

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อยาแผนโบราณบรรจุเสร็จที่มีจำหน่ายในร้านขายยา จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อยาแผนโบราณบรรจุเสร็จที่มีจำหน่ายในร้านขายยา จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการร้านขายยาและผู้ผลิตยาแผนโบราณได้ โดยศึกษาตามกรอบแนวคิด 6Ws1H ซึ่งประกอบด้วย ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Who) ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When) ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where) และผู้บริโภคว่าซื้ออย่างไร (How) และ บัณฑิตส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการใช้ยาแผนโบราณบรรจุเสร็จที่มีจำหน่ายในร้านขายยา ซึ่งในการศึกษานี้ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรในร้านขายยา และด้านกระบวนการ การศึกษานี้รวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามที่มาใช้บริการซื้อยาแผนโบราณจากร้านขายยา ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ชุด

#### สรุปผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามและพฤติกรรมการซื้อยาแผนโบราณบรรจุเสร็จที่มีจำหน่ายในร้านขายยา จังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62.0 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 38 มีอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 27.8 รองลงมาคืออายุ 21-30 ปี ร้อยละ 27 โดยมีระดับการศึกษาปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 46.8 รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 22.2 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพ รับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 23.25 รองลงมาคืออาชีพรับจ้างทั่วไป ร้อยละ 19.0 ส่วนใหญ่มีรายได้ 5,000-10,000 บาท ร้อยละ 28.5 รองลงมาคือมีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท ร้อยละ 23.0 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพคู่หรือสมรส ร้อยละ 52.8

พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถามในการซื้อยาแผนโบราณบรรจุเสร็จที่มีจำหน่ายในร้านขายยา จากการศึกษ พบว่ารูปแบบแผนโบราณบรรจุเสร็จที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเข้ามา

ที่สุดคือรูปแบบยาเม็ดหรือยาแคปซูล มีโดยเรียงกันจากรวมอาการ 3 อันดับ คืออันดับที่ 1 ได้แก่ กลุ่มอาการไอ ขับเสมหะ คัดจมูก แก้วหัวดี เจ็บคอ อันดับที่ 2 คือ กลุ่มอาการจุกเสียดท้อง ปวดท้อง ท้องอืด แน่นในอก และอันดับที่ 3 คือ กลุ่มอาการอ่อนเพลีย วิงเวียนศีรษะ เบื่ออาหาร นอนไม่หลับ ร้อนใน มีการซื้อยาใช้เป็นครั้งคราว ซึ่งส่วนใหญ่ใช้ยาแผนโบราณเนื่องจากคิดว่าจะมีความปลอดภัย/มีผลข้างเคียงน้อยมากที่สุด และเหตุผลที่ใช้คือเชื่อถือในคุณภาพหรือเคยใช้แล้วหาย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะใช้ยาแผนโบราณตัวเดิมที่เคยใช้เป็นประจำ ไม่ลองเปลี่ยนเป็นตัวใหม่ที่มีสรรพคุณเดียวกัน ปัจจัยที่ใช้ในการเปรียบเทียบยาแผนโบราณที่มีสรรพคุณเดียวกันคือ เลขทะเบียนยาหรือเลขรับรองจากองค์การอาหารและยา (เลข อย.) โดยตัดสินใจเลือกซื้อยาแผนโบราณด้วยตัวเอง ส่วนใหญ่จะตัดสินใจเลือกจากการได้รับคำแนะนำของเภสัชกร แหล่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อยาแผนโบราณบ่อยที่สุดคือร้านขายยา เนื่องจากเชื่อมั่นในสินค้าที่นำมาวางจำหน่าย และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบการโฆษณาแผนโบราณตามสื่อวิทยุมากที่สุด

ตารางที่ 45 แสดงข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคชื้อยาแผนโบราณบรรจุเสร็จที่มีจำหน่ายในร้านขายยา ตามแนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค จากคำถาม 6Ws1H

คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรม	ข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด		ร้อยละ
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)	เพศ	หญิง	62.0
	อายุ	31-40 ปี	27.8
	ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี	46.8
	อาชีพ	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	23.25
	รายได้	5,000 – 10,000 บาท	28.5
	สถานภาพ	คู่/สมรส	52.8
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	รูปแบบยาแผนโบราณที่เลือกใช้	ยาเม็ด/ยาแคปซูล	56.5
	กลุ่มอาการที่เลือกใช้ยาแผนโบราณ	1. ไอ ขับเสมหะ คัดจมูก แก้วหวัด เจ็บคอ 2. จุกเสียดท้อง ปวดท้อง ท้องอืด แน่นในอก 3. อ่อนเพลีย วิงเวียนศีรษะ เบื่ออาหาร นอนไม่หลับ ร้อนใน	-
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)	วัตถุประสงค์ในการเลือกใช้ยาแผนโบราณ	ใช้เนื่องจากมีผลข้างเคียงน้อย/คิดว่ามีความปลอดภัย	50.0
	เหตุผลที่เลือกใช้ยาแผนโบราณ	เชื่อถือในคุณภาพ/เคยใช้แล้วหาย	67.5
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?)	บุคคลที่มีผลต่อการเลือกใช้ยาแผนโบราณ	ตัดสินใจด้วยตัวเอง	62.8
	สิ่งที่มีผลในการเลือกหากต้องตัดสินใจด้วยตัวเอง	คำแนะนำของเภสัชกร	54.2

ตารางที่ 45 (ต่อ) แสดงข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคชื้อยาแผนโบราณบรรจุเสร็จที่มีจำหน่ายในร้านขายยาตามแนวคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค จากคำถาม 6Ws1H

คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรม	ข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมากที่สุด		ร้อยละ
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)	ความถี่ในการชื้อยาแผนโบราณ	ซื้อใช้เป็นครั้งคราว	61.8
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)	แหล่งที่ผู้บริโภคเลือกชื้อยาแผนโบราณบ่อยที่สุด	ร้านขายยา	81.0
	เหตุผลที่เลือก	เชื่อมั่นในสินค้าที่นำมาจำหน่าย	41.4
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	ปัจจัยที่ใช้เปรียบเทียบในการเลือกชื้อ	เลขทะเบียนยา หรือเลข อย.	69.2
	ความคิดที่จะลองเปลี่ยนไปชื้อยาคิวอื่นที่มีสรรพคุณเดียวกัน	ไม่ลอง ที่ชื้ออยู่คือชื้อแล้ว	48.5
	สื่อโฆษณาที่พบเห็นยาแผนโบราณมากที่สุด	วิทยุ	58.5

## ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาแผนโบราณ บรรจุเสร็จที่มีจำหน่ายในร้านขายยา จังหวัดเชียงใหม่

**ปัจจัยส่วนประสมการตลาด** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ด้านบุคลากรในร้านขายยา (ค่าเฉลี่ย 4.13) รองลงมา คือด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 4.03) ด้านสถานที่จัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.96) ด้านกระบวนการ (ค่าเฉลี่ย 3.77) ด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.71) และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.17)

**1. ด้านบุคลากรในร้านขายยา (People)** จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีผลต่อการซื้อยาแผนโบราณในระดับมาก ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาแผนโบราณบรรจุเสร็จในร้านขายยามากที่สุด โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการซื้อยาแผนโบราณในร้านขายยามากที่สุดคือ เกษีกร/พนักงานในร้านขายยาพูดจาสุภาพ อธิยาศัยดี

**2. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)** จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อการซื้อยาแผนโบราณในระดับมาก ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาแผนโบราณบรรจุเสร็จในร้านขายยามากเป็นอันดับสองรองจากปัจจัยด้านบุคลากรในร้านขายยา โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการซื้อยาแผนโบราณในร้านขายยามากที่สุดคือ มีเลขทะเบียนยา หรือเลข อย.

**3. ด้านสถานที่จัดจำหน่าย (Place)** จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย(ร้านขายยา)มีผลต่อการซื้อยาแผนโบราณอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการซื้อยาแผนโบราณในร้านขายยามากที่สุดคือ ร้านตั้งอยู่ในชุมชนหรือสะดวกในการซื้อ

**4. ด้านกระบวนการ (Process)** จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านกระบวนการมีผลต่อการซื้อยาแผนโบราณในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการซื้อยาแผนโบราณในร้านขายยามากที่สุดคือ การซื้อในร้านขายยาจะมีเภสัชกรหรือพนักงานในร้านแนะนำสรรพคุณยาแผนโบราณบรรจุเสร็จให้

**5. ด้านราคา (Price)** จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านราคามีผลต่อการซื้อยาแผนโบราณในร้านขายยา ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการซื้อยาแผนโบราณในร้านขายยามากที่สุดคือ ราคาเหมาะสม

**6. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)** จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการซื้อยาแผนโบราณ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการซื้อยาแผนโบราณในร้านขายยามากที่สุดคือ มีการโฆษณาขายยาแผนโบราณบรรจุเสร็จตามสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์

### ปัญหาที่พบในการซื้อขายแผนโบราณบรรจุเสร็จในร้านขายยา

พบว่าปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามเคยพบบ่อยที่สุดในการซื้อขายแผนโบราณบรรจุเสร็จในร้านขายยา คือ ไม่มียาที่ต้องการวางจำหน่ายในร้าน ร้อยละ 57.8 รองลงมาคือ ราคาไม่มาตรฐาน/แต่ละร้านราคาแตกต่างกันมาก ร้อยละ 38.8 และ ไม่มีเภสัชกรหรือเจ้าหน้าที่แนะนำสรรพคุณยาแผนโบราณให้ ร้อยละ 38.2

### พฤติกรรมกรซื้อขายแผนโบราณบรรจุเสร็จที่มีจำหน่ายในร้านขายยา จังหวัดเชียงใหม่ และปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อขายแผนโบราณบรรจุเสร็จที่มีจำหน่ายในร้านขายยา จำแนกตาม อายุ

พฤติกรรมกรซื้อขายแผนโบราณบรรจุเสร็จที่มีจำหน่ายในร้านขายยา จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ จากการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามสามารถแบ่งกลุ่มตามอายุได้เป็น 3 กลุ่มอายุ คือ กลุ่มอายุน้อยกว่า 30 ปี กลุ่มอายุ 31-50 ปี และกลุ่มอายุ 51 ปีขึ้นไป พบว่าแต่ละกลุ่มอายุมีพฤติกรรมการซื้อขายแผนโบราณเหมือนกันคือ วัตถุประสงค์ในการใช้เนื่องจากมีผลข้างเคียงน้อย คิดว่ามีความปลอดภัย มีเหตุผลในการใช้คือเชื่อถือในคุณภาพ เคยใช้แล้วหาย โดยมีปัจจัยที่ใช้เปรียบเทียบยาแผนโบราณที่มีสรรพคุณเหมือนกันคือ เลขทะเบียนยาหรือเลข อย. รูปแบบยาที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นรูปแบบยาเม็ดหรือแคปซูล และจะซื้อใช้เป็นครั้งคราว บุคคลที่มีผลต่อการเลือกซื้อยาแผนโบราณคือตนเอง โดยสื่อโฆษณาที่พบเห็นยาแผนโบราณมากที่สุดคือวิทยุ และซื้อขายแผนโบราณจากร้านขายยาบ่อยที่สุด

พฤติกรรมการซื้อขายแผนโบราณของแต่ละกลุ่มอายุมีความแตกต่างกันคือกลุ่มอาการที่เลือกซื้อยาแผนโบราณบ่อยที่สุด กลุ่มอายุน้อยกว่า 30 ปีและกลุ่มอายุ 31-50 ปี ใช้ยาในกลุ่มอาการ ไอ ขับเสมหะ กัดจมูก แก้หวัด เจ็บคอ บ่อยที่สุด ส่วนกลุ่มอายุ 51 ปีขึ้นไป ใช้ยาในกลุ่มอาการปวดเมื่อย เคล็ดขัดยอก ช้ำใน บ่อยที่สุด ความคิดที่จะลองเปลี่ยนไปใช้ยาตัวอื่นที่มีสรรพคุณเดียวกัน กลุ่มอายุน้อยกว่า 30 ปีและกลุ่มอายุ 31-50 ปี จะลองเปลี่ยนเป็นตัวใหม่ที่มีสรรพคุณเดียวกัน แต่กลุ่มอายุ 51 ปีขึ้นไป จะไม่เปลี่ยน คิดว่าที่ใช้อยู่คืออยู่แล้ว สิ่งที่มีผลในการเลือก หากต้องตัดสินใจด้วยตัวเอง กลุ่มอายุน้อยกว่า 30 ปีและกลุ่มอายุ 51 ปีขึ้นไป จะค้นคว้าสรรพคุณด้วยตัวเอง ส่วนกลุ่มอายุ 31-50 ปี คำแนะนำของเภสัชกรจะมีผลในการตัดสินใจ

ตารางที่ 46 แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ยาแผนโบราณที่มีจำหน่ายในร้านขายยา ที่ผู้ตอบแบบสอบถามตอบมากที่สุด เมื่อจำแนกตามอายุ

พฤติกรรมการใช้ยาแผนโบราณ ในร้านขายยา	อายุ					
	น้อยกว่า 30 ปี	ร้อยละ	31 – 50 ปี	ร้อยละ	51 ปีขึ้นไป	ร้อยละ
1.วัตถุประสงค์ในการเลือกใช้ยา แผนโบราณ	ใช้เนื่องจากมีผลข้างเคียงน้อย/ คิดว่าจะมีความปลอดภัย	50.8	ใช้เนื่องจากมีผลข้างเคียงน้อย/คิด ว่าจะมีความปลอดภัย	50.0	ใช้ร่วมกับยาแผนปัจจุบัน	51.9
2. ความคิดที่จะลองเปลี่ยนไปใช้ ยาตัวอื่นที่มีสรรพคุณเดียวกัน	ลองเปลี่ยนเป็นตัวใหม่	46.9	ลองเปลี่ยนเป็นตัวใหม่	47.6	ไม่ลอง ที่ใช้อยู่ดีอยู่แล้ว	59.4
3. ปัจจัยที่ใช้เปรียบเทียบในการ เลือกซื้อยาแผนโบราณ	เลขทะเบียนยา หรือเลข อย.	68.8	เลขทะเบียนยา หรือเลข อย.	69.3	เลขทะเบียนยา หรือเลข อย.	69.8
4.รูปแบบยาแผนโบราณที่เลือกใช้ มากที่สุด	ยาเม็ด/ยาแคปซูล	62.3	ยาเม็ด/ยาแคปซูล	53.6	ยาเม็ด/ยาแคปซูล	53.8
5.เหตุผลที่เลือกใช้ยาแผนโบราณ	เชื่อถือในคุณภาพ/เคยใช้แล้ว หาย	64.8	เชื่อถือในคุณภาพ/เคยใช้แล้วหาย	68.7	เชื่อถือในคุณภาพ/เคยใช้แล้วหาย	68.9
6.ความถี่ในการซื้อยาแผนโบราณ	ซื้อใช้เป็นครั้งคราว	70.3	ซื้อใช้เป็นครั้งคราว	59.6	ซื้อใช้เป็นครั้งคราว	54.7
7.บุคคลที่มีผลต่อการเลือกใช้ยา แผนโบราณ	ตัดสินใจด้วยตัวเอง	57.0	ตัดสินใจด้วยตัวเอง	59.6	ตัดสินใจด้วยตัวเอง	74.5
8.สิ่งที่มีผลในการเลือก หากต้อง ตัดสินใจด้วยตัวเอง	คำแนะนำของเภสัชกร	62.5	ค้นคว้าสรรพคุณด้วยตัวเอง	52.4	คำแนะนำของเภสัชกร	54.7

ตารางที่ 46 (ต่อ) แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรซื้อยาแผนโบราณที่มีจำหน่ายในร้านขายยา ที่ผู้ตอบแบบสอบถามตอบมากที่สุด เมื่อจำแนกตามอายุ

พฤติกรรมกรซื้อยาแผนโบราณ ในร้านขายยา	อายุ					
	น้อยกว่า 30 ปี	ร้อยละ	31 – 50 ปี	ร้อยละ	51 ปีขึ้นไป	ร้อยละ
9.สื่อโฆษณาที่พบเห็นยาแผน โบราณมากที่สุด	วิทยุ	54.7	วิทยุ	51.8	วิทยุ	64.1
10.แหล่งที่ผู้ตอบแบบสอบถาม เลือกซื้อยาแผนโบราณบ่อยที่สุด	ร้านขายยา	80.5	ร้านขายยา	85.5	ร้านขายยา	74.5
11. กลุ่มอาการที่ผู้ตอบ แบบสอบถามเลือกใช้ยาแผน โบราณ	ไอ ขับเสมหะ คัดจมูก แก้วหวัด เจ็บคอ	-	ไอ ขับเสมหะ คัดจมูก แก้วหวัด เจ็บคอ	-	ปวดเมื่อย เคล็ดขัดยอก ช้ำใน	-

หมายเหตุ ข้อ 1,3,5,7 และ 8 ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ



ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการซื้อขายแผนโบราณบรรจุเสร็จที่มีจำหน่ายในร้านขายยา จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ สรุปได้ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยในระดับมากเหมือนกัน แต่มีอันดับความสำคัญแตกต่างกัน คือ กลุ่มอายุน้อยกว่า 30 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยอันดับแรกคือ มีฉลากแสดงสรรพคุณยาชัดเจน รองลงมาคือผลการรักษาตรงตามสรรพคุณบนฉลาก/รักษาได้ผล บรรเทาอาการได้ และมีเลขทะเบียนยาหรือมีเลขรับรองจากองค์การอาหารและยา (เลข. อย.) ตามลำดับ กลุ่มอายุ 31-50 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยอันดับแรกคือ มีเลขทะเบียนยาหรือมีเลขรับรองจากองค์การอาหารและยา (เลข. อย.) รองลงมาคือ ผลการรักษาตรงตามสรรพคุณบนฉลาก/รักษาได้ผล บรรเทาอาการได้ และมีฉลากแสดงสรรพคุณยาชัดเจน ตามลำดับ ส่วนกลุ่มอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยอันดับแรกคือ ผลการ รักษาตรงตามสรรพคุณบนฉลาก/รักษาได้ผล บรรเทาอาการได้ รองลงมาคือ มีเลขทะเบียนยาหรือมีเลขรับรองจากองค์การอาหารและยา (เลข. อย.) และ ไม่มีสิ่งปนเปื้อนอื่นๆเจือปน ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยในระดับมากเหมือนกัน เรียงกัน 3 ลำดับคือ ราคาเหมาะสม รองลงมาคือ มีป้ายแสดงราคาอยู่บนฉลาก และราคาถูกลงกว่ายาแผนปัจจุบันเมื่อใช้รักษาอาการเดียวกัน ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย(ร้านขายยา) ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยในระดับมากเหมือนกัน แต่มีอันดับความสำคัญแตกต่างกัน คือ กลุ่มอายุน้อยกว่า 30 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยอันดับแรกคือ ร้านตั้งอยู่ในชุมชน/สะดวกในการซื้อ รองลงมาคือ สถานที่สะอาด คุปลดอกภัย และการจัดวางยาแผน โบราณเป็นหมวดหมู่ ตามลำดับ กลุ่มอายุ 31-50 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยอันดับแรกคือ ร้านตั้งอยู่ในชุมชน/สะดวกในการซื้อ รองลงมาคือ การจัดวางยาแผน โบราณเป็นหมวดหมู่ และสถานที่สะอาด คุปลดอกภัย ตามลำดับ ส่วนกลุ่มอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยอันดับแรกคือ สถานที่สะอาด คุปลดอกภัย ให้ความสำคัญเท่ากับร้านตั้งอยู่ในชุมชน/สะดวกในการซื้อ และมียาจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง/ไม่มีปัญหาขาด ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยเหมือนกัน คือให้ความสำคัญต่ปัจจัยย่อยเรื่อง มีการโฆษณาแผนโบราณบรรจุเสร็จตามสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ ในระดับมาก เรื่องมีการบริการหลังการขาย เช่นมีเบอร์โทรศัพท์ให้โทรไปสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม และมีของแถมหรือมีการสะสมฉลากแลกของรางวัล หรือส่งฉลากชิงรางวัล ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุให้ระดับความสำคัญทุกปัจจัยย่อยในระดับมากเหมือนกัน แต่มีอันดับความสำคัญแตกต่างกัน คือ กลุ่มอายุน้อยกว่า 30 ปี และกลุ่มอายุ 31-50 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยอันดับแรกคือ มีเภสัชกร/พนักงานในร้านขายยาพูดจาสุภาพ อธิบายดี รองลงมาคือ เภสัชกรหรือพนักงานในร้านขายยามีความรู้เรื่องยาแผนโบราณเป็นอย่างดี ส่วนกลุ่มอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยอันดับแรกคือ เภสัชกรหรือพนักงานในร้านขายยามีความรู้เรื่องยาแผนโบราณเป็นอย่างดี รองลงมาคือ มีเภสัชกร/พนักงานในร้านขายยาพูดจาสุภาพ อธิบายดี

ปัจจัยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยแตกต่างกัน กลุ่มอายุน้อยกว่า 30 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยเรื่องการซื้อในร้านขายยาจะมีเภสัชกรหรือพนักงานในร้านแนะนำสรรพคุณยาแผนโบราณบรรจุเสร็จให้ และสามารถเลือกหยิบยาแผนโบราณได้เอง ในระดับมากตามลำดับ ส่วนกลุ่มอายุ 31-50 ปี และกลุ่มอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญปัจจัยย่อยเรื่องการซื้อในร้านขายยาจะมีเภสัชกรหรือพนักงานในร้านแนะนำสรรพคุณยาแผนโบราณบรรจุเสร็จให้ ในระดับมาก และเรื่องสามารถเลือกหยิบยาแผนโบราณได้เอง ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 47 แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อยาแผนโบราณบรรจุเสร็จที่มีจำหน่ายในร้านขายยา จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการซื้อยาแผนโบราณบรรจุเสร็จที่มีจำหน่ายในร้านขายยา (การแปลผล)		
	อายุน้อยกว่า 30 ปี	อายุ 31- 50 ปี	อายุ 51 ปีขึ้นไป
ด้านผลิตภัณฑ์	<ol style="list-style-type: none"> <li>มีฉลากแสดงสรรพคุณยาชัดเจน (มาก)</li> <li>ผลการรักษาตรงตามสรรพคุณบนฉลาก/รักษาได้ผล บรรเทาอาการได้ (มาก)</li> <li>มีเลขทะเบียนยาหรือมีเลขรับรองจากองค์การอาหารและยา (เลข. อย.) (มาก)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>มีเลขทะเบียนยาหรือมีเลขรับรองจากองค์การอาหารและยา (เลข. อย.) (มาก)</li> <li>ผลการรักษาตรงตามสรรพคุณบนฉลาก/รักษาได้ผล บรรเทาอาการได้ (มาก)</li> <li>มีฉลากแสดงสรรพคุณยาชัดเจน (มาก)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>ผลการรักษาตรงตามสรรพคุณบนฉลาก/รักษาได้ผล (มาก)</li> <li>มีเลขทะเบียนยาหรือมีเลขรับรองจากองค์การอาหารและยา (เลข. อย.) (มาก)</li> <li>ไม่มีสิ่งปนเปื้อนอื่นๆเจือปน (มาก)</li> </ol>
ด้านราคา	<ol style="list-style-type: none"> <li>ราคาเหมาะสม (มาก)</li> <li>มีป้ายแสดงราคาอยู่บนฉลาก (มาก)</li> <li>ราคาถูกกว่ายาแผนปัจจุบันเมื่อใช้รักษาอาการเดียวกัน (มาก)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>ราคาเหมาะสม (มาก)</li> <li>มีป้ายแสดงราคาอยู่บนฉลาก (มาก)</li> <li>ราคาถูกกว่ายาแผนปัจจุบัน เมื่อใช้รักษาอาการเดียวกัน (มาก)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>ราคาเหมาะสม (มาก)</li> <li>มีป้ายแสดงราคาอยู่บนฉลาก (มาก)</li> <li>ราคาถูกกว่ายาแผนปัจจุบัน เมื่อใช้รักษาอาการเดียวกัน (มาก)</li> </ol>
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย (ร้านขายยา)	<ol style="list-style-type: none"> <li>ร้านตั้งอยู่ในชุมชน/สะดวกในการซื้อ (มาก)</li> <li>สถานที่สะอาด คุปลดอกภัย (มาก)</li> <li>การจัดวางยาแผนโบราณเป็นหมวดหมู่ (มาก)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>ร้านตั้งอยู่ในชุมชน/สะดวกในการซื้อ (มาก)</li> <li>การจัดวางยาแผนโบราณเป็นหมวดหมู่ (มาก)</li> <li>สถานที่สะอาด คุปลดอกภัย (มาก)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>สถานที่สะอาด คุปลดอกภัย (มาก) และร้านตั้งอยู่ในชุมชน/สะดวกในการซื้อ (มาก)</li> <li>มียาจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง/ไม่มีปัญหาขาด (มาก)</li> </ol>

ตารางที่ 47 (ต่อ) แสดงสรุปข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อขายแผนโบราณบรรจุเสร็จที่มีจำหน่ายในร้านขายยา จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อการซื้อขายแผนโบราณบรรจุเสร็จที่มีจำหน่ายในร้านขายยา (การแปลผล)		
	อายุน้อยกว่า 30 ปี	อายุ 31- 50 ปี	อายุ 51 ปีขึ้นไป
ด้านการส่งเสริมการตลาด	<ol style="list-style-type: none"> <li>มีการโฆษณาแผนโบราณบรรจุเสร็จตามสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ (มาก)</li> <li>มีการบริการหลังการขาย เช่น มีเบอร์โทรศัพท์ทำให้โทรไปสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม (ปานกลาง)</li> <li>มีของแถมหรือมีการสะสมแลกแลกของรางวัล หรือส่งแลกชิงรางวัล (ปานกลาง)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>มีการโฆษณาแผนโบราณบรรจุเสร็จตามสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ (มาก)</li> <li>มีการบริการหลังการขาย เช่น มีเบอร์โทรศัพท์ทำให้โทรไปสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม (ปานกลาง)</li> <li>มีของแถมหรือมีการสะสมแลกแลกของรางวัล หรือส่งแลกชิงรางวัล (ปานกลาง)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>มีการโฆษณาแผนโบราณบรรจุเสร็จตามสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ (มาก)</li> <li>มีการบริการหลังการขาย เช่น มีเบอร์โทรศัพท์ทำให้โทรไปสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม (ปานกลาง)</li> <li>มีของแถมหรือมีการสะสมแลกแลกของรางวัล หรือส่งแลกชิงรางวัล (ปานกลาง)</li> </ol>
ด้านบุคลากรที่จำหน่ายแผนโบราณบรรจุเสร็จในร้านขายยา	<ol style="list-style-type: none"> <li>มีเภสัชกร/พนักงานในร้านขายยาพูดจาสุภาพ อธิบายดี (มาก)</li> <li>เภสัชกรหรือพนักงานในร้านขายยามีความรู้เรื่องยาแผนโบราณเป็นอย่างดี (มาก)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>มีเภสัชกร/พนักงานในร้านขายยาพูดจาสุภาพ อธิบายดี (มาก)</li> <li>เภสัชกรหรือพนักงานในร้านขายยามีความรู้เรื่องยาแผนโบราณเป็นอย่างดี (มาก)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>เภสัชกรหรือพนักงานในร้านขายยามีความรู้เรื่องยาแผนโบราณเป็นอย่างดี (มาก)</li> <li>มีเภสัชกร/พนักงานในร้านขายยาพูดจาสุภาพ อธิบายดี (มาก)</li> </ol>
ด้านกระบวนการ	<ol style="list-style-type: none"> <li>การซื้อในร้านขายยาจะมีเภสัชกรหรือพนักงานในร้านแนะนำสรรพคุณยาแผนโบราณบรรจุเสร็จให้ (มาก)</li> <li>สามารถเลือกหยิบยาแผนโบราณได้เอง (มาก)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>การซื้อในร้านขายยาจะมีเภสัชกรหรือพนักงานในร้านแนะนำสรรพคุณยาแผนโบราณบรรจุเสร็จให้ (มาก)</li> <li>สามารถเลือกหยิบยาแผนโบราณได้เอง (ปานกลาง)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>การซื้อในร้านขายยาจะมีเภสัชกรหรือพนักงานในร้านแนะนำสรรพคุณยาแผนโบราณบรรจุเสร็จให้ (มาก)</li> <li>สามารถเลือกหยิบยาแผนโบราณได้เอง (ปานกลาง)</li> </ol>

## อภิปรายผล

จากการศึกษา พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อยาแผนโบราณบรรจุเสร็จที่มีจำหน่ายในร้านขายยา จังหวัดเชียงใหม่ สามารถอภิปรายผลตามแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) และทฤษฎีส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) ได้ดังต่อไปนี้

แนวความคิดการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคด้วยคำถาม 6Ws1H สามารถนำมาวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ใช้ยาแผนโบราณบรรจุเสร็จ ในรูปแบบยาเม็ดหรือยาแคปซูล และใช้ยาแผนโบราณตัวเดิมที่เคยใช้เป็นประจำ ไม่ลองเปลี่ยนเป็นตัวใหม่ที่มีสรรพคุณเดียวกัน ยาแผนโบราณที่ผู้บริโภคเลือกใช้ตามอาการ เรียงจากมากไปน้อย 3 อันดับ คือ กลุ่มอาการไอ ขับเสมหะ คัดจมูก แก่หัวดี เจ็บคอ อันดับที่ 2 คือ กลุ่มอาการจุกเสียดท้อง ปวดท้อง ท้องอืด แน่นในอก และอันดับที่ 3 คือ กลุ่มอาการอ่อนเพลีย วิงเวียนศีรษะ เบื่ออาหาร นอนไม่หลับ ร้อนใน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ มัชฌานา ทรัพย์เจริญพันธ์ (2551) ที่ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคยาแผนโบราณในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มอาการที่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ 3 อันดับแรกคือ ยาบำรุงโลหิต ยาแก้เจ็บคอ และยาบรรเทาอาการผื่นคันตามผิวหนัง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากลักษณะกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาแตกต่างกัน โดยการศึกษานี้กลุ่มประชากร ส่วนใหญ่อายุ 31 ปีขึ้นไป ร้อยละ 68.1 และอายุน้อยกว่า 30 ปี ร้อยละ 31.9 อาชีพรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ระดับการศึกษาส่วนใหญ่คือระดับปริญญาตรี ที่มาใช้บริการซื้อยาแผนโบราณในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนการศึกษาของมัชฌานา ทรัพย์เจริญพันธ์ ศึกษาในประชากรในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ส่วนใหญ่อายุน้อยกว่า 30 ปี ร้อยละ 59.8 อายุ 31 ปีขึ้นไป ร้อยละ 40.2 ประกอบอาชีพส่วนตัว ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ต่ำกว่าปริญญาตรี ซึ่งความแตกต่างทางอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และพื้นที่ที่ทำการศึกษา อาจมีผลต่อต่อลักษณะการเจ็บป่วยและการเลือกใช้ยาแผนโบราณที่แตกต่างกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ยาแผนโบราณเนื่องจากคิดว่าจะมีความปลอดภัย/มีผลข้างเคียงน้อยมากที่สุด และเหตุผลที่ใช้คือเชื่อถือในคุณภาพหรือเคยใช้แล้วหาย ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ มัชฌานา ทรัพย์เจริญพันธ์ (2551) ที่ผลการศึกษาพบว่าเหตุผลที่ใช้ยาแผนโบราณคือ ต้องการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่ทำจากสมุนไพร ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการศึกษาในกลุ่มประชากรที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตามการศึกษานี้มีเหตุผลในการใช้ยาแผนโบราณเพราะชอบใช้สมุนไพร เป็นเหตุผลที่รองลงมาเป็นอันดับสอง

การตัดสินใจใช้จ่ายส่วนใหญ่ตัดสินใจด้วยตัวเอง โดยจะตัดสินใจใช้จ่ายจากการได้รับคำแนะนำของเภสัชกร และ มีการซื้อยาใช้เป็นประจำ สอดคล้องกับผลการศึกษามัชฌิมา ทรัพย์เจริญพันธ์ (2551) ที่ผลการศึกษาพบว่า การซื้อยาแต่ละครั้งของผู้บริโภคเมื่อป่วยส่วนใหญ่จะซื้อเป็นประจำ

สถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อยาแผนโบราณบ่อยที่สุด คือ ร้านขายยา เนื่องจากเชื่อมั่นในสินค้าที่นำมาวางจำหน่าย สอดคล้องกับมัชฌิมา ทรัพย์เจริญพันธ์ (2551) ที่พบว่าร้านขายยา คือสถานที่ที่ผู้บริโภคเลือกซื้อยาแผนโบราณมากที่สุด เนื่องจากเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้า และสื่อโฆษณาที่ได้ยินการโฆษณายาแผนโบราณมากที่สุดคือ วิทยุ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษามัชฌิมา ทรัพย์เจริญพันธ์ (2551) ที่พบว่า โทรทัศน์ เป็นสื่อที่เห็นโฆษณายาแผนโบราณมากที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มที่ศึกษาแตกต่างกัน จึงอาจมีพฤติกรรมเรื่องช่องทางการรับสื่อที่แตกต่างกัน

แนวคิดส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) สามารถนำมาวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

**ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ด้านบุคลากรในร้านขายยา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ และด้านราคา ส่วนปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของปัฐพล รัตนจินดา (2551) ได้ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ยาแผนโบราณของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในระดับมาก และปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้าน การส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในระดับปานกลาง

**ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ลำดับแรกคือ คือมีเลขทะเบียนยา หรือเลข อย. ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษามัชฌิมา ทรัพย์เจริญพันธ์ (2551) ที่ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก ลำดับแรกคือ ประสิทธิภาพในการรักษา ทั้งนี้เนื่องมาจากการศึกษาในกลุ่มผู้บริโภคที่แตกต่างกัน และอาจเป็นเพราะการให้ความรู้เรื่องความปลอดภัยของการใช้ยาในปัจจุบันและในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถทำได้ทั่วถึงมากขึ้น ผู้บริโภคในเขตจังหวัดเชียงใหม่จึงให้ความสำคัญเรื่อง การมีเลขทะเบียนยาหรือเลข อย. เป็นอันดับแรก แต่ทั้งนี้เรื่องประสิทธิภาพในการรักษา คือ ผลการรักษาตรงตามสรรพคุณบนฉลาก/รักษาได้ผล บรรเทาอาการได้ ก็เป็นปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษานี้ให้ความสำคัญรองลงมาเป็นอันดับสอง

**ปัจจัยด้านราคา** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ลำดับแรกคือระดับราคาเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของปีฐพล รัตนจินดา (2551) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากลำดับแรกคือ ราคาสมเหตุสมผล

**ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย** จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยด้านสถานที่จัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก อันดับแรกคือ ร้านตั้งอยู่ในชุมชน/สะดวกในการซื้อ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของปีฐพล รัตนจินดา (2551) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อย่อยในระดับมากอันดับแรกคือ สถานที่จำหน่ายมีความสะอาด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการศึกษาที่มีลักษณะพื้นที่ที่ทำการศึกษแตกต่างกัน ซึ่งการศึกษานี้เป็นการศึกษาเจาะจงเฉพาะการซื้อยาแผนโบราณในร้านขายยา ในจังหวัดเชียงใหม่ แต่การศึกษาของปีฐพล รัตนจินดา เป็นการศึกษาถึงการใช้จ่ายยาแผนโบราณตามแหล่งต่าง ๆ ทั่วไปไม่ได้เจาะจงสถานที่ซื้อ ในเขตกรุงเทพมหานคร

**ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด** จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง สอดคล้องกับผลการศึกษาของปีฐพล รัตนจินดา (2551) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง แต่ปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากคือ มีการโฆษณาแผนโบราณบรรจุเสร็จตามสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของปีฐพล รัตนจินดา (2551) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญของปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดคือ แพทย์ให้คำแนะนำเป็นยาทางเลือก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการศึกษานี้ศึกษาปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเฉพาะเรื่องมีการโฆษณาแผนโบราณบรรจุเสร็จตามสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ มีการบริการหลังการขาย เช่น มีเบอร์โทรศัพท์ที่ให้โทรไปสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม และการมีของแถมหรือมีการสะสมแลกของรางวัล หรือส่งแลกชิงรางวัล

### ข้อค้นพบ

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อยาแผนโบราณบรรจุเสร็จที่มีจำหน่ายในร้านขายยา จังหวัดเชียงใหม่ มีข้อค้นพบดังนี้

1. กลุ่มอาการของโรคที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้จ่ายยาแผนโบราณบรรจุเสร็จ เรียงกัน 3 อันดับ คืออันดับที่ 1 ได้แก่กลุ่มอาการไอ ขับเสมหะ คัดจมูก แก้วหวัด เจ็บคอ อันดับที่ 2 คือกลุ่มอาการจุกเสียดท้อง ปวดท้อง ท้องอืด แน่นในอก และอันดับที่ 3 คือ กลุ่มอาการอ่อนเพลีย

วิงเวียนศีรษะ เบื่ออาหาร นอนไม่หลับ ร้อนใน แต่เมื่อจำแนกตามอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่ากลุ่มอายุ 51 ปีขึ้นไป มีกลุ่มอาการที่เลือกใช้ยาแผนโบราณบรรจุเสร็จอันดับที่ 1 คือ กลุ่มอาการ ปวดเมื่อย เคล็ดขัดยอก ข้ำใน

2. วัตถุประสงค์ในการใช้ยาแผนโบราณของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ใช้เนื่องจากมีผลข้างเคียงน้อย/คิดว่ามีความปลอดภัยมากที่สุด รองลงมาคือใช้ร่วมกับยาแผนปัจจุบัน แต่เมื่อพิจารณาตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มอายุน้อยกว่า 30 ปี ใช้ยาแผนโบราณเนื่องจากมีผลข้างเคียงน้อย/คิดว่ามีความปลอดภัยมากที่สุด รองลงมาคือ ใช้เพื่อช่วยส่งเสริมสุขภาพ/บำรุงร่างกาย ส่วนกลุ่มอายุ 31 -50 ปี มีวัตถุประสงค์ในการใช้ยาแผนโบราณเนื่องจากมีผลข้างเคียงน้อย/คิดว่ามีความปลอดภัยมากที่สุด รองลงมาคือ ใช้ร่วมกับยาแผนปัจจุบัน แต่กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการใช้ยาแผนโบราณคือ ใช้ร่วมกับยาแผนปัจจุบัน รองลงมาคือใช้เนื่องจากมีผลข้างเคียงน้อย/คิดว่ามีความปลอดภัย

3. สถานที่ที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อยาแผนโบราณบ่อยที่สุดคือร้านขายยา โดยส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่า เชื่อมั่นในสินค้าที่นำมาจำหน่าย

4. การซื้อยาแผนโบราณส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง โดยส่วนใหญ่จะตัดสินใจจากการได้รับคำแนะนำจากเภสัชกร แต่เมื่อจำแนกตามอายุจะพบว่ากลุ่มอายุ 31-50 ปี จะตัดสินใจซื้อยาแผนโบราณโดยการค้นคว้าสรรพคุณด้วยตนเองเป็นส่วนใหญ่ ส่วนกลุ่มอายุน้อยกว่า 30 ปี และกลุ่มอายุ 51 ปีขึ้นไป จะตัดสินใจการคำแนะนำของเภสัชกร

5. รูปแบบยาแผนโบราณบรรจุเสร็จที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้เป็นส่วนใหญ่คือรูปแบบยาเม็ด/แคปซูล รองลงมาคือยาน้ำและยาครีม/ยาขี้ผึ้ง เท่ากันและรูปแบบยาผงชงดื่มผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้เป็นอันดับสุดท้าย แต่เมื่อพิจารณาตามอายุ พบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุน้อยกว่า 31 ปี และกลุ่มอายุ 31-50 ปี เลือกใช้ยารูปแบบเม็ด/แคปซูลมากที่สุด รองลงมาคือรูปแบบยาน้ำและเลือกใช้ยาแผนโบราณรูปแบบยาครีม/ขี้ผึ้ง เป็นอันดับสุดท้าย ส่วนกลุ่มอายุ 51 ปีขึ้นไป มีการเลือกใช้ยาแผนโบราณในรูปแบบยาเม็ด/แคปซูลเป็นอันดับแรก แต่มีการใช้ยารูปแบบยาครีม/ขี้ผึ้งเป็นอันดับสอง และ มีการใช้ยาในรูปแบบยาน้ำเป็นอันดับสุดท้าย

6. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาแผนโบราณในร้านขายยา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก โดยเรียงตามลำดับ 3 ลำดับแรก คือ มีเลขทะเบียนยา หรือเลข อย. ผลการรักษาตรงตามสรรพคุณบนฉลาก และมีฉลากแสดงสรรพคุณยาชัดเจน ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่อง บรรจุภัณฑ์สวยงามน่าใช้ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง เมื่อจำแนกตามอายุพบว่า กลุ่มอายุน้อยกว่า 30 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ มีฉลากแสดงสรรพคุณยาชัดเจน ผลการรักษาตรงตามสรรพคุณบนฉลาก/รักษาได้ผล บรรเทาอาการได้ และ มีเลขทะเบียนยาหรือมีเลขรับรองจากองค์การอาหารและยา(เลข. อย.) กลุ่มที่มีอายุ



31-50 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ มีเลขทะเบียนยาหรือมีเลขรับรองจากองค์การอาหารและยา(เลข. อย.) ผลการรักษาตรงตามสรรพคุณบนฉลาก/รักษาได้ผล บรรเทาอาการได้ และมีฉลากแสดงสรรพคุณยาชัดเจน ส่วนกลุ่มอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อยังย้อย่อด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ ผลการรักษาตรงตามสรรพคุณบนฉลาก/รักษาได้ผล มีเลขทะเบียนยาหรือมีเลขรับรองจากองค์การอาหารและยา(เลข. อย.) และ ไม่มีสิ่งปนเปื้อนอื่นๆเจือปน

7. ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเกือบทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก ยกเว้นปัจจัยย่อยในเรื่อง ราคาขายแผนโบราณถูกกว่าร้านอื่น และการซื้อขายสามารถต่อรองราคาได้/ขอส่วนลดได้ ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง เมื่อจำแนกผู้ตอบแบบสอบถามตามอายุพบว่า ทุกกลุ่มอายุ ให้ความสำคัญต่อยังย้อย่อด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก 3 ลำดับแรกคือ ราคาเหมาะสม มีป้ายแสดงราคาอยู่บนฉลาก และ ราคาถูกกว่ายาแผนปัจจุบัน เมื่อใช้รักษาอาการเดียวกัน แต่ปัจจัยย่อยเรื่อง ราคาขายแผนโบราณถูกกว่าร้านอื่น และการซื้อขายสามารถต่อรองราคาได้/ขอส่วนลดได้ กลุ่มอายุน้อยกว่า 30 ปีและอายุ 31-50 ปีให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนกลุ่มอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อยังย้อย่อด้านเรื่องราคาขายแผนโบราณถูกกว่าร้านอื่นอยู่ในระดับมาก และ การซื้อขายสามารถต่อรองราคาได้/ขอส่วนลดได้ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

8. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก โดยผู้ตอบแบบสอบถามอายุน้อยกว่า 30 ปี ให้ความสำคัญต่อยังย้อย่อด้านที่มีค่าเฉลี่ยเรียงกัน 3 ลำดับแรกคือ ร้านตั้งอยู่ในชุมชน/สะดวกในการซื้อ สถานที่สะอาด คุปตลอดภัย และการจัดวางยาแผนโบราณเป็นหมวดหมู่ กลุ่มอายุ 31-50 ปี ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงกัน 3 ลำดับแรกคือ ร้านตั้งอยู่ในชุมชน/สะดวกในการซื้อ การจัดวางยาแผนโบราณเป็นหมวดหมู่ และ สถานที่สะอาด คุปตลอดภัย ส่วนกลุ่มอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยเรียงกัน 3 ลำดับแรกคือ สถานที่สะอาด คุปตลอดภัย และ ร้านตั้งอยู่ในชุมชน/สะดวกในการซื้อที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน และมียาจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง/ไม่มีปัญหาขาด

9. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยมีปัจจัยย่อยในเรื่อง มีการโฆษณาแผนโบราณบรรจุเสร็จตามสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ หนังสือพิมพ์ ที่ให้ความสำคัญในระดับมาก และ ปัจจัยย่อยเรื่องมีการบริการหลังการขาย เช่น มีเบอร์โทรศัพท์ให้โทรไปสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม และการมีของแถมหรือมีการสะสมฉลากแลกของรางวัล หรือส่งฉลากชิงรางวัล ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

10. ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก เมื่อจำแนกตามอายุพบว่า กลุ่มอายุน้อยกว่า 30 ปีและกลุ่มอายุ 31-50 ปี ให้ความสำคัญต่อยังย้อย่อด้าน

เรียงกันตามลำดับคือ เกษีกร/พนักงานในร้านขายยาพุดจาสุภาพ อัยาศัยดี และ เกษีกร/พนักงานในร้านขายยามีความรู้เรื่องยาแผนโบราณเป็นอย่างดี ส่วนกลุ่มอายุ 51 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อบัจจย้อยเรียงกันตามลำดับคือ เกษีกร/พนักงานในร้านขายยามีความรู้เรื่องยาแผนโบราณเป็นอย่างดี รองลงมาคือ เกษีกร/พนักงานในร้านขายยาพุดจาสุภาพ อัยาศัยดี

13. บัจจย้อยด้านกระบวนการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบัจจย้อยในระดับมาก โดยมีบัจจย้อย คือการซื้อในร้านขายยาจะมีเกษีกรหรือพนักงานในร้านแนะนำสรรพคุณยาแผนโบราณบรรลุเสร็จให้ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก และสามารถเลือกหยิบยาแผนโบราณได้เอง ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

### ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อยาแผนโบราณบรรลุเสร็จที่มีจำหน่ายในร้านขายยา จังหวัดเชียงใหม่ มีข้อเสนอแนะ ที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการร้านขายยา นำไปมีส่วนร่วมในการพิจารณาเลือกยาแผนโบราณบรรลุเสร็จมาวางจำหน่ายในร้านให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า และผู้ประกอบการธุรกิจผลิตยาแผนโบราณ นำไปมีส่วนร่วมในการปรับปรุงกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับผู้บริโภคได้ ดังนี้

**สำหรับผู้ประกอบการร้านขายยา** ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการกิจการร้านขายยาที่ต้องการมียาแผนโบราณบรรลุเสร็จร่วมวางจำหน่ายในร้านขายยา ตามส่วนประสมทางการตลาดดังนี้

#### ด้านผลิตภัณฑ์

- จากการศึกษาผู้บริโภคเลือกซื้อยาแผนโบราณบรรลุเสร็จโดยมุ่งหวังที่ความปลอดภัยและคิดว่ามีผลข้างเคียงน้อยมากที่สุด ดังนั้นการเลือกยาแผนโบราณมาจำหน่ายภายในร้าน ควรเน้นในเรื่องยาแผนโบราณที่มีเลขทะเบียนยาหรือมีการรับรองจากองค์การอาหารและยา มีฉลากแสดงสรรพคุณ และแสดงส่วนประกอบชัดเจน ผู้ประกอบการร้านขายยารายใหม่ควรหาข้อมูลยี่ห้อ ชนิดของยาแผนโบราณที่จะนำมาวางจำหน่ายจากร้านขายยาที่เปิดมานานแล้วและมีลักษณะทำเลหรือกลุ่มลูกค้าใกล้เคียงกัน อาจขอคำแนะนำจากยี่ปั้ว หรือร้านขายส่ง เช่น ร้านสยามชัย ร้านส.เกษีกร เพื่อเป็นแนวทางเลือกยาให้เหมาะสมกับผู้บริโภคในพื้นที่ที่จะเปิดร้านขายยา

- กลุ่มยาแผนโบราณที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีการเลือกใช้มากเป็นอันดับแรก คือ กลุ่มไอ ขับเสมหะ คัดจมูก แก้หวัด เจ็บคอ เช่น ยาฟ้าทะลายโจรแคปซูล ยาแก้ไอน้ำคำตราเสือดาว ยา

แก๊วไอระเหยจากปั๊มอ็อกซิเจนเหลว รองลงมาคือกลุ่มอาการจุกเสียดท้อง ปวดท้อง ท้องอืด แน่นในอก เช่น ขมิ้นชันแคปซูล ยาธาตุน้ำขาว ยาธาตุน้ำแดง และอันดับ 3 คือ อ่อนเพลีย วิงเวียนศีรษะ เบื่ออาหาร นอนไม่หลับ ร้อนใน เช่น ยาหอมสิงห์คำ ยาหอมตราเด็กในพานทอง ยาหอมระเจ็ดยี่ จิงควรมีการจัดสินค้าตามกลุ่มอาการเหล่านี้ให้มียี่ห้อที่หลากหลาย และมีปริมาณให้เพียงพอ เพื่อให้ผู้บริโภคได้เลือกซื้อได้

- ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้สูงอายุ 51 ปีขึ้นไป จะเลือกใช้ยากกลุ่มอาการปวดเมื่อย เคล็ดขัดยอก ข้ำโน มากที่สุด ดังนั้นการบริหารจัดการสินค้าหรือคัดเลือกชนิดยาแผนโบราณควรมียาแผนโบราณกลุ่มอาการเหล่านี้หลายยี่ห้อหรือหลายชนิดให้ลูกค้ากลุ่มนี้เลือก

#### ด้านราคา

- ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อบรรยากาศของร้านขายยา และการมีป้ายแสดงราคาอยู่บนฉลากในระดับมาก ดังนั้นผู้ประกอบการร้านขายยา จึงควรมีความรู้เป็นอย่างดีในการแนะนำในการใช้ยาแผนโบราณทั้งในเรื่องสรรพคุณ ผลข้างเคียง ประสิทธิภาพการรักษา โดยเฉพาะกลุ่มยาแผนโบราณที่ใช้เสริมกับยาแผนปัจจุบัน เพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกคุ้มค่าในการใช้ยาแผนโบราณ สมเหตุสมผลกับเงินที่ต้องจ่าย มีการติดราคาขายไว้บนฉลากให้ผู้บริโภคเห็น และสำรวจราคากับร้านใกล้เคียง เพื่อปรับราคาขายให้เหมาะสมในแต่ละพื้นที่ด้วย

#### ด้านสถานที่จัดจำหน่าย(ร้านขายยา)

- ผู้ประกอบการร้านขายยาที่ยังไม่ได้เปิดร้านขายยาควรพิจารณาถึงการจัดทำเลในการตั้งร้านขายยาด้วย หากต้องการให้มียอดขายยาแผนโบราณ เนื่องจากผู้บริโภคคำนึงถึง ที่ตั้งและความสะดวกของร้านขายยาที่ไปใช้บริการซื้อยาแผนโบราณในระดับมาก

- หากเป็นร้านขายยาที่เปิดบริการแล้ว ควรดูแลร้านขายยาให้สะอาด ปลอดภัย ใช้สีภายในร้านให้ดูสว่างหรือใช้ไฟในร้านสีขาวสว่าง ดูสบายตา จัดการป้องกันปัญหาขาดโดยบริหารให้มียาแผนโบราณวางจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง และมีการจัดเรียงยาแผนโบราณในร้านให้เป็นหมวดหมู่ โดยเฉพาะร้านขายยาที่มีกลุ่มลูกค้าอยู่ในช่วงอายุ 31-50 ปี ซึ่งให้ความสำคัญมากต่อการจัดเรียงยาแผนโบราณเป็นหมวดหมู่และการเลือกใช้ยาแผนโบราณจะค้นคว้าสรรพคุณด้วยตนเอง การจัดเรียงยาแผนโบราณจึงควรมีป้ายแสดงแยกประเภทของยาชัดเจน อาจต้องมีแผ่นพับหรือโบชัวร์แสดงสรรพคุณวางอยู่ใกล้ๆ ให้ได้อ่าน

#### ด้านการส่งเสริมการตลาด

- จากการศึกษานักบริโภคให้ความสำคัญต่อการที่มีการโฆษณาแผนโบราณตามสื่อต่างๆ ในระดับมาก ดังนั้นผู้ประกอบการร้านขายยาจึงควรมีการติดตามข้อมูลยาแผนโบราณที่มีการ

โฆษณาตามสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะวิทยุ ในแต่ละพื้นที่และช่วงเวลา เพื่อจะได้จัดหาแผนโบราณมาวางจำหน่ายได้เพียงพอและทันจำหน่ายหากมีผู้บริโภคมามากขึ้น

- การส่งเสริมการตลาดเรื่องการเมืองของแถม หรือมีการสะสมแลกแลกของรางวัล หรือส่งแลกชิงรางวัล ผู้บริโภคให้ความสำคัญปานกลาง ผู้ประกอบการร้านขายยาอาจไม่ต้องร่วมรายการชิงรางวัลหรือแลกของรางวัลจากยาแผนโบราณก็ได้ แต่ถ้าหากมีก็จะเป็นการเพิ่มความน่าสนใจให้ร้าน และสร้างความรู้จักให้ร้านขายยาได้ โดยเฉพาะร้านขายยาที่เปิดใหม่หากเข้าร่วมการส่งเสริมการตลาดกับยาแผนโบราณบางตัว จะมีการนำไปโฆษณาชื่อร้านให้ตามสื่อต่าง ๆ จากเจ้าของผลิตภัณฑ์ยาแผนโบราณ ทำให้ผู้บริโภคได้รู้จักร้านขายยามากขึ้น

#### ด้านบุคลากรในร้านขายยา

- เกษีกรมีผลในการเลือกใช้ยาแผนโบราณของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก หากต้องตัดสินใจเลือกยาด้วยตนเอง โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี และกลุ่มอายุ 51 ปีขึ้นไป ดังนั้นควรมีการฝึกอบรมเกษีกรหรือพนักงานในร้านให้มีความรู้เรื่องยาแผนโบราณเป็นอย่างดี สามารถที่จะให้คำแนะนำได้ รวมทั้งฝึกอบรมเรื่องความสุภาพและความมีอัธยาศัยของเกษีกรหรือพนักงานในร้านด้วย

#### ด้านกระบวนการ

- ผู้ประกอบการควรมีการคัดเลือกเกษีกรหรือพนักงานประจำร้าน ที่มีความรู้ความสามารถที่จะให้คำแนะนำเรื่องยาแผนโบราณแก่ผู้บริโภคที่มาใช้บริการได้

- ร้านขายยาที่มีกลุ่มลูกค้าอายุน้อยกว่า 30 ปีเป็นส่วนใหญ่ เช่นร้านขายยาหน้าสถานศึกษา ควรมีชั้นวางยาแผนโบราณ โดยเฉพาะแยกต่างหากที่ผู้บริโภคสามารถเลือกหยิบยาเองได้ เนื่องจากกลุ่มอายุน้อยกว่า 30 ปีให้ความสำคัญต่อบรรยากาศของร้านที่สามารถเลือกหยิบยาแผนโบราณได้เองในระดับมาก

นอกจากนี้การบริหารสินค้าคงคลังก็เรื่องสำคัญเนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อยาเป็นครั้งคราว จึงต้องมีวางจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง เมื่อเวลาลูกค้ามาซื้อจะไม่มีปัญหาขาด ควรมีการเช็คสต็อกยาแผนโบราณสม่ำเสมอให้มีเพียงพอจำหน่าย ใน จ.เชียงใหม่มีร้านขายส่งที่จำหน่ายยาในราคาส่งได้แม้ตั้งในปริมาณน้อยๆ และมีบริการส่งยาถึงร้านสัปดาห์ละ 1-2 ครั้ง ทำให้ผู้ประกอบการร้านขายยาสามารถสั่งได้บ่อย โดยไม่ต้องสิ้นเปลืองงบประมาณในการสต็อกยาจำนวนมากได้

สำหรับผู้ผลิตยาแผนโบราณ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะสำหรับผู้ผลิตยาแผนโบราณที่ต้องการเพิ่มยอดขายยาแผนโบราณของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ดังนี้

- ผู้ผลิตยาแผนโบราณควรเน้นจุดขายยาแผนโบราณเรื่องความปลอดภัยจากการใช้ยาแผนโบราณ ควรหาแหล่งวัตถุดิบที่มีมาตรฐานเชื่อถือได้ กล่องหรือบรรจุภัณฑ์ยาแผนโบราณควรปิดสนิทมิดชิด เพื่อไม่ให้มีสิ่งปนเปื้อนอื่น ๆ เจือปน ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อเลขทะเบียนยาหรือเลข อย. เป็นอย่างมาก ดังนั้นก่อนที่จะนำยาแผนโบราณออกมาวางจำหน่ายในตลาดควรต้องขอขึ้นทะเบียนยาให้เรียบร้อย และมีการระบุบนฉลากให้เห็นชัดเจน รูปแบบยาแผนโบราณรูปยาเม็ดหรือแคปซูลเป็นรูปแบบยาที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้มากที่สุด ดังนั้นหากจะผลิตยาแผนโบราณออกสู่ตลาด ควรเลือกเป็นรูปแบบยาเม็ดหรือแคปซูล เพื่อให้ผู้บริโภคเลือกใช้มากกว่า

- ผู้บริโภคคำนึงถึงประสิทธิภาพในการใช้ยาแผนโบราณ ต้องการผลการรักษาที่ตรงตามฉลาก การที่จะพิมพ์ฉลากระบุสรรพคุณผู้ผลิตควรคำนึงถึงผลของยาแผนโบราณที่เด่นชัดที่สุดไม่ควรเขียนสรรพคุณกว้างเกินไป และสรรพคุณที่ระบุบนฉลากควรชัดเจนที่สุดเนื่องจากผู้บริโภคจะคาดหวังว่ายาแผนโบราณชนิดนั้นสามารถบรรเทาหรือรักษาอาการตรงตามฉลากได้

- ยากลุ่มอาการปวดเมื่อย เคล็ดขัดยอก ช้ำใน เป็นกลุ่มยาที่ผู้บริโภคกลุ่มอายุ 51 ปีขึ้นไปใช้บ่อยที่สุด การออกแบบผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ควรคำนึงถึงกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้เป็นหลัก เช่น ต้องมีฉลากแสดงสรรพคุณที่ตรงกับผลของยา มีเลขทะเบียนหรือเลข อย. ระบุบนฉลาก อาจเป็นตัวแทนสื่อขนาดใหญ่ให้มองเห็นได้ชัดเจน บรรจุภัณฑ์ที่บรรจุยาควรมีการเปิดใช้ง่ายหรือเป็นหลอดบีบง่ายไม่ต้องออกแรงมาก ผู้บริโภคกลุ่มนี้จะใช้ยาตัวเดิมๆ ไม่ลองเปลี่ยนเป็นตัวใหม่ จึงไม่จำเป็นที่จะต้องเปลี่ยนรูปแบบหรือลักษณะบรรจุภัณฑ์หากของเดิมดีอยู่แล้ว หรือหากเป็นผู้ผลิตรายใหม่ควรมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ใกล้เคียงกับของเดิมที่มีอยู่ในตลาดมากที่สุด

- ผู้ผลิตควรริบกระจายยาแผนโบราณให้เข้าไปวางจำหน่ายในร้านขายยาให้เร็วและทั่วถึงที่สุด เนื่องจากเป็นช่องทางที่ผู้บริโภคใช้บริการมากที่สุด อาจต้องมีการส่งตัวแทนไปนำเสนอคุณสมบัติหรือสรรพคุณของยาแผนโบราณของตนให้แก่เภสัชกรหรือพนักงานในร้าน เพื่อให้สามารถแนะนำให้ผู้บริโภคได้ รวมทั้งอาจต้องมีการจัดทำชั้นวางยาแผนโบราณโดยเฉพาะเพื่อให้เจ้าของร้านขายยานำยาแผนโบราณมาวางจำหน่ายให้เห็นชัดเจน อีกทั้งควรมีสติกเกอร์หรือธงญี่ปุ่นหรือแผ่นป้ายให้เจ้าของร้านขายยานำไปวางแสดงหน้าร้านเพื่อให้ผู้บริโภคทราบว่ามียาแผนโบราณตัวนี้จำหน่ายในร้านขายยา

- ควรมีการโฆษณายาแผนโบราณตามสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะทางวิทยุ เพื่อให้ผู้บริโภคทราบข้อมูลผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะสรรพคุณและความปลอดภัยของยา การส่งเสริมการขายด้วยการชิงรางวัลหรือสะสมฉลากแลกหรือลุ้นของรางวัลอาจไม่จำเป็นไปกว่าการโฆษณาข้อมูลยา ทั้งเรื่องผลการรักษาและความปลอดภัยของยาแผนโบราณ อาจเป็นการแสดงผล

การศึกษาประสิทธิภาพ มีบุคคลอ้างอิงในการใช้ เป็นการเพิ่มมูลค่าให้ยาเพื่อให้ผู้บริโภคถึง  
ความคุ้มค่าของประสิทธิภาพยากับราคา



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved