

## คำนำ

การแบ่งส่วนตลาด เป็นจุดเริ่มต้นของการทำการตลาด นักการตลาดไม่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคโดยตลาดรวมได้ เนื่องจากผู้บริโภคมีลักษณะด้านประชากรศาสตร์ จิตวิทยา และพฤติกรรมศาสตร์ที่แตกต่างกัน นักการตลาดจึงต้องจัดกลุ่มผู้บริโภค เพื่อให้ง่ายต่อการใช้เครื่องมือทางการตลาด ในการทำกิจกรรมกับผู้บริโภค ซึ่งได้แก่ การจัดส่วนประสมทางการตลาดให้เหมาะกับตลาดเป้าหมายที่เลือก จากส่วนของตลาดที่มีขนาดและคุณภาพดี เหมาะกับธุรกิจของเราที่จะเข้าไปทำธุรกิจด้วย

รายงานวิจัยฉบับนี้จึงเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ทั้งระดับธุรกิจขนาดย่อม ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ ตลอดจนนักการตลาดอื่น ๆ ที่สนใจศึกษาวิธีการแบ่งส่วนตลาด และแนวคิดในการเลือกตลาดเป้าหมาย

ศศิวิมล สุขบท

~~ผู้วิจัย~~

22 ธันวาคม 2549