

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ผลิตจากสมุนไพร จากชมรมรักสมุนไพรลำปาง ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล รวมทั้งหมด 200 ตัวอย่าง และนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติสำหรับสังคมศาสตร์ หรือ SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) โดยค่าสถิติที่ใช้ คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31 - 40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพรับราชการและมีสุขภาพดี กลุ่มตัวอย่างจำนวน 80 ตัวอย่าง เคยใช้และยังคงใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ผลิตจากสมุนไพร ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารฯ ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ได้แก่ เห็ดหลินจือ รองลงมาคือ ไบแปะก๊วย และดอกคำฝอยตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้มีค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารฯ ครั้งละประมาณ 101 - 300 บาท ส่วนใหญ่รับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารฯ มาเป็นระยะเวลา 1 - 6 เดือน และรับประทานเป็นประจำทุกวัน ผลที่ได้รับเป็นที่น่าพอใจ จึงตัดสินใจที่จะบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารฯ อย่างต่อเนื่อง และในรอบระยะเวลา 3 เดือนมีความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารฯ 2 - 3 ครั้ง แนะนำ การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารฯ มีการตรวจสอบข้อมูลผลิตภัณฑ์จากฉลากทุกครั้ง

ในส่วนของผู้บริโภคที่มีอิทธิพล ต่อความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ผลิตจากสมุนไพร พบว่า คือ เพศ อายุ อาชีพ และ การศึกษา กล่าวคือ เพศหญิง มีพฤติกรรมการใช้ และยังคงใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ผลิตจากสมุนไพรมากกว่าเพศชาย และผู้บริโภคกลุ่มนี้มีช่วงอายุระหว่าง 31 - 50 ปี มีอาชีพเป็นแม่บ้าน รับจ้าง และ รับราชการตามลำดับ การศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ผลิตจากสมุนไพร สามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ ลำดับแรก ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมา ปัจจัยด้านการส่งเสริมตลาด ปัจจัยด้านสถานที่และการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านราคา

องค์ประกอบของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีคะแนนความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ผลิตจากสมุนไพรอยู่ในระดับมากที่สุด คือ การส่งเสริมการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง องค์ประกอบ ด้านบุคลากรที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ ส่วนปัจจัยสนับสนุนด้านอื่น ๆ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัย และได้รับการรับรองมาตรฐานจากองค์กรที่เชื่อถือได้ สรรพคุณในการรักษา มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสมุนไพร

This research aimed to study the personal and marketing factors affecting the purchasing demand for herbal dietary supplement of Lampang Herb Conservation Assembly in Muang District, Lampang province, Thailand. Data were collected by means of questionnaires from a sample of 200 consumers and analyzed by using SPSS. Frequency, percentage, mean and standard deviation were the statistics used.

It was found that most of the samples were women, aged between 31 – 40 years old and had bachelor degree education. Most of them were healthy and government officials. Only 80 out of 200 samples used and continued to consume the herb dietary supplement. The most popular herbal dietary supplements were Lingzhi, Ginkgo and safflower respectively. They expended about 101 – 300 baht for each purchase and took herbal dietary supplement everyday for approximately 1-6 months. They were satisfied with the result and decided to keep on consuming. The average amount of purchase during 3 months was 2 – 3 times. They always verified the product information from its label.

The personal factors affecting the purchasing demand for herbal dietary supplement of Lampang Herb Conservation Assembly found were gender, age, career and education. The female consumers used and continued to use the herbal dietary supplement more than male consumers. These were housewives, employees, and government officials, aged between 31 - 50 years old. Their educations were bachelor degree and high school certificate.

The marketing mix factors affecting the purchasing demand for herbal dietary supplement of Lampang Herb Conservation Assembly were ranked, in ascending order as follows: product, promotion, place and price. The component of the marketing mix factors that had the highest score affecting the purchasing demand was the personnel in charge of promotion. These personnel should be capable of product knowledge and be able to give suggestion of the products. The other supporting factors included were product safety, certification from qualified standard organization, medical property, and related researches.