

บทความวิจัย

คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์และส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อ
ความพึงพอใจซื้อวัตถุดิบเคมีภัณฑ์ยาออนไลน์

ฐิตาภา บุรติพาพงศ์ และสุทธิภัทร อัครวิชัยโรจน์

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด

อีเมล: 2103150004@students.stamford.edu, เบอร์โทร. 082-5656953

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาคุณภาพของบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจซื้อ 2. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจซื้อ ปัจจุบันธุรกิจ E-Commerce หรือธุรกิจการค้าทางอินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทมากขึ้นสำหรับอุตสาหกรรมยาควรเริ่มปรับตัวให้ทันกับยุคสมัยและสังคมปัจจุบัน วิธีการวิจัยเป็นเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม เป็นการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงที่ตรงตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ ได้แก่ ผู้ซื้อ เภสัชกร นักวิจัย และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อวัตถุดิบยาสำหรับอุตสาหกรรมยาแผนปัจจุบัน จำนวน 400 ราย วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS

จากงานวิจัยด้านคุณภาพของบริการอิเล็กทรอนิกส์พบว่าด้านการทำให้บรรลุเป้าหมาย ด้านความพร้อมของระบบ และด้านความเป็นส่วนตัว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการซื้อของอุตสาหกรรมวัตถุดิบยาในรูปแบบออนไลน์สำหรับส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่ายส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการซื้อของอุตสาหกรรมวัตถุดิบยาในรูปแบบออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ที่ระดับ 0.05 ($P < 0.05$)

คำสำคัญ: คุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์, ส่วนประสมทางการตลาด, ความพึงพอใจ

Received: December 9, 2022, **Revised;** December 16, 2022, **Accepted;** December 24, 2022

E-SERVICE QUALITY AND MARKETING MIX AFFECTING ON SATISFACTION IN ONLINE PURCHASING OF PHARMACEUTICAL RAW MATERIALS.

Thitapa Buratipapong and Sutthipat Assawavichairoj

Master of Business Administration, Stamford International University

Email: 2103150004@students.stamford.edu Tel. 082-5656953

Abstract

The objectives of this study 1. To study the quality of electronic services that affect purchase satisfaction. 2. To study the marketing mix that affects purchase satisfaction. Currently, E-Commerce business or The internet trading business has also played a greater role for the pharmaceutical industry. It should start to adjust to keep up with the current era and society. The research method is quantitative through a questionnaire. It is a purposive sample selection that meets the desired objectives, namely, purchasers, pharmacists, researchers and those involved in the purchase of pharmaceutical raw materials for the modern pharmaceutical industry, amounting to 400. The data obtained from the questionnaire was analyzed by using a statistical package. SPSS. The results of an electronic service quality. It was found that the System availability, Fulfillment and Privacy affect the purchasing satisfaction of pharmaceutical raw materials in online platform. For the marketing mix, Product and Place affect the purchasing customers satisfaction of pharmaceutical raw materials in online platform statistically significant at the level of 0.05 ($P < 0.05$).

Keywords: *E-SERVICE quality, Marketing mix, Satisfaction*

คำขอบคุณ (Acknowledgement): งานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด

บทนำ (Introduction)

อุตสาหกรรมการผลิตยาแผนปัจจุบันเป็นส่วนสำคัญที่มีความเกี่ยวข้องกับการรักษาสุขภาพให้กับผู้คนที่มีความสำคัญและมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยมีมูลค่าตลาดประมาณ 140,000 ล้านบาท แบ่งเป็นตลาดโรงพยาบาลและคลินิกประมาณ 100,000 ล้านบาทและตลาดร้านขายยา 40,000 ล้านบาท (ชมภูนุช, 2560) และในปัจจุบันได้เกิดการการแพร่ระบาดของ Covid-19 เป็นที่ทราบกันดีว่าโรงพยาบาลส่วนมากจะเต็มทำให้ผู้ป่วยเลือกวิธีการซื้อยาารับประทานเองเพื่อรักษาตามอาการเป็นอีกส่วนหนึ่งที่ทำให้มูลค่าตลาดยาเพิ่มสูงขึ้นถึงแม้ว่าในขณะนี้จำนวนผู้ติดเชื้อจะมีแนวโน้มลดน้อยลงแต่ผลกระทบหลังการติด Covid-19 คือ เมื่อคนที่หายจากการติดเชื้อดังกล่าวแล้วยังคงมีอาการหลงเหลืออยู่ เช่น อาการไอเรื้อรัง ปวดศีรษะ เป็นไข้ และอาการท้องเสียท้องอืด เป็นต้น (โรงพยาบาลรามคำแหง, 2564) จึงเป็นอีกกลุ่มที่ทำให้เกิดการขยายตัวของมูลค่าตลาดดังกล่าว จากข้อมูล

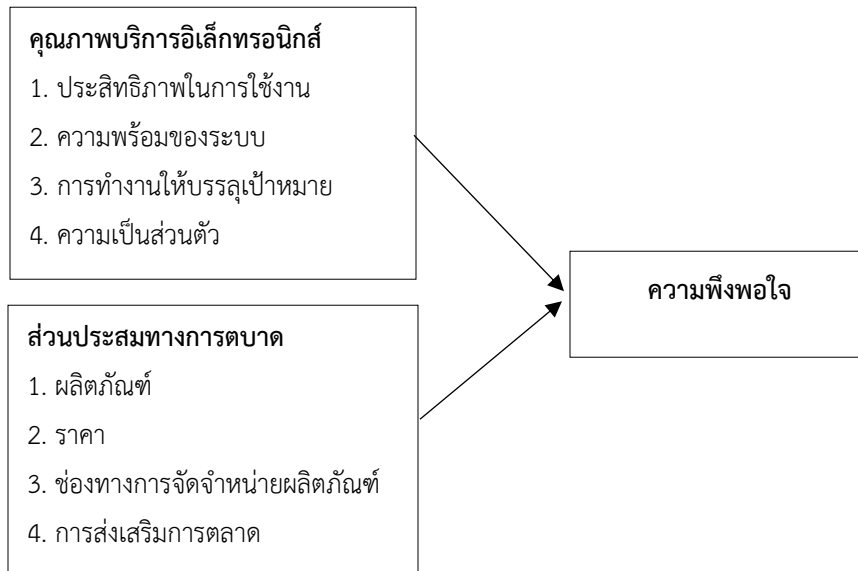
ข้างต้นทำให้เห็นว่าอุตสาหกรรมยาสามารถเติบโตต่อไปได้ เนื่องมาจากผู้คนส่วนใหญ่ยังต้องพึ่งพาและยังผู้ป่วยที่เป็นโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs) ยังคงจำเป็นต้องใช้ยาแผนปัจจุบันเพื่อรักษาโรคดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง และคาดว่าผู้ป่วยดังกล่าวจะมีแนวโน้มที่เพิ่มสูงขึ้นภายหลังที่ไทยเข้าสู่สังคมสูงอายุอย่างสมบูรณ์ในปีนี้ จึงส่งผลให้ยาในประเทศ ปี 2565 ยังคงขยายตัวต่อเนื่อง 3.0-5.0% เมื่อเทียบกับปี 2564 ที่ขยายตัว 2.5% (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2563) จะเห็นได้ว่าธุรกิจยาในประเทศไทยสามารถเติบโตขึ้นได้ จำเป็นต้องพึ่งพาอุตสาหกรรมการผลิตยาแผนปัจจุบัน สำหรับโครงสร้างอุตสาหกรรมยาแผนปัจจุบันแบ่งตามขั้นตอนการผลิตได้ 3 ชั้น ได้แก่ 1.ขั้นต้น (upstream industry) 2.ชั้นกลาง (midstream industry) และ 3.ชั้นปลาย (downstream industry) สำหรับอุตสาหกรรมยาแผนปัจจุบันในประเทศไทยจัดอยู่ในโครงสร้างขั้นตอนการผลิตขั้นปลาย (downstream industry) คือ การผลิตยาสำเร็จรูปโดยการนำเข้าวัตถุดิบเคมีภัณฑ์จากต่างประเทศทั้งที่เป็นตัวยาสาคัญ (Active Pharmaceutical Ingredients) เช่น Ibuprofen, PVP iodine, Metformin และสารช่วยในการผลิตยา (excipients) เพื่อนำมาผสมและเข้าสู่ขั้นตอนการผลิตยาตามแต่ละวิธีของยานั้นและได้ยาออกมาเป็นประเภทต่างๆ เช่น ยาเม็ด ยาน้ำ ยาฉีด เป็นต้น โดยประเทศไทยนำเข้าวัตถุดิบยาประมาณ 90% ของปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตยาสำเร็จรูปทั้งหมด สำหรับการเลือกวัตถุดิบเคมีภัณฑ์ต้องเลือกใช้วัตถุดิบที่ได้รับรองมาตรฐานตามหลัก The United States Pharmacopeia (USP) หรือ EP chemicals (European Pharmacopoeia) เป็นต้น ที่เป็นหลักสากลและเป็นที่ยอมรับในการใช้ผลิตยา สำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมยา แบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐและบริษัทเอกชน โดยอุตสาหกรรมการผลิตยาแผนปัจจุบันในประเทศไทยมีจำนวนทั้งสิ้น 176 แห่ง โดยปรับปรุงล่าสุดเมื่อวันที่ 20 เมษายน 2565 ซึ่งทุกแห่งได้รับการรับรองว่าเป็นสถานที่ผลิตยาและได้รับการตรวจประเมินมาตรฐานตามหลักเกณฑ์

จากข้อมูลดังกล่าวมาทั้งหมดนั้นจะเห็นได้ว่าธุรกิจยาในประเทศไทยสามารถเติบโตและแข่งขันกับตลาดโลกได้ หากประเทศไทยสามารถพัฒนาศักยภาพการผลิตยาเพื่อลดการพึ่งพาการนำเข้ายาสำเร็จรูปจากต่างประเทศและเลือกวัตถุดิบเคมีภัณฑ์ยาที่ได้มาตรฐานจากผู้นำเข้าวัตถุดิบดังกล่าวเพื่อลดขั้นตอนการทำงานของอุตสาหกรรมยาแผนปัจจุบันและให้เวลาไปกับการวิจัยและพัฒนาตัวยาใหม่ๆ จะเป็นประโยชน์ให้กับผู้ที่ต้องการเป็นอย่างมากทั้งนี้ ทางผู้นำเข้าวัตถุดิบเคมีภัณฑ์ยาต้องการช่วยลดการทำงาน ลดค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเพื่อให้เป็นไปตามที่ทางรัฐบาลกำหนดและเพิ่มความสะดวกสบาย ความถูกต้องรวดเร็วและตอบสนองลูกค้ายุคใหม่โดยการให้ส่งสินค้าออนไลน์แทนเพราะในปัจจุบันประเทศไทยเริ่มเข้าสู่ยุคดิจิทัลมากขึ้นโดยสังเกตจากการมีคำสั่งซื้อออนไลน์เพิ่มมากขึ้นและผู้คนส่วนมากเริ่มหันมาสนใจและใส่ใจเทคโนโลยีมากยิ่งขึ้นโดยจากการเข้าถึงข้อมูลที่รวดเร็ว ง่ายดายและสะดวกต่อการใช้งานมากกว่า อีกทั้งในปัจจุบันธุรกิจ E-Commerce หรือ ธุรกิจซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทมากขึ้นโดยดูได้จากจากรายงานจากศูนย์วิจัยกสิกรปี 2564 ได้คาดว่าจะเติบโตขึ้นถึง 30% หรือมูลค่า 300,000 ล้านบาทเมื่อเทียบกับปี 2564 (ศูนย์วิจัยกสิกร, 2565) ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจในการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยอย่างการสั่งซื้อออนไลน์ในปัจจุบันมาปรับใช้ในการทำวิจัยในครั้งนี้แต่ทั้งนี้จำเป็นต้องทราบถึงปัจจัยคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ก่อนจึงได้เลือกตัวแปรดังกล่าวมาใช้ในงานวิจัย สำหรับส่วนประสมทางการตลาดเพื่อเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดในการขายสินค้าเพื่อศึกษาว่าปัจจัยด้านใดที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความพึงพอใจต่อการสั่งซื้อวัตถุดิบเคมีภัณฑ์ยาในรูปแบบออนไลน์

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า Parasuraman et al (2005) ได้พัฒนาเครื่องมือเพื่อการประเมินคุณภาพการบริการเว็บไซต์ ซึ่งประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ประสิทธิภาพในการใช้งาน, ความพร้อมของระบบ, การทำให้บรรลุเป้าหมาย และ ความเป็นส่วนตัว และถูกนำมาประยุกต์ใช้กับงานวิจัยอย่างแพร่หลายในหลากหลายกลุ่มอุตสาหกรรม โดยส่วนใหญ่เป็นทางด้านธุรกิจออนไลน์ สำหรับส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือด้านการตลาดที่สำคัญโดยต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ได้แก่ ผลิภัณฑ์, ราคา,

ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และการส่งเสริมการตลาด (Kotler, 1997) เพื่อสร้างประโยชน์และคุณค่าให้กับผู้บริโภคและส่งผลทำให้ธุรกิจบรรลุเป้าหมายตามที่ตั้งไว้ได้ ดังนั้นการศึกษาวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อความพึงพอใจซื้อวัตถุดิบเคมีภัณฑ์ยาออนไลน์และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจซื้อวัตถุดิบเคมีภัณฑ์ยาออนไลน์ซึ่งเป็นข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญและเพื่อให้ได้ข้อมูลพื้นฐานที่จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์และใช้ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดและเป็นประโยชน์ต่อไปในอนาคต

กรอบแนวคิดการวิจัย



วัตถุประสงค์ (Objective of the Research)

1. เพื่อศึกษาคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจซื้อวัตถุดิบเคมีภัณฑ์ยาสำหรับอุตสาหกรรมการผลิตยาแผนปัจจุบันในประเทศไทยในรูปแบบออนไลน์
2. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจซื้อวัตถุดิบเคมีภัณฑ์ยาสำหรับอุตสาหกรรมการผลิตยาแผนปัจจุบันในประเทศไทยในรูปแบบออนไลน์

วิธีวิจัย (Research Methodology)

งานวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative) การศึกษาในครั้งนี้จะเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Analysis) ผ่านเครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการสั่งซื้อวัตถุดิบเคมีภัณฑ์ยาของอุตสาหกรรมการผลิตยาแผนปัจจุบันในประเทศไทย เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sample) ซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ ได้แก่ จัดซื้อ เกสซ์กร นักวิจัย และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการสั่งซื้อวัตถุดิบเคมีภัณฑ์ยาของอุตสาหกรรมการผลิตยาแผนปัจจุบันในประเทศไทยจำนวน 400 คน โดยหาจากการใช้ สูตรของ W.G.cochran การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการเตรียมแบบสอบถามที่ประกอบด้วย 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามและลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ความถี่ในการสั่งซื้อสินค้าวัตถุดิบเคมีภัณฑ์ยา และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ประสิทธิภาพในการใช้งาน ความพร้อมของระบบ การทำให้บรรลุเป้าหมาย และ ความเป็นส่วนตัว

ส่วนที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และการส่งเสริมการขาย

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจซื้อวัตถุดิบเคมีภัณฑ์ยาสำหรับอุตสาหกรรมการผลิตยาแผนปัจจุบันในประเทศไทยในรูปแบบออนไลน์

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดย

1.หาความเที่ยงตรง (Validity) สำหรับงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามขึ้นเองโดยมีการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและปรับปรุงคำถามให้สอดคล้องกับงานวิจัย โดยการตรวจสอบคำถามและพิจารณาให้ตรงกับเนื้อหาให้ครอบคลุมและเกี่ยวข้องกับหัวข้อวิจัยในทุกประเด็นตามตัวแปรที่กำหนด

2.การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) มีค่าใกล้เคียง 1 และไม่ต่ำกว่า 0.70 (Hair et al., 2006) ซึ่งผลของค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของกลุ่มตัวอย่างเป็นไปตามเกณฑ์สามารถนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจริงได้

3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การเปรียบเทียบสัมประสิทธิ์การตัดสินใจระหว่างตัวแปร t-test และ F-test

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล (Research Conclusions and Discussion)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามผลรายงานของผู้ตอบแบบสอบถาม 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง พบว่าอายุระหว่าง 31-40 ปีมีจำนวนมากที่สุด โดยการศึกษาส่วนมากอยู่ระดับการศึกษาปริญญาตรี และพบว่าผู้ทำแบบสอบถามมีความถี่ในการสั่งซื้อสินค้าวัตถุดิบเคมีภัณฑ์ยา 4-5 ครั้งต่อเดือนมากที่สุดอยู่ที่จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 รองลงมามีความถี่ในการสั่งซื้อสินค้าวัตถุดิบเคมีภัณฑ์ยามากกว่า 5 ครั้งต่อเดือน จำนวน 119 คน หรือ คิดเป็นร้อยละ 29.75

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลต่อความความพึงพอใจซื้อวัตถุดิบเคมีภัณฑ์ยาออนไลน์

ตารางที่ 1 การตรวจสอบค่า Collinearity ของคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic service quality) ดังนี้

ตัวแปรอิสระ	Tolerance	VIF
ประสิทธิภาพในการใช้งาน	0.287	3.484
ความพร้อมของระบบ	0.108	9.237
การทำให้บรรลุเป้าหมาย	0.172	5.827
ความเป็นส่วนตัว	0.294	3.399

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 พบว่าผลการตรวจสอบค่า Collinearity ของคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic service quality) มีค่า Tolerance ไม่น้อยกว่า 0.1 หรือ มีค่า VIF น้อยกว่า 10 ซึ่งหมายความว่า เป็นค่าที่ยอมรับได้ของตัวแปรอิสระจะไม่มีสภาพที่

เกิดสหสัมพันธ์หรือไม่มีความสัมพันธ์กันเอง หรือไม่เกิด Multicollinearity ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกันเอง จึงสามารถนำตัวแปรอิสระทั้ง 4 สมมติฐานย่อย มาทำการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic service quality) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจซื้อวัตถุดิบเคมีภัณฑ์ยาสำหรับอุตสาหกรรมการผลิตยาออนไลน์ จำนวน 400 ตัวอย่าง ดังนี้

Multiple Regression ตัวแปรอิสระ	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	0.852	0.129		6.617	0.000*
ประสิทธิภาพในการใช้งาน	0.044	0.057	0.042	0.772	0.440
ความพร้อมของระบบ	0.292	0.083	0.308	3.493	0.001*
การทำให้บรรลุเป้าหมาย	0.290	0.064	0.319	4.547	0.000*
ความเป็นส่วนตัว	0.173	0.048	0.194	3.628	0.000*

R = 0.816, R-Sq = 0.667, R-Sq (Adj) = 0.663, SEE = 0.375, F = 197

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่าปัจจัยของคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic service quality) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจซื้อวัตถุดิบเคมีภัณฑ์ยาออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ความพร้อมของระบบ (Sig. = 0.001) การทำให้บรรลุเป้าหมาย (Sig. = 0.000) และ ความเป็นส่วนตัว (Sig. = 0.000) ในขณะที่ปัจจัยที่ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจซื้อวัตถุดิบเคมีภัณฑ์ยาออนไลน์ ได้แก่ ด้านประสิทธิภาพในการใช้งาน

จากผลการวิเคราะห์พบว่าตัวแปรของคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic service quality) ทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย ประสิทธิภาพในการใช้งาน ความพร้อมของระบบ การทำให้บรรลุเป้าหมาย และ ความเป็นส่วนตัว สามารถอธิบายตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจซื้อวัตถุดิบเคมีภัณฑ์ยาออนไลน์ได้ 67% ที่เหลืออีก 33% อาจจะมาจากปัจจัยอื่นๆ

ตารางที่ 3 การตรวจสอบค่า Collinearity ของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

ตัวแปรอิสระ	Tolerance	VIF
ผลิตภัณฑ์	0.316	3.165
ราคา	0.119	8.408
ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์	0.135	7.381
การส่งเสริมการขาย	0.527	1.896

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่าผลการตรวจสอบค่า Collinearity ของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) มีค่า Tolerance ไม่น้อยกว่า 0.1 หรือ มีค่า VIF น้อยกว่า 10 ซึ่งหมายความว่า เป็นค่าที่ยอมรับได้ของตัวแปรอิสระจะไม่มีสภาพที่เกิดสหสัมพันธ์หรือไม่มีความสัมพันธ์กันเอง หรือไม่เกิด Multicollinearity ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกันเอง จึงสามารถนำตัวแปรอิสระทั้ง 4 สมมติฐานย่อย มาทำการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ได้ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจซื้อผลิตภัณฑ์เคมีภัณฑ์ยาออนไลน์ จำนวน 400 ตัวอย่าง ดังนี้

Multiple Regression ตัวแปรอิสระ	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	0.483	0.142		3.407	0.001*
ผลิตภัณฑ์	0.672	0.048	0.702	14.026	0.000*
ราคา	-0.100	0.078	-0.104	-1.280	0.201
ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์	0.212	0.078	0.208	2.722	0.007*
การส่งเสริมการขาย	0.081	0.042	0.075	1.924	0.055

R = 0.829, R-Sq = 0.687, R-Sq (Adj) = 0.684, SEE = 0.363, F = 217

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ที่ส่งผลต่อความความพึงพอใจซื้อผลิตภัณฑ์เคมีภัณฑ์ยาออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Sig. = 0.000) ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Sig. = 0.007) ในขณะที่ปัจจัยที่ไม่ส่งผลต่อความความพึงพอใจซื้อผลิตภัณฑ์เคมีภัณฑ์ยาออนไลน์ ได้แก่ ด้านราคาและด้านการส่งเสริมการขาย จากผลการวิเคราะห์พบว่าตัวแปรของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ทั้ง 4 ด้าน ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์, ราคา, ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และ การส่งเสริมการขาย สามารถอธิบายตัวแปรตามคือความพึงพอใจซื้อผลิตภัณฑ์เคมีภัณฑ์ยาออนไลน์ได้ 68% ที่เหลืออีก 32% อาจจะมาจากการปัจจัยอื่นๆ

อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์และส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความพึงพอใจซื้อวัตถุดิบเคมีภัณฑ์ยาออนไลน์ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจซื้อวัตถุดิบเคมีภัณฑ์ยาออนไลน์พบว่าคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์

ด้านการทำให้บรรลุเป้าหมาย (Fulfillment) ส่งผลต่อความพึงพอใจซื้อวัตถุดิบเคมีภัณฑ์ยา โดยเห็นว่าผลลัพธ์ที่ได้จากการทำงานของเว็บไซต์ตรงตามที่ขอหรือมีการยืนยันข้อมูลคำสั่งซื้อหรือการทำรายการต่างๆ เช่น ระบบแจ้งผลผ่าน E-mail หรือ SMS ทำให้ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจซื้อซึ่งมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ เว็บไซต์มีสินค้าจริงตามที่แสดงในระบบและได้รับสินค้าตรงตามที่เสนอในเว็บไซต์และมีความน่าเชื่อถือซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ ขนิษฐา ศาलगาม (2562) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยด้านคุณภาพให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร” จากผลการศึกษาพบว่าด้านที่มีอิทธิพลที่มีต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่านระบบธุรกรรมออนไลน์ของธนาคารกสิกรไทยมากที่สุด คือ ด้านการทำให้บรรลุผลสำเร็จ (Fulfillment) เป็นความสามารถในการนำเสนอบริการตามที่ได้เผยแพร่ และการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้เป็นด้านที่ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจมากที่สุด ผู้วิจัยจึงเห็นว่าธนาคารควรพัฒนาระบบธุรกรรมออนไลน์ให้สามารถรายงานสถานะหรือผลการทำรายการได้ถูกต้องและรวดเร็วโดยมีการยืนยันข้อมูลการทำรายการต่าง ๆ

ด้านความพร้อมของระบบ (System Availability) ส่งผลต่อความพึงพอใจซื้อวัตถุดิบเคมีภัณฑ์ยาในรูปแบบออนไลน์ โดยเห็นว่าเว็บไซต์ต้องมีความพร้อมในการเข้าใช้งานอยู่เสมอและสามารถใช้งานได้ตลอดเวลาจนถึงความรวดเร็วในการเข้าสู่ระบบทำให้ผู้ใช้งานมีความพึงพอใจซื้อซึ่งมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ เว็บไซต์มีความเสถียรภาพและบริการได้อย่างต่อเนื่องไม่ทำงานผิดพลาดหรือหยุดทำงานเมื่อกำลังสั่งซื้อสินค้าอยู่ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ Jamia (2017) ได้ศึกษาเรื่อง “ผลกระทบของคุณภาพการให้บริการอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในประเทศอินเดีย” ผลการศึกษาพบว่าด้านความพร้อมของระบบ (System Availability) เกี่ยวข้องกับความถูกต้องในการทำงานของเว็บไซต์ มีผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy) ส่งผลต่อความพึงพอใจซื้อวัตถุดิบเคมีภัณฑ์ยาออนไลน์โดยเห็นว่าความปลอดภัยในการชำระค่าบริการเมื่อสั่งซื้อสินค้าในรูปแบบออนไลน์ เช่น มีการใช้รหัสผ่านก่อนการชำระเงินซึ่งมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ เว็บไซต์จะปกป้องข้อมูลเกี่ยวกับการทำธุรกรรมของ เช่น ข้อมูลบัตรเครดิต เป็นต้นซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัครเดช ปิ่นสุข (2557) ได้ศึกษาเรื่อง “การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศ คุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์และส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ (E-satisfaction) ในการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร” ผลการศึกษาพบว่า ด้านความเป็นส่วนตัว (Privacy) มีผลต่อความพึงพอใจในการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจซื้อวัตถุดิบเคมีภัณฑ์ยาออนไลน์พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ส่งผลต่อความพึงพอใจซื้อวัตถุดิบเคมีภัณฑ์ยาออนไลน์โดยเห็นว่าสินค้าที่จำหน่ายในรูปแบบออนไลน์มีความหลากหลายรูปแบบหลายยี่ห้อและสามารถตอบโจทย์ความต้องการได้ซึ่งมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ

สินค้าที่จำหน่ายมีคุณภาพและความปลอดภัยมากเพียงพอที่จะสามารถนำมาใช้ได้ เช่น มีการบอกวันหมดอายุและวิธีการเก็บสินค้าที่ชัดเจนซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ มะลิวรรณ ช่องงาม และ ภัทรารุณี โนรี (2564) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการสำหรับรีสอร์ทในจังหวัดนครนายก” ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 36-45 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมีรายได้ 20,001-40,000 บาท ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการ สำหรับรีสอร์ทในจังหวัดนครนายกในภาพรวมรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่ลูกค้าให้ความสำคัญอันดับแรก คือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมา ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านพนักงาน เมื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจส่วนประสมการตลาดบริการสำหรับรีสอร์ทโดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) ส่งผลต่อความพึงพอใจซื้อวัตถุดิบเคมีภัณฑ์ยาออนไลน์โดยเห็นว่าการสั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ควรมีการบริการจัดส่งครอบคลุมทุกพื้นที่และมีบริการเก็บเงินปลายทางหรือควรมีระบบชำระเงินด้วยระบบ QR Code เพื่อความสะดวกต่อการชำระสินค้าซึ่งมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ การมีช่องทางในการสั่งซื้อที่หลากหลายหรือสามารถเข้าถึงการสั่งซื้อได้ง่ายหากมีหลากหลายช่องทาง เช่น ทาง Official line, Facebook หรือ Social media อื่นๆ เป็นสิ่งที่ดีซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องงานวิจัยของ ยลธิดา รณกิตติ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดปัจจัยคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ และปัจจัยคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการใช้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์และ แอปพลิเคชันหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ MEB” พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ประโยชน์ที่ได้จากการวิจัย (Contribution of the Study)

1. เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจว่าจะพัฒนาการสั่งซื้อวัตถุดิบเคมีภัณฑ์ยาของอุตสาหกรรมการผลิตยาแผนปัจจุบันในประเทศไทยในรูปแบบออนไลน์จะมีปัจจัยทางคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ใดบ้างที่ทำส่งผลต่อความพึงพอใจกับการซื้อทางออนไลน์
2. เพื่อให้ทราบว่าส่วนประสมทางการตลาดตัวใดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจกับการสั่งซื้อทางออนไลน์สั่งซื้อวัตถุดิบยาออนไลน์ของอุตสาหกรรมยาแผนปัจจุบันในประเทศไทยมากที่สุดและนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดและสร้างยอดขายต่อไป
3. เพื่อเป็นประโยชน์ในด้านของข้อมูลคุณภาพบริการอิเล็กทรอนิกส์ของผู้ที่ต้องการขายสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทางต่างๆ
4. เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจซื้อวัตถุดิบเคมีภัณฑ์ยาสำหรับอุตสาหกรรมการผลิตยาแผนปัจจุบันในประเทศไทยในรูปแบบออนไลน์

เอกสารอ้างอิง (References)

ชนิษฐา ศาลางาม. (2562) ปัจจัยด้านคุณภาพให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผ่าน

- ระบบธุรกรรมออนไลน์ ของธนาคารกสิกรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิตปทุมธานี. ณิชภัทร มนเทียรวิเชียรฉาย. (2560). ปัจจัยด้านความพึงพอใจของลูกค้าที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการซ้ำในร้านเครื่องสำอางออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต. วิทยาลัยการจัดการ
- ชมภูณช. (2560). *Industry Monitor* อุตสาหกรรมยา. ธนาคารอมสิน. สืบค้นวันที่ 10 ตุลาคม 2565, จาก https://www.gsbresearch.or.th/wpcontent/uploads/2017/03/IN_drug_3_60_detail.pdf
- มะลิวรรณ ช่องงาม และภัทรารุณี โนรี. (2564). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการสำหรับรีสอร์ทในจังหวัด นครนายก. *วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*, 8(2), 104-117.
- ยลธิดา รัตนกิตติ. (2564). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยคุณภาพการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ และปัจจัยคุณภาพการแก้ไขปัญหาที่พบระหว่างการให้บริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์และแอปพลิเคชันหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ MEB. มหาวิทยาลัยรังสิต
- โรงพยาบาลรามคำแหง. (2021). รู้จัก " ลองโควิด (Long COVID) " อาการที่ตามมาหลังหายป่วยจากโควิด-19.โรงพยาบาลรามคำแหง – แพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางครบทุกสาขา. สืบค้นวันที่ 10 ตุลาคม 2565, จาก https://www.ram-hosp.co.th/news_detail/1400
- ศูนย์วิจัยกสิกร. (2564). B2C E-commerce กลุ่มสินค้า ปี'64 ขยายตัวกว่า 30%ผู้ประกอบการเผชิญภัยกำลังซื้อและการแข่งขันที่ยากขึ้น (กระแสทรรศน์ ฉบับที่ 3268). สืบค้นวันที่ 5 ตุลาคม 2565, จาก <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/E-commerce-z3268.aspx>
- อัครเดช ปิ่นสุข. (2558). การยอมรับเทคโนโลยีสารสนเทศคุณภาพการบริการอิเล็กทรอนิกส์และส่วนประสมการตลาด ในมุมมองของลูกค้าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ (E-satisfaction) ในการจองตั๋วภาพยนตร์ออนไลน์ผ่านระบบแอปพลิเคชันของผู้ใช้บริการในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2546). *การบริหารการตลาดกลยุทธ์และยุทธวิธี*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อนุชา ลังสุ้ย. (2560). ความภักดีในตราสินค้า ความพึงพอใจ และการรับรู้ถึงคุณภาพสินค้าที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำของก๊ฬาแบรนด์เนม ของประชากรในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระการศึกษาด้านหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E. & Tatham, R.L. (2006). *Multivariate data analysis*. (6th ed.). Pearson Prentice Hall: New Jersey..
- Jamia, M. I. (2017). *Impact of Internet banking service quality on customer satisfaction*. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 22(1). 1-17.
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management: Analysis, planning Implementation and control* (9th ed.). New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). E-S-QUAL: A multiple item scale for assessing electronic service quality. *Journal of Service Research*, 7(3), 213-233.