

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องทัศนคติในการใช้สมุนไพรไทยของพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จำนวน 203 ชุด โดยสามารถแบ่งการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพโดยทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้ มาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติความถี่ และร้อยละ ดังแสดงไว้ในตารางที่ 2 - 6

ส่วนที่ 2 แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสมุนไพรไทยของผู้ตอบแบบสอบถาม มาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ดังแสดงไว้ในตารางที่ 7 - 11

ตอนที่ 2 ความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยต่อส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ดังแสดงไว้ในตารางที่ 12 - 16

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการใช้สมุนไพรไทยของผู้ตอบแบบสอบถาม มาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติความถี่ ร้อยละ ดังแสดงไว้ในตารางที่ 18 - 38

ส่วนที่ 4 แบ่งออกเป็น 2 ตอน

ตอนที่ 1 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสมุนไพรไทย จำแนกตามผู้ที่เคยใช้ และผู้ที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย ดังแสดงไว้ในตารางที่ 39

ตอนที่ 2 ความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยต่อส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามผู้ที่เคยใช้ และผู้ที่ไม่เคยใช้ ดังแสดงไว้ในตารางที่ 40 - 43

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

#### ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	76	37.4
หญิง	127	62.6
รวม	203	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62.6 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 37.4

#### ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
18 - 25 ปี	93	45.8
26 - 33 ปี	64	31.5
34 - 41 ปี	33	16.3
42 - 48 ปี	11	5.4
49 ปีขึ้นไป	2	1.0
รวม	203	100.0

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีอายุ 18-25 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาได้แก่ อายุ 26-33 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.5 อายุ 34-41 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.3 อายุ 42-48 ปี คิดเป็นร้อยละ 5.4 และอายุ 49 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	33	16.2
มัธยมศึกษาตอนต้น	46	22.7
ม.6/ปวช.	59	29.1
ปวส./อนุปริญญา	21	10.3
ปริญญาตรี	40	19.7
สูงกว่าปริญญาตรี	4	2.0
รวม	203	100.0

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จบการศึกษาระดับ ม.6/ปวช. มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.1 รองลงมาได้แก่ ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 22.7 ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 19.7 ระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 16.2 ระดับอนุปริญญา/ปวส. คิดเป็นร้อยละ 10.3 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	95	46.8
สมรส	106	52.2
แยกกันอยู่	2	1.0
รวม	203	100.0

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่สมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 52.2 รองลงมาได้แก่ โสด คิดเป็นร้อยละ 46.8 และแยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	69	34.0
5,001 - 10,000 บาท	92	45.4
10,001 - 15,000 บาท	21	10.3
เกินกว่า 15,000 บาท	21	10.3
รวม	203	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.4 รองลงมาได้แก่ ไม่เกิน 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.0 10,001-15,000 บาท และเกินกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.3 เท่ากันตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 ทักษะการที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทย

### ตอนที่ 1 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสมุนไพรไทยของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสมุนไพรไทย

ระดับความรู้ความเข้าใจ	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	1	0.5
มาก	10	5.0
ปานกลาง	117	57.6
น้อย	66	32.5
ไม่มีเลย	9	4.4
ค่าเฉลี่ย	2.64	ระดับปานกลาง

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = ไม่มีเลย

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าตนเองมีความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีระดับความรู้ความเข้าใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 57.6 มีระดับความรู้ความเข้าใจน้อย คิดเป็นร้อยละ 32.5 มีระดับความรู้ความเข้าใจมาก คิดเป็นร้อยละ 5.0 ไม่มีระดับความรู้ความเข้าใจเลย คิดเป็นร้อยละ 4.4 และมีระดับความรู้ความเข้าใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ในเรื่องสมุนไพรไทยสามารถรักษาโรคร้ายแรงได้

ความรู้ความในเรื่องสมุนไพรไทยสามารถรักษาโรคร้ายแรงได้	จำนวน	ร้อยละ
คิดว่าทราบ	142	70.0
คิดว่าไม่ทราบ	61	30.0
รวม	203	100.0

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่คิดว่าตนเองทราบว่าสมุนไพรไทยสามารถรักษาโรคร้ายแรงได้ คิดเป็นร้อยละ 70.0 และคิดว่าตนเองไม่ทราบว่าสมุนไพรไทยสามารถรักษาโรคร้ายแรงได้ คิดเป็นร้อยละ 30.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับสมุนไพรไทยมีความปลอดภัยและคุณภาพน่าเชื่อถือ

ความคิดเห็นว่าสมุนไพรไทยมีความปลอดภัยและคุณภาพน่าเชื่อถือ	จำนวน	ร้อยละ
เห็นด้วย	188	92.6
ไม่เห็นด้วย	15	7.4
รวม	203	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าสมุนไพรไทยมีความปลอดภัยและมีคุณภาพน่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 92.6 และไม่เห็นด้วย คิดเป็นร้อยละ 7.4

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ในเรื่องสมุนไพรไทยเป็นที่ยอมรับของวงการแพทย์แผนปัจจุบัน

ความรู้ในเรื่องสมุนไพรไทยเป็นที่ยอมรับ ของวงการแพทย์แผนปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
คิดว่าทราบ	155	76.4
คิดว่าไม่ทราบ	48	23.6
รวม	203	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่คิดว่าตนเองทราบว่าสมุนไพรไทยเป็นที่ยอมรับของวงการแพทย์แผนปัจจุบัน คิดเป็นร้อยละ 76.4 และคิดว่าตนเองไม่ทราบว่าสมุนไพรไทยเป็นที่ยอมรับของวงการแพทย์แผนปัจจุบัน คิดเป็นร้อยละ 23.6

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการพบเห็นโฆษณาหรือการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสมุนไพรไทยจากสื่อต่าง ๆ

การพบเห็นโฆษณาหรือการประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสมุนไพรไทยจากสื่อต่าง ๆ	จำนวน	ร้อยละ
เคย	191	94.1
ไม่เคย	12	5.9
รวม	203	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เคยพบเห็นโฆษณาหรือการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสมุนไพรไทยจากสื่อต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 94.1 และไม่เคยพบเห็น คิดเป็นร้อยละ 5.9

## ตอนที่ 2 ความรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทย

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็น ต่อสมุนไพรไทยในด้านผลิตภัณฑ์

ความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ปาน กลาง	ค่อนข้าง ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	รวม	ค่า เฉลี่ย	แปลผล
11.ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย มีคุณภาพเชื่อถือได้	56 (27.6)	93 (45.8)	48 (23.6)	6 (3.0)	0 (0.0)	203 (100.0)	3.98	เห็น ด้วย
12.ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย มีสรรพคุณตามที่ฉลากระบุไว้	24 (11.8)	91 (44.8)	71 (35.0)	16 (7.9)	1 (0.5)	203 (100.0)	3.60	เห็น ด้วย
13.ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย มีอันตราย น้อยกว่าผลิตภัณฑ์จากสารเคมี สังเคราะห์	68 (33.5)	99 (48.8)	29 (14.3)	6 (3.0)	1 (0.5)	203 (100.0)	4.12	เห็น ด้วย
14.ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ต้องระบุ วัน เดือน ปีที่ผลิต และวันหมดอายุ	109 (53.7)	81 (39.9)	9 (4.4)	4 (2.0)	0 (0.0)	203 (100.0)	4.45	เห็น ด้วย
15.ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ต้องระบุ ชื่อผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และสถานที่ผลิต	113 (55.7)	80 (39.4)	10 (4.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	203 (100.0)	4.51	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
16.ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ต้องระบุ วิธีใช้ ข้อจำกัดในการใช้ และ รายละเอียดส่วนประกอบของ ผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน	126 (62.1)	66 (32.5)	10 (4.9)	1 (0.5)	0 (0.0)	203 (100.0)	4.56	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
17.คร่าหือของผลิตภัณฑ์สมุนไพร ไทยมีผลต่อการเลือกซื้อ	42 (20.7)	89 (43.8)	59 (29.1)	11 (5.4)	2 (1.0)	203 (100.0)	3.78	เห็น ด้วย
18.ชื่อเสียงของผู้ผลิตและผู้จำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของ ผู้บริโภค	39 (19.2)	86 (42.4)	65 (32.0)	8 (3.9)	5 (2.5)	203 (100.0)	3.72	เห็น ด้วย
19.บรรจุภัณฑ์และหีบห่อของผลิตภัณฑ์ สมุนไพรไทยเป็นปัจจัยหนึ่งในการ ตัดสินใจซื้อ	50 (24.6)	102 (50.2)	41 (20.2)	10 (4.9)	0 (0.0)	203 (100.0)	3.94	เห็น ด้วย
20.ขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์สมุนไพร ไทย มีขนาดพอเหมาะกับ ความต้องการใช้	31 (15.3)	106 (52.2)	55 (27.1)	9 (4.4)	2 (1.0)	203 (100.0)	3.76	เห็น ด้วย
21.การปรุงแต่งกลิ่นและสีสันท ทำให้ ผลิตภัณฑ์สมุนไพรน่าใช้มากยิ่งขึ้น	29 (14.3)	62 (30.5)	56 (27.6)	35 (17.2)	21 (10.3)	203 (100.0)	3.21	ปาน กลาง



ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็น  
ต่อสมุนไพรรไทยในด้านผลิตภัณฑ์ (ต่อ)

ความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ปาน กลาง	ค่อนข้าง ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	รวม	ค่า เฉลี่ย	แปลผล
22.เครื่องหมาย อย. ทำให้ผู้บริโภค ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพร	118 (58.1)	61 (30.0)	21 (10.3)	2 (1.0)	1 (0.5)	203 (100.0)	4.44	เห็น ด้วย
ค่าเฉลี่ยรวม							4.00	เห็น ด้วย

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 3.50-4.49 = เห็นด้วย, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = ค่อนข้างไม่เห็นด้วย,  
1.00-1.49 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นต่อสมุนไพรรไทยในด้าน  
ผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย โดย

มีความคิดเห็นซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ได้แก่ ต้องระบุวิธีใช้ ข้อจำกัด  
ในการใช้ และรายละเอียดส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน ต้องระบุชื่อผู้ผลิต ผู้จำหน่าย  
และสถานที่ผลิต

มีความคิดเห็นซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย ได้แก่ สมุนไพรรไทยมีคุณภาพเชื่อถือ  
ได้ มีสรรพคุณตามที่ฉลากระบุไว้ มีอันตรายน้อยกว่าผลิตภัณฑ์จากสารเคมีสังเคราะห์ ต้องระบุวัน  
เดือน ปีที่ผลิต และวันหมดอายุ ตรายี่ห้อของผลิตภัณฑ์สมุนไพรรไทยมีผลต่อการเลือกซื้อ ชื่อเสียง  
ของผู้ผลิตและผู้จำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค บรรลุภัณฑ์และหีบห่อของผลิตภัณฑ์  
สมุนไพรรไทยเป็นปัจจัยหนึ่งในการตัดสินใจซื้อ ขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์สมุนไพรรไทย มีขนาดพอ  
เหมาะกับความต้องการใช้ และเครื่องหมาย อย. ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรร

มีความคิดเห็นซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง ได้แก่ การปรุงแต่งกลิ่น  
และสีส่น ทำให้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรรไทยน่าใช้มากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็น  
ต่อสมุนไพรไทยในด้านราคา

ความคิดเห็นด้านราคา	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ปาน กลาง	ค่อนข้าง ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	รวม	ค่า เฉลี่ย	แปลผล
23.ราคาเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ สมุนไพรไทย	68 (33.5)	77 (37.9)	51 (25.1)	7 (3.4)	0 (0.0)	203 (100.0)	4.01	เห็น ด้วย
24.ราคาของผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ถูกกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับสินค้า อื่นในวัตถุประสงค์เดียวกัน	34 (16.7)	101 (49.8)	54 (26.6)	13 (6.4)	1 (0.5)	203 (100.0)	3.76	เห็น ด้วย
25.ปัจจุบันราคาของผลิตภัณฑ์ สมุนไพรไทยมีความเหมาะสมกับ คุณภาพและปริมาณ	30 (14.8)	85 (41.9)	80 (39.4)	5 (3.0)	2 (1.0)	203 (100.0)	3.66	เห็น ด้วย
ค่าเฉลี่ยรวม							3.81	เห็น ด้วย

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 3.50-4.49 = เห็นด้วย, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = ค่อนข้างไม่เห็นด้วย, 1.00-1.49 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อราคาของสมุนไพรไทย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีความคิดเห็นซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย ได้แก่ ราคาเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ราคาของผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยถูกกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าอื่นในวัตถุประสงค์เดียวกัน และปัจจุบันราคาของผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยมีความเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็น  
ต่อสมุนไพรรักษาโรคในด้านการจัดจำหน่าย

ความคิดเห็นด้านการจัดจำหน่าย	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ปาน กลาง	ค่อนข้าง ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	รวม	ค่า เฉลี่ย	แปลผล
26.ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย สามารถ หาซื้อได้สะดวก	25 (12.3)	75 (36.9)	76 (37.4)	19 (9.4)	8 (3.9)	203 (100.0)	3.44	ปาน กลาง
27.ผู้แทนจำหน่ายที่ให้บริการอย่าง ประทับใจ เป็นเหตุผลที่สำคัญที่ทำให้ ให้ผู้บริโภคเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ สมุนไพรไทยจากแหล่งจำหน่ายนั้น	51 (25.1)	92 (45.3)	46 (22.7)	12 (5.9)	2 (1.0)	203 (100.0)	3.88	เห็น ด้วย
28.คนส่วนใหญ่มักนิยมซื้อผลิตภัณฑ์ สมุนไพรไทยจากผู้จำหน่ายตรง	30 (14.8)	96 (47.3)	66 (32.5)	10 (4.9)	1 (0.5)	203 (100.0)	3.71	เห็น ด้วย
ค่าเฉลี่ยรวม							3.68	เห็น ด้วย

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 3.50-4.49 = เห็นด้วย, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = ค่อนข้างไม่เห็นด้วย,  
1.00-1.49 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นต่อสมุนไพรรักษาโรคในด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีความคิดเห็นซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย ได้แก่ ผู้แทนจำหน่ายที่ให้บริการอย่างประทับใจ เป็นเหตุผลที่สำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยจากแหล่งจำหน่ายนั้น และคนส่วนใหญ่มักนิยมซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยจากผู้จำหน่ายตรง และมีความคิดเห็นซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย สามารถหาซื้อได้สะดวก

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคิดเห็น ต่อสมุนไพรรักษาโรคในด้านการส่งเสริมการตลาด

ความคิดเห็น ด้านการส่งเสริมการตลาด	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ปาน กลาง	ค่อนข้าง ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	รวม	ค่า เฉลี่ย	แปลผล
29.การลดราคา การมีของแจกแถม การชิงโชค ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจ ซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรรักษาโรคง่ายขึ้น	23 (11.3)	63 (31.0)	73 (36.0)	30 (14.8)	14 (6.9)	203 (100.0)	3.25	ปาน กลาง
30.การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ มีส่วนช่วยทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจ ใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรรักษาโรค	36 (17.7)	113 (55.7)	49 (24.1)	4 (2.0)	1 (0.5)	203 (100.0)	3.88	เห็น ด้วย
ค่าเฉลี่ยรวม							3.56	เห็น ด้วย

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 3.50-4.49 = เห็นด้วย, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = ค่อนข้างไม่เห็นด้วย, 1.00-1.49 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นต่อการส่งเสริมการจำหน่ายของสมุนไพรรักษาโรค โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีความเห็นซึ่งมีค่าเฉลี่ยในระดับเห็นด้วย ได้แก่ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์มีส่วนช่วยทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรรักษาโรค และมีความเห็นซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยปานกลาง ได้แก่ การลดราคา การมีของแจกแถม การชิงโชค ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรรักษาโรคง่ายขึ้น

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ยรวมของผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมของความคิดเห็นต่อ  
สมุนไพรรไทย

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	4.00	เห็นด้วย
ด้านราคา	3.81	เห็นด้วย
ด้านการจัดจำหน่าย	3.68	เห็นด้วย
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.56	เห็นด้วย

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 3.50-4.49 = เห็นด้วย, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = ค่อนข้างไม่เห็นด้วย, 1.00-1.49 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นต่อสมุนไพรรไทยใน  
ทุก ๆ ด้าน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์  
ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

### ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการใช้สมุนไพรไทย

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการใช้สมุนไพรไทย

การใช้สมุนไพรไทย	จำนวน	ร้อยละ
เคยใช้	170	83.7
ไม่เคยใช้	33	16.3
รวม	203	100.0

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่เคยใช้สมุนไพรไทย คิดเป็นร้อยละ 83.7 และผู้ที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย คิดเป็นร้อยละ 16.3

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สมุนไพรไทย จำแนกตามผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยที่ใช้

ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยที่ใช้	จำนวน	ร้อยละ
ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน	69	23.7
ยารักษาโรค	76	26.0
ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	29	9.9
ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม	78	26.7
เครื่องสำอางบำรุงร่างกาย	40	13.7

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวน 170 คน

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เคยใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยประเภท ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.7 รองลงมา ได้แก่ ยารักษาโรค คิดเป็นร้อยละ 26.0 ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน คิดเป็นร้อยละ 23.7 เครื่องสำอางบำรุงร่างกาย คิดเป็นร้อยละ 13.7 และผลิตภัณฑ์อาหารเสริม คิดเป็นร้อยละ 9.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สมุนไพรไทย จำแนกตามจำนวนครั้งที่ซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยต่อเดือน

จำนวนครั้งที่ซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย/เดือน	จำนวน	ร้อยละ
1 ครั้ง	111	65.3
2 – 4 ครั้ง	48	28.2
มากกว่า 4 ครั้ง	11	6.5
รวม	170	100.0

หมายเหตุ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สมุนไพรไทย มีจำนวน 170 คน

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สมุนไพรไทย ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยเดือนละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 65.3 รองลงมาได้แก่ 2 – 4 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 28.2 และ มากกว่า 4 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 6.5

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สมุนไพรไทย จำแนกตามจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อแต่ละครั้ง

จำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อแต่ละครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 50 บาท	42	24.7
51 – 100 บาท	60	35.3
101 – 150 บาท	26	15.3
151 – 200 บาท	21	12.3
201 – 250 บาท	9	5.3
มากกว่า 250 บาท	12	7.1
รวม	170	100.0

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สมุนไพรไทย มีจำนวน 170 คน

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สมุนไพรไทย ซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ครั้งละ 51-100 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.3 รองลงมาได้แก่ ไม่เกิน 50 บาท/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.7 101-150 บาท/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 15.3 151-200 บาท/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 12.3 มากกว่า 250 บาท/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 7.1 และ 201-250 บาท/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 5.3

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สมุนไพรไทย จำแนกตามระยะเวลาที่เคยใช้สมุนไพรไทย

ระยะเวลาที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	83	48.8
1 – 2 ปี	48	28.2
3 – 4 ปี	17	10.0
4 ปีขึ้นไป	22	13.0
รวม	170	100.0

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สมุนไพรไทย มีจำนวน 170 คน

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เคยใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร น้อยกว่า 1 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.8 รองลงมาได้แก่ 1-2 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.2 4 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 13.0 และ 3-4 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.0

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สมุนไพรไทย จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยที่นิยมเลือกซื้อ

ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่นิยมเลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	16	9.4
ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม	56	32.9
ยารักษาโรค	46	27.1
ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน	42	24.7
เครื่องสำอางบำรุงร่างกาย	10	5.9
รวม	170	100.0

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สมุนไพรไทย มีจำนวน 170 คน

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สมุนไพรไทย นิยมซื้อผลิตภัณฑ์เสริมความงามมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.9 รองลงมาได้แก่ ยารักษาโรค คิดเป็นร้อยละ 27.1 ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน คิดเป็นร้อยละ 24.7 ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม คิดเป็นร้อยละ 9.4 และเครื่องสำอางบำรุงร่างกาย คิดเป็นร้อยละ 5.9 ตามลำดับ



ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สมุนไพรไทย จำนวนตาม  
ปัจจัยที่เลือกใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย

ปัจจัยที่เลือกใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย	จำนวน	ร้อยละ
สินค้าดีมีคุณภาพ	98	27.3
ราคาไม่แพง	72	20.1
การโฆษณา	13	3.6
ชื่อเสียงของผู้ผลิตและจำหน่าย	9	2.5
ต้องการสนับสนุนผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย	63	17.5
ปลอดภัยมากกว่าผลิตภัณฑ์จากสารเคมีสังเคราะห์	104	29.0

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวน 170 คน

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เลือกใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยเพราะ ปลอดภัยมากกว่าผลิตภัณฑ์จากสารเคมีสังเคราะห์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.0 รองลงมาได้แก่ สินค้าดีมีคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 27.3 ราคาไม่แพง คิดเป็นร้อยละ 20.1 ต้องการสนับสนุน ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย คิดเป็นร้อยละ 17.5 การโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 3.6 และชื่อเสียงของ ผู้ผลิตและจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สมุนไพรไทย จำแนกตามแหล่งที่ได้รับความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทย

แหล่งความรู้ที่ได้รับ	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	56	32.9
วิทยุ	9	5.3
หนังสือพิมพ์	9	5.3
นิตยสาร/วารสาร	31	18.2
แผ่นพับ/ใบปลิว	3	1.8
แผ่นป้ายโฆษณา	2	1.2
การบอกต่อโดยบุคคล	60	35.3
รวม	170	100.0

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สมุนไพรไทย มีจำนวน 170 คน

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ได้รับความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยจากการบอกต่อโดยบุคคล มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.3 รองลงมาได้แก่ โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 32.9 นิตยสาร/วารสาร คิดเป็นร้อยละ 18.2 วิทยุและหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 5.3 แผ่นพับ/ใบปลิว คิดเป็นร้อยละ 1.8 และแผ่นป้ายโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 1.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สมุนไพรไทย จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ตนเอง	103	60.6
คู่สมรส	9	5.3
เพื่อน	25	14.7
ญาติพี่น้อง	33	19.4
รวม	170	100.0

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สมุนไพรไทย มีจำนวน 170 คน

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ตอบว่าตนเองเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.6 รองลงมาได้แก่ ญาติ พี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 19.4 เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 14.7 และคู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สมุนไพรไทย จำแนกตามวัตถุประสงค์ที่ซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย

วัตถุประสงค์ที่ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อใช้เอง	96	56.5
ซื้อให้ครอบครัวใช้พร้อมตัวท่าน	64	37.6
ซื้อฝากเพื่อนหรือญาติพี่น้อง	10	5.9
รวม	170	100.0

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สมุนไพรไทย มีจำนวน 170 คน

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อใช้เอง คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมาได้แก่ ซื้อให้ครอบครัวใช้พร้อมตนเอง คิดเป็นร้อยละ 37.6 และซื้อฝากเพื่อนหรือญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 5.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สมุนไพรไทย จำแนกตามสถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย

สถานที่ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านค้าสมุนไพรไทยโดยเฉพาะ	61	23.5
ร้านค้าทั่วไป	53	20.4
ร้านเสริมสวย	12	4.6
ร้านขายยา	44	16.9
ห้างสรรพสินค้า/ร้านสะดวกซื้อ	53	20.4
ผู้จำหน่ายตรง	33	12.7
สั่งซื้อทางไปรษณีย์โดยดูจากแคตตาล็อก	4	1.5

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวน 170 คน

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยจากร้านค้าสมุนไพรไทยโดยเฉพาะ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.5 รองลงมา ได้แก่ ร้านค้าทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 20.4 ห้างสรรพสินค้า/ร้านสะดวกซื้อ คิดเป็นร้อยละ 20.4 ร้านขายยา คิดเป็นร้อยละ 16.9 ผู้จำหน่ายตรง คิดเป็นร้อยละ 12.7 ร้านเสริมสวย คิดเป็นร้อยละ 4.6 และสั่งซื้อทางไปรษณีย์โดยดูจากแคตตาล็อก คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สมุนไพรไทย จำแนกตาม เหตุผลที่ซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยจากสถานที่ต่าง ๆ

เหตุผลที่ซื้อจากสถานที่ต่าง ๆ	จำนวน	ร้อยละ
สะดวก	112	39.2
เชื่อมั่นในคุณภาพ	99	34.6
พนักงานขายบริการดีและรวดเร็ว	7	2.5
ความหลากหลายของสินค้า	43	15.0
ราคาถูกกว่าที่อื่น	25	8.7

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวน 170 คน

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีเหตุผลที่ซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย จากสถานที่ต่าง ๆ เพราะสะดวก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.2 รองลงมา ได้แก่ เชื่อมั่นในคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 34.6 ความหลากหลายของสินค้า คิดเป็นร้อยละ 15.0 ราคาถูกกว่าที่อื่น คิดเป็นร้อยละ 8.7 พนักงานขายบริการดีและรวดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สมุนไพรไทย จำแนกตาม  
วิธีการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย

วิธีการเลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ดูจากสรรพคุณ	136	35.8
ความเคยชิน/ประจำ	33	8.7
ใช้ยี่ห้อเดิม	30	7.9
ไม่สนใจยี่ห้อ	9	2.4
เปรียบเทียบราคา	21	5.5
พิจารณาจากส่วนประกอบ	63	16.6
ได้รับการรับรองจาก อย.	88	23.1

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวน 170 คน

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีวิธีการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย โดยดูจากสรรพคุณ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 35.8 รองลงมา ได้แก่ ได้รับการรับรองจาก อย. คิดเป็นร้อยละ 23.1 พิจารณาจากส่วนประกอบ คิดเป็นร้อยละ 16.6 ความเคยชิน/ประจำ คิดเป็นร้อยละ 8.7 ใช้ยี่ห้อเดิม คิดเป็นร้อยละ 7.9 เปรียบเทียบราคา คิดเป็นร้อยละ 5.5 และไม่สนใจยี่ห้อ คิดเป็นร้อยละ 2.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย  
จำแนกตามเหตุผลที่ไม่ใช้สมุนไพรไทย

เหตุผลที่ไม่ใช้สมุนไพรไทย	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เชื่อถือในคุณภาพและสรรพคุณ	7	12.5
ราคาแพง	5	8.9
หาซื้อยาก (สถานที่ขายมีน้อย)	18	32.2
ไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสมุนไพรไทย	26	46.4

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ โดยผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวน 33 คน

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย มีเหตุผลที่ไม่ใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย เพราะไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสมุนไพรไทย มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.4 รองลงมา ได้แก่ หาซื้อยาก (สถานที่ขายมีน้อย) คิดเป็นร้อยละ 32.2 ไม่เชื่อถือในคุณภาพและสรรพคุณ คิดเป็นร้อยละ 12.5 และราคาแพง คิดเป็นร้อยละ 8.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย  
จำแนกตามผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยที่อยากทดลองใช้

ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยที่อยากทดลองใช้	จำนวน	ร้อยละ
ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม	2	6.1
ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม	4	12.1
ยารักษาโรค	16	48.5
ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน	8	24.2
เครื่องสำอางบำรุงร่างกาย	3	9.1
รวม	33	100.0

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย มีจำนวน 33 คน

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย อยากทดลองใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยประเภทยารักษาโรค มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.5 รองลงมา ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน คิดเป็นร้อยละ 24.2 ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม คิดเป็นร้อยละ 12.1 เครื่องสำอางบำรุงร่างกาย คิดเป็นร้อยละ 9.1 และผลิตภัณฑ์อาหารเสริม คิดเป็นร้อยละ 2.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 32 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย  
จำแนกตามบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย  
ในกรณีที่จะซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ตนเอง	24	72.7
คู่สมรส	1	3.0
เพื่อน	2	6.1
ญาติพี่น้อง	6	18.2
รวม	33	100.0

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย มีจำนวน 33 คน

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย ส่วนใหญ่  
ตอบว่าตนเองมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย คิดเป็นร้อยละ 72.7 รองลงมา  
ได้แก่ ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 18.2 เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 6.1 และคู่สมรส คิดเป็นร้อยละ 3.0  
ตามลำดับ



ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย  
จำแนกตามแหล่งความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยที่ได้รับ

แหล่งความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยที่ได้รับ	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	8	24.2
วิทยุ	6	18.2
หนังสือพิมพ์	1	3.0
แผ่นพับ/ใบปลิว	1	3.0
นิตยสาร/วารสาร	0	0.0
การบอกต่อโดยบุคคล	15	45.5
แผ่นป้ายโฆษณา	2	6.1
รวม	33	100.0

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย มีจำนวน 33 คน

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย ได้รับความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยจากการบอกต่อโดยบุคคล มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมาได้แก่ โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 24.2 วิทยุ คิดเป็นร้อยละ 18.2 แผ่นป้ายโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 6.1 หนังสือพิมพ์ และแผ่นพับ/ใบปลิว คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย  
จำแนกตามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย  
ในกรณีที่จะซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
สินค้าดีมีคุณภาพ	17	51.5
ราคาไม่แพง	2	6.1
การโฆษณา	1	3.0
ชื่อเสียงของผู้ผลิตและจำหน่าย	2	6.1
ต้องการสนับสนุนผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย	1	3.0
ปลอดภัยมากกว่าผลิตภัณฑ์จากสารเคมีสังเคราะห์	10	30.3
รวม	33	100.0

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย มีจำนวน 33 คน

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย ส่วนใหญ่  
ตอบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสมุนไพรไทย เพราะสินค้าดีมีคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 51.5  
รองลงมาได้แก่ ปลอดภัย มากกว่าผลิตภัณฑ์จากสารเคมีสังเคราะห์ คิดเป็นร้อยละ 30.3 ราคา  
ไม่แพงและเพราะชื่อเสียงของผู้ผลิตและผู้จำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 6.1 การโฆษณาและต้องการ  
สนับสนุนผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย  
จำแนกตามวัตถุประสงค์ที่เลือกซื้อ ในกรณีที่จะซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย

วัตถุประสงค์ที่จะเลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ทดลองใช้เอง	24	72.7
ซื้อให้ครอบครัวใช้พร้อมตัวท่าน	9	27.3
ฝากเพื่อนหรือญาติพี่น้อง	0	0.0
รวม	33	100.0

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย มีจำนวน 33 คน

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย ส่วนใหญ่หากจะเลือกซื้อสมุนไพรไทยจะซื้อเพราะต้องการทดลองใช้เอง คิดเป็นร้อยละ 72.7 และซื้อให้ครอบครัวใช้พร้อมตนเอง คิดเป็นร้อยละ 27.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 36 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย  
จำแนกตามแหล่งซื้อ กรณีที่จะซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย

แหล่งที่จะซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย	จำนวน	ร้อยละ
ร้านค้าสมุนไพรไทยโดยเฉพาะ	17	51.5
ร้านค้าทั่วไป	5	15.2
ร้านเสริมสวย	2	6.1
ร้านขายยา	5	15.1
ห้างสรรพสินค้า/ร้านสะดวกซื้อ	3	9.1
ผู้จำหน่ายตรง	1	3.0
สั่งซื้อทางไปรษณีย์โดยดูจากแคตตาล็อก	0	0.0
รวม	33	100.0

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย มีจำนวน 33 คน

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย ส่วนใหญ่หากจะเลือกซื้อสมุนไพรไทยจะซื้อจากร้านค้าสมุนไพรไทยโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมาได้แก่ร้านค้าทั่วไปและร้านขายยา คิดเป็นร้อยละ 15.2 ห้างสรรพสินค้า/ร้านสะดวกซื้อ คิดเป็นร้อยละ 9.1 ร้านเสริมสวย คิดเป็นร้อยละ 6.1 และผู้จำหน่ายตรง คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 37 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย  
จำแนกตามเหตุผลที่จะซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยจากสถานที่ต่าง ๆ

เหตุผลที่จะเลือกซื้อจากสถานที่ต่าง ๆ	จำนวน	ร้อยละ
สะดวก	7	21.2
เชื่อมั่นในคุณภาพ	20	60.6
พนักงานขายบริการดีและรวดเร็ว	1	3.0
ความหลากหลายของสินค้า	5	15.2
ราคาถูกกว่าที่อื่น	0	0.0
รวม	33	100.0

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย มีจำนวน 33 คน

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย ส่วนใหญ่มีเหตุผลที่จะเลือกซื้อสมุนไพรไทยจากสถานที่ต่างๆ เพราะเชื่อมั่นในคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมา ได้แก่ สะดวก คิดเป็นร้อยละ 21.2 ความหลากหลายของสินค้า คิดเป็นร้อยละ 15.2 และพนักงานขายบริการดีและรวดเร็ว คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 38 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย  
จำแนกตามวิธีการที่จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย

วิธีการที่จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย	จำนวน	ร้อยละ
สรรพคุณของสินค้า	17	51.5
เปรียบเทียบราคา	0	0.0
ชื่อเสียงของผู้ผลิต	2	6.1
ได้รับการรับรองจาก อย.	14	42.4
การส่งเสริมการจำหน่าย การโฆษณา อด แดก แจก แดม	0	0.0
รวม	33	100.0

หมายเหตุ: ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย มีจำนวน 33 คน

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย ส่วนใหญ่มีวิธีการที่จะเลือกซื้อสมุนไพรไทยโดยดูจากสรรพคุณของสินค้า คิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมาได้แก่ได้รับการรับรองจาก อย. คิดเป็นร้อยละ 42.4 และชื่อเสียงของผู้ผลิต คิดเป็นร้อยละ 6.1 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ความรู้ความเข้าใจ และความรู้สึกที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทย

ตอนที่ 1 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสมุนไพรไทย

ตารางที่ 39 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสมุนไพรไทยของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้และไม่เคยใช้สมุนไพรไทย

ระดับความรู้ความเข้าใจ	ผู้ที่เคยใช้สมุนไพรไทย		ผู้ที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	5	2.9	4	12.1
มาก	49	28.8	17	51.5
ปานกลาง	105	61.8	12	36.4
น้อย	10	5.9	0	0.0
ไม่มีเลย	1	0.6	0	0.0
ค่าเฉลี่ย	3.28 (ปานกลาง)		3.76 (มาก)	

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = มากที่สุด, 3.50-4.49 = มาก, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = น้อย, 1.00-1.49 = ไม่มีเลย

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สมุนไพรไทย มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสมุนไพรไทย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง และผู้ที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสมุนไพรไทย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

๖๕๘.๘๓๔๓  
๘๔๔๓๗  
๘.๓

เลขหมู่.....

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ตอนที่ 2 ความรู้สึกต่อการใช้สมุนไพรไทยต่อส่วนประสมการตลาด

ตารางที่ 40 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามผู้ตอบ แบบสอบถามที่เคยใช้และไม่เคยใช้สมุนไพรไทย

ความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์	ผู้ที่เคยใช้ สมุนไพรไทย	ผู้ที่ไม่เคยใช้ สมุนไพรไทย
1. ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยมีคุณภาพเชื่อถือได้	4.01 เห็นด้วย	3.79 เห็นด้วย
2. ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย มีสรรพคุณตามที่ ฉลากระบุไว้	3.60 เห็นด้วย	3.57 เห็นด้วย
3. ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย มีอันตรายน้อยกว่า ผลิตภัณฑ์จากสารเคมีสังเคราะห์	4.19 เห็นด้วย	3.73 เห็นด้วย
4. ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ต้องระบุวัน เดือน ปีที่ผลิต และวันหมดอายุ	4.47 เห็นด้วย	4.36 เห็นด้วย
5. ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ต้องระบุชื่อผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และสถานที่ผลิต	4.53 เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.39 เห็นด้วย
6. ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ต้องระบุวิธีใช้ ข้อจำกัด ในการใช้ และรายละเอียดส่วนประกอบของ ผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน	4.59 เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.39 เห็นด้วย
7. ตรายี่ห้อของผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยมีผลต่อ การเลือกซื้อ	3.79 เห็นด้วย	3.73 เห็นด้วย
8. ชื่อเสียงของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายมีผลต่อการ ตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	3.69 เห็นด้วย	3.88 เห็นด้วย
9. บรรจุภัณฑ์และหีบห่อของผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย เป็นปัจจัยหนึ่งในการตัดสินใจซื้อ	3.97 เห็นด้วย	3.82 เห็นด้วย
10. ขนาดบรรจุของผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย มีขนาด พอเหมาะกับความต้องการใช้	3.72 เห็นด้วย	4.00 เห็นด้วย
11. การปรุงแต่งกลิ่นและสีส่น ทำให้ผลิตภัณฑ์ สมุนไพรน่าใช้มากยิ่งขึ้น	3.22 ปานกลาง	3.18 ปานกลาง

ตารางที่ 40 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้และไม่เคยใช้สมุนไพรไทย (ต่อ)

ความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์	ผู้ที่เคยใช้สมุนไพรไทย	ผู้ที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย
12.เครื่องหมาย อย. ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพร	4.45 เห็นด้วย	3.94 เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ยรวม	4.02 เห็นด้วย	3.90 เห็นด้วย

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 3.50-4.49 = เห็นด้วย, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = ค่อนข้างไม่เห็นด้วย, 1.00-1.49 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สมุนไพรไทยและไม่เคยใช้สมุนไพรไทย มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยให้ความคิดเห็นต่อปัจจัยย่อยเหมือนกันเกือบทุกปัจจัยย่อย ปัจจัยเรื่องผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยต้องระบุชื่อ ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และสถานที่ผลิต และปัจจัยเรื่องผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ต้องระบุวิธีใช้ ข้อจำกัดในการใช้ และรายละเอียดส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สมุนไพรไทย มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย



ตารางที่ 41 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความคิดเห็นด้านราคา จำแนกตามผู้ตอบ  
แบบสอบถามที่เคยใช้และไม่เคยใช้สมุนไพรไทย

ความคิดเห็นด้านราคา	ผู้ที่เคยใช้ สมุนไพรไทย	ผู้ที่ไม่เคยใช้ สมุนไพรไทย
1. ราคาเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย	3.95 เห็นด้วย	4.33 เห็นด้วย
2. ราคาของผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยถูกกว่า เมื่อ เปรียบเทียบกับสินค้าอื่นในวัตถุประสงค์เดียวกัน	3.76 เห็นด้วย	3.73 เห็นด้วย
3. ปัจจุบันราคาของผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยมีความ เหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ	3.65 เห็นด้วย	3.76 เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ยรวม	3.79 เห็นด้วย	3.94 เห็นด้วย

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 3.50-4.49 = เห็นด้วย, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = ค่อนข้างไม่เห็นด้วย,  
1.00-1.49 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สมุนไพรไทยและไม่เคยใช้  
สมุนไพรไทย มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านราคา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยให้  
ความคิดเห็นต่อปัจจัยย่อยเหมือนกันทุกปัจจัย ในระดับเห็นด้วย

ตารางที่ 42 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความคิดเห็นด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตาม ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้และไม่เคยใช้สมุนไพรไทย

ความคิดเห็นด้านการจัดจำหน่าย	ผู้ที่เคยใช้ สมุนไพรไทย	ผู้ที่ไม่เคยใช้ สมุนไพรไทย
1. ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย สามารถหาซื้อได้สะดวก	3.43 ปานกลาง	3.51 เห็นด้วย
2. ผู้แทนจำหน่ายที่ให้บริการอย่างประทับใจ เป็น เหตุผลที่สำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ สมุนไพรไทยจากแหล่งจำหน่ายนั้น	3.86 เห็นด้วย	3.97 เห็นด้วย
3. คนส่วนใหญ่มีกนิยมซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย จากผู้จำหน่ายตรง	3.65 เห็นด้วย	4.03 เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ยรวม	3.65 เห็นด้วย	3.84 เห็นด้วย

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 3.50-4.49 = เห็นด้วย, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = ก่อนข้างไม่เห็นด้วย,  
1.00-1.49 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สมุนไพรไทยและไม่เคยใช้สมุนไพรไทย มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยให้ความคิดเห็นต่อปัจจัยย่อยเหมือนกันเกือบทุกปัจจัย ในระดับเห็นด้วย ยกเว้น ปัจจัยเรื่องผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยสามารถหาซื้อได้สะดวก ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สมุนไพรไทย มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย

ตารางที่ 43 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตาม ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้และไม่เคยใช้สมุนไพรไทย

ความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาด	ผู้ที่เคยใช้ สมุนไพรไทย	ผู้ที่ไม่เคยใช้ สมุนไพรไทย
1. การลดราคา การมีของแจกแถม การชิงโชค ทำให้ ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ง่ายขึ้น	3.16 ปานกลาง	3.70 เห็นด้วย
2. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ มีส่วนช่วยให้ ผู้บริโภคตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย	3.88 เห็นด้วย	3.88 เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ยรวม	3.52 เห็นด้วย	3.79 เห็นด้วย

หมายเหตุ : ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 3.50-4.49 = เห็นด้วย, 2.50-3.49 = ปานกลาง, 1.50-2.49 = ค่อนข้างไม่เห็นด้วย, 1.00-1.49 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สมุนไพรไทยและไม่เคยใช้สมุนไพรไทย มีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยให้ความคิดเห็นเหมือนกันในเรื่องการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ มีส่วนช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ในระดับเห็นด้วย ส่วนปัจจัยเรื่องการลดราคา การมีของแจกแถม การชิงโชค ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยง่ายขึ้น ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สมุนไพรไทย มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย