

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติในการใช้สมุนไพรไทยของพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรม อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 203 ตัวอย่าง ในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยเลขคณิต

จากการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 18-25 ปี จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ ส่วนใหญ่สมรสแล้ว และมีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท มากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสมุนไพรไทยโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทยมีความรู้ความเข้าใจในระดับมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้สมุนไพรไทย มีความรู้ความเข้าใจในระดับปานกลาง

ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดของผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ค้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และค้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ โดยค้านผลิตภัณฑ์ มีความคิดเห็นซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยต้องระบุวิธีใช้ ข้อจำกัดในการใช้ และรายละเอียด ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน ในระดับเห็นด้วย

อย่างยิ่ง ด้านราคามีความคิดเห็นซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องราคabeenปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ในระดับเห็นด้วย ด้านการจัดจำหน่าย มีความคิดเห็นซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องผู้จำหน่ายที่ให้บริการอย่างประทับใจเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรจากแหล่งจำหน่ายนั้นในระดับเห็นด้วย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความคิดเห็นซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่องการโฆษณาและประชาสัมพันธ์มีส่วนช่วยทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ในระดับเห็นด้วย

พฤติกรรมการใช้สมุนไพรไทยของผู้ที่เคยใช้สมุนไพรไทย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เคยใช้สมุนไพรไทยประเภท ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม โดยซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยเดือนละ 1 ครั้ง จำนวนเงินที่ใช้ซื้อในแต่ละครั้ง จำนวน 51-100 บาท ส่วนใหญ่เคยใช้สมุนไพรไทยน้อยกว่า 1 ปี ผลิตภัณฑ์ที่นิยมซื้อคือผลิตภัณฑ์เสริมความงาม ปัจจัยที่เลือกใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยพิจารณาเห็นว่าปัจจัยมากกว่าผลิตภัณฑ์จากสารเคมี ตั้งเคราะห์ ผู้ตอบแบบสอบถามได้รับความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยจากการบอกต่อโดยบุคคลผู้ที่นิยมอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยคือตนเอง โดยส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยเพื่อใช้งาน สถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย คือ ร้านค้าสมุนไพรไทย โดยเฉพาะ เหตุผลที่เลือกซื้อจากสถานที่ดังกล่าวนี้ เพราะสะดวก มีวิธีการเลือกซื้อสมุนไพรไทยโดยดูจากสรรพคุณ

พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยใช้สมุนไพรไทย พบว่าเหตุผลที่ไม่ใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย เพราะไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสมุนไพรไทย หากมีโอกาสอย่างทดลองใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยประเภทยา הרักษาโรค และหากจะซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ตนเองจะเป็นผู้นิยมอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ทั้งนี้ได้รับความรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทยจากการบอกต่อโดยบุคคล และหากจะซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อคือ สินค้าดี มีคุณภาพ ซื้อโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการทดลองใช้เอง โดยสถานที่ที่จะซื้อสมุนไพรไทยส่วนใหญ่ คือ ร้านค้าสมุนไพรไทยโดยเฉพาะ เหตุผลที่จะเลือกซื้อจากสถานที่ดังกล่าว เพราะเชื่อมั่นในคุณภาพ และมีวิธีการที่จะเลือกซื้อโดยดูจากสรรพคุณของสินค้า

The objective of this independent study was to study the factory worker's attitude towards consuming Thai's Herbs in Mucang District, Samut Sakhon Province. The study was conducted by collecting 203 samples. The data was analyzed by statistical values frequency, percentage, and mean.

The study found that the majority of respondents were female with ages between 18-25 years old. Most of them received either high school diplomas or vocational certificates, married, and had an income ranging between 5,001-10,000 Baht.

The respondents had an overall knowledge about Thai herbs at a moderate level. The respondents who had never used Thai herbs were at a high knowledge level, while the respondents who used Thai herbs had a moderate knowledge level.

In general, the respondents had the opinion on the marketing mix factors towards Thai's herbs at a moderate level to product, price, place, and promotion, respectively. For the product aspect, the highest mean of respondent's opinions regarded that Thai herbs should have and indication of direction, usage limitation and product ingredients information. For the price aspect, the highest mean of respondent's opinions agreed that the price was the most important factor in influencing their decision's to buy the products. For the place aspect, the highest mean of respondent's opinions agreed that the appropriate service was the main reason for buying the products. For the promotion, the highest mean of respondent's opinions agreed that advertising and public relations partially influenced the buying decision.

The behavior of respondents who used Thai herbal products found that most of them used cosmetic products, they bought such products once a month and they paid about 51-100 Baht each time. Most of them had used the Thai herbs less than 1 year and the most popular product was the cosmetics. The respondents prefered Thai herbal products over the chemically mixed products due to the safetyness. The respondents knew the products via friends. The influent person to buy a product was themselves. Most of the respondents bought Thai herbal products for themselves and bought them from Thai herbal stores because it was convenient. They bought products by checking from the positive effects of the products.

The behavior of respondents who had never used Thai herbal products had found that the reason for not using Thai herbs was due to the lacking of knowledge about Thai herbs. They were willing to try Thai herbal medicines if they had a chance. The respondents themselves would be an influence for buying a product. However, they had gained knowledge about Thai herbs from peers. The factors for buying Thai herbs were a good product and quality. The respondents would buy Thai herbs for themselves. The respondents would buy from Thai herbal stores because they trust in the quality and they would select products by the positive effects of the products.