

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

#### สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องทัศนคติที่มีต่อการจัดซื้อเวชภัณฑ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้ประกอบการร้านขายยาในจังหวัดสมุทรสาคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีต่อการจัดซื้อเวชภัณฑ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้ประกอบการร้านขายยาในจังหวัดสมุทรสาคร สามารถสรุปผลการศึกษาเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและกิจการ

ส่วนที่ 2 ทัศนคติของ ผู้ประกอบการร้านขายยาในจังหวัดสมุทรสาครต่อการจัดซื้อยาและเวชภัณฑ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

ส่วนที่ 3 สรุปลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการและกิจการร้านขายยาที่มีต่อแนวโน้มการใช้บริการการสั่งซื้อยาและอุปกรณ์การแพทย์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

ส่วนที่ 4 สรุปความพร้อมของผู้ประกอบการร้านขายยาในการจัดซื้อยาและเวชภัณฑ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจำแนกตามแนวโน้มการใช้บริการ

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและกิจการ

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้ประกอบการร้านขายยาในจังหวัดสมุทรสาคร ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 65 มีอายุระหว่าง 40-49 ปี ร้อยละ 41.7 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 66.7 และไม่ได้เป็นเกสักร ร้อยละ 70.0

ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีเครื่องคอมพิวเตอร์คิดเป็นร้อยละ 56.7 โดยที่เครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีส่วน ใหญ่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ ร้อยละ 79.4

กิจการร้านขายยาของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เปิดดำเนินการแบบเต็มเวลา ร้อยละ 91.7 ที่เปิดดำเนินการมา 11-20 ปีมากที่สุด ร้อยละ 30.0 ร้านที่มีสินค้าประเภทอื่นนอกจากยาและอุปกรณ์การแพทย์จำหน่ายในร้านด้วย ร้อยละ 78.3 ในร้านที่จำหน่ายสินค้าอื่นด้วย ส่วนใหญ่จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ร้อยละ 78.7 และมีรายได้จากสินค้าอื่นร้อยละ 1-20 ของยอดขายรวมทั้งร้าน ร้อยละ 68.3

การจัดซื้อยาและอุปกรณ์การแพทย์มีการสั่งซื้อส่วนใหญ่จากร้านขายส่งยามากที่สุด ร้อยละ 40.0 มียอดการสั่งซื้อต่อเดือน 20,001-50,000 บาท ร้อยละ 46.7 โดยการพบพนักงานขายยาเพื่อสั่งยาไม่มีเวลาที่แน่นอน ร้อยละ 60.0 พบว่าร้านส่วนใหญ่มีปัญหาในการสั่งซื้อยาและอุปกรณ์การแพทย์ ร้อยละ 70.0 ปัญหาเรื่องราคาสินค้าสูงกว่าที่ควรจะเป็น ร้อยละ 52.4 ถ้าสั่งซื้อยาและอุปกรณ์การแพทย์จากบริษัทจะมีระยะเวลาชำระค่าสินค้ามากกว่า 1 เดือนแต่ไม่เกิน 3 เดือนและมากกว่า 3 เดือนมากที่สุดเท่าๆกัน ร้อยละ 42.9 และจะได้รับสินค้าในเวลา 5-7 วันและ 8-14 วันมากที่สุดเท่าๆกัน ร้อยละ 35.7 แต่ถ้าสั่งซื้อยาและอุปกรณ์การแพทย์จากร้านขายส่งยาจะชำระค่าสินค้าโดยชำระสด ร้อยละ 40.0 และจะได้รับสินค้าในเวลา 2-4 วัน ร้อยละ 38.3

ส่วนที่ 2 ทศนคติของผู้ประกอบการร้านขายยาในจังหวัดสมุทรสาครต่อการจัดซื้อยาและเวชภัณฑ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

1. องค์ประกอบของทัศนคติด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Component)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ด้านคอมพิวเตอร์ ในระดับที่รู้พื้นฐานวิธีใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ แต่ไม่มากนักมากที่สุด ร้อยละ 48.3

ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตเป็น ร้อยละ 55.0 โดยผู้ที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตเป็น ทั้งหมดจะสามารถเปิดดูเว็บไซต์ได้

ในร้านของผู้ตอบแบบสอบถามนอกจากผู้ตอบแบบสอบถามแล้วส่วนใหญ่มีผู้อื่นใช้งานเครื่องคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตได้ ร้อยละ 81.7 โดยมีคู่สมรสใช้งานได้มากที่สุด ร้อยละ 36.7

ความรู้เรื่องอุปกรณ์ที่ใช้ในการสั่งซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต ผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีความรู้มากที่สุด ร้อยละ 43.3

ความรู้เรื่องลักษณะการสั่งซื้อสินค้าต่างๆผ่านอินเทอร์เน็ต ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้เป็นอย่างดี ร้อยละ 56.7

ผู้ตอบแบบสอบถามตระหนักว่า การสั่งซื้อยาและอุปกรณ์การแพทย์ผ่านอินเทอร์เน็ตมีประโยชน์ ในระดับปานกลาง มากที่สุด ร้อยละ 30.0

2. องค์ประกอบของทัศนคติด้านอารมณ์หรือความรู้สึก (Affective Component)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็น ต่อประโยชน์ของการสั่งซื้อยาและอุปกรณ์การแพทย์ผ่านอินเทอร์เน็ตในด้านผลิตภัณฑ์ในระดับเห็นด้วย โดยเรื่องที่มีผู้คิดว่ามีประโยชน์

มากที่สุดคือทำให้มียาและอุปกรณ์การแพทย์แต่ละชนิดจากหลายผู้ผลิตมาให้เลือกซื้อมากขึ้น และทำให้ทราบรายละเอียดด้านคุณสมบัติและส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดมากขึ้น

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็น ต่อประโยชน์ของการสั่งซื้อยาและอุปกรณ์การแพทย์ผ่านอินเทอร์เน็ตในด้านราคาในระดับเฉยๆ โดยเรื่องที่มีผู้คิดว่ามีประโยชน์มากที่สุดคือ ทำให้สามารถทราบราคาซื้อขายและอุปกรณ์การแพทย์ที่เปลี่ยนแปลงไปได้รวดเร็วขึ้น

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็น ต่อประโยชน์ของการสั่งซื้อยาและอุปกรณ์การแพทย์ผ่านอินเทอร์เน็ตในด้านช่องทางจัดจำหน่ายในระดับเห็นด้วย โดยเรื่องที่มีผู้คิดว่ามีประโยชน์มากที่สุดคือ ทำให้สะดวกขึ้นในการสั่งยาโดยสามารถสั่งได้ตลอด 24 ชั่วโมง

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็น ต่อประโยชน์ของการสั่งซื้อยาและอุปกรณ์การแพทย์ผ่านอินเทอร์เน็ตในด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับเห็นด้วย โดยเรื่องที่มีผู้คิดว่ามีประโยชน์มากที่สุดคือ ในเว็บไซต์จะมีข่าวสารและความรู้ต่างๆด้านยาและสุขภาพที่เป็นประโยชน์ให้อ่านเพื่อเพิ่มพูนความรู้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็น ต่อลักษณะด้านการใช้งานของการสั่งซื้อยาและอุปกรณ์การแพทย์ผ่านอินเทอร์เน็ตในระดับเฉยๆ โดยเรื่องที่มีผู้คิดว่าเป็นข้อจำกัดในการใช้งานมากที่สุดคือ การสั่งซื้อยาและอุปกรณ์การแพทย์ผ่านอินเทอร์เน็ตจำเป็นต้องมีความรู้ด้านคอมพิวเตอร์เป็นอย่างดี

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อ ขั้นตอนการสั่งซื้อยาและอุปกรณ์การแพทย์ผ่านอินเทอร์เน็ต ในระดับเฉยๆ โดยขั้นตอนที่มีผู้ไม่พอใจมากที่สุดคือ ผู้ซื้อเป็นผู้ชำระค่าขนส่งเอง เมื่อบริษัทขนส่ง ส่งสินค้ายังผู้ซื้อ

3. องค์ประกอบของทัศนคติด้านพฤติกรรมที่จะแสดงออก (Conative or Behavioral Component)

ผู้ตอบแบบสอบถาม คิดว่าอาจจะใช้บริการการสั่งซื้อยาและอุปกรณ์การแพทย์ผ่านอินเทอร์เน็ต มากที่สุด

เรื่องยินดีที่ต้องลงทุนเพิ่มหรือไม่ในการทำให้สามารถใช้บริการการสั่งซื้อยาและอุปกรณ์การแพทย์ผ่านอินเทอร์เน็ต ผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกเฉยๆมากที่สุด

เรื่องระยะเวลาที่ต้องการ ใช้งานการสั่งซื้อยาและอุปกรณ์การแพทย์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ผู้ตอบแบบสอบถามไม่สามารถระบุระยะเวลาที่แน่นอนได้มากที่สุด

ประเภทสินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการซื้อผ่านช่องทาง การสั่งซื้อยาและอุปกรณ์การแพทย์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต คือ ยาของบริษัทยาในประเทศ

เงื่อนไขการชำระค่าสินค้าที่ต้องการเมื่อสั่งซื้อยาและอุปกรณ์การแพทย์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต มากที่สุดคือ มากกว่า 1 เดือนแต่ไม่เกิน 3 เดือน

ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการชำระค่าสินค้าที่สั่งซื้อผ่านช่องทางการสั่งซื้อยาและอุปกรณ์การแพทย์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ด้วยวิธีชำระเป็นเงินสดหรือเช็คธนาคาร โดยมีพนักงานไปเก็บ มากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการได้รับสินค้าที่สั่งซื้อผ่านช่องทางการสั่งซื้อยาและอุปกรณ์การแพทย์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ภายใน 2-4 วัน มากที่สุด

รูปแบบเว็บไซต์ที่มีความเหมาะสมแก่ความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือเว็บไซต์ที่มีข้อมูลข่าวสารด้านยาเพื่อให้ความรู้เพิ่มแก่ร้านขายยา

**ส่วนที่ 3 สรุปลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการและกิจการร้านขายยาที่มีต่อแนวโน้มการใช้บริการการสั่งซื้อยาและอุปกรณ์การแพทย์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต**

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการและกิจการร้านขายยาที่มีสัดส่วนผู้มีแนวโน้มในการใช้บริการการสั่งซื้อยาและอุปกรณ์การแพทย์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตสูง คือ เพศหญิง อายุไม่เกิน 34 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป เป็นเภสัชกร กิจการร้านขายยาที่เปิดดำเนินงานแบบเฉพาะบางช่วงเวลา และกิจการร้านขายยาที่เปิดดำเนินงานมาไม่เกิน 5 ปี

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการและกิจการร้านขายยาดังต่อไปนี้ มีสัดส่วนของผู้มีแนวโน้มใช้บริการ ผู้มีแนวโน้มไม่ใช้บริการและผู้ที่ยังไม่ตัดสินใจว่าจะใช้บริการการสั่งซื้อยาและอุปกรณ์การแพทย์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตหรือไม่ ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ เพศชาย อายุตั้งแต่ 35 ปีขึ้นไป ผู้ประกอบการที่ไม่ใช่เภสัชกร กิจการร้านขายยาที่เปิดดำเนินงานแบบเต็มเวลา และกิจการร้านขายยาที่เปิดดำเนินงานมามากกว่า 5 ปี

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการที่มีการศึกษาค่ากว่าปริญญาตรี หากมีการศึกษาระดับอนุปริญญาจะมีแนวโน้มไม่ใช้บริการสูง หากมีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จะมีแนวโน้มยังไม่ตัดสินใจ

**ส่วนที่ 4 สรุปความพร้อมของผู้ประกอบการร้านขายยาในการจัดซื้อยาและเวชภัณฑ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจำแนกตามแนวโน้มการใช้บริการ**

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแนวโน้มในการใช้บริการการสั่งซื้อยาและอุปกรณ์การแพทย์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่มีเครื่องคอมพิวเตอร์แล้วและเครื่องคอมพิวเตอร์ที่มีส่วนใหญ่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ มีความรู้ด้านคอมพิวเตอร์ในระดับรู้พื้นฐานวิธีใช้เครื่อง

คอมพิวเตอร์ขึ้นไป มีความรู้วิธีใช้งานอินเทอร์เน็ตคือเปิดดูเว็บไซต์ได้ มีความรู้เรื่องอุปกรณ์ที่ใช้ในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต มีความรู้เรื่องลักษณะการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นอย่างดี และมีแนวโน้มพร้อมที่จะลงทุนเพิ่มเพื่อให้สามารถใช้บริการได้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีแนวโน้มไม่ใช้บริการการสั่งซื้อยาและอุปกรณ์การแพทย์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่ไม่มีความรู้ด้านอุปกรณ์ที่ใช้ในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต และมีแนวโน้มไม่พร้อมที่จะลงทุนเพิ่มเพื่อให้สามารถใช้บริการได้ ส่วนลักษณะอื่นๆดังต่อไปนี้ มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คือ ผู้ที่มีเครื่องคอมพิวเตอร์และผู้ที่ไม่เครื่องคอมพิวเตอร์ ผู้ที่มีความรู้ด้านคอมพิวเตอร์ระดับรู้พื้นฐานวิธีใช้เครื่องขึ้นไปและผู้ที่ยังต่ำกว่าพื้นฐานวิธีใช้เครื่อง ผู้ที่มีความรู้วิธีใช้อินเทอร์เน็ตและผู้ไม่รู้วิธีใช้อินเทอร์เน็ต และผู้มีความรู้เรื่องลักษณะการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นอย่างดี มีความรู้บ้าง และไม่มีความรู้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ยังไม่ตัดสินใจว่าจะใช้บริการการสั่งซื้อยาและอุปกรณ์การแพทย์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตหรือไม่ ส่วนใหญ่ไม่มีความหรือมีความรู้บ้างในเรื่องอุปกรณ์ที่ใช้ในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต และยังไม่ตัดสินใจว่าจะพร้อมที่จะลงทุนเพิ่มหรือไม่เพื่อให้สามารถใช้บริการได้ ส่วนลักษณะอื่นๆดังต่อไปนี้ มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คือ ผู้ที่มีเครื่องคอมพิวเตอร์และผู้ที่ไม่เครื่องคอมพิวเตอร์ ผู้ที่มีความรู้ด้านคอมพิวเตอร์ระดับรู้พื้นฐานวิธีใช้เครื่องขึ้นไปและผู้ที่ยังต่ำกว่าพื้นฐานวิธีใช้เครื่อง ผู้ที่มีความรู้วิธีใช้อินเทอร์เน็ตและผู้ไม่รู้วิธีใช้อินเทอร์เน็ต โดยผู้ที่รู้วิธีใช้อินเทอร์เน็ตทั้งหมดรู้แนวคิดเว็บไซต์เท่านั้น และผู้มีความรู้เรื่องลักษณะการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นอย่างดี มีความรู้บ้าง และไม่มีความรู้

#### อภิปรายผลการศึกษา

ผลการศึกษาค้นคว้าที่มีต่อการจัดซื้อเวชภัณฑ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้ประกอบการร้านขายยาในจังหวัดสมุทรสาคร สามารถอภิปรายผลตามแนวคิดเรื่องทัศนคติในเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรม โดยเฉพาะกระบวนการในการก่อให้เกิดพฤติกรรมของมนุษย์ในแง่การตลาด ซึ่งเริ่มจากตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการกระทำหรือพฤติกรรม (Input) คือ ส่วนผสมการตลาด (Marketing Mix) และตัวแปรอื่นๆที่เรียกว่าตัวแปรสถานการณ์ (Situational Factors) ส่งผลต่อองค์ประกอบทั้ง 3 ของทัศนคติซึ่งเปรียบได้กับตัวแบบจำลอง (Hierarchy of Effects) จะเห็นว่า องค์ประกอบด้านสติปัญญา (Cognitive Component) ก็คือ ความตระหนัก (Awareness) และความรู้ (knowledge) ที่เกิดขึ้น ความรู้ที่เกิดขึ้นจะนำไปสู่อารมณ์หรือความรู้สึก (Affective) ซึ่งก็คือความชอบ (Liking) ถ้าความชอบมีมากก็就会有แนวโน้มที่จะชอบสิ่งนั้นมากกว่าทางเลือกอื่นๆ (Preference) ความโน้มเอียงที่จะชอบสิ่งนั้นมากกว่า

ทางเลือกอื่นๆ ที่เกิดขึ้นนี้จะมีอิทธิพลต่อความตั้งใจจะซื้อ (Intention to Buy) อันจะนำไปสู่การซื้อ (Purchase) สินค้าและบริการ ในที่สุด ความตั้งใจจะซื้อและการซื้อก็คือองค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) นั่นเอง

ในกระบวนการในการก่อพฤติกรรมของมนุษย์ในแง่การตลาด ในด้านการจัดซื้อเวชภัณฑ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้ประกอบการร้านขายยาในจังหวัดสมุทรสาคร ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการกระทำหรือพฤติกรรม (Input) คือปัญหาต่างๆ ในการจัดซื้อเวชภัณฑ์เพื่อมาจำหน่ายของร้านขายยา จากการศึกษาพบว่ามีปัญหาปัญหาในการจัดซื้อ แบ่งตามส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 ตามลำดับคือ ด้านราคา จะมีปัญหาราคาสินค้าสูงกว่าที่ควรจะเป็น ด้านผลิตภัณฑ์ จะมีปัญหาไม่สามารถจัดหาหรือสินค้าที่ต้องการได้ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีปัญหาเรื่องไม่ได้รับข้อมูลของยาหรือสินค้ามากพอ และด้านช่องทางจัดจำหน่าย มีปัญหาเรื่องการบริการของพนักงานขายหรือร้านขายส่ง และการขนส่งสินค้าล่าช้า ประกอบกับตัวแปรสถานการณ์ที่ปัจจุบันเทคโนโลยีทางด้านอินเทอร์เน็ตได้มีการพัฒนาจนมีผู้ใช้อย่างกว้างขวางในปัจจุบัน

จากตัวแปรข้างต้นดังกล่าว จะส่งผลมายังองค์ประกอบทัศนคติทั้ง 3 องค์ประกอบดังที่ได้ศึกษาในครั้งนีพบว่า

#### 1. องค์ประกอบด้านสติปัญญา

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตระหนักถึงประโยชน์ของการจัดซื้อเวชภัณฑ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยรวมในระดับมีประโยชน์ปานกลาง การวัดความรู้ในเรื่องการใช้งานคอมพิวเตอร์ส่วนใหญ่มีความรู้ตั้งแต่ระดับรู้พื้นฐานการใช้งานใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ขึ้นไป ร้อยละ 63.3 ความรู้ด้านการใช้งานอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่สามารถใช้งานได้อย่างน้อยก็สามารถเปิดดูเว็บไซต์ได้ ร้อยละ 55 ความรู้เรื่องอุปกรณ์ที่ต้องใช้ในการสั่งซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต มีผู้มีความรู้เป็นอย่างดี ร้อยละ 40 และความรู้ในเรื่องลักษณะการสั่งซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่มีความรู้เป็นอย่างดี ร้อยละ 56.7

#### 2. องค์ประกอบด้านอารมณ์และความรู้สึก

เนื่องจากปัจจุบันยังไม่มีการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตที่แท้จริง จึงวัดองค์ประกอบนี้ในด้านต่างๆ ดังนี้

2.1 ส่วนประสมการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ วัดว่าเห็นด้วยเพียงใดต่อประโยชน์ในส่วนประสมการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ทั้ง 4 ของการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับประโยชน์ในส่วนประสมการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ทั้ง 4 ตามลำดับจากมากไปน้อยคือ ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ กานต์ หาวารี (2544)

ที่พบว่าปัจจัยด้านช่องทางจัดจำหน่ายเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการซื้อขายจากร้านขายยา โดยมีรายละเอียดของแต่ละด้านดังนี้

2.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับประโยชน์ของการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตในด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับเห็นด้วย ประโยชน์ที่เห็นด้วยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ทำให้มียาและอุปกรณ์การแพทย์แต่ละชนิดจากหลายผู้ผลิตมาให้เลือกซื้อมากขึ้น และทำให้ทราบรายละเอียดด้านคุณสมบัติและส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของชัยสิทธิ์ ใหม่รุ่งโรจน์ (2546) ที่ได้ศึกษาพบว่าความคิดเห็นต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในด้านประโยชน์ ปัจจัยเรื่องทำให้ทราบ คุณสมบัติและส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยระดับมาก

2.1.2 ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับประโยชน์ของการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตในด้านราคา โดยรวมรู้สึกเฉยๆ ประโยชน์ที่เห็นด้วยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ทำให้สามารถทราบราคาซื้อขายและอุปกรณ์การแพทย์ที่เปลี่ยนแปลงไปได้รวดเร็วขึ้น ซึ่งต่างจากผลการวิจัยของ ชัยสิทธิ์ ใหม่รุ่งโรจน์ (2546) ที่ได้ศึกษาพบว่า ความคิดเห็นต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในด้านประโยชน์ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากคือ ปัจจัยเรื่องได้ทราบรายละเอียดด้านราคาก่อนตัดสินใจซื้อ นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับเฉยๆ ที่ทำให้สามารถซื้อขายได้ในราคาถูกลง และเป็นปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดในปัจจัยด้านราคา

2.1.3 ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับประโยชน์ของการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตในด้านช่องทางจัดจำหน่าย โดยรวมในระดับเห็นด้วย ประโยชน์ที่เห็นด้วยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ทำให้สะดวกขึ้นในการสั่งยาโดยสามารถสั่งได้ตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชัยสิทธิ์ ใหม่รุ่งโรจน์ (2546) ที่ได้ศึกษาพบว่า ความคิดเห็นต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในด้านประโยชน์ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากคือ ทำให้สามารถสั่งสินค้าได้ไม่จำกัดเวลาและสถานที่ และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ เฉลา ล้วนโค (2544) ที่เห็นด้วยและพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ที่สามารถสั่งซื้อสินค้าและบริการได้ 24 ชั่วโมง

2.1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับประโยชน์ของการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตในด้านช่องทางจัดจำหน่าย โดยรวมในระดับเห็นด้วย ประโยชน์ที่เห็นด้วยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ คือ ในเว็บไซต์จะมีข่าวสารและความรู้ต่างๆด้านยาและสุขภาพที่เป็นประโยชน์ให้อ่านเพื่อเพิ่มพูนความรู้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชัยสิทธิ์ ใหม่รุ่งโรจน์ (2546) ที่ได้ศึกษาพบว่า ความคิดเห็นต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในด้าน

ประโยชน์ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับมากคือ ทำให้มีแหล่งข้อมูลด้านวิชาการช่วยเพิ่มคุณภาพการบริการ ทำให้ได้เปรียบคู่แข่ง

2.2 ขั้นตอนการค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยวัดความพอใจต่อขั้นตอนการสั่งซื้อยาและอุปกรณ์การแพทย์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต จากแนวคิดเรื่องขั้นตอนการค้าแบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งอธิบายว่ามี 10 ขั้นตอน แต่ในการศึกษานี้ศึกษาจากด้านผู้ซื้อ จึงสรุปขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับผู้ซื้อได้ 5 ขั้นตอนคือ

2.2.1 เลือกรู้อยู่ข้อมูลยาและอุปกรณ์การแพทย์แต่ละชนิดด้วยตนเองบนเว็บไซต์ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกในระดับพอใจต่อขั้นตอนนี้

2.2.2 เปรียบเทียบรายละเอียดของยาและอุปกรณ์การแพทย์บนเว็บไซต์ด้วยตนเองเพื่อตัดสินใจซื้อ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกในระดับพอใจต่อขั้นตอนนี้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ เศษ่า ล้วน โศ (2544) ที่เห็นด้วยและพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ที่สามารถตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการได้ด้วยตนเองจากการเปรียบเทียบรายละเอียดข้อมูลและราคาจากเว็บไซต์

2.2.3 การสั่งซื้อสินค้าต้องชำระเงินผ่านระบบธนาคาร ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกในระดับเฉยๆต่อขั้นตอนนี้

2.2.4 เมื่อส่งสินค้าแล้วจะมีบริษัทขนส่งจัดส่งสินค้าไปยังผู้ซื้อ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกในระดับพอใจต่อขั้นตอนนี้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ เศษ่า ล้วน โศ (2544) ที่เห็นด้วยและพึงพอใจต่อการซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ที่มีบริการส่งสินค้าถึงที่

2.2.5 การชำระค่าขนส่งเอง ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกในระดับไม่พอใจต่อการชำระเงินที่ผู้ซื้อต้องเป็นผู้ชำระค่าขนส่งเอง

ผลการศึกษาโดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกพอใจในระดับ เฉยๆ ต่อขั้นตอนการสั่งซื้อยาและอุปกรณ์การแพทย์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

### 3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรมที่จะแสดงออก

จากองค์ประกอบทั้ง 2 ด้านที่กล่าวมาแล้วจะส่งผลมาแสดงออกทางพฤติกรรมที่จะแสดงออก ในการศึกษารังนี้พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มพฤติกรรมที่ต้องการใช้บริการการสั่งซื้อยาและอุปกรณ์การแพทย์ผ่านอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 46.6 ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ นิตยา วงศ์ภินันท์วัฒนา และอังสนา อัครชกุลวิสุทธิ์ (2543) ซึ่งพบว่า การยอมรับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของวิสาหกิจขนาดกลางและย่อม ขึ้นอยู่กับระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจ



### ข้อค้นพบ

สิ่งที่ค้นพบจากการศึกษาเรื่องทัศนคติที่มีต่อการจัดซื้อเวชภัณฑ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้ประกอบการร้านขายยาในจังหวัดสมุทรสาคร มีดังนี้

1. ผู้ประกอบการร้านขายยาในจังหวัดสมุทรสาครที่มีแนวโน้มในการใช้บริการการจัดซื้อเวชภัณฑ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต น่าจะเป็นผู้ประกอบการที่มีลักษณะดังต่อไปนี้

ผู้ประกอบการที่เป็นเพศหญิงจะมีแนวโน้มใช้บริการมากกว่าเพศชาย

ผู้ประกอบการที่มีอายุน้อยจะมีแนวโน้มใช้บริการมากกว่าผู้ที่มีอายุมาก โดยเฉพาะผู้ที่มีอายุไม่เกิน 34 ปีจะมีแนวโน้มใช้บริการสูง

ผู้ประกอบการที่มีการศึกษาสูงจะมีแนวโน้มใช้บริการมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาค่ำกว่า โดยเฉพาะผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปจะมีแนวโน้มใช้บริการสูง

ผู้ประกอบการที่เป็นเภสัชกรจะมีแนวโน้มใช้บริการมากกว่าผู้ที่ไม่ใช่เภสัชกร

ผู้ประกอบการที่เปิดดำเนินงานร้านขายยาแบบบางช่วงเวลาจะมีแนวโน้มใช้บริการมากกว่าผู้ที่เปิดดำเนินงานแบบเต็มเวลา

ผู้ประกอบการที่เปิดดำเนินงานร้านขายยาไม่นานจะมีแนวโน้มใช้บริการมากกว่าผู้ที่เปิดดำเนินงานมานานแล้ว โดยเฉพาะผู้ที่เปิดดำเนินงานมาไม่เกิน 5 ปี

2. ผู้ประกอบการที่มีแนวโน้มใช้บริการการจัดซื้อเวชภัณฑ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ยังไม่มีความพร้อมในบางเรื่องให้ผู้ให้บริการต้องพิจารณาให้ความสนใจดังนี้

ผู้ประกอบการที่มีแนวโน้มใช้บริการ ยังไม่มีเครื่องคอมพิวเตอร์ใช้ ร้อยละ 35.7

ผู้ประกอบการที่มีแนวโน้มใช้บริการ ที่มีเครื่องคอมพิวเตอร์ใช้แล้วแต่เครื่องคอมพิวเตอร์เหล่านั้นยังไม่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ ร้อยละ 11.1

ผู้ประกอบการที่มีแนวโน้มใช้บริการ ไม่มีความรู้ในการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์เลย (ไม่รู้แม้แต่วิธีเปิดเครื่อง) ร้อยละ 21.4

ผู้ประกอบการที่มีแนวโน้มใช้บริการ ที่ไม่รู้วิธีใช้งานอินเทอร์เน็ตเลยคือไม่สามารถเปิดดูเว็บไซต์ได้ ร้อยละ 32.1 ไม่สามารถใช้งานรับและส่งอีเมลได้ ร้อยละ 50.0

ไม่สามารถใช้งานการพูดคุยพูดคุยผ่านอินเทอร์เน็ต เช่น PIRCH ICQ CHAT ร้อยละ 82.1 ไม่สามารถดาวน์โหลดซอฟต์แวร์หรือข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตได้ ร้อยละ 57.1 และไม่สามารถสั่งซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตได้ ร้อยละ 82.1

ผู้ประกอบการที่มีแนวโน้มใช้บริการ ที่ไม่มีความรู้เรื่องอุปกรณ์ที่ใช้ในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตเลย ร้อยละ 28.6 และที่มึความรู้บ้างแต่ไม่ครบถ้วนอีก ร้อยละ 7.1

ผู้ประกอบการที่มีแนวโน้มใช้บริการ ที่ไม่มีความรู้เรื่องลักษณะการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 7.2 และที่มีความรู้บ้างแต่ไม่สมบูรณ์อีก ร้อยละ 21.4

#### ข้อเสนอแนะ

ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้

1. สำหรับผู้ที่จัดทำเว็บไซต์ให้บริการการจัดจำหน่ายเวชภัณฑ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตแก่ร้านขายยา ควรดำเนินการดังนี้

##### 1.1 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ควรให้ความสนใจในระยะแรกๆที่จะให้บริการน่าจะเป็นร้านขายยาที่เปิดมาไม่เกิน 5 ปี ที่มีผู้ประกอบการเป็นเภสัชกร อายุไม่เกิน 34 ปี

##### 1.2 ด้านผลิตภัณฑ์

รูปแบบเว็บไซต์ที่เหมาะสมคือการรวบรวมบริษัทยาและร้านขายส่งยามาให้บริการบนเว็บไซต์เดียว และมีข้อมูลข่าวสาร ความรู้ต่างๆที่เป็นประโยชน์แก่ร้านขายยาอยู่ด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายละเอียดด้านคุณสมบัติและส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ควรมีสินค้าหลากหลายให้เลือกซื้อ

##### 1.3 ด้านราคา

การตั้งราคาควรรวมค่าขนส่งไว้แล้ว เพื่อไม่ให้ผู้ซื้อมีภาระต้องชำระค่าขนส่งเมื่อมีการส่งสินค้าถึงผู้ซื้อ หากมีการเปลี่ยนแปลงราคาให้มีการแจ้งการเปลี่ยนแปลงบนเว็บไซต์ทันที และควรให้เครดิตขั้นต่ำ 16 วันขึ้นไป

##### 1.4 ด้านช่องทางจัดจำหน่าย

1.4.1 เว็บไซต์เพื่อให้บริการการจัดจำหน่ายเวชภัณฑ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตแก่ร้านขายยา รูปแบบการสั่งซื้อควรจัดทำให้ง่ายแก่การใช้งาน ถ้าเป็นไปได้ควรให้ขั้นตอนทั้งหมดทำอยู่บนเว็บไซต์ ถ้าหากต้องมีการใช้อีเมล การพูดคุยผ่านอินเทอร์เน็ต หรือการดาวน์โหลดซอฟต์แวร์และข้อมูล อาจมีปัญหาแก่ผู้ประกอบการบางส่วนในการใช้งานได้

1.4.2 แก้ปัญหาความไม่พร้อมของผู้ต้องการใช้บริการ ในการเข้าถึงช่องทางจัดจำหน่ายนี้ ทั้งในด้านอุปกรณ์และความรู้ที่จำเป็นในการใช้งานการจัดจำหน่ายเวชภัณฑ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยการเข้าไปเข้าไปสนับสนุน ส่งเสริมผู้ต้องการใช้บริการเหล่านี้ให้มีความสมบูรณ์ทั้งอุปกรณ์และความรู้ในการที่จะทำให้สามารถใช้งานการจัดจำหน่ายเวชภัณฑ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้

1.4.3 การจัดส่งสินค้า ควรดำเนินการภายใน 2-4 วัน หลังจากได้รับคำสั่งซื้อ

### 1.5 ด้านการส่งเสริมการตลาด

1.5.1 สนับสนุนและช่วยเหลือให้ผู้ต้องการใช้งานแต่ยังไม่มียี่ห้อคอมพิวเตอร์สามารถจัดหาเครื่องที่เหมาะสมมาใช้งาน ช่วยพัฒนาให้เครื่องคอมพิวเตอร์ที่ผู้ประกอบการมีอยู่แล้วให้เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ทั้งหมด

1.5.2 อาจจัดอบรมหรือส่งพนักงานเข้าไปสอนเรื่องคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และวิธีการใช้งานการจัดซื้อเวชภัณฑ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตแก่ผู้ที่ต้องการใช้บริการนี้ เพื่อให้ผู้ประกอบการเหล่านี้สามารถใช้งานได้อย่างถูกต้อง

1.5.3 ผลักดันให้ผู้ที่ยังไม่ตัดสินใจใช้บริการหันมาใช้บริการ เนื่องจากผู้ที่ยังไม่ตัดสินใจว่าจะใช้บริการการจัดจำหน่ายเวชภัณฑ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตหรือไม่ ประมาณครึ่งหนึ่งไม่มีความพร้อมในด้านอุปกรณ์และความรู้ความเข้าใจทางด้านคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และวิธีการสั่งซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งถ้าหากมีการช่วยจัดหาอุปกรณ์ที่เหมาะสม และให้ความรู้ด้านคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และวิธีการสั่งซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตแก่บุคคลกลุ่มนี้อาจทำให้บุคคลกลุ่มนี้หันมาใช้บริการได้

2. สำหรับผู้ประกอบการร้านขายยา เนื่องจากปัจจุบันการแข่งขันทางธุรกิจมีสูง การสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งจึงเป็นสิ่งจำเป็น หากมีการจัดจำหน่ายเวชภัณฑ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต การที่สามารถใช้งานได้ก็จะเป็นการสร้างการได้เปรียบทางธุรกิจอย่างหนึ่งเนื่องจากเป็นช่องทางจัดหาสินค้าอีกหนึ่งทางเลือก ดังนั้นผู้ประกอบการร้านขายยาควรหาความรู้ทางด้านคอมพิวเตอร์และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพิ่มเติม ตลอดจนลงทุนจัดหาอุปกรณ์ที่จำเป็น นอกจากนี้ความรู้และอุปกรณ์เหล่านี้ยังสามารถนำมาใช้ประโยชน์ด้านอื่นๆ ได้ด้วยเช่น การนำมาประยุกต์ใช้กับการบริหารจัดการร้าน การบริหารสินค้าคงคลัง การจัดทำบัญชีต่างๆ เป็นต้น

### 3. สำหรับหน่วยงานภาครัฐ ควรพิจารณาในเรื่องต่อไปนี้

3.1 หน่วยงานที่ให้อนุญาตและกำกับดูแลเกี่ยวกับการจำหน่ายยา เนื่องจากการจำหน่ายยามีกฎหมายควบคุมอยู่ประกอบกับยังไม่มีการจัดจำหน่ายในรูปแบบผ่านอินเทอร์เน็ตที่แท้จริง ทำให้ยังไม่ชัดเจนในเรื่องการขออนุญาตว่าจะต้องทำในรูปแบบใด มีหลักเกณฑ์ข้อกำหนดอย่างไรบ้าง นอกจากนี้ยังเกี่ยวข้องกับกฎหมายการโฆษณาด้วย หน่วยงานภาครัฐที่ดูแลด้านนี้น่าจะมีการเตรียมศึกษาตีความกฎหมายให้ชัดเจนว่าจะอนุญาตได้หรือไม่ ในรูปแบบใด มีข้อกำหนด และมีการควบคุมอย่างไร

3.2 หน่วยงานที่สนับสนุนการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ภาครัฐควรมีนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนในด้านการให้ความรู้ความเข้าใจด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น การจัดอบรมความรู้ด้านคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต ตลอดจนการซื้อขายสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต แก่ผู้ประกอบการ นักธุรกิจ และประชาชนทั่วไปที่สนใจ และช่วยในการจัดหาอุปกรณ์ที่จำเป็นต้องใช้ในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในราคาพิเศษ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved