

BE-16

ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านขายยา
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
Marketing mix Affecting the Decision to use the Services Pharmacy
in Muang District, Khon Kaen

ชนิษฐา ทองเชื้อ¹ และอชิษฐาน ทองเชื้อ²

Kanitha Thongchua¹, and Atitarn Thongchua²

¹ สาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

² สาขาวิชาการเงินและการธนาคาร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

อีเมล: kanitha.tho@neu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น 2) เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น พฤติกรรมในการซื้อยาในร้านขายยาในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น พบว่า บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อยา คือ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 39.25 ความถี่ในการซื้อยา 1-2 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 30.75 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อยา 100-500 บาท/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 39.75 ช่วงเวลาในการซื้อยา 18.01-22.00 น. คิดเป็นร้อยละ 31.00 ประเภทยาที่ซื้อ คือ ยารักษาโรค คิดเป็นร้อยละ 51.75 และกลุ่มประเภทยาที่ซื้อ คือ ยาลดปวดลดไข้ คิดเป็นร้อยละ 55.50 ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านขายยา พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านขายยามากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product/Service) ค่าเฉลี่ย 4.67 รองลงมา คือ ด้านพนักงาน (People) ค่าเฉลี่ย 4.64 ด้านราคา (Price) ค่าเฉลี่ย 4.50 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ค่าเฉลี่ย 4.48 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ค่าเฉลี่ย 4.42 ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ค่าเฉลี่ย 4.41 และด้านกระบวนการ (Process) ค่าเฉลี่ย 4.26 ตามลำดับ

คำหลัก: ร้านขายยา ส่วนประสมทางการตลาด พฤติกรรมในการซื้อยา

Abstract

The objectives of this research were 1) to study pharmacy usage behavior in muang district 2) To study the marketing mix that affects the decision to use pharmacy in muang district Khon Kaen province behavior in buying medicines in pharmacy in muang district in Khon Kaen province, it was found that the people who had



influence on drug purchases were themselves 39.25%, frequency of purchasing drugs 1-2 times/month, equivalent to 30.75%, average cost of purchasing drugs 100-500 baht/time, thought was 39.75 percent, during the time of buying medicines 18.01-22.00, 31%, the type of drugs purchased, 51.75% of the drugs, and the type of drugs purchased, pain relievers and fever reducers 55.50%. The marketing mix that influenced the decision to use the pharmacy was found that the marketing mix that influenced the decision to use the pharmacy the most was the product aspect. Product/Service average 4.67, followed by People average 4.64 Price average 4.50 Promotion average 4.48 Place average 4.42 Physical Evidence average 4.41 and Process average 4.26, respectively.

Keywords: pharmacy, marketing mix, behavior in buying medicines

บทนำ

การดำรงชีวิตของมนุษย์อยู่บนพื้นฐานของปัจจัยสี่ ได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค ซึ่งยารักษาโรคนั้นถือเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในยุคปัจจุบันที่มีการแพร่ระบาดของโรคภัยต่างๆ มนุษย์ใช้ยารักษาโรคในการบำบัดรักษา บรรเทาอาการ หรือสามารถป้องกันโรคภัยได้ ปัจจุบันนี้ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีรวมถึงวิวัฒนาการต่างๆ ทำให้การพัฒนาและการคิดค้นยาใหม่ๆ ที่มีคุณภาพในการรักษาโรคภัย ส่งผลให้อัตราการเสียชีวิตจากโรคภัยไข้เจ็บลดลง และทำให้มนุษย์มีอายุที่ยืนยาวขึ้น ในประเทศไทยมีมูลค่าการจำหน่ายยาในปีพ.ศ. 2564 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยมีอัตราการขยายตัวอยู่ที่ 2.5% โดยชะลอลงจากปีพ.ศ. 2563 ทั้งนี้เป็นผลจากการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ที่รุนแรงและแพร่ลามไปทั่วประเทศ ทำให้คาดว่าจำนวนผู้เข้ารับบริการในโรงพยาบาลสำหรับโรคที่ไม่รุนแรงจะลดลง ขณะที่ปีพ.ศ. 2565-2566 คาดว่ามูลค่าจำหน่ายยาจะขยายตัวเฉลี่ย 3.5% ต่อปี ทั้งนี้เนื่องมาจากแนวโน้มการใส่ใจในสุขภาพของคนไทยเพิ่มขึ้นหลังการระบาดรุนแรงของไวรัส COVID-19 นอกจากนี้ ประเทศไทยเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ดังจะเห็นได้จากอัตราการเกิดลดลงในขณะที่จำนวนประชากรผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้น ทำให้การเจ็บป่วยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง และการเข้าถึงช่องทางการรักษาที่ดีขึ้นภายใต้ระบบประกันสุขภาพถ้วนหน้า อีกทั้งผู้ป่วยต่างชาติมีแนวโน้มกลับมาใช้บริการมากขึ้น (วิจัยกรุงศรี, 2564)

สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ในปัจจุบันส่งผลให้ผู้คนส่วนใหญ่หันมาให้ความสนใจดูแลสุขภาพของตนเองมากขึ้น ร้านขายยาถือเป็นหน่วยบริการสุขภาพหน่วยหนึ่งที่อยู่ใกล้ชิดกับประชาชน ซึ่งถือเป็นหน่วยบริการที่ประชาชนนึกถึงและเลือกเข้ารับบริการเมื่อมีอาการเจ็บป่วย หรือมีปัญหาสุขภาพเบื้องต้น ร้านขายยาไม่เพียงแต่ทำหน้าที่ในการขายยาหรือกระจายยาสู่ผู้บริโภคเท่านั้น ยังเป็นเสมือนที่พึ่งทางสุขภาพของชุมชน เนื่องจาก ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงยาและการรักษาด้วยยาได้ง่ายเมื่อเปรียบเทียบกับหน่วยบริการด้านสุขภาพอื่นๆ (ราชันวีวรรณ เถาว์อิน, 2554)

จังหวัดขอนแก่นมีการขยายตัวของร้านขายยาแผนปัจจุบันอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากในปีพ.ศ.2554 มีจำนวนใบอนุญาตขายยาแผนปัจจุบันติดอันดับ 1 ใน 10 จังหวัดที่มีใบอนุญาตมากที่สุดในประเทศไทย โดยมีจำนวนใบอนุญาตทั้งสิ้น 232 รายการ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2554) จากจำนวนร้านขายยาแผนปัจจุบันที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดการแข่งขันอย่างมากระหว่างร้านขายยา มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการขายยาที่ต่างจากในอดีต สภาวะการแข่งขันในตลาดมากขึ้น ทำให้ร้านขายยา



ต่างๆ จำเป็นต้องปรับตัวเพื่อรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น การปรับปรุงพัฒนาร้านให้เหมาะกับกลุ่มลูกค้า กลยุทธ์การขายตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ล้วนต้องมีการปรับเปลี่ยนให้ตรงตามเป้าหมายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทั้งสิ้น ดังนั้น จึงจำเป็นต้องทราบพฤติกรรมการใช้ของผู้บริโภคว่ามีลักษณะเป็นอย่างไร เพื่อให้ตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจกับผู้บริโภคมามากที่สุด (รจนา สันติภานุโสภณ, 2560) จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เพื่อจะได้นำผลการศึกษาไปใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนด้านการตลาดให้กับร้านขายยาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น รวมถึงปรับปรุงการให้บริการด้านการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมุ่งศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น โดยมีประชากรจำนวน 416,285 คน (กองแผนและงบประมาณ อบจ.ขอนแก่น, 2563) ใช้การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยการศึกษาค้นคว้าจากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้ทำการตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรง (validity) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน โดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index : IOC) จากนั้นได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด และทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อสรุปผลการวิจัย

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)

- 1.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- 1.2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้าน

การส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

การตัดสินใจในการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

ผลการวิจัย

จากการเก็บข้อมูลจากประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง สามารถสรุปได้ดังนี้



ตารางที่ 1 ลักษณะข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
- ชาย	158	39.50
- หญิง	242	60.50
อายุ		
- ต่ำกว่า 20 ปี	19	4.75
- 20 – 25 ปี	37	9.25
- 26 – 30 ปี	47	11.75
- 31 – 35 ปี	132	33.00
- 36 – 40 ปี	103	25.75
- 40 ปีขึ้นไป	62	15.50
ระดับการศึกษา		
- มัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช.	29	7.25
- มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส.	73	18.25
- ปริญญาตรี	262	65.50
- สูงกว่าปริญญาตรี	36	9.00
อาชีพ		
- นักเรียน/นักศึกษา	41	10.25
- ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ	73	18.25
- พนักงานรัฐวิสาหกิจ	64	16.00
- พนักงานบริษัทเอกชน	134	33.50
- ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	34	8.50
- เกษตรกร	29	7.25
- อื่นๆ	25	6.25
รายได้		
- ต่ำกว่า 10,000 บาท	72	18.00
- 10,001 – 20,000 บาท	124	31.00
- 20,001 – 30,000 บาท	146	36.50
- 30,001 บาท ขึ้นไป	58	14.50



ตารางที่ 2 พฤติกรรมในการใช้บริการร้านขายยาในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
บุคคลที่มีสิทธิพลต่อการซื้อยา		
- ตัวทำนอง	157	39.25
- สมาชิกในครอบครัว	111	27.75
- เกสัชกร/คนขายยา	67	16.75
- เพื่อน	53	13.25
- อื่นๆ	12	3.00
ความถี่ในการซื้อยา		
- มากกว่าเดือนละครั้ง	83	20.75
- เดือนละครั้ง	104	26.00
- 2-3 เดือน/ครั้ง	123	30.75
- 4-5 เดือน/ครั้ง	60	15.00
- 6-12 เดือน/ครั้ง	21	5.25
- มากกว่า 1 ปี/ครั้ง	8	2.00
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อยา		
- ต่ำกว่า 100 บาท	93	23.25
- 100-500 บาท	159	39.75
- 501-1,000 บาท	81	20.25
- 1,001-1,500 บาท	44	11.00
- 1,501-2,000 บาท	18	4.50
- มากกว่า 2,000 บาท	5	1.25
ช่วงเวลาที่ซื้อยาจากร้านขายยา		
- 06.00-10.00 น.	73	18.25
- 10.01-14.00 น.	87	21.25
- 14.01-18.00 น.	116	29.00
- 18.01-22.00 น.	124	31.00
ประเภทผลิตภัณฑ์ที่ซื้อจากร้านขายยา		
- ยารักษาโรค	207	51.75
- อาหารเสริม/วิตามิน	75	18.75
- อุปกรณ์ทางการแพทย์	108	27.00
- อื่นๆ	10	2.50



ตารางที่ 2 พฤติกรรมในการใช้บริการร้านขายยาในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
กลุ่มประเภทยาที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด		
- ยาแก้ปวดลดไข้	222	55.50
- ยาออกฤทธิ์ต่อหัวใจและหลอดเลือด	21	5.25
- ยารักษาโรคเกี่ยวกับทางเดินหายใจ	15	3.75
- ยารักษาโรคเกี่ยวกับทางเดินอาหาร	20	5.00
- ยาแก้ปวดเมื่อย	64	17.25
- ยาออกฤทธิ์ต่อจิตประสาท	11	2.75
- ยาฮอร์โมน	27	6.75
- ยารักษาโรคผิวหนัง	3	0.75
- ยาปฏิชีวนะ	5	1.25
- ยาแผนโบราณ เช่น ยาจีน	4	1.00
- อื่นๆ	8	2.00

ตารางที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านขายยาในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

รายการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	4.67	0.64
- ยาคุณภาพดี	4.87	0.60
- ความหลากหลายของชนิดและยี่ห้อของยา	4.61	0.58
- ยาได้รับการบรรจุในภาชนะที่เหมาะสม	4.53	0.75
ปัจจัยด้านราคา	4.50	0.67
- ราคาต่ำกว่าท้องตลาด	4.63	0.68
- ต่อรองราคายาได้	4.32	0.58
- มีป้ายราคาขายบอกชัดเจน	4.71	0.49
- ช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย	4.36	0.86
- ราคาถูกกว่าราคาที่ติดไว้บนผลิตภัณฑ์	4.49	0.74



ตารางที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านขายยาในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น (ต่อ)

รายการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.
ปัจจัยด้านที่ตั้งและช่องทางการจัดจำหน่าย	4.42	0.75
- ร้านตั้งอยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน	4.72	0.70
- มีที่จอดรถสะดวก	4.20	0.84
- ตั้งอยู่ในทำเลที่มีการคมนาคมสะดวก	4.64	0.88
- ตั้งอยู่ในทำเลที่มีธุรกิจค้าขายอื่นๆ อยู่ด้วย	4.52	0.65
- บริการให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์หรือ	4.06	0.70
ผ่านช่องทางออนไลน์		
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	4.48	0.72
- บริการตรวจวัดสุขภาพฟรี เช่น วัด	4.66	0.68
ความดัน, ชั่งน้ำหนัก เป็นต้น		
- มีแผ่นพับให้ความรู้แจกให้ผู้ซื้อยา	4.42	0.64
- มีการแจกผลิตภัณฑ์ให้ทดลองใช้	4.16	0.78
- มีการจัดซุ้มส่งเสริมการขาย	4.60	0.60
- มีการสะสมแต้มค่าใช้จ่ายเพื่อแลก	4.54	0.75
รางวัล		
- มีการให้ส่วนลดเมื่อซื้อมูลค่ามาก	4.45	0.82
- ความมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ	4.57	0.76
ของร้าน		
ปัจจัยด้านบุคลากร	4.64	0.57
- มีเภสัชกรที่มีความรู้ความสามารถ	4.88	0.53
และอยู่ประจำร้าน		
- พนักงานขายมีกิริยามารยาทและ	4.65	0.48
มนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เอาใจใส่ลูกค้า		
- พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับยาเป็น	4.70	0.62
อย่างดี สามารถซักประวัติและให้คำแนะนำการ		
ใช้ยาได้		
- พนักงานขายมีความกระตือรือร้นใน	4.43	0.57
กาบริการ		
- เภสัชกร/พนักงานขายมีการแต่งกาย	4.58	0.63



ตารางที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านขายยาในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น (ต่อ)

รายการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	4.41	0.59
- ร้านมีขนาดใหญ่	4.25	0.60
- จัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่และเป็นระเบียบ	4.57	0.57
ร้านดูสะอาดและตกแต่งสวยงาม	4.51	0.52
- ร้านดูสว่าง มองเห็นได้เด่นชัด	4.43	0.63
- จัดรูปแบบร้านให้สามารถเลือกซื้อสินค้าได้เอง	4.34	0.61
- มีระบบปรับอากาศภายในร้าน	4.12	0.57
- มีป้ายชี้หน้าร้านแสดงให้รู้ว่าเป็นร้านขายยาชัดเจน	4.62	0.53
- ติดป้ายบอกเวลาทำการของเภสัชกร	4.46	0.66
ปัจจัยด้านกระบวนการ	4.26	0.81
- มีการซักถามอาการก่อนจ่ายยา และให้คำแนะนำการใช้ยาเป็นอย่างดี	4.47	0.79
- ความรวดเร็วในการให้บริการ	4.19	0.75
- ความน่าเชื่อถือในการให้บริการ	4.31	0.84
- เวลาเปิด-ปิดของร้านขายยาสะดวกต่อการใช้บริการ	4.26	0.88
- มีการคิดเงินและจ่ายยาโดยใช้ระบบคอมพิวเตอร์	4.09	0.80

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามการวิจัย เรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น สามารถสรุปและอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60.50 อายุ 31-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.00 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 65.50 อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 33.50 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 36.50



ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

พฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยา ผลการศึกษาพบว่า บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อยา คือ ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 39.25 ความถี่ในการซื้อยา 2-3 เดือน/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 30.75 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อยา 100-500 บาท/ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 39.75 ช่วงเวลาในการซื้อยา 18.01-22.00 น. คิดเป็นร้อยละ 31.00 ประเภทยาที่ซื้อ ยารักษาโรค คิดเป็นร้อยละ 51.75 กลุ่มประเภทยาที่ซื้อ ยาลดปวดลดไข้ คิดเป็นร้อยละ 55.50

ส่วนที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านขายยา ทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (Product/Service) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ด้านกระบวนการ (Process) ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 (S.D.= 0.64) รองลงมา คือ ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 (S.D.= 0.57) ด้านราคา (Price) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 (S.D.= 0.67) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 (S.D.= 0.72) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 (S.D.= 0.75) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 (S.D.= 0.59) และด้านกระบวนการ (Process) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 (S.D.= 0.81)

จากการวิจัยในครั้งนี้มีข้อค้นพบที่น่าสนใจ สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยามากที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (Product/Service) เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า ยาคุณภาพดี ความหลากหลายของชนิดและยี่ห้อของยา ยาได้รับการบรรจุในภาชนะที่เหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสมประสงค์ แดงพลอย (2553) เรื่อง พฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคใน อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ที่ระบุว่า ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีความสำคัญต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 เมื่อ พิจารณารายชื่อ พบว่า ประเภทของยาในร้าน ลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่ซื้อจากร้านขายยา คุณภาพของยาภายในร้านขายยา ผู้บริโภคมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64, 3.48 และ 3.75 ตามลำดับ ด้านบุคลากร (People) เมื่อพิจารณารายชื่อพบว่า ร้านขายยาควรมีเภสัชกรที่มีความรู้ ความสามารถและอยู่ประจำร้าน พนักงานขายควรมีความรู้เกี่ยวกับยาเป็นอย่างดี สามารถซักประวัติและให้คำแนะนำการใช้ยาได้อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของแสงสุข พิทยานุกุล และศิริ ชะระอำ (2560) เรื่อง การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคไทย ที่ระบุว่าร้านขายยาควรมีเภสัชกรอยู่ประจำร้านที่ตลอดเวลา เพื่อสร้างความมั่นใจในการเข้ารับบริการให้กับผู้บริโภค และเภสัชกรที่อยู่ประจำร้าน ควรเป็นบุคคลที่มีความรู้และมีประสบการณ์ในการให้คำแนะนำ อธิบายรายละเอียดสรรพคุณของยาได้อย่างถูกต้อง และการจัดยาที่เหมาะสมให้กับผู้บริโภค เมื่อรับประทานยาแล้วสามารถฟื้นตัวได้เร็ว และหายจากอาการเจ็บป่วยได้

ข้อเสนอแนะ

1. ผู้ประกอบการร้านขายยาควรให้ความสำคัญกับคุณภาพของยา และต้องให้เภสัชกรหรือพนักงานขายซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้เรื่องยาเป็นอย่างดีเป็นผู้สื่อสารให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณภาพและมาตรฐานของยา เนื่องจาก จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจ ซึ่งจะส่งผลต่อความพึงพอใจต่อการใช้บริการ



2. ควรมีการศึกษาความต้องการของผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อื่นๆ เพิ่มเติม เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่อาจเปลี่ยนแปลงในอนาคต ซึ่งรวมถึงสถานการณ์โรคระบาดที่ไม่อาจสามารถคาดการณ์ได้

เอกสารอ้างอิง

- กองแผนและงบประมาณ อบจ.ขอนแก่น. (2564). *ประชากร*. สืบค้นเมื่อ 24 ตุลาคม 2564, จาก http://www.kkpao.go.th/dep/kkpao_plan/E-PlanData/?mod=index&file=datapcat2-2.
- รจนา สันติภาณุโสภณ วณิชชา เทพสวัสดิ์ และศักร์ระกีย์ วรวิฒนนะปริญญา. (2560). *การศึกษาพฤติกรรมกรรมการเลือกร้านขายยาของผู้บริโภคในจังหวัดระยอง*. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต, 12(1), 1-13.
- รัชนิวรรณ เถาว์อิน . (2554). *พฤติกรรมกรรมการเลือกร้านขายยาแผนปัจจุบันของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดกระบี่*. (ภาคนิพนธ์, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี).
- วาริ สุกทักธินา. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาในร้านขายยาแผนปัจจุบัน ในเขตกรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าอิสระ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- วิจัยกรุงศรี. (2564). *แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2564-2566 : อุตสาหกรรมยา*. สืบค้นเมื่อ 27 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/Chemicals/phamaceuticals/IO/io-pharmaceuticals-21>.
- สมประสงค์ แดงพลอย. (2553). *พฤติกรรมกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคใน อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ*. (สารนิพนธ์,มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- แสงสุข พิทยานุกุล และศิริ ชะระอำ . (2560). *การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคไทย*. วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ, 6(2), 135-145.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2554). *จังหวัดที่มีจำนวนใบอนุญาตขายยาแผนปัจจุบันมากที่สุด 10 ลำดับ พ.ศ.2552-2554*. สืบค้นเมื่อ 22 เมษายน 2564, จาก <http://www.nso.go.th/sites/2014/>