

ชื่อเรื่องการค้นคว้าอิสระ	การตัดสินใจของลูกค้าในการซื้อสินค้าสมุนไพรเพื่อรักษาสุขภาพด้วยตนเองผ่านแพลตฟอร์มช้อปปิ้งออนไลน์
ชื่อผู้เขียน	หฤทธิ ทรัพย์ชนังกุล
หลักสูตร	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บริหารธุรกิจ)
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เดชนันต์ บังกิโล

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การตัดสินใจของลูกค้าในการซื้อสินค้าสมุนไพรเพื่อรักษาสุขภาพด้วยตนเองผ่านแพลตฟอร์มช้อปปิ้งออนไลน์ วัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าสมุนไพรเพื่อรักษาสุขภาพด้วยตนเองผ่านแพลตฟอร์มช้อปปิ้งออนไลน์ (2) เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าสมุนไพรเพื่อรักษาสุขภาพด้วยตนเองผ่านแพลตฟอร์มช้อปปิ้งออนไลน์ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีการวิจัยในเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคสินค้าสมุนไพรผ่านแพลตฟอร์มช้อปปิ้งออนไลน์ จำนวน 400 ตัวอย่าง แล้วนำมาวิเคราะห์ด้วยสถิติ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี การศึกษาปริญญาตรี รายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท/เดือน และอาชีพนักเรียน/นักศึกษา พฤติกรรมการใช้และการซื้อสินค้าสมุนไพรผ่านแพลตฟอร์มช้อปปิ้งออนไลน์ ส่วนใหญ่ซื้อสินค้าสมุนไพรทาง Kaidee.com ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อรักษาสุขภาพ 1-2 ครั้งต่อเดือน ความถี่ในการซื้อสินค้าสมุนไพรจากช่องทางออนไลน์ 1-3 ครั้งต่อเดือน การเลือกใช้สมุนไพรเพื่อรักษาสุขภาพด้วยตนเอง อยากให้สุขภาพร่างกายแข็งแรง เมื่อมีการเจ็บป่วยไปพบแพทย์/สถานบริการสาธารณสุข รูปแบบในการใช้สมุนไพร แคปซูล และเหตุผลที่ไม่พบแพทย์เพื่อปรึกษาเกี่ยวกับการรักษาและใช้ยาแผนปัจจุบันจากแพทย์แผนปัจจุบันค่าใช้จ่ายสูง

จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อรักษาสุขภาพ และการปฏิบัติเมื่อมีการเจ็บป่วย มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อสินค้าสมุนไพรเพื่อรักษาสุขภาพด้วยตนเองผ่านแพลตฟอร์มช้อปปิ้งออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นอกจากนี้ ทักษะคิด ด้านความรู้ และทัศนคติด้านพฤติกรรมของผู้บริโภคมีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อสินค้าสมุนไพร เพื่อรักษาสุขภาพด้วยตนเองผ่านแพลตฟอร์มช้อปปิ้งออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ: การตัดสินใจซื้อ, สินค้าสมุนไพร, ช้อปปิ้งออนไลน์, พฤติกรรมผู้บริโภค



Independent Study Title	Consumer Decision-Making in Purchasing Herbal Products for Self-Care Through Online Shopping Platforms
Author	Harit Sapchanangkun
Degree	Master of Business Administration (Business Administration)
Advisor	Asst. Prof. Dej-anan Bungkilo, Ph. D.

ABSTRACT

This research aims to (1) study consumer behavior that affects customers' decisions to purchase herbal products to maintain their health through online shopping platforms, and (2) study consumer attitudes that affect customers' decisions to purchase herbal products to maintain their health through online shopping platforms. This is a quantitative research study using a survey research method. A questionnaire was used as the data collection tool, gathering responses from 400 consumers of herbal products through online shopping platforms. The collected data was analyzed using statistics, including frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis.

The results found that most respondents were female, aged 25 years or younger, with a bachelor's degree, a monthly income of 10,000 baht or less, and were students. Regarding the behavior of using and purchasing herbal products through online shopping platforms, most respondents purchased herbal products on Kaidee.com. The frequency of purchasing herbal products to maintain health was 1-2 times per month, with 1-3 purchases per month from online channels. Respondents chose herbal products to maintain their health primarily because they wanted their

bodies to be healthy. When sick, they visited doctors or public health service centers. They preferred using herbs in capsule form and cited high costs of modern medicine as a reason for not consulting doctors or using modern medicine.

According to the hypotheses testing results indicated that the frequency of purchasing herbal products to maintain health and actions taken when sick significantly affected the decision to purchase herbal products to maintain health through online shopping platforms at the 0.01 level. Knowledge and behavioral attitude of consumers significantly affected the decision to purchase herbal products to maintain health through online shopping platforms at the 0.01 level.

Keywords: Purchasing Decision-Making, Herbal Products, Online Shopping, Consumer Behavior

