

บทคัดย่อ

วิชา บธ. 851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกร้านขายยาแผนปัจจุบันของผู้บริโภคเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	: นางสาวสัญญาลักษณ์ อัครวงษ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	: ดร.ทวิวรรณ พรหมกันธา
หลักสูตร	: หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	: 13 มีนาคม 2543
จำนวนหน้า	: 82 หน้า

การศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกร้านขายยาแผนปัจจุบันของผู้บริโภคเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภค พฤติกรรมการซื้อยา-เวชภัณฑ์ของผู้บริโภค และเพื่อศึกษาถึงปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกร้านขายยาแผนปัจจุบันของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งแยกปัจจัยออกเป็น 4 ด้านคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและการตกแต่ง และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ผู้บริโภคที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป และเคยซื้อยาจากร้านขายยาแผนปัจจุบันด้วยตนเองในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งหมด 321 ตัวอย่าง จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการใช้ตารางไขว้

จากการศึกษาวิจัยข้อมูลส่วนบุคคลพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-29 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,001-15,000 บาท และส่วนใหญ่สามารถเบิกค่ารักษาพยาบาลได้

จากการศึกษาพฤติกรรมการซื้อยา - เวชภัณฑ์ของผู้บริโภค ได้ผลดังนี้

พฤติกรรมในการรักษาตัวเองของกลุ่มตัวอย่างเมื่อมีอาการเจ็บป่วยเล็กน้อยพบว่าส่วนใหญ่จะซื้อจากร้านขายยาและเมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามสถิติในการเบิกค่ารักษาพยาบาลพบว่ากลุ่มที่เบิกค่ารักษาพยาบาลไม่ได้จะซื้อยาจากร้านขายยามากกว่ากลุ่มที่เบิกค่ารักษาพยาบาลได้

พฤติกรรมในการรักษาเด็กเล็กเมื่อมีอาการเจ็บป่วยเล็กน้อยพบว่าส่วนใหญ่จะไปพบแพทย์ และเมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามสิทธิในการเบิกค่ารักษาพยาบาล พบว่ากลุ่มที่เบิกค่ารักษาพยาบาลได้จะพบแพทย์มากกว่ากลุ่มที่เบิกค่ารักษาพยาบาลไม่ได้

ลักษณะการซื้อยาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะซื้อยาโดยเล่าอาการป่วยให้เภสัชกรหรือผู้ขายเป็นผู้จัดยาให้และส่วนใหญ่จะมีพฤติกรรมในการซื้อยาส่งไว้ที่บ้าน ทำเลที่ตั้งร้านขายยาที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่นิยมไปซื้อคือร้านขายยาทั่วไป เช่นร้านขายยาที่อยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน

ค่าใช้จ่ายในการซื้อยา - เวชภัณฑ์ (ไม่รวมอาหารเสริมสุขภาพ) โดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายต่ำกว่าหรือเท่ากับ 200 บาทต่อเดือน และเมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามสิทธิในการเบิกค่ารักษาพยาบาล พบว่ากลุ่มที่เบิกค่ารักษาพยาบาลไม่ได้จะมีค่าใช้จ่ายในการซื้อยา - เวชภัณฑ์มากกว่ากลุ่มที่เบิกค่ารักษาพยาบาลได้

ค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารเสริมสุขภาพโดยเฉลี่ยต่อเดือน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ได้ซื้ออาหารเสริมสุขภาพและเมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามสิทธิในการเบิกค่ารักษาพยาบาล พบว่ากลุ่มที่เบิกค่ารักษาพยาบาลได้จะมีค่าใช้จ่ายในการซื้ออาหารเสริมสุขภาพมากกว่ากลุ่มที่เบิกค่ารักษาพยาบาลไม่ได้

จากการศึกษาปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการเลือกร้านขายยาพบว่าปัจจัยที่มีความสำคัญมากอันดับแรกคือปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและการตกแต่ง รองลงมาคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ปัจจัยที่มีความสำคัญปานกลางคือปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการที่มีความสำคัญมากเรียงตามลำดับคือ การมีเภสัชกรอยู่ประจำร้านตลอดเวลา เภสัชกรประจำร้านมีความสามารถในการจัดยาและให้คำแนะนำเรื่องการใช้ยาและสุขภาพ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของพนักงานทุกคนในร้าน และร้านขายยาที่มียาจำหน่ายครบทุกกลุ่มยา

ปัจจัยด้านราคาที่มีความสำคัญมากอันดับแรกคือ การมีป้ายแสดงราคาให้เห็นชัดเจน รองลงมาคือร้านขายยาที่ราคาต่ำกว่าท้องตลาด

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งและการตกแต่งที่มีความสำคัญมากเรียงตามลำดับคือ การจัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่ที่ชัดเจนและเป็นระเบียบ ทำเลที่ตั้งของร้านขายยาที่สะดวกต่อการซื้อ สะอาดและแสงสว่างภายในร้าน การมีที่จอดรถอย่างเพียงพอ และการมีส่วนร่วมในการเลือกซื้อสินค้าตัวเอง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีความสำคัญมากอันดับแรกคือการมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆไว้บริการฟรี รองลงมาคือการมีเอกสารแผ่นพับความรู้สำหรับแจกฟรี