



การตัดสินใจซื้อยาในร้านขายยา ในอำเภอเมืองสมุทรปราการ
จังหวัดสมุทรปราการ

**THE DECISION BUYING ON MEDICINE IN PHARMACY
IN SAMUTPRAKRAN**

โดย นลัฐพร กาญจนมหกุล บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ปีการศึกษา 2562

By NALATTAPHORN KANJANAMAHAKUL MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION 2019

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา การตัดสินใจซื้อยาในร้านขายยา ในอำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาการวิจัยครั้งนี้คือ ลูกค้านำมาซื้อยาในร้านขายยา ในอำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือข้อมูลความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย Independent sample t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ลูกค้านำมาซื้อยาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 26-35 ปี การศึกษาปริญญาตรีเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป

พฤติกรรมการซื้อยาในร้านขายยาแผนปัจจุบัน มากที่สุดคือ ร้านขายยาย่านชุมชน ช่วงเวลา 16.01-20.00 น. วันจันทร์-ศุกร์ ซื้อยาเป็นส่วนใหญ่ ความถี่ 1-2 ครั้ง/เดือน ให้ความสำคัญยารักษาโรค ตามด้วยวิตามิน/อาหารเสริม 201-400 บาทคือค่าเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อยา มีระดับความคิดเห็น กับการตัดสินใจซื้อยาในร้านขายยา

คำสำคัญ : ร้านขายยา , ยา , เกสัชกร

ABSTRACT

This Research aims to study the decision buying on medicine in pharmacy in SAMUTPRAKARN. Demographic factors such as gender , age , education , career and monthly income were also considered. The 7P's marketing mix such as product , price , place , promotion , people , process and physical was taken into account. The questionnaires of 400 samples have been conducted. The statistics used for data analysis consisted of Frequency , Percentage , Mean , Standard Deviation , Independent samples t-test , One-way ANOVA.

Results were that demographic factors such as Female, age 26-35 years old , education = Bachelor Degrees , career = Company employee and monthly income 20,001 baht.

Behavior buying medicine in pharmacy. The most pharmacy in neighborhood. The most common to visit pharmacy was around 4.01 pm.-8.00 pm. Most of every Monday to Friday, 1-2 time per month , For medication and vitamin/supplement 201-400 baht/time. The decision buying medicine in pharmacy.

Keywords : Pharmacy , Medicine , Pharmacist

บทนำ

ธุรกิจร้านขายยาถือกำเนิดขึ้นเพื่อตอบ โจทย์ที่ว่า “ยาคือปัจจัยสำคัญ 1 ใน 4 ของมนุษย์ เพราะเมื่อใดที่มีการเจ็บป่วยเล็กน้อยๆ คนทั่วไปย่อมวิ่งไปที่ร้านขายยาก่อนเป็นอันดับแรก เราจึงเห็นร้านขายยาเกิดขึ้นมากมายไม่ว่าจะเป็นร้านที่มีเจ้าของร้านเปิดเอง หรือร้านในระบบแฟรนไชส์ ยิ่งในแหล่งชุมชนใหญ่ ร้านขายยาก็ยิ่งมากขึ้นเป็นเงาตามตัวหลายครั้งที่เราเห็นในซอยเดียวกันที่มีคนพลุกพล่าน จะมีร้านขายยาตั้งอยู่หลายร้าน และแม้ว่าจะมีร้านขายยาอยู่ก่อนแล้ว คุณก็มีโอกาสเห็นร้านขายยาเกิดขึ้นใหม่อยู่เรื่อยๆ นั่นแสดงให้เห็นว่า ร้านขายยายังเป็นธุรกิจที่อยู่ได้ และมีแนวโน้มที่ยังไปต่อได้ในอนาคต

เมื่อพิจารณาจากรายงานการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการใช้รักษาตัวเองและการใช้ยาในชุมชนของคนไทยพบว่า งานวิจัยที่ผ่านมาให้ข้อสรุปสำคัญ 2 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้รักษาตนเองของคนไทย คือ

ประการแรก การใช้รักษาตนเองเป็นพฤติกรรมที่พบบ่อยที่สุดในบรรดาพฤติกรรมจกการกับความเจ็บป่วย

ประการที่สอง การใช้รักษาตนเองมีแนวโน้มลดลงเมื่อประชาชนมีฐานะดีขึ้น กล่าวคือ คนไทยมักซื้อยากินเองเมื่อยามเจ็บไข้ได้ป่วย โดยเฉพาะในกลุ่มคนจนและกลุ่มลูกจ้างเกษตรกร ลูกจ้างคนงานทั่วไป ผู้ที่อยู่นอกเขตเทศบาล ในขณะที่ คนรวยมีแนวโน้มใช้จ่ายกับการรักษาในสถานบริการภาคเอกชนมากกว่า และแนวโน้มดังกล่าวยังผันแปรตามรายได้และภาวะเศรษฐกิจและสังคมในช่วงนั้นๆ อีกด้วย

สำหรับโรคที่รักษาและการเลือกใช้ยาของคนไทย พบว่าแม้ว่าอาการป่วยที่ทำให้ชาวบ้านซื้อยามกินเองจะครอบคลุมอย่างกว้างขวาง และยาที่ชาวบ้านสามารถหาซื้อได้ด้วยตนเองจะมีให้เลือกสารพัดชนิด แต่รายงานการวิจัยส่วนใหญ่ให้ข้อสรุปเหมือนกัน

ว่า โรคหรืออาการป่วยสำคัญๆที่เป็นสาเหตุให้ประชาชนซื้อยามกินเองมากที่สุด คือ อาการเจ็บป่วยเล็กน้อยๆ อันได้แก่ อาการปวดศีรษะ เป็นไข้ ไข้ไอหวัด ปวดท้อง อาการของโรคกระเพาะอาหารอักเสบ และอาการปวดเมื่อยตามร่างกาย ซึ่งเป็นอาการสอดคล้องกับชนิดของยาที่พบว่าชาวบ้านนิยมซื้อเพื่อการรักษาตนเองคือ กลุ่ม กลุ่มยาแก้ปวดลดไข้ กลุ่มยาโรคทางเดินอาหารและยารักษาโรคเกี่ยวกับระบบทางเดินหายใจ

ข้อมูลดังกล่าวสอดคล้องกับรายการผลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ เมื่อปี 2533 ที่พบว่าส่วนใหญ่ที่ประชาชนซื้อเพื่อการรักษาตนเอง คือ ยาแก้ปวด ยาลดไข้ ยาแก้หวัด และยาแก้โรคกระเพาะ ในขณะที่ยาอันตราย เช่น ยาปฏิชีวนะ ยาแก้ท้องเสีย หรือยาสเตียรอยด์นั้นมีการใช้ในสัดส่วนที่น้อยกว่ามาก

จังหวัดสมุทรปราการมีประชากรเป็นอันดับ 2 ของภาคกลาง รองจากกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ด้วยเหตุที่เป็นจังหวัดรองรับการขยายตัวจากกรุงเทพมหานคร ทั้งในด้านการผลิต คือ อุตสาหกรรม และการกระจายตัวของประชากร ทำให้จังหวัดมีประชากรย้ายถิ่นจากที่อื่นมาอาศัยอยู่ในพื้นที่เป็นจำนวนมาก ซึ่งมีทั้งประชากรที่เคลื่อนย้ายเข้ามาโดยเจ้ยย้ายที่อยู่อย่างถูกต้อง และไม่ย้ายทะเบียนราษฎรเข้ามา ทำให้จำนวนประชากรที่มีอยู่จริงสูงกว่าประชากรในทะเบียนราษฎร

อัตราการเพิ่มของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลช่วงปี พ.ศ.2547-2557

โดยกลุ่มงานวิจัย 2 กองนโยบายและแผนงาน สำนักผังเมืองกรุงเทพมหานคร

เมื่อพิจารณาจำนวนย้ายถิ่นเข้าของประชากรปริมณฑลรายจังหวัด พบว่า จังหวัดสมุทรปราการมีประชากรย้ายถิ่นเข้า 86,973 คน คิดเป็นร้อยละย้ายเข้า 68.94 ต่อประชากร 1,000 คน ส่วนใหญ่ย้ายเข้ามาอาศัยอยู่ในเทศบาลตำบล แพรกษา เทศบาลเมืองปากน้ำสมุทรปราการ อำเภอบางพลี

ดังนั้นผู้วิจัยเป็นเก้สขกร และมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมและระดับความคิดเห็นของประชาชน หรือของผู้บริโภค ที่มีแนวโน้มในการซื้อยาจากร้านขายยาในอำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการกิจการร้านขายยาหรือของผู้ที่สนใจประกอบกิจการเปิดร้านขายยา สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า และได้ทราบถึงแนวโน้มการซื้อยาจากร้านขายยา ซึ่งจะทราบถึงความเป็นไปของธุรกิจร้านขายยา อีกทั้งเพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่มาซื้อยาที่ร้านขายยา
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มาซื้อยาที่ร้านขายยา

3. เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อขายจากร้านขายยา ในอำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ

4. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจซื้อขายจากร้านขายยา ในอำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ

5. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมกับการตัดสินใจซื้อขายจากร้านขายยา ในอำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ

สมมุติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางด้านปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคเข้ามาซื้อขายจากร้านขายยา ในอำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ

2. ระดับความคิดของผู้บริโภคที่มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาด ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคเข้ามาซื้อยาในร้านขายยา ในอำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยส่วนบุคคล ในอำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ และนำข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลต่างๆที่ศึกษาแล้วไปปรับใช้กับการให้บริการในธุรกิจร้านขายยา

2. เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการซื้อขายในร้านขายยาแผนปัจจุบัน ในอำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ และนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์เพื่อให้ทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มตัวอย่างหรือที่เรียกว่าลูกค้า

3. เพื่อให้ทราบถึงระดับความคิดเห็น กับการตัดสินใจซื้อขายในร้านขายยา ในอำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ ถึงกลุ่มตัวอย่างหรือที่เรียกว่าลูกค้า มี

ระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด หรือ 7P's นำผลที่ได้ไปพัฒนาและวางแผนกลยุทธ์ในการสร้างความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้นและนำไปสู่การรักษาลูกค้าไว้ในระยะยาวต่อไป

ทฤษฎีและแนวคิด

คุณภาพบริการเภสัชกรรมในร้านยา

กระบวนการคุณภาพ(Quality Process)

แนวคิดที่ว่า “คุณภาพคือการตอบสนองความต้องการของลูกค้า” หรือ “คุณภาพคือการทำ สิ่งที่ควรทำ อย่างถูกต้องตั้งแต่เริ่มแรก (Do Right Things Right from the Time) นับเป็นแนวคิดที่รับรู้กันทั่วไป โจเซฟ จูแรน (Joseph Juran) ประมาจารย์ด้านการบริหารงานคุณภาพ ผู้เสนอแนวคิดระบบการจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (Total

Quality management - TQM) อธิการบดีแห่งสถาบันเทคโนโลยีแห่งแมสซาชูเซตส์ (MIT) ได้เสนอไว้ว่า คุณภาพคือความเหมาะสมพอดีในการใช้และเป็นส่วนขยายในความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ (สินค้าคือบริการ) ในการตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ และเป้าหมายของการใช้งานตลอดระยะเวลาที่ใช้สินค้าหรือบริการนั้น คุณภาพจึงเป็นการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังของลูกค้าในผลิตภัณฑ์ หรือบริการกับการรับรู้ที่แท้จริงที่มี โดยหากกลุ่มลูกค้าหรือผู้รับบริการเห็นว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการเหล่านั้นเป็นสิ่งที่ดีที่สุดในสิ่งที่คาดหวัง ก็ถือได้ว่า ผลิตภัณฑ์หรือบริการดังกล่าวมีคุณภาพนั่นเองคุณภาพการให้บริการในระบบบริการสุขภาพจะต้องผสมผสานกับ เรื่องของมาตรฐานวิชาชีพเข้าไปด้วย เพื่อการพัฒนาการบริการทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่องและเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคด้วย

“ร้านยาคุณภาพ”

กระบวนการรับรองคุณภาพร้านยา (Pharmacy Accreditation) โดยสำนักงานรับรองคุณภาพร้านยา สภาเภสัชกรรม เป็นเสมือนกระบวนการส่งตรวจเพื่อการตรวจสอบและปรับปรุงตนเองของร้านยา ที่มีเภสัชกรปฏิบัติหน้าที่ตลอดเวลาที่ให้บริการ โดยอาศัยมาตรฐานร้านยา สภาเภสัชกรรมเป็นแนวทาง และมุมมองของเพื่อนจากภายนอก (external peer) เป็นเครื่องช่วยกระตุ้น โดยมีการรับรองเป็น “ร้านยาคุณภาพ” เป็นแรงจูงใจ

ทฤษฎีและแนวคิด

Philip Kotler ได้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งจะได้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ซึ่งประกอบด้วย

1 **ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)** เป็นสิ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

2 **ด้านราคา (Price)** หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปแบบตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของการบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

3 **ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)** เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อม ในการนำเสนอ บริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่น่าเสนอ ซึ่งต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

4 **ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)** เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญ ในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูง ให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

5 **ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee)** ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การ

ฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่แตกต่างเหนือคู่แข่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ให้บริการต่างๆขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถมีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ให้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6 ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and

Presentation) ในการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อน โขน และการให้บริการที่รวดเร็วหรือผลประโยชน์อื่นๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

7 ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ให้บริการ เพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ให้บริการเกิดความประทับใจ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สมประสงค์ แดงพลอย (2553 : บทคัดย่อ) ในการวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านลักษณะบุคคลและปัจจัยส่วนประสมของร้านขายยาที่มีผลต่อพฤติกรรมซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่ซื้อยาจากร้านขายยาในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 400 คน ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยทำแบบสอบถามสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

ได้แก่ สถิติไค - สแควร์

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีสัญชาติไทย เพศหญิง อายุระหว่าง 26-35 ปี ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ประกอบอาชีพพนักงานโรงงานอุตสาหกรรม และมีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความเห็นต่อปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของร้านขายยาในด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ในด้านพฤติกรรมการซื้อพบว่าผู้มีอิทธิพลมากที่สุดได้แก่ ตนเอง โดยมีการซื้ออยู่ในช่วงเวลา 18.01-22.00 น. เวลาโดยเฉลี่ยที่ซื้อน้อยกว่า 10 นาที กลุ่มยาที่ซื้อมากที่สุดได้แก่ ยารักษาโรค ประเภทยาแก้ปวดลดไข้ และมีพฤติกรรมการซื้อซ้ำ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า

1.อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอ พระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ในด้านส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อยาในแต่ละครั้งของมากที่สุด ช่วงเวลาที่ซื้อยาจากร้านขายยาบ่อยที่สุด เวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยาในแต่ละครั้ง สินค้าที่ซื้อจากร้านจากร้านขายยามากที่สุด กลุ่มประเภทยาที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด แนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาของจากร้านขายยา

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ในด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอ พระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อยาในแต่ละครั้งของมากที่สุด ช่วงเวลาซื้อยาจากร้านขายยาบ่อยที่สุด เวลาโดยเฉลี่ยในการซื้อยาจากร้านขายยาในแต่ละครั้ง สินค้าที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด กลุ่มประเภทยาที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด แนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยา

3. บุคลากรมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอ พระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อยาในแต่ละครั้งของมากที่สุด ช่วงเวลาซื้อยาจากร้านขายยาบ่อยที่สุด เวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาในแต่ละครั้ง สินค้าที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด กลุ่มประเภทยาที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด แนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยา

วาริ สุทักษิณา (2558 : บทคัดย่อ) การวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาในร้านขายยาแผนปัจจุบันในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาในร้านขายยาแผนปัจจุบันในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการมาศึกษาถึงความแตกต่างของลักษณะทางประชากรและผลต่อการตัดสินใจซื้อยารวมถึงแนวโน้มความต้องการในอนาคตของผู้บริโภคของผู้บริโภคที่มีต่อร้านขายยาแผนปัจจุบันในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อทราบความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคสามารถนำไปปรับปรุงธุรกิจร้านขายยาให้เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขันและเกิดประโยชน์กับผู้บริโภค โดยงานวิจัยนี้เก็บข้อมูลเชิงปริมาณ แบบปฐมภูมิ จากการสอบถามแบบออนไลน์ช่วงเดือนกุมภาพันธ์ถึงมีนาคม 2559 จากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นบุคคลที่เคยซื้อยาในร้านขายยาแผนปัจจุบันในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 420 คน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยลักษณะทางกายภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อยาในร้านขายยาแผนปัจจุบันในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สำหรับการศึกษาด้านความแตกต่างของลักษณะประชากรพบว่า ลักษณะของประชากรที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจ

ซื้อยาในร้านขายยาแผนปัจจุบันในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้การสำรวจเรื่องความต้องการในอนาคตที่มีต่อร้านขายยาแผนปัจจุบันในเขตกรุงเทพ

มหานครพบว่าต้องการให้ร้านขายยามีการเก็บบันทึกประวัติการรักษาและการแพ้ยาไว้ รวมถึงบริการตอบปัญหาผ่านช่องทางสื่อสังคม หรือ Social media ต่างๆ และติดตามการรักษาภายหลังการจ่ายยาอีกด้วย

พรศักดิ์ มธุรส (2557 : บทคัดย่อ) การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบัน เปรียบเทียบคุณลักษณะส่วนบุคคลกับทัศนคติของผู้บริโภคต่อร้านขายยาแผนปัจจุบัน และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของผู้บริโภคกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบันในอำเภอเมืองจังหวัดพังงา โดยศึกษาในกลุ่มคนวัยทำงานอายุ 15-59 ปี จำนวน 400 คน วิธีเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ตั้งแต่วันที่ 1-31 มีนาคม 2556 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน Student is t-test One-way ANOVA และ Chi-

Square ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบันมีความถี่เดือนละครั้งและน้อยกว่าร้อยละ 70.7 ช่วงเวลาที่ใช้บริการบ่อยที่สุดคือ 18.01-24.00น. ร้อยละ 52.7 การใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบันร้านเดิมเป็นบางครั้ง ร้อยละ 38.5 ผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบัน ส่วนใหญ่จะซื้อยาร้อยละ 56.89 รองลงมาคือปรึกษาเรื่องการซื้อ ร้อยละ 18.85 วิธีการซื้อจะบอกอาการให้เภสัชกรจ่ายยา ร้อยละ 69.3 ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านขายยา เป็นยารักษาโรค ร้อยละ 88.3 กลุ่มยาประเภทที่ซื้อจากร้านขายยาแผนปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นประเภทยาแก้ปวดลดไข้ ร้อยละ 77.0 รองลงมาคือ ยารักษาโรคผิวหนัง ร้อยละ 4.8 ยารักษาโรคเกี่ยวกับทางเดินหายใจ ร้อยละ 4.2 ยารักษาโรคเกี่ยวกับทางเดินอาหาร ร้อยละ 4.0 ตามลำดับ ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อร้านขายยาแผนปัจจุบันภาพรวมในระดับ 5 จากคะแนนเต็ม 5 เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่าระดับทัศนคติ อันดับ 1 คือ ทัศนคติด้านบุคคล อันดับ 2 คือด้านสถานที่ อันดับ 3 คือ สิ่งอำนวยความสะดวก อันดับ 4 คือ ราคา และอันดับ 5 คือ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยค่าเฉลี่ย 4.74, 4.57, 4.43, 4.32 และ 4.13 ตามลำดับ เปรียบเทียบทัศนคติ กับคุณลักษณะส่วนบุคคล เพศต่างกันมีทัศนคติของผู้บริโภคต่อร้านขายยาแผนปัจจุบันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($t=2.489, p=0.013$) การใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบันแห่งเดิมของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์ระดับทัศนคติที่มีต่อร้านขายยาแผนปัจจุบันอย่างมีนัยสำคัญ ($X^2=9.672, df=2, p=.008$) ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านขายยามีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อร้านขายยาแผนปัจจุบันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($X^2=11.885, df=2, p=.003$) ส่วนความถี่ ช่วงเวลา วิธีการซื้อยาไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อร้านขายยาแผนปัจจุบัน

สมมุติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางด้านปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคเข้ามาซื้อยาจากร้านขายยา ในอำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ

2. ระดับความคิดของผู้บริโภคที่มีผลต่อส่วนประสมทางการตลาด ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคเข้ามาซื้อยาในร้านขายยา ในอำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาทั้งสิ้น จำนวน 400 คน ได้ดังนี้

1. เพศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง 290 คน คิดเป็นร้อยละ 72.50 และเพศชาย จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50

2. อายุ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00

รองลงมาคือ มีอายุระหว่าง 36-45 ปี จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 อายุระหว่าง 16-25 ปี และ อายุ 46 ปี ขึ้นไป จำนวน 60 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 15.00

3.ระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาคือ ระดับการศึกษา มัธยมศึกษา/ปวช. จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 ระดับการศึกษา อนุปริญญา/ปวส. จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 และ ระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50

4.อาชีพ กลุ่มอาชีพส่วนใหญ่มีอาชีพ พนักงานเอกชน จำนวน 280 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 มีอาชีพ นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา และอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ เท่ากัน จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00

5.อาชีพรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ 20,001 บาทขึ้นไป จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือ รายได้ 10,001-15,000 บาท จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 มีรายได้ 5,001-10,000 บาท จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 ส่วนรายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00

ส่วนที่ 2 ด้านพฤติกรรมกรรมการซื้อขายในร้านขายยาแผนปัจจุบัน กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาทั้งสิ้น 400 คน ดังนี้

1.ท่านนิยมเข้าร้านขายยาแผนปัจจุบันใดมากที่สุด เป็นร้านขายยา ย่านชุมชน 280 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมาคือ ร้านขายยา วัดสัน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ส่วนร้านขายยาบู๊ทส์และร้านขายยาคงยาราคาถูกต่างๆ 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00

2.ช่วงเวลาที่ท่านซื้อยาจากร้านขายยาแผนปัจจุบันเป็นส่วนใหญ่ เวลา 16.00-20.00 น. 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมา เวลา 20.01-22.00 น. 90 คน คิดเป็นร้อยละ

22.50 ตามด้วยเวลา 12.01-16.00 น. 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 สุดท้าย เวลา 8.00-12.00 น. 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00

3.วันที่ท่านซื้อยาจากร้านขายยาแผนปัจจุบันเป็นส่วนใหญ่ วันจันทร์-ศุกร์ 280 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 และวันเสาร์-อาทิตย์ 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00

4.ความถี่ในการซื้อยาในร้านขายยาแผนปัจจุบัน มากที่สุด 1-2 ครั้ง/เดือน 320 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมา 3-4 ครั้ง/เดือน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ส่วนมากกว่า 5 ครั้ง/เดือน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00

5.ผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าประเภทใดที่ท่านให้ความสนใจ มากที่สุดคือ ยารักษาโรค 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 รองลงมา วิตามิน/อาหารเสริม 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ส่วนสมุนไพร 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 สุดท้าย อุปกรณ์การแพทย์ ไม่มีใครให้ความสนใจ

6.ค่าเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อยาจากร้านขายยาแผนปัจจุบัน มากที่สุด 100-200 บาท 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 รองลงมา 100 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามด้วย มากกว่า 601 บาทขึ้นไป 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 สุดท้าย 401-600 บาท 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูล พฤติกรรมการซื้อขายในร้านขายยาแผนปัจจุบัน

1. ท่านนิยมเข้าร้านขายยาแผนปัจจุบันใดมากที่สุด เป็นร้านขายยาย่านชุมชน 280 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 รองลงมาคือ ร้านขายยาวัดสัน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ส่วนร้านขายยาบู๊ทส์และร้านขายยาลังยาราคาถูกต่างๆ 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00
2. ช่วงเวลาที่ท่านซื้อยาจากร้านขายยาแผนปัจจุบันเป็นส่วนใหญ่ เวลา 16.00-20.00 น. 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมา เวลา 20.01-22.00 น. 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 ตามด้วยเวลา 12.01-16.00 น. 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 สุดท้าย เวลา 8.00-12.00 น. 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00
3. วันที่ท่านซื้อยาจากร้านขายยาแผนปัจจุบันเป็นส่วนใหญ่ วันจันทร์-ศุกร์ 280 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 และวันเสาร์-อาทิตย์ 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00
4. ความถี่ในการซื้อยาในร้านขายยาแผนปัจจุบัน มากที่สุด 1-2 ครั้ง/เดือน 320 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 รองลงมา 3-4 ครั้ง/เดือน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ส่วนมากกว่า 5 ครั้ง/เดือน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00
5. ผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าประเภทใดที่ท่านให้ความสนใจ มากที่สุดคือ ยารักษาโรค 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 รองลงมา วิตามิน/อาหารเสริม 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ส่วนสมุนไพร 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 สุดท้าย อุปกรณ์การแพทย์ ไม่มีใครให้ความสนใจ
6. ค่าเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อยาจากร้านขายยาแผนปัจจุบัน มากที่สุด 100-200 บาท 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 รองลงมา 100 บาท 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ตามด้วย มากกว่า 601 บาทขึ้นไป 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 สุดท้าย 401-600 บาท 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00

ส่วนที่ 3 ผลการวิจัยค่าสถิติพื้นฐาน เกี่ยวกับค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย
ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการตัดสินใจซื้อขายในร้านขายยา ของระดับความคิดเห็นจำแนกเป็น
รายด้าน

การตัดสินใจในร้านขายยา	\bar{X}	SD	ระดับ	ลำดับ
1.ด้านผลิตภัณฑ์	3.9417	0.84694	มาก	4
2.ด้านราคา	3.5250	0.95746	มาก	6
3.ด้านสถานที่	3.9417	0.84694	มาก	5
4.ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.8250	1.29867	ปานกลาง	7
5.ด้านบุคคล	4.0583	0.88639	มาก	3
6.ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.0623	0.64983	มาก	2
7.ด้านกระบวนการ	4.0667	0.71691	มาก	1

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจซื้อขายในร้านขายยา

สรุป ได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน จากผล
การศึกษา ค่าสถิติ t-test และค่าสถิติ Oneway ANOVA ซึ่งมีค่า Sig. มากกว่า 0.05 มีระดับนัยสำคัญ จึง
ยอมรับสมมติฐาน H0 แสดงว่าปัจจัยส่วนบุคคลนี้ มีระดับความคิดเห็น กับการตัดสินใจซื้อขายในร้านขาย
ยา ในอำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมกับการตัดสินใจซื้อขายในร้านขายยา

สรุป ได้ว่าพฤติกรรมการซื้อขายในร้านขายยาแผนปัจจุบัน ได้แก่ 1.ท่านนิยมเข้าร้านขายยาแผนปัจจุบันใด
มากที่สุด 2.ช่วงเวลาที่ท่านซื้อขายจากร้านขายยาแผนปัจจุบันส่วนใหญ่ 3.วันที่ท่านซื้อขายจากร้านขายยาแผนปัจจุบัน
เป็นส่วนใหญ่ 4.ความถี่ในการซื้อขายในร้านขายยาแผนปัจจุบัน 5.ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าประเภทใดที่ท่านให้ความ
สนใจ 6.ค่าเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อขายจากร้านขายยาแผนปัจจุบัน ที่ต่างกัน จากผลการศึกษา ค่าสถิติ Oneway
ANOVA ซึ่งมีค่า Sig. ทากกว่า 0.05 มีระดับนัยสำคัญ จึงยอมรับสมมติฐาน H0 แสดงว่า พฤติกรรมการซื้อขายใน
ร้านขายยาแผนปัจจุบัน ทั้ง 6 ข้อคำถามนี้ มีระดับความคิดเห็น กับการตัดสินใจซื้อขายในร้านขายยา ในอำเภอเมือง
สมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ ไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

จากวิจัยที่ศึกษา การตัดสินใจซื้อยาในร้านขายยา ในอำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-35 ปี เป็นผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งสอดคล้องกับ สมประสงค์ แดงพลอย (2553) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อยาจากร้าน

ขายยาของผู้บริโภค ในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุ 26-35 ปี และสอดคล้องกับ นางสาว วารี สุทักษิณา (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาในร้านขายยาแผนปัจจุบัน ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน

2. พฤติกรรมการซื้อยาในร้านขายยาแผนปัจจุบันของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า วันจันทร์ - วันศุกร์ เป็นวันที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจมากที่สุดในการไปซื้อยา 1-2 ครั้ง/เดือน ที่กลุ่มตัวอย่างมากที่สุด เป็นความถี่ในการซื้อยา ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าประเภท ยารักษาโรค ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ นางสาว วารี สุทักษิณา (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการตัดสินใจซื้อยาในร้านขายยาแผนปัจจุบัน ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อในร้านขายยาแผนปัจจุบัน มีความถี่ในการซื้อยา 1-2 ครั้งต่อเดือน วันที่ซื้อยาส่วนใหญ่คือ วันจันทร์-ศุกร์ วัตถุประสงค์ในการซื้อยาคือ ยารักษาโรค

3. การตัดสินใจซื้อยาในร้านขายยา มีระดับความคิดเห็น มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาในร้านขายยา ในอำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ มีการขายยาที่มีมาตรฐานและปลอดภัย ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจมากที่สุด รองลงมาคือ มีการขายยาหลากหลายยี่ห้อ สอดคล้องกับ นางสาว วารี สุทักษิณา (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยการตัดสินใจซื้อยา ในร้านขายยาแผนปัจจุบัน ในเขตกรุงเทพมหานคร ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อันได้แก่ การที่ร้านขายยา ได้มีการขายยาที่มีมาตรฐานและปลอดภัย และการขายยาหลากหลายยี่ห้อ จึงส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อยาในร้านขายยาแผนปัจจุบัน ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เนื่องจากยาเป็นสินค้าที่มีผลสุขภาพร่างกายของผู้ใช้ ปัจจัย

ด้านคุณภาพ มาตรฐาน และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้บริโภคคำนึงถึงก่อนตัดสินใจซื้อ

ปัจจัยด้านราคาขายยาในราคาที่เหมาะสม ตามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด ปัจจัยด้านสถานที่ ร้านขายยาไม่ไกลเดินทางสะดวก เป็นกลุ่มตัวอย่างที่เลือกมากที่สุด สอดคล้องกับ เกดจักร ดร.แสงสุข พิทยานุกุล และ ดร.ศิริ ชะระอำ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคไทย ซึ่งได้ค้นพบปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคไทย ด้านที่ตั้ง สำคัญมากที่สุดคือ ความสะดวกในการเดินทาง ด้านราคา หลักเกณฑ์ อันดับแรกคือ ราคาเหมาะสม

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง มากที่สุดคือ ร้านยาดู สะอาด สอดคล้องกับ อานนท์ ศรีพงษ์ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริ โภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัด สระแก้ว ด้านสถานที่ (Place) โดยรวมมีความสำคัญต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริ โภค มนอำเภอวัง สมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในระดับมาก และหากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีระดับความคิดเห็นมากทุกข้อ คือ สภาพแวดล้อมภายในร้านขายยามีความสะอาดตามหลักสุขอนามัย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

จากผลการศึกษา การตัดสินใจชื้อยาในร้านขายยา ในอำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ มี ข้อเสนอแนะดังนี้

1. จากการศึกษาข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นลูกค้าที่มาใช้บริการในร้านขายยา ส่วนใหญ่ เป็นผู้หญิง อายุระหว่าง 26-35 ปี เป็นผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อ เดือน 20,001 บาทขึ้นไป จากข้อมูลดังกล่าวเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สูง ก่อนข้างแน่นอนและมั่นคง มีกำลังชื้อ ซึ่ง ร้านขาย

ยาแผนปัจจุบันเป็นทั้งร้านขายยาและเป็นร้านสุขภาพและความงาม เมื่อลูกค้าส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง ต้องเพิ่ม ผลิตภัณฑ์บำรุงตั้งแต่เส้นผม บำรุงผิวหน้า และบำรุงผิวกาย ให้ผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายและเป็นมุมหรือบริ เวรที่คุณผู้หญิงทุกคนสะดวกในการเข้าไปเลือกสินค้า และมีมุมเครื่องสำอางที่คุณผู้หญิงสนใจเลือกชื้อ ทางร้านจะ ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าที่เป็นคุณผู้หญิงจะได้ทั้งสุขภาพและความงามกลับไปที่บ้าน

2. พฤติกรรมการชื้อยาในร้านขายยาแผนปัจจุบัน ร้านขายยาย่านชุมชนเป็นร้านขายยาที่กลุ่มลูกค้าเลือกใช้ บริการมากที่สุด เพราะเวลาเปิดเป็นเวลาที่สะดวก 16.01-20.00 น. สะดวกหลังเลิกงาน สามารถชื้อได้ทุกวัน จันทร์- ศุกร์ ไม่ต้องรอวันเสาร์-อาทิตย์ ผลิตภัณฑ์ ประเภทยารักษาโรค ตามด้วยวิตามิน/อาหารเสริม กลุ่มตัวอย่างหรือ ลูกค้าให้ความสนใจมาเป็นอันดับ1และอันดับ 2 และค่าเฉลี่ยต่อการชื้อ 201-400 บาท แสดงว่ากลุ่มลูกค้าให้ ความสำคัญกับสุขภาพมากและวิตามิน/อาหารเสริม ด้วยการที่ในชีวิตประจำวันที่รีบเร่ง รับประทานวิตามิน/ อาหารเสริมแล้วสุขภาพแข็งแรง เพื่อไม่เหนื่อยหรือเพลียจากการทำงานมีสุขภาพแข็งแรงตลอดเวลา ทางร้านขาย ต้องมีอาหารเสริมหลากหลายแบบ บำรุงตั้งแต่สมอง ท้วร่างกาย ไปจนถึงบำรุงข้อ-กระดูกและลดความดัน ได้ทั้ง สุขภาพผิวสวย มีทั้งบรรจุขนาดเล็กให้ลองชื้อไปรับประทานก่อน และอยากเห็นผลดีเพิ่มเติมและต้องรับประทาน ต่อเนื่องซึ่งไม่ใช่ยา ไม่สะสมวิตามิน/อาหารเสริมจากธรรมชาติ ทางร้านขายยาก็มีวิตามิน/อาหารเสริมกระปุกใหญ่ ให้กับลูกค้าได้เลือกสรรหลายขนาด

3. การตัดสินใจชื้อยาในร้านขายยา กลุ่มลูกค้าจะให้ระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) 7P's ทั้ง7ด้าน ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างหรือกลุ่มลูกค้ามีความต้องการที่อยากได้ยาที่มี มาตรฐานและปลอดภัย ตามด้วยมีการขายยาหลายยี่ห้อ ไม่บังคับให้ชื้อยี่ห้อเดียว ปัจจัยด้านราคาลูกค้า ต้องการให้ขายยา

ในราคาที่เหมาะสม และขายในราคาต่ำกว่าท้องตลาด ซึ่งร้านขายเดี่ยวของเราเองตั้งในร้านในย่านชุมชน เป็นร้านของตัวเองไม่เสียค่าเช่าสถานที่แพงๆเหมือนร้านยิวัดสัน หรือร้านขายยาบู๊ทส์ จึงสามารถลดราคาและขายในราคาต่ำกว่าท้องตลาดได้ ด้วยมาตรฐานและผลิตภัณฑ์ที่หือเดียวกัน มีปัจจัยด้านสถานที่ ซึ่งลูกค้าชอบร้านขายยาที่ไม่ไกลเดินทางสะดวก ลูกค้าสามารถเดินมาซื้อยาที่ร้านได้เลยไม่ต้องไป และมีที่จอดรถสำหรับลูกค้าเพื่อความสะดวกสบาย ปัจจัยการส่งเสริมการตลาด เช่นมีโปรโมชั่น ลดราคาผลิตภัณฑ์ต่างๆเพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าให้มาเข้าร้านและมาซื้อซ้ำเป็นลูกค้าประจำ ปัจจัยด้านบุคคล เกสัชกร มีมนุษยสัมพันธ์ดียิ้มแย้มแจ่มใสเป็นกัน มีความรู้ความสามารถ พร้อมให้คำปรึกษาด้านยาและปรึกษาด้านสุขภาพตลอดเวลา และเกสัชกรเป็นเจ้าของร้านขายยาเองและอยู่ประจำตลอดเวลาที่มีการเปิดร้าน ถือว่าเป็นจุดแข็งที่เหนือกว่าร้านยาคู่แข่ง ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ร้านขายยาต้องสะอาดตลอดเวลา วางสินค้าเป็นระเบียบหมวดหมู่ ลูกค้าสามารถหาง่าย มีป้ายบอกกลุ่มยาและผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน มีพื้นที่ให้ลูกค้าได้เลือกสินค้าเอง สินค้ามีความหลากหลาย ให้ลูกค้าประทับใจว่ามาร้านขายยาใกล้บ้านและมีทุกอย่างให้เลือกสรรครบทุกอย่างที่ต้องการ ปัจจัยด้านกระบวนการ ทางร้านขายยาทำประวัติลูกค้าที่มีประวัติแพ้ยา แพ้อาหารทะเล เกสัชกรออกบัตรแพ้ยาให้ และมีการใช้ยาประจำตัว เพื่อความปลอดภัยของลูกค้า มีบัตรสมาชิก เพื่อสะสมคะแนน ซื้อยาหรือผลิตภัณฑ์ต่างๆ ทุก 20 บาทได้ 1 แด้ม ครบ 100 แด้ม เป็นส่วนลด 10 บาท เมื่อซื้อของครั้งถัดไปภายในร้าน จะนำไปสู่การพัฒนาและวางแผนกลยุทธ์ ในการสร้างความพึงพอใจมากขึ้นและนำไปสู่การรักษาลูกค้ามั่นคงไว้ในระยะยาวต่อไป

บรรณานุกรม

- นิตยาพร เสมอใจ (2550 : 48) พฤติกรรมผู้บริโภค กรุงเทพฯ ซีเอ็ดดูเคชั่น
- พรศักดิ์ มธุรส (2557) การศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคต่อร้านขายยา
- แผนปัจจุบัน อำเภอเมือง จังหวัดพังงา สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพังงา
- ยุบล เบ็ญจรงกิจ (2542 : 44-52) วิเคราะห์ผู้รับสาร คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วาริ สุทธิภิญญา (2558) ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาในร้านขายยาแผนปัจจุบัน ในเขตกรุงเทพมหานคร
- การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) การบริหารการตลาดยุคใหม่ กรุงเทพฯ ซีรฟิล์ม และไซเท็กซ์จำกัด
- สมประสงค์ แต่งพลอย (2553) พฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภค ในอำเภอพระประแดง
- จังหวัดสมุทรปราการ (สารนิพนธ์ ปริญญา มหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ คณะ
- บริหารธุรกิจ สาขาการจัดการ
- แสงสุข พิทยานุกุล ดร. และ ศิริ ชะระอำ ดร.การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคไทย
- วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาแห่งประเทศไทย
- ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม-ธันวาคม 2560

สำนักงานบริหารทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย รวบรวมโดย: สำนักสถิติพยากรณ์
สำนักงานสถิติแห่งชาติ

อานนท์ ศิริพงษ์ (2556) พฤติกรรมการซื้อจากร้านขายยาของผู้บริโภค ในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัด
สระแก้ว (ค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยบูรพา

Defleur and Bell-Rokeach (1996) Social Categories Theory

Kotler, P. 2003 marketing management New Jersey : Prentice-hall.

