

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภค
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท

**Factors Affecting the Decision to Use Pharmacy Services
for Consumers in Muang District, Chainat Province**

อารียา มั่นอ่วม และ ชิตตะวัน ชนะกุล

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Areeya Manaum and Chittawan Chanagul

Kasetsart University, Thailand

Corresponding Author, E-mail: areeya.mana@ku.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1.เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท 2.เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท โดยใช้ข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน เครื่องมือทางสถิติที่ใช้ได้แก่ จำนวน ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีช่วงอายุ 41-50 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 40,000 บาท และมีพฤติกรรมผู้บริโภคส่วนใหญ่ เข้าร้านขายยาเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์ยารักษาโรค ใช้บริการช่วงเวลา 09.01 – 12.00 น. ความถี่ที่เข้าใช้บริการเฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง จำนวนเงินที่ใช้บริการต่อครั้ง 100 - 250 บาท ส่วนใหญ่ใช้บริการร้านขายยาแบบร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern trade) เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านค้าสะดวกซื้อ ฯลฯ มีวัตถุประสงค์ที่เข้าใช้บริการคือ ต้องการรักษาโรค/ป้องกันโรค จากการเจ็บป่วย/ได้รับอุบัติเหตุ มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ คือ เกสซักร รวมถึงกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะซื้อผลิตภัณฑ์ที่ร้านขายยาให้แก่ พ่อ แม่ ลุง ป้า น้า อา และเลือกใช้บริการร้านขายยาที่ตั้งอยู่บริเวณตลาด

ผลการศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาพบว่า ด้านอายุ และด้านอาชีพ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: ร้านขายยา; การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา

Abstracts

The purposes of the research were to 1) study demographic factors affecting consumer decision to use the pharmacy in Mueang district, Chainat province 2) study the marketing mix factors affecting consumer decision to use the pharmacy in Mueang district, Chainat province. The questionnaires were collected from 400 consumers. The data derived was analyzed by using frequency, percentage, mean, standard deviation and Multiple Regression.

The findings showed that most of the samples were male, aged 41-50 years, having a bachelor degree. Their occupations are civil servants/state enterprises, and they have an average monthly income of 20,001-40,000 baht. Most consumers used the modern pharmacy service such as supermarkets and convenience stores from 09.01 a.m. to noon. The frequency of using the service was an average of once a month, and the amount used is 100 - 250 baht per time. The purpose of using the service was to cure disease/illness/accident. Most of the samplings would buy medicines for their family members to treat their illnesses. Pharmacists influence consumer decision, including the location of pharmacies in the market area.

The results showed that demographic factors affecting consumer decision to use the pharmacy were age and occupation that affected to use the pharmacy at a statistical significance and the marketing mix factors affecting consumer decision to use the pharmacy were products, people, and service processes that affected to use the pharmacy at a statistical significance.

Keywords: Pharmacy; Deciding when choosing a pharmacy service

บทนำ

ธุรกิจร้านขายยาถือกำเนิดขึ้นเพื่อตอบโจทย์ที่กล่าวว่า “ยาคือปัจจัยสำคัญ 1 ใน 4 ของมนุษย์” เพราะเมื่อใดที่มีการเจ็บป่วยเล็กน้อย ประชาชนทั่วไปย่อมมองหาการรักษาอาการเบื้องต้นก่อนเป็นอันดับแรก ร้านขายยาจึงเป็นหนึ่งในธุรกิจบริการด้านสุขภาพที่อยู่ใกล้ชิดประชาชน ไม่เพียงแต่ทำหน้าที่การกระจายยาเท่านั้น แต่ยังมีความสำคัญเปรียบเสมือนเป็นที่พึ่งด้านสุขภาพของชุมชน สังเกตเห็นว่าร้านขายยาเกิดขึ้นมากมาย ยิ่งในแหล่งชุมชนใหญ่ชวยเดียวกันจะมีร้านขายยาดังอยู่หลายร้าน แม้ว่าจะมีร้านขายยาอยู่ก่อนแล้ว ก็มีโอกาสดูเห็นร้านขายยาเกิดขึ้นใหม่อยู่เสมอ นั่นแสดงให้เห็นว่า ธุรกิจร้านขายยายังคงเติบโตต่อไปได้ เนื่องจากเป็นสินค้าจำเป็นที่ยังมีความต้องการของผู้บริโภค

จากข้อมูลของศูนย์วิจัยกรุงศรีมีการคาดการณ์อุตสาหกรรมยาในประเทศไทยปี พ.ศ.2565-2566 มีมูลค่าจำหน่ายยาจะเติบโตขึ้น โดยมีปัจจัยสนับสนุน ดังนี้ 1) ปัจจัยแนวโน้มการเจ็บป่วยมีทิศทางเพิ่มขึ้น เป็นผลจากจำนวนผู้สูงอายุ ที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น สะท้อนการบริโภคยาในประเทศไทยมีแนวโน้มสูงขึ้น 2) ปัจจัยจำนวนผู้ป่วยต่างชาติมีแนวโน้มกลับมาใช้บริการมากขึ้น หากสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 สามารถคลี่คลายได้ ผนวกกับไทยยังมีจุดขายด้านคุณภาพการบริการและมาตรฐานการรักษา ขณะที่ค่าใช้จ่ายต่ำกว่าเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง ยิ่งดึงดูดให้ผู้ป่วยต่างชาติเดินทางมาใช้บริการ

รักษาพยาบาลในไทย มีส่วนหนุนความต้องการบริโภคยาเพิ่มขึ้นตามมา 3) ปัจจัยกระแสการใส่ใจสุขภาพของคนไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นหลังการระบาดของโควิด-19 คาดว่าจะมีความต้องการซื้อยาเพื่อรักษาอาการป่วยแม้เพียงเล็กน้อยเพิ่มขึ้น จากความกังวลในการระบาดของโรคใหม่ๆ สะท้อนการบริโภคยาในประเทศมีแนวโน้มสูงขึ้น จากการทบทวนวรรณกรรมในอดีตพบว่า ยังไม่มีการศึกษาวิจัยกลุ่มตัวอย่างประชากรในเขตอำเภอเมืองจังหวัดชัยนาท ซึ่งจังหวัดชัยนาทเป็นจังหวัดที่มีร้อยละผู้สูงอายุต่อจำนวนประชากรทั้งจังหวัด มีจำนวนมากที่สุดติดอันดับ 1 ใน 5 จังหวัดของประเทศไทย สอดคล้องกับปัจจัยแนวโน้มการเจ็บป่วยเพิ่มขึ้น ผลจากจำนวนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น ส่งผลให้การบริโภคมียาแนวโน้มสูงขึ้น ทำให้งานวิจัยฉบับนี้มีความแตกต่างจากงานวิจัยที่ผ่านมาในเรื่องของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษาและการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ตามช่วงเวลาดังที่กล่าวมาข้างต้น อีกทั้งผู้วิจัยได้เทียบสัดส่วนประชากรในจังหวัดชัยนาท ปี พ.ศ.2563 จำนวนทั้งหมด 322,477 คน กับข้อมูลสถิติใบอนุญาตประกอบธุรกิจเกี่ยวกับขายยาแผนปัจจุบัน ของจังหวัดชัยนาท ปี พ.ศ.2563 มีจำนวน 59 ราย พบว่าร้านขายยา 1 ร้าน รองรับผู้บริโภคจำนวน 5,465 คน

จึงทำให้ผู้วิจัยเกิดความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท เพื่อเป็นประโยชน์ด้านข้อมูลแก่ผู้ประกอบการกิจการธุรกิจร้านขายยา เภสัชกร และหน่วยงานราชการต่างๆ ที่ต้องการข้อมูลไปพัฒนาอุตสาหกรรมร้านขายยา รวมถึงผู้สนใจลงทุนทำธุรกิจร้านขายยา สามารถนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของประชากรในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท มีอายุ 18 ปีขึ้นไป และเคยใช้บริการร้านขายยาที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท การคำนวณขนาดตัวอย่างกรณีไม่ทราบขนาดประชากร ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยการอ้างอิงหลักเกณฑ์ของ W.G. Cochran (1953) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 คำนวณได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 384 ตัวอย่าง ครั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 ตัวอย่าง

2. เครื่องมือการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัยโดยดำเนินการ แบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้ **ตอนที่ 1** เป็นแบบคัดกรองคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 3 ข้อ เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่อยู่อาศัยหรือทำงาน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท มีอายุ 18 ปีขึ้นไป และเคยใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท **ตอนที่ 2** ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แบบสอบถามมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Closed Form) โดยให้เลือกเพียงคำตอบเดียว (Close Ended Question) โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ **ตอนที่ 3** พฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภค ลักษณะของคำถาม มี 2 รูปแบบ คือ รูปแบบคำถามปลายปิด (Closed Form) ให้เลือกเพียงคำตอบเดียว (Close Ended Question) และรูปแบบคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choices) โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค **ตอนที่ 4** การประเมินระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา โดยใช้แนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ เก็บข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและทัศนคติของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้เครื่องมือประเภทมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยชนิดคำถามเป็นแบบมาตราส่วน โดยแบ่งระดับความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ เป็นแบบสอบถามที่ใช้วัดระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท **ตอนที่ 5** การประเมินระดับความสำคัญของการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภค โดยใช้แนวคิดทฤษฎีกระบวนการในการตัดสินใจ เก็บข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและทัศนคติของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้เครื่องมือประเภทมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยชนิดคำถามเป็นแบบมาตราส่วน โดยแบ่งระดับความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามตามขั้นตอน โดยผู้วิจัยทำการแจกแบบสอบถาม จำนวน 400 ฉบับ เป็นการสำรวจผ่านช่องทางออนไลน์ (Online Survey) และตรวจสอบความถูกต้อง ความครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถาม แล้วนำข้อมูลไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

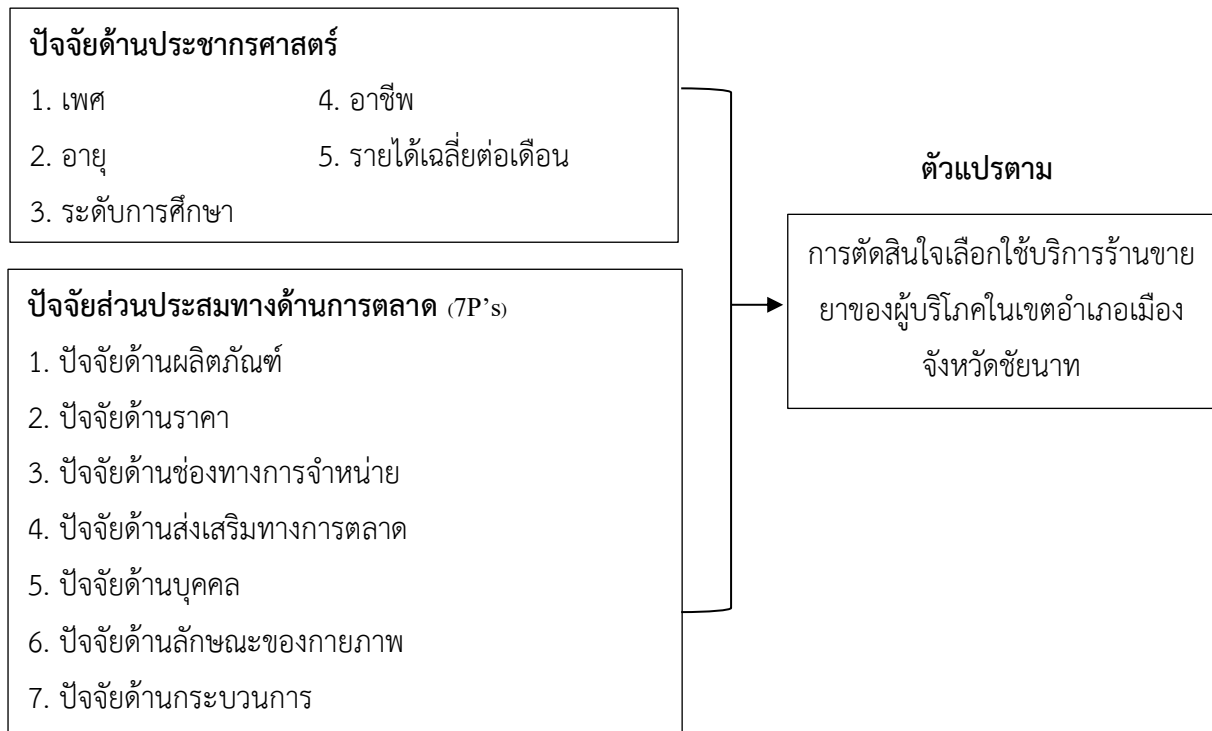
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ผู้ศึกษาจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติอย่างง่ายเปรียบเทียบเป็นค่าเฉลี่ย (Mean), ค่าร้อยละ (Percentage of frequency), ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standards Deviation) และการวัดตัวแปรที่ศึกษาด้วยมาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ เพื่อใช้วิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค และวิเคราะห์ตัวแปรปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

4.2 การวิเคราะห์สถิติเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) ผู้ศึกษาจะทำการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และข้อที่ 2

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่าเป็นเพศชาย ร้อยละ 57.5 โดยส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 40.2 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 37 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 68.3 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี 28.2 มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 33 รองลงมาคือ อาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ ร้อยละ 20.7 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-40,000 บาท ร้อยละ 68.3 รองลงมาคือ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท ร้อยละ 28.7

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่เข้าร้านขายยาเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์ยา รักษาโรค ร้อยละ 57.7 ใช้บริการช่วงเวลา 09.01 – 12.00 น. ร้อยละ 35.5 ความถี่ที่เข้าใช้บริการเฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง ร้อยละ 63.2 จำนวนเงินที่ใช้บริการต่อครั้ง 100 - 250 บาท ร้อยละ 55 ส่วนใหญ่ใช้บริการร้านขาย

ยาแบบร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern trade) เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านค้าสะดวกซื้อ ฯลฯ ร้อยละ 59.5 มีวัตถุประสงค์ที่เข้าใช้บริการคือ ต้องการรักษาโรค/ป้องกันโรค จากการเจ็บป่วย/ได้รับอุบัติเหตุ ร้อยละ 86.3 มีบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ คือ เกษีกร ร้อยละ 63.2 รวมถึงกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะซื้อผลิตภัณฑ์ที่ร้านขายยาให้แก่ พ่อ แม่ ลูก ป้า น้า อา ร้อยละ 55 และเลือกใช้บริการร้านขายยาที่ตั้งอยู่บริเวณตลาด ร้อยละ 51.5

3. ผลการศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท พบว่า

3.1 ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ค่า Sig. ของระดับอายุ 31-40 ปี (AGE_2) มีค่าเท่ากับ 0.008 น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ที่ 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ 31-40 ปี ส่งผลเชิงลบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับอายุ 41-50 ปี (AGE_3) มีค่าเท่ากับ 0.035 น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ที่ 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ 41-50 ปี ส่งผลเชิงลบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

3.2 ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ ค่า Sig. ของอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ (OCC_2) มีค่าเท่ากับ 0.020 น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ที่ 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และ ผู้บริโภคที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (OCC_3) มีค่าเท่ากับ 0.030 น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ที่ 0.05 หมายความว่า ผู้บริโภคที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

4. ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท พบว่า

4.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (PD) ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ที่ 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

4.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร (PP) ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ที่ 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านบุคลากร ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

4.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ (PC) ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.001 น้อยกว่าค่าระดับนัยสำคัญที่กำหนดไว้ที่ 0.05 หมายความว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยใช้สถิติ Multiple Regression

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.673	.174		3.864	.000
	SEX	.058	.031	.054	1.903	.058
	AGE_2	-.223	.084	-.199	-2.663	.008*
	AGE_3	-.194	.092	-.176	-2.113	.035*
	AGE_4	-.163	.096	-.117	-1.701	.090
	EDU_2	-.010	.035	-.008	-.282	.778
	EDU_3	.133	.087	.045	1.528	.127
	OCC_2	.131	.056	.094	2.328	.020*
	OCC_3	.163	.075	.081	2.181	.030*
	OCC_4	.078	.056	.072	1.402	.162
	INC_2	.022	.033	.019	.644	.520
	INC_3	.027	.092	.009	.295	.768
	INC_4	.138	.102	.040	1.355	.176
	PD	.217	.046	.222	4.692	.000*
	PR	-.005	.043	-.005	-.109	.913
	PL	.067	.040	.074	1.662	.097
	PMT	.060	.052	.064	1.149	.251
	PP	.256	.048	.275	5.317	.000*
	PED	.088	.062	.089	1.434	.152
	PC	.166	.052	.176	3.207	.001*

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ($p < .05$)

อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัยครั้งนี้ เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท สามารถอภิปรายผล ดังนี้

1. ผลการศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท พบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ ได้แก่ ด้านอายุ และด้านอาชีพ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านเพศ ระดับการศึกษา และรายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือน ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นาถชิดา ธนะฐากรกุล (2557 : 54) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อร้านขายยาในอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ผล

การศึกษาพบว่า เพศ ระดับการศึกษา และรายได้ที่ได้รับเฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านขายยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วชิรศักดิ์ อภิปัทธกานต์ (2559 : 4) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านเพศ ระดับการศึกษา และรายได้ ที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญสถิติที่ระดับ 0.05

2. ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชา ทิพย์พาวลัย (2559 : 35) ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกประเภทร้านขายยาระหว่าง ร้านขายยาทั่วไปและร้านขายยาแบบที่มีสาขาในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ในประเด็นความหลากหลายและความพร้อมของยาที่จัดไว้จำหน่าย ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านกระบวนการจัดการและบริการ สามารถอธิบายการตัดสินใจเลือกประเภทร้านขายยาระหว่างร้านขายยาทั่วไป และร้านขายยาแบบมีสาขา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรทัย แซ่จิ๋ว (2560 : 99) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความพอใจในการใช้บริการร้านขายยาที่มีหลายสาขา (CHAIN STORES) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ ส่งผลเชิงบวกต่อความพอใจในการใช้บริการร้านขายยาที่มีหลายสาขา (CHAIN STORE) ในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

จากผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการให้บริการ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ดังนั้น ร้านขายยาควรมีผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย เช่น ยา วิตามิน อาหารเสริม เป็นต้น มียี่ห้อ/ตราสินค้าให้เลือกซื้อ สินค้ามีคุณภาพ มีมาตรฐานของลักษณะบรรจุภัณฑ์ ตรวจสอบอายุของสินค้าที่วางจำหน่าย อีกทั้งร้านขายยาควรทำการคัดสรรพนักงานประจำร้านที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีบุคลิกภาพดี สามารถสื่อสารและให้คำแนะนำแก่ผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง และร้านขายยาควรมีการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ รายละเอียดทางเทคนิคอื่นๆ เพื่อให้พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างทันท่วงที รวมถึงร้านขายยาต้องควบคุมดูแลกระบวนการให้บริการของพนักงาน

ให้ผู้บริโภคได้รับความสะดวกในการรับบริการ มีพนักงานประจำร้านพร้อมให้บริการอยู่เสมอ ในขณะเดียวกัน ควรติดตาม ปรับใช้ และประเมินผลแผนการตลาดแต่ละแนวทางเพื่อเพิ่มยอดขาย และสร้างความสามารถในการแข่งขันต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในงานวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภค นอกเหนือจากพื้นที่จังหวัดชัยนาท เพื่อนำผลการศึกษามาเป็นข้อมูลประกอบในการวางแผนการให้บริการร้านขายยาให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศ และใช้วิธีการศึกษารูปแบบสัมภาษณ์ผู้บริโภค เพื่อให้ทราบความต้องการของผู้บริโภค รับทราบปัญหา และรับทราบอุปสรรคในการเข้ารับบริการร้านขายยาที่แท้จริง และนำไปวางแผนการให้บริการร้านขายยาอย่างตรงจุด

เอกสารอ้างอิง

- อรทัย แซ่จิ๋ว. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านขายยาที่มีหลายสาขา (CHAIN STORES) ในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์ และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วชิรศักดิ์ อภิปัทธกานต์. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยนานาชาติ แสตนฟอร์ด.
- วิชา ทิพย์พาวลัย. (2559). การตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกประเภทร้านขายยาระหว่างร้านขายยาทั่วไป และร้านขายยา แบบมีสาขา ในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ประยุกต์. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นาถชิดา ธนะฐากรกุล. (2557). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อร้านขายยาใน อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยศิลปากร.