

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องทัศนคติในการใช้สมุนไพรไทยของพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งกำหนดตัวอย่างจากพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 203 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยความบังเอิญ (Accidental Sampling) และแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยในบทนี้จะกล่าวสรุปผลการศึกษา การอภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 18-25 ปี มากที่สุด รองลงมาคือ มีอายุระหว่าง 26-33 ปี จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ มากที่สุด รองลงมาคือ ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สมรสแล้วมากที่สุด รองลงมาคือ โสด มีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท มากที่สุด รองลงมา คือ ไม่เกิน 5,000 บาท

ส่วนที่ 2 ทัศนคติที่มีต่อการใช้สมุนไพรไทย

ตอนที่ 1 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสมุนไพรไทย

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสมุนไพรไทย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความรู้ว่าสมุนไพรไทยรักษาโรคร้ายแรงได้ รวมทั้งเห็นด้วยว่าสมุนไพรไทยมีความปลอดภัยและมีคุณภาพน่าเชื่อถือ นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ยังทราบว่าสมุนไพรไทยเป็นที่ยอมรับของวงการแพทย์แผนปัจจุบัน และส่วนใหญ่เคยพบเห็นโฆษณาหรือการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสมุนไพรไทยจากสื่อต่าง ๆ

เมื่อจำแนกความรู้ความเข้าใจของผู้ตอบแบบสอบถามตามผู้ที่เคยใช้และไม่เคยใช้สมุนไพรไทย พบว่า ผู้ที่เคยใช้สมุนไพรไทย มีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนผู้ที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย มีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับมาก

ตอนที่ 2 ส่วนความรู้สึกรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อสมุนไพรไทย

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ด้านผลิตภัณฑ์

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีความคิดเห็นต่อปัจจัยย่อยในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยต้องระบุวิธีใช้ ข้อจำกัดในการใช้ และรายละเอียดส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน เมื่อจำแนกตามความคิดเห็นของผู้ที่เคยใช้และไม่เคยใช้สมุนไพรไทย พบว่า มีความคิดเห็นโดยรวมในระดับเห็นด้วย โดยมีความคิดเห็นต่อปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์เหมือนกันเกือบทุกปัจจัย ยกเว้นปัจจัยเรื่องผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยต้องระบุชื่อผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และสถานที่ผลิต และปัจจัยเรื่องผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยต้องระบุวิธีใช้ ข้อจำกัดในการใช้ และรายละเอียดส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สมุนไพรไทย มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ส่วนผู้ที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย

ด้านราคา

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อราคาของผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ราคาเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย เมื่อจำแนกตามความคิดเห็นของผู้ที่เคยใช้และไม่เคยใช้สมุนไพรไทย พบว่า มีความคิดเห็นโดยรวมในระดับเห็นด้วย โดยมีความคิดเห็นต่อปัจจัยย่อยด้านราคาเหมือนกันทุกปัจจัย

ด้านการจัดจำหน่าย

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีความคิดเห็นต่อปัจจัยย่อยในระดับเห็นด้วยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ผู้แทนจำหน่ายที่ให้บริการอย่างประทับใจ เป็นเหตุผลที่สำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยจากแหล่งจำหน่ายนั้น เมื่อจำแนกตามความคิดเห็นของผู้ที่เคยใช้และไม่เคยใช้สมุนไพรไทย พบว่า มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีความคิดเห็นต่อปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายเหมือนกันเกือบทุกปัจจัย ยกเว้นปัจจัยเรื่องผลิตภัณฑ์

สมุนไพรไทย สามารถหาซื้อได้สะดวก ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้ มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย

ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นต่อการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์มีส่วนช่วยทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย เมื่อจำแนกตามความคิดเห็นของผู้ที่เคยใช้และไม่เคยใช้สมุนไพรไทย พบว่า มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีความคิดเห็นต่อปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดเหมือนกันในปัจจัยเรื่องการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ มีส่วนช่วยทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ส่วนปัจจัยเรื่องการลดราคา การมีของแจกแถม การชิงโชค ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยง่ายขึ้น ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สมุนไพรไทย มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วย

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการใช้สมุนไพรไทย

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยใช้สมุนไพรไทย ซึ่งสมุนไพรไทยที่เคยใช้ 3 อันดับแรก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ยารักษาโรค และผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ตามลำดับ โดยซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยเดือนละ 1 ครั้งมากที่สุด รองลงมาคือ 2-4 ครั้งต่อเดือน และจำนวนเงินที่ใช้ซื้อในแต่ละครั้ง มีจำนวน 51-100 บาท มากที่สุด รองลงมาคือไม่เกิน 50 บาท

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สมุนไพรไทย ส่วนใหญ่เคยใช้สมุนไพรไทยน้อยกว่า 1 ปี มากที่สุด รองลงมาคือ 1-2 ปี โดยนิยมซื้อผลิตภัณฑ์เสริมความงามมากที่สุด รองลงมาคือ ยารักษาโรค ปัจจัยที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย 3 อันดับแรก ได้แก่ ปลอดภัยมากกว่าผลิตภัณฑ์จากสารเคมีสังเคราะห์ สินค้าดีมีคุณภาพ และราคาไม่แพง ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สมุนไพรไทย ส่วนใหญ่ได้รับความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยจากการบอกต่อโดยบุคคลมากที่สุด รองลงมาคือ โทรทัศน์ และตนเองเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยมากที่สุด รองลงมาคือ ญาติพี่น้อง โดยส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยเพื่อใช้เองมากที่สุด รองลงมาคือ ซื้อให้ครอบครัวใช้พร้อมตนเอง สถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย 3 อันดับแรก ได้แก่ ร้านค้าสมุนไพรไทยโดยเฉพาะ ร้านค้าทั่วไป และ

ห้างสรรพสินค้า/ร้านสะดวกซื้อ ตามลำดับ โดยมีเหตุผล 3 อันดับแรกที่เลือกซื้อจากสถานที่ดังกล่าวนี้ เพราะสะดวก เชื่อมั่นในคุณภาพ และความหลากหลายของสินค้า ตามลำดับ วิธีการเลือกซื้อสมุนไพรไทย 3 อันดับแรก ได้แก่ ดูจากสรรพคุณ ได้รับการรับรองจาก ออย. และพิจารณาจากส่วนประกอบ ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทยเลย มีเหตุผล 3 อันดับแรกที่ไม่ใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย เพราะไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสมุนไพรไทย หาซื้อยาก (สถานที่ขายมีน้อย) และไม่เชื่อถือในคุณภาพและสรรพคุณ ตามลำดับ หากมีโอกาสอยากทดลองใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยประเภทยารักษาโรค มากที่สุด รองลงมาคือ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน และหากจะซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ตนเองจะเป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อมากที่สุด รองลงมาคือ ญาติพี่น้อง

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย ได้รับความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยจากการบอกต่อโดยบุคคล มากที่สุด รองลงมาคือ โทรทัศน์ และหากจะซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อมากที่สุดคือ สินค้าดีมีคุณภาพ รองลงมาคือ ปลอดภัยมากกว่าผลิตภัณฑ์จากสารเคมีสังเคราะห์ และจะซื้อโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการทดลองใช้เองมากที่สุด รองลงมาคือ ซื้อให้ครอบครัวใช้พร้อมตนเอง โดยสถานที่ที่จะซื้อสมุนไพรไทยส่วนใหญ่ คือ ร้านค้าสมุนไพรไทยโดยเฉพาะ มากที่สุด รองลงมาคือ ร้านค้าทั่วไปและร้านขายยา ซึ่งเหตุผลที่จะเลือกซื้อจากสถานที่ดังกล่าวเพราะเชื่อมั่นในคุณภาพ มากที่สุด รองลงมาคือ สะดวก และมีวิธีการที่จะเลือกซื้อโดยดูจากสรรพคุณของสินค้า มากที่สุด รองลงมาคือ ได้รับการรับรองจาก ออย.

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องทัศนคติในการใช้สมุนไพรไทยของพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ในครั้งนี้ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสมุนไพรไทย

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสมุนไพรไทย อยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามเคยใช้สมุนไพรไทย มีความรู้ในระดับปานกลาง ส่วนผู้ที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย มีความรู้ในระดับมาก แต่ผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทยให้เหตุผลที่ไม่ใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยว่าเพราะไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสมุนไพรไทย ซึ่งขัดแย้งกัน ทั้งนี้อาจจะเกิดจากความไม่มั่นใจในความรู้ความเข้าใจที่ตนเองมีอยู่ว่าจะถูกต้องหรือไม่ เนื่องจากยังไม่เคยทดลองใช้

ความรู้สึกร่วมต่อส่วนประสมการตลาดของสมุนไพรไทย

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมให้ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดในระดับเห็นด้วย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีรายละเอียด ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยให้ความคิดเห็นต่อเรื่องผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยต้องระบุวิธีใช้ ข้อจำกัดในการใช้ และรายละเอียดส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน ซึ่งแตกต่างจากการศึกษาของประภัสสร กฤษณะโลม และคณะ (2543) ที่พบว่าเหตุผลสำคัญในการซื้อสมุนไพรไทย คือ การเชื่อมั่นในคุณภาพ และเมื่อจำแนกตามความคิดเห็นของผู้ที่เคยใช้และไม่เคยใช้สมุนไพรไทย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สมุนไพรไทย มีความคิดเห็นในเรื่องดังกล่าว อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ส่วนผู้ที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการให้แสดงข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ให้มากที่สุด เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาตัดสินใจซื้อ

ด้านราคา

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยให้ความคิดเห็นต่อเรื่องราคาเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ มากที่สุด และเมื่อจำแนกตามความคิดเห็นของผู้ที่เคยใช้และไม่เคยใช้สมุนไพรไทย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้และไม่เคยใช้สมุนไพรไทย มีความคิดเห็นในเรื่องดังกล่าว อยู่ในระดับเห็นด้วย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ผู้ตอบแบบสอบถามจะให้ความสำคัญกับราคาซึ่งจะต้องมีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า และเนื่องจากปัจจุบันภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอยของประเทศทำให้ประชาชนส่วนใหญ่มีรายได้น้อยลง จึงมีผลต่อการเลือกซื้อสมุนไพรไทย โดยจะต้องมีการคำนึงถึงราคาเข้ามาเป็นปัจจัยส่วนหนึ่งของการตัดสินใจซื้อ สอดคล้องกับ มานีสงศ์ ปฐมวิริยะวงศ์ (2542) ที่ศึกษาเรื่อง “ตลาดอุตสาหกรรมเครื่องสำอางสมุนไพรไทยตามทัศนะของผู้บริโภค” พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในด้านราคาขายของสินค้าจะต้องมีความเหมาะสมกับคุณภาพ โดยจะนำไปเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจนอกเหนือจากการพิจารณาในด้านอื่น ๆ เช่น การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด เป็นต้น

ด้านการจัดจำหน่าย

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยให้ความคิดเห็นต่อเรื่องผู้จำหน่ายที่ให้บริการอย่างประทับใจเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรจากแหล่งจำหน่ายนั้น มากที่สุด และเมื่อจำแนกตามความคิดเห็นของผู้ที่เคยใช้และไม่เคยใช้สมุนไพรไทย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สมุนไพรไทย มีความคิดเห็นในเรื่องดังกล่าว อยู่ในระดับปานกลาง และผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย สอดคล้องกับการศึกษาของมานีสงค์ ปฐมวิริยะวงศ์ (2542) ที่ศึกษาเรื่อง “ตลาดอุตสาหกรรมเครื่องสำอางสมุนไพรไทยตามทัศนะของผู้บริโภค” พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะในด้านการจัดจำหน่ายว่า ร้านจัดจำหน่ายควรมีความรู้ที่จะแนะนำลูกค้าถึงวิธีการเลือกซื้อสินค้าที่ถูกต้องและเหมาะสมกับลูกค้า

ด้านการส่งเสริมการตลาด

จากผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยให้ความคิดเห็นต่อเรื่องการโฆษณาและประชาสัมพันธ์มีส่วนช่วยทำให้ผู้บริโภค ตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย มากที่สุด และเมื่อจำแนกตามความคิดเห็นของผู้ที่เคยใช้และไม่เคยใช้สมุนไพรไทย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้และไม่เคยใช้สมุนไพรไทย มีความคิดเห็นในเรื่องดังกล่าว อยู่ในระดับเห็นด้วย สอดคล้องกับการศึกษาของมานีสงค์ ปฐมวิริยะวงศ์ (2542) ที่ศึกษาเรื่อง “ตลาดอุตสาหกรรมเครื่องสำอางสมุนไพรไทยตามทัศนะของผู้บริโภค” พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ข้อเสนอแนะว่าควรมีการส่งเสริมการจำหน่ายให้มากกว่านี้ โดยผ่านสื่อโฆษณาประเภทต่าง ๆ มากเป็นอันดับที่ 1 ซึ่งจากการศึกษาพบว่า สื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยคือโทรทัศน์ เนื่องจากเป็นสื่อที่ได้เห็นทั้งภาพและได้ยินทั้งเสียง และยังเป็นวิธีการขายที่ครอบคลุมเป้าหมายได้กว้าง ซึ่งสื่อโทรทัศน์สามารถเข้าถึงทุกพื้นที่สูงสุด 83% (มานีสงค์ ปฐมวิริยะวงศ์, 2542)

พฤติกรรมการใช้สมุนไพรไทย

พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สมุนไพรไทย จากผลการศึกษา พบว่า

1) ซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยเดือนละ 1 ครั้ง จำนวนเงินที่ใช้ซื้อในแต่ละครั้งจำนวน 51-100 บาท ซึ่งเป็นจำนวนที่พอเหมาะกับระดับรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรม สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประภัสสร กฤษณะโถม และคณะ

(2543) เรื่อง ทศนคติและพฤติกรรมของคนวัยทำงานต่อสมุนไพรไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้สมุนไพรไทยอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง แต่ครั้งที่ซื้อสมุนไพรไทยจะจ่ายครั้งละ 51-100 บาท

2) ผลผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยที่นิยมซื้อคือผลิตภัณฑ์เสริมความงาม เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงซึ่งมีนิสัยรักสวยรักงาม สอดคล้องกับมานีสงค์ปฐมวิริยะวงศ์ (2540) ที่กล่าวว่า เครื่องสำอางได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อชีวิตประจำวันของมนุษย์มากขึ้น โดยถือว่าเครื่องสำอางเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคประเภทหนึ่งที่เข้ามามีบทบาทต่อผู้บริโภค ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่ โดยเฉพาะผู้หญิงนิยมใช้ในชีวิตประจำวัน เนื่องจากความรักสวยรักงามเป็นสิ่งที่ทุกคนปรารถนา

3) ปัจจัยที่เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ภัณฑ์สมุนไพรไทย เพราะปลอดภัยมากกว่าผลิตภัณฑ์จากสารเคมีสังเคราะห์ เนื่องจากปัจจุบันพฤติกรรมผู้บริโภคมีความห่วงใยต่อความปลอดภัยของตัวเอง สอดคล้องกับมานีสงค์ปฐมวิริยะวงศ์ (2540) ที่กล่าวว่า ปัจจุบันพฤติกรรมผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงหันมาสนใจเรื่องสุขภาพอนามัยกันมากขึ้น การเลือกใช้เครื่องสำอางส่วนใหญ่ต้องการหลีกเลี่ยงสารเคมีสังเคราะห์ โดยหันกลับมานิยมใช้พืชจากธรรมชาติอีกครั้งหนึ่ง แทนการใช้สารสังเคราะห์ทางเคมี ด้วยความรู้สึกที่ว่าจะทำให้ผิวพรรณแลดูเป็นธรรมชาติมากที่สุด และมีอันตรายน้อยที่สุด

4) ได้รับความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยจากการบอกต่อโดยบุคคล เนื่องจากสมุนไพรไทยยังขาดการส่งเสริมการขายให้รู้จักกันอย่างแพร่หลาย และขาดการรับรองคุณภาพจากหน่วยงานราชการที่เชื่อถือได้ จึงทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่กล้าซื้อมาทดลองใช้ ที่หันมาทดลองใช้ส่วนใหญ่จะได้รับคำแนะนำจากเพื่อน ซึ่งเคยใช้ได้ผลดีจึงบอกต่อกันให้ทดลองใช้ สอดคล้องกับ มานีสงค์ปฐมวิริยะวงศ์ (2540) ที่กล่าวว่ากลยุทธ์การขายเครื่องสำอางสมุนไพรไทยในสมัยดั้งเดิม คือ การบอกเล่าสรรพคุณต่อ ๆ กันมา และสิ่งที่จะทำให้เกิดความมั่นใจได้ ดูเหมือนจะมีโฆษณาหรือการประชาสัมพันธ์ใด ๆ หากแต่เป็นคำแนะนำคำยืนยันจากเพื่อน ๆ ที่เคยได้ใช้

5) ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยคือตนเองและซื้อเพื่อใช้เอง ซึ่งผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย โดยเฉพาะเครื่องสำอางเป็นสินค้าที่มีวิธีการเลือกใช้เฉพาะบุคคลขึ้นอยู่กับความชอบของแต่ละบุคคล จึงมีความจำเป็นที่จะต้องตัดสินใจซื้อด้วยตนเองและซื้อเพื่อใช้เองเป็นส่วนใหญ่

6) สถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยคือร้านสมุนไพรไทยโดยเฉพาะ เพราะสะดวกและเชื่อมั่นในคุณภาพ เนื่องจากร้านค้ากลุ่มนี้จะจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากธรรมชาติ เพื่อส่งเสริมสุขภาพของผู้บริโภคเป็นหลัก

7) มีวิธีการเลือกซื้อสมุนไพรโดยดูจากสรรพคุณ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมใช้เป็นประเภทผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ดังนั้นผลิตภัณฑ์จะต้องมีคุณภาพ

ได้มาตรฐาน ปลอดภัย การเลือกซื้อและเลือกใช้ผลิตภัณฑ์อย่างฉลาด ปลอดภัย และสมประโยชน์ จึงควรดูจากสรรพคุณที่ฉลากสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับมานีสงค์ ปฐมวิริยะวงศ์ (2540) ที่กล่าวว่า การรณรงค์อ่านฉลากก่อนซื้อก็เพื่อส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมอ่านฉลาก และสามารถใช้อข้อมูลบนฉลากให้เป็นประโยชน์ในการเลือกซื้อ

พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย จากผลการศึกษาพบว่า

1) สาเหตุที่ไม่ใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย เพราะไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสมุนไพรไทย ซึ่งหากมีความรู้ความเข้าใจดีพอแล้ว จะทำให้ทราบถึงประโยชน์ของสมุนไพรไทย และจะเกิดการตัดสินใจซื้อในอนาคต แสดงว่าความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสมุนไพรไทย มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

2) หากมีโอกาสอยากทดลองใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยประเภทยารักษาโรค เนื่องจากปัจจุบันพฤติกรรมผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงไป ส่วนใหญ่จะหันมาสนใจเรื่องสุขภาพอนามัยกันมากขึ้น และหันกลับมานิยมใช้พืชจากธรรมชาติอีกครั้งหนึ่งแทนการใช้สารสังเคราะห์ทางเคมี ประกอบกับผู้ผลิตนำสมุนไพรมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ออกจำหน่าย ทำให้ผู้บริโภคสนใจอยากทดลองใช้ สอดคล้องกับ มานีสงค์ ปฐมวิริยะวงศ์ (2540) ที่กล่าวว่า กลุ่มผู้บริโภคหลักของสินค้าเครื่องสำอางสมุนไพรไทยตามทัศนะของผู้บริโภค พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อด้วยตนเองและส่วนใหญ่ซื้อไปเพื่อใช้เอง

3) ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยคือตนเอง และมีวัตถุประสงค์ที่ซื้อเพื่อต้องการทดลองใช้เอง เนื่องจากสินค้าประเภทนี้เป็นสินค้าที่มีคุณลักษณะเฉพาะตัว ขึ้นอยู่กับความชอบของแต่ละบุคคล สอดคล้องกับ มานีสงค์ ปฐมวิริยะวงศ์ (2540) ที่ศึกษาเรื่องตลาดอุตสาหกรรมเครื่องสำอางสมุนไพรไทยตามทัศนะของผู้บริโภค พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อด้วยตนเองและส่วนใหญ่ซื้อไปเพื่อใช้เอง

3) ได้รับความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยจากการบอกต่อโดยบุคคลเพราะผลิตภัณฑ์สมุนไพรยังไม่มีมีการโฆษณาอย่างแพร่หลาย ส่วนใหญ่ที่นิยมใช้กันเนื่องจากคำบอกเล่าต่อ ๆ กันของผู้ที่เคยใช้แล้วได้ผลดี สอดคล้องกับ มานีสงค์ ปฐมวิริยะวงศ์ (2540) ที่ศึกษาเรื่องตลาดอุตสาหกรรมเครื่องสำอางสมุนไพรไทยตามทัศนะของผู้บริโภค พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางสมุนไพรไทยในครั้งแรกจากคำแนะนำของเพื่อน

4) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อคือสินค้าดีมีคุณภาพ จากความเชื่อถือและความศรัทธาที่ต่อสมุนไพรมาตั้งแต่สมัยโบราณ ประกอบกับในปัจจุบันคนไทยมีความตื่นตัวในเรื่องของสุขภาพมากขึ้น สอดคล้องกับมานีสงค์ ปฐมวิริยะวงศ์ (2540) พบว่า ปัจจัยสำคัญในการเลือกใช้เครื่องสำอางสำหรับใบหน้าของสตรี จะคำนึงถึงผลิตภัณฑ์ต้องมีคุณภาพดี

5) สถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย คือ ร้านค้าสมุนไพรไทยโดยเฉพาะ เหตุผลที่ซื้อจากแหล่งนี้เพราะเชื่อมั่นในคุณภาพ เนื่องจากร้านค้านี้จะจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด สอดคล้องการศึกษาของ มานีสงค์ ปฐมวิริยะวงศ์ (2540) ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อเครื่องสำอางสมุนไพรไทยโดยเน้นที่คุณภาพของสินค้าเป็นสำคัญ

6) วิธีการที่เลือกซื้อ คือ ดูจากสรรพคุณของสินค้า เพื่อทราบถึงคุณประโยชน์ของสินค้าว่าตรงกับความต้องการหรือไม่ สอดคล้องการศึกษาของ มานีสงค์ ปฐมวิริยะวงศ์ (2540) ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจะซื้อเครื่องสำอางโดยพิจารณาสรรพคุณจากฉลากสินค้าทุกครั้ง

ข้อค้นพบ

1. แหล่งที่ได้รับความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยจาก “การบอกต่อโดยบุคคล” มากที่สุด และ “แผ่นพับ ใบปลิว แผ่นป้ายโฆษณา” น้อยที่สุด

2. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ที่เคยใช้สมุนไพรไทย ระยะเวลาน้อยกว่า 1 ปี มีความรู้ความเข้าใจในระดับปานกลาง ส่วนผู้ที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย คิดว่าตนเองมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสมุนไพรไทยในระดับมาก

3. ในด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อการระบุวิธีใช้ ข้อจำกัดในการใช้ และรายละเอียดส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ การระบุชื่อผู้ผลิต ผู้จำหน่ายและสถานที่ผลิต รวมทั้งผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยจะต้องมีเครื่องหมายรับรองจาก อย. และเห็นว่าการปรุงแต่งกลิ่นและสีส่นเพื่อให้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยน่าใช้มากยิ่งขึ้น ไม่ใช่ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย

4. ในด้านราคา ปัจจัยเรื่องปัจจุบันราคาของผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยมีความเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วย รองลงมาปานกลาง ซึ่งแสดงว่าผู้บริโภคต้องการให้มีการปรับปรุงในด้านราคา คุณภาพและปริมาณของสมุนไพรให้สอดคล้องกัน รวมทั้งราคาจะต้องไม่แตกต่างจากคู่แข่งชั้นรายอื่นมากนักเมื่อเปรียบเทียบคุณภาพและปริมาณที่ใกล้เคียงกัน

5. ในด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นเรื่องผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยสามารถหาซื้อได้สะดวก ในระดับปานกลาง ซึ่งแสดงว่าสถานที่จัดจำหน่ายสมุนไพรไทยยังมีน้อย ไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค

6. ในด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นเรื่องการลดราคา การมีของแถม การชิงโชค ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยง่ายขึ้น ในระดับ

ปานกลาง ซึ่งแสดงว่าการลดราคา หรือการมีของแจกแถมไม่ใช่ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย

7. ชื่อเสียงของผู้ผลิตและจำหน่ายเป็นเหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สมุนไพรไทยให้ความสำคัญน้อยที่สุด เนื่องจากปัจจุบันผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสมุนไพรไทยที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับจากวงการแพทย์ยังมีน้อย ประกอบกับผู้บริโภคเองคำนึงถึงสรรพคุณและประโยชน์ที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้ออย่างมาก

8. ผู้ที่เคยใช้สมุนไพรไทยส่วนใหญ่เคยใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม แต่ผู้ที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย และถ้าหากมีโอกาสอยากทดลองใช้ยารักษาโรค ซึ่งเป็นสมุนไพรไทยประเภทที่มีผลต่อร่างกายมาก คงนั้นผู้ที่ไม่เคยใช้จึงยังไม่กล้าตัดสินใจซื้อ

9. วิธีการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ดูจากสรรพคุณมากที่สุด ส่วนน้อยที่จะเปรียบเทียบราคา

10. ผู้ที่เคยใช้สมุนไพรไทยส่วนใหญ่เคยใช้ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม แต่ไม่เคยใช้ยารักษาโรค

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องทัศนคติในการใช้สมุนไพรไทยของพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ในครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ จะต้องมีความปลอดภัยในการใช้ มีคุณภาพที่ได้มาตรฐานเดียวกัน และมีสรรพคุณตามที่ฉลากระบุไว้ ควรมีการพัฒนาให้มีสีสันและกลิ่นให้น่าใช้ ตลอดจนมีความคงตัวของผลิตภัณฑ์ มีการรับรองคุณภาพโดยมีเครื่องหมาย อย. จากกระทรวงสาธารณสุข หรือผู้เชี่ยวชาญทางด้านเภสัชกรให้การรับรองมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งมีการเพิ่มประเภทของผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายกว่านี้ และในส่วนของบริษัทและหีบห่อจะต้องมีฉลาก สีสะอาด ปลอดภัย มีความสะดวกในการใช้ รวมทั้งต้องแจ้งวัน เดือน ปีที่ผลิต และวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์ วิธีการใช้ ข้อจำกัดในการใช้ รายละเอียดส่วนประกอบของสินค้าอย่างชัดเจนบนฉลากที่ติดไว้ข้างบรรจุภัณฑ์และหีบห่อ

2. ด้านราคา จะต้องมีการกำหนดราคาให้มีความเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และสอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบัน รวมทั้งจะต้องมีราคาถูกกว่าผลิตภัณฑ์จากสารเคมีสังเคราะห์ และการกำหนดราคาควรพิจารณาจากคู่แข่งกันที่มีอยู่ในตลาด ไม่ควรกำหนดราคาให้สูงกว่าผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและปริมาณที่ใกล้เคียงกันของคู่แข่ง

3. ด้านการจัดจำหน่าย จะต้องครอบคลุมและมีการกระจายสินค้าตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาเก็ต ร้านขายของพื้นเมือง ร้านสะดวกซื้อต่าง ๆ รวมทั้งการจัดจำหน่ายในงานแสดงสินค้าตามสถานที่ต่าง ๆ ให้มากขึ้น และควรให้อยู่ใกล้แหล่งที่สะดวกแก่ผู้ซื้อที่จะสามารถหาซื้อได้สะดวกและรวดเร็ว

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์โดยผ่านสื่อต่าง ๆ ให้มากกว่านี้ และควรมีการส่งเสริมและเผยแพร่เกี่ยวกับสรรพคุณของสมุนไพรไทยให้ประชาชนได้รู้จักและมีความรู้ความเข้าใจมากขึ้น เช่น การให้พนักงานที่ผ่านการอบรมมาประจำตามจุดแสดงสินค้าตามห้างสรรพสินค้า หรืองานแสดงสินค้าต่าง ๆ เพื่ออธิบายรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ รวมถึงข้อมูลความรู้ต่าง ๆ โดยจัดพิมพ์หนังสือ แผ่นพับ ใบปลิว แจกจ่ายให้แก่บุคคลต่าง ๆ ที่มาใช้บริการตามจุดที่วางสินค้าไว้ นอกจากนี้ควรให้ความสำคัญกับสื่อบุคคล เพราะเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยมากที่สุด ดังนั้นจึงควรใช้วิธีการขายตรงโดยบุคคล (Direct Sales) อีกทางหนึ่งด้วย

5. สำหรับการขยายตลาด ภาครัฐควรมีส่วนควบคุมบุคลากรที่จะนำเสนอขายผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย เพราะจากการศึกษาพบว่าสื่อบุคคลคือสื่อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยมากที่สุด แต่เนื่องจากบุคคลเหล่านั้นอาจจะไม่มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง หรืออาจได้รับการถ่ายทอดมาไม่ตรงกับความเป็นจริง ดังนั้น ภาครัฐอาจจะต้องหา นโยบายเพื่อสนับสนุนหรือจัดอบรมให้ความรู้ความเข้าใจกับบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจประเภทนี้

6. ผู้ที่ต้องการจะนำไปศึกษาต่อหรือไปทำตลาดในด้านสมุนไพรไทย ควรให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้ที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย ซึ่งยังไม่มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องแท้เพียงพอต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่าผู้ที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทยนั้น หากมีโอกาสอยากทดลองใช้ยารักษาโรค ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อร่างกายมาก

ข้อจำกัดของการศึกษา

ผู้ศึกษาได้ออกแบบสอบถามเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินตนเองว่า มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสมุนไพรไทยมากน้อยเพียงใด จึงไม่สามารถวัดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสมุนไพรไทยที่แท้จริงของผู้ตอบแบบสอบถามได้