแคปซูลมากที่สุด อายุ 51-60 ปี ซื้อชนิดชาสมุนไพรซองสำเร็จรูปมากที่สุด และอายุ 60 ปีขึ้นไปซื้อชนิดแคปซูลและชนิดชาสมุนไพรมากที่สุด

1.2 เหตุผลในการซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพร

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 20 ปี เลือกซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรเนื่องจากละดวกต่อบริโภค ทราบคุณประโยชน์จากหนังสือ นิตยสาร และแผ่นพับต่างๆ รวมทั้งปราศจากสารเคมีมากที่สุด อายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี อายุ 51-60 ปี และอายุ 60 ปี ขึ้นไป ซื้อเนื่องจากปราศจากสารสังเคราะห์ทางเคมี อายุ 41-50 ปี ซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพร เนื่องจากทราบคุณประโยชน์จากเอกสาร หนังสือ นิตยสาร และแผ่นพับต่างๆ มากที่สุด

1.3 ความถี่ในการบริโภคยาสำเร็จรูปจากสมุนไพร

ผู้ตอบแบบสอบถาม อายุ ต่ำกว่า 20 ปี อายุ 20-30 ปี และ อายุ 41-50 ปี มีการบริโภคเป็นบางครั้งตามแต่โอกาสมากที่สุด อายุ 31-40 ปี และ อายุมากว่า 60 ปี มีการบริโภคเป็นประจำสม่ำเสมอ แต่ไม่ถึงกับทุกวันมากที่สุด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

1.4 การรู้จักยาสำเร็จรูปจากสมุนไพร

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ ต่ำกว่า 20 ปี อายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี และอายุ 41-50 ปี รู้จักจากเพื่อนหรือบุคคลอื่นๆ แนะนำมากที่สุด ส่วนอายุ 51-60 ปี รู้จักจากหนังสือพิมพ์ และช่วงอายุ 60 ปี ขึ้นไป รู้จักจากแผ่นโฆษณา

2. การศึกษา มีผลต่อการพฤติกรรมการซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรในด้านต่อไปนี้

2.1 ชนิดของยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อมากที่สุด

ผู้ตอบสอบแบบถามระดับประถมศึกษา ซื้อชนิดชาสมุนไพรซองสำเร็จรูประดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ปวช./ปวส ซื้อชนิดแคปซูลและชาสำเร็จรูปจากสมุนไพรมากที่สุด ระดับปริญญาตรี ซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรชนิดชาสมุนไพรซองสำเร็จรูปมากที่สุด และชนิดอัดเม็ดมากที่สุดและระดับสูงกว่าปริญญาตรีซื้อชนิดแคปซูลและชนิดอัดเม็ดมากที่สุด

2.2 เหตุผลในการซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพร

โดยระดับประถมศึกษา เลือกซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพร เนื่องจากสะดวกต่อการบริโภค ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น และตอนปลาย ซื้อเนื่องจากปราศจากสารสังเคราะห์ทางเคมีมากที่สุด ยกเว้นระดับสูงกว่าปริญญาตรีซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพร เนื่องจากทราบคุณประโยชน์จากเอกสาร หนังสือ นิตยสาร และแผ่นพับมากที่สุด

2.3 ความถี่ในการบริโภคยาสำเร็จรูปจากสมุนไพร

โดยผู้ตอบแบบสอบถามระดับประถมศึกษา ระดับปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี บริโภคเป็นบางครั้ง ตามแต่โอกาสมากที่สุด ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ปวช./ปวส. บริโภคเป็นประจำสม่ำเสมอ แต่ไม่ถึงกับทุกวัน

2.4 ชนิดของยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อบ่อยที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามระดับประถมศึกษาซื้อชนิดอัดเม็ดบ่อยที่สุด ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ปวช./ปวส. และระดับปริญญาตรี ซื้อชนิดแคปซูลบ่อยที่สุด ส่วนระดับสูงกว่าปริญญาตรีซื้อชนิดน้ำมันหรือชี้ผึ้งบ่อยที่สุด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3. รายได้ มีผลต่อการพฤติกรรมการซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรในด้านต่อไปนี้

3.1 ชนิดยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อมากที่สุด โดยเกือบทุกช่วงของรายได้ซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรชนิดชาสมุนไพรซองสำเร็จรูปมากที่สุด ยกเว้นรายได้ 30,000 บาท ขึ้นไป ซื้อชนิดแคปซูลมากที่สุด

3.2 เหตุผลในการซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพร

ผู้ตอบแบบสอบถามรายได้ 5,000 บาท หรือ ต่ำกว่า รายได้ 5,001-10,000 บาท รายได้ 20,001-25,000 บาท และรายได้ 30,000 บาท ขึ้นไป ซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพร เนื่องจากปราศจากสารสังเคราะห์ทางเคมีมากที่สุด ส่วนรายได้ 10,001-15,000 บาท รายได้ 15,001-20,000 บาท และรายได้ 25,001-30,000 บาท ซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพร เนื่องจากทราบคุณประโยชน์จากเอกสาร หนังสือ นิตยสาร และแผ่นพับมากที่สุด

3.3 ความถี่ในการบริโภคยาสำเร็จรูปจากสมุนไพร

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ 5,000 บาท หรือ ต่ำกว่า รายได้ 10,001-15,000 บาท รายได้ 15,001-20,000 บาท และรายได้ 20,001-25,000 บาท บริโภคเป็นบางครั้ง ตามแต่โอกาส เช่นเมื่อป่วย หรือเป็นของฝาก มากที่สุด ส่วนรายได้ 5,000-10,000 บาท รายได้ 25,001-30,000 บาท และรายได้ 30,000 บาท ขึ้นไป บริโภคเป็นประจำสม่ำเสมอ แต่ไม่ถึงกับทุกวันมากที่สุด

2. ความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งกระตุ้นทางการตลาดและปัจจัยส่วนบุคคล

สิ่งกระตุ้นทางการตลาด	อายุ	การศึกษา	รายได้
ด้านผลิตภัณฑ์	X	X	X
ด้านราคา			
ด้านสถานที่			
ด้านการส่งเสริมการตลาด			

X หมายถึง แตกต่าง

1. อายุ มีผลต่อความคิดเห็นต่อความสำคัญของสิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ต่อการซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรของผู้บริโภค โดยอายุต่ำกว่า 20 ปี ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อคุณภาพมากที่สุด อายุ 20-30 ปี อายุ 51-60 ปี และ อายุ 60 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อคุณภาพมากที่สุด อายุ 31-40 ปี และ 41-50 ปี ให้ความสำคัญต่อความสะอาดปลอดภัยของยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรมากที่สุด

2. การศึกษา มีผลต่อความคิดเห็นต่อความสำคัญของสิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ต่อการซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรของผู้บริโภค โดยระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตอนต้น ประกาศนียบัตรวิชาชีพ ปวช./ปวส. และระดับสูงกว่าปริญญาตรี ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อคุณภาพมากที่สุด ยกเว้นระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและระดับสูงกว่าปริญญาตรีให้ความสำคัญต่อความสะอาดปลอดภัยของยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรมากที่สุด

3. รายได้ มีผลต่อความคิดเห็นต่อความสำคัญของสิ่งกระตุ้นทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ต่อการซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรของผู้บริโภค โดยรายได้ 5,000 บาท หรือ ต่ำกว่า 5,001-10,000 บาท รายได้ 10,001-15,000 บาท รายได้ 20,001-25,000 บาท รายได้ มากกว่า 30,000 บาท ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อคุณภาพมากที่สุด ยกเว้นรายได้ 15,001-20,000 บาท และรายได้ 30,000 บาท ขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อความสะอาดปลอดภัยของยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรมากที่สุด

นอกจากนี้ในการวิจัยครั้งนี้เมื่อพิจารณาถึงส่วนประสมทางการตลาดยังพบอีกว่า

1. ด้านผลิตภัณฑ์

- ยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรชนิดที่เคยซื้อมากที่สุด คือ ชนิดชาซองสมุนไพรสำเร็จรูป รองลงมาคือ ชนิดแคปซูล แต่เมื่อเลือกชนิดที่ซื้อบ่อยที่สุดปรากฏว่าคือชนิดแคปซูล รองลงมาคือ ชนิดชาสมุนไพรซองสำเร็จรูป
- การที่ผู้บริโภคจะเลือกซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพร เนื่องจากปราศจากสารสังเคราะห์ทางเคมี โดยจะเน้นเรื่องคุณภาพ ความสะอาดปลอดภัย ซึ่งผู้บริโภคจะพิจารณาจากการที่ผลิตภัณฑ์จะต้องมีตรารับรองคุณภาพจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ เช่น กระทรวงสาธารณสุข การได้รับเครื่องหมาย อย. การระบุสรรพคุณต่างๆ รวมถึงการที่ผู้บริโภคจะเลือกซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรจากชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่รู้จักและยอมรับ และมักจะซื้อยี่ห้อเดิมเป็นประจำมากที่สุด
- ส่วนใหญ่เลือกตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง
- ยี่ห้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักมาก จะเป็นยี่ห้อที่เคยซื้อและซื้อบ่อยที่สุด คือ ยี่ห้อชมรมรักษ์สมุนไพรลำปาง
- ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ได้มีพฤติกรรมการซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรที่แน่นอน มักจะซื้อตามโอกาส เช่น เมื่อป่วย หรือ ซื้อเป็นของฝาก โดยมีวัตถุประสงค์ในการบริโภค คือ ต้องการเสริมและบำรุงสุขภาพ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2. ด้านราคา

จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าราคายาสำเร็จรูปจากสมุนไพรในปัจจุบันมีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์อยู่แล้ว แต่ก็ยังมีผู้บริโภคบางส่วนเห็นว่าราคาบางอย่างแพงเกินไป โดยส่วนใหญ่จะซื้อครั้งละ 51-150 บาท มากที่สุด

3. ด้านสถานที่

จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคเคยซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรชนิด จากแหล่งและผลิตจำหน่ายมากที่สุด ขณะที่ซื้อบ่อยที่สุดด้วย เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีที่ต้องการเสมอ ไม่ขาดตลาด และได้สินค้าใหม่เสมอ รองลงมาคือ การให้ความสำคัญในเรื่องความสะดวกในการซื้อ จึงพบว่าผู้บริโภคนิยมซื้อจากร้านค้าสะดวกซื้อ (Convenience Store) และซูเปอร์มาร์เก็ต

4. ด้านการส่งเสริมการขาย

จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อการมีเอกสารเผยแพร่คุณประโยชน์เกี่ยวกับสมุนไพรมากที่สุด รองลงมาคือ การมีพนักงานขายแนะนำสินค้ากับผู้บริโภค โดยสื่อที่เข้าถึงผู้บริโภคมากที่สุดคือ การบอกต่อจากเพื่อนหรือบุคคลอื่นๆ ที่เคยใช้หรือซื้อแนะนำ

สำหรับข้อค้นพบจากการศึกษาเปรียบเทียบประเด็นความเหมือนหรือความแตกต่างของรายงานวิจัยทั้งสองเรื่องดังกล่าวข้างต้น กับรายงานการวิจัยในครั้งนี้พบว่า

1. เหตุผลในการเลือกซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรของการวิจัยครั้งนี้พบว่าเนื่องจากผลิตภัณฑ์ปราศจากสารสังเคราะห์ทางเคมี คิดเป็นร้อยละ 81.43 ซึ่งคล้ายคลึงการผลการวิจัยของผู้เข้าร่วมฝึกอบรมหลักสูตร "นักวิจัยทางสังคมศาสตร์" รุ่นที่ 46 ที่พบว่าชาวบ้านบัวสิมมาส่วนใหญ่ร้อยละ 66-90 เห็นว่าการใช้สมุนไพรรักษาโรคนั้นเสี่ยงอันตรายน้อยกว่า เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติ

2. การบริโภคการยาสำเร็จรูปจากสมุนไพร การวิจัยครั้งนี้พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่บริโภคเป็นบางครั้งตามแต่โอกาส เช่น เมื่อป่วย หรือ เป็นของฝาก ร้อยละ 49.05 ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยของผู้เข้าร่วมฝึกอบรมหลักสูตร "นักวิจัยทางสังคมศาสตร์" รุ่นที่ 46 และของสมทรง ณ นคร และคณะ ซึ่งพบว่าส่วนใหญ่จะบริโภคเมื่อป่วย

3. ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจบริโภคยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรผลการวิจัยครั้งนี้พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ตัดสินใจบริโภคด้วยตนเอง ร้อยละ 85.71 ซึ่งเหมือนกับผลงานวิจัยของผู้เข้าร่วมฝึกอบรมหลักสูตร "นักวิจัยทางสังคมศาสตร์" รุ่นที่ 46 และของสมทรง ณ นคร และคณะ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4. แหล่งที่ซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรบ่อยที่สุด คือ แหล่งผลิตและจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 70.95 ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยของ สมทรง ณ นคร และคณะ ซึ่งพบว่าส่วนใหญ่ซื้อจากสถานพยาบาลของรัฐ โดยมีแพทย์หรือเภสัชกรเป็นผู้สั่งจ่ายยาให้

5. แหล่งข่าวสารที่ทำให้รู้จักยาสำเร็จรูปจากสมุนไพร คือ จากเพื่อนหรือบุคคลอื่นแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 82.86 ซึ่งเหมือนกับงานวิจัยของ สมทรง ณ นคร และคณะ ซึ่งพบว่าส่วนใหญ่รู้จักยาสมุนไพรจากญาติพี่น้องมากที่สุด

6. สาเหตุในการบริโภคยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรของผู้บริโภคส่วนใหญ่เพื่อบำรุงและเสริมสุขภาพ ร้อยละ 75.24 รองลงมาคือ เพื่อรักษาอาการเจ็บป่วยเบื้องต้น ร้อยละ 36.67 ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยของผู้เข้าร่วมฝึกอบรมหลักสูตร "นักวิจัยทางสังคมศาสตร์" รุ่นที่ 46 และของ สมทรง ณ นคร และคณะ ซึ่งพบว่าส่วนใหญ่จะบริโภคเพื่อรักษาอาการเจ็บป่วยเบื้องต้น

ข้อเสนอแนะ

จากข้อมูลการวิเคราะห์ผลการวิจัยที่ได้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อที่จะสามารถใช้เป็นแนวทางและเป็นประโยชน์ในการวางแผน และปรับปรุงแผนการตลาดของยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง โดยผู้วิจัยจะเสนอแนะและอธิบายตามส่วนประสมทางการตลาด ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

จากการศึกษาพบว่า การที่ผู้บริโภคจะเลือกซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพร จะเน้นเรื่องคุณภาพ ความสะอาดปลอดภัย โดยที่คุณภาพของยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรนั้น ผู้บริโภคจะพิจารณาจากการที่ผลิตภัณฑ์จะต้องมีตรารับรองคุณภาพจากหน่วยงานที่รับผิดชอบเช่น กระทรวงสาธารณสุข การได้รับเครื่องหมาย อย. การระบุสรรพคุณต่างๆ รวมถึงการที่ผู้บริโภคจะเลือกซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรจากชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่รู้จักและยอมรับ และมักจะซื้อยี่ห้อเดิมเป็นประจำ นอกจากนี้ยังพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ได้มีพฤติกรรมการซื้อยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรที่แน่นอน มักจะซื้อตามโอกาส เช่น เมื่อป่วย หรือ ซื้อเป็นของฝาก โดยมีวัตถุประสงค์ในการบริโภคคือ ต้องการเสริมและบำรุงสุขภาพ ดังนั้นผู้ผลิตยาสำเร็จรูปจากสมุนไพร ควรจะเน้นในด้านการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่สะอาด ปลอดภัย โดยอาจต้องอาศัยเทคโนโลยีที่ทันสมัย สามารถควบคุมขั้นตอนการผลิตในมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ผู้ผลิตควรจะศึกษาขั้นตอนการขออนุญาตการผลิต การขอรับการรับรองจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ เช่น กระทรวงสาธารณสุข และเครื่อง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

หมาย อย. ประกอบกับควรมีข้อมูลทางวิชาการ และผลการทดลองทางคลีนิคที่ชัดจน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในกับผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ยังพบว่า ยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรชนิดแคปซูล ได้รับความนิยมมากกว่า เนื่องจากสะดวกต่อการบริโภค ดังนั้นจึงควรจะมีการวิจัยและพัฒนาร่วมกับภาครัฐ การศึกษาถึงกรรมวิธีการผลิตยาสมุนไพรประเภทต่างๆ ให้อยู่รูปแคปซูลมากขึ้น

2. *ด้านราคา (Price)*

จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าราคายาสำเร็จรูปจากสมุนไพรมีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์อยู่แล้ว แต่ก็ยังมีผู้บริโภคบางส่วนเห็นว่าราคาบางอย่างแพงเกินไป บางอย่างก็ราคาเหมาะสม ดังนั้นในส่วนของหน่วยงานที่รับผิดชอบและควบคุมดูแลผู้ผลิตและจำหน่าย เช่น กระทรวงสาธารณสุข สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค ควรจะมีการควบคุมราคาเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมต่อผู้บริโภค

ในส่วนของผู้ผลิตและจำหน่าย เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าราคาของยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรปัจจุบันมีความเหมาะสมอยู่แล้ว ดังนั้นควรจะมีการคงราคาเดิมไว้ อย่างไรก็ตามผู้ผลิตควรจะทราบวัตถุประสงค์ในการตั้งราคาของตนเองเพื่อที่จะได้ตั้งราคาให้เหมาะสม เช่นการตั้งราคาเพื่อมุ่งยอดขาย ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายอาจจะทำการปรับปรุงราคาและการให้ส่วนลดที่จะเป็นการกระตุ้นให้ลูกค้าเก่าซื้อมากขึ้น ดึงดูดลูกค้าใหม่ให้แก่กิจการด้วย และเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมการขาย

สำหรับผู้ผลิตรายใหม่จะต้องมีพิจารณาถึงปัจจัยต่างๆ ในการตั้งราคาประกอบด้วย คือ การวิเคราะห์ส่วนตลาดลูกค้าที่เป็นเป้าหมาย ลักษณะความต้องการสินค้า ผลกระทบของราคาที่มีต่อคู่แข่งขันทั้งในปัจจุบันและอนาคต เงื่อนไขต้นทุนของสินค้า และการกำหนดกลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย

3. *ด้านสถานที่ (Place)*

จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญในการที่มียาสำเร็จรูปจากสมุนไพรชนิดที่ต้องการเสมอ ไม่ขาดตลาด และได้สินค้าใหม่เสมอ ดังนั้นจึงนิยมซื้อจากแหล่งและผลิตจำหน่ายมากกว่า รองลงมาคือ การให้ความสำคัญในเรื่องความสะดวกในการซื้อ จึงพบว่าผู้บริโภคนิยมซื้อจากร้านค้าสะดวกซื้อ (Convenience Store) และซูเปอร์มาร์เก็ต ดังนั้นผู้ผลิตควรจะจัดให้มีการสินค้าอย่างสม่ำเสมอ ไม่ควรให้สินค้าขาดตลาด และควรกระจายสินค้าให้ทั่วถึง ครอบคลุมมากที่สุด โดยเฉพาะตามแหล่งชุมชน เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านค้าสะดวกซื้อ เป็นต้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4. ด้านการส่งเสริมการขาย

จากการศึกษาพบว่า การมีเอกสารเผยแพร่คุณประโยชน์เกี่ยวกับสมุนไพร จะช่วยให้การจำหน่ายยาสำเร็จรูปจากสมุนไพรได้ดีที่สุด เช่น เอกสารแนะนำสมุนไพรใหม่ๆ การเผยแพร่ความรู้ผ่านสื่อมวลชนท้องถิ่น การร่วมจัดงานนิทรรศการกับหน่วยงานต่างๆ เช่น สำนักงานสาธารณสุขในท้องถิ่น สถานพยาบาลต่างๆ โดยสื่อที่เข้าถึงผู้บริโภคมากที่สุดคือ การบอกต่อ จากเพื่อนหรือบุคคลอื่นๆที่เคยใช้หรือซื้อแนะนำ นอกจากนี้ควรมีการฝึกอบรมพนักงานขายให้ความรู้สามารถแนะนำยาสมุนไพรกับผู้บริโภคได้ และเพื่อเสริมความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในการใช้ยาสำเร็จรูปจากสมุนไพร

นอกจากนี้ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายควรมีการโฆษณา การจัดให้มีตู้แสดงสินค้า (Display) ที่น่าสนใจในแหล่งต่างๆ ที่มีสินค้าจำหน่าย เช่น ร้านค้าสะดวกซื้อ (Convenience store) หรือ ซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket) ซึ่งผู้บริโภคเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคให้มีการจดจำยี่ห้อของสินค้าพร้อมทั้งการแจกสินค้าทดลองด้วยเพื่อให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสรู้จักสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใหม่มากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้ ผู้บริโภคมีการซื้อผลิตภัณฑ์นั้นๆ มากขึ้นด้วย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved