

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านขายยาแผนปัจจุบัน
ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน นาย นฤมิตร ญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์ อรชร มณีสงฆ์ ประธานกรรมการ
รองศาสตราจารย์ สิริเกียรติ รัชชานันติ กรรมการ
อาจารย์ อรพิน สันติธีรากุล กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านขายยาแผนปัจจุบัน ของผู้บริโภคใน
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ เพื่อหาปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการ
เลือกร้านขายยาของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ทำการศึกษาโดยการสัมภาษณ์ด้วยแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาจัดทำขึ้น สุ่มตัวอย่างแบบ
เฉพาะเจาะจงกับผู้ที่มาใช้บริการที่มีอายุเท่ากับหรือมากกว่า 30 ปี ที่ร้านขายยา 3 ท่าเลแตกต่างกัน
คือ ร้านขายยาในศูนย์การค้าหรือห้างสรรพสินค้า, ร้านขายยาบริเวณตลาดสด และร้าน
ขายยาทั่วไป ท่าเลละ 40 ตัวอย่าง รวมเป็นตัวอย่าง 120 ตัวอย่าง นำผลที่ได้มาวิเคราะห์หา
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านขายยาด้วยโปรแกรม spss/pc+ ใช้ค่าสถิติ อัตราร้อยละ,
ค่าความถี่, ค่าไค-สแควร์ และค่าเฉลี่ยเลขคณิตกับส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุอยู่ระหว่าง 30 ถึง 39 ปี จบการ
ศึกษาสูงที่สุดระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ระดับรายได้เดือนละ 5,001
ถึง 15,000 บาท

การศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านขายยาแผนปัจจุบันของผู้
ตอบแบบสอบถามเรียงตามลำดับความสำคัญได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ยา ปัจจัยด้านทำเล
ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการตกแต่ง ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ยกเว้นปัจจัยด้านผลิต
ภัณฑ์ที่ไม่ใช่ยาพบว่าไม่มีอิทธิพลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการเลือกร้านขายยา

ปัจจัยผลิตภัณฑ์ยา ผู้ตอบแบบสอบถามจะให้ความสำคัญกับ ความครบของผลิตภัณฑ์ยา ในแต่ละกลุ่มยา ความหลากหลายของกลุ่มยา และคุณภาพของยาตามลำดับ

ปัจจัยทำเลที่ตั้งของร้านขายยา พบว่าร้านขายยาทั่วไปเป็นร้านที่ผู้ตอบแบบสอบถาม สะดวกที่สุดที่จะใช้บริการ ร้านที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้าหรือห้างสรรพสินค้า และร้านขายยาบริเวณ ตลาดสดความสะดวกลดลงตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา พบว่าการมีป้ายแสดงราคาให้เห็นชัดเจนก่อนซื้อ มีผลสูงที่สุด รองลงมาคือ ราคาขายที่ต่ำกว่าท้องตลาด การต่อรองราคา และผู้ตอบแบบสอบถามจะไม่เลือกร้านที่ขายยาเต็ม ราคา สำหรับการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตไม่มีผลต่อการเลือกร้านขายยาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการตกแต่งร้านขายยา พบว่าความสะอาด การจัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่ สวยงาม แสงสว่างและป้ายชื่อหน้าร้าน มีผลมากที่สุด รองลงมาคือ ที่จอดรถ การจัดผังในร้าน ให้ใช้บริการได้สะดวก ร้านขนาดใหญ่ ระบบทำความเย็นในร้านและการจัดให้มีส่วนเลือกซื้อ สินค้าได้เอง มีผลตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าการพนักงานและการประชาสัมพันธ์เท่านั้นมีอิทธิพลต่อการเลือกร้านขายยา สำหรับการส่งเสริมการขายและการโฆษณาไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านขายยา ด้านการพนักงาน การมีเภสัชกรที่มีความสามารถและอยู่ประจำตลอดเวลาที่เปิด มีผลมากที่สุด การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี การแต่งกายที่เป็นระเบียบ และการมีผู้ช่วยเภสัชกรก็มีผลต่อการเลือกร้านขายยา ด้านการประชาสัมพันธ์นั้น การที่ร้านขายยาให้คำปรึกษาด้านสุขภาพแก่ผู้ตอบแบบสอบถามสำคัญที่สุด การจัดอบรมความรู้เรื่องสุขภาพให้ฟรีและการมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกมีผลรองลงมาตามลำดับ

การที่ร้านขายยาจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่ยา พบว่าเป็นปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านขายยาของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการทดสอบทางสถิติด้วยค่า ไค-สแควร์ พบว่าความแตกต่างกันของปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามทางด้าน การศึกษา อาชีพ และรายได้ ไม่มีผลทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกอิทธิพลของปัจจัยทางการตลาดต่อการเลือกร้านขายยาแตกต่างกัน

| | | | |
|-------------------------|--|----------------------|----------|
| Independent Study Title | Factors Effecting Customer In Drugstore Selection In Amphoe Muang Chiang Mai Province. | | |
| Author | Mr. Naroumit Pusa | | |
| M.B.A. | Business Administration | | |
| Examining Committee | Lecturer | Orachorn Maneesong | Chairman |
| | Associate Prof. | Sirikiat Ratchusanti | Member |
| | Lecturer | Orapin Santidhirakul | Member |

Abstract

The objective of the study on Factors Effecting Customer in Drugstore Selection in Amphoe Muang Chiang Mai Province is to identify the marketing influential factors of consumer toward their decision making in drugstore selection.

This study is a survey research. The data is based on questionnaires, collected from consumer as three different location of drugstores, drugstore in shopping arcade, drugstore in local fresh market and general drugstore by purposive sampling. Which ages are thirty and up and living in Amphoe Muang. Each location collect 40 sets of questionnaires. The result of questioners had evaluated by computer program spss/pc+ using statistic percentage, frequency, chi-square, arithmetic mean and standard deviation.

The majority of selected group who complete questionnaires were female, ages between 30 - 39 years. The Highest education level is Bachelor degree, most are employed in private sector and salary range between 5,001 - 15,000 baht.

The result from this study shown that factors effecting drugstore selection sequence are medicine product, location, price, decoration and promotion but non-medical product had no effect.

Medical product factor, the depth of product is the highest picked, product breath and quality are less important respectively.

Location factor, the general drugstores are more favor to selected group. Drugstore located in shopping arcade is less and drugstore located in local fresh market is the least favorite among the three choices.

Pricing factor, showing price and discount price are more founded by studied group and suggest price is not acceptable. The drugstore which accept credit card do not receive any favorable vote.

Decoration factor, sorting, signage are top of the list. Follow by parking space, air conditioned, big size drugstore and self service area.

Promotion factor, sale person and public relation are only two important factor in this category. Full-time high ability pharmacist is the most favorable choices under sale person topic. Any other choices such as good personal relationship, clean and neat look play as the minor role. Any drugstore which can provide recommendation or advice about health get more score.

The further studied found that any other drugstore which also sale non-medical product did not get any privilege selection.

The exam with chi-square had shown that personal factor such as education level, occupation and income did not influent the answer to the questionnaires.