

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 หลักการและเหตุผล

เนื่องจากความเจ็บป่วยเป็นภาวะที่มนุษย์ทุกคนไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ ยารักษาโรคจึงเป็นหนึ่งในปัจจัยดำรงชีวิตพื้นฐานที่มีความสำคัญ ซึ่งหนึ่งในทางเลือกที่ประชาชนทั่วไปอาจเลือกใช้ในการบำบัดรักษาเมื่อมีอาการเจ็บป่วยเกิดขึ้นนั้นคือการซื้อยาจากร้านขายยา เพื่อรักษาตนเองเบื้องต้นก่อนการพบแพทย์ ซึ่งนอกเหนือจากการจำหน่ายแล้ว ร้านขายยายังเป็นสถานที่ ที่ให้คำแนะนำด้านการใช้ยา การดูแลรักษาสุขภาพของประชาชนในชุมชน ตลอดจนการส่งต่อผู้ป่วยไปยังแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ ได้ตามความเหมาะสม และด้วยลักษณะของการเป็นหน่วยจัดจำหน่ายสินค้าประเภทปัจจัยสี่ที่ประชาชนทุกคนจำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยนั่นเอง ธุรกิจร้านขายยาจึงมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ในปัจจุบันจึงมีร้านขายยาเปิดดำเนินการกันอย่างหนาแน่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริเวณชุมชนที่มีประชากรอาศัยอยู่จำนวนมาก ในบางครั้งพบว่ามีการเปิดกิจการติดกันอยู่หลายร้าน ส่งผลให้สภาพการแข่งขันของธุรกิจร้านขายยาทวีความรุนแรงขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ตุลย์ลักษณ์, 2550)

อย่างไรก็ตาม ในช่วงเวลาที่ประเทศกำลังประสบภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ ทุกธุรกิจล้วนได้รับความกระทบกระเทือนจากการที่กำลังซื้อของประชาชนลดถอยลง ธุรกิจร้านขายยาก็ได้รับผลกระทบเช่นเดียวกันอย่างไม่มีข้อยกเว้น ยิ่งไปกว่านั้น ในช่วงที่ผ่านมา การดำเนินนโยบายหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าของรัฐบาลได้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจร้านขายยา โดยมีส่วนให้ประชาชนเปลี่ยนพฤติกรรมจากการซื้อยาจากร้านขายยาทั่วไป ไปใช้บริการจ่ายยาโดยโรงพยาบาลของรัฐมากขึ้น (ชมรมร้านขายยาแห่งประเทศไทย, 2552: ออนไลน์) เจ้าของธุรกิจร้านขายยาจำนวนหนึ่งจึงต้องประสบปัญหาและเกิดความไม่มั่นใจว่าธุรกิจจะดำเนินไปอย่างราบรื่นดังเดิมได้อย่างไร ผู้ประกอบธุรกิจร้านขายยาจึงต้องเริ่มทบทวนและปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการให้เหมาะสมกับสถานการณ์มากขึ้น โดยควรมีการศึกษาเตรียมความพร้อมล่วงหน้า และทำความเข้าใจความต้องการของกลุ่มลูกค้า เพื่อหาวิธีบริหารจัดการร้านขายยาบนพื้นฐานของแผนธุรกิจที่ชัดเจน เพื่อป้องกันปัญหาความล้มเหลวในธุรกิจเสียแต่ต้น และเตรียมลงสู่สนามแห่งการแข่งขันทางธุรกิจในยุคเศรษฐกิจฝืดเคือง

จากรายงานของ IMS Health ตลาดยาในประเทศไทย ปี 2550 มีมูลค่าตลาดทั้งสิ้น 53,100 ล้านบาท โดยช่องทางโรงพยาบาลมีมูลค่า 39,300 ล้านบาท และช่องทางร้านขายยามีมูลค่า 13,800

ล้านบาท ขยายตัวขึ้นร้อยละ 12 จากปี 2549 ซึ่งทำลายสถิติในรอบหลายปีที่ผ่านมา และมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง (นิวส์วิตคอตคอม, 2550: ออนไลน์) สำหรับธุรกิจร้านขายยาในจังหวัดเชียงใหม่ นั้น ก็มีการแข่งขันกันสูงมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยพบว่า ในปี 2546 จำนวนความหนาแน่นของร้านขายยาต่อประชากรในจังหวัดเชียงใหม่มีเพียง 1 ร้านต่อ ประชากร 7,295 คน (บุญบง, 2546) และมีความหนาแน่นเพิ่มขึ้นเป็น 1 ร้านต่อจำนวนประชากร 4,361 คน ในปี 2552 (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่, 2552) และร้านขายยาที่เปิดใหม่มีแนวโน้มในการเปลี่ยนแปลงลักษณะของการดำเนินงานจากร้านขายยาที่เภสัชกรเป็นทั้งเจ้าของร้านและผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการ ไปสู่ลักษณะของการประกอบกิจการร้านขายยาในระบบของการเป็นร้านย่อยภายใต้บริษัทแม่เดียวกัน (Chain store) ซึ่งมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ร้านขายยาลักษณะดังกล่าวประกอบด้วยร้านขายยาที่มีบริษัทแม่อยู่ต่างประเทศหรืออยู่ที่กรุงเทพมหานคร เช่น ร้านขายยาวัตสัน บูทส์ พี แอนด์เอฟ ฟาสซิโน เป็นต้น และร้านขายยาที่เป็นผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่เอง เช่น ร้านขายยาเฟริสตรัก ฟาร์ม่าเวย์ รวมถึง ฟาร์ม่าช้อยซ์ เป็นต้น

จากข้อมูลดังกล่าว จะเห็นได้ว่าธุรกิจร้านขายยามีแนวโน้มที่จะขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีสภาพการแข่งขันที่รุนแรง และพบว่าร้านขายยาจะเปิดดำเนินการธุรกิจกันอย่างหนาแน่น โดยเฉพาะในบริเวณที่มีประชากรอาศัยอยู่มากเช่น ถนนสุเทพ ถนนช้างเผือก เป็นต้น ซึ่งพบว่า มีร้านขายยาตั้งอยู่ติดกันหลายร้าน ทำให้สภาพการแข่งขันทวีความรุนแรงขึ้น และมีการใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อแย่งชิงลูกค้า ดังนั้น เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจจึงต้องมีการพัฒนาตนเอง ทั้งในรูปแบบของร้าน การให้บริการ การบริหารจัดการอย่างมีระบบและมีประสิทธิภาพโดยมีการนำเอาส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) มาประยุกต์ใช้กับธุรกิจนี้ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม ซึ่งจะเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และสามารถสร้างความพึงพอใจให้ผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการ ทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการเข้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

บริษัท ฟาร์ม่าช้อยซ์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัดเริ่มก่อตั้งในปี พ.ศ.2533 เพื่อจำหน่าย ยาอาหารเสริมสุขภาพ และอุปกรณ์การแพทย์ มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่บนถนนสุเทพ ปัจจุบัน มีจำนวนสาขาทั้งหมด 10 สาขาในเขตอำเภอเมือง เชียงใหม่ ในช่วงประมาณ 15 ปีแรกของการดำเนินงานกิจการประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีโดยอัตราการเติบโตของยอดขายเพิ่มขึ้นประมาณ 8-10 % ในแต่ละปี แต่สถานการณ์การแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นในปัจจุบันทำให้อัตราการเติบโตของยอดขายลดลงในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา คงเหลือเพียงประมาณ 5-7% ทำให้ผู้บริหารมีความกังวลว่า หากไม่มีการพัฒนาคุณภาพการทำงานในด้านต่างๆ ให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม อาจส่งผลให้การเติบโตของยอดขาย รวมถึงส่วนแบ่งทางการตลาดของกิจการ ไม่สอดคล้องกับ

แนวโน้มการขยายตัวของตลาดที่เพิ่มสูงขึ้นมาก จากกระแสสุขภาพของคนทั่วไปในปัจจุบัน (ภูษะฐ์ เทียนทอง, 2553)

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของร้านขายยาฟาร์ม่าช้อยซ์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ รวมทั้งข้อคิดเห็นและ ข้อเสนอแนะต่าง ๆ ผู้ศึกษาจะนำมาปรับปรุง พัฒนาและนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ ทางธุรกิจต่อไปเพื่อสนองต่อความต้องการและความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการ ร้านขายยา ฟาร์ม่าช้อยซ์อย่างสูงสุด

## 1.2 วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านขายยาฟาร์ม่าช้อยซ์ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

## 1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1.3.1 ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านขายยา ฟาร์ม่าช้อยซ์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

1.3.2 สามารถนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินธุรกิจ และปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาด ของร้านขายยา ฟาร์ม่าช้อยซ์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าต่อไป

## 1.4 นิยามศัพท์

**ความพึงพอใจ** หมายถึง ความรู้สึกหลังการซื้อหรือรับบริการของบุคคล ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่าง การรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการ หรือ ความมีประสิทธิภาพของสินค้า (Perceived Performance) กับการให้บริการที่คาดหวังไว้ (Expected Performance) ต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของร้านขายยา ฟาร์ม่าช้อยซ์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยประกอบด้วยด้านต่างๆ ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านสถานที่ (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

**ร้านขายยาฟาร์ม่าช้อยซ์** หมายถึง สถานที่ขายยาแผนปัจจุบัน ในอำเภอเมือง เชียงใหม่ และเป็นร้านขายยาที่มีเภสัชกรปฏิบัติการตลอดเวลาที่เปิดทำการ โดยมีสาขาทั้งหมด 10 สาขา ดังนี้ สาขาราชภัฏ สาขากาดสวนแก้ว สาขาสวนดอก สาขาประตูท่าแพ สาขาหน้าโรงเรียนคาราวินวิทยาลัย

สาขาข้างโรงพยาบาลใกล้หมอ สาขาหน้าสถานีรถไฟ สาขาข้างโรงพยาบาลเทพปัญญา สาขาหนอง  
หอย และ สาขาคันคลองชลประทาน

**ลูกค้า** หมายถึง ผู้ที่เข้ามาใช้บริการในร้านขายยาฟาร์มาซ้อยซ์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่  
ได้แก่การซื้อสินค้าในร้าน การขอคำแนะนำปรึกษาด้านสุขภาพรวมทั้งใช้บริการเสริมต่างๆ ที่ร้าน  
ขายยาฟาร์มาซ้อยซ์จัดขึ้น



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved