



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ  
วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ ครั้งที่ ๑  
“การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม”  
The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development,  
Dissemination and Modern Technology Relaying to Society  
Phanomwan College of Technology

16-17 กรกฎาคม 2559  
ณ โรงแรมสีมาрапันี นครราชสีมา

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์

ร่วมกับ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน  
กระทรวงอุตสาหกรรม  
หอการค้าจังหวัดนครราชสีมา  
สมาคมนักวิจัย

กลุ่มวิชาที่นำเสนอผลงานวิจัยทั้งภาคบรรยายและภาคโปสเทอร์

- กลุ่มสาขาวิชามนุษย์ศาสตร์ สังคมศาสตร์ และ เศรษฐศาสตร์
- กลุ่มสาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม  
The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development Dissemination and Modern Technology Relaying to Society



วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์  
เรื่อง ผู้ทรงคุณวุฒิได้อ่านบทความ  
ระดับชาติ ครั้งที่ 1  
“การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม”  
ณ โรงแรมสีมาрапานี จ.นครราชสีมา  
Phanomwan College of Technology  
The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development,  
Dissemination and Modern Technology Relay to Society

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์กำหนดให้มีการจัดการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติครั้งที่ 1 วิทยาลัย<sup>เทคโนโลยีพนมวันท์ “การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม”</sup> ประกอบด้วย<sup>3.</sup> งานวิจัยและสร้างสรรค์ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และเศรษฐศาสตร์(Humanities, Social Sciences and Economics)<sup>4.</sup> งานวิจัยและสร้างสรรค์ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Science and Technology) ซึ่งกำหนดจัดขึ้น ในวันที่ 16-17 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2559 เวลา 08.00 – 18.00 น. ณ โรงแรมสีมาрапานี เพื่อให้การจัดการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติดังกล่าว ผู้ทรงคุณวุฒิได้อ่านบทความ ดังต่อไปนี้  
ผู้ทรงคุณวุฒิอ่านบทความ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

- |   |  |
|---|--|
| 1. ศาสตราจารย์ ดร.นพ.รัมม์ทิวัต นารัตน์วันชัย | มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง                          |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.พิพัฒน์ ออมดعاญา         | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน               |
| 3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บริชา ขันติโภก       | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน               |
| 4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุวดี รอดจากภัย      | มหาวิทยาลัยบูรพา                               |
| 5. ดร.ภก.กาณต์ วงศ์ศุภสวัสดิ์                 | มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง                          |
| 6. ดร.ยงยุทธ สงวนชุม                          | มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์ |

กลุ่มนิเทศศาสตร์ สังคมศาสตร์และเศรษฐศาสตร์

- |   |                              |
|---|------------------------------|
| 1. ศาสตราจารย์ สุมาลี สังข์ศรี            | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.รุ่งโรจน์ พุ่มรื้า   | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี     |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.กฤตกรณ ประทุมวงศ์    | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี     |
| 4. รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์     | มหาวิทยาลัยศิลปากร           |
| 5. รองศาสตราจารย์ ดร.ประพงษ์ พสุนทร์      | มหาวิทยาลัยศิลปากร           |
| 6. รองศาสตราจารย์ ดร.ธัญปรีรณ รัตน์พงศ์พร | มหาวิทยาลัยรามคำแหง          |
| 7. รองศาสตราจารย์ ดร.ไพร่อน วีไลนุช       | มหาวิทยาลัยหอการค้า          |



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เมดแพร์ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

- |   |   |
|---|---|
| 8. รองศาสตราจารย์ ประทุมวรรณ อุดมสุวรรณกุล          | ข้าราชการบำนาญ  |
| 9. รองศาสตราจารย์ บุศย์ วิสุทธิ                     | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี                              |
| 10 รองศาสตราจารย์นิยดา สาวสิดพงษ์                   | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต                                   |
| 11.รองศาสตราจารย์ วิวัฒน์ เอี่ยมไพรawan             | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี                              |
| 12. รองศาสตราจารย์ ติเรก ทองอร่าม                   | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา                     |
| 13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัฐนันท์ พงศ์วิริทธ์รัตน์ | มหาวิทยาลัยบูรพา                                      |
| 14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระ กลุส瓦สดี             | มหาวิทยาลัยศิลปากร                                    |
| 15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระวัฒน์ จันทึก          | มหาวิทยาลัยราชภัฏ                                     |
| 16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพิหาร ธนารักษ์         | มหาวิทยาลัยเนตรศร                                     |
| 17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุภากรณ์ กิญโญฉัตรจินดา  | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์               |
| 18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิติมา พลับพลึง           | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์               |
| 19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยพงศ์ พลับพลึง          | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์               |
| 20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัมพันธ์ จันทร์ดี         | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์               |
| 21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนัสสี บุญมีศรีส่งฯ       | มหาวิทยาลัยศิลปากร                                    |
| 22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทรงพร หาญสันติ                | มหาวิทยาลัยเกษตร                                      |
| 23. อาจารย์ ดร.วรรณพร อารยะพันธ์                    | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่                                  |
| 24. อาจารย์ ดร.ประไพพิมพ์ สุธีสินนท์                | มหาวิทยาลัยศิลปากร                                    |
| 25. อาจารย์ ดร.ปิยพล ไพรจิตร                        | มหาวิทยาลัยศิลปากร                                    |
| 26. อาจารย์ ดร.จิตพนธ์ ชุมเกตุ                      | มหาวิทยาลัยศิลปากร                                    |
| 27. อาจารย์ ดร.สิริชัย ดีเลิศ                       | มหาวิทยาลัยศิลปากร                                    |
| 28. อาจารย์ ดร.ปวิณ นราเมธุกุล                      | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์               |
| 29. อาจารย์ ร้อยตรี ดร.บุญช่วย แจ้งเวชชาย           | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี                              |
| 30. อาจารย์ ดร. กานต์ ศรีวิวัฒน์                    | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี                              |
| 31. อาจารย์ ดร.ปิยะ นาครวชระ                        | มหาวิทยาลัยบูรพา                                      |
| 32. อาจารย์ ดร.อุทธาภรณ์ มีประดิษฐ์                 | มหาวิทยาลัยบูรพา                                      |
| 33. อาจารย์ ดร.วิทยา ศิริพันธ์วัฒนา                 | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต                                   |
| 34. อาจารย์ ดร. เพชรรัตน์ เจ้มรอด                   | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต                                   |
| 35. อาจารย์ ดร.พิสิษฐ์ มนีเขติ                      | มหาวิทยาลัยราชภัฏ                                     |
| 36. อาจารย์ ดร. จุไรรัตน์ ดวงจันทร์                 | วิทยาลัยพยาบาลพระจอมเกล้า                             |
| 37. อาจารย์ ดร.สมปอง รักษาธรรม                      | มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์                          |
| 38. อาจารย์ ดร.ปิยวารณ์ สิริประเสริฐศิลป์           | มหาวิทยาลัยแม่โจ้                                     |
| 39. ดร.ณรงค์ ศรีเกรียงทอง                           | บริษัท โนเดิร์นคาสติ้งเตอร์เนชั่นแนลคอมเม็ติคส์ จำกัด |
| 40. ดร.ธงชัย ทองมา                                  | กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ                           |
| 41. ดร.บุรณิน รัตนสมบัติ                            | บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)                             |
| 42. ดร.กฤชญา โสภาน                                  | บริษัท สำเพ็ง อินโนเวชั่น จำกัด                       |
| 43. ดร.ภาณุพันธ์ โอพารกิจพညูลย์                     | บริษัท เอชีเอสที ประเทศไทย จำกัด                      |



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relating to Society

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

## กลุ่มนูนย์ศาสตร์ สังคมศาสตร์และเครื่องสื่อสารมวลชน

- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิเชียร อุ่นเรือง
  - ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิบูลย์ ลือมงคล
  - ดร.พิชัย สารภักดี
  - ดร.พีรพงษ์ ตั้งก้องเกียรติ

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์  
วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์  
วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์  
วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์

## หน้าที่และความรับผิดชอบ

- พิจารณาผลงานจากผู้นำเสนอบทความเพื่อนำเสนอแบบบรรยาย หรือ โปสเทอร์
  - ทำรายงานสรุปผลเสนอต่อที่ประชุมกองบรรณาธิการและคณะกรรมการจัดประชุม

สั่ง ณ วันที่ 15 กรกฎาคม พ.ศ.2559

ST

(ดร.พิสิษฐ์ ศิริรักษ์)  
อธิการบดีวิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เมยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

พฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในอำเภอชาก้า จังหวัดเพชรบุรี  
BEHAVIOR AND FACTORS INFLUENCE PURCHASING DECISIONON HERBAL SHAMPOO PRODUCT FROM OTOP AT, CHA-AM, PHETCHABURI

อริศรา ทานากะ\* จิตพนธ์ ชุมเกตุ\*

Arisara Tanaka\* Jittapon Chumkate\*\*

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค อำเภอชาก้า จังหวัดเพชรบุรี โดยการสุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถามมีค่าความน่าเชื่อถือเท่ากับ 0.672 ใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย สรุนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบโดยใช้พหุคุณและIndependent – Samples T-Test ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อคือ ความต้องการและพฤติกรรมหลังการซื้อมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรและปัจจัยทางประชากรศาสตร์ด้านเพศไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05  
**คำสำคัญ:** การตัดสินใจซื้อ, หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์, ยาสมุนไพร

### Abstract

The purpose of this research was to study the behavior and factors that influence the purchasing decisions on herbal shampoo product from (OTOP) of consumers in Cha-Am, Phetchaburi. The participants were 400 consumers and research instruments were questionnaire with reliability 0.672. The data was analyzed by Frequency, Mean, Standard Deviation, Multiple Regression Analysis and Independent-Samples T-Test. The results implied buying decision process factors of needs and post purchase behavior factors influence purchasing decision, whereas demographic factors with the sex do not influence purchasing decisions with a significance level of 0.05  
**Keywords:** Purchasing Decision, One Tumbom One Product, Herbal shampoo

\*นักศึกษาสาขาวิชาจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

\*\*อาจารย์สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เมยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ก้าวสัมภាដ้วยความรู้

The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

## บทนำ

ภูมิปัญญา คือ ความรู้ความสามารถและทักษะอันเกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ที่ผ่านกระบวนการเรียนรู้ เลือกสรร พัฒนาและถ่ายทอดสืบต่องามาอย่างแพร่หลาย เพื่อให้แก่ปัญหาและพัฒนา วิถีชีวิตให้สมดุลกับสภาพแวดล้อมและเหมาะสมกับยุคสมัย ภูมิปัญญา มีลักษณะ เป็นองค์รวม มีคุณค่าทางวัฒนธรรม สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นอยู่และความสามารถ ของชนรุ่นก่อน ช่วยในการเรียนรู้ แก้ปัญหา การจัดการและการปรับตัวในการดำเนินชีวิต ประยุกต์ใช้ทรัพยากรธรรมชาติรอบกายให้เกิดประโยชน์ ถ่ายทอดในรูปของความเชื่อ และประเพณี เช่น ด้านเกษตรกรรม อุตสาหกรรม การแพทย์แผนไทย ด้าน เอกลักษณ์ และภูมิปัญญา เป็นต้น (กระทรวงศึกษาธิการ, 2539 : 2)

รัฐบาลดำเนินโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 อย่างเป็นรูปธรรมทั่วทุกภูมิภาคทั่วประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์คือ สร้างงานและเพิ่มรายได้ เสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน สร้างเสริมการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น พัฒนา ทรัพยากรน้ำ น้ำดื่ม และความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ของชุมชน เป็นการสร้างฐานเศรษฐกิจให้เข้มแข็งโดยสนับสนุนช่วยเหลือ ในด้านความรู้ เทคโนโลยี ทุน การบริหาร

จัดการ เรื่องโภชินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้ง ในประเทศและต่างประเทศ กรมการพัฒนาชุมชนให้การส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนฐานรากอย่างมั่นคง โดยส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ การพัฒนาอาชีพ พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่จากภูมิปัญญาท้องถิ่น และการมีส่วนร่วมของประชาชนในการสร้างงานสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน (สำนักงานพัฒนาชุมชน ฉบับ ๑๖๐๘๗ ๒๕๕๗)

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ OTOP มีผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญา ท้องถิ่นหลากหลายรูปแบบ ได้แก่ อาหาร และเครื่องดื่ม เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ของใช้ ของประดับตกแต่ง ของที่ระลึก และสมุนไพร ที่ไม่ใช่อาหาร (ไทยตำบลดอทคอม, 2555) และอำเภอจะเป็นแหล่งท่องเที่ยว ธรรมชาติที่สำคัญแห่งหนึ่งในประเทศไทย มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก มีนักท่องเที่ยวเข้ามาไม่ขาดสาย เมื่อเกิดโครงการนี้ขึ้นชุมชนจึงสามารถขยายโอกาสในการสร้างชื่อเสียง ด้านผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นได้ง่าย และกว้างขวางมากยิ่งขึ้นผลิตสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ สร้างให้ชุมชนเกิดรายได้ ระยะยาวและมีการเจริญเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง (Keller, 1998)

ปัจจุบันการบริโภคสินค้าจากธรรมชาติแพร่หลายในสังคมไทยมากขึ้นและ



ความไม่สงบของสบายน้ำเดิมที่เรืออัศวาน้ำท่วมต้องรับใช้ ครั้งที่ 1 ภารกิจซึ่งเพื่อการพัฒนา เมืองพรุ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relating to Society

ประเทศไทยก็มีสมุนไพรหลากหลายชนิดที่สามารถนำมาใช้สักดเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดต่างๆ ทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากธรรมชาติมีแนวโน้มเจริญเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วเกิดช่องทางการสร้างธุรกิจใหม่ๆเพิ่มขึ้น โดยมีปัจจัยสำคัญคือ ความต้องการของผู้บริโภคที่หันมาใส่ใจสุขภาพของตนโดยการใช้ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติและมีสารเคมีเข้าไปน้อยที่สุด เช่น อาหาร เครื่องดื่ม และของใช้ เป็นต้น ผู้ประกอบการต้องการตอบสนองปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้า ปัจจุบันจึงมีการพัฒนาสินค้าอุปกรณ์หลากหลายรูปแบบ ให้ผู้บริโภคได้เลือกสรร (Kotler, 1984)

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงต้องการวิเคราะห์  
ว่าพฤติกรรมและปัจจัยใดมีอิทธิพลต่อการ  
ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากโครงการหนึ่ง  
ตามลนนึงผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคในอำเภอ  
จะมา จังหวัดเพชรบูรณ์ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว  
และมีร้านค้าที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ใน  
โครงการหนึ่งตามลนนึงจำนวนมาก  
ผลิตภัณฑ์ที่เลือกวิจัยคือยาสมุนไพร  
ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ประกอบการได้นำไปพัฒนา  
ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น  
สนองความต้องการของผู้บริโภคได้ตรงจุด  
ส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ของไทย และขยาย  
รายได้ในชุมชนทำให้เศรษฐกิจเติบโตมากขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยาสระผมสมุนไพร
  2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ยาสระผมจากสมุนไพร
  3. เพื่อศึกษาแนวทางกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ยาสระผมจากสมุนไพร

สมมติฐาน

1. ปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจ  
ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซึ่งผลิตภัณฑ์ยาสูบ  
สมุนไพร
  2. ปัจจัยทางลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซึ่งผลิตภัณฑ์ยาสูบสมุนไพร

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

- ## 1. แนวคิดทฤษฎีพัฒนารูปผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บุริโภค เพื่อให้ทราบถึงสาเหตุที่มีอิทธิพลทำให้ผู้บุริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการซึ่งการเข้าใจถึงสาเหตุต่างๆที่มีผลในการจูงใจหรือกำกับการตัดสินใจของผู้บุริโภคทำให้นักการตลาดสามารถตอบสนองผู้บุริโภคได้สำเร็จ สามารถชักนำ หว่านล่อให้ลูกค้าซื้อสินค้า และมีความจริงภักดีที่จะซื้อข้าวในครัวต่อไป เรื่อยๆ (ธงชัย สันติวงศ์, 2537:107)

- ## 2. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจ



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เมยแพร์ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2552: 157) กระบวนการหรือขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ (Buyer's Decision Process) เป็นลำดับ ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การแสวงหา ข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ

1.1 การรับรู้ถึงความต้องการหรือ ปัญหา (Problem/Need Recognition) ผู้บริโภคจะตรวจสอบถึงปัญหาหรือความต้องการในสินค้าหรือการบริการซึ่งความต้องการหรือปัญหานั้นเกิดขึ้นจากความจำเป็น (Needs) คือ

- (1) สิ่งกระตุ้นภายใน (Internal Stimuli) เช่น ความรู้สึกทิวข้าว กระหายน้ำ เป็นต้น
- (2) สิ่งกระตุ้นภายนอก (External Stimuli) อาจจะเกิดจากการกระตุ้นของส่วนประสมทางการตลาด (4P's)

1.2 ก า ร แ ស ว ง ห า ข ื อ mü ล (Information Search) เมื่อผู้บริโภคทราบถึงความต้องการในสินค้าหรือบริการแล้ว ผู้บริโภคก็จะทำการแสวงหาข้อมูล เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ โดยแหล่งข้อมูลของผู้บริโภค แบ่งเป็น

- (1) แหล่งบุคคล (Personal Sources) เช่น สอบถามจากผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้สินค้าหรือบริการนั้นๆ

(2) แหล่งทางการค้า (Commercial Sources) เช่น หาข้อมูลจากโฆษณาตามสื่อต่างๆ

(3) แหล่งสาธารณะ (Public Sources) เช่น สอบถามรายละเอียดสินค้าหรือบริการจากสื่อมวลชน หรือองค์กรคุ้มครองผู้บริโภค

(4) แหล่งประสบการณ์ (Experiential Sources) เกิดจากการประสบการณ์ส่วนตัวของผู้บริโภคที่เคยใช้ผลิตภัณฑ์นั้นมาก่อน

1.3 การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) ผู้บริโภคต้องกำหนดเกณฑ์หรือคุณสมบัติที่จะใช้ในการประเมิน เช่น ยี่ห้อ ราคา รูปแบบ บริการหลังการขาย ราคายาวยต่อหน่วย เป็นต้น

1.4 การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อต้องมีการตัดสินใจในด้านต่างๆ เช่น ตรายี่ห้อที่ซื้อร้านค้าที่ซื้อ ปริมาณที่ซื้อ เวลาที่ซื้อ วิธีการในการชำระเงิน

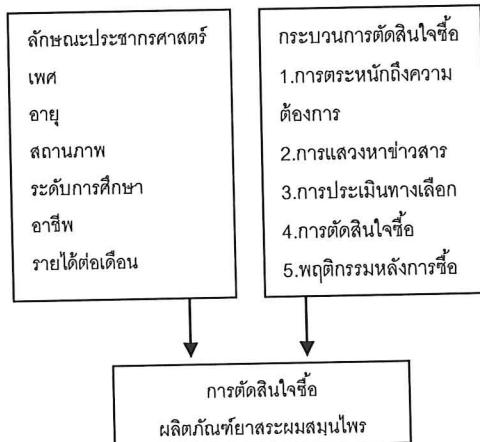
1.5 พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post purchase Behavior) หลังจากที่ลูกค้าได้ตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการไปแล้ว นักการตลาดจะต้องตรวจสอบความพึงพอใจ ภายหลังการซื้อ ซึ่งความพึงพอใจนั้นเกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าเบรียบเที่ยบสิ่งที่เกิดขึ้นจริง กับสิ่งที่คาดหวัง โดยถ้าลูกค้ามีความพึงพอใจก็จะเกิดพฤติกรรมในการซื้อซ้ำ ถ้า



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เมย์แพร์ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม  
The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ลูกค้าไม่เพียงพอใจ พฤติกรรมที่ตามมาก็คือ  
ลูกค้าจะเปลี่ยนไปใช้ผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งขัน  
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชัย ลักษณ์ เมืองโคตร (2547)  
ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ  
ตัดสินใจซื้อสินค้าจากโครงการหนึ่งตำบล  
หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดสกลนคร ผล  
การศึกษาพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มี  
พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าประเภทอาหาร  
เพื่อเป็นของฝาก เลือกสินค้าที่มีราคาถูก  
ส่วนใหญ่ซื้อสินค้าในวันเสาร์ – อาทิตย์ เวลา  
16.00-18.00 น. ใช้เงินน้อยกว่า 300 บาทใน  
การซื้อสินค้า ผู้บริโภคที่มีเพศ อายุ  
สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และ  
รายได้เฉลี่ยแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อ  
ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจาก  
โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัด  
สกลนคร ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และช่องทาง  
การจัดจำหน่ายที่แตกต่างกัน ยกเว้นด้าน  
การส่งเสริมการตลาดที่ไม่มีความแตกต่าง  
กรอบแนวคิด



## ระเบียบวิธีการวิจัย

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้คือ ผู้บริโภคที่เคยซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์ยาสูบสมุนไพรของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในอำเภอชากำ จังหวัดเพชรบูรณ์

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้คือผู้บริโภคที่เคยซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์ยาสูบสมุนไพรของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในอำเภอชากำ จังหวัดเพชรบูรณ์ จากการกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่าง 5% (0.05) จะได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 ตัวอย่าง

### 2. วิธีการเก็บข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

2.1 ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการค้นคว้าหาข้อมูลจากเอกสาร บทความ หรืองานวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยการบริโภคผลิตภัณฑ์ยาสูบสมุนไพร และการสืบค้นทางอินเทอร์เน็ตเพื่อให้ได้ข้อมูลพื้นฐานใช้เป็นแนวทางในการวิจัย

2.2 ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ยาสูบสมุนไพรของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในอำเภอชากำ จังหวัดเพชรบูรณ์



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เมยแพร์ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ก้าวสัมภាដ่อสังคม

The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

### 3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในอำเภอจะอำเภอหัวดินเพชรบูรณ์ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 สอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลักษณะคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อทั่วไปของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรเป็นลักษณะคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question) จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 3 สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพร ได้แก่ ความต้องการ การแสวงหาข่าวสาร การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมหลังการซื้อ ลักษณะแบบสอบถาม เป็นคำถามปลายปิด แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 23 ข้อ

### 4. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการแบบสอบถาม มาทำภาระวิเคราะห์ข้อมูลและ

ประมาณผลข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติ

ตามลำดับ ดังนี้

4.1 ตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถามที่ได้จากการกลุ่มตัวอย่าง

4.2 นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาลงรหัสตามตารางคู่มือลงรหัสที่ได้จัดทำไว้

4.3 นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึก และประมาณผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

### 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลแล้ว นำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อหาค่าสถิติดังนี้

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้อธิบายข้อมูลส่วนบุคคล ของกลุ่มตัวอย่าง และค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้อธิบายข้อมูลปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อ

5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุमาน (Inferential Statistic) โดยทดสอบสมมุติฐานเพื่อศึกษาปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า OTOP ของผู้บริโภคโดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคุณ (Multiple Regression Analysis) และสถิติ T-Test เพื่อศึกษา



## การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ด้วยค่า Sig. หากค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธ สมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่ายอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ (ประสพชัย พสุนทร์, 2553)

### ผลการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้ได้เคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 61.8) อายุระหว่าง 21-30 ปี (ร้อยละ 47.8) ระดับการศึกษาปวชญญาตรี (ร้อยละ 64.8) มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ 41.5) รายได้ต่อเดือนอยู่ที่มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป (ร้อยละ 31.5)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ยาสารพิษสมุนไพร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์ ปีละ 1-5 ครั้ง (ร้อยละ 76.3) ซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านค้าจัดจำหน่าย (ร้อยละ 56.5) ซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร และเครื่องดื่มมากที่สุด (ร้อยละ 49.5) จำนวนเงินที่ใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์อยู่ที่ 100-300 บาท (ร้อยละ 57.8) ซื้อยาสารพิษสมุนไพรที่ทำมาจากน้ำมันมะพร้าว (ร้อยละ

25.5) คุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นสาเหตุที่ทำให้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ (ร้อยละ 33.3)

ส่วนที่ 3 ระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยาสารพิษสมุนไพรของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านความต้องการมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคในระดับมาก (Mean = 3.66 และ S.D = 0.45) โดยใช้เกณฑ์ 3.41 - 4.20 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมาก ระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านการแสดงทาง外观 สารมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคในระดับมาก (Mean = 3.47 และ S.D = 0.54) โดยใช้เกณฑ์ 3.41 - 4.20 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมาก ระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านการประเมินทางเลือกมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคในระดับมาก (Mean = 3.67 และ S.D = 0.51) โดยใช้เกณฑ์ 3.41 - 4.20 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมาก ระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคในระดับมาก (Mean = 3.45 และ S.D = 0.54) โดยใช้เกณฑ์ 3.41 - 4.20 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมาก ระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคในระดับมาก (Mean = 3.75



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เมයแพร์ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

และ S.D = 0.57) โดยใช้เกณฑ์ 3.41 - 4.20  
หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจซื่อมาก

ส่วนที่ 4 แสดงการวิเคราะห์ความ  
แปรปรวนการทดสอบโดยเชิงพหุของปัจจัยด้าน  
กระบวนการตัดสินใจที่มีอิทธิพลต่อการ  
ตัดสินใจซื่อผลิตภัณฑ์ยาสรวยสมุนไพร

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์  
ความแปรปรวนการทดสอบโดยเชิงพหุของปัจจัย  
ด้านกระบวนการตัดสินใจที่มีอิทธิพลต่อการ  
ตัดสินใจซื่อผลิตภัณฑ์ยาสรวยสมุนไพร

แหล่งความ แปรปรวน	Sum of Squares	df	Mean Squares	F	Sig.
การทดสอบ (Regression n)	12.430	10	1.243	5.634	.000 <sup>b</sup>
ส่วนที่เหลือ (Residual)	85.377	387	0.221		
Total	97.807	397			

จากการวิเคราะห์ตารางที่ 1พบว่า  
ปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจซื่อที่มี  
อิทธิพลต่อการตัดสินใจซื่อผลิตภัณฑ์ยาสร  
วยสมุนไพรในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่ง  
ผลิตภัณฑ์ในอำเภอชะคำ จังหวัดเพชรบูรี  
จากทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ ความต้องการ  
การแสวงหาข่าวสาร การประเมินทางเลือก  
การตัดสินใจซื่อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ มี  
อิทธิพลต่อการเลือกซื่อผลิตภัณฑ์ของผู้ตอบ

แบบสอบถาม เมื่อใช้การวิเคราะห์การ  
ทดสอบโดยเชิงพหุ (Multiple Regression) ที่  
ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งปรากฏในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์  
การทดสอบโดยเชิงพหุ เมื่อใช้ปัจจัยด้านความ  
ต้องการและด้านพฤติกรรมหลังการซื้อที่มีผล  
ต่อการตัดสินใจซื่อผลิตภัณฑ์เป็นรายตัว  
แปร

ตัวแปร พยากรณ์	ตัว แปร	Std.Error	Beta	T	Sig.
Constant		0.246		12.548	0.000
ความต้องการ	X <sub>1</sub>	0.085	-0.181	-2.313	0.021
การแสวงหา ข่าวสาร	X <sub>2</sub>	0.072	0.105	1.347	0.179
การประเมิน ทางเลือก	X <sub>3</sub>	0.066	0.002	0.023	0.982
การตัดสินใจ ซื่อ	X <sub>4</sub>	0.061	0.068	1.023	0.307
พฤติกรรม หลังการซื้อ	X <sub>5</sub>	0.067	-0.177	-2.316	0.021

R=0.176<sup>a</sup>, R Square= 0.0315, Adjusted

R Square= 0.018, Std Error of the  
Estimate =0.49131

จากการวิเคราะห์ตารางที่ 2 พบว่า  
ปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจซื่อด้าน  
ความต้องการและพฤติกรรมหลังการซื้อ มี  
อิทธิพลต่อการตัดสินใจซื่อผลิตภัณฑ์ยาสร  
วยสมุนไพรจากโครงการหนึ่งตำบลหนึ่ง  
ผลิตภัณฑ์ อำเภอชะคำ จังหวัดเพชรบูรีทุก  
ด้าน ได้แก่ ได้แก่ ความต้องการ การ



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

สมมุติฐาน	ผลการวิจัย
ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ	ไม่สนับสนุน
ปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อ	สนับสนุน
ด้านความต้องการ	สนับสนุน
ด้านการแสวงหาข่าวสาร	ไม่สนับสนุน
ด้านการประเมินทางเลือก	ไม่สนับสนุน
ด้านการตัดสินใจซื้อ	ไม่สนับสนุน
ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ	สนับสนุน

แสวงหาข่าวสาร การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ

ตารางที่ 3 แสดงการวิเคราะห์ Independent –Samples T-Test ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยาสรวยสมุนไพร

จากการวิเคราะห์ตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยทางลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านเพศ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยาสรวยสมุนไพรจากโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากการวิเคราะห์การทดสอบเชิงพหุ

แล ะ Independent –Samples T Test พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อ อิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยาสรวยสมุนไพร จะมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ ด้านความต้องการ และ พฤติกรรมหลังการซื้อ ทำให้ปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจซื้ออิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยาสรวยสมุนไพร

และไม่มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กับปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศ สามารถสรุปผลการทดสอบสมมุติฐานการวิจัยได้ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงผลสรุปการทดสอบสมมุติฐานการวิจัย  
อภิรายผล

1. จากผลการศึกษาข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพ นักเรียน/นักศึกษาซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เอกพลด รุ่งโรจน์กิจกุล (2557) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการใช้งานแอพพลิเคชันไลน์ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร” จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพ นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา

2. จากผลการศึกษาการวิเคราะห์ระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านกระบวนการ

การตัดสินใจซื้อ	ผลิตภัณฑ์	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)
การตัดสินใจซื้อ	Equal variances assumed	3.245	0.72	1.670	397	0.096
ผลิตภัณฑ์	Equal variances not assumed			1.619	90.190	0.107



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

### ตัดสินใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

ผลิตภัณฑ์ยาสารพัฒน์สมุนไพรของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ปัจจัยด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมากที่สุด ( $Mean = 3.75$  และ  $S.D = 0.57$ ) รองลงมาคือด้านการประเมินทางเลือก ( $Mean = 3.67$  และ  $S.D = 0.51$ ) ด้านความต้องการ ( $Mean = 3.66$  และ  $S.D = 0.45$ ) ด้านการแสวงหาข่าวสาร ( $Mean = 3.47$  และ  $S.D = 0.54$ ) และน้อยที่สุดคือด้านการตัดสินใจซื้อ ( $Mean = 3.45$  และ  $S.D = 0.54$ ) ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับด้านพฤติกรรมหลังการซื้อมากที่สุด เนื่องจากผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยดูจากผลการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ว่าพึงพอใจและจะกลับมาซื้อผลิตภัณฑ์อีกรังหรือไม่ ผลที่ออกมานี้สามารถบอกได้ว่าผลจากการทดลองใช้มีส่วนสำคัญที่ส่งผลให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

3. จากผลการศึกษาการวิเคราะห์ระดับอิทธิพลของปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยาสารพัฒน์สมุนไพรของ พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมีเพียง 2 ด้านคือ ด้านความต้องการ และด้านพฤติกรรมหลัง

การซื้อ ซึ่งการตัดสินใจของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์นั้นๆไม่ว่าจะเป็นความต้องการของตนเองหรือคำแนะนำจากคนใกล้ชิด เมื่อทดลองใช้แล้วเกิดความพึงพอใจจะซื้อผลิตภัณฑ์อีกรัง และปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อที่ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ คือ ด้านการแสดงข่าวสาร การประเมินทางเลือก หรือการตัดสินใจซื้อ อาจเป็นเพราะผู้คนในปัจจุบันยังไม่ค่อยรู้จักผลิตภัณฑ์ในโครงการนี้ قبالหนึ่งผลิตภัณฑ์มากนัก และเคยชินกับผลิตภัณฑ์เดิมๆที่เคยใช้อยู่

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยาสารพัฒน์สมุนไพร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับภาพรวมของปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อในระดับมาก ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ของโครงการนี้قبالหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค มีรูปลักษณ์ที่สร้างสรรค์ ราคาเหมาะสม กระจายข่าวสารอย่างทั่วถึง มีช่องทางจัดจำหน่ายและชำระเงินที่หลากหลาย และการส่งเสริมการตลาดช่วยให้ผลิตภัณฑ์ยาสารพัฒน์สมุนไพรจากโครงการนี้قبالหนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักและเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น



ก่อนจะเริ่มต้นเดินทางศึกษาดูงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relating to Society

## ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การทำวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์ยาสระพรมสมุนไพรจากโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในอำเภอชะอ้อ จังหวัดเพชรบูรี เท่านั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปปัจจุบันขยายขอบเขตการศึกษาในจังหวัดอื่นๆตามภูมิภาคต่างๆของประเทศไทย
  2. การทำวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ยาสระพรมสมุนไพร ควรจะมีการศึกษาด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเพิ่มเติมเพื่อให้สามารถนำไปปรับปรุงและพัฒนาการส่งเสริมการตลาดให้ตรงต่อกลุ่มเป้าหมาย
  3. การทำวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ การวิจัยครั้งต่อไปควรทำการวิจัยเชิงคุณภาพควบคู่ไปด้วย เพื่อให้เข้าใจถึงระดับความต้องการในด้านผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ.(2539).ภูมิปัญญา  
ชาวบ้านหรือภูมิปัญญาท้องถิ่น.  
ค้นเมื่อ 6 พฤษภาคม 2559, จาก  
<http://www.ipesp.ac.th/learning/t>  
haistory/content1.html

กัลยา วนิชย์บุณชา.(2545).การใช้ SPSS

for windows ในภาษาไทย  
ข้อมูล.กรุงเทพฯ.ภาควิชาสถิติ  
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี  
จพalgo.comมหาวิทยาลัย.

ไทยต่ำบลดอทคอม.(2555).สินค้าอุป

จังหวัดเพชรบุรี.คันหาเมื่อ 6

พฤษภาคม 2559, จาก

<http://www.thaitambon.com/pro>

นิติวงศ์.(2537).การวางแผนเชิงกล  
ยทัช พิมพ์ครั้งที่2 กรุงเทพ.

รัฐบัญลักษณ์ เมืองโคงคร. (2547). ป้าจัยที่มี  
อิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า  
จากโครงการหนึ่งทำบลอนหนึ่ง  
ผลิตภัณฑ์ จังหวัดสกลนคร :  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.  
ประสมพชัย พสุวนนท์. (2553). สถิติธุรกิจ  
พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ. สำนักพิม  
พ์อุป.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์.(2552). การบริหาร

การตลาด: ยศใหม่ กรุงเทพฯ

บริษัทวิสิทธิ์มนา จำกัด.

สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอ  
ชำนี.(2557).ข้อมูลโครงการหนึ่ง  
ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP).ค้น



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เมยแพร์ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

เมื่อ 15 มีนาคม 2559, จ. กาญจนบุรี

<http://chamni-cdd.blogspot.com/>

เอกสาร รุ่งโรจน์กิจกุล.(2557). พฤติกรรม

การใช้งานแอพพลิเคชันไลน์

ของผู้บริโภคใน กรุงเทพมหานคร.

งานวิจัย: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิ

โรฒ

Keller, K.L.(1998). Strategic brand

management. New Jersey:

Prentice Hall.

Kotler,P.(1984).Marketing Management:

Analysis, Planning and Control

(5th ed.). New Jersey: Prentice-

Hall