

สารนิพนธ์

เรื่อง

แผนธุรกิจผลิตภัณฑ์ยาคุมจากสมุนไพร ภายใต้แบรนด์ ดีดี (DEE DEE)

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 5 เมษายน พ.ศ. 2567



Handwritten signature

นางสาวกมลพรรณ พรหมทนา
ผู้วิจัย

Handwritten signature

ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์,
Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

S
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุเทพ นิมสาย,
Ph.D.
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

Volunia Rachnam

รองศาสตราจารย์วิจิตา รักรธรรม,
Ph.D.
คณบดีวิทยาลัยการจัดการ
มหาวิทยาลัยมหิดล

Handwritten signature

สหรัตน์ อารีราษฎร์,
Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

แผนธุรกิจผลิตภัณฑ์ยาอมจากสมุนไพร ภายใต้แบรนด์ ดีดี (DEE DEE)

BUSINESS PLAN FOR DEE DEE BRAND

กมลพรรณ พรมทนา 6550212

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุเทพ นิ่มสาย, Ph.D.,
ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัลลภา ปิติสันต์, Ph.D., สหรัตน์ อารีราษฎร์, Ph.D.

บทคัดย่อ

Ac Nielsen ได้สำรวจการตลาด "ยาอม" ของประเทศไทยมีการใช้ยาอมอย่างน้อย 2 หลอด ถ้าคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ในการใช้ 10% ซึ่งถ้าดูที่ตัวเลข Penetration Rate แล้ว พบว่า โอกาสที่ตลาดจะเติบโตมากกว่านี้มีไม่น้อย และต้องมีการทำการตลาดขยายมากยิ่งขึ้น โดยการทำการตลาดกับกลุ่มลูกค้าที่เป็นคนรุ่นใหม่ๆ เพิ่มขึ้น

ยาอม" นับเป็นยาสามัญประจำบ้าน ตามประกาศของกระทรวงสาธารณสุข และมีประวัติความเป็นมาจนถึง 6,000 ปี โดยเป็นที่รู้จักของคนไทยอย่างแพร่หลายมาตั้งแต่รัชกาลที่ 2 ตลอดมาจนถึงปัจจุบัน คนไทยอยู่คู่กับยาอมมาตั้งแต่มีการใช้สมุนไพรเป็นยารักษาโรคต่างๆ แต่ไม่มีหลักฐานทางประวัติศาสตร์ไทยแน่ชัดว่าเราเริ่มใช้ยาอมกันเมื่อไหร่ หากนับตามยี่ห้อยาอมเก่าแก่ในประเทศไทย อย่างยี่ห้อ โป๊ยเซียนก็เกิดขึ้นตั้งแต่เมื่อปี 2479 และแพร่หลายตั้งแต่นั้นมา

การวิจัยนี้จึงได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาดและปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ยาอมของผู้บริโภค เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สนใจในธุรกิจหรือผู้ประกอบการนำข้อมูลไปศึกษาวางแผนธุรกิจผลิตภัณฑ์ยาอมจากสมุนไพรไทย ภายใต้แบรนด์ ดีดี ต่อไป

คำสำคัญ : แผนธุรกิจ/ พัฒนาการธุรกิจ/ ผลิตภัณฑ์สมุนไพร/ ยาอมสมุนไพร