พฤติกรรมการซื้อและปัจจัยส่วนประสมการการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพจากร้านขายยาของผู้บริโภคในจังหวัดนครนายก

Purchasing Behavior and Marketing Factors Affecting to Customer's Purchasing Decision of Medicine and Health Products at Drug Store in Nakhon Nayok Province

ทิพวรรณ อารียวงศ์สถิตย์[1] และกฤษฎา มูฮัมหมัด[2]

[1] หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต, thipphawanareeyawong@gmail.com

[2] หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต, kritsada.m@rsu.ac.th

---

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพจากร้านขายยาของผู้บริโภคในจังหวัดนครนายก (2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพจากร้านขายยาของผู้บริโภคในจังหวัดนครนายก (3) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพจากร้านขายยาของผู้บริโภคในจังหวัดนครนายก การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง คือ ประชากรที่ซื้อยาจากร้านขายยาในจังหวัดนครนายก จำนวน 427 ชุด ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปที่ใช้สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานได้แก่ Independent Sample t – test, F – test(ANOVA) และ Multiple Regression Analysis ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษา พบว่า (1)ระดับความสำคัญทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการ เลือกใช้บริการร้านขายยา โดยภาพรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างเห็นว่ามีอิทธิพลการตัดสินใจในระดับมาก สำหรับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยา จากร้านขายยาในเขตจังหวัดนครนายก มากที่สุด พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาด้านการจัดจำหน่าย, ด้านราคา, ด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ (2) พฤติกรรมการซื้อสินค้า พบว่า สินค้าที่ซื้อจากร้านขายยา ส่วนใหญ่ซื้อยารักษาโรค โดยตัวเองเป็นผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจการเข้าใช้ร้านขายยา 1 ครั้ง/ เดือน ช่วงเวลาที่ซื้อ 18.01-21.00 น. (3) จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานพบว่า ในภาพรวม ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา และรายได้ ที่แตกต่างกัน มีผลในการตัดสินใจทางด้านส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีเพียงด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเท่านั้นที่มีการตัดสินใจไม่แตกต่างกัน ปัจจัยพฤติกรรมการซื้อ ได้แก่ ด้านความถี่ในการซื้อ ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการซื้อ ด้านประเภทสินค้าที่ซื้อ ด้านค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้งและด้านช่วงเวลาในการซื้อ ที่แตกต่างกัน มีผลผลในการตัดสินใจทางด้านส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปัจจัยสำคัญทางด้านส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อยาจากร้านขายยา จังหวัดนครนายกพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดนครนายก

คำสำคัญ : พฤติกรรมการซื้อ, ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, การตัดสินใจซื้อ

ABSTRACT

The objective was to study of factors affecting the decision to purchasing medicine and health products from Drugstore in Nakhon Nayok area. (1) Demographic factors affecting the decision to purchasing. (2) Purchasing Behavior factors affecting the decision to purchasing moreover. (3) Marketing mixes that affecting the decision to purchasing. The studies in this survey (Survey Research) were used. As a tool to collect data from a sample. The people who come to the Drugstore in Nakhon Nayok, 427 completed the data analysis. And process that information. The use of computer-aided processing. Were analyzed by Descriptive Statistic frequency, percentage, mean, standard deviation and Inferential Statistics independent Sample t - test, F – test (ANOVA) and Multiple Regression Analysis in the analysis.

The results showed that: (1) To research the marketing mixes factors influencing to purchasing medicine and health product from Drugstore in Nakhon Nayok area, the overall sample that the influencing has a high level of decision making. Considering that it was also found availability prices and promoting market. Finally, the product is highest influencing to made decision. (2) Analysis of the factors that influence the decision to selected a Drugstore in Nakhon Nayok found that personal factors, including gender, age, education and income are different. The decision to selected a pharmacy in Nakhon Nayok. (3) Correlation coefficients between the predictors. The product factor Influence the decision to selected the pharmacy's is highest. The second is the distribution. Factors promoting the market and factors of price which influence the decision less than the other, statistically significant at the .05 level.

Keywords: Purchase Behavior, Marketing Mixes, Purchase Decision

1. บทนำ

ปัจจุบันร้านขายยาถือเป็นหน่วยบริการสุขภาพหน่วยหนึ่งที่อยู่ใกล้ชิดกับประชาชน ซึ่งถือเป็นหน่วยบริการที่ประชาชนนึกถึงและเลือกเข้ารับบริการเมื่อมีอาการเจ็บป่วย หรือมีปัญหาสุขภาพเบื้องต้น ร้านขายยาไม่เพียงแต่ทำหน้าที่ในการขายยาหรือกระจายยาสู่ผู้บริโภคเท่านั้น ยังเป็นเสมือนที่พึ่งทางสุขภาพของชุมชน เนื่องจากผู้บริโภคสามารถเข้าถึงยาและการรักษาด้วยยาได้ง่ายเมื่อเปรียบเทียบกับหน่วยบริการด้านสุขภาพอื่น ๆ (รัชนีวรรณ เถาว์อั้น, 2554)

ร้านขายยาถือเป็นช่องทางการกระจายยาที่สำคัญสำหรับประชาชน จากการสำรวจพบว่า เมื่อปีพ.ศ. 2540 มูลค่าการบริโภคยาทั้งหมดของประเทศมูลค่ากว่า 40,000-35,000 ล้านบาท ซึ่งเป็นยอดขายจากร้านขายยาทั้งหมดสูงถึง 10,600 ล้านบาท ซึ่งถือเป็นประมาณ 30% ของยอดขายยาทั้งหมดของประเทศ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550) ซึ่งแนวโน้มการเติบโตของร้านขายยามีอัตราการเติบโตในเกณฑ์สูง ประกอบกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันยังคงนิยมซื้อยามารับประทานเองทำให้ร้านขายยาเป็นทางเลือกแรก ๆ เมื่อเจ็บป่วยเบื้องต้น แต่อย่างไรก็ตามธุรกิจร้านขายยามีการแข่งขันอย่างสูง ทั้งการแข่งขันของตลาดร้านขายยาในประเทศที่เพิ่มสูงขึ้นจากการเข้ามาขยายการลงทุนของผู้ประกอบการรายใหญ่จากสัญญาณการเติบโตของธุรกิจร้านขายยาที่มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยปีละประมาณร้อยละ 11 ธุรกิจร้านขายยาใหม่ๆ ในประเทศไทยเพิ่มขึ้น เนื่องจากตลาดในประเทศไทยค่อนข้างใหญ่และมีความ

โดดเด่นในเรื่องของบริการด้านสุขภาพ ทำให้ผู้ประกอบการเร่งขยายสาขาเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับตลาดที่เพิ่ม มากขึ้น โดยร้านขายยาในปัจจุบันนี้มีทั้งร้านขายยาปลีกและส่ง มีทั้งแบบเปิดจากทุนเจ้าของคนเดียว เชนสโตร์และเป็นเฟรนไชด์ ท่ามกลางสภาวะเศรษฐกิจในยุคปัจจุบันที่ผู้ประกอบการธุรกิจ ร้านขายยาจะต้องเผชิญการแข่งขันที่สูงขึ้น

จังหวัดนครนายกมีประชากรทั้งหมด 258,157 คน ประกอบด้วย 4 อำเภอ คือ อำเภอเมืองนครนายก อำเภอบ้านนา อำเภอองครักษ์ อำเภอปากพลี และข้อมูลจากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครนายกพบว่า มีจำนวนร้านขายยาในพื้นที่เขตจังหวัดนครนายก มีทั้งหมด 51 ร้าน แบ่งเป็นร้านขายยาแผนปัจจุบัน 38 ร้าน และร้านขายยาบรรจุเสร็จที่ไม่ใช่ยาอันตรายและยาแผนโบราณ 13 ร้าน แบ่งตามรายอำเภอพบว่า อำเภอเมืองนครนายกมีร้านขายยาทั้งหมด 27 ร้าน อำเภอบ้านนา 13 ร้าน อำเภอองครักษ์ 9 ร้าน และอำเภอปากพลี 2 ร้าน

จากเหตุผลข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพจากร้านขายยาของผู้บริโภคในจังหวัดนครนายก เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาต่อยอดธุรกิจร้านขายยา อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบกิจการร้านขายยาหรือผู้ที่มีความสนใจจะประกอบกิจการร้านขายยาเพื่อจะเห็นถึงแนวโน้ม การซื้อและความต้องการของลูกค้านำไปพัฒนาปรับปรุงธุรกิจร้านขายยาต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

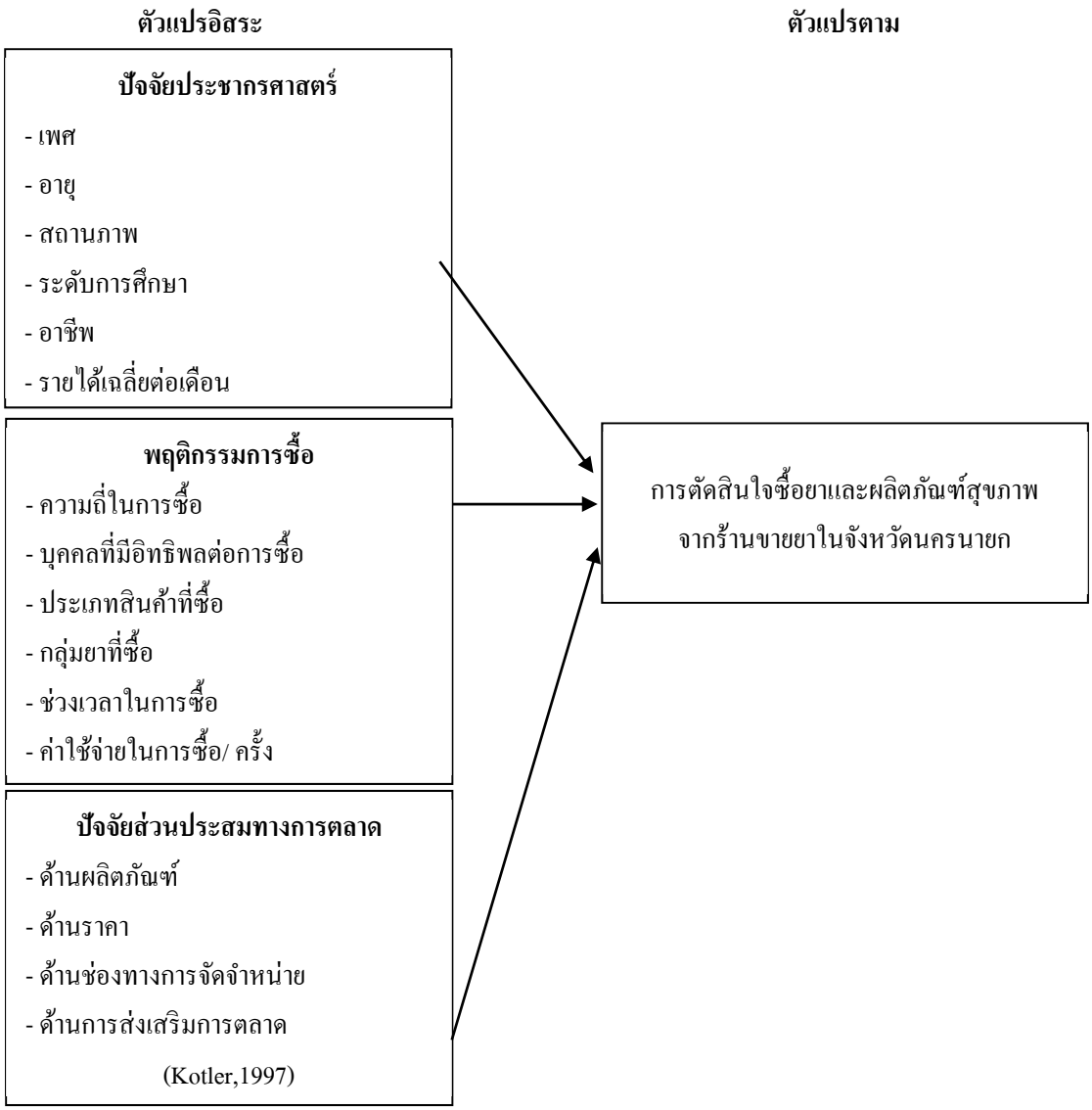
2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพจากร้านขายยาของผู้บริโภคในจังหวัดนครนายก

2.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพจากร้านขายยาของผู้บริโภคในจังหวัดนครนายก

2.3 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพจากร้านขายยาของผู้บริโภคในจังหวัดนครนายก

กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพจากร้านขายยาของผู้บริโภคใจจังหวัดนครนายก ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการทำวิจัยไว้ โดยมีตัวแปรต้น และตัวแปรตาม เพื่อเป็นแนวทางและเครื่องมือในการดำเนินวิจัยต่อไป



รูปที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพจากร้านขายยาของผู้บริโภคในจังหวัดนครนายก แตกต่างกัน

2. ปัจจัยพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภคจากร้านขายยา ประกอบด้วย ความถี่ในการซื้อ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ ประเภทสินค้าที่ซื้อ ประเภทของกลุ่มยาที่ซื้อ ช่วงเวลาที่ซื้อ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพจากร้านขายยาของผู้บริโภคในจังหวัดนครนายก แตกต่างกัน

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพจากร้านขายยาของผู้บริโภคในจังหวัดนครนายก

3. การดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือประชากรที่ซื้อยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ จากร้านขายยาในจังหวัดนครนายก ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจึงได้มีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างครั้งนี้ คือกลุ่มประชากรที่เคยซื้อยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพจากร้านขายยาในจังหวัดนครนายก

เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดตัวอย่าง ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2544, น.74)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถาม เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพจากร้านขายยาของผู้บริโภคในจังหวัดนครนายก เพื่อใช้ในการทดสอบลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการซื้อ และส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพจากร้านขายยา

ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยการทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยได้เสนอแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วน และความสอดคล้องกันของเนื้อหาแบบสอบถาม และปรับปรุงแก้ไขให้มีความถูกต้อง เที่ยงตรงมากยิ่งขึ้น

การทดสอบความน่าเชื่อถือหรือการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่พิจารณาปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มประชากรที่ต้องการวิจัยจำนวน 30 คน และผู้ที่ตอบแบบสอบถามในกลุ่มนี้ไม่ได้นำมารวมเป็น กลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลจริง เพื่อใช้เป็นการตรวจสอบความสมบูรณ์ของเนื้อหาที่ใช้ในแบบสอบถาม และนำผลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยใช้สูตรทดสอบความน่าเชื่อถือของครอนบาค (Cronbach's Alpha) หรือ การหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α= Coefficient Alpha) โดยใช้เกณฑ์ยอมรับที่ค่ามากกว่า 0.70 ซึ่งจากการทดสอบได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาได้เท่ากับ 0.896 ดังนั้นจึงยอมรับได้ จากนั้นจึงนำไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริง

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น(Reliability)

ตัวแปร	จำนวนข้อ	Cronbach's Alpha
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด		
- ด้านผลิตภัณฑ์	5	0.896
- ด้านราคา	5	0.865
- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	5	0.830
- ด้านส่งเสริมการตลาด	5	0.862
การตัดสินใจ	10	0.715
ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ	30	0.896

การวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

1. ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่อใช้ในการบรรยายลักษณะของข้อมูล ทำการวิเคราะห์โดยใช้ ค่าความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การทดสอบสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้เป็นสถิติที่ใช้ในการหาความแตกต่างของข้อมูลและทดสอบสมมติฐานการวิจัย แบ่งการทดสอบเป็น 3 ลักษณะคือ

2.1 ใช้สถิติ Independent Sample t-test เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าของตัวแปร 2 กลุ่มใช้ในการทดสอบสถิติกับตัวแปรปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ

2.2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Analysis of Variance) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ใช้ในการทดสอบสถิติกับตัวแปร ประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน และตัวแปรพฤติกรรมการซื้อ ได้แก่ ความถี่ ประเภทสินค้า และค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้ง หากพบความแตกต่างจะใช้วิธีเปรียบเทียบรายคู่แบบ Fisher's Least Significant Difference (LSD)

2.3 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาจากร้านขายยาในจังหวัดนครนายก

4. ผลการวิจัย

ผลวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ผลวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม โดยการสุ่มตัวอย่างทั้งหมด 427 ราย พบว่าประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 66.98) มีสถานภาพโสด (ร้อยละ 52.92) มีอายุ 21-30 ปี (ร้อยละ 38.88) จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 60.42) ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐ (ร้อยละ 47.78) และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท (ร้อยละ 21.78)

ผลวิเคราะห์ข้อมูลด้านพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยา

พฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยา ความถี่ในการซื้อ น้อยกว่า 1 ครั้ง/ เดือน (ร้อยละ 51.05) บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อคือ ตนเอง (ร้อยละ 56.21) ซื้อยารักษาโรค (ร้อยละ 68.38) ประเภทยาแก้ปวด ลดไข้ (ร้อยละ 42.62) ช่วงเวลาในการซื้อยา 18.01- 21.00 น.(ร้อยละ 40.28) ค่าใช้จ่ายที่ซื้อต่อครั้ง น้อยกว่า หรือเท่ากับ 200 บาท (ร้อยละ 50.12)

ผลวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของร้านขายยา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล	อันดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.14	0.66	มาก	1
ด้านราคา	3.82	0.78	มาก	3
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.03	0.74	มาก	2
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.73	0.86	มาก	4
ภาพรวม	**3.93**	**0.64**	**มาก**	

ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของร้านขายยา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของร้านขายยาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ =3.93, S.D.= 0.64) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\overline{X}$=4.14, S.D.= 0.66) รองลงมาคือด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$=4.03, S.D.= 0.74), ด้านราคาอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$=3.82, S.D.= 0.78) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือด้านส่งเสริมการตลาด ($\overline{X}$=3.73, S.D.= 0.86)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจซื้อ

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจซื้อยาจากร้านขายยา

การตัดสินใจซื้อยาจากร้านขายยา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล	อันดับ
ตัดสินใจซื้อจากคุณภาพของยา ที่สามารถรักษาอาการป่วยให้ดีขึ้นได้	4.33	0.74	มากที่สุด	1
ตัดสินใจซื้อยาที่ราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพของยา	2.94	1.34	ปานกลาง	9
ตัดสินใจซื้อยาที่ราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับร้านอื่น	3.44	1.24	มาก	8
ตัดสินใจซื้อจากร้านที่สามารถเดินทางสะดวก	4.15	0.86	มาก	4
ตัดสินใจซื้อยาจากร้านที่ดูน่าเชื่อถือ มีการแสดงป้ายร้านขายยา และป้ายแสดงชื่อเภสัชกรที่ถูกต้องตามกฎหมาย	4.28	0.82	มากที่สุด	2
ตัดสินใจซื้อจากคำแนะนำของเภสัชกรประจำร้าน	3.93	0.95	มาก	6
ตัดสินใจซื้อจากคำแนะนำของเพื่อนญาติหรือบุคคลใกล้ชิด	2.90	1.18	ปานกลาง	10
ตัดสินใจซื้อจากร้านยาเคยซื้อในครั้งก่อนแล้วประทับใจ	4.23	0.84	มากที่สุด	3
ตัดสินใจซื้อจากความประทับใจด้านการบริการจากร้าน	4.04	0.85	มาก	5

การตัดสินใจซื้อยาจากร้านขายยา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล	อันดับ
ขายยา ตัดสินใจซื้อยาจากร้านที่มีการบริการหลังการขาย เช่น สามารถติดต่อกลับไปยังร้านเพื่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้	3.81	1.00	มาก	7
รวม	**3.81**	**0.54**	**มาก**	

ผลการวิเคราะห์การตัดสินซื้อยาจากร้านขายยา พบว่าโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.81, S.D. = 0.54) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ตัดสินใจซื้อจากคุณภาพของยาที่สามารถรักษาอาการป่วยให้ดีขึ้นได้ ($\bar{x}$ = 4.33, S.D. = 0.74) รองลงมาคือ ตัดสินใจซื้อยาจากร้านที่ดูน่าเชื่อถือมีการแสดงป้ายร้านขายยา และป้ายแสดงซื้อเภสัชกร ที่ถูกต้องตามกฎหมาย ($\bar{x}$ = 4.28 S.D. = 0.82) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ตัดสินใจซื้อจากคำแนะนำของเพื่อน ญาติ หรือ บุคคลใกล้ชิด ($\bar{x}$ = 2.90, S.D. = 1.18)

ผลการตรวจสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาจากร้านขายยาในจังหวัดนครนายก แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 ตารางสรุปผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1

สมมติฐาน	สถิติ	ค่านัยสำคัญ	ผลการทดสอบ
เพศ	Independent Sample t-test	0.030*	สอดคล้องกับสมมติฐาน
อายุ	One Way Analysis of Varience	0.007*	สอดคล้องกับสมมติฐาน
สถานภาพ	One Way Analysis of Varience	0.069	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ระดับการศึกษา	One Way Analysis of Varience	0.031*	สอดคล้องกับสมมติฐาน
อาชีพ	One Way Analysis of Varience	0.488	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	One Way Analysis of Varience	0.001*	สอดคล้องกับสมมติฐาน

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

กลุ่มตัวอย่างที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ย ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อยาและเวชภัณฑ์จากร้านขายยาในจังหวัดนครนายกแตกต่างกัน อย่างมีนับสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาจากร้านขายยาในจังหวัดนครนายก แตกต่างกัน

ตารางที่ 5 ตารางสรุปผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2

สมมติฐาน	สถิติ	ค่านัยสำคัญ	ผลการทดสอบ
ด้านความถี่ในการซื้อ	One Way Analysis of Varience	0.002*	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการซื้อ	One Way Analysis of Varience	0.027*	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านประเภทสินค้าที่ซื้อ	One Way Analysis of Varience	0.042*	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านประเภทกลุ่มยาที่ซื้อเป็นประจำ	One Way Analysis of Varience	0.263	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้ง	One Way Analysis of Varience	0.001*	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านช่วงเวลาในการซื้อ	One Way Analysis of Varience	0.005*	สอดคล้องกับสมมติฐาน

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

กลุ่มตัวอย่างที่มี ด้านความถี่ในการซื้อยา ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการซื้อยา ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการซื้อยา ด้านประเภทสินค้าที่ซื้อ ด้านค่าใช้จ่ายในการซื้อแต่ละครั้ง ด้านช่วงเวลาในการซื้อ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อยาและเวชภัณฑ์จากร้านขายยาในจังหวัดนครนายกแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาจากร้านขายยาในจังหวัดนครนายก

ตารางที่ 6 ตารางสรุปผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3

สมมติฐาน	สถิติ	ผลการทดสอบ
ด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาจากร้านขายยาในจังหวัดนครนายก	Multiple Regression Analysis	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาจากร้านขายยาในจังหวัดนครนายก	Multiple Regression Analysis	สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาจากร้านขายยาในจังหวัดนครนายก	Multiple Regression Analysis	ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน
ด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาจากร้านขายยาในจังหวัดนครนายก	Multiple Regression Analysis	สอดคล้องกับสมมติฐาน

กลุ่มตัวอย่างที่มีด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยา ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาดที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อยาและเวชภัณฑ์จากร้านขายยาในจังหวัดนครนายกแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 7 ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาจากร้านขายยาในจังหวัดนครนายก

ส่วนประสมทางการตลาด	B	Standard Error	β	t	Sig	Tolerance	VIF
Constant	1.564	0.134		11.688	0.000		
ด้านผลิตภัณฑ์	0.212	0.040	0.259	5.354	0.000*	0.581	1.723
ด้านราคา	0.136	0.040	0.197	3.391	0.001*	0.442	2.261
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.056	0.041	0.078	1.362	0.174	0.606	1.65
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.165	0.033	0.262	5.018	0.000*	0.602	1.66

R = 0.666 R Square = 0.443 Adj. R^2 = 0.438

SEE = 0.405 F = 83.884 Sig = 0.000* Durbin-Watson = 1.794

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

จากตารางผลการทดสอบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาจากร้านขายยาในจังหวัดนครนายก พบว่า มีค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในระดับสูง โดยมีค่า R เท่ากับ 0.666 และมีค่า R Square หรือ ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจที่แสดงถึงอิทธิพลของตัวแปรอิสระหรือปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาจากร้านขายยาในจังหวัดนครนายกที่ 0.443 และมีค่าสัมประสิทธิ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่มีการปรับแก้ให้เหมาะสม ร้อยละ 43.80 (Adjusted R Square = 0.438) โดยผลการทดสอบค่าสถิติค่า F-statistics เท่ากับ 83.884 ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ หรือ SEE เท่ากับ 0.405 และค่า Sig. เท่ากับ 0.000 < 0.05 กล่าวได้ว่า มีตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาจากร้านขายยาในจังหวัดนครนายกอย่างน้อยหนึ่งตัวแปร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ผลการทดสอบความคลาดเคลื่อนมีค่าของ Durbin-Watson เท่ากับ 1.794 > 1.50 แสดงว่ามีความคลาดเคลื่อนที่เป็นอิสระต่อกันในระดับสูงไม่มีปัญหาสหสัมพันธ์ในตัวแปร (Autocorrelation) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าคงที่ เท่ากับ 1.564 ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระเท่ากับ 0.134 โดยการพยากรณ์มีค่า t. = 11.688 ค่า Sig. = 0.000 ผลทดสอบพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีค่า Sig. < 0.05 จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด สรุปผลเป็นรายด้านได้ดังนี้

1) ด้านผลิตภัณฑ์ ผลการทดสอบมีค่า t. = 5.354, Sig. = 0.000 < 0.05, Beta = 0.259 กล่าวได้ ว่าเป็นการยอมรับ H1 หรือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อยาจากร้านขายยา

ในจังหวัดนครนายก โดยการเปลี่ยนแปลงในด้านผลิตภัณฑ์ เพิ่มสูงขึ้น 1 หน่วยมาตรฐานมีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาจากร้านขายยาในจังหวัดนครนายก เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.259 หน่วยมาตรฐาน

2) ด้านราคา ผลการทดสอบมีค่า t. = 3.391, Sig. = 0.001 < 0.05, Beta = 0.197 กล่าวได้ ว่าเป็นการยอมรับ H1 หรือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อยาจากร้านขายยาในจังหวัดนครนายก โดยการเปลี่ยนแปลงในด้านราคา เพิ่มสูงขึ้น 1 หน่วยมาตรฐานมีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาจากร้านขายยาในจังหวัดนครนายก เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.197 หน่วยมาตรฐาน

3) ด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการทดสอบมีค่า t. = 5.018, Sig. = 0.000 < 0.05, Beta = 0.262 กล่าวได้ ว่าเป็นการยอมรับ H1 หรือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อยาจากร้านขายยาในจังหวัดนครนายก โดยการเปลี่ยนแปลงในด้านการส่งเสริมการตลาด เพิ่มสูงขึ้น 1 หน่วยมาตรฐานมีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาจากร้านขายยาในจังหวัดนครนายก เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น 0.262 หน่วยมาตรฐาน

ค่า VIF ที่เหมาะสมไม่ควรเกิน 4 หรือ 5 หากเกินกว่านี้แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเอง หากค่า Tolerance < 0.2 แสดงว่าเกิด Multicollinearity จากผลการวิเคราะห์จะพบว่า ค่า Tolerance มีค่าน้อยที่สุด คือ 0.602 ซึ่งไม่ต่ำกว่า 0.2 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน (ไม่เกิด Multicollinearity)

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ได้ว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อยาจากร้านขายยาในจังหวัดนครนายก โดยด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลสูงสุด รองลงมา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ตามลำดับ โดยผลทดสอบแสดงให้เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจซื้อยาจากร้านขายยาในจังหวัดนครนายก ได้ร้อยละ 43.80% อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 สามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$Y = 1.564 + 0.212X_1 + 0.165X_2 + 0.136X_3$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z_y = 1.564 + 0.259ZX_1 + 0.262ZX_2 + 0.197ZX_3$$

โดยที่ Y หมายถึง การตัดสินใจซื้อยาจากร้านขายยาในจังหวัดนครนายก

X_1 หมายถึง ด้านผลิตภัณฑ์

X_2 หมายถึง ด้านการส่งเสริมการตลาด

X_3 หมายถึง ด้านราคา

5. การอภิปรายผล

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง การตัดสินใจซื้อยาจากร้านขายยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพจากร้านขายยาในจังหวัดนครนายก มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาจากร้านขายยาในจังหวัดนครนายก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จากการวิจัย พบว่าข้อมูลส่วนบุคคลทำให้ทราบถึงกลุ่มเป้าหมายของลูกค้าที่มาใช้บริการ ซึ่งส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสด อายุ 21-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท

ด้านอาชีพและด้านสถานภาพสมรส ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาจากร้านขายยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพในจังหวัดนครนายก อาจกล่าวได้ว่าอาชีพและสถานภาพของผู้บริโภคเป็นปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ เนื่องจากผู้บริโภคแต่ละอาชีพ แต่ละสถานภาพ มีโอกาสเจ็บป่วยได้ไม่ต่างกัน จึงมีความจำเป็นต้องใช้ยาในการรักษาอาการเจ็บป่วยไม่ต่างกัน ซึ่งแตกต่างกับงานวิจัยของ สมประสงค์ แตงพลอย (2553) ผลการทดลองพบว่าอาชีพเท่านั้นมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยา ส่วนลักษณะประชากรด้านอื่น ๆ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภคในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการยัง ควรให้ความสำคัญโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการครอบคลุมทุกกลุ่มอาชีพ เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

ส่วนข้อมูลส่วนบุคคลด้านอื่น ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาจากร้านขายยาในจังหวัดนครนายก เนื่องจากว่าผู้บริโภคไม่ว่าจะอายุ เพศ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ส่วนใหญ่จะมีพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในจังหวัดนครนายก เน้นที่คุณภาพของยาทั้งในด้านคุณภาพ บรรจุภัณฑ์ แหล่งที่มาของยาซึ่งต้องมาจากบริษัทที่ได้รับการยอมรับเชื่อถือได้ ด้านช่องทางการจำหน่ายควรเน้นเรื่องสภาพแวดล้อมภายในร้านต้องมีความสะอาด ตามสุขอนามัยบุคลากรเภสัชกรหรือคนขายยาต้องมีความรู้เกี่ยวกับสุขภาพสามารถให้คำปรึกษาได้

ปัจจัยด้านพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ซื้อยาจากร้านขายยาน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน บุคคลที่มีผลต่อการซื้อยาจากร้านขายยาส่วนใหญ่คือตนเองประเภทสินค้าที่ซื้อบ่อยที่สุดจากร้านขายยาคือยารักษาโรค ซึ่งกลุ่มยาแก้ปวดและยาลดไข้เป็นกลุ่มที่ได้รับการนิยมสูงสุด ช่วงเวลาที่ซื้อยาจากร้านขายยาส่วนใหญ่คือ 18.01-21.00น. ซึ่งค่าใช้จ่ายด้านยาแต่ละครั้งน้อยกว่า 200 บาท จากพฤติกรรมของผู้บริโภคส่วนใหญ่ทำให้ผู้ประกอบการร้านขายยานำมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยจัดหายารักษาโรคให้ครอบคลุมไปถึงกลุ่มยาลดไข้ แก้ปวด และช่วงเวลาเปิดกิจการหรือจัดหาบุคคลกรมาเพิ่มในช่วงเวลา 18.01-21.00น. เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านขายยาในจังหวัดนครนายก ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาจากร้านขายยาในจังหวัดนครนายก

ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพจากร้านขายยา อาจเพราะยาเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคคาดหวังในเรื่องของผลลัพธ์ของการรักษา ซึ่งหลังจากบริโภคยาผู้บริโภคจะเห็นผลลัพธ์ได้อย่างรวดเร็ว อาจทำให้ผู้บริโภคเลือกผลิตภัณฑ์ที่มาจากผู้ผลิตที่ได้รับการยอมรับ ฉลากและลักษณะบรรจุภัณฑ์มีความเชื่อถือ ต้องการได้รับยาที่มีคุณภาพหรือผลิตภัณฑ์ที่เคยบริโภคอยู่แล้วแล้วได้ผลลัพธ์ที่ดีหรือประทับใจจากเมื่อครั้งก่อน สอดคล้องกับงานวิจัยของ อานนท์ ศรีพงษ์ (2556) ซึ่งศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ทั้งในเรื่องของคุณภาพมาตรฐาน ลักษณะบรรจุภัณฑ์ มีความสำคัญต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาในระดับมาก นอกจากนี้ความสะอาดและเหมาะสมของร้าน รวมทั้งชนิด ประเภทของยาในร้านที่มีหลากหลายก็ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคด้วย และสอดคล้องกับงานวิจัยของวารี สุทักษิณา (2558) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาในร้านขายยาแผนปัจจุบันในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยา ในด้านการมีรายละเอียดที่ชัดเจนบนบรรจุภัณฑ์ของร้าน การขายยาที่มีมาตรฐานและปลอดภัย การขายยาหลายรายการครอบคลุมทุกโรค และการขายยาหลากหลายยี่ห้อ

ด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อกับการตัดสินใจซื้อยาจากร้านขายยาในจังหวัดนครนายก อาจเพราะผู้บริโภคต้องการข้อมูลเพิ่มเติม เกี่ยวกับยารักษาโรค ผลิตภัณฑ์สุขภาพจากเภสัชกร รวมไปถึงคำแนะนำ เพราะเป็นความรู้ดังกล่าวเป็นความรู้เฉพาะ จึงต้องมาจากบุคลากรทางการแพทย์ที่มีความรู้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมประสงค์ แตงพลอย (2553) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ด้านการส่งเสริมการขายมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภค เนื่องจากพฤติกรรม ทำให้มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ

ด้านราคา พบว่ามีผลต่อกับการตัดสินใจซื้อยาจากร้านขายยาในจังหวัดนครนายก เนื่องจากผู้บริโภคต้องการสินค้าที่มีราคาสินคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับประโยชน์ที่ได้รับ ราคาสินเหมาะสมกับคุณภาพ มีป้ายแสดงราคาของสินค้าที่แสดงชัดเจน และสินค้ามีราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับร้านอื่น ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมประสงค์ แตงพลอย (2553) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ด้านราคาส่วนใหญ่ไม่มีผลต่อกับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอพระประแดงจังหวัดสมุทรปราการ

6. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านประชากรศาสตร์จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ซื้อเพศหญิงมีการตัดสินใจซื้อยามากกว่าเพศชาย รวมทั้งช่วงอายุ การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้ประกอบการควรเลือกยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เช่นวิตามินบำรุงผิว อาหารเสริมควบคุมน้ำหนักสำหรับเพศหญิง อาหารเสริมสำหรับแต่ละช่วงวัยโดยเน้นที่ช่วงอายุ 21-40 ปีเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในกลุ่มนี้

2. ด้านพฤติกรรมการซื้อยาจากการศึกษาพบว่า (1) ความถี่ในการซื้อยาของผู้บริโภคส่วนใหญ่น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือนและมีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาจากร้านยามากกว่ากลุ่มที่ซื้อเดือนละ 1-3 ครั้งต่อเดือน ซึ่งผู้บริโภคกลุ่มนี้ถือเป็นผู้บริโภคส่วนมากจึงควรปรับปรุงเรื่องภาพลักษณ์รูปแบบของร้าน รวมไปถึงการบริการที่ดีให้เกิดความประทับใจ ซึ่งการสร้างภาพจำที่ดีแก่ผู้บริโภคกลุ่มนี้ จะทำให้ผู้บริโภคยังคงนึกถึงแม้จะมาใช้บริการไม่บ่อยนัก (2) ประเภทสินค้ากลุ่มยารักษาโรคยังคงเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคมาซื้อจากร้านขายยาบ่อยที่สุด ผู้ประกอบการจึงควรเน้นเรื่องคุณภาพของยา ความหลากหลายของยารักษาโรค เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจหลังได้รับยาที่มีคุณภาพและสามารถรักษาโรคให้หายได้ (3) ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อแต่ละครั้งพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ ใช้จ่ายเฉลี่ยน้อยกว่า 200 บาท ผู้ประกอบการจึงควรเลือกยาที่ราคาอยู่ในระดับปานกลาง ไม่สูงมากจนเกินไป และเพิ่มผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่มีราคาไม่สูงมากนัก เพื่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น (4)ช่วงเวลาที่ได้ผู้บริโภคซื้อยาจากร้านขายยามากที่สุดคือช่วงเวลา 18.01-21.00น. ซึ่งในเวลานี้ผู้ประกอบการอาจเพิ่มผู้ให้บริการ เช่นเพิ่มพนักงานขายเพื่อให้ข้อมูลและดูแลผู้บริโภคอย่างทั่วถึงหรือกำหนดเวลาเปิด-ปิดร้านให้คลอบคลุมช่วงเวลาดังกล่าวด้วย

3. ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในร้านขายยา โดยควรคำนึงถึงคุณภาพของของยา ให้เป็นไปตามมาตรฐานหรือเหนือกว่ามาตรฐานและต้องมีประสิทธิภาพดีเพื่อให้ตอบโจทย์ของผู้บริโภคที่ต้องการยาที่มีประสิทธิภาพดี ฉลากและลักษณะบรรจุภัณฑ์ มีความน่าเชื่อถือ และเลือกสรรค์สินค้ามาจาก

ผู้ผลิตที่สามารถเชื่อถือได้ รวมไปถึงการสรรหา สินค้าที่มีความหลากหลายให้เลือกซื้อ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกและตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้ควรจัดให้มีความหลากหลายของยาวิตามินผลิตภัณฑ์ อาหารเสริม ยาสมุนไพร และอุปกรณ์ทางการแพทย์ เป็นต้น เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างตรงตามความต้องการ

4. ด้านราคา ผู้ประกอบการควรมีมีการตั้งราคาสินค้าให้เหมาะสมกับคุณภาพ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจและควรมีการแสดงรายละเอียดของราคาการให้บริการชัดเจน และคิดค่าสินค้าและมีราคาที่เหมาะสมและใกล้เคียงกับราคาตลาด และถ้าจะให้ตรงตามความต้องการของลูกค้ามากที่สุดก็ควรจะจัดให้มีความหลากหลายของระดับราคาการให้บริการเพื่อให้ลูกค้าได้เลือกรับบริการ

5. ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการควรจัดให้มีเภสัชกรที่มีความรู้ความสามารถ เกี่ยวกับสุขภาพสามารถให้คำปรึกษาด้านสุขภาพได้ เนื่องจากผู้บริโภคให้ความสำคัญระดับมากที่สุดนอก จากนั้นผู้ประกอบการยังควรมีการเพิ่มความรู้ความสามรถ ของเภสัชกรให้มีความรู้เกี่ยวกับสุขภาพสามารถให้คำแนะนำเกี่ยวกับโรคได้ พร้อมทั้งเพิ่มการพัฒนาเกี่ยวผลิตภัณฑ์สุขภาพอื่น ๆ อย่างสม่ำเสมอ และจจัดให้มีเอกสารให้ความรู้และเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น มีบริการหลังการขาย เช่นเพิ่มเบอร์โทรศัพท์ติดต่อหากมีข้อสงสัยเพิ่มเติมหรือ เพิ่ม แอฟพลิเคชั่นไลน์ เพื่อให้ลูกค้าสามารถสอบถามหากมีข้อสงสัย เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาข้อมูลเชิงลึกในลายละเอียด ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง เกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อยา โดยแยกกลุ่มยารักษาโรคให้มากขึ้น เพื่อนำมาพัฒนาสินค้าประเภทยาที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อจากร้านขายยาในจังหวัดนครนายก

2. ควรศึกษาพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาประเภทต่าง ๆ ที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้น เช่นร้านขายยาที่มีเภสัชกรอยู่ประจำร้านตลอดเวลาทำการ หรือร้านขายยาประเภทอื่นที่ไม่มีเภสัชกรอยู่ประจำการ เนื่องจากผู้บริโภคในจังหวัดนครนายกส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเรื่องคนขายยาและการให้คำปรึกษาจากคนขายยา

3. ควรศึกษาภาวการณ์แข่งขันของร้านขายยาในพื้นที่เขตกรุงเพทมหานครและจังหวัดใกล้เคียงเพื่อนำมาเปรียบเทียบกลยุทธ์และปรับปรุงการส่งเสริมการตลาดให้ทันสมัยและให้บริการที่เข้าถึงประชาชนได้มากที่สุด

เอกสารอ้างอิง

กัลยา วานิชบัญชา. (2544). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติเพื่อการตัดสินใจ* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

รัชนีวรรณ เถาว์อั้น. (2554). *พฤติกรรมการเลือกร้านขายยาแผนปัจจุบันของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดกระบี่* (Unpublished Independent study). มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี, สุราษฎร์ธานี.

วารี สุทักษิณา. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาในร้านขายยาแผนปัจจุบัน ในเขตกรุงเทพมหานคร* (Unpublished Independent study). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ปทุมธานี.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2557). ธุรกิจร้านขายยา. กรุงเทพฯ:ศูนย์วิจัยกสิกรไทย.

สมประสงค์ แตงพลอย (2553). *พฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอ พระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ* (Unpublished Independent study).มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.

อานนท์ ศรีพงษ์. (2556) *พฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์จังหวัดสระแก้ว* (Unpublished Independent study). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.