

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม และระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อชาสมุนไพรของผู้บริโภค กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชาชนที่มีอายุ 15 ปี ขึ้นไป และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าโคสแควร์ t-test ANOVA และวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ (Scheffe) การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 25-35 ปี มีวุฒิการศึกษาปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-20,000 บาท

ผลการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคชาสมุนไพรพบว่า ชนิดของชาสมุนไพรส่วนใหญ่ที่เลือกซื้อคือ ชาดอกเก๊กฮวย มีขนาดบรรจุ 10 ซอง ผู้บริโภคนิยมซื้อสินค้าโอท็อป เพราะชื่นชอบในรสชาติ โดยให้ความสำคัญกับข้อมูลข้างซองในเรื่องสรรพคุณ บริโภค 1 วัน/สัปดาห์ มีการตัดสินใจซื้อชาสมุนไพรด้วยตัวเอง บรรจุภัณฑ์ที่เลือกเป็นกล่องกระดาษ โดยซื้อมาเพื่อบริโภคเอง มีมูลค่าต่อการซื้อ 51-100 บาท รู้จักชาสมุนไพรจากคำแนะนำจากเพื่อน/ญาติ ตัดสินใจซื้อจากการให้ลองชิมจากการจัดซื้อแนะนำสินค้า ซื้อจากห้างสรรพสินค้า

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการบริโภคชาสมุนไพรของผู้บริโภคพบว่า ด้านเพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคชาสมุนไพร จำนวน 2 รายการ ด้านอายุ จำนวน 6 รายการ ด้านวุฒิการศึกษา จำนวน 2 รายการ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวน 3 รายการ

ผลการศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อชาสมุนไพรของผู้บริโภคพบว่า โดยภาพรวมให้ความสำคัญในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านให้ความสำคัญในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมาก มีเพียงวิธีการชง น้ำหนักสุทธิ ความหลากหลายของขนาดบรรจุภัณฑ์ การจัดเรียงสินค้า ของแถมและการลดราคา ที่ให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง

ผลการเปรียบเทียบระดับความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจซื้อชาสมุนไพรของผู้บริโภค จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล ด้านเพศพบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน ด้านอายุ มีความแตกต่างกัน จำนวน 2 รายการ ด้านวุฒิการศึกษา มีความแตกต่างกัน จำนวน 1 รายการ ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความแตกต่างกัน จำนวน 2 รายการ สำหรับการวิจัยครั้งนี้กำหนดความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

The purposes of this study were to investigate the consumers' behavior and factors affecting their decision to buy herbal tea. The informants of this study were 400 people with the age of 15 years upward, living in Bangkok. Questionnaires were used to collect the data. Frequency, percentage, arithmetic mean, standard deviation, Chi-square, t-test, ANOVA, and Scheffe analysis were used to analyze the data via SPSS software.

It was found that most informants were female with the age range from 25–35 years, holding bachelor's degree, and earning 10,000–20,000 bath/month.

It was found that the chrysanthemum tea pack containing 10 bags was most popular among consumers. OTOP herbal tea was preferable because the consumers were fond of its smell and taste. The information labeled on the side of each pack was given importance. It was consumed one day per week. The decision to buy the herbal tea was made by the consumers themselves. Paper package was selected. The purchase of 51–100 baht per time was made for self-consumption. The herbal tea was recommended by friends or relatives. The trial of the tea at the promotion stall in department stores made them decide to buy it.

With respect to the analysis of relationship between the consumers' personal status with their behavior in buying herbal tea, 2 items were found related to sex, 6 to age, 2 to educational background, and 3 items to average monthly income.

Regarding the significance level of factors affecting decision to buy herbal tea, it was rated, as a whole, by aspects and by items at a high level. However, the detailed investigation revealed that the items related to making method, net weight, variety of packages, product arrangement on the shelves, gifts, and discount were rated at a moderate level.

The comparison of the significance level of factors affecting consumers' decision to buy herbal tea with regard to their personal status revealed no differences in an aspect related to sex but differences were found in 2 items related to age, 1 to educational background, and 2 items to average monthly income. The statistic significance level of this study was set at .05.