

ชื่อวิทยานิพนธ์ การศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภคในร้านขายยาทั่วไปและร้านขายยาของ  
องค์การเภสัชกรรมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผู้วิจัย นางนพรัตน์ ศรีวงศ์พานิช ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา (1) รองศาสตราจารย์ฉัตรชัย ลอยฤทธิวุฒิกโร (2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิดิพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์  
ปีการศึกษา 2548

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคในร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป (2) ศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภคในร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการจากร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไปในเขตที่มีร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมจำนวน 420 ราย จำแนกออกเป็นผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมจำนวน 210 ราย และผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านขายยาทั่วไป จำนวน 210 ราย เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการซื้อยา และความคิดเห็นของผู้บริโภค สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบไคสแควร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows

ผลการวิจัยพบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุ 25-35 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัท/รับจ้าง และมีรายได้เฉลี่ย 10001-20000 บาทต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างของร้านขายยาทั่วไปส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25-35 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัท/รับจ้าง และมีรายได้เฉลี่ย 10001-20000 บาทต่อเดือน (2) ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภคในร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือเพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านเหตุผลที่ซื้อยา และวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา อายุและรายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา และวิธีการในการซื้อยา อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา และแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด (3) ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภคในร้านขายยาทั่วไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือเพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา และวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา อายุ อาชีพและรายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด ส่วนการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภคของร้านขายยาทั้งสอง

คำสำคัญ พฤติกรรมการซื้อยา ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม ร้านขายยาทั่วไป

**Thesis title:** COMPARISON OF CONSUMER'S DRUG PURCHASING BEHAVIOR IN PRIVATE RETAIL DRUGSTORES AND THE GOVERNMENT PHARMACEUTICAL ORGANIZATION RETAIL DRUGSTORES IN BANGKOK AND SURROUNDING AREAS

**Researcher:** Mrs.Nopparat Srivongphanish; **Degree:** Master of Business Administration;

**Thesis Advisors:** (1) Chatchai Loyrittivuthikrai, Associate Professor; (2) Dr.Titipat Iamnirun, Assistant Professor;

**Academic year:** 2005.

### **ABSTRACT**

The objectives of this research were (1) to study the personal characteristics of the government pharmaceutical organization and private retail drugstores consumers; (2) to compare drug purchasing behaviors of the government pharmaceutical organization and private retail drugstores consumers.

A total of 420 research samples were interviewed comprised of 210 government pharmaceutical organization and 210 private retail drugstores consumers. The research instrument was a questionnaire with statistical reliability of 0.95. The statistical methods employed for research data analysis were percentage, mean, standard deviation, chi-square and t-test using the program SPSS for Windows version 10.

The research findings showed that (1) The majority of consumers of the government pharmaceutical organization retail drugstores were male, aged 25-35 years, Bachelor's degree graduates, working for a private-sector company and had a monthly income between 10,001-20,000 baht while the majority of consumers of the private retail drugstores were female, aged 25-35 years, Bachelor's degree graduates, working for a private-sector company and had a monthly income between 10,001-20,000 baht; (2) The personal characteristics had a significant relationship with drug purchasing behavior in the government pharmaceutical organization retail drugstores. Gender had a relationship with drug purchasing behavior in regard to the reason for purchasing and purchasing method. Age and income had a relationship with drug purchasing behavior in regard to when needs occur and purchasing method. Occupation had a relationship with drug purchasing behavior in regard to when needs occur and place. There was no significant relationship between education level and drug purchasing behavior; (3) The personal characteristics had a significant relationship with drug purchasing behavior in the private retail drugstores. Gender had a relationship with drug purchasing behavior in regard to when needs occur and purchasing method. Age, income and occupation had a relationship with drug purchasing behavior in regard to place. There was no significant relationship between education level and drug purchasing behavior;.

**Keywords :** Drug purchasing behavior, The government pharmaceutical organization retail drugstores, Private retail drugstores

## กิตติกรรมประกาศ

การทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ผู้วิจัยได้รับความกรุณาเป็นอย่างยิ่งจากรองศาสตราจารย์  
ฉัตรชัย ลอยฤทธิ์วุฒิกโร สาขาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช และผู้ช่วย  
ศาสตราจารย์ ดร.ธิดิพัฒน์ เขี่ยมนิรันดร์ สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ที่ได้  
กรุณาให้คำแนะนำและติดตามการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้อย่างใกล้ชิดเสมอมา นับตั้งแต่เริ่มต้น  
จนกระทั่งสำเร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง

ผู้วิจัยขอขอบคุณคณาจารย์สาขาวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช  
เพื่อนนักศึกษา ผู้ทรงคุณวุฒิจากภายนอกที่ทางมหาวิทยาลัยได้เชิญมาให้ความรู้แก่นักศึกษา ผู้แต่งตำรา  
และเอกสารต่างๆที่ผู้วิจัยใช้อย่างอิงในการทำวิทยานิพนธ์ ตลอดจนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่ได้กรุณา  
ให้การสนับสนุนช่วยเหลือ และให้กำลังใจตลอดมา

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้บริหารร้านขายยา และผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้  
กรุณาเสียสละเวลา และให้ความร่วมมือในการการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้

ประ โยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัยนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้ผู้สนใจการศึกษาทั้งหมด

นพรัตน์ ศรีวงศ์พานิช

ตุลาคม 2548

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	3
สมมติฐานของการวิจัย.....	4
ขอบเขตการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	7
ความเป็นมาของร้านขายยาในประเทศไทย.....	7
ความเป็นมาขององค์การเภสัชกรรม.....	11
กฎหมายที่เกี่ยวข้อง.....	13
ตลาดยาในประเทศไทย.....	17
ประเภทร้านขายยา.....	21
จรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ.....	22
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	24
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	30
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	36
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	36
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	37
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	39
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	39

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค.....	42
ตอนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค.....	47
ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้บริโภค.....	64
ตอนที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค.....	67
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	123
สรุปการวิจัย.....	123
อภิปรายผล.....	126
ข้อเสนอแนะ.....	129
บรรณานุกรม.....	133
ภาคผนวก.....	137
ก แบบสอบถาม.....	138
ประวัติผู้วิจัย.....	147

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1	แสดงคำถามที่ใช้เพื่อค้นหาพฤติกรรมของผู้บริโภค (6Ws1H).....30
ตารางที่ 4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทร้านขายยา.....43
ตารางที่ 4.2	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....43
ตารางที่ 4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....43
ตารางที่ 4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา.....44
ตารางที่ 4.5	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....45
ตารางที่ 4.6	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....46
ตารางที่ 4.7	แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการซื้อยาเมื่อเจ็บป่วยจำแนกตาม ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป.....47
ตารางที่ 4.8	แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการซื้อยาเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา จำแนกตามร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป.....48
ตารางที่ 4.9	แสดงจำนวนและร้อยละของชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุดจำแนกตาม ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป.....49
ตารางที่ 4.10	แสดงจำนวนและร้อยละของสิ่งที่พิจารณาในการเลือกซื้อยาจำแนกตาม ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป.....50
ตารางที่ 4.11	แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยาจำแนกตาม ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป.....51
ตารางที่ 4.12	แสดงจำนวนและร้อยละของสิ่งที่พิจารณาในการเลือกร้านขายยาจำแนกตาม ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป.....52
ตารางที่ 4.13	แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยาจำแนกตาม ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป.....53
ตารางที่ 4.14	แสดงจำนวนและร้อยละของการอ่านฉลากก่อนการตัดสินใจซื้อจำแนกตาม ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป.....54
ตารางที่ 4.15	แสดงจำนวนและร้อยละของรายละเอียดบนฉลากยาที่สนใจมากที่สุดจำแนกตาม ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป.....55
ตารางที่ 4.16	แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการในการซื้อยาจำแนกตาม ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป.....56

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน จำแนกตามร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป.....	57
ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายในการซื้อยาต่อครั้งจำแนกตาม ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป.....	58
ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับยาที่ซื้อจำแนกตาม ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป.....	59
ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานที่ที่ซื้อยาบ่อยที่สุดจำแนกตาม ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป.....	60
ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนและร้อยละของทำเลที่ตั้งของร้านขายยาที่เลือกซื้อจำแนกตาม ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป.....	61
ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนและร้อยละของการซื้อเมื่อไม่มียาที่ต้องการจำแนกตาม ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป.....	62
ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวนและร้อยละของสินค้าอื่นที่ต้องการจากร้านขายยาจำแนกตาม ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป.....	63
ตารางที่ 4.24 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติของผู้บริโภค ต่อส่วนประสมทางการตลาดของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	64
ตารางที่ 4.25 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติของผู้บริโภค ต่อส่วนประสมทางการตลาดของร้านขายยาทั่วไป.....	65
ตารางที่ 4.26 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	67
ตารางที่ 4.27 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา ของร้านขายยาทั่วไป.....	68
ตารางที่ 4.28 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	69
ตารางที่ 4.29 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด ของร้านขายยาทั่วไป.....	69

สารบัญตาราง(ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.30 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	70
ตารางที่ 4.31 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา ของร้านขายยาทั่วไป.....	71
ตารางที่ 4.32 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	72
ตารางที่ 4.33 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา ของร้านขายยาทั่วไป.....	72
ตารางที่ 4.34 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยา ใน 1 เดือนของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	73
ตารางที่ 4.35 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยา ใน 1 เดือนของร้านขายยาทั่วไป.....	74
ตารางที่ 4.36 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	75
ตารางที่ 4.37 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด ของร้านขายยาทั่วไป.....	75
ตารางที่ 4.38 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับวิธีการซื้อยาที่ร้านขายยา ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	76
ตารางที่ 4.39 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับวิธีการซื้อยาที่ร้านขายยา ของร้านขายยาทั่วไป.....	77
ตารางที่ 4.40 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	78
ตารางที่ 4.41 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา ของร้านขายยาทั่วไป.....	78
ตารางที่ 4.42 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับชนิดยาที่ซื้อเป็นส่วนมาก ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	79
ตารางที่ 4.43 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับชนิดยาที่ซื้อเป็นส่วนมาก ของร้านขายยาทั่วไป.....	80



## สารบัญตาราง(ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.44 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	81
ตารางที่ 4.45 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา ของร้านขายยาทั่วไป.....	81
ตารางที่ 4.46 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	82
ตารางที่ 4.47 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา ของร้านขายยาทั่วไป.....	83
ตารางที่ 4.48 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับจำนวนครั้งที่ซื้อยาจาก ร้านขายยาใน 1 เดือนของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	84
ตารางที่ 4.49 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับจำนวนครั้งที่ซื้อยาจาก ร้านขายยาใน 1 เดือนของร้านขายยาทั่วไป.....	84
ตารางที่ 4.50 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	85
ตารางที่ 4.51 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด ของร้านขายยาทั่วไป.....	86
ตารางที่ 4.52 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับวิธีการซื้อยาที่ร้านขายยา ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	87
ตารางที่ 4.53 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับวิธีการซื้อยาที่ร้านขายยา ของร้านขายยาทั่วไป.....	87
ตารางที่ 4.54 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษา กับพฤติกรรม เมื่อจำเป็นต้องซื้อยาของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	88
ตารางที่ 4.55 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษา กับพฤติกรรม เมื่อจำเป็นต้องซื้อยาของร้านขายยาทั่วไป.....	89
ตารางที่ 4.56 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษา กับชนิดยาที่ซื้อเป็นส่วนมาก ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	90
ตารางที่ 4.57 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษา กับชนิดยาที่ซื้อเป็นส่วนมาก ของร้านขายยาทั่วไป.....	90

## สารบัญตาราง(ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.58 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษาเกี่ยวกับเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	91
ตารางที่ 4.59 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษาเกี่ยวกับเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา ของร้านขายยาทั่วไป.....	92
ตารางที่ 4.60 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพล ในการเลือกซื้อยาของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	93
ตารางที่ 4.61 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพล ในการเลือกซื้อยาของร้านขายยาทั่วไป.....	93
ตารางที่ 4.62 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษาเกี่ยวกับจำนวนครั้งที่ซื้อยา จากร้านขายยาใน 1 เดือนของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	94
ตารางที่ 4.63 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษาเกี่ยวกับจำนวนครั้งที่ซื้อยา จากร้านขายยาใน 1 เดือนของร้านขายยาทั่วไป.....	95
ตารางที่ 4.64 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษาเกี่ยวกับแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	96
ตารางที่ 4.65 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษาเกี่ยวกับแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด ของร้านขายยาทั่วไป.....	96
ตารางที่ 4.66 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษาเกี่ยวกับวิธีการซื้อยาที่ร้านขายยา ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	97
ตารางที่ 4.67 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษาเกี่ยวกับวิธีการซื้อยาที่ร้านขายยา ของร้านขายยาทั่วไป.....	98
ตารางที่ 4.68 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	99
ตารางที่ 4.69 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา ของร้านขายยาทั่วไป.....	99
ตารางที่ 4.70 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับชนิดยาที่ซื้อเป็นส่วนมาก ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	100
ตารางที่ 4.71 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับชนิดยาที่ซื้อเป็นส่วนมาก ของร้านขายยาทั่วไป.....	101

## สารบัญตาราง(ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.72 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	102
ตารางที่ 4.73 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา ของร้านขายยาทั่วไป.....	103
ตารางที่ 4.74 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับปัจจัยที่มีอิทธิพล ในการเลือกซื้อยาของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	104
ตารางที่ 4.75 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับปัจจัยที่มีอิทธิพล ในการเลือกซื้อยาของร้านขายยาทั่วไป.....	105
ตารางที่ 4.76 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับจำนวนครั้งที่ซื้อยา จากร้านขายยาใน 1 เดือนของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	106
ตารางที่ 4.77 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับจำนวนครั้งที่ซื้อยา จากร้านขายยาใน 1 เดือนของร้านขายยาทั่วไป.....	106
ตารางที่ 4.78 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	107
ตารางที่ 4.79 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด ของร้านขายยาทั่วไป.....	108
ตารางที่ 4.80 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับวิธีการซื้อยาที่ร้านขายยา ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	109
ตารางที่ 4.81 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับวิธีการซื้อยาที่ร้านขายยา ของร้านขายยาทั่วไป.....	110
ตารางที่ 4.82 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	111
ตารางที่ 4.83 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา ของร้านขายยาทั่วไป.....	112
ตารางที่ 4.84 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับชนิดยาที่ซื้อเป็นส่วนใหญ่ ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	113
ตารางที่ 4.85 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับชนิดยาที่ซื้อเป็นส่วนใหญ่ ของร้านขายยาทั่วไป.....	113

## สารบัญตาราง(ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.86 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	114
ตารางที่ 4.87 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา ของร้านขายยาทั่วไป.....	115
ตารางที่ 4.88 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับปัจจัยที่มีอิทธิพล ในการเลือกซื้อยาของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	117
ตารางที่ 4.89 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับปัจจัยที่มีอิทธิพล ในการเลือกซื้อยาของร้านขายยาทั่วไป.....	117
ตารางที่ 4.90 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับจำนวนครั้งที่ซื้อยา จากร้านขายยาใน 1 เดือนของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	118
ตารางที่ 4.91 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับจำนวนครั้งที่ซื้อยา จากร้านขายยาใน 1 เดือนของร้านขายยาทั่วไป.....	118
ตารางที่ 4.92 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	119
ตารางที่ 4.93 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด ของร้านขายยาทั่วไป.....	120
ตารางที่ 4.94 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับวิธีการซื้อยาที่ร้านขายยา ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	121
ตารางที่ 4.95 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับวิธีการซื้อยาที่ร้านขายยา ของร้านขายยาทั่วไป.....	122

สารบัญภาพ

		หน้า
ภาพที่ 1.1	แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4
ภาพที่ 2.1	แสดงช่องทางหลักและสัดส่วนการกระจายของประเทศไทย.....	18
ภาพที่ 2.2	แสดงโครงสร้างกระบวนการตัดสินใจ.....	25
ภาพที่ 2.3	แสดงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค.....	28

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ยาเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่เป็นความจำเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์ซึ่งได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค และที่อยู่อาศัย ในประเทศไทยเรามีวิวัฒนาการควบคู่ไปกับวิชาแพทยศาสตร์ ไทย เดิมจะใช้ยาสมุนไพร ชากสัตว์และวัตถุธาตุ จนกระทั่งประมาณ พ.ศ. 2371 เริ่มมีการใช้การแพทย์แผนปัจจุบัน รวมทั้งยาแผนปัจจุบันมากขึ้น ยาเป็นสินค้าที่มีความหลากหลายทั้งรูปแบบชนิด ความแรง และชื่อการค้า มีจำนวนผู้บริโภคนานาชาติในปริมาณมากพอๆกับสินค้าอุปโภคบริโภคแต่มีพฤติกรรมการซื้อยาที่มีกระบวนการตัดสินใจซื้อที่ซับซ้อนกว่าสินค้าอุปโภคบริโภค ผู้บริโภคสามารถซื้อยาได้จากหลายช่องทางแต่ช่องทางที่มีความใกล้ชิด สะดวกและง่ายต่อการซื้อมากที่สุดคือร้านขายยา ทำให้แนวโน้มในการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคมีมากขึ้น ซึ่งมีผลทำให้ในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมาตลาดยามีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง มีร้านขายยาเปิดใหม่เพิ่มขึ้นจำนวนมาก โดยเฉพาะร้านขายยาที่เป็นเชน (Chain) หรือเครือข่ายสาขาของบริษัทข้ามชาติ ( Franchise )

องค์การเภสัชกรรมเป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงสาธารณสุขจัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 5 สิงหาคม 2509 ตามพระราชบัญญัติองค์การเภสัชกรรม พ.ศ.2509 เพื่อสนองนโยบายของรัฐบาล สาธารณสุข มีภารกิจหลักในการผลิตยาและเวชภัณฑ์ต่างๆสนับสนุนงานสาธารณสุขและสนองความต้องการของประเทศ มีช่องทางการกระจายยา 6 ช่องทางคือ

1. ผ่านทางโรงพยาบาล สถานบริการสาธารณสุขต่างๆ ซึ่งมีอยู่ประมาณ 10,000 แห่งทั่วประเทศ
2. ผ่านทางกองทุนยาประจำหมู่บ้าน ซึ่งมีอยู่กว่า 20,000 แห่งทั่วประเทศ
3. ผ่านทางตัวแทนจำหน่ายช่วงขององค์การเภสัชกรรม ซึ่งมีอยู่ประมาณ 150 แห่งทั่วประเทศ
4. ผ่านทางร้านขายยาทั่วไป ซึ่งรับยาขององค์การเภสัชกรรมไปจำหน่าย
5. ผ่านร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล 6 แห่ง
6. ผ่านสาขาภาคขององค์การเภสัชกรรมในส่วนภูมิภาค 3 แห่ง

องค์การเภสัชกรรมผลิตยาประมาณ 230 รายการ ยอดขายปี 2545 ประมาณ 3,300 ล้านบาท (เป็นลูกค้าภาครัฐ 90% ภาคเอกชน 10%) นำเงินได้ส่งรัฐปีละ 35%ของผลกำไรสุทธิ มีพนักงานประมาณ 2,000 คน มีสินทรัพย์รวมประมาณ 5,300 ล้านบาท

ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม (GPO Retail Drugstore) เป็นช่องทางในการกระจายยาสู่ผู้บริโภคโดยตรง โดยจัดจำหน่ายยาและเวชภัณฑ์ทั้งที่ผลิตโดยองค์การเภสัชกรรมและผู้ผลิตยาอื่นๆ ในราคาข่อมเขา ปัจจุบันมีร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล รวม 6 แห่งดังนี้

- 1.ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม สาขานนพระรามที่ 6
- 2.ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม สาขายศเส
- 3.ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม สาขาจรัลสนิทวงศ์
- 4.ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม สาขาเทเวศร์
- 5.ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม สาขารังสิต
- 6.ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม สาขากระทรวงสาธารณสุข

การขายตัวของร้านขายยาที่เป็นเครือข่าย (Network Drugstores) ทั้งของเซน และเฟรนไชส์ทำให้สภาวะการแข่งขันในตลาดยาเพิ่มความรุนแรงและเข้มข้นมากขึ้น สร้างความกดดันให้ร้านขายยาต้องปรับตัวเพื่อรับกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น เพื่อความอยู่รอดของตัวเอง โดยเริ่มปรับตัวไปให้น้ำหนักกับการแข่งขันทางธุรกิจมากขึ้น ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมก็ได้รับผลกระทบนี้เช่นกัน ประกอบกับองค์การเภสัชกรรมมีนโยบายที่จะเพิ่มสัดส่วนยอดขายภาคเอกชนให้มากขึ้นเพื่อทดแทนยอดขายภาครัฐบาลที่อาจลดลงเมื่อมีการยกเลิกสิทธิพิเศษต่างๆที่องค์การเภสัชกรรมเคยได้รับจากรัฐบาล เช่น ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. 2535 ข้อ 60-62 ดังนั้นการปรับตัวเพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งเป็นสิ่งที่ไม่หลีกเลี่ยงไม่ได้

เดิมร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมตั้งขึ้นเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์มากกว่าเป็นการสร้างยอดขาย แต่ปัจจุบันองค์การเภสัชกรรมมีนโยบายที่จะใช้ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมในการเพิ่มยอดขาย โดยจะเพิ่มสาขาในขั้นต้น 10 สาขา ดังนั้นกลยุทธ์ในการดำเนินการร้านขายยาจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงและปรับปรุงเพื่อให้สามารถแข่งขันกับร้านขายยาทั่วไปได้

ในการแข่งขันทางธุรกิจไม่ว่าจะด้วยวิธีการสร้างความแตกต่างหรือการแข่งขันด้านราคาก็ตาม เป้าหมายคือเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งธุรกิจร้านขายยาเป็นธุรกิจกึ่งวิชาชีพ มีความเกี่ยวข้องกับสุขภาพ และจริยธรรมและพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภคมีลักษณะเฉพาะ การที่จะ

สามารถพัฒนาและปรับตัวเพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ นั่นจำเป็นต้องทราบพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภคเสียก่อนว่าเป็นอย่างไรจึงจะสามารถตอบสนองและสร้างความพึงพอใจให้ผู้บริโภคได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภคในร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ต่อร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไปใช้เป็นข้อมูลในการวางแผน ปรับปรุงพัฒนากลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องพฤติกรรมและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

- 2.1 ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคในร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป
- 2.2 ศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภคในร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

## 3. กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภคในร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” มีตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยดังนี้

### 3.1 ตัวแปรอิสระ

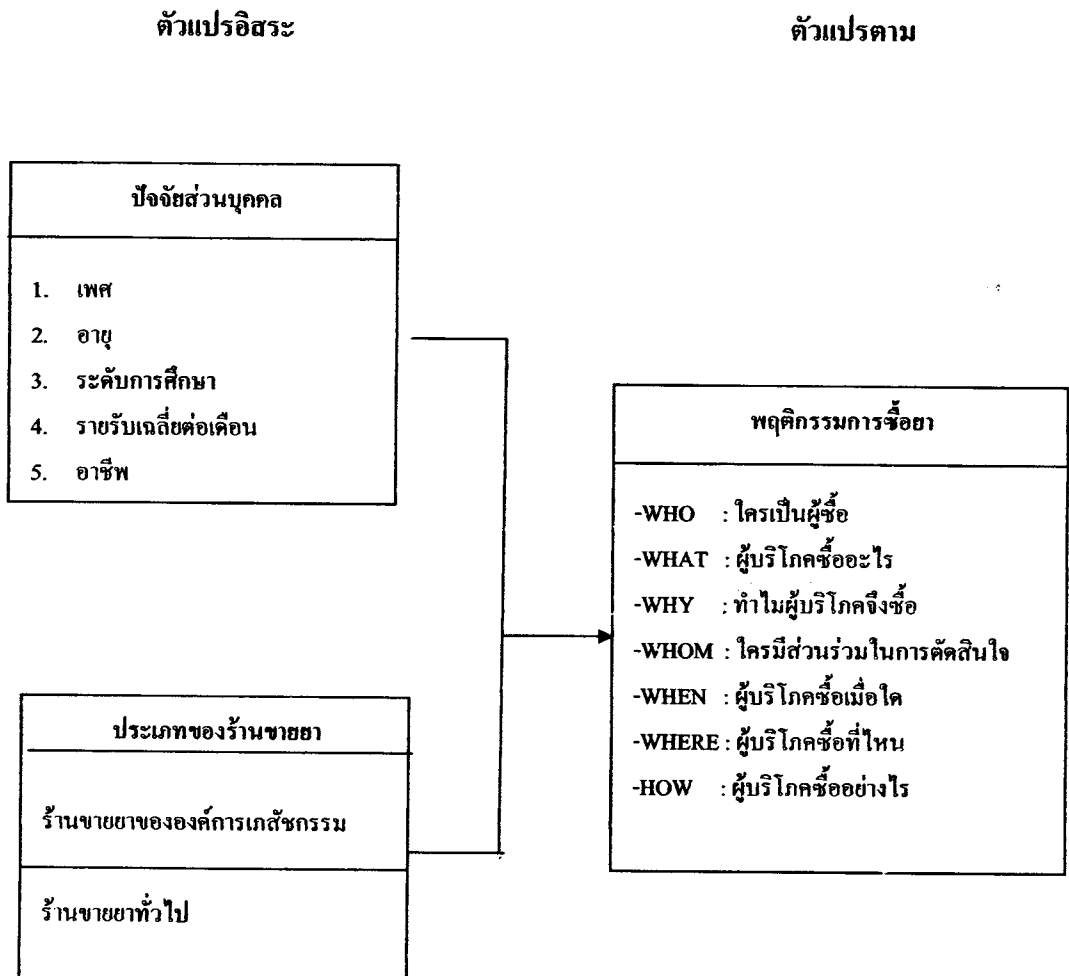
3.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ

3.1.2 ประเภทของร้านขายยา ประกอบด้วยร้านขายยาทั่วไปและร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการซื้อขาย ในการวิจัยนี้ใช้คำถาม 6 W 1 H เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมซื้อขาย หรือ 7Os ซึ่งได้แก่ Occupants Objects objectives Organization Occasion Outlet และ Operation โดยคำถาม 6 W 1 H ประกอบด้วย WHO (ใครเป็นผู้ซื้อ)



WHAT(ผู้บริโภครู้คืออะไร) WHY(ทำไมผู้บริโภครู้) WHOM(ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ)  
 WHEN(ผู้บริโภครู้เมื่อใด) WHERE(ผู้บริโภครู้ที่ไหน) HOW(ผู้บริโภครู้ได้อย่างไร)  
 จากกรอบแนวคิดในการวิจัย แสดงเป็นแผนภาพดังนี้



ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

#### 4. สมมติฐานการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีสมมติฐานในการวิจัยคือ ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภคในร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

#### 5. ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่มาใช้บริการในร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมทั้ง 6 แห่ง ได้แก่ สาขาถนนพระรามที่ 6 สาขายศเส สาขาจรัลสนิทวงศ์ สาขาเวฬุสน์ สาขารังสิต และสาขากระทรวงสาธารณสุขจำนวน 210 ราย โดยแบ่งสุ่มตัวอย่างแห่งละ 35 ราย และผู้บริโภคที่มาใช้บริการในร้านขายยาทั่วไปที่อยู่ในเขตเดียวกับร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมเขตละ 1 ร้านรวม 6 ร้านจำนวน 210 ราย โดยแบ่งสุ่มตัวอย่างร้านละ 35 รายรวมจำนวนทั้งสิ้น 420 ราย

#### 6. นิยามศัพท์เฉพาะ

6.1 พฤติกรรมการซื้อยา หมายถึงกิจกรรมและกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในการซื้อยาจากร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไปโดยพิจารณาจาก ใครเป็นผู้ซื้อ ซื้อยาประเภทใด ทำไมจึงซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ซื้อเมื่อใด ซื้อที่ไหน และซื้ออย่างไร

6.2 ยา หมายถึงยาแผนปัจจุบันหรือยาแผนโบราณรวมทั้งเวชภัณฑ์ทุกชนิดที่มีจำหน่ายในร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

6.3 ประเภทของร้านขายยา หมายถึง ร้านขายยาแผนปัจจุบัน (ขย.1) ตามพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 ที่สามารถขายยาได้ทุกชนิด ได้แก่ ยาบรรจุเสร็จ ยาอันตราย ยาควบคุมพิเศษ และสามารถขออนุญาตขายยาเสพติดให้โทษและวัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตประสาทได้ด้วย ทั้งนี้ในการศึกษาวิจัยนี้ประกอบด้วยร้าน ขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

## 7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัยครั้งนี้ คือ

- 7.1 ประกอบกรรร้านขายยาได้ทราบข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมกรรซื้อยาของ ผู้บริโภคร
- 7.2 ผู้ประกอบกรรร้านขายยาได้ทราบกรรเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรซื้อยาของ ผู้บริโภคร
- 7.3 ผู้ประกอบกรรร้านขายยาสามารถนำผลของกรรวิจัยไปใช้เป็นแนวทางใน กรรวางแผน กลยุทธ์กรรตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของ ผู้บริโภคร
- 7.4 ผลของกรรวิจัยสามารถใช้เป็นประโยชน์สำหรับกรรศึกษาวิจัยด้านกรรตลาดกรรครั้งต่อไป

## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภคในร้านขายยาขององค์กรเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล และเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภคในร้านขายยาขององค์กรเภสัชกรรม และร้านขายยาทั่วไป ผู้วิจัยได้ศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. ความเป็นมาของร้านขายยาในประเทศไทย
2. ความเป็นมาขององค์กรเภสัชกรรม
3. กฎหมายที่เกี่ยวข้อง
4. ตลาดยาในประเทศไทย
5. ประเภทร้านขายยา
6. จรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ
7. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. ความเป็นมาของร้านขายยาในประเทศไทย

ในสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช มีฝรั่งเข้ามาค้าขายและเผยแพร่ศาสนาหลายชาติด้วยกัน สำหรับชาติฝรั่งเศสซึ่งเข้ามาเป็นครั้งแรก พ.ศ.2205 และได้มีแพทย์เข้ามาด้วย ตามหลักฐานในหนังสือตำราพระโอสถของสมเด็จพระนารายณ์มหาราชจำนวน 81 ตำรา ได้มีทั้งยาไทยและยาฝรั่งที่ นายแพทย์ฝรั่งเศส “เดอ เมส์” เป็นผู้ปรุงรวมอยู่ด้วย เมื่อสิ้นยุคสมัยสมเด็จพระนารายณ์ได้เกิดเหตุการณ์วุ่นวายมากมายจนฝรั่งค่อยๆปลีกตัวไปจากกรุงศรีอยุธยา ต่อเนื่องมาถึงสมัยต้นกรุงรัตนโกสินทร์ในรัชสมัยพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว ( ร.3 ) การติดต่อกับต่างประเทศได้ทวีเพิ่มขึ้น มีนายโรเบิร์ต ฮันเตอร์ ชาวสก๊อต ได้เข้ามาเมื่อ พ.ศ.2367 นับเป็นคนแรกก่อนพ่อค้าชาวอังกฤษ ได้เปิดห้างทำการค้าขายสรรพสินค้าต่างประเทศ มีทั้งผ้าฝรั่ง ผ้าแขก ยาฝรั่ง เช่น ยาควินิน และนำอาวูรป็นมาขาย นายฮันเตอร์ต่อมาได้รับพระราชทานบรรดาศักดิ์เป็นหลวงอาวูรพิเศษ นับว่าเป็นเจ้าของห้างสรรพสินค้าราย

แรกในประเทศไทย และถือว่ามีการ โฆษณาขายยาแผนปัจจุบันเป็นครั้งแรก ค่อมมาได้โอนการขาย  
เฉพาะชากวินินให้แก่หมอ บลัดเลย์

ยุคนั้น ได้มีมิชชันนารีอเมริกันเข้าสู่ประเทศไทยหลายคณะด้วยกัน คณะแรกเข้ามาเมื่อ  
พ.ศ.2371 วัตถุประสงค์คือเผยแผ่ศาสนา โดยมุ่งไปที่ชาวจีนซึ่งมีมากในกรุงเทพฯ คณะที่มีความสำคัญ  
มากและควรกล่าวถึงคือคณะที่3 ซึ่งมีนายแพทย์ Dan Beach Bradley M.D. หรือที่ชาวบ้านเรียกว่า “หมอ  
บลัดเลย์” หรือ “หมอปัตเลล” เข้ามาด้วยเมื่อวันที่ 18 กรกฎาคม พ.ศ.2378 เมื่อหมอ บลัดเลย์เดินทาง  
มาถึงได้ไม่ถึง 20 วัน ได้ตั้งโอสถศาลาเป็นเรือนไม้สัก 2 หลังขึ้นข้างใต้วัดเกาะ(วัดสัมพันธวงศ) เริ่มเปิด  
สถานที่จ่ายยารักษาโรค เปิดโอกาสให้คนป่วยมารักษาได้ตลอดวัน ปรากฏว่าวันหนึ่งมีคนมารักษา  
ประมาณ 70-80 คน ส่วนมากเป็นคนจีน ฉะนั้นวันที่หมอบลัดเลย์เปิดโอสถศาลาหรือห้างขายยาฝรั่งเป็น  
ครั้งแรกในประเทศไทยควรจะประมาณวันที่ 5-7 สิงหาคม พ.ศ.2378 ค่อมได้ย้ายไปเช่าที่ริมน้ำของ  
เจ้าพระยาคลัง (ดิศ บุนนาค) ซึ่งมีบริเวณกว้างขวาง ณ ที่นี้ต่อมาเรียกว่า “ห้างขายยา” โดยเปิดทำการ  
เมื่อวันที่ 30 ตุลาคม พ.ศ.2378 ซึ่งมีบันทึกประชุมพงศาวดารกล่าวไว้และถือว่าเป็นวันที่เภสัชชุมชนได้  
ก่อกำเนิดอย่างมีระบบและมีห้องสำหรับผสมยา มีนายชอน แบบดิศเป็นผู้ทำหน้าที่เภสักรและผสมยา  
ร้านจำหน่ายยาของหมอบลัดเลย์นี้ให้การตรวจวินิจฉัยและการรักษาโรคคล้ายคลึงกับ แต่ไม่เก็บค่ารักษา

ยาแผนปัจจุบันหรือยาแผนตะวันตกหรือยาฝรั่งตามที่ชาวบ้านเรียกกัน ทวีความนิยมแก่  
ประชาชนทั่วไปเมื่อต้นสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (ร.5) ซึ่งในปี พ.ศ.2415 ทรง  
โปรดเกล้าให้ใช้การรักษาโรคแผนตะวันตกในกรมทหารราบที่ 1 มหาดเล็กรักษาพระองค์โดยมีพ.ด.  
พระยาสารสนสามิมภักดี(เทียนสี สารสิน) ซึ่งจบแพทย์เป็นคนแรกจากมหาวิทยาลัยเพนซิลวาเนีย เป็น  
นายแพทย์ภายใต้บังคับบัญชาของกรมหลวงวงษาราชสนิท นับเป็นการเปิดศักราชของการแพทย์ และ  
เภสัชกรรมแผนปัจจุบันในส่วนราชการเป็นครั้งแรก

ในสมัยพระจุลจอมเกล้า ได้มีชาวต่างประเทศได้มาดำเนินธุรกิจการค้ามากกว่าเดิมในช่วงนี้  
ได้มีชาวต่างประเทศตั้งธุรกิจขายยาขึ้นหลายแห่ง เช่น ห้าง บี กริม แอนด์ โก ตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ.2421  
สถานที่เดิมอยู่บริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยาบริเวณ โรงแรมโอเรียนเต็ล ต่อมาอีก 4 ปี จึงได้ย้ายมาอยู่  
บริเวณปากคลองตลาด ตำบลปากคลองตลาด ห้างนี้มีเภสักรชาวเยอรมันชื่อนายแบร์นฮาร์ด กริม รวม  
กับพ่อค้าชาวออสเตรเลียชื่อ นายแอร์วิน มีลเลอร์ก่อตั้งขึ้นขายยาเยอรมันเป็นส่วนใหญ่ บริษัทเภสัช  
เกอร์ และบริษัทดีทเฮล์ม ก็มาเปิดธุรกิจการค้าขายสินค้าทั่วไปอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาประมาณพ.ศ.2433  
ทั้ง 2 บริษัทอยู่ข้างเคียงกันและเป็นบริษัทของชาวสวิสทั้งคู่ (ภายหลังได้ทำธุรกิจทางยาด้วย) นายแพทย์  
เฮส์ (T.Heyward Hays) ได้ตั้งร้านขายยาขึ้นที่ถนนเจริญกรุงมุมถนนสุรวงศ์ ด้านใต้ตัวอาคารเป็นเด็ก  
สองชั้นรูปสี่เหลี่ยมมีรั้วไม้เสาอิฐกันเป็นบริเวณ และตรงมุมเสาด้านปากถนน สุรวงศ์มีกรกบคยาแบบ

ฝรั่งขนาดยักษ์พร้อมสาแควยตั้งอยู่บนหัวเสา คนผ่านไปมาอาจเห็นได้แต่ไกลว่าเป็นร้านขายยาฝรั่งไม่ต้องอ่านคู่มือ คิวหนังสือให้เสียเวลา แม้มีป้ายคิ้วหนังสือแต่ส่วนมากก็อ่านไม่ออก ถ้ารู้หนังสือไทยจะอ่านชื่อออกกว่า ร้านขายยาอังกฤษ ถ้ารู้ภาษาอังกฤษก็เป็น British Dispensary แต่ที่เรียกกันเป็นสามัญก็คือ “ร้านขายยาตรางู” เพราะมีรูปงูเลื้อยเป็นรูปคล้ายตัวอักษร U ของอังกฤษกลายๆ ตรงกลางหลังมีลูกศรปัดอยู่ ร้านขายยาตรางูนี้ภายหลังหมอเส็งเชิงกิจการทั้งหมด ซึ่งรวมทั้งชื่อห้างและเครื่องหมายการค้าในตัวซึ่งเรียกเป็นคำรวมภาษาอังกฤษว่า good will ให้แก่ชาวบริติชคนหนึ่งชื่อ แมกแบค (J.Macbeth) ต่อมาก็แข็งให้คนอื่นคืออีกทอดหนึ่งจนถึงนายล้วน ว่องวานิช ซึ่งห้างขายยาอังกฤษตรางูนี้เป็นของตระกูลว่องวานิชมาจนถึงปัจจุบันนี้

ร้านขายยาที่เปิดขึ้นหลังจากการเปิดการศึกษาการแพทย์และเภสัชกรรมแผนปัจจุบันขึ้นในประเทศไทยมีดังต่อไปนี้

1. ห้างขายยาเวสเดินดิสเพนซารี เจ้าของเป็นชาวไทหล้า มีนายบุญช่วย จูติเวส (หลวงเภสัชกิจโกศล) รับจ้างทำงานอยู่สมัยหนึ่ง เมื่อ พ.ศ.2443 เริ่มต้นเงินเดือนเดือนละ 20 บาท
2. ห้างขายยาบ้านหม้อ เจ้าของเดียวกับอันดับ 1 โดยนายบุญช่วยย้ายมาประจำ
3. ห้างขายยาอังกฤษ (อิงลิชฟาร์มาซี) มีชาวอังกฤษเป็นเจ้าของร้านในสมัยนั้น มีนายบุญช่วย ได้ลาออกจากร้านลำดับ 2 เมื่อปี พ.ศ.2447 มาทำงานด้วยได้เงินเดือนเดือนละ 60 บาท
4. ห้างขายยาตราบัว มีชาวอเมริกันทำงานอยู่และเป็นที่ทำการกงสุลอเมริกันด้วย
5. ห้างขายยาหมอพลาย หมอพลายเป็นลูกศิษย์หมอเส็ง ซึ่งเป็นแพทย์ชาวอเมริกัน
6. ห้างขายยาสยามครีกส์โดร์ มีนายอัฑฒ (หลวงวิมเนตร์) นายแพทย์ประกาศนียบัตรคนแรกของเมืองไทย เป็นเจ้าของและมีนายบุญช่วย (หลวงจูเกสัชฯ) รับจ้างทำงานอยู่เมื่อปี พ.ศ.2448 เงินเดือนเดือนละ 100บาท และมีเปอร์เซนต์ด้วย
7. ห้างขายยาบุญมี (ในสมัยนั้นอยู่ที่ถนนกรุงเทพฯ ซ่างคลองเล็ก ด้านเหนือโรงเรียนสายปัญญาในปัจจุบัน) มีนายบุญมี บิดาของนายгимซัง เกษมสุวรรณเป็นเจ้าของในเวลาต่อมา ท่านเป็นญาติผู้ใหญ่ของท่านขุนโอสถสิทธิการ
8. ห้างขายยาหมอสุข (ถนนเขาวราช ใกล้สี่แยกราชวงศ์) ของนายสุข มีนายบุญช่วยเป็นที่ปรึกษา
9. ห้างขายยาบุญเนียน (ตลาดน้อย) มีนายบุญช่วย หุ้นส่วนกับนาย ข.หุ่ยเส็ง นายธนาคารหุ่ยเส็ง แขวงรัราชวงศ์เมื่อ พ.ศ.2450

เมื่อ พ.ศ.2462 เมื่อสงครามโลกครั้งที่ 1 สิ้นสุดลงใหม่ๆ ได้มีร้านขายยาเพิ่มขึ้นมากมายรวมทั้งร้านขายยาเก่าประมาณ 30 แห่งด้วยกันไม่รวมทั้งร้านขายยาทั้งไทยจีนซึ่งขายกัน 2 คน สามี่

ภรรยาไม่มีลูกจ้าง เนื่องจากขณะนั้น ไม่มีพระราชบัญญัติประกอบโรคศิลปะและพระราชบัญญัติยา จึงทำกันอย่างเสรี ร้านขายยา 30 แห่งรวมทั้งของฝรั่งนี้มีเภสัชกรประจำเพียง 8 แห่งเท่านั้น ขื่อนำสังเกตุก็คือ นอกจากร้านขายยาฝรั่ง ร้านขายยาที่เหลือส่วนมากเป็นของคนจีนไหหลำ ถ้าเป็นของคนไทยมักจะมีแพทย์รักษาโรคและขายยาไปด้วย

การขายยาของร้านขายยาขณะนั้นบางแห่งทำกันอย่างโลด โผนมากขายบางอย่างโฆษณาว่ารักษาได้เกือบทุกโรคหายเด็ดขาด ถ้าไม่หายยินดีคืนเงิน การโฆษณาก็ทำในรูปจดหมายของคนที่รักษาหายมาเขียนยันและชมเชย

สำหรับคนไทยที่ใช้ยาฝรั่งรักษาประชาชนทั่วไปได้แก่กรมหลวงพิชิตปรีชากร แต่ประชาชนรู้จักท่านผ่านในนามของ”หมอมเวชชสิทธิ์” ทรงใช้ยาไทยผสมยาฝรั่ง ได้ทรงตั้งชื่อภาษาไทยไว้เช่น ยาขาว (Zinc Oxide) เกลือสมาน (Boric Acid) และน้ำมันระกำ (Wintergreen Oil) เป็นต้น

ส่วนทางราชการได้คิดริที่จะผลิตยาขึ้นเองเพราะยาที่ซื้อจากห้างร้านขายยาในกรุงเทพฯแพงถึง 2-3 เท่าของราคาเมืองนอก พวกพ่อค้าฝรั่งถือโอกาสขูดราคาโดยเฉพาะตอนยาขาด จึงได้ติดต่อจ้างเภสัชกรมารับผิดชอบทำยาจากต่างประเทศ ในที่สุดก็ได้เภสัชกร Hugo Willems เป็นชาวเยอรมันเดินทางมาถึงประเทศไทยเมื่อวันที่ 11 กรกฎาคม พ.ศ.2445 และได้ตั้งสถานผลิตยาที่ข้างๆ วัดเทพศิรินทร์ เมื่อได้สั่งเครื่องจักรมาทำยาแล้วก็เริ่มผลิตยาออกจำหน่าย ยาที่ผลิตออกมารั้งแรกเป็นยาเม็ด 8 ชนิดคือ

1. Quinine Sulfate
2. Sodamint
3. Cathatic Compound
4. Bismuth Pill
5. Mercury Iodide
6. Santonin and Calamel
7. Opium Compound
8. Blood Tablet

ยาที่โอสถศาลาทำมาเป็นเม็ดนี้บรรจุกล่องๆละ 24 เม็ด ราคา 1 เฟื้อง (12 สตางค์) ได้รับกำไร 40% แบ่งให้ผู้ที่รับไปขายเสีย 20% รัฐคงได้กำไร 20%

เมื่อปี พ.ศ.2485 เกิดมหาสงครามเอเชียบูรพาร้านขายยาเล็กเกิดขึ้นมาก รวมทั้งร้านขายยาที่มีป้ายและสำนักงานติดต่อกับมีเพียงโทรศัพท์และโต๊ะทำงานคอยถามราคาจากต่างประเทศเอามาขาย บางครั้งกำไรถึง 2 เท่าตัว พวกที่ขายยากับทหารญี่ปุ่นมักจะตั้งราคาตามสบาย ซึ่งทหารญี่ปุ่นไม่ต่อราคา

ชื่อเลย ยาขณะนั้นขาดแคลนและมีราคาแพงกว่าทองคำจึงเกิดการกักตุนยากันขึ้น หลายคนร่ำรวยเป็นเศรษฐีเพราะยา ตรงกันข้ามร้านขายยาบางแห่งต้องเลิกกิจการ ไปเพราะไม่มีขายยา ในช่วงนั้นได้มีร้านขายยาเกิดขึ้นอีกหนึ่งแห่งที่อาคารราชดำเนินชื่อว่า “ห้างหุ้นส่วนจำกัดวิยาศรม” ซึ่งก่อตั้งโดยกลุ่มเภสัชกร และเพื่อน ๆ รวมทั้งหมด 6 คน ได้แก่ เภสัชกรคร.แหว ผลวัฒน์ เภสัชกรศาสตราจารย์เกลียว บุนนาค เภสัชกรเชียร จิวาลักษณ์ คุณปลั่ง เรืองผกา คุณเทียม อุชชินและคุณคำรงค์ ปุณณหัตถนันท ซึ่งนอกจากขายยาแล้วยังผลิตยาออกจำหน่าย เช่น ยาฉิคควินิน เป็นยาที่ได้รับนิยมเนื่องจากราคาไม่แพง จนเกินไป นอกจากนี้ยาน้ำทิงเจอร์ ยาธาตุน้ำแดงของห้างขายยาแห่งนี้มีผู้นิยมใช้กันมากจนถึงทุกวันนี้ นอกจากนี้การรักษาโรคยังจำหน่ายยาหอมมตราช้างคำ ห้างขายยานี้เภสัชกรประจำตลอดเวลา รับปรุงยาตามใบสั่งแพทย์ภายใต้การควบคุมดูแลของคุณแหว ผลวัฒน์และคุณเชียร จิวาลักษณ์

เมื่อสงครามสิ้นสุดลงร้านที่เกิดขึ้นเพื่อเป็นนายหน้าขายยาก็เลิกกิจการ ไป ยาของต่างประเทศเริ่มหลั่งไหลเข้ามาในประเทศไทย บริษัทต่างชาติเข้ามาตั้งกิจการเป็นตัวแทนจำหน่ายยาของบริษัทเอง มีการจัดระบบการจำหน่ายโดยมีดีเทลยึดติดกับแพทย์ และ โรงพยาบาล โดยตรง ร้านขายยาที่เคยเป็นตัวแทนจำหน่ายยาให้แก่หน่วยแพทย์ของรัฐบาลจึงต้องปรับปรุงเปลี่ยนแปลงกิจการเป็นร้านขายปลีกต่อประชาชน เมื่อมี พ.ร.บ.ยา 2510 การขายยา และผลิตยาจึงแยกจากกันโดยเด็ดขาด

## 2. ความเป็นมาขององค์การเภสัชกรรม

ก่อนพ.ศ. 2480 ยารักษาโรคแผนปัจจุบันที่ใช้ในประเทศไทยต้องสั่งซื้อมาจากต่างประเทศแทบทั้งสิ้น ยังไม่มีโรงงานสำหรับผลิตยาขึ้นใช้เองในประเทศอย่างเป็นระบบอุตสาหกรรม คร.ตัว ลพานุกรมในสมัยดำรงตำแหน่งอธิบดีกรมวิทยาศาสตร์ กระทรวงเศรษฐการ ผู้ก่อตั้งกองเภสัชกรรมขึ้นในปี 2480 เพื่อศึกษาวิเคราะห์วิจัยทางเภสัชกรรม และวิจัยสมุนไพรที่ใช้ทำเป็นยา ได้พิจารณาเห็นว่าประเทศไทยต้องสั่งซื้อยาแผนปัจจุบันมาจากต่างประเทศมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทุกปี ด้วยหลายชนิดทำมาจากสมุนไพรที่มีอยู่ภายในประเทศเพียงแต่ยังขาดโรงงานที่จะผลิตให้เป็นยาเข้ามามาตรฐานเภสัชตำรับ จึงมีความมุ่งมั่นที่จะจัดสร้างโรงงานเภสัชกรรมขึ้น เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมภายในประเทศให้เจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้น เป็นการประหยัดเงินที่ต้องสั่งยาจากต่างประเทศให้ลดน้อยลง และเพื่อจะได้มียาสำรองไว้ใช้ในประเทศ ป้องกันขาดแคลนยาในยามคับขัน โรงงานเภสัชกรรมได้เริ่มสร้างขึ้นในที่ดินซึ่งเช่าจากสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ที่ตำบลพญาไท มีเนื้อที่ 47 ไร่ เมื่อเดือนมกราคม 2482 อาคารผลิตยาหลังแรกเป็นอาคารชั้นเดียวมีขนาด 20x45 เมตร สร้างเสร็จในเดือนมิถุนายน 2483



ใช้ค่าก่อสร้างเป็นเงิน 36,635 บาท และได้สร้างอาคารประกอบอื่นๆเพิ่มขึ้น รวมเป็นเงินค่าก่อสร้างทั้งสิ้น 71,324 บาท โดยใช้งบประมาณกรมวิทยาศาสตร์ 62,704 บาท และเงินทุนของโรงงาน 8,620 บาท

ในระยะแรกโรงงานเภสัชกรรมผลิตยาออกจำหน่ายรวม 25 ชนิด ได้แก่ยาฉีด 3 ชนิด ยาเม็ด 7 ชนิด ทิงเจอร์ 9 ชนิด ยาสกัด 1 ชนิด ยาสปิริต 1 ชนิด รวมกับยาที่เคยผลิตมาก่อนตั้งแต่กรมวิทยาศาสตร์ยังเป็นศาลาแยกธาตุอีก 4 ชนิด คือ ยารักษาโรคเรื้อนจากน้ำมันกระเบา 3 ชนิด ยาสกัดวิตามินบีจากรำข้าว 1 ชนิด

เนื่องจากการดำเนินงานโรงงานเภสัชกรรมมีลักษณะเป็นธุรกิจจัดรูปแบบการบริหารแยกจากกรมวิทยาศาสตร์โดยมีคณะกรรมการอำนวยการซึ่งแต่งตั้งโดยการอนุมัติของคณะรัฐมนตรีทำหน้าที่กำหนดนโยบายและควบคุมกำกับ การ คร.ตัว ลพานุกรม ได้ดำรงตำแหน่งประธานกรรมการอำนวยการคนแรก และได้เจรจาทำความตกลงขอกู้เงินจากกระทรวงการคลังจำนวน 5 แสนบาท อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 5 ต่อปี กำหนดชำระเงินคืนภายใน 10 ปี เพื่อนำมาเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน

ในปี 2485 มีการปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม และได้มีการจัดตั้งกระทรวงสาธารณสุขขึ้น โรงงานเภสัชกรรมต้องพ้นจากการสังกัดในกรมวิทยาศาสตร์ กระทรวงเศรษฐการ โอนมาเป็นแผนกหนึ่งของกองเภสัชกรรม กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุขเมื่อวันที่ 7 เมษายน 2485

วันที่ 24 มิถุนายน 2485 ได้มีพิธีเปิดโรงงานเภสัชกรรมอย่างเป็นทางการ โดยมีพ.อ.ช่วง เขวงศักดิ์สงคราม รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขเป็นประธานในพิธี

ปี 2489 โรงงานเภสัชกรรมได้เริ่มดำเนินการผลิตยาป้องกันโรคประเทหชีวิตดูขึ้นเป็นชนิดแรกคือวัคซีนป้องกันไข้ทรพิษ (Smallpox Vaccine) โดยได้จัดสร้างอาคารผลิตขึ้นด้วยเงินของโรงงานเภสัชกรรมเป็นเงิน 97,000 บาท แล้วได้ผลิตวัคซีน ท็อกซอยด์ และเซรุ่มเพิ่มขึ้นอีกหลายชนิดในเวลาต่อมา

รัฐบาลได้จัดสรรเงินงบประมาณให้เป็นทุนในปี 2493 เป็นเงิน 4,000,000 บาทเพื่อก่อสร้างอาคารผลิตและจัดหาเครื่องจักรและเครื่องมือวิทยาศาสตร์จำนวน 3,000,000 บาท เพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียนจำนวน 1,000,000 บาท และได้ให้เพิ่มขึ้นอีก 6,000,000 บาท ในปี 2494 เพื่อก่อสร้างอาคารผลิตยาอีก 1 อาคาร

วันที่ 13 กันยายน 2495 ได้มีพระราชกฤษฎีกาจัดวางระเบียบราชการ กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ในกระทรวงสาธารณสุข พ.ศ. 2495 โรงงานเภสัชกรรมพ้นจากสังกัดในกอง

เภสัชกรรม กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ เปลี่ยนฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจ บริหารงาน โดยคณะกรรมการ  
 อำนวยการซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้ง และอยู่ภายใต้การดูแลของกระทรวงสาธารณสุขตำแหน่ง“ผู้จัดการ”  
 ได้เปลี่ยนชื่อเป็น “ผู้อำนวยการ”

เนื่องจากเคมีการจำหน่ายยาให้แก่ส่วนราชการนั้น เมื่อโรงงานเภสัชกรรมผลิตยาแล้วจะ  
 จำหน่ายยาให้กองโอสถศาลา จากนั้นกองโอสถศาลาจึงนำไปจำหน่ายให้แก่ส่วนราชการอีกทอดหนึ่ง  
 เป็นการดำเนินการอย่างซ้ำซ้อน และสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายมากกว่าที่ควรจะเป็น มีการคิดราคาบวกกำไร  
 ถึง 2 ครั้งคือ จากโรงงานเภสัชกรรมครั้งหนึ่ง และกองโอสถศาลาบวกกำไรอีกครั้งหนึ่ง ทำให้ต้นทุน  
 ราคาสูงขึ้นอีกด้วย โรงงานเภสัชกรรมเป็นรัฐวิสาหกิจ ส่วนกองโอสถศาลาเป็นส่วนราชการ แบบ และ  
 ลักษณะวิธีการปฏิบัติงานต่างกันทำให้การร่วมมือประสานงานมีอุปสรรค การปรับปรุงประสิทธิภาพ  
 ให้เกิดประโยชน์สูงสุดจึงเป็นไปได้ยาก กระทรวงสาธารณสุขจึงเสนอขอยุบกองโอสถศาลากับโรงงาน  
 เภสัชกรรมเข้าด้วยกัน ซึ่งคณะรัฐมนตรีเห็นชอบและมีคำสั่งให้รวมกิจการตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2506

สมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนีผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์ ทรงพระกรุณาโปรด  
 เกล้าฯลงพระปรมาภิไธยตราพระราชบัญญัติองค์การเภสัชกรรม พุทธศักราช 2509 ให้ไว้ ณ วันที่ 5  
 สิงหาคม 2509 กำหนดทุนขององค์การเภสัชกรรมไว้เป็นจำนวนเงิน 100 ล้านบาท องค์การเภสัชกรรม  
 จากการรวมกิจการของโรงงานเภสัชกรรมและกองโอสถศาลาจึงถือกำเนิดขึ้นนับแต่บัดนั้นและได้เริ่ม  
 กิจการ ในฐานะองค์การเภสัชกรรมจนถึงทุกวันนี้โดยมีภารกิจหลักคือ

1. ผลิตยา และเวชภัณฑ์
2. ส่งเสริมให้มีการศึกษา และวิจัยการผลิตยาและเวชภัณฑ์
3. ส่งเสริมการวิเคราะห์ยา และเวชภัณฑ์รวมทั้งวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตยา
4. ซื้อ ขาย แลกเปลี่ยน และให้ซิงยาและเวชภัณฑ์
5. ดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการผลิตยาและเวชภัณฑ์

### 3. กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

เนื่องจากยา มีประโยชน์และมีความจำเป็นมากในการใช้รักษาและป้องกันโรค และร้านขาย  
 ยาเป็นช่องทางกระจายยาไปสู่ผู้บริโภคสูงสุด ดังนั้นการควบคุมและดูแลร้านขายยาจึงเป็นหัวใจ  
 สำคัญที่จะให้ผู้บริโภคได้ใช้ยาที่ดี มีคุณภาพและประหยัด รัฐบาลจึงต้องมีมาตรการในการดูแลความ  
 ปลอดภัยและคุ้มครองผู้บริโภค โดยการออกกฎหมายรวมทั้งแต่งตั้งผู้รับผิดชอบ โดยมีความเป็นมาดังนี้

พระราชบัญญัติการขายยา พ.ศ. 2493 ได้แบ่งการขายยาออกเป็น 3 ประเภทคือ  
ร้านขายยาประเภท ก. มีเภสัชกรแผนปัจจุบันชั้นหนึ่งควบคุมกิจการจะผลิตและขายยาได้  
ทุกชนิด

ร้านขายยาประเภท ข. มีเภสัชกรแผนปัจจุบันชั้นสองควบคุมกิจการจะปรุงยาตามใบสั่ง  
แพทย์และขายยาได้บางอย่าง

ร้านขายยาประเภท ค. เป็นร้านขายยาสำเร็จรูปที่ไม่มียาอันตรายผสมอยู่ ร้านชนิดนี้มี  
กำหนดว่าถ้าเจ้าของร้านเป็นเภสัชกรแผนโบราณอนุญาตให้ผลิตยาแผนโบราณได้ ถ้าเจ้าของร้านเป็น  
ลูกจ้างทำงานขายยาอยู่ในร้านขายยามาไม่น้อยกว่า 3 ปี ให้รับยาสำเร็จรูปมาขายเท่านั้น ห้ามผลิตยา  
แผนโบราณ

ต่อมาได้มีการแก้ไขพระราชบัญญัติการขายยา พ.ศ. 2493 โดยออกเป็นพระราชบัญญัติ  
ควบคุมการขายยา (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2498 มีหลักการแก้ไขคือ

1. เภสัชกรผู้ควบคุมกิจการขายยาจะควบคุมได้ไม่เกิน 2 แห่งและสถานที่ตั้งทั้ง 2 แห่งนั้น  
ต้องอยู่ห่างกันไม่เกิน 2 กิโลเมตร
2. ในกรณีที่เภสัชกรผู้ควบคุมกิจการ ไม่อยู่ให้ผู้อนุญาตประเภท ก. หรือ ข. ขายยา  
อันตรายที่ปรุงไว้สำเร็จแล้วให้แก่ผู้ประกอบการโรคศิลปะแผนปัจจุบันชั้นหนึ่งหรือแก่ผู้ซึ่งมีใบสั่งของ ผู้  
ประกอบการโรคศิลปะแผนปัจจุบันชั้นหนึ่งโดยชอบด้วยกฎหมาย
3. การขายยาอันตรายแก่บุคคลซึ่งได้รับอนุญาตให้ขายยาให้กระทำได้
4. ผู้ประกอบการโรคศิลปะแผนปัจจุบันชั้นหนึ่งสามารถขายยาอันตรายให้แก่คนไข้ของ  
ตนเองได้

จะเห็นได้ว่าพระราชบัญญัติฉบับนี้ลดความเข้มงวดในพระราชบัญญัติควบคุมการ  
ขายยา พ.ศ.2493 ลงเป็นอันมาก อย่างไรก็ตามพระราชบัญญัติทั้ง 2 ฉบับเป็นการควบคุมเฉพาะด้านการ  
ขายยาเท่านั้น ยังไม่ได้ควบคุมตำรับและวัตถุดิบประกอบจึงยังไม่รัดกุมนัก

ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชได้มีการตราพระราชบัญญัติการ  
ขายยา (ฉบับที่3) พ.ศ.2499 โดยเพิ่มประเภทการขายอีก 1 ประเภท คือ ประเภท ง. สำหรับผู้รับ  
อนุญาตขายยานอกสถานที่คือ ผู้นำยาไปเร่ขายในที่ต่างๆ การขายยาแบบนี้ขัดกับพระราชบัญญัติควบ  
คุมการขายยา พ.ศ.2493 ที่จำกัดมิให้มีการขายยานอกสถานที่ที่ได้รับอนุญาต ทำให้ประชาชนไม่ได้รับ  
ความปลอดภัยในการใช้ยาและใช้ยาเกินความจำเป็น ในปี พ.ศ.2500 มีการตราพระราชบัญญัติการขาย  
ยา (ฉบับที่4) ให้ยกเลิกการขายยาประเภท ง. ให้หมดสิ้นภายใน 1 ปี

พระราชบัญญัติการขายยา (ฉบับที่ 5) พ.ศ.2505 ได้กำหนดห้ามการขายยาหม้ออายุ ผู้ที่ฝ่าฝืนจะถูกกลงโทษถึงจำคุกหรือทั้งปรับทั้งจำ จึงจะเห็นได้ว่ากฎหมายเกี่ยวกับการขายยาได้มีวิวัฒนาการก้าวหน้าและมีการควบคุมรัดกุมมากยิ่งขึ้น

ใน พ.ศ. 2510 มีการตราพระราชบัญญัติเรียกว่า “พระราชบัญญัติยาพุทธศักราช 2510” กำหนดการควบคุมยาอย่างกว้างขวาง ทั้งด้านผลิต การขาย การขึ้นทะเบียน การควบคุมคุณภาพ การตรวจยาปลอม ยาเสื่อมคุณภาพ เป็นการเริ่มต้นการควบคุมยาเช่น อารยะประเทศ ทั้งนี้เนื่องจากมีโรงงานผลิตยาเกิดขึ้นมากนับตั้งแต่ปี พ.ศ.2503 เป็นต้นมา

ผู้ที่จะทำผลิตยา ขายยา นำหรือส่งยาเข้ามาในราชอาณาจักรต้องขออนุญาตต่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข การผลิตยาใดๆต้องขออนุญาตและขึ้นทะเบียนยาที่ผลิตขึ้น

พระราชบัญญัติยา พ.ศ.2510 แบ่งการพาณิชย์กิจการทางยาแผนปัจจุบันออกเป็น 5 ประเภท

1. การผลิตยาแผนปัจจุบันต้องมีเภสัชกรชั้นหนึ่งเป็นผู้ปฏิบัติการ
2. ขายยาแผนปัจจุบันต้องมีเภสัชกรชั้นหนึ่งหรือเภสัชกรชั้นสองเป็นผู้ปฏิบัติการ
3. การขายยาแผนปัจจุบันเฉพาะยาบรรจุเสร็จที่ไม่ใช่ยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ

ผู้ปฏิบัติการคือเภสัชกรชั้นหนึ่งหรือเภสัชกรชั้นสองหรือผู้ประกอบโรคศิลปะแผนปัจจุบันชั้นหนึ่งในสาขาเวชกรรม ทันตกรรม การผดุงครรภ์หรือการพยาบาล

4. การขายยาแผนปัจจุบันเฉพาะยาบรรจุเสร็จสำหรับสัตว์ ผู้ปฏิบัติการคือเภสัชกรชั้นหนึ่งหรือเภสัชกรชั้นสองหรือผู้มีประสบการณ์บำบัดโรคสัตว์ชั้นหนึ่งหรือผู้ประกอบการบำบัดโรคสัตว์ชั้นสอง

5. การนำหรือส่งยาแผนปัจจุบันเข้ามาในราชอาณาจักรมีเภสัชกรชั้นหนึ่งเป็นผู้ปฏิบัติการ

การจัดหมวดหมู่ของยาในพระราชบัญญัติฉบับนี้แบ่งออกเป็นยาอันตรายยาควบคุมพิเศษและยาอื่นๆ

การพาณิชย์กิจการทางยาแผนโบราณแบ่งออกเป็น

1. ผลิตยาแผนโบราณ ต้องมีผู้ประกอบโรคศิลปะแผนโบราณเป็นผู้ควบคุม
2. ขายยาแผนโบราณ ต้องมีผู้ประกอบโรคศิลปะแผนโบราณเป็นผู้ควบคุม
3. นำหรือส่งยาแผนโบราณเข้ามาในราชอาณาจักร ต้องมีผู้ประกอบโรคศิลปะแผน

โบราณเป็นผู้ควบคุม

ตามที่กล่าวมานี้จะเห็นว่าพระราชบัญญัติฯ พ.ศ.2510 ห้ามมิให้ผู้ประกอบโรคศิลป์แพณปัจจุบันทุกสาขามาทำหน้าที่ปฏิบัติการ ในการพาณิชย์กิจการทางยาแผนโบราณ

ในปัจจุบัน กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับยาอาจแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มคือ

1. กฎหมายที่เกี่ยวกับการควบคุมผลิตภัณฑ์ ได้แก่
  - พระราชบัญญัติฯ พ.ศ.2510 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม
  - พระราชบัญญัติวัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตประสาท พ.ศ.2518 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม
  - พระราชบัญญัติยาเสพติดให้โทษ พ.ศ.2522 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม

โดยมีหลักการเพื่อควบคุมการค้าเนินกิจกรรมต่างๆตั้งแต่การผลิต / การนำเข้า / การส่งออก / การเข้าสู่ตลาด / การกระจาย / การให้ข้อมูลข่าวสารและการโฆษณาส่งเสริมการขาย เพื่อให้ผู้บริโภคได้ใช้ยาที่มีประสิทธิผล ปลอดภัยและมีคุณภาพได้มาตรฐาน

2. กฎหมายที่เกี่ยวกับการควบคุมการประกอบวิชาชีพและบริการสุขภาพ ได้แก่
  - พระราชบัญญัติวิชาชีพเภสัชกรรม พ.ศ. 2537
  - พระราชบัญญัติการประกอบโรคศิลป์ฯ พ.ศ. 2542

โดยมีหลักการเพื่อกำหนดขอบเขต คุณสมบัติ จริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพให้ชัดเจนและจัดให้มีการตรวจสอบควบคุมผู้ประกอบวิชาชีพให้เป็นไปตามกฎเกณฑ์จริยธรรมและมาตรฐาน

3. กฎหมายอื่นๆ ได้แก่
  - พระราชบัญญัติประกันสุขภาพ พ.ศ. 2522
  - พระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ. 2533
  - ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. 2535
  - พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

หน่วยงานของรัฐที่ทำหน้าที่ควบคุม, ตรวจสอบและลงโทษผู้ที่ฝ่าฝืนกฎหมายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคด้านยา เช่นสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อยกระดับมาตรฐานร้านขายยาทั่วประเทศให้มีมาตรฐานตามหลักเกณฑ์ในระบบสากล
2. เพื่อพัฒนาร้านขายยาให้เป็นสถานบริการสาธารณสุขชุมชนของประเทศ
3. เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการร้านขายยาให้มีความรู้ ทักษะ คุณธรรม เจตคติที่ดีต่อการประกอบอาชีพร้านขายยา

4. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภค  
ด้านยา

5. เพื่อแบ่งเบาภาระของภาครัฐ ในการให้บริการประชาชนด้านยา

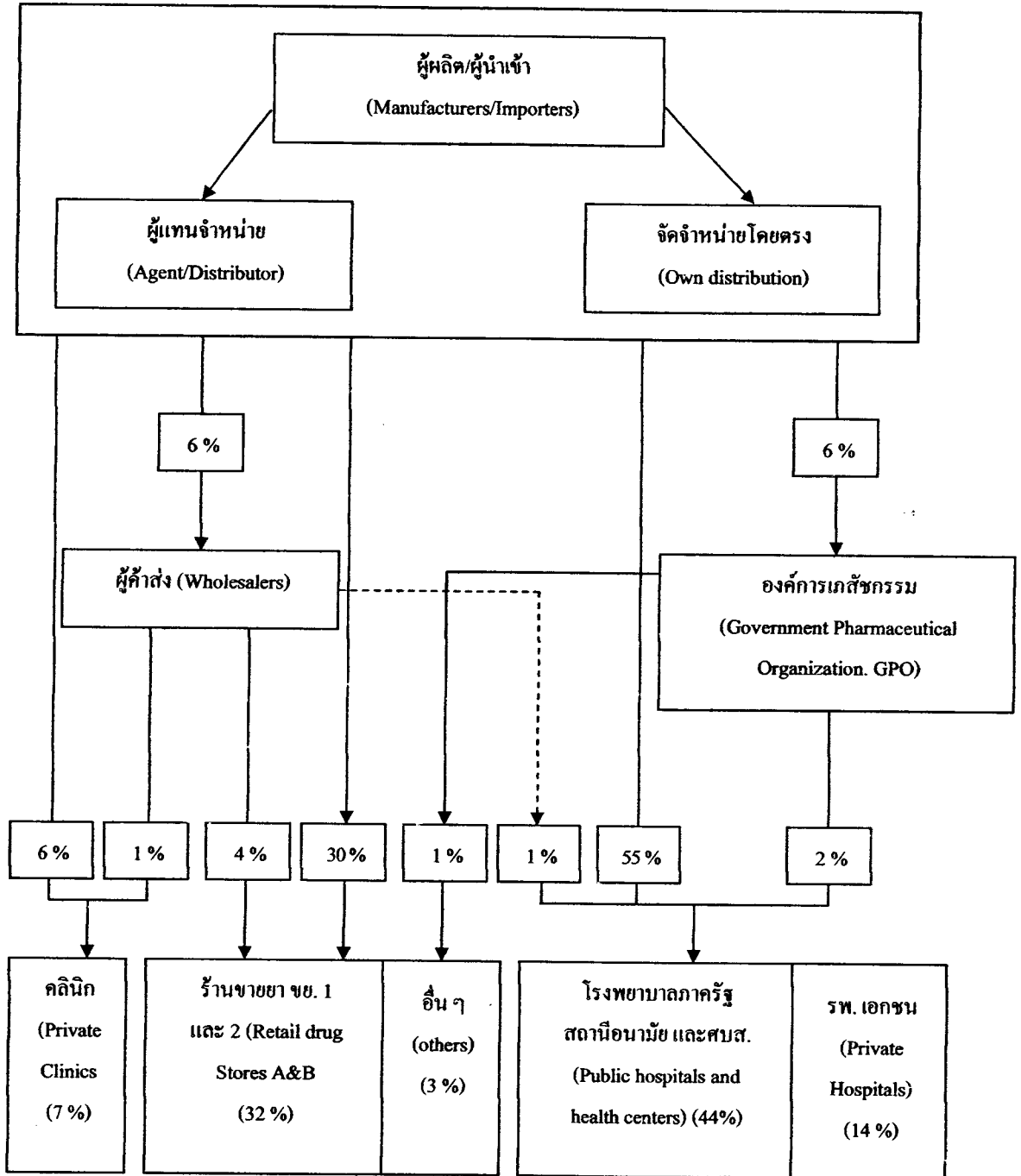
6. เพื่อให้ประชาชนได้รับรู้ความปลอดภัยและบริการที่ดี จากร้านขายยาในฐานะที่เป็น  
สถานบริการสาธารณสุขชุมชน

#### 4. ตลาดยาในประเทศไทย

ยาเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องบริโภคเพื่อรักษาและป้องกันโรค แม้ว่าการบริการทางด้านยานั้น  
เกี่ยวข้องทั้งทางด้านจริยธรรมและธุรกิจ รวมทั้งมีกฎหมายควบคุม แต่มูลค่าการบริโภคยาใน  
แต่ละปีสูง  
มาก โดยในปี 2543 ค่าใช้จ่ายด้านยาของประเทศไทยมีมูลค่ามากกว่า 9 หมื่นล้านบาท คิดเป็น 30 %  
ของค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพ และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้น ธุรกิจด้านยาจึงเป็นธุรกิจที่น่าสนใจ

ในมูลค่าการบริโภคนายของประเทศไทยปี 2543 พบว่ามีการกระจายสู่ผู้บริโภคผ่านช่องทาง  
ต่างๆตามเงื่อนไขที่กำหนดในกฎหมายและมาตรการที่เกี่ยวข้องตามภาพที่ 2.1 ดังนี้

ผ่านโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน	58%
ผ่านร้านขายยา	32%
ผ่านคลินิกเอกชน	7%
อื่นๆ	3%



ภาพที่ 2.1 ช่องทางหลักและสัดส่วนการกระจายยาของประเทศไทย พ.ศ. 2543  
 หมายเหตุ : อื่น ๆ หมายถึง ช่องทางกระจายยานอกระบบ เช่น รถเร่ ร้านสะดวกซื้อ ร้านชำ  
 ศบส. หมายถึง ศูนย์บริการสาธารณสุข  
 ที่มา: IMS Health Thailand Database (2544) “สัดส่วนการกระจายยาในช่องทางต่างๆใน

จากข้อมูลของฝ่ายสถานที่กองควบคุมยา ณ วันที่ 15 กรกฎาคม 2536 ร้านขายยาแผนปัจจุบันในประเทศไทยมีจำนวนทั้งสิ้น 4,471 ร้าน ส่วนร้านขายยาแผนปัจจุบันเฉพาะยาบรรจุนึ่งที่มีใช้ยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษมีจำนวนทั้งสิ้น 5,365 ร้าน

อัตราส่วนร้านขายยาแผนปัจจุบันต่อประชากร ในปี 2539 คือ 1:12551 คน จากการสำรวจของสำลี ใจดี และคณะพบว่า ร้านขายยาแผนปัจจุบันมีรายการยาที่จำหน่ายตั้งแต่ 1,000-10,000 รายการ พฤติกรรมการซื้อยาเพื่อรักษาตนเองเป็นพฤติกรรมที่นิยมมากในประเทศไทย ทำให้ร้านขายยามีบทบาทในการดูแลรักษาตามอาการของผู้บริโภคโดยทำหน้าที่ทั้งวินิจฉัยและจ่ายยาให้ผู้บริโภค โดยพบพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภคจากร้านขายยาดังนี้(มรกด.กรเกษม 2534: 431)

1. เรียกหาขายตามคำโฆษณาตามคำบอกเล่า 30%
2. เล่าอาการและให้ทางร้านขายยาจัดยาให้ 51%
3. อื่นๆ 19%

ยาโรคลือได้ว่าเป็นหนึ่งในปัจจัย 4 ที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์เป็นปัจจัยที่ทำให้มนุษย์มีสุขภาพความเป็นอยู่ที่ดี พ้นจากโรคภัยไม่สบายต่างๆ ในระบบการให้บริการสาธารณสุขที่ประชาชนส่วนใหญ่ยังจำเป็นต้องพึ่งพาการดูแลรักษาด้วยตัวเองเป็นหลัก การกระจายยาและข้อมูลการใช้ยาที่ถูกต้องให้กับประชาชนโดยทั่วถึง จึงมีความสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาประเทศเพื่อให้เกิดความกินดีอยู่ดีของประชาชนโดยรวม แหล่งกระจายยา และข้อมูลการใช้ยาให้กับประชาชนที่สำคัญมากหน่วยงานหนึ่งก็คือร้านขายยา

ร้านขายยาเป็นแหล่งให้บริการยาที่มีประวัติความเป็นมายาวนานควบคู่กับการพัฒนาระบบสาธารณสุขของประเทศ เนื่องจากร้านขายยามีเป็นจำนวนมากตั้งอยู่ภายในชุมชนแทบทุกชุมชน มีความใกล้ชิดสะดวกในการเข้ารับบริการ จึงเป็นด่านแรกที่สำคัญที่ช่วยบำบัดบรรเทาอาการเจ็บป่วยไม่สบายของประชาชน หรือให้การรักษาพยาบาลก่อนที่จะส่งต่อไปยังสถานพยาบาลอื่นๆต่อไป (พรเทพ อภิญาประเทือง, วรวัชร สีลาคุณากร และบุษยามณี สิริพิศ 2539: 1)

ร้านขายยาเป็นส่วนหนึ่งของตลาดยา และเป็นธุรกิจที่มีลักษณะพิเศษแตกต่างจากลักษณะธุรกิจของสินค้าประเภทอื่น ในปัจจุบันร้านขายยามีจำนวนมากและมีทั้งร้านขายยาที่มีเภสัชกรประจำตลอดเวลาและร้านขายยาซึ่งเปิดมานานแล้ว โดยกฎหมายกำหนดให้มีเภสัชกรประจำอย่างน้อยวันละ 3 ชั่วโมง โดยมากทำเลที่ตั้งร้านขายยาจะเลือกทำเลที่ดี ทำให้ร้านขายยาอยู่ใกล้กันมาก เพราะฉะนั้นการแข่งขันกันจึงมีมาก วิธีการแข่งขันกันระหว่างร้านขายยาได้แก่(สุเชต สิททาชีวะ 2540: 183-184)

1. การแข่งขันในด้านราคา โดยการตัดราคา
2. การแข่งขันทางด้านบริการ ให้การบริการกับลูกค้า



2.1 การให้คำอธิบายในการใช้ยาอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ ผู้ขายยาควรจะมี  
 อธิยาศัพท์ ชีวเข้มแจ่มใส

2.2 การจัดยา เกสักรจะต้องซักอาการอย่างละเอียดและประเมินว่าจะต้องให้การ  
 รักษาอย่างไร ครอบคลุมอาการให้ได้มากที่สุดเพื่อให้ลูกค้าหาย ถ้ารักษาแล้วลูกค้าหายลูกค้าจะเกิด  
 ความประทับใจแรกเริ่ม (First Impression) และเขาจะวางใจเรา และทุกครั้งที่มีปัญหาลูกค้าจะกลับมา  
 หาเสมอ

2.3 ความรวดเร็วในการจัดยา

2.4 การจัดตกแต่งร้านให้เป็นระเบียบ สะอาดสะอาด

### 3. การแข่งขันด้านผลิตภัณฑ์

3.1 ชนิดของยาที่มีอยู่ในร้านควรมียาให้ครบทุกชนิด เพื่อให้ลูกค้าสามารถแวะ  
 ซื้อเพียงร้านเดียวแล้วได้ยาครบ

3.2 จำยาที่ผลิตใหม่ๆ

ร้านขายยาเป็นธุรกิจที่มีกฎหมายควบคุมเข้มงวด เพราะยาเป็นสินค้าที่ให้ทั้งประโยชน์และ  
 โทษอย่างมากขึ้นอยู่กับการใช้ การบริโภคยาที่ถูกโรค ถูกขนาด จะช่วยให้หายป่วยจากโรค แต่การ  
 บริโภคยาที่ไม่ถูกต้อง การบริโภคยาที่เสื่อมคุณภาพ ยาปลอมอาจก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพ และชีวิต  
 ได้ โรงงานผลิตยา บริษัทนำส่งยา และร้านขายยาจะต้องอยู่ภายใต้การควบคุมของพระราชบัญญัติยา ยา  
 ที่ผลิตขึ้นภายในประเทศหรือนำส่งเข้าจากต่างประเทศจะต้องขึ้นทะเบียนตำรับยาก่อนนำออกขายใน  
 ตลาด ไม่ว่าจะป็นร้านขายยาแผนปัจจุบัน และแผนโบราณจะต้องมีเภสัชกรเป็นผู้ปฏิบัติหน้าที่ควบคุม  
 การจัดจำหน่าย

มูลค่าตลาดในช่องทางร้านขายยามีมูลค่าประมาณ 10,338 ล้านบาท และมีอัตราเติบโต 10.6%  
 (ข้อมูล ก.ค. 42-มิ.ย. 43) นอกจากนี้พบว่ายาที่มีการกระจายผ่านร้านขายยามูลค่าสูงสุดคือยา แก้หวัดคัด  
 จมูก ยาอม ยาลดไข้แก้ปวด(มกคต ณ สงขลา 2545)

ตลาดยาของประเทศไทยมีลักษณะกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด แม้ว่าจะมีผู้ผลิต ผู้นำส่งยาเข้าจาก  
 ต่างประเทศ แต่ยาที่ซื้อขายจะมีลักษณะคล้ายคลึงกัน ในตัวยาสำคัญและส่วนประกอบ สิ่งที่แตกต่างกัน  
 คือรูปร่าง สี สัน หีบห่อที่บรรจุและชื่อทางการค้า ผู้ผลิตและตัวแทนจัดจำหน่ายจึงจำเป็นต้องแข่งขัน  
 เพื่อขายสินค้าของตน ทั้งนี้การแข่งขันจะเป็นได้ทั้งการแข่งขันด้านราคาและการแข่งขันที่มีใช้ราคา เช่น  
 การโฆษณา การแข่งขันด้านคุณภาพ การแข่งขันด้านการวิจัยและพัฒนา บริษัทใดสามารถเน้นการ  
 โฆษณาให้ประชาชนรู้จักทั่วถึงได้มากกว่าหรือแรงจูงใจด้านราคาที่ต่ำกว่าแม้คุณภาพใกล้เคียงกัน ยา  
 ของบริษัทนั้นๆจะสามารถครองตลาดได้ ดังจะเห็นได้จากกรณีของยาแก้ปวดซึ่งมีผู้ผลิตออกมาจำหน่าย  
 เป็นจำนวนมาก แต่ที่สามารถตีตลาดเป็นที่นิยมของประชาชนจริงๆมีเพียงไม่กี่บริษัทเท่านั้น

สภาพการณ์ของตลาดจึงเสมือนถูกผูกขาด โดยบริษัทเพียงไม่กี่บริษัท ภายใต้ชื่อทางการค้าที่เป็นที่นิยมเพียงไม่กี่อย่างเท่านั้น แต่ยังคงมีการแข่งขันกันบ้างถ้าหากยาชื่อทางการค้าที่ขายดีขึ้น ราคาสูงจนเกินไป อาจทำให้ประชาชนหันไปใช้ยาชื่อทางการค้าอื่นแทน

ตลาดยาแม้จะแข่งขันกันมากในด้าน โฆษณา แต่การ โฆษณาทำได้อย่างจำกัดเพราะ พระราชบัญญัติยาได้กำหนดคกกฎเกณฑ์เกี่ยวกับการ โฆษณาไว้อย่างเข้มงวด ถ้าหากเป็นยาอันตรายและยาควบคุมพิเศษให้โฆษณากระทำได้โดยตรงต่อผู้ประกอบการโรคศิลปะหรือผู้ประกอบการบำบัดสัตว์เท่านั้น (พีรวิมล เจริญศุภพงศ์ 2539: 2)

## 5. ประเภทของร้านขายยา

ปัจจุบันร้านขายยาที่เปิดดำเนินการทั่วไปจำแนกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆคือร้านขายยาแผนปัจจุบัน และร้านขายยาแผนโบราณ โดยร้านขายยาแผนปัจจุบันแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ

5.1 ร้านขายยาแผนปัจจุบัน (ขย.1) เป็นร้านขายยาที่สามารถจำหน่ายยาแผนปัจจุบันได้ทุกชนิด รวมทั้งยาอันตรายและยาควบคุมพิเศษ เดิมเรียกว่าร้านขายยาประเภท ก. ร้านขายยาประเภทนี้ต้องมีเภสัชกรมาปฏิบัติการประจำร้านตลอดเวลาที่เปิดทำการ นอกจากนี้ร้านขายยาประเภทนี้ยังสามารถขอใบอนุญาตขายผลิตภัณฑ์อีก 2 ประเภทได้แก่ ยาเสพติดให้โทษประเภทที่ 3 และวัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท

5.2 ร้านขายยาแผนปัจจุบันบรรจุเสร็จ (ขย.2) เป็นร้านขายยาที่สามารถจำหน่ายยาได้เฉพาะยาบรรจุเสร็จ คือ ผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่ายโดยบรรจุอยู่ในบรรจุภัณฑ์ที่พร้อมสำหรับจัดจำหน่ายให้แก่ผู้มารับบริการได้โดยทันทีโดยไม่ต้องมีการแบ่งบรรจุใหม่ และมีใช้ยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ ผู้ขายจะแบ่งบรรจุยาหรือนับเม็ดขายยาได้ และยาสามัญประจำบ้านหรือยาค่าราหลวงเท่านั้น เดิมเรียกร้านขายยาประเภทนี้ว่าร้านขายยาประเภท ข. การเปิดร้านประเภทนี้จะต้องมีเภสัชกรผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรม ผู้ประกอบโรคศิลปะแผนปัจจุบัน หรือพยาบาล คนใดคนหนึ่งอยู่ปฏิบัติการประจำร้านขายตลอดเวลาที่เปิดทำการ

5.3 ร้านขายยาแผนปัจจุบันบรรจุเสร็จสำหรับสัตว์ (ขย.3) เป็นร้านขายยาที่สามารถจำหน่ายยาสำหรับสัตว์เดิมเรียกว่าร้านขายยาประเภท ค. การเปิดร้านขายยาประเภทนี้ต้องมีเภสัชกรหรือผู้ประกอบการบำบัดโรคคนใดคนหนึ่งอยู่ปฏิบัติการประจำร้านขายยาตลอดเวลาที่เปิดดำเนินการ

ผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการในร้านขายยาจะประกอบด้วยผลิตภัณฑ์อยู่สองประเภทก็คือผลิตภัณฑ์ประเภทยาและผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่ยา สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่ยาจะประกอบด้วย อาหารเสริมสุขภาพ เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์ เครื่องอุปโภคบริโภค สิ่งพิมพ์และสื่อความรู้ต่างๆ

ปัจจุบันร้านขายยาแผนปัจจุบัน (ข.บ.1) เพิ่มมากขึ้นรวมทั้งคลินิก ส่วนร้านขายยาแผนปัจจุบัน บรรจุนเสร็จ(ข.บ.2)มีแนวโน้มที่จะลดลง เพราะนโยบายของกระทรวงสาธารณสุขต้องการจะให้ร้านขายยาประเภทนี้หมดไปหรือเปลี่ยนเป็นร้านขายยาแผนปัจจุบัน(ข.บ.1)จึงไม่มีการออกใบอนุญาตร้านขายยาประเภทนี้อีก ส่วนร้านเดิมจะขายต่อให้กับบุคคลอื่นไม่ได้ต้องเลิกกิจการไปเลยถ้าไม่ต้องการที่จะประกอบธุรกิจประเภทนี้(สุเขต ลีพาหะ 2540: 6-7)

## 6. จรรยาบรรณแห่งวิชาชีพเภสัชกรรม

เพื่อประโยชน์ของประชาชน เพื่อให้การประกอบวิชาชีพเภสัชกรรมได้เป็นที่เชื่อถือและไว้วางใจของประชาชนตลอดไป และเพื่อทำนุบำรุงการเภสัชกรรมในประเทศไทยให้อยู่ในมาตรฐานสูงสุดเภสัชกรรมสมาคมแห่งประเทศไทยฯ จึงประกาศจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพเภสัชกรรมไว้ดังนี้(สำลี ใจดี 2536)

1. เภสัชกรพึงยึดถือสุขภาพและความปลอดภัยในการใช้ยาของผู้ป่วย และสาธารณสุข เป็นเป้าหมายสูงสุด และเป็นหน้าที่ของเภสัชกรที่ต้องปฏิบัติต่อผู้ป่วยเต็มความสามารถของคน
2. เภสัชกรต้องรักษาไว้ซึ่งเกียรติศักดิ์แห่งวิชาชีพ และไม่ประพฤดิหรือร่วมกระทำการใดๆอันอาจเป็นเหตุให้เสื่อมเสียแก่เกียรติศักดิ์วิชาชีพ อีกทั้งเป็นหน้าที่ของเภสัชกรทุกคนที่ต้องดำเนินการแก้ไขเมื่อทราบว่าได้มีการกระทำใดๆอันอาจเป็นเหตุให้เสื่อมเสียแก่เกียรติศักดิ์แห่งวิชาชีพ
3. เภสัชกรพึงเคารพต่อกฎหมายบ้านเมือง และระเบียบข้อบังคับต่างๆอันเนื่องด้วยการประกอบวิชาชีพเภสัชกรรม
4. เภสัชกรต้องรักษามาตรฐานของการประกอบวิชาชีพเภสัชกรรมในระดับที่ดีที่สุด และพึงหลีกเลี่ยงและละเว้นการกระทำใดๆที่ยังให้เกิดเสื่อมความไว้วางใจในการประกอบวิชาชีพเภสัชกรรม
5. เภสัชกรพึงสร้างความไว้วางใจในประสิทธิภาพของการให้บริการเภสัชกรรมของตน
6. เภสัชกรต้องไม่เปิดเผยความลับของผู้ป่วยซึ่งตนทราบมาเนื่องจากการประกอบวิชาชีพ เว้นแต่ด้วยความยินยอมของผู้ป่วย หรือเมื่อต้องปฏิบัติตามกฎหมาย หรือตามหน้าที่
7. เภสัชกรพึงศึกษาติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการเภสัชศาสตร์ เพื่อรักษาไว้ซึ่งสมรรถภาพในการประกอบวิชาชีพให้อยู่ในมาตรฐานสูง และสามารถให้บริการเภสัชกรรมได้อย่างดีที่สุดในที่สุด
8. เภสัชกรต้องไม่ประกอบวิชาชีพในสถานที่หรือสภาพอันขัดต่อความเป็นอิสระของการใช้วิชาชีพ และความชำนาญ ซึ่งอาจเป็นเหตุให้มีความเสื่อมเสียในคุณภาพของบริการทางวิชาชีพ หรือเป็นเหตุให้มีการประพฤติผิดจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ

9. เกสักรต้องไม่โฆษณา ใช้อ้าง วาน หรือยินยอมให้ผู้อื่นโฆษณาการประกอบวิชาชีพ ความรู้ ความชำนาญในการประกอบวิชาชีพของตนหรือเกสักรอื่น เว้นไว้แต่เป็นการปฏิบัติการตามกฎหมาย และตามหน้าที่ และข้อความโฆษณานั้นๆต้องไม่เป็นการทักตมเกสักร หรือสถานที่ ปฏิบัติการของเกสักรอื่น

10. เกสักรผู้ให้บริการต่อประชาชนต้องไม่ปฏิบัติในสถานที่สาธารณะเว้นแต่ในเหตุ ถูกเงินในการปฐมพยาบาล หรือในการปฏิบัติหน้าที่การงานของรัฐบาล เทศบาล หรือของสภากาชาด ไทย หรือหน่วยงานสาธารณะกุศลที่คณะกรรมการรับรอง

11. เกสักรพึงยกย่องให้เกียรติ และเคารพในศักดิ์ศรีซึ่งกันและกัน อีกทั้งพึงส่งเสริม และ สนับสนุนการประกอบวิชาชีพ และผู้ประกอบโรคศิลปะอื่นๆเพื่อประโยชน์ของผู้ป่วย และสาธารณชน

12. เกสักรต้องไม่จำหน่ายจ่ายแจก หรือแนะนำยา หรืออุปกรณ์การแพทย์ซึ่งขาดคุณภาพ หรือต่ำกว่ามาตรฐานตามกฎหมาย หรือที่ไม่มีประโยชน์ทางบำบัดแก่ผู้ป่วย และต้องไม่ปรู้งยาผิดจาก คำรับ และต้องไม่เขียนชื่อหรือส่วนผสมหรือประโยชน์ของยาอันไม่เป็นความจริงลงบนฉลากยา

13. เกสักรต้องให้คำแนะนำในการใช้ยาอย่างถูกต้องแม่นยำตามความเป็นจริงทาง วิชาการอย่างสมบูรณ์ และพึงละเว้นการให้คำแนะนำที่อาจชักจูงให้เข้าใจผิดในสภาพ ราคา และคุณค่า ของยา

14. เกสักรต้องไม่ออกใบรับรองอันเป็นความเท็จ โดยตั้งใจ หรือให้ความเห็นโดยไม่ สุจริตในเรื่องใดๆอันเกี่ยวกับวิชาชีพของตน

15. เกสักรต้องไม่ใช้หรือสนับสนุนให้มีการประกอบวิชาชีพเกสักรกรรม หรือการ ประกอบโรคศิลปะ โดยผิดกฎหมาย

มรรยาทแห่งวิชาชีพของเกสักรตามกฎหมายกระทรวงสาธารณสุข (กฎกระทรวงแก้ไขถึงฉบับ ที่ 9 พ.ศ.2532)ข้อ 25 และ 28 มีดังนี้

เกสักรต้องรักษามรรยาทแห่งวิชาชีพโดยไม่ประพฤติ หรือกระทำการใดๆอันอาจเป็นเหตุ ให้เสื่อมเสียเกียรติศักดิ์แห่งวิชาชีพ และต้องไม่ประพฤติหรือกระทำการดังต่อไปนี้

1. โฆษณา ใช้อ้างหรือยินยอมให้ผู้อื่นโฆษณาการประกอบโรคศิลปะ ความรู้ หรือ ความสามารถของตนไม่ว่าด้วยประการใดๆ

2. ดิดของเมาหรือยาเสพติดให้โทษจนหย่อนความสามารถในหน้าที่

3. ใช้หรือช่วยเหลือผู้ที่มีได้ขึ้นทะเบียน และรับใบอนุญาตผู้ประกอบโรคศิลปะให้ ประกอบโรคศิลปะ

4. ออกใบสำคัญรับรองอันเป็นความเท็จโดยตั้งใจ หรือให้ความเห็นไม่สุจริตในเรื่องซึ่ง เกี่ยวแก่วิชาชีพของตน

5. ประกอบโรคศิลปะในทางสาธารณสุขหรือสถานที่สาธารณสุข เว้นแต่ในเหตุฉุกเฉินในการปฐมพยาบาลหรือในการปฏิบัติหน้าที่การงานของรัฐบาล เทศบาลหรือสภาอากาศไทย

6. ปรุฆาผิดจากตำรับ

7. ไม่สอบถามผู้ออกตำรับในกรณีที่สงสัยว่ายาตำรับเป็นอันตราย หรือตำรับนั้นผิด

8. เขียนชื่อ หรือส่วนผสม หรือประโยชน์ของยาตามฟาร์มาโคเปีย หรือตำรับยาใดๆ ไม่ตรงกับชื่อ หรือส่วนผสม หรือประโยชน์อันแท้จริงตามที่ปรากฏในฟาร์มาโคเปีย หรือตำรับยานั้นๆ

## 7. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรม หมายถึงกิจกรรมหรืออาการกระทำต่างๆของสิ่งมีชีวิตซึ่งบุคคลอื่นสามารถสังเกตเห็น เรียกว่าพฤติกรรมภายนอก (Overt Behavior) หรือเป็นการกระทำที่บุคคลอื่นมองไม่เห็น เรียกว่าพฤติกรรมภายใน (Covert Behavior)(ปริชญ์ ลักษิตานนท์ 2544: 26-28)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึงการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องกับ การจัดหาและการใช้ผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้หมายรวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งเกิดขึ้นก่อน และมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำ(ปริชญ์ ลักษิตานนท์ 2544: 54)

พฤติกรรมของผู้ซื้อ หมายถึงการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนซื้อสินค้า และบริการด้วยเงินรวมทั้งกระบวนการตัดสินใจ(ปริชญ์ ลักษิตานนท์ 2544: 55)

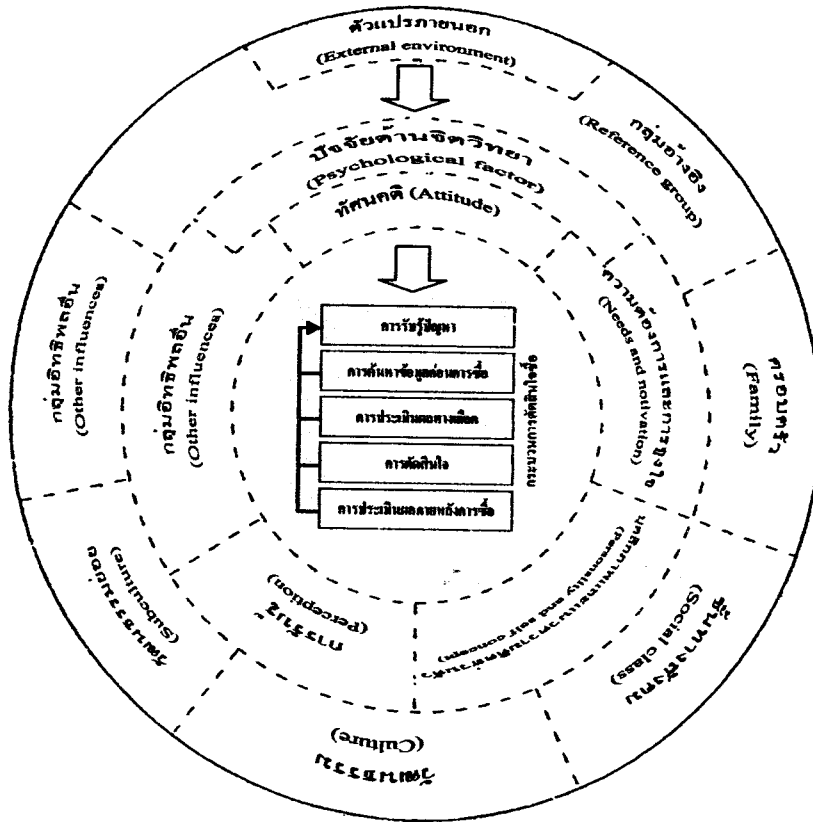
พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึงพฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นหา (Searching) การซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) การประเมินผล (Evaluation) และการใช้จ่าย (Disposing) ในผลิตภัณฑ์และบริการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2539: 3)

โมเดลของบุคคล (Model of Man) : ทักษะในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมี 4 ประการคือ(ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2539: 448-451)

1. บุคคลที่ตัดสินใจซื้อโดยถือเกณฑ์เศรษฐกิจ (Economic Man) ใช้หลักเหตุผลในการประเมิน
2. บุคคลที่ตัดสินใจซื้อโดยถือตามบุคคลอื่น (Passive Man) ใช้การรับรู้จากสิ่งกระตุ้น ไม่มีเหตุผล
3. บุคคลที่ตัดสินใจซื้อด้วยความเข้าใจ (Cognitive Man) ใช้การตอบสนองความต้องการของตนเอง

4. บุคคลที่ตัดสินใจซื้อด้วยอารมณ์ (Emotional Man) ใช้ความรู้สึกส่วนตัว  
 ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อที่มี 5 ขั้นตอน ตามภาพที่ 2.2 ดังนี้(ศิริวรรณ เสรีรัตน์  
 2539: 458-468)

1. การรับรู้ถึงความต้องการหรือการรับรู้ปัญหา



ภาพที่ 2.2 แสดงโครงสร้างกระบวนการตัดสินใจ (Simplified decision – process framework)  
 ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539) “พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับสมบูรณ์” กรุงเทพมหานคร คววมกล  
 สมัย หน้าที่ 461

2. การค้นหาข้อมูลก่อนการซื้อ
  - แหล่งข้อมูลภายใน
  - แหล่งข้อมูลภายนอก
3. การประเมินผลทางเลือก
  - กฎการตัดสินใจของผู้บริโภค

- กฎการตัดสินใจซื้อแบบทดแทน
  - กฎการตัดสินใจแบบไม่ทดแทน
4. การตัดสินใจซื้อ
  5. การประเมินผลหลังการซื้อ

พฤติกรรมหมายถึง กิริยาอาการ การกระทำหรือกิจกรรมทุกชนิดของมนุษย์หรือสัตว์ ซึ่งกิจกรรมนั้นอาจเป็นการกระทำที่เฉพาะเจาะจงหรือไม่ก็ได้ หรืออาจเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกมาให้เห็นได้หรือไม่สามารถสังเกตได้(ประสาท อิศรปริชา 2522: 1)

นักจิตวิทยาเชื่อว่าพฤติกรรมนั้นเป็นผลที่เกิดจากการกระทำปฏิริยามนุษย์หรืออินทรีย์ (Person or Organism) กับสิ่งแวดล้อม (Environment) พฤติกรรมต่างๆในชีวิตประจำวันส่วนใหญ่มักจะเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการกระตุ้นที่เรียกว่าพฤติกรรมที่ถูกจูงใจ (Motivated Behavior) ซึ่งมีลำดับขั้นดังนี้ เมื่อมีสิ่งเร้าเกิดขึ้นก็ทำให้เกิดความต้องการ เมื่อเกิดความต้องการก็จะพยายามแสวงหาทางตอบสนองความต้องการ เมื่อได้รับการตอบสนองหรือไม่ได้รับการตอบสนองก็จะแสดงอาการพอใจหรือไม่พอใจ ถ้าหากพอใจความต้องการก็จะลดลง ซึ่งกระบวนการนี้จะเกิดขึ้นซ้ำๆกัน(ประสาท อิศรปริชา 2522: 13)

Bloom แบ่งองค์ประกอบของพฤติกรรมเป็น 3 ส่วนคือ(ประภาเพ็ญ สุวรรณ 2536: 156-161)

1. พฤติกรรมด้านพุทธิศึกษา (Cognitive Domain) เป็นความสามารถทางด้านความรู้ ความคิด และพัฒนาการด้านสติปัญญา
2. พฤติกรรมด้านทัศนคติ (Affective Domain) เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของแต่ละบุคคลตามความสนใจ ความรู้สึก ความชอบ พฤติกรรมด้านทัศนคตินี้เป็นตัวควบคุมพฤติกรรมการปฏิบัติของบุคคลอื่น
3. พฤติกรรมด้านการปฏิบัติ (Psychomotor Domain) เป็นการปฏิบัติที่แสดงออกมาเป็นพฤติกรรมขั้นสุดท้ายที่เกิดจากพฤติกรรมด้านพุทธิศึกษาและทัศนคติเป็นพื้นฐาน เป็นพฤติกรรมที่สามารถประเมินผลได้หรือคาดคะเนได้ง่าย แต่กระบวนการที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมด้านการปฏิบัติต้องอาศัยเวลาและการตัดสินใจหลายขั้นตอน

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคตามภาพที่ 2.3 คือ (สุกร เสรีรัตน์ 2540)

1. ปัจจัยภายใน (Internal Variable หรือ Basic Determinants) ประกอบด้วย
  - 1.1. ความต้องการของผู้บริโภคทั้งของร่างกายและจิตใจ
  - 1.2. แรงจูงใจ
  - 1.3. บุคลิกภาพ
  - 1.4. ความตระหนักรู้ได้แก่การรับรู้ การเรียน ทัศนคติ

## 2. ปัจจัยภายนอก (External Variable หรือ Environmental Determinants)

ประกอบด้วย

- 2.1. ครอบครัว
- 2.2. สังคม
- 2.3. ธุรกิจ
- 2.4. วัฒนธรรม
- 2.5. สถานะทางเศรษฐกิจ

พฤติกรรมกรรมการบริโภค หมายถึง การเลือกปฏิบัติเมื่อมีการเจ็บป่วยเกิดขึ้นกับตัวเอง ญาติ หรือเพื่อนบ้าน ซึ่งคำถามที่ใช้เพื่อค้นหาพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws 1 H ตามตารางที่ 2.1 ประกอบด้วย (ศิริวรรณ เจริญรัตน์ 2539: 34)

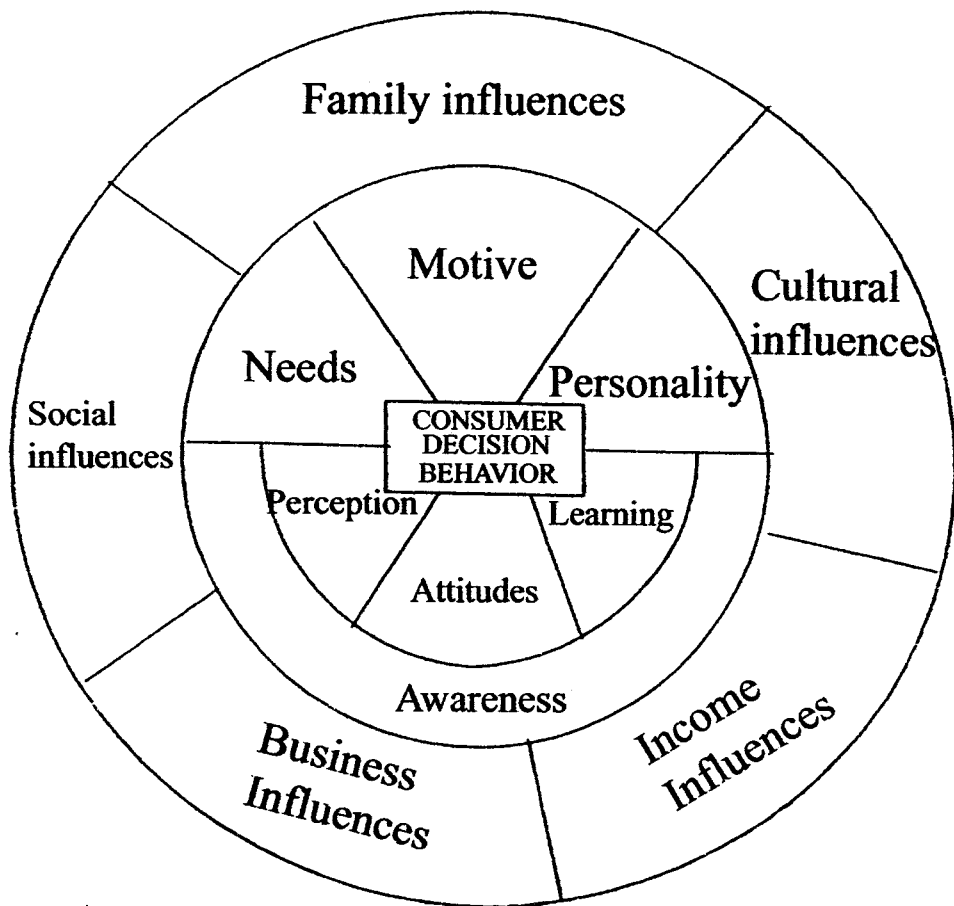
1. ใครคือผู้ตัดสินใจซื้อ (WHO)
2. ผู้บริโภคซื้อให้ใคร คือใครเป็นผู้ใช้ (WHOM)
3. ผู้บริโภคตัดสินใจซื้ออะไร (WHAT)
4. เหตุผลในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคคืออะไร (WHY)
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (WHEN)
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (WHERE)
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (HOW)

โดยทั่วไปกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจะประกอบด้วย 7 ขั้นตอนคือ(มรกต กรเกษม 2534: 446-447)

1. การตัดสินใจเกี่ยวกับประเภทของยา ก่อนที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้ออะไรนั้นความจริงแล้วอาจมีความต้องการยาหลายประเภทในเวลาเดียวกัน แต่จำกัดด้วยกำลังซื้อหรืองบประมาณ (Purchasing Power) จึงต้องตัดสินใจเลือกประเภทของยาก่อนเป็นอันดับแรก

2. การตัดสินใจเกี่ยวกับรูปแบบของยา ยาแต่ละกลุ่มยาจะมีหลายรูปแบบในการใช้ขึ้นกับความต้องการของผู้บริโภคที่จะใช้ การโฆษณาจะเป็นการชี้แนะและโน้มน้าวใจของผู้บริโภคได้





ภาพที่ 2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค  
ที่มา: ศุภร เจริรัตน์ (2540) พฤติกรรมผู้บริโภค กรุงเทพมหานคร ดอกหญ้า

ตารางที่ 2.1 แสดงคำถาม 6Ws 1H เพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภค

คำถาม (6Ws 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
1. ใครเป็นผู้ซื้อ (Who)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทางด้าน 1. ประชากรศาสตร์ 2. ภูมิศาสตร์ 3. จิตวิทยาหรือจิตวิเคราะห์ 4. พฤติกรรมศาสตร์	กลยุทธ์ที่ใช้คือกลยุทธ์การตลาด (4Ps) ที่เหมาะสมและตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ ประกอบด้วย กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product strategy) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion strategy) กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านช่องทางทางการจัดจำหน่าย (Distribution channel strategies)
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What)	ชาติผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์คือ คุณสมบัติ และประเภทชาติที่ซื้อ	กลยุทธ์ที่ใช้มักคือกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product strategy) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ รูปแบบ คุณภาพ ลักษณะนวัตกรรม เพื่อสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive differentiation)
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อเพื่อสนองความต้องการของเขาในด้านร่างกายและด้านจิตวิทยาซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ คือ (1) ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางจิตวิทยา (2) ปัจจัยทางสังคม และวัฒนธรรม (3) ปัจจัยส่วนบุคคล	กลยุทธ์ที่ใช้คือกลยุทธ์การตลาด (4Ps) ที่เหมาะสมและตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ ประกอบด้วย กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product strategy) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion strategy) กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านช่องทางทางการจัดจำหน่าย (Distribution channel strategies)
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Whom)	บทบาทของกลุ่มต่าง ๆ (Organizations) ซึ่งมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อประกอบด้วย (1) ผู้ริเริ่ม (2) ผู้มีอิทธิพล (3) ผู้ตัดสินใจ (4) ผู้ซื้อ (5) ผู้ใช้	กลยุทธ์ที่ใช้คือ กลยุทธ์การโฆษณา (Advertising strategies) และ/หรือ การส่งเสริมการตลาด (promotion strategies) โดยใช้กลุ่มอิทธิพล
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When)	โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น เมื่อป่วย ช่วงเวลาที่ซื้อ	กลยุทธ์ที่ใช้คือกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion strategies) จะส่งเสริมการตลาดเมื่อใดจึงจะเพิ่มโอกาสในการซื้อ
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where)	ช่องทางหรือแหล่ง (Outlets) ที่ผู้บริโภคไปซื้อ เช่น ร้านขายยา โรงพยาบาล ร้านขายของชำ	กลยุทธ์ช่องทางทางการจัดจำหน่าย (Distribution channel strategies) บริษัทนำผลิตภัณฑ์สู่ตลาดเป้าหมายโดยพิจารณาว่าจะผ่านคนกลางอย่างไร
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How)	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operation) ประกอบด้วย (1) การรับรู้ปัญหา (2) การค้นหาข้อมูล (3) การประเมินผลทางเลือก (4) การตัดสินใจซื้อ (5) ความรู้สึกภายหลังการซื้อ	กลยุทธ์ที่ใช้คือกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion strategies) ประกอบด้วย การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์

ที่มา: ศิริวรรณ เจริญรัตน์ (2539) พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับสมบูรณ์ กรุงเทพมหานคร ดวงกมลสมัย

3. การตัดสินใจเลือกตราหรือยี่ห้อของยา ขึ้นอยู่กับว่าตราหรือยี่ห้อใดสามารถที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคมากกว่ากัน ดังนั้นการโฆษณาจะช่วยในการให้ข้อมูลข่าวสารเพื่อการตัดสินใจ

4. การตัดสินใจเลือกสถานที่ซื้อ หากราคาไม่ต่างกันมากนัก สถานที่ที่ให้ความสะดวกมากที่สุด เช่น มีที่จอดรถ อยู่ใกล้บ้าน จะมีโอกาสดีกว่าสถานที่อื่นๆ

5. การตัดสินใจด้านปริมาณการซื้อ จะขึ้นกับส่วนลด และข้อเสนอพิเศษอื่นๆสนับสนุนการขายของผู้ขายยา

6. ช่วงเวลาการตัดสินใจ อาจเป็นช่วงที่ผู้บริโภคมีกำลังซื้อหรือเป็นช่วงที่ผู้บริโภคมีโอกาสจะซื้อ เช่น เจ็บป่วย

7. การตัดสินใจด้านการจ่ายเงิน ขึ้นกับความต้องการของผู้บริโภค เช่น บางรายชอบจ่ายเงินสด บางรายชอบจ่ายในระบบเครดิต

การบริโภคยาของคนไทยขึ้นกับความต้องการ 2 ประเภท (วิโรจน์ ตั้งเจริญเสถียร 2539)

1. ความต้องการด้านสุขภาพเพื่อป้องกันและรักษาโรค

2. ความต้องการด้านสังคมขึ้นกับฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้บริโภคและการรับรู้

ข้อมูลข่าวสารหรือโฆษณา

อัตราการบริโภคยาของคนไทย(เภสัชกรรมสมาคมแห่งประเทศไทย.2535:45)

พ.ศ. 2513-2523	มีอัตราการบริโภคยาเพิ่มขึ้น	12-15 % ต่อปี
พ.ศ. 2524-2526	„ „	10 % ต่อปี
พ.ศ. 2531-2535	„ „	23 % ต่อปี
พ.ศ. 2536	„ „	35% ต่อปี

## 8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กนิษฐา ปิงสุทธีวงศ์, จัญจรี เรืองวิเศษ และรัตนภรณ์ อวิพันธ์ (2535) ศึกษาการวิเคราะห์โฆษณาที่เผยแพร่ทางวิทยุโทรทัศน์ พบว่าประชาชนที่รับข้อมูลข่าวสารด้านยาจากการโฆษณาเข้าใจผิดในเรื่องสรรพคุณ วิธีการใช้มาก สิ่งที่ต้องการให้เพิ่มในการโฆษณาคือเรื่องสรรพคุณ คำเตือน ข้อห้ามใช้ ข้อควรระวังและผลข้างเคียงของยา

ฉลอง อัครชิโนเรศ และคณะ (2536) ศึกษาการแก้ปัญหาการซื้อยาที่ไม่เหมาะสมในหมู่บ้านจำป่าหวาย จังหวัดพะเยา พบว่ามีการจำหน่ายยาประเภทที่ไม่เหมาะสม เช่น ยาชุด ยาควบคุมพิเศษในร้านขายยา ร้านขายของชำถึง 42.9% โดยมีเหตุผลคือไม่ต้องการเสียลูกค้า ไม่ทราบว่าเป็นยาที่

ห้ามขาย ส่วนการเลือกซื้อยาของประชาชนในหมู่บ้านพบว่าจะเลือกซื้อยาที่หาซื้อได้ง่าย ซื้อตามความเคยชินและซื้อตามโฆษณา

ชาญชัย วุฒาลักษณ์ และคณะ (2536) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคยาจากร้านชำของประชาชนจังหวัดพัทลุง พบว่ายาที่มีการโฆษณาผ่านสื่อมวลชนเป็นยาที่ประชาชนนิยมซื้อมากถึงร้อยละ 59.2 ซึ่งได้แก่ยาแก้ปวด ยาแก้ไข้หวัดทึฟพี

ประภิต วาทีสาธกกิจ และคณะ (2537) ศึกษาวิเคราะห์การใช้ยาในระดับต่างๆจากข้อมูลสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน สำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่าประชาชนซื้อยารับประทานเองประมาณร้อยละ 19 ของค่ารักษาพยาบาล กลุ่มลูกจ้างทั่วไปและเกษตรกรจะมีค่าใช้จ่ายด้านยาสูงกว่ากลุ่มอาชีพอื่น กลุ่มผู้มีรายได้น้อยจะรักษาตัวด้วยการซื้อยากินเองเป็นส่วนใหญ่ ยาที่ซื้อส่วนใหญ่คือยาแก้ปวดคลอไรด์ ยาแก้หวัด ยาแก้โรคระเพาะ

มรกต กรเกษม และคณะ (2537) ศึกษาระบบขายของประเทศไทย พบว่าข้อมูลข่าวสารด้านยาเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดอันดับหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคที่จะเลือกใช้ยา ผู้ประกอบการธุรกิจด้านยาจึงลงทุนเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปสู่ผู้บริโภคเป็นค่าใช้จ่ายการโฆษณาและส่งเสริมการขายยาไม่น้อยกว่า 15% ของมูลค่าการขายยาทั้งหมด ใน พ.ศ. 2535 พบว่าค่าใช้จ่ายในการโฆษณาสูงถึง 600 ล้านบาท

ลือชัย ศรีเงินยวง, ทวีทอง หงษ์วิวัฒน์ และเพ็ญจันทร์ ประดับมุก (2537) ศึกษาสถานการณ์ยาและกองทุนยาในชนบทของประเทศไทย พบว่ารายการยาที่มีขายในร้านขายของชำขนาดเล็ก กลางใหญ่เฉลี่ย 18 37 และ 57 รายการตามลำดับ และพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งการรักษาแหล่งแรกในวันแรกของความเจ็บป่วย พบว่าชาวบ้านเลือกไปร้านขายของชำในหมู่บ้านมากที่สุด

สุพัศรา ชาติบัญชาชัย และคณะ (2533) ศึกษาแหล่งที่ให้ข้อมูลในการตัดสินใจในการใช้ยาของประชาชนในชนบทภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่าแหล่งที่ให้คำแนะนำในการเลือกใช้ยาคือสื่อบุคคลซึ่งได้แก่เพื่อนบ้าน / ญาติ เป็นอันดับหนึ่งโดยจะแนะนำชนิดของยา สรรพคุณ วิธีใช้ และสถานที่ที่สามารถซื้อยาใช้ได้ และแหล่งที่ได้มาของยาส่วนใหญ่จะเป็นร้านขายยาในหมู่บ้าน และข้อมูลที่เพื่อนบ้าน / ญาติได้มักจะได้จากวิทยุ และโทรทัศน์ร่วมกับประสบการณ์ที่เคยใช้ผลดี

ปรีดา คีสุวรรณ และสมควร รัตนสะอาด (2533) ศึกษาพฤติกรรมการใช้ยารักษาตนเองของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองแพร่ พบว่าโรคที่กลุ่มตัวอย่างใช้ยารักษาตนเองมากที่สุดคือ ไข้หวัดเจ็บคอ รองลงมาคือปวดศีรษะ ปวดข้อกล้ามเนื้อ เนื้อ กลุ่มตัวอย่าง 51.43% มีพฤติกรรมการใช้ยาไม่เหมาะสม โดยมีปัจจัยคือแหล่งข้อมูลได้จากสื่อโฆษณา / ผู้ขายยา แหล่งที่ซื้อคือร้านขายของชำ มีความรู้เรื่องยาน้อย ใช้ยาแบบยาชุดมากกว่า 3 ขนาน ใช้ยาเป็นเวลานานๆมากกว่า 5 วันขึ้นไป

จรรยา ยณะสาร (2538) ศึกษาการใช้ยาของประชาชนบ้านห้วยน้ำดัง พบว่าเมื่อชาวบ้านป่วยจะซื้อยาจากกองทุนยา 93.5% ร้านขายของชำโดยตัดสินใจซื้อเอง 85.2% ไปพบแพทย์ที่โรงพยาบาล 43.5% รอและหวังว่าจะหายเอง 35.2% ฟังไสยศาสตร์ 21.3% ได้คำแนะนำจากเพื่อนบ้าน / ญาติ 34.1% จากร้านขายของชำ 30.5% จากแพทย์อนามัย 13.4%

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2541) ทำการสำรวจพฤติกรรมและการดูแลสุขภาพของคนกรุงเทพมหานคร จำนวน 1,155 คน พบว่า ผู้ที่มีโรคประจำตัวส่วนใหญ่เป็นโรคภูมิแพ้ และหอบหืด รองลงมาเป็นโรคจากความเครียดคือโรคกระเพาะ และปวดศีรษะ โดย 57.7% จะรักษาเมื่อมีอาการ 42.3% รักษาต่อเนื่อง 88% ไปพบแพทย์ 12% ซื้อยากินเอง ส่วนผู้ที่ไม่ได้มีโรคประจำตัวส่วนใหญ่เป็นโรคเกี่ยวกับทางเดินหายใจ และทางเดินอาหาร โดย 67.8% รออาการก่อนถ้าไม่ดีขึ้นจึงจะรักษา 32.2% รักษาทันทีที่มีอาการ 71.3% รักษาตัวตามสถานพยาบาลต่างๆ จากสถานะเศรษฐกิจตกต่ำพบว่าผู้ป่วยบางส่วนหันมาซื้อยากินเอง การเลือกใช้บริการร้านขายยาพบว่า 46.6% เลือกใช้บริการร้านขายยาที่มีเภสัชกรประจำ 33.5% เลือกร้านที่อยู่ใกล้บ้าน และที่ทำงาน

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2541) ทำการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวน 428 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างป่วยด้วยโรคปวดศีรษะมากที่สุดคิดเป็น 32.7% รองลงมาเป็นโรคหวัด 27.3% จำนวนครั้งเจ็บป่วยเฉลี่ย 18 ครั้งต่อปี เมื่อเจ็บป่วยจะซื้อยาจากร้านขายยาเป็นส่วนใหญ่คิดเป็น 42.8% ค่าใช้จ่ายในการซื้อยาน้อยที่สุด 10 บาทจนถึง 1,000 บาท เฉลี่ยแล้วจะเสียค่าใช้จ่ายคนละ 205 บาทต่อครั้ง กลุ่มตัวอย่าง 68.4% ตอบว่าผลการรักษานั้นหายขาด

กิตติพงษ์ เลิศอุดมโชค, ชัชวาล บุญญฤทธิ์ และประทีป กิตติกุลกันยาภิ (2534) ศึกษาร้านขายยาในระบบเฟรนไชส์ โดยการใช้แบบสอบถามสำรวจความคิดเห็นจำนวน 200 ชุด ในเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกเข้าร้านยาที่อยู่ใกล้บ้าน (59.86%) เพราะความสะดวกและรวดเร็ว รองลงมานิยมเข้าร้านยาที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า (13.60%) ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่คำนึงถึงว่าร้านยามีการโฆษณาหรือไม่ และไม่คำนึงว่าร้านยาจะติดแอร์หรือไม่ (66.00%) พบว่า ผู้บริโภคมีความเชื่อถือเภสัชกรอย่างมาก (37.10%) และมีความเชื่อถือเภสัชกรปานกลาง (59.50%) นอกจากนี้พบว่าผู้บริโภคบางส่วน (36.67%) ทราบว่ามีการเปิดร้านยาที่หลายสาขา และมีมาตรฐานเดียวกันแล้ว โดยแนวโน้มในการยอมรับร้านยาในระบบเฟรนไชส์ นี้มีถึง 45% ซึ่งเป็นแนวโน้มที่แสดงให้เห็นว่าร้านยาในระบบเฟรนไชส์สามารถขยายตัวเพิ่มขึ้นได้อีกในอนาคต

สุนัญญา หงุดงคบดี และคณะ (2539) ศึกษารูปแบบร้านขายยาที่พึงประสงค์ในจังหวัดสงขลาโดยใช้วิธีการศึกษา 2 วิธี คือ การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภค กลุ่มเจ้าของร้านขายยา กลุ่มเภสัชกร และใช้วิธีการสนทนาในกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มชมรมร้านขายยาจังหวัดสงขลา กลุ่มเภสัชกรชุมชนจังหวัดสงขลา และกลุ่มนักวิชาการในมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เพื่อนำข้อมูลแต่ละกลุ่มมาประมวลได้เป็นรูปแบบร้านขายยาที่พึงประสงค์พบว่า

ร้านขายยา ควรมีสถานภาพทางสังคมเป็นสถานบริการสาธารณสุขภาคเอกชน เปิดบริการตั้งแต่เวลา 08.00 น. และปิดเวลา 20.00-22.00 น. โดยมีบริการดังต่อไปนี้คือ การให้คำปรึกษาด้านยา และสุขภาพ การจ่ายยาตามอาการ การจ่ายยาตามใบสั่งแพทย์ เป็นแหล่งกระจายข่าวสารทางสาธารณสุข เป็นศูนย์กลางข้อมูลยา ข้อมูลผู้ป่วย ที่มีบันทึกข้อมูลการใช้ยาอย่างเป็นระบบ มีระบบการส่งต่อที่ชัดเจน การตรวจทดสอบร่างกายเบื้องต้น การปฐมพยาบาล การเตรียมยา ควรมีในขอบเขตเหมาะสม

ประเภทของร้านขายยาแผนปัจจุบันในอนาคต ควรมีร้านขายยาแผนปัจจุบัน (ขย.1) เพียงประเภทเดียว

ประเภทสินค้าที่ควรมีจำหน่ายคือ ยาแผนปัจจุบัน ยาควบคุมพิเศษ ยาเสพติดให้โทษ ประเภท 3 และวัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท ยาแผนปัจจุบันบรรจุเสร็จ ยาแผนโบราณ วัสดุทางการแพทย์และชุดทดสอบ ผลิตภัณฑ์ส่งเสริมสุขภาพ เครื่องสำอาง สินค้าอุปโภคบริโภค เครื่องดื่ม (ตู้แช่) สำหรับร้านทั่วไปสามารถจำหน่ายยาสามัญประจำบ้าน และยาแผนปัจจุบันบรรจุเสร็จบางชนิดได้

รูปแบบและขั้นตอนการให้บริการ ควรมีให้ครบถ้วนตั้งแต่การซักถามอาการ การซักประวัติย้อนหลัง การระบุชื่อโรคหรืออาการให้ผู้ป่วยทราบ การซักถามข้อมูลการแพ้ยา การจ่ายยาตรงตามอาการ การระบุชื่อสามัญทางยา การแนะนำวิธีการใช้ยา การบอกอาการข้างเคียงของการใช้ยา การแนะนำการปฏิบัติตน การเก็บข้อมูลการใช้ยา การเฝ้าระวัง และติดตามการใช้ยาของผู้ป่วย

ผู้ทำหน้าที่ปฏิบัติการหรือผู้ให้บริการในร้านขายยา ควรมีความรู้เรื่องยา อาการของโรค สามารถอ่านและตรวจใบสั่งยา มีจริยธรรม มีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ มีความสามารถในการสื่อสาร มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ส่วนความสามารถในการตรวจทดสอบร่างกายเบื้องต้น และความสามารถในการเตรียมยามีความจำเป็นน้อย จึงควรมีเภสัชกรทำหน้าที่ปฏิบัติการตลอดเวลาที่เปิดร้าน โดยมีบทบาทหลักคือการบริการให้คำปรึกษาการใช้ยา การจัดการยาภายในร้าน การคัดเลือกยาเข้าร้าน การทำบัญชียา การดูแล และการจัดทำสต็อกยา และผู้ช่วยเภสัชกร ควรมีบทบาทหลักคือการดูแล และจัดทำสต็อกยา การช่วยจัดเรียงยาภายในร้าน การจัดทำบัญชียา และการจัดทำบัญชีธุรกิจ

ระบบข้อมูลข่าวสารในร้านขายยา ควรมีการเก็บประวัติการใช้ยา การเก็บประวัติการป่วยของผู้ใช้ยา ข้อมูลอาการอันไม่พึงประสงค์จากการใช้ยา (Adverse Drug Reaction) ควรมีการใช้คอมพิวเตอร์ในการสืบค้นข้อมูล ตำรา และหนังสือวิชาการที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งควรมีการใช้ฐานข้อมูลทางด้านยาที่จัดทำขึ้น โดยใช้ระบบคอมพิวเตอร์ (Computer database) เพื่อใช้เป็นแหล่งข้อมูลในการศึกษาสืบค้น

ลักษณะความเป็นเจ้าของร้านขายยา ควรเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดของธุรกิจ งบประมาณที่ใช้ลงทุนเปิดร้านขายยา ซึ่งอยู่ในช่วง 251,001 ถึง 500,000 บาท (ไม่รวมที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง) เงินทุนหมุนเวียนในการบริหารการเงินของร้านขายยาอยู่ในช่วง 10,000 ถึง 250,000 บาท การกำหนดผลตอบแทนเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 30 ของยอดขาย

การบริหารร้านขายยาที่เหมาะสม ควรมีการทำบัญชีการเงิน การทำบัญชีเวชภัณฑ์คงคลัง การใช้คอมพิวเตอร์ในการบริหารจัดการและการออกใบรับเงินหรือใบเสร็จ

การควบคุมและการตรวจสอบร้านขายยา ควรควบคุมโดยองค์กรของรัฐร่วมกับองค์การของผู้ประกอบการ การทำบัญชีควรปรับรูปแบบให้เหมาะสมกว่าปัจจุบัน โดยอาจทำเป็นเพิ่มข้อมูลยา (Drug Profile) และใช้คอมพิวเตอร์สรุปจากข้อมูลการใช้ยา สำหรับห้องเภสัชกร และเครื่องมือปรุงยามีความเห็นว่าไม่มีความจำเป็นต้องกำหนดให้มีในร้านขายยาทุกร้าน และควรให้เภสัชกรสามารถปฏิบัติการแทนกันได้

สิ่งแวดล้อมและการจัดระเบียบภายในร้าน ควรคำนึงถึงทำเลที่ตั้ง ที่จอดรถ การจัดแปลนร้านที่เหมาะสม ความสะอาดและการติดตั้งเครื่องปรับอากาศ การจัดเรียงยาควรเรียงตามฤทธิ์ของยาตามความสะดวก และตามตัวอักษรร่วมกัน

การคัดเลือกยาเข้าร้าน ควรคำนึงถึงคุณภาพ ประสิทธิภาพ ความนิยมของผลิตภัณฑ์ ภาพลักษณ์ที่ดีของผลิตภัณฑ์ ปัจจัยผู้จำหน่าย ราคา ผลกำไร เงื่อนไขการชำระเงิน การส่งเสริมการขาย

การประกันคุณภาพยา ควรพิจารณาจัดซื้อผลิตภัณฑ์ยาจากโรงงานที่ได้รับการรับรองผ่านหลักเกณฑ์กรรมวิธีที่ดีในการผลิตยา (Good Manufacturing Practices) ซึ่งมีการนำส่งยามาพร้อมกับในแสดงผลการวิเคราะห์คุณภาพ มีการสุ่มยาส่งตรวจวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบคุณภาพตามระยะเวลาที่เหมาะสมอย่างสม่ำเสมอ การเก็บรักษาตามหลักวิชาการ นอกจากนี้ควรจัดให้มีการอบรมบุคลากรผู้ทำหน้าที่จ่ายยาอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง กำหนดให้มีการใช้เกณฑ์มาตรฐานในการจ่ายยาและการประเมินร้านขายยาเพื่อต่ออายุใบอนุญาต

สุเชต ลิพหาชีวะ (2538) ศึกษาปัจจัยจูงใจที่ผู้บริโภคมีต่อห้องปฏิบัติการเภสัชชุมชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยทำแบบสอบถามจำนวน 832 ชุด ระหว่างวันที่ 19 กรกฎาคม 2538 จนถึงวันที่ 11 สิงหาคม 2538 โดยมีผู้กรอกแบบสอบถามทั้งเพศชาย และหญิงช่วงอายุต่าง ๆ กัน ระดับการศึกษาตั้งแต่จบการศึกษาชั้นประถมศึกษาจนถึงจบการศึกษาระดับปริญญาเอก ที่ระดับรายได้ต่าง ๆ กัน พบว่าส่วนใหญ่ผู้ที่ใช้บริการมาด้วยปัจจัยจูงใจเรียงลำดับความสำคัญจากมาก ไปหาน้อยดังนี้

1. คาดว่าจะได้รับคำแนะนำในการใช้ยาที่ถูกต้อง
2. คาดว่าจะได้รับยาที่มีคุณภาพดี
3. คาดว่าจะได้รับยาราคาถูกกว่าท้องตลาดในชุมชนเดียวกัน

4. คาดว่าจะได้รับการบริการที่ดี พுகจาสุภาพ
5. การจัดร้านสะอาด คำน่าใช้บริการ
6. ที่จอดรถสะดวกสบาย
7. มีคนแนะนำให้มาใช้บริการ

จะเห็นได้ว่าปัจจัยที่เกี่ยวกับยา เช่น การแนะนำการใช้ยา ราคายา จะเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดที่เป็นเหตุจูงใจให้ผู้ใช้บริการมาใช้บริการห้องปฏิบัติการเภสัชชุมชน คณะเภสัชศาสตร์



### บทที่ 3

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภคในร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล และเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภค ในร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม และร้านขายยาทั่วไป เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งวิธีดำเนินการวิจัย ประกอบด้วย ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### 1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่ใช้บริการจากร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม และร้านขายยาทั่วไปในเขตที่มีร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมทั้ง 6 สาขา คือ

1. แผนกร้านค้า 1 สาขานนพระรามที่ 6
2. แผนกร้านค้า 2 สาขาตศเส
3. แผนกร้านค้า 3 สาขาจรัลสนิทวงศ์
4. แผนกร้านค้า 4 สาขาเทเวศน์
5. แผนกร้านค้า 5 สาขารังสิต
6. แผนกร้านค้า 6 สาขากระทรวงสาธารณสุข

จำนวนประชากร ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลทั้ง 6 เขต ประมาณ 569,213 คน (ข้อมูล จำนวนประชากร พ.ศ.2542 จากศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร [www.bma.go.th](http://www.bma.go.th) และสำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย [www.amphoe.com](http://www.amphoe.com))

##### 1.2 การสุ่ม และกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง(Judgement Sample) และใช้วิธีการสุ่มอย่างเป็นระบบ (Systemic Random Sampling) โดย

การคำนวณขนาดตัวอย่างที่จะเก็บข้อมูลใช้สูตรความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน โดยให้ค่าความคลาดเคลื่อน 0.05 ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อ  $n$  = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง  
 $N$  = ขนาดของประชากร  
 $e$  = ความคลาดเคลื่อนของการเลือกตัวอย่าง

แทนค่า  $n = \frac{569,213}{1 + 569,213 (0.05)^2}$   
 $= 400$  คน

เมื่อนำค่าของขนาดของกลุ่มตัวอย่างมาเฉลี่ยตามจำนวนร้านขายยาทั้งหมดจะคำนวณได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{กลุ่มตัวอย่าง} &= 400 \text{ คน} \\ \text{จำนวนร้านขายยา} &= 12 \text{ ร้าน} \\ \text{กลุ่มตัวอย่างต่อ 1 ร้าน} &= \frac{400}{12} \text{ คน} \\ &= 34 \text{ คน} \end{aligned}$$

ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้จากการสุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่มาใช้บริการในร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมทั้ง 6 สาขาจำนวน 210 ราย โดยแบ่งสุ่มตัวอย่างสาขาละ 35 ราย และผู้บริโภคที่มาใช้บริการในร้านขายยาทั่วไปที่อยู่ในเขตเดียวกับร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม เขตละ 1 ร้านรวม 6 ร้านจำนวน 210 ราย โดยแบ่งสุ่มตัวอย่างร้านละ 35 ราย จำนวนทั้งสิ้น 420 ราย

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนั้นเป็นแบบสอบถาม ซึ่งจะแบ่งออกเป็น 4 ตอนดังนี้  
 ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามดังนี้

1. เพศ ได้แก่ เพศชายและเพศหญิง เป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ
2. อายุ เป็นตัวแปรเชิงปริมาณ

3. ระดับการศึกษา เป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ ดังนี้
  1. ต่ำกว่ามัธยมต้น
  2. มัธยมปลายหรืออาชีวะ
  3. ปริญญาตรี
  4. สูงกว่าปริญญาตรี
  5. อื่นๆ ( โปรดระบุ )
4. รายรับเฉลี่ยต่อเดือน ( ไม่หักค่าใช้จ่าย ) เป็นตัวแปรเชิงปริมาณ
5. อาชีพ เป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ ดังนี้
  1. นักเรียน / นักศึกษา
  2. ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
  3. พนักงานบริษัท / รับจ้าง
  4. ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ
  5. อื่นๆ (โปรดระบุ)

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อของของผู้บริโภค เป็นลักษณะคำถามปลายเปิด แบบเลือกตอบ เกี่ยวกับใครคือผู้บริโภค ผู้บริโภคซื้ออะไร ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด ผู้บริโภคซื้อที่ไหน ผู้บริโภคซื้ออย่างไร

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาด เป็นลักษณะคำถามปลายเปิดแบบให้แสดงความสำคัญมากน้อย(Scale Question)

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริโภค เป็นลักษณะคำถามปลายเปิดให้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับร้านขายยาที่ดีที่ทำให้ผู้บริโภคอยากใช้บริการว่าควรเป็นอย่างไร

### การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยมีขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถามดังนี้

1. ศึกษาจากเอกสาร โดยการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎีและผลการวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง
2. กำหนดประเด็นและขอบเขตของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และประโยชน์ของการวิจัย

3. สร้างแบบสอบถามฉบับร่าง ส่งให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความครอบคลุม ความสมบูรณ์และความถูกต้องของภาษา
4. นำแบบสอบถามฉบับร่างที่ได้รับคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา
5. นำแบบสอบถามที่ได้ตรวจสอบเรียบร้อยแล้วไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรคล้ายกลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 30 คน แล้วนำมาทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) ของครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.83
6. นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสม
7. นำแบบสอบถามไปใช้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยขอความร่วมมือจากร้านขายยาเพื่อแจกและเก็บรวบรวมแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภคที่เข้าไปใช้บริการในร้านขายยาโดยสุ่มตัวอย่างแบบระบบทุก 2 ชั่วโมง จากร้านขายยาแห่งละ 7 วัน เวลา 9.00น.ถึง 16.00น.) กำหนดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 420 ราย แบ่งเป็นร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมทั้ง 6 สาขาละ 35 ราย และร้านขายยาทั่วไปที่อยู่ในเขตเดียวกับร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมเขตละ 1 ร้านรวม 6 ร้านๆละ 35 ราย

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การประมวลผล เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลครบถ้วนแล้วผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้ไปประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows ( Statistical Package for the Social Science for Windows)

#### 4.2 สถิติที่ใช้

4.2.1 สถิติเชิงพรรณนา วิเคราะห์ปัจจัยบุคคลและพฤติกรรม การซื้อยาของผู้บริโภค โดยตัวแปรที่เป็นนามบัญญัติ ใช้การแจกแจงค่าความถี่ และค่าร้อยละ ส่วนตัวแปรที่เป็นอัตราส่วน ใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

**4.2.2 สถิติเชิงอนุมาน วิเคราะห์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล  
และพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภคโดยใช้การทดสอบChi-Square**

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภคในร้านขายยาของ  
องค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” มีวัตถุประสงค์เพื่อ  
ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล และเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภคในร้านขายยาขององค์การ  
เภสัชกรรม และร้านขายยาทั่วไป โดยผลของการวิเคราะห์ข้อมูลได้แบ่งเป็นตอนสำคัญ ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภค

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้บริโภค

ตอนที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภค

โดยตอนที่ 1 และ 2 นำเสนอในรูปแบบของ จำนวน ร้อยละ ตอนที่ 3 นำเสนอในรูปแบบ  
ของค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ตอนที่ 4 นำเสนอ การทดสอบ ทางสถิติ Chi-Square

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation)
$H_0$	แทน	สมมติฐานหลัก
$H_1$	แทน	สมมติฐานรอง
Value	แทน	ค่าไคสแควร์
Prob.	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
*	แทน	ความนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทร้านขายยา

ประเภทร้านขายยา	จำนวน	ร้อยละ
ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม	210	50.0
ร้านขายยาทั่วไป	210	50.0
รวม	420	100.0

กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่ใช้บริการร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม และร้านขายยาทั่วไป จำนวนอย่างละ 210 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของเพศจำแนกตามร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม และร้านขายยาทั่วไป

เพศ	องค์การเภสัชกรรม		ทั่วไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	111.0	52.9	88.0	41.9	199.0	47.4
หญิง	99.0	47.1	122.0	58.1	221.0	52.6
รวม	210	100.0	210	100.0	420	100.0

### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

กลุ่มตัวอย่างเป็น เพศชายจำนวน 111คน คิดเป็นร้อยละ 52.9 และ เพศหญิงจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 47.1

### ร้านขายยาทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างเป็น เพศชายจำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 41.9 และ เพศหญิงจำนวน 122คน คิดเป็นร้อยละ 58.1

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของอายุจำแนกตามร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม และร้านขายยาทั่วไป

อายุ	องค์การเภสัชกรรม		ทั่วไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 25 ปี	30	14.3	46	21.9	76	18.1
25-35 ปี	89	42.4	119	56.7	208	49.5
36-45 ปี	47	22.4	31	14.8	78	18.6
46-55 ปี	29	13.8	10	4.8	39	9.3
56-65 ปี	13	6.2	3	1.4	16	3.8
มากกว่า 65 ปี ขึ้นไป	2	1.0	1	0.5	3	0.7
รวม	210	100.0	210	100.0	420	100.0

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ อายุ 25-35 ปี มีจำนวน มากที่สุด คือ 89 คน คิดเป็นร้อยละ 42.4 อายุ 36-45 ปี มีจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 22.4 อายุ น้อยกว่า 25 ปี มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 อายุ 46-55 ปี มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 อายุ 56-65 ปี มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2 และอายุมากกว่า 65 ปี ขึ้นไป มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

#### ร้านขายยาทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ อายุ 25-35 ปี มีจำนวน มากที่สุด คือ 119 คน คิดเป็นร้อยละ 56.7 อายุ น้อยกว่า 25 ปี มีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 21.9 อายุ 36-45 ปี มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 อายุ 46-55 ปี มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 อายุ 56-65 ปี มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 และอายุมากกว่า 65 ปี ขึ้นไป มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5



ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของการศึกษาจำแนกตามร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม  
และร้านขายยาทั่วไป

ระดับการศึกษา	องค์การเภสัชกรรม		ทั่วไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมต้น	3	1.4	5	2.4	8	1.9
มัธยมปลายหรืออาชีวะ	60	28.6	69	32.9	129	30.7
ปริญญาตรี	123	58.6	114	54.3	237	56.4
สูงกว่าปริญญาตรี	24	11.4	22	10.5	46	11.0
รวม	210	100.0	210	100.0	420	100.0

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ปริญญาตรี มีจำนวน มากที่สุด คือ 123 คน คิดเป็นร้อยละ 58.6 มัธยมปลายหรืออาชีวะ มีจำนวน 60 คน คิดเป็น ร้อยละ 28.6 สูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4 และ ต่ำกว่ามัธยมต้นมีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4

#### ร้านขายยาทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ปริญญาตรี มีจำนวน มากที่สุด คือ 114 คน คิดเป็นร้อยละ 54.3 มัธยมปลายหรืออาชีวะ มีจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อย ละ 32.9 สูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 และ ต่ำกว่ามัธยมต้นมีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.4

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของอาชีพจำแนกตามร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม และร้านขายยาทั่วไป

อาชีพ	องค์การเภสัชกรรม		ทั่วไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	24	11.4	38	18.1	62	14.8
พนักงานบริษัท/รับจ้าง	112	53.3	118	56.2	230	54.8
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	39	18.6	23	11.0	62	14.8
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	35	16.7	31	14.8	66	15.7
รวม	210	100.0	210	100.0	420	100.0

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ พนักงานบริษัท/รับจ้าง มีจำนวนมากที่สุด คือ 112 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 18.6 ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ มีจำนวน 35คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 และนักเรียน/นักศึกษา มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4

#### ร้านขายยาทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ พนักงานบริษัท/รับจ้าง มีจำนวน มากที่สุด คือ 118 คน คิดเป็นร้อยละ 56.2 นักเรียน/นักศึกษา มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 18.1 ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของรายได้ต่อเดือนจำแนกตามร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม และร้านขายยาทั่วไป

รายได้	องค์การเภสัชกรรม		ทั่วไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 5,000 บาท	23	11.0	34	16.2	57	13.6
5,001-10,000 บาท	43	20.5	49	23.3	92	21.9
10,001-20,000 บาท	51	24.3	59	28.1	110	26.2
20,001-30,000 บาท	51	24.3	39	18.6	90	21.4
30,001-40,000 บาท	20	9.5	9	4.3	29	6.9
40,001-50,000 บาท	7	3.3	11	5.2	18	4.3
50,001-60,000 บาท	5	2.4	3	1.4	8	1.9
สูงกว่า 60,001 บาทขึ้นไป	10	4.8	6	2.9	16	3.8
<b>รายได้</b>	<b>210</b>	<b>100.0</b>	<b>210</b>	<b>100.0</b>	<b>420</b>	<b>100.0</b>

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ รายได้ 10,001-20,000 บาท มีจำนวน มากที่สุด คือ 51 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 รายได้ 20,001-30,000 บาท มีจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 รายได้ 5,001-10,000 บาท มีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 รายได้ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5,000 บาท มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 รายได้ 30,001-40,000 บาท มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 รายได้สูงกว่า 60,000 บาทขึ้นไป มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 รายได้ 40,001-50,000 บาท มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 และรายได้ 50,001-60,000 บาท มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.4

#### ร้านขายยาทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ รายได้ 10,001-20,000 บาท มีจำนวน มากที่สุด คือ 59 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1 รายได้ 5,001-10,000 บาท มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 รายได้ 20,001-30,000 บาท มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 18.6 รายได้ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5,000 บาท มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 16.2 รายได้ 40,001-50,000 บาท มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 รายได้ 30,001-40,000 บาท มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 รายได้สูงกว่า 60,000 บาทขึ้นไป มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9 และรายได้ 50,001-60,000 บาท มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4

## ตอนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภค

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการซื้อยาเมื่อเจ็บป่วยจำแนกตามร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

พฤติกรรมการซื้อยาเมื่อเจ็บป่วย	องค์การเภสัชกรรม		ทั่วไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อมากินเอง	127	60.5	68	32.4
ไปพบแพทย์	2	1.0	98	46.7
ปรึกษาเภสัชกร	59	28.1	32	15.2
ฟังโฆษณา	2	1.0	0	0
รอและหวังว่าจะหายเอง	20	9.5	0	0
ปรึกษาญาติ/เพื่อนบ้าน	0	0	12	5.7
รวม	210	100.0	210	100.0

### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

เมื่อเจ็บป่วย กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการซื้อยาเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ซื้อมากินเองมีจำนวนมากที่สุดคือ 127 คน คิดเป็นร้อยละ 60.5 ปรึกษาเภสัชกร มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1 รอและหวังว่าจะหายเอง มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 ไปพบแพทย์ มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 และ ฟังโฆษณา มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

### ร้านขายยาทั่วไป

เมื่อเจ็บป่วย กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการซื้อยาเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ไปพบแพทย์ มีจำนวน มากที่สุดคือ 98 คน คิดเป็นร้อยละ 46.7 ซื้อมากินเอง มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 32.4 ปรึกษาเภสัชกร มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 15.2 และ ปรึกษาญาติ/เพื่อนบ้าน มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมกรซื้อยาเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา จำแนกตามร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

พฤติกรรมกรซื้อยาเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา	องค์การเภสัชกรรม		ทั่วไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อยาเอง	122	58.1	117	55.7
ฝากญาติซื้อ	48	22.9	84	40.0
ให้แพทย์จ่ายยาให้	40	19.0	9	4.3
รวม	210	100.0	210	100.0

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

เมื่อจำเป็นต้องซื้อยา กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมกรซื้อยาโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ซื้อยาเอง มีจำนวนมากที่สุด คือ 122 คน คิดเป็นร้อยละ 58.1 ฝากญาติซื้อ มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 22.9 และ ให้แพทย์จ่ายยาให้ มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0

#### ร้านขายยาทั่วไป

เมื่อจำเป็นต้องซื้อยา กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมกรซื้อยาโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ซื้อยาเอง มีจำนวน มากที่สุด คือ 117 คน คิดเป็นร้อยละ 55.7 ฝากญาติซื้อ มีจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 และ ให้แพทย์จ่ายยาให้ มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด จำแนกตามร้านขายยาขององค์กรเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

ชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด	องค์กรเภสัชกรรม		ทั่วไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ยาแก้ปวดลดไข้	99	47.1	75	35.7
วิตามินและเกลือแร่	16	7.6	57	27.1
ยาระบบทางเดินหายใจ	27	12.9	7	3.3
ยาระบบประสาท	3	1.4	0	0.0
ยารักษาโรคผิวหนัง	3	1.4	42	20.0
ยารักษาโรคกระเพาะ	20	9.5	17	8.1
ยาปฏิชีวนะ	42	20.0	12	5.7
รวม	210	100.0	210	100.0

#### ร้านขายยาขององค์กรเภสัชกรรม

ชนิดยาที่กลุ่มตัวอย่างซื้อบ่อยที่สุด โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ยาแก้ปวดลดไข้ มีจำนวนมากที่สุดคือ 99 คน คิดเป็นร้อยละ 47.1 ยาปฏิชีวนะ มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ยาระบบทางเดินหายใจมีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 12.9 ยารักษาโรคกระเพาะมีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 วิตามินและเกลือแร่ มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 ยาระบบประสาทมีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 และ ยารักษาโรคผิวหนัง มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4

#### ร้านขายยาทั่วไป

ชนิดยาที่กลุ่มตัวอย่างซื้อบ่อยที่สุด โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ยาแก้ปวดลดไข้ มีจำนวน มากที่สุด คือ 75 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7 วิตามินและเกลือแร่ มีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 27.1 ยารักษาโรคผิวหนัง มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ยารักษาโรคกระเพาะ มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 ยาปฏิชีวนะ มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 และ ยาระบบทางเดินหายใจ มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของ สิ่งที่พิจารณาในการเลือกซื้อยา จำแนกตามร้านขายยา  
ขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

สิ่งที่พิจารณาในการเลือกซื้อยา	องค์การเภสัชกรรม		ทั่วไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หีบห่อบรรจุ	0	0.0	11	5.2
คราซีหือ	21	10.0	104	49.5
ราคา	95	45.2	22	10.5
คุณภาพ	25	11.9	0	0.0
วันหมดอายุ	29	13.8	50	23.8
สรรพคุณ	40	19.0	23	11.0
รวม	210	100.0	210	100.0

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

สิ่งที่กลุ่มตัวอย่างพิจารณาในการเลือกซื้อยา โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ราคา มีจำนวน มากที่สุด คือ 95 คน คิดเป็นร้อยละ 45.2 สรรพคุณ มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 วันหมดอายุ มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 คุณภาพ มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 11.9 และ คราซีหือ มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0

#### ร้านขายยาทั่วไป

สิ่งที่กลุ่มตัวอย่างพิจารณาในการเลือกซื้อยา โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ คราซีหือ มีจำนวน มากที่สุด คือ 104 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 วันหมดอายุ มีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 สรรพคุณ มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 ราคา มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 และ หีบห่อบรรจุ มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของ เหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา จำแนกตามร้านขายยาของ องค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

เหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา	องค์การเภสัชกรรม		ทั่วไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความรวดเร็วในการรักษา	59	28.1	59	28.1
ประหยัดค่าใช้จ่าย	54	25.7	22	10.5
อาการของโรคไม่รุนแรง	73	34.8	99	47.1
ต้องการใช้ยาในเวลาที่คลินิก/โรงพยาบาลหยุดให้บริการ	24	11.4	30	14.3
รวม	210	100.0	210	100.0

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

กลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ อาการของโรคไม่รุนแรง มีจำนวนมากที่สุด คือ 73 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 ความรวดเร็วในการรักษา มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1 ประหยัดค่าใช้จ่าย มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 25.7 และ ต้องการใช้ยาในเวลาที่คลินิก/โรงพยาบาลหยุดให้บริการ มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4

#### ร้านขายยาทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ อาการของโรคไม่รุนแรง มีจำนวนมากที่สุด คือ 99 คน คิดเป็นร้อยละ 47.1 ความรวดเร็วในการรักษา มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1 ต้องการใช้ยาในเวลาที่คลินิก/โรงพยาบาลหยุดให้บริการ มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 และ ประหยัดค่าใช้จ่าย มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5



ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของสิ่งที่พิจารณาในการเลือกร้านขายยา จำแนกตามร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

สิ่งที่พิจารณาในการเลือกร้านขายยา	องค์การเภสัชกรรมฯ		ทั่วไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ผลิตภัณฑ์ เช่นมียาครบทุกชนิด ยามีคุณภาพ มียาใหม่ ๆ	53	25.2	68	32.4
ทำเลที่ตั้ง เช่นอยู่ใกล้ สะดวกในการเดินทางไปซื้อ	50	23.8	109	51.9
สถานที่ เช่น ตกแต่งร้านทันสมัยสวยงาม สะอาด คิวแอร์	19	9.0	0	0
โฆษณา เช่น ชื่อเสียงของร้านน่าเชื่อถือ	18	8.6	0	0
มีเภสัชกรให้คำแนะนำตลอดเวลา	70	33.3	33	15.7
รวม	210	100.0	210	100.0

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

สิ่งที่กลุ่มตัวอย่างพิจารณาในการเลือกร้านขายยา โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ มีเภสัชกรให้คำแนะนำตลอดเวลา มีจำนวน มากที่สุด คือ 70 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 ผลิตภัณฑ์ เช่นมียาครบทุกชนิด ยามีคุณภาพ มียาใหม่ ๆ มีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 ทำเลที่ตั้ง เช่นอยู่ใกล้ สะดวกในการเดินทางไปซื้อ มีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 สถานที่ เช่น ตกแต่งร้านทันสมัย สวยงาม สะอาด คิวแอร์ มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 และ โฆษณา เช่น ชื่อเสียงของร้าน น่าเชื่อถือ มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6

#### ร้านขายยาทั่วไป

สิ่งที่กลุ่มตัวอย่างพิจารณาในการเลือกร้านขายยา โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ทำเลที่ตั้ง เช่นอยู่ใกล้ สะดวกในการเดินทางไปซื้อ มีจำนวน มากที่สุด คือ 109 คน คิดเป็นร้อยละ 51.9 ผลิตภัณฑ์ เช่นมียาครบทุกชนิด ยามีคุณภาพ มียาใหม่ ๆ มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 32.4 มีเภสัชกรให้คำแนะนำตลอดเวลา มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา จำแนกตามร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา	องค์การเภสัชกรรม		ทั่วไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตัวเองเคยใช้มาก่อน	57	27.1	81	38.6
ญาติ/สมาชิกในครอบครัว	11	5.2	21	10.0
โฆษณา	41	19.5	13	6.2
แพทย์	0	0	65	31.0
เภสัชกร	101	48.1	30	14.3
รวม	210	100.0	210	100.0

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยาของกลุ่มตัวอย่าง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ เภสัชกร มีจำนวน มากที่สุด คือ 101 คน คิดเป็นร้อยละ 48.1 ตัวเองเคยใช้มาก่อน มีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 27.1 โฆษณา มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 และ ญาติ/สมาชิกในครอบครัว มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2

#### ร้านขายยาทั่วไป

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยาของกลุ่มตัวอย่าง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ตัวเองเคยใช้มาก่อน มีจำนวน มากที่สุด คือ 81 คน คิดเป็นร้อยละ 38.6 แพทย์ มีจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 เภสัชกร มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 ญาติ/สมาชิกในครอบครัว มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 และ โฆษณา มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของการอ่านฉลากก่อนตัดสินใจซื้อยา จำแนกตามร้านขายยา  
ขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

การอ่านฉลากก่อนตัดสินใจซื้อยา	องค์การเภสัชกรรม		ทั่วไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	147	70.0	176	83.8
ไม่อ่าน	63	30.0	34	16.2
รวม	210	100.0	210	100.0

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

กลุ่มตัวอย่างที่อ่านฉลากก่อนตัดสินใจซื้อยา มีจำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 70.0 ส่วน  
กลุ่มตัวอย่างที่ไม่อ่านฉลากก่อนตัดสินใจซื้อยา มีจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0

#### ร้านขายยาทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างที่อ่านฉลากก่อนตัดสินใจซื้อยา มีจำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 83.8 ส่วน  
กลุ่มตัวอย่างที่ไม่อ่านฉลากก่อนตัดสินใจซื้อยา มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 16.2

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของรายละเอียดบนฉลากยาที่สนใจอ่านเป็นอันดับแรก  
จำแนกตามร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

รายละเอียดบนฉลากยาที่สนใจอ่านเป็นอันดับแรก	องค์การเภสัชกรรม		ทั่วไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตรา ยี่ห้อ	9	6.1	52	30.1
วันผลิต/วันหมดอายุ	29	19.7	38	22.0
สรรพคุณยา	109	74.1	83	48.0
รวม	147	100.0	173	100.0

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

รายละเอียดบนฉลากยาที่กลุ่มตัวอย่างสนใจอ่านเป็นอันดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ สรรพคุณยา มีจำนวน มากที่สุด คือ 109 คน คิดเป็นร้อยละ 74.1 วันผลิต/วันหมดอายุ มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 และ ตรา ยี่ห้อ มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.1

#### ร้านขายยาทั่วไป

รายละเอียดบนฉลากยาที่กลุ่มตัวอย่างสนใจอ่านเป็นอันดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ สรรพคุณยา มีจำนวน มากที่สุด คือ 83 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0 ตรา ยี่ห้อ มีจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 30.1 และ วันผลิต/วันหมดอายุ มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการในการซื้อยา จำแนกตามร้านขายยาขององค์กรเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

วิธีการในการซื้อยา	องค์กรเภสัชกรรม		ทั่วไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บอกอาการแล้วผู้ขายจัดให้เอง	69	32.9	121	57.6
ระบุชื่อยาที่ต้องการ	85	40.5	71	33.8
ซื้อตามใบสั่งแพทย์	56	26.7	18	8.6
รวม	210	100.0	210	100.0

#### ร้านขายยาขององค์กรเภสัชกรรม

กลุ่มตัวอย่างมีวิธีการในการซื้อยา โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ระบุชื่อยาที่ต้องการ มีจำนวน มากที่สุด คือ 85 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 บอกอาการแล้วผู้ขายจัดให้เอง มีจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 32.9 และ ซื้อตามใบสั่งแพทย์ มีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7

#### ร้านขายยาทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างมีวิธีการในการซื้อยา โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ บอกอาการแล้วผู้ขายจัดให้เอง มีจำนวน มากที่สุด คือ 121 คน คิดเป็นร้อยละ 57.6 ระบุชื่อยาที่ต้องการ มีจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 และ ซื้อตามใบสั่งแพทย์ มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน จำแนกตามร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

จำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน	องค์การเภสัชกรรม		ทั่วไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ครั้ง	73	34.8	111	52.9
1-2 ครั้ง	112	53.3	70	33.3
3-4 ครั้ง	16	7.6	29	13.8
มากกว่า 4 ครั้ง	9	4.3	0	0
รวม	210	100.0	210	100.0

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือนของกลุ่มตัวอย่าง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ 1-2 ครั้ง มีจำนวน มากที่สุด คือ 112 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 น้อยกว่า 1 ครั้ง มีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 3-4 ครั้ง มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 และ มากกว่า 4 ครั้ง มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3

#### ร้านขายยาทั่วไป

จำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือนของกลุ่มตัวอย่าง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ น้อยกว่า 1 ครั้ง มีจำนวน มากที่สุด คือ 111 คน คิดเป็นร้อยละ 52.9 1-2 ครั้ง มีจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และ 3-4 ครั้ง มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายในการซื้อยาแต่ละครั้ง จำแนกตามร้านขายยา  
ขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

ค่าใช้จ่ายในการซื้อยาแต่ละครั้ง	องค์การเภสัชกรรม		ทั่วไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 50 บาท	69	32.9	67	31.9
51-200 บาท	106	50.5	117	55.7
201-400 บาท	35	16.7	26	12.4
รวม	210	100.0	210	100.0

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

ค่าใช้จ่ายในการซื้อยาแต่ละครั้งของกลุ่มตัวอย่าง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้  
51-200 บาท มีจำนวน มากที่สุด คือ 106 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 น้อยกว่า 50 บาท มีจำนวน 69 คน คิด  
เป็นร้อยละ 32.9 และ 201-400 บาท มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7

#### ร้านขายยาทั่วไป

ค่าใช้จ่ายในการซื้อยาแต่ละครั้งของกลุ่มตัวอย่าง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้  
51-200 บาท มีจำนวน มากที่สุด คือ 117 คน คิดเป็นร้อยละ 55.7 น้อยกว่า 50 บาท มีจำนวน 67 คน คิด  
เป็นร้อยละ 31.9 และ 201-400 บาท มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 12.4

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับยาที่ซื้อ จำแนกตามร้านขายยาของ  
องค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับยาที่ซื้อ	องค์การเภสัชกรรม		ทั่วไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เคยใช้มาก่อน	59	28.1	44	21.0
แพทย์	14	6.7	6	2.9
เภสัชกร	68	32.4	40	19.0
ฉลาก/เอกสารเกี่ยวกับยา	11	5.2	75	35.7
โฆษณา	50	23.8	35	16.7
ญาติ/คนในครอบครัว	8	3.8	10	4.8
รวม	210	100.0	210	100.0

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับยาที่ซื้อของกลุ่มตัวอย่าง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้  
เภสัชกร มีจำนวน มากที่สุด คือ 68 คน คิดเป็นร้อยละ 32.4 เคยใช้มาก่อน มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อย  
ละ 28.1 โฆษณา มีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 แพทย์ มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7  
ฉลาก/เอกสารเกี่ยวกับยา มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 และ ญาติ/คนในครอบครัว มีจำนวน 8 คน  
คิดเป็นร้อยละ 3.8

#### ร้านขายยาทั่วไป

แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับยาที่ซื้อของกลุ่มตัวอย่าง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้  
ฉลาก/เอกสารเกี่ยวกับยา มีจำนวน มากที่สุด คือ 75 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7 เคยใช้มาก่อน มีจำนวน 44  
คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 เภสัชกร มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 โฆษณา มีจำนวน 35 คน คิดเป็น  
ร้อยละ 16.7 ญาติ/คนในครอบครัว มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 และ แพทย์ มีจำนวน 6 คน คิด  
เป็นร้อยละ 2.9



ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด จำแนกตามร้านขายยาของ  
องค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

แหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด	องค์การเภสัชกรรม		ทั่วไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านขายยาทั่วไป	67	31.9	96	45.7
โรงพยาบาล	26	12.4	0	0
ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม	95	45.2	82	39.0
ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7-Eleven	16	7.6	10	4.8
ร้านขายของชำ	6	2.9	22	10.5
รวม	210	100.0	210	100.0

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

แหล่งที่กลุ่มตัวอย่างซื้อยาบ่อยที่สุด โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม มีจำนวน มากที่สุด คือ 95 คน คิดเป็นร้อยละ 45.2 ร้านขายยาทั่วไป มีจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 31.9 โรงพยาบาล มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 12.4 ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7-Eleven มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 และ ร้านขายของชำ มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9

#### ร้านขายยาทั่วไป

แหล่งที่กลุ่มตัวอย่างซื้อยาบ่อยที่สุด โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ร้านขายยาทั่วไป มีจำนวน มากที่สุด คือ 96 คน คิดเป็นร้อยละ 45.7 ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม มีจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 ร้านขายของชำ มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 และ ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7-Eleven มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนและร้อยละของทำเลที่ตั้งที่พิจารณาในการเลือกร้านขายยา จำแนกตาม  
ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

ทำเลที่ตั้งที่พิจารณาในการเลือกร้านขายยา	องค์การเภสัชกรรม		ทั่วไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ใกล้บ้าน	98	46.7	86	41.0
ใกล้ที่ทำงาน	55	26.2	65	31.0
ในห้างสรรพสินค้า	26	12.4	31	14.8
ใกล้โรงพยาบาล	31	14.8	28	13.3
รวม	210	100.0	210	100.0

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

ทำเลที่ตั้งที่กลุ่มตัวอย่างพิจารณาในการเลือกร้านขายยา โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ใกล้บ้าน มีจำนวน มากที่สุด คือ 98 คน คิดเป็นร้อยละ 46.7 ใกล้ที่ทำงาน มีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 26.2 ใกล้โรงพยาบาล มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 และ ในห้างสรรพสินค้า มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 12.4

#### ร้านขายยาทั่วไป

ทำเลที่ตั้งที่กลุ่มตัวอย่างพิจารณาในการเลือกร้านขายยา โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ใกล้บ้าน มีจำนวน มากที่สุด คือ 86 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 ใกล้ที่ทำงาน มีจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 ในห้างสรรพสินค้า มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 และ ใกล้โรงพยาบาล มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมกรซื้อยาเมื่อไม่มียาที่ต้องการ จำแนกตามร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

พฤติกรรมกรซื้อยาเมื่อไม่มียาที่ต้องการ	องค์การเภสัชกรรม		ทั่วไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อยาอื่นที่มีสรรพคุณเหมือนกันทดแทน	62	29.5	104	49.5
ซื้อยาอื่นที่มีตัวยาเหมือนกันทดแทน	94	44.8	61	29.0
ให้ผู้ขายแนะนำ	22	10.5	33	15.7
ไม่ซื้อ	32	15.2	12	5.7
รวม	210	100.0	210	100.0

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

เมื่อไม่มียาที่ต้องการกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมกรซื้อยา โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ซื้อยาอื่นที่มีตัวยาเหมือนกันทดแทน มีจำนวน มากที่สุด คือ 94 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 ซื้อยาอื่นที่มีสรรพคุณเหมือนกันทดแทน มีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 ไม่ซื้อ มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 15.2 และ ผู้ขายแนะนำ มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5

#### ร้านขายยาทั่วไป

เมื่อไม่มียาที่ต้องการกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมกรซื้อยา โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ซื้อยาอื่นที่มีสรรพคุณเหมือนกันทดแทน มีจำนวน มากที่สุด คือ 104 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 ซื้อยาอื่นที่มีตัวยาเหมือนกันทดแทน มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 ผู้ขายแนะนำ มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 และ ไม่ซื้อ มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7

ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวนและร้อยละของสินค้าอื่นที่ต้องการจากร้านขายยา จำแนกตามร้านขายยา  
ขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

สินค้าอื่นที่ต้องการจากร้านขายยา	องค์การเภสัชกรรม		ทั่วไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อาหารเสริมสุขภาพ	50	23.8	64	30.5
เครื่องสำอาง	25	11.9	30	14.3
สินค้าอุปโภคบริโภค	24	11.4	28	13.3
เครื่องดื่ม	22	10.5	39	18.6
ถุงยางอนามัย	0	0.0	12	5.7
วัสดุทางการแพทย์	34	16.2	15	7.1
ของใช้เด็กอ่อน	20	9.5	10	4.8
เครื่องมือแพทย์	7	3.3	0	0.0
ชุดทดสอบต่าง ๆ เช่น การตั้งครรภ์	18	8.6	7	3.3
สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร	10	4.8	5	2.4
รวม	210	100.0	210	100.0

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

สินค้าอื่นที่กลุ่มตัวอย่างต้องการจากร้านขายยา โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ อาหารเสริมสุขภาพ มีจำนวน มากที่สุด คือ 50 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 วัสดุทางการแพทย์ มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 16.2 เครื่องสำอาง มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 11.9 สินค้าอุปโภคบริโภค มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4 เครื่องดื่ม มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ของใช้เด็กอ่อน มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 ชุดทดสอบต่าง ๆ เช่น การตั้งครรภ์ มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 และ เครื่องมือแพทย์ มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3

#### ร้านขายยาทั่วไป

สินค้าอื่นที่กลุ่มตัวอย่างต้องการจากร้านขายยา โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ อาหารเสริมสุขภาพ มีจำนวน มากที่สุด คือ 64 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 เครื่องดื่ม มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 18.6 เครื่องสำอาง มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 สินค้าอุปโภคบริโภค มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 วัสดุทางการแพทย์ มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 7.1 ถุงยางอนามัย มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 ของใช้เด็กอ่อน มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 ชุดทดสอบต่าง ๆ เช่น

การตั้งครรภ์ มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 และ สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.4

### ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้บริโภค

ตารางที่ 4.24 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อส่วนประสมทางการตลาด (ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม)

ส่วนประสมทางการตลาด	X	SD.	ระดับ
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>			
จำหน่ายยาและผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ	4.38	0.65	มาก
มียาครบกับความต้องการ	3.97	0.71	มาก
มียาชนิดใหม่ ๆ เสมอ	3.91	0.82	มาก
รวม	4.09	0.57	มาก
<b>ด้านราคา</b>			
ราคาถูก	3.61	0.97	มาก
<b>ด้านสถานที่</b>			
ร้านสะอาดเรียบร้อย	3.71	0.98	มาก
อยู่ใกล้สะดวกในการใช้บริการ	4.19	0.75	มาก
ตกแต่งร้านทันสมัย	4.34	0.68	มาก
สามารถเลือกหยิบยาได้ด้วยตนเอง	4.26	0.85	มาก
มีที่จอดรถสะดวกสบาย	4.30	0.81	มาก
รวม	4.16	0.61	มาก
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>			
ชื่อเสียงน่าเชื่อถือ	3.87	0.80	มาก
พนักงานขายบริการดี ชูจาสภาพ	4.00	0.93	มาก
มีส่วนลด ของแถม	3.83	0.84	มาก
รวม	3.90	0.68	มาก

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	SD.	ระดับ
ด้านการบริการ			
เปิดบริการตลอด 24 ชั่วโมง	4.06	1.01	มาก
มีเภสัชกรให้คำปรึกษาตลอดเวลา	3.97	1.07	มาก
บริการรวดเร็วประทับใจ	3.78	0.72	มาก
ให้ข้อมูลและคำแนะนำที่ดี	3.88	0.92	มาก
รับบัตรเครดิต	4.19	0.89	มาก
รักษาอาการเจ็บป่วยได้หายขาด	4.80	0.40	มากที่สุด
รวม	4.11	0.46	มาก

ตารางที่ 4.25 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อส่วนประสมทางการตลาด (ร้านขายยาทั่วไป)

ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	SD.	ระดับ
ด้านผลิตภัณฑ์			
จำหน่ายยาและผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ	4.24	0.69	มาก
มียาตรงกับความต้องการ	3.91	0.72	มาก
มียาชนิดใหม่ ๆ เสมอ	3.64	0.76	มาก
รวม	3.93	0.56	มาก
ด้านราคา			
ราคาถูก	3.53	0.92	มาก
ด้านสถานที่			
ร้านสะอาดเรียบร้อย	3.57	0.92	มาก
อยู่ใกล้สะดวกในการใช้บริการ	4.07	0.74	มาก
ตกแต่งร้านทันสมัย	4.05	0.73	มาก
สามารถเลือกหยิบยาได้ด้วยตนเอง	4.03	0.82	มาก
มีที่จอดรถสะดวกสบาย	4.16	0.82	มาก
รวม	3.98	0.59	มาก

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	X	SD.	ระดับ
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>			
ชื่อเสียงน่าเชื่อถือ	3.72	0.71	มาก
พนักงานขายบริการดี พุดจาสุภาพ	3.72	0.85	มาก
มีส่วนลด ของแถม	4.01	0.91	มาก
รวม	3.82	0.65	มาก
<b>ด้านการบริการ</b>			
เปิดบริการตลอด 24 ชั่วโมง	3.85	1.21	มาก
มีเภสัชกรให้คำปรึกษาตลอดเวลา	3.74	1.20	มาก
บริการรวดเร็วประทับใจ	3.80	0.79	มาก
ให้ข้อมูลและคำแนะนำที่ดี	3.88	0.88	มาก
รับบัตรเครดิต	3.71	0.82	มาก
รักษาอาการเจ็บป่วยได้หายขาด	3.61	0.72	มาก
รวม	3.76	0.50	มาก

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

กลุ่มตัวอย่างของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาด โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน จำแนกเป็นด้านต่างๆดังนี้

ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เท่ากับ 4.16

ด้านการบริการ มีค่าเฉลี่ยรองลงมาเท่ากับ 4.11

ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09

ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90

ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.61

#### ร้านขายยาทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างของร้านขายยาทั่วไปให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาด โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน จำแนกเป็นด้านต่างๆดังนี้

ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เท่ากับ 3.98

ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยรองลงมาเท่ากับ 3.93

ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82

ด้านการบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76

ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.53

เมื่อพิจารณาโดยรวมแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม และร้านขายยาทั่วไปให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน

#### ตอนที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภค

##### 4.1 เพศ

4.1.1 เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านพฤติกรรมการซื้อยาเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา

$H_0$ : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านพฤติกรรมการซื้อยาเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา

$H_1$ : เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านพฤติกรรมการซื้อยาเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา

ตารางที่ 4.26 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการซื้อยาเมื่อจำเป็นต้องซื้อยาของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

พฤติกรรมการซื้อยา	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ซื้อยาเอง	59	63	122
ฝากญาติซื้อ	28	20	48
ให้แพทย์จ่ายยาให้	24	16	40
รวม	111	99	210
Value	2.387		
Prob.	0.303		

##### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.26 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 2.387 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.303 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านพฤติกรรมการซื้อยาเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา



ตารางที่ 4.27 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยาของร้านขายยาทั่วไป

พฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ซื้อยาเอง	58	59	117
ฝากญาติซื้อ/ให้แพทย์จ่ายยาให้	30	63	93
รวม	88	122	210
Value	6.381		
Prob.	0.012*		

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.27 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 6.381 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.012 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_1$ : เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา

#### 4.1.2 เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านของชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด

$H_0$ : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านของชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด

$H_1$ : เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านของชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด

ตารางที่ 4.28 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุดของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

ชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ยาแก้ปวดลดไข้	54	45	99
วิตามินและเกลือแร่	9	7	16
ยารักษาโรคกระเพาะ	14	6	20
ยาปฏิชีวนะ	22	20	42
อื่นๆ	12	21	33
รวม	111	99	210
Value	6.152		
Prob.	0.188		

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.28 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 6.152 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.188 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านของชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด

ตารางที่ 4.29 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุดของร้านขายยาทั่วไป

ชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ยาแก้ปวดลดไข้	36	39	75
วิตามินและเกลือแร่	24	33	57
ยารักษาโรคกระเพาะ	9	8	17
ยาปฏิชีวนะ	6	6	12
อื่นๆ	13	36	49
รวม	88	122	210
Value	7.0770		
Prob.	0.132		

### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.29 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 7.077 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.132 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยา ในด้านของชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด

#### 4.1.3 เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยา ในด้านเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขาย

ยา

$H_0$ : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยา ในด้านเหตุผลที่ซื้อยา

ในร้านขายยา

$H_1$ : เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยา ในด้านเหตุผลที่ซื้อยา

ในร้านขายยา

ตารางที่ 4.30 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยาของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

เหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ความรวดเร็วในการรักษา	39	20	59
ประหยัดค่าใช้จ่าย	20	34	54
อาการของโรคไม่รุนแรง	39	34	73
ต้องการใช้ยาในเวลาที่คลินิก/โรงพยาบาล หยุดให้บริการ	13	11	24
รวม	111	99	210
Value		9.603	
Prob.		0.022*	

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.30 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 9.603 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.022 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_1$ : เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยา ในด้านเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา

ตารางที่ 4.31 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยาของร้านขายยาทั่วไป

เหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ความรวดเร็วในการรักษา	22	37	59
ประหยัดค่าใช้จ่าย	12	10	22
อาการของโรคไม่รุนแรง	40	59	99
ต้องการใช้ยาในเวลาที่คลินิก/โรงพยาบาล หยุดให้บริการ	14	16	30
รวม	88	122	210
Value		2.332	
Prob.		0.507	

#### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.31 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 2.332 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.507 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา

#### 4.1.4 เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

$H_0$ : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

$H_1$ : เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

ตารางที่ 4.32 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยาของร้านขายยาของ  
องค์การเภสัชกรรม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ตัวเองเคยใช้มาก่อน	25	32	57
ญาติ/สมาชิกในครอบครัว	6	5	11
โฆษณา	23	18	41
แพทย์/เภสัชกร	57	44	101
รวม	111	99	210
Value	2.556		
Prob.	0.465		

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.32 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 2.556 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.465 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

ตารางที่ 4.33 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยาของร้านขายยา  
ทั่วไป

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ตัวเองเคยใช้มาก่อน	38	43	81
ญาติ/สมาชิกในครอบครัว/โฆษณา	9	25	34
แพทย์/	26	39	65
เภสัชกร	15	15	30
รวม	88	122	210
Value	5.066		
Prob.	0.167		

### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.33 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 5.066 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.167 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

#### 4.1.5 เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

$H_0$ : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

$H_1$ : เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

ตารางที่ 4.34 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือนของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
น้อยกว่า 1 ครั้ง	43	30	73
1-2 ครั้ง	58	54	112
3 ครั้งขึ้นไป	10	15	25
รวม	111	99	210
Value	2.781		
Prob.	0.249		

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.34 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 2.781 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.249 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

ตารางที่ 4.35 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือนของร้านขายยาทั่วไป

จำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
น้อยกว่า 1 ครั้ง	48	63	111
1-2 ครั้ง	30	40	70
3 ครั้งขึ้นไป	10	19	29
รวม	88	122	210
Value	0.764		
Prob.	0.683		

จากตารางที่ 4.35 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 0.764 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.683 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

#### 4.1.6 เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด

$H_0$ : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ่อย

ที่สุด

$H_1$ : เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ่อย

ที่สุด

ตารางที่ 4.36 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับแหล่งที่ซื้อยาบ้อยที่สุดของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

แหล่งที่ซื้อยาบ้อยที่สุด	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ร้านขายยาทั่วไป	44	49	93
ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม	57	38	95
อื่นๆ	10	12	22
รวม	111	99	210
Value	3.892		
Prob.	0.143		

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.36 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 3.892 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.143 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ้อยที่สุด

ตารางที่ 4.37 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับแหล่งที่ซื้อยาบ้อยที่สุดของร้านขายยาทั่วไป

แหล่งที่ซื้อยาบ้อยที่สุด	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ร้านขายยาทั่วไป	38	58	96
ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม	36	46	82
อื่นๆ	14	18	32
รวม	88	122	210
Value	0.392		
Prob.	0.822		



### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.37 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 0.392 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.822 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด

#### 4.1.7 เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา

$H_0$ : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา

$H_1$ : เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา

ตารางที่ 4.38 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับวิธีการที่ใช้ในการซื้อยาของร้านขายยาขององค์กรเภสัชกรรม

วิธีการที่ใช้ในการซื้อยา	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
บอกอาการแล้วให้ผู้ขายจัดให้เอง	27	42	69
ระบุซื้อยาที่ต้องการ	53	32	85
ซื้อตามใบสั่งแพทย์	31	25	56
รวม	111	99	210
Value	7.771		
Prob.	0.005*		

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### ร้านขายยาขององค์กรเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.38 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 7.771 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_1$ : เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา

ตารางที่ 4.39 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับวิธีการที่ใช้ในการซื้อยาของร้านขายยาทั่วไป

วิธีการที่ใช้ในการซื้อยา	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
บอกอาการแล้วให้ผู้ขายจัดให้เอง	59	62	121
ระบุชื่อยาที่ต้องการ	19	52	71
ซื้อตามใบสั่งแพทย์	10	8	18
รวม	88	122	210
Value	10.403		
Prob.	0.006*		

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.39 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 10.403 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_1$ : เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา

## 4.2 อายุ

4.2.1 อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา

$H_0$ : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา

$H_1$ : อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา

ตารางที่ 4.40 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยาของร้านขายยาของ  
องค์การเภสัชกรรม

พฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา	อายุ				รวม
	น้อยกว่า 35 ปี	25-35 ปี	36-45 ปี	46 ปี ขึ้นไป	
ซื้อยาเอง	25	63	22	12	122
ฝากญาติซื้อ/ให้แพทย์จ่ายยาให้	5	26	25	32	88
รวม	30	89	47	44	210
Value					33.368
Prob.					0.000*

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.40 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 33.368 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_1$ : อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา

ตารางที่ 4.41 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยาของร้านขายยาทั่วไป

พฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา	อายุ				รวม
	น้อยกว่า 25 ปี	25-35 ปี	36-45 ปี	46 ปี ขึ้นไป	
ซื้อยาเอง	22	66	20	9	117
ฝากญาติซื้อ/ให้แพทย์จ่ายยาให้	24	53	11	5	93
รวม	46	119	31	14	210
Value					2.553
Prob.					0.466

### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.41 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 2.553 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.466 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา

#### 4.2.2 อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านของชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด

$H_0$ : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านของชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด

$H_1$ : อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านของชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด

ตารางที่ 4.42 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุดของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

ชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด	อายุ			รวม
	น้อยกว่า 35 ปี	36-45 ปี	46-ปีขึ้นไป	
ยาแก้ปวดลดไข้	55	20	24	99
วิตามินและเกลือแร่/ยารักษาโรคกระเพาะ	15	13	8	36
ยาปฏิชีวนะ	28	8	6	42
อื่น ๆ	21	6	6	33
รวม	119	47	44	210
Value	7.737			
Prob.	0.258			

### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.42 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 7.737 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.258 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด

ตารางที่ 4.43 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุดของร้านขายยาทั่วไป

ชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด	อายุ			รวม
	น้อยกว่า 25 ปี	25-35 ปี	36 ปีขึ้นไป	
ยาแก้ปวดลดไข้	19	40	16	75
วิตามินและเกลือแร่	8	34	15	57
ยารักษาโรคผิวหนัง	9	25	8	42
อื่น ๆ	10	20	6	36
รวม	46	119	45	210
Value	4.018			
Prob.	0.674			

#### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.43 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 4.018 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.674 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด

#### 4.2.3 อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา

$H_0$ : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา

$H_1$ : อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา

ตารางที่ 4.44 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยาของร้านขายยา  
ขององค์การเภสัชกรรม

เหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา	อายุ			รวม
	น้อยกว่า35 ปี	36-45 ปี	46-ปีขึ้นไป	
ความรวดเร็วในการรักษา	30	13	16	59
ประหยัดค่าใช้จ่าย	33	16	5	54
อาการของโรคไม่รุนแรง/ต้องการใช้ยาในเวลา ที่คลินิก/โรงพยาบาลหยุดให้บริการ	56	18	23	97
รวม	119	47	44	210
Value	7.412			
Prob.	0.116			

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่4.44 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 7.412 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.116 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา

ตารางที่ 4.45 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยาของร้านขายยาทั่วไป

เหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา	อายุ			รวม
	น้อยกว่า25 ปี	25-35 ปี	36 ปีขึ้นไป	
ความรวดเร็วในการรักษา	14	35	10	59
ประหยัดค่าใช้จ่าย	5	12	5	22
อาการของโรคไม่รุนแรง	20	56	23	99
ต้องการ ใช้ยาในเวลาคลินิก/โรงพยาบาล หยุดให้บริการ	7	16	7	30
รวม	46	119	45	210
Value	1.176			
Prob.	0.978			

### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.45 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 1.176 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.978 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา

#### 4.2.4 อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

$H_0$ : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

$H_1$ : อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

ตารางที่ 4.46 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยาของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา	อายุ			รวม
	น้อยกว่า 35 ปี	36-45 ปี	46-ปีขึ้นไป	
ตัวเองเคยใช้มาก่อน	35	9	13	57
ญาติ/สมาชิกในครอบครัว/โฆษณา	33	9	10	52
แพทย์/เภสัชกร	51	29	21	101
รวม	119	47	44	210
Value	5.010			
Prob.	0.286			

### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.46 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 5.010 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.286 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

ตารางที่ 4.47 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยาของร้านขายยา  
ทั่วไป

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา	อายุ			รวม
	น้อยกว่า 25 ปี	25-35 ปี	36 ปีขึ้นไป	
ตัวเองเคยใช้มาก่อน	18	46	17	81
ญาติ/สมาชิกในครอบครัว/โฆษณา	8	17	9	34
แพทย์	14	42	9	65
เภสัชกร	6	14	10	30
รวม	46	119	45	210
Value	5.758			
Prob.	0.451			

#### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.47 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 5.758 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.451 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

#### 4.2.5 อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

$H_0$ : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

$H_1$ : อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน



ตารางที่ 4.48 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือนของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน	อายุ			รวม
	น้อยกว่า 35 ปี	36-45 ปี	46 ปีขึ้นไป	
น้อยกว่า 1 ครั้ง	40	19	14	73
1-2 ครั้ง	66	21	25	112
3 ครั้งขึ้นไป	13	7	5	25
รวม	119	47	44	210
Value	1.909			
Prob.	0.752			

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.48 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 1.909 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.752 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

ตารางที่ 4.49 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือนของร้านขายยาทั่วไป

จำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน	อายุ			รวม
	น้อยกว่า 25 ปี	25-35 ปี	36 ปีขึ้นไป	
น้อยกว่า 1 ครั้ง	18	66	27	111
1-2 ครั้ง	22	36	12	70
3 ครั้งขึ้นไป	6	17	6	29
รวม	46	119	45	210
Value	6.111			
Prob.	0.191			

### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.49 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 6.111 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.191 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

#### 4.2.6 อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด

$H_0$ : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด

$H_1$ : อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด

ตารางที่ 4.50 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุดของร้านขายยาขององค์กรเภสัชกรรม

แหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด	อายุ				รวม
	น้อยกว่า 25 ปี	25-35 ปี	36-45 ปี	46ปี ขึ้นไป	
ร้านขายยาทั่วไป และอื่นๆ	12	55	25	23	115
ร้านขายยาองค์กรเภสัชกรรม	18	34	22	21	95
รวม	30	89	47	44	210
Value					4.574
Prob.					0.206

### ร้านขายยาขององค์กรเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.50 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 4.574 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.206 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด

ตารางที่ 4.51 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุดของร้านขายยาทั่วไป

แหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด	อายุ				รวม
	น้อยกว่า 25 ปี	25-35 ปี	36-45 ปี	46ปี ขึ้นไป	
ร้านขายยาทั่วไป และอื่นๆ	40	66	15	7	128
ร้านขายยาองค์กรเภสัชกรรม	6	53	16	7	82
รวม	46	119	31	14	210
Value	17.339				
Prob.	0.001*				

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.51 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 17.339 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_1$ : อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด

4.2.7 อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา

$H_0$ : อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา

$H_1$ : อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา

ตารางที่ 4.52 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับวิธีการที่ใช้ในการซื้อยาของร้านขายยาขององค์กรเภสัชกรรม

วิธีการที่ใช้ในการซื้อยา	อายุ		รวม
	น้อยกว่า 35 ปี	36ปี ขึ้นไป	
บอกอาการแล้วให้ผู้ขายจัดให้	55	14	69
ระบุชื่อยาที่ต้องการ	42	43	85
ซื้อตามใบสั่งแพทย์	22	34	56
รวม	119	91	210
Value		23.632	
Prob.		0.000*	

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### ร้านขายยาขององค์กรเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.52 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 23.632 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_1$ : อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา

ตารางที่ 4.53 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับวิธีการที่ใช้ในการซื้อยาของร้านขายยาทั่วไป

วิธีการที่ใช้ในการซื้อยา	อายุ				รวม
	น้อยกว่า 25 ปี	25-35 ปี	36-45 ปี	46ปี ขึ้นไป	
บอกอาการแล้วให้ผู้ขายจัดให้	23	69	20	9	121
ระบุชื่อยาที่ต้องการ/ซื้อตามใบสั่งแพทย์	23	50	11	5	89
รวม	46	119	31	14	210
Value		1.959			
Prob.		0.581			

### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.53 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 1.959 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.581 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : อาชุนีไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรซื้อยา ในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา

### 4.3 การศึกษา

#### 4.3.1 การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรซื้อยาในด้านพฤติกรรมเมื่อ

จำเป็นต้องซื้อยา

$H_0$ : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรซื้อยาในด้านพฤติกรรมเมื่อ

จำเป็นต้องซื้อยา

$H_1$ : การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรซื้อยาในด้านพฤติกรรมเมื่อ

จำเป็นต้องซื้อยา

ตารางที่ 4.54 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษา กับพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยาของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

พฤติกรรมเมื่อ จำเป็นต้องซื้อยา	การศึกษา			รวม
	ต่ำกว่ามัธมปลายหรืออาชีวะ	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
ซื้อยาเอง	39	73	10	122
ฝากญาติซื้อ	16	26	6	48
ให้แพทย์จ่ายยาให้	8	24	8	40
รวม	63	123	24	210
Value	5.298			
Prob.	0.258			

### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.54 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 5.298 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.258 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรซื้อยา ในด้านพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา

ตารางที่ 4.55 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษากับพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยาของร้านขายยา  
ทั่วไป

พฤติกรรมเมื่อ จำเป็นต้องซื้อยา	การศึกษา			รวม
	ต่ำกว่ามัธยมปลายหรืออาชีวะ	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
ซื้อยาเอง	43	62	12	117
ฝากญาติซื้อ/ให้ แพทย์จ่ายยาให้	31	52	10	93
รวม	74	114	22	210
Value	0.266			
Prob.	0.876			

#### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.55 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 0.266 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.876 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา

#### 4.3.2 การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านของชนิดยาที่ซื้อบ่อย

ที่สุด

$H_0$ : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านของชนิดยาที่

ซื้อบ่อยที่สุด

$H_1$ : การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านของชนิดยาที่ซื้อ

บ่อยที่สุด

ตารางที่ 4.56 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษา กับชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุดของร้านขายยาของ  
องค์การเภสัชกรรม

ชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด	การศึกษา		รวม
	ต่ำกว่ามัธยมปลายหรืออาชีวะ	สูงกว่าปริญญาตรี	
ยาแก้ปวดลดไข้	26	73	99
วิตามินและเกลือแร่/ยารักษาโรค กระเพาะ	12	24	36
ยาปฏิชีวนะ	11	22	33
อื่น ๆ	37	74	111
รวม	63	147	210
Value	1.246		
Prob.	0.742		

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.56 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 1.246 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.742 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด

ตารางที่ 4.57 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษา กับชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุดของร้านขายยาทั่วไป

ชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด	การศึกษา		รวม
	ต่ำกว่ามัธยมปลายหรืออาชีวะ	สูงกว่าปริญญาตรี	
ยาแก้ปวดลดไข้	27	48	75
วิตามินและเกลือแร่/ยารักษา โรคกระเพาะ	28	46	74
ยาปฏิชีวนะ	5	7	12
อื่น ๆ	14	35	49
รวม	74	136	210
Value	1.410		
Prob.	0.703		

### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.57 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 1.410 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.703 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด

#### 4.3.3 การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านเหตุผลที่ซื้อยาในร้าน

##### ขายยา

$H_0$ : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา

$H_1$ : การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา

ตารางที่ 4.58 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษาเกี่ยวกับเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยาของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

เหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา	การศึกษา		รวม
	ต่ำกว่ามัธยมปลายหรืออาชีวะ	สูงกว่าปริญญาตรี	
ความรวดเร็วในการรักษา	20	39	59
ประหยัดค่าใช้จ่าย	15	39	54
อาการของโรคไม่รุนแรง	20	53	73
ต้องการใช้ยาในเวลาที่เกิดคลินิก/โรงพยาบาลหยุดให้บริการ	8	16	24
รวม	63	147	210
Value	0.916		
Prob.	0.821		

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.58 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 0.916 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.821 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา



ตารางที่ 4.59 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษากับเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยาของร้านขายยา  
ทั่วไป

เหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา	การศึกษา		รวม
	ต่ำกว่ามัธยมปลายหรืออาชีวะ	สูงกว่าปริญญาตรี	
ความรวดเร็วในการรักษา	16	43	59
ประหยัดค่าใช้จ่าย	12	10	22
อาการของโรคไม่รุนแรง	33	66	99
ต้องการใช้ยาในเวลาทีคลินิก/ โรงพยาบาลหยุดให้บริการ	13	17	30
รวม	74	136	210
Value	6.317		
Prob.	0.097		

#### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.59 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 6.317 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.097 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา

#### 4.3.4 การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

$H_0$ : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

$H_1$ : การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

ตารางที่ 4.60 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษา กับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยาของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา	การศึกษา		รวม
	ต่ำกว่ามัธมปลายหรืออาชีวะ	สูงกว่าปริญญาตรี	
ตัวเองเคยใช้มาก่อน	22	35	57
ญาติ/สมาชิกในครอบครัว/โฆษณา	18	34	52
แพทย์/เภสัชกร	23	78	101
รวม	63	147	210
Value	5.046		
Prob.	0.080		

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.60 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 5.046 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.080 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

ตารางที่ 4.61 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษา กับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยาของร้านขายยาทั่วไป

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา	การศึกษา		รวม
	ต่ำกว่ามัธมปลายหรืออาชีวะ	สูงกว่าปริญญาตรี	
ตัวเองเคยใช้มาก่อน	28	53	81
ญาติ/สมาชิกในครอบครัว/โฆษณา	9	25	34
แพทย์/เภสัชกร	25	40	65
รวม	74	136	210
Value	1.755		
Prob.	0.625		

### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.61 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 1.755 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.625 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

#### 4.3.5 การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

$H_0$ : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

$H_1$ : การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

ตารางที่ 4.62 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษาเกี่ยวกับจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือนของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยา ใน 1 เดือน	การศึกษา		รวม
	ต่ำกว่ามัธยฆพลาซหรืออาชีวะ	สูงกว่าปริญญาตรี	
น้อยกว่า 1 ครั้ง	21	52	73
1-2 ครั้ง	36	76	112
3 ครั้งขึ้นไป	6	19	25
รวม	63	147	210
Value	0.726		
Prob.	0.695		

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.62 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 0.726 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.695 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

ตารางที่ 4.63 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษา กับจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน  
ของร้านขายยาทั่วไป

จำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยา ใน 1 เดือน	การศึกษา		รวม
	ต่ำกว่ามัธมปลายหรืออาชีวะ	สูงกว่าปริญญาตรี	
น้อยกว่า 1 ครั้ง	36	75	111
1-2 ครั้ง	31	39	70
3 ครั้งขึ้นไป	7	22	29
รวม	74	136	210
Value	4.460		
Prob.	0.108		

#### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.63 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 4.460 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.108 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

#### 4.3.6 การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ่อย

ที่สุด

$H_0$ : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านแหล่งที่ซื้อยา

บ่อยที่สุด

$H_1$ : การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านแหล่งที่ซื้อยา

บ่อยที่สุด

ตารางที่ 4.64 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษากับแหล่งที่ซื้อยาบ้อยที่สุดของร้านขายยาของ  
องค์การเภสัชกรรม

แหล่งที่ซื้อยาบ้อยที่สุด	การศึกษา			รวม
	ต่ำกว่ามัธมปลาย หรืออาชีวะ	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
ร้านขายยาทั่วไป	21	37	9	67
ร้านขายยาขององค์การ เภสัชกรรม	12	30	6	48
อื่นๆ	30	56	9	95
รวม	63	123	24	210
Value	1.378			
Prob.	0.848			

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.64 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 1.378 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.848 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ้อยที่สุด

ตารางที่ 4.65 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษากับแหล่งที่ซื้อยาบ้อยที่สุดของร้านขายยา  
ทั่วไป

แหล่งที่ซื้อยาบ้อยที่สุด	การศึกษา		รวม
	ต่ำกว่ามัธมปลายหรืออาชีวะ	สูงกว่าปริญญาตรี	
ร้านขายยาทั่วไป	35	61	96
ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม	27	55	82
อื่นๆ	12	20	32
รวม	74	136	210
Value	0.326		
Prob.	0.849		

### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.65 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 0.326 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.849 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด

#### 4.3.7 การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อ

ยา

$H_0$ : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา

$H_1$ : การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา

ตารางที่ 4.66 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษาเกี่ยวกับวิธีการที่ใช้ในการซื้อยาของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

วิธีการที่ใช้ในการซื้อยา	การศึกษา		รวม
	ต่ำกว่ามัธยผลยาหรืออาชีวะ	สูงกว่าปริญญาตรี	
บอกอาการแล้วให้ผู้ขายจัดให้	22	47	69
ระบุชื่อยาที่ต้องการ	27	58	85
ซื้อตามใบสั่งแพทย์	14	42	56
รวม	63	147	210
Value	0.909		
Prob.	0.635		

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.66 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 0.909 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.635 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา

ตารางที่ 4.67 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษาเกี่ยวกับวิธีการที่ใช้ในการซื้อยาของร้านขายยาทั่วไป

วิธีการที่ใช้ในการซื้อยา	การศึกษา		รวม
	ต่ำกว่ามัธยบาลยหรืออาชีวะ	สูงกว่าปริญญาตรี	
บอกอาการแล้วให้ผู้ขายจัดให้	41	80	121
ระบุชื่อยาที่ต้องการ	25	46	71
ซื้อตามใบสั่งแพทย์	8	10	18
รวม	74	136	210
Value	0.766		
Prob.	0.682		

#### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.67 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 0.766 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.682 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา

#### 4.4 อาชีพ

4.4.1 อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา

$H_0$ : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา

$H_1$ : อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา

ตารางที่ 4.68 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยาของร้านขายยาของ  
องค์การเภสัชกรรม

พฤติกรรมเมื่อ จำเป็นต้องซื้อยา	อาชีพ				รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท/รับจ้าง	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ	
ซื้อตนเอง	21	71	20	10	122
ฝากญาติซื้อ/ให้ แพทย์จ่ายยาให้	3	41	19	25	88
รวม	24	112	39	35	210
Value					23.090
Prob.					0.000*

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.68 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 23.090 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน H1: อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา

ตารางที่ 4.69 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยาของร้านขายยา  
ทั่วไป

พฤติกรรมเมื่อ จำเป็นต้องซื้อยา	อาชีพ				รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท/รับจ้าง	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ	
ซื้อตนเอง	18	63	16	20	117
ฝากญาติซื้อ/ให้ แพทย์จ่ายยาให้	20	55	7	11	93
รวม	38	118	23	31	210
Value					4.093
Prob.					0.252



### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.69 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 4.093 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.252 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา

#### 4.4.2 อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านของชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด

$H_0$ : อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านของชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด

$H_1$ : อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านของชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด

ตารางที่ 4.70 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุดของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

ชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด	อาชีพ			รวม
	พนักงานบริษัท/รับจ้าง	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/นักศึกษาและธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	
ยาแก้ปวดลดไข้	54	19	26	99
ยาระบบทางเดินหายใจ	11	6	10	27
ยารักษาโรคกระเพาะ	9	6	5	20
อื่นๆ	38	8	18	64
รวม	112	39	59	210
Value	5.375			
Prob.	0.497			

### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.70 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 5.375 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.497 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด

ตารางที่ 4.71 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุดของร้านขายยาทั่วไป

ชนิดยาที่ซื้อ บ่อยที่สุด	อาชีพ				รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงานบริษัท/ รับจ้าง	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ	
ยาแก้ปวดลดไข้	13	41	11	10	75
ยารักษาโรค ผิวหนัง	5	24	5	8	42
ยาอื่นๆ	20	53	7	13	93
รวม	38	118	23	31	210
Value					4.200
Prob.					0.650

#### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.71 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 4.200 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.650 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด

#### 4.4.3. อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขาย

ยา

$H_0$ : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านเหตุผลที่ซื้อยาในร้าน

ขายยา

$H_1$ : อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านเหตุผลที่ซื้อยาใน

ร้านขายยา

ตารางที่ 4.72 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยาของขายยาขององค์การเภสัชกรรม

เหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา	อาชีพ				รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท/ รับจ้าง	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจ ส่วนตัว/ อาชีพอิสระ	
ความรวดเร็วในการรักษา	8	32	9	10	59
ประหยัดค่าใช้จ่าย	6	29	14	5	54
อาการของโรคไม่รุนแรง/ ต้องการใช้ยาในเวลาที่คลินิก/ โรงพยาบาลหยุดให้บริการ	10	51	16	20	97
รวม	24	112	39	35	210
Value					5.203
Prob.					0.518

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.72 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 5.203 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.518 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา

ตารางที่ 4.73 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยาของร้านขายยาทั่วไป

เหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา	อาชีพ		รวม
	พนักงานบริษัท/รับจ้าง และข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/นักศึกษา และธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ	
ความรวดเร็วในการรักษา/ต้องการใช้ ยาในเวลาคลินิก/โรงพยาบาลหยุด ให้บริการ	57	32	89
อาการของโรคไม่รุนแรง/ประหยัด ค่าใช้จ่าย	84	37	121
รวม	141	69	210
Value	0.672		
Prob.	0.412		

#### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.73 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 0.672 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.412 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา

4.4.4 อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

$H_0$ : อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

$H_1$ : อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

ตารางที่ 4.74 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยาของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา	อาชีพ			รวม
	พนักงานบริษัท/รับจ้าง	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/นักศึกษาและธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	
ตัวเองเคยใช้มาก่อน/ ญาติ/สมาชิกในครอบครัว	39	15	14	68
โฆษณา	25	5	11	41
แพทย์/เภสัชกร	48	19	34	101
รวม	112	39	59	210
Value	5.142			
Prob.	0.273			

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.74 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 5.142 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.273 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

ตารางที่ 4.75 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยาของร้านขายยาทั่วไป

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา	อาชีพ				รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท/ รับจ้าง	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจ ส่วนตัว/ อาชีพอิสระ	
ตัวเองเคยใช้มาก่อน	16	40	11	14	81
ญาติ/สมาชิกในครอบครัว/ โฆษณา/เภสัชกร	10	37	6	11	64
แพทย์	12	41	6	6	65
รวม	38	118	23	31	210
Value					4.374
Prob.					0.626

#### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.75 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 4.374 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.626 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

#### 4.4.5 อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

$H_0$ : อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

$H_1$ : อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

ตารางที่ 4.76 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือนของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จำนวนครั้งที่ซื้อ ยาจากร้านขายยา ใน 1 เดือน	อาชีพ				รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท/รับจ้าง	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ	
น้อยกว่า 1 ครั้ง	7	38	12	16	73
1 ครั้งขึ้นไป	17	74	27	19	137
รวม	24	112	39	35	210
Value					2.491
Prob.					0.477

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.76 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 2.491 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.477 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

ตารางที่ 4.77 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือนของร้านขายยาทั่วไป

จำนวนครั้งที่ซื้อ ยาจากร้านขายยา ใน 1 เดือน	อาชีพ				รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท/รับจ้าง	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ	
น้อยกว่า 1 ครั้ง	14	68	11	18	111
1 ครั้งขึ้นไป	24	50	12	13	99
รวม	38	118	23	31	210
Value					5.560
Prob.					0.135

### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.77 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 5.560 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.135 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

#### 4.4.6 อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด

$H_0$ : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด

$H_1$ : อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด

ตารางที่ 4.78 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุดของร้านขายยาขององค์กรเภสัชกรรม

แหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด	อาชีพ				รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท/รับจ้าง	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจ ส่วนตัว/ อาชีพอิสระ	
ร้านขายยาทั่วไปและอื่นๆ	9	63	32	11	115
ร้านขายยาขององค์กรเภสัช กรรม	15	49	7	24	95
รวม	24	112	39	35	210
Value					22.403
Prob.					0.000*

### ร้านขายยาขององค์กรเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.78 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 22.403 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_1$ : อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด



ตารางที่ 4.79 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุดของร้านขายยาทั่วไป

แหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด	อาชีพ				รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท/รับจ้าง	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจ ส่วนตัว/ อาชีพอิสระ	
ร้านขายยาทั่วไปและอื่นๆ	34	67	8	19	128
ร้านขายยาขององค์กรเภสัช กรรม	4	51	15	12	82
รวม	38	118	23	31	210
Value					20.471
Prob.					0.000*

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.79 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 20.471 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_1$ : อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด

#### 4.4.7 อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา

$H_0$ : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา

$H_1$ : อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อ

ตารางที่ 4.80 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับวิธีการที่ใช้ในการซื้อยาของร้านขายยาขององค์กรเภสัชกรรม

วิธีการที่ใช้ในการซื้อยา	อาชีพ			รวม
	พนักงานบริษัท/ รับจ้าง	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/นักศึกษา และธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ	
บอกอาการแล้วให้ ผู้ขายจัดให้	41	11	17	69
ระบุชื่อยาที่ต้องการ	45	17	23	85
ซื้อตามใบสั่งแพทย์	26	11	19	56
รวม	112	39	59	210
Value	2.372			
Prob.	0.668			

#### ร้านขายยาขององค์กรเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.80 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 2.372 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.668 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา

ตารางที่ 4.81 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับวิธีการที่ใช้ในการซื้อของร้านขายยาทั่วไป

วิธีการที่ใช้ในการซื้อ	อาชีพ				รวม
	นักเรียน/นักศึกษา	พนักงานบริษัท/รับจ้าง	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	
บอกอาการแล้วให้ผู้ชายจัดให้	21	67	14	19	121
ระบุชื่อยาที่ต้องการ/ซื้อตามใบสั่งแพทย์	17	51	9	12	89
รวม	38	118	23	31	210
Value					0.391
Prob.					0.942

#### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.81 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 0.391 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.942 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา

#### 4.5 รายได้

##### 4.5.1 รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา

ซื้อยา

$H_0$ : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านพฤติกรรมเมื่อ

จำเป็นต้องซื้อยา

$H_1$ : รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านพฤติกรรมเมื่อ

จำเป็นต้องซื้อยา

ตารางที่ 4.82 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยาของร้านขายยาของ  
องค์การเภสัชกรรม

พฤติกรรมเมื่อ จำเป็นต้องซื้อยา	รายได้ต่อเดือน				รวม
	ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป	
ซื้อตนเอง	51	35	23	13	122
ฝากญาติซื้อ	9	8	14	17	48
ให้แพทย์จ่ายยาให้	6	8	14	12	40
รวม	66	51	51	42	210
Value	29.367				
Prob.	0.000*				

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.82 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 29.367 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_1$ : รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา

ตารางที่ 4.83 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยาของร้านขายยาทั่วไป

พฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา	รายได้ต่อเดือน					รวม
	ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป	
ซื้อเอง	16	29	34	22	16	117
ฝากญาติซื้อ/ให้แพทย์จ่ายยาให้	18	20	25	17	13	93
รวม	34	49	59	39	29	210
Value						1.370
Prob.						0.849

#### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.83 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 1.370 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.849 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา

#### 4.5.2 รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านของชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด

ที่สุด

$H_0$ : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านของชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด

บ่อยที่สุด

$H_1$ : รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านของชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด

ที่สุด

ตารางที่ 4.84 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุดของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

ชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด	รายได้ต่อเดือน				รวม
	ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป	
ยาแก้ปวดลดไข้	32	29	22	16	99
ยาปฏิชีวนะ	14	9	12	7	42
อื่นๆ	20	13	17	19	69
รวม	66	51	51	42	210
Value	5.627				
Prob.	0.466				

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.84 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 5.627 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.466 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด

ตารางที่ 4.85 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุดของร้านขายยาทั่วไป

ชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด	รายได้ต่อเดือน				รวม
	ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	
ยาแก้ปวดลดไข้	11	18	21	25	75
วิตามินและเกลือแร่	10	11	13	23	57
ยารักษาโรคผิวหนัง	5	11	14	12	42
อื่นๆ	8	9	11	8	36
รวม	34	49	59	68	210
Value	5.589				
Prob.	0.780				

### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.85 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 5.589 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.780 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด

#### 4.5.3 รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา

$H_0$ : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา

$H_1$ : รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา

ตารางที่ 4.86 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยาของร้านขายยาขององค์กรเภสัชกรรม

เหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา	รายได้ต่อเดือน			รวม
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	
ความรวดเร็วในการรักษา	24	17	42	83
ประหยัดค่าใช้จ่าย	20	14	20	54
อาการของโรคไม่รุนแรง/ ต้องการใช้ยาในเวลาที่คลินิก/ โรงพยาบาลหยุดให้บริการ	22	20	31	73
รวม	66	51	93	210
Value	3.034			
Prob.	0.552			

### ร้านขายยาขององค์กรเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.86 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 3.034 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.552 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา

ตารางที่ 4.87 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยาของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

เหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา	รายได้ต่อเดือน			รวม
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000บาท	10,001-20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	
ความรวดเร็วในการรักษา	32	27	30	89
ประหยัดค่าใช้จ่าย	11	5	6	22
อาการของโรคไม่รุนแรง/ ต้องการใช้ยาในเวลาที่คลินิก/ โรงพยาบาลหยุดให้บริการ	40	27	32	99
รวม	83	59	68	210
Value				1.552
Prob.				0.817

#### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.87 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 1.552 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.817 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา

#### 4.5.4 รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

การเลือกซื้อยา

$H_0$ : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลใน

การเลือกซื้อยา

$H_1$ : รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลใน



ตารางที่ 4.88 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยาของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา	รายได้ต่อเดือน			รวม
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	
ตัวเองเคยใช้มาก่อน	20	16	21	57
ญาติ/สมาชิกในครอบครัว/โฆษณา	19	11	22	52
แพทย์/เภสัชกร	27	24	50	101
รวม	66	51	93	210
Value	3.321			
Prob.	0.506			

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.88 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 3.321 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.506 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

ตารางที่ 4.89 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยาของร้านขายยาทั่วไป

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา	รายได้ต่อเดือน			รวม
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	
ตัวเองเคยใช้มาก่อน	34	21	26	81
ญาติ/สมาชิกในครอบครัว/โฆษณา	10	13	11	34
แพทย์/เภสัชกร	39	25	31	95
รวม	83	59	68	210
Value	2.550			
Prob.	0.636			

#### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.89 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 2.550 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.636 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

#### 4.5.5 รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

$H_0$ : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

$H_1$ : รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

ตารางที่ 4.90 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือนของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน	รายได้ต่อเดือน				รวม
	ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป	
น้อยกว่า 1 ครั้ง	18	19	16	20	73
1 ครั้งขึ้นไป	48	32	35	22	137
รวม	66	51	51	42	210
Value	5.092				
Prob.	0.165				

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.90 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 5.092 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.165 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

ตารางที่ 4.91 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือนของร้านขายยาทั่วไป

จำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน	รายได้ต่อเดือน			รวม
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	
น้อยกว่า 1 ครั้ง	39	37	35	111
1 ครั้งขึ้นไป	44	22	33	99
รวม	83	59	68	210
Value	3.499			
Prob.	0.174			

### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.91 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 3.499 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.174 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

#### 4.5.6 รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด

$H_0$ : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด

$H_1$ : รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด

ตารางที่ 4.92 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุดของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

แหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด	รายได้ต่อเดือน			รวม
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000บาท	10,001-20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	
ร้านขายยาทั่วไป/และอื่นๆ	36	27	52	115
ร้านขายยาขององค์การ เภสัช กรรม	30	24	41	95
รวม	66	51	93	210
Value	0.119			
Prob.	0.942			

### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.92 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 0.119 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.942 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด

ตารางที่ 4.93 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับแหล่งที่ซื้อยาบ้อยที่สุดของร้านขายยาทั่วไป

แหล่งที่ซื้อยาบ้อยที่สุด	รายได้ต่อเดือน			รวม
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000บาท	10,001-20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	
ร้านขายยาทั่วไป/และอื่นๆ	62	30	36	128
ร้านขายยาขององค์กร เกสซ์ กรรม	21	29	32	82
รวม	83	59	68	210
Value	10.955			
Prob.	0.004*			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.93 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 10.955 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_1$ : รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ้อยที่สุด

#### 4.5.7 รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา

$H_0$ : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา

$H_1$ : รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา

ตารางที่ 4.94 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับวิธีการที่ใช้ในการซื้อยาของร้านขายยาของ  
องค์การเภสัชกรรม

วิธีการที่ใช้ในการซื้อยา	รายได้ต่อเดือน			รวม
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000บาท	10,001-20,000 บาท	20,001 ขึ้นไป	
บอกอาการแล้วให้ผู้ขายจัดให้	33	18	18	69
ระบุชื่อยาที่ต้องการ	23	23	39	85
ซื้อตามใบสั่งแพทย์	10	10	36	56
รวม	66	51	93	210
Value	16.615			
Prob.	0.000*			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.94 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 16.615 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_1$ : รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา

ตารางที่ 4.95 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับวิธีการที่ใช้ในการซื้อขายของร้านขายยาทั่วไป

วิธีการที่ใช้ในการ ซื้อขาย	รายได้ต่อเดือน					รวม
	ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001 ขึ้นไป	
บอกอาการแล้วให้ ผู้ขายจัดให้	18	28	34	23	18	121
ระบุซื้อขายที่ ต้องการ/ซื้อตาม ใบสั่งแพทย์	16	21	25	16	11	89
รวม	34	49	59	39	29	210
Value						0.574
Prob.						0.966

#### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.95 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 0.574 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.966 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขาย ในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อขาย

## บทที่ 5

### สรุปการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภคในร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล และเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภคในร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม และร้านขายยาทั่วไป โดยสรุปการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะได้ดังนี้

#### 1.สรุปการวิจัย

##### 1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์การวิจัย (1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคในร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป (2) ศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภคในร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

##### 1.2 วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่ใช้บริการจากร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม และร้านขายยาทั่วไป ในเขตที่มีร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมทั้ง 6 สาขา โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง(Judgement Sample) และใช้วิธีการสุ่มอย่างเป็นระบบ (Systemic Random Sampling)จำนวน 420 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows (Statistical Package for the Social Science for Windows)

##### 1.3 ผลการวิจัย

จากการศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภคในร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้



### 1.3.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

พบว่ากลุ่มตัวอย่างร้อยละ 52.9 เป็นเพศชาย ร้อยละ 42.4 มีอายุ 25-30 ปี ร้อยละ 58.6 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 53.3 มีอาชีพพนักงานบริษัท / รับจ้าง และร้อยละ 48.6 มีรายได้ 10,001-30,000 บาทต่อเดือน

#### ร้านขายยาทั่วไป

พบว่ากลุ่มตัวอย่างร้อยละ 58.1 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 56.7 มีอายุ 25-30 ปี ร้อยละ 54.3 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 56.2 มีอาชีพพนักงานบริษัท / รับจ้าง และร้อยละ 51.4 มีรายได้ 5,001-20,000 บาทต่อเดือน

### 1.3.2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภค

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านเหตุผลที่ซื้อยา และวิธีการที่ใช้ในการซื้อยาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนในด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

อายุ และรายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านพฤติกรรมการซื้อยา และวิธีการในการซื้อยาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนในด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านพฤติกรรมการซื้อยา และแหล่งที่ซื้อยาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนในด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในทุกด้าน แตกต่างจากสมมติฐานการวิจัย

#### ร้านขายยาทั่วไป

เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านพฤติกรรมการซื้อยา และวิธีการที่ใช้ในการซื้อยาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนในด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

อายุ อาชีพ และรายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านแหล่งที่ซื้อยาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนในด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในทุกด้าน แตกต่างจาก  
สมมติฐานการวิจัย

### 1.3.3 พฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภค

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่จะซื้อยากินเองเมื่อเจ็บป่วย และเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา  
ชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุดคือยาแก้ปวดลดไข้ สิ่งที่พิจารณาในการเลือกซื้อยาส่วนใหญ่คือราคา เหตุผลหลัก  
ที่ซื้อยาในร้านขายยาคืออาการของโรคไม่รุนแรง สิ่งที่พิจารณาในการเลือกร้านขายยาส่วนใหญ่คือมี  
เภสัชกรให้คำแนะนำตลอดเวลา ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยาส่วนใหญ่คือเภสัชกร ผู้บริโภคของ  
ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมส่วนใหญ่จะอ่านฉลากก่อนตัดสินใจซื้อยา โดยสรรพคุณยาเป็น  
รายละเอียดบนฉลากยาที่ผู้บริโภคสนใจมากที่สุด วิธีการที่ใช้ในการซื้อยาส่วนใหญ่คือระบุชื่อยา  
จำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาส่วนใหญ่คือ 1-2 ครั้งต่อเดือน ค่าใช้จ่ายในการซื้อยาแต่ละครั้งส่วน  
ใหญ่คือ 51-200 บาท ข้อมูลเกี่ยวกับยาที่ซื้อส่วนใหญ่ทราบจากเภสัชกร สถานที่ที่ซื้อยาบ่อยที่สุดคือร้าน  
ขายยาขององค์การเภสัชกรรม โดยส่วนใหญ่เลือกร้านขายยาที่มีทำเลที่ตั้งใกล้บ้าน เมื่อไม่มียาที่ต้องการส่วนใหญ่จะซื้อหา  
ยี่ห้ออื่นที่มีควาเหมือนกันทดแทน สินค้าอื่นที่ต้องการจากร้านขายยาส่วนใหญ่คืออาหาร  
เสริมสุขภาพ

#### ร้านขายยาทั่วไป

พบว่าผู้บริโภค ส่วนใหญ่จะไปพบแพทย์เมื่อเจ็บป่วย แต่จะซื้อยาเองเมื่อ  
จำเป็นต้องซื้อยา ชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุดคือยาแก้ปวดลดไข้ สิ่งที่พิจารณาในการเลือกซื้อยาส่วนใหญ่คือ  
คร่ายี่ห้อ เหตุผลหลักที่ซื้อยาในร้านขายยาคืออาการของโรคไม่รุนแรง สิ่งที่พิจารณาในการเลือกร้านขาย  
ยาส่วนใหญ่คือทำเลที่ตั้ง เช่น อยู่ใกล้ สะดวกในการเดินทางไปซื้อ ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา  
ส่วนใหญ่คือ ตัวเองเคยใช้มาก่อน รองลงมาคือแพทย์และเภสัชกร ผู้บริโภคจากร้านขายยาทั่วไปส่วนใหญ่  
จะอ่านฉลากก่อนตัดสินใจซื้อยา โดยสรรพคุณยาเป็นรายละเอียดบนฉลากยาที่ผู้บริโภคสนใจอ่าน  
ที่สุด วิธีการที่ใช้ในการซื้อยาส่วนใหญ่คือบอกอาการแล้วผู้ขายจัดให้ จำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยา  
ส่วนใหญ่คือน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ค่าใช้จ่ายในการซื้อยาส่วนใหญ่คือ 51-200 บาท ข้อมูลเกี่ยวกับยา  
ที่ซื้อส่วนใหญ่ทราบจากฉลาก / เอกสารเกี่ยวกับยา สถานที่ที่ซื้อยาบ่อยที่สุดคือร้านขายยาทั่วไป โดยส่วนใหญ่  
เลือกร้านขายยาที่มีทำเลที่ตั้งใกล้บ้าน เมื่อไม่มียาที่ต้องการส่วนใหญ่จะซื้อยาอื่นที่มีสรรพคุณ  
เหมือนกันทดแทน สินค้าอื่นที่ต้องการจากร้านขายยาส่วนใหญ่คืออาหารเสริมสุขภาพ

### 1.3.4 ความคิดเห็นของผู้บริโภค

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

พบว่าผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดมากที่สุดดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ในหัวข้อจำหน่ายยาและผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ด้านราคาในหัวข้อราคาถูก ด้านสถานที่ในหัวข้อตกแต่งร้านทันสมัย ด้านการส่งเสริมการตลาดในหัวข้อชื่อเสียงน่าเชื่อถือ ด้านการบริการในหัวข้อรักษาอาการเจ็บป่วยได้หายขาด

#### ร้านขายยาทั่วไป

พบว่าผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดมากที่สุดดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ในหัวข้อจำหน่ายยาและผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ด้านราคาในหัวข้อราคาถูก ด้านสถานที่ในหัวข้อมีที่จอดรถสะดวกสบาย ด้านการส่งเสริมการตลาดในหัวข้อมีส่วนลด ของแถม ด้านการบริการในหัวข้อให้ข้อมูลและคำแนะนำที่ดี

## 2.อภิปรายผล

### 2.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคในร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม และร้านขายยาทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิงเล็กน้อย ส่วนผู้บริโภคของร้านขายยาทั่วไปส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ทั้งนี้อาจเนื่องจากร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมมีเพียง 6 สาขาและส่วนใหญ่มีทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือสถานที่ราชการ ในขณะที่ร้านขายยาทั่วไปมีทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน ตลาดจึงสะดวกแก่เพศหญิงในการเดินทางไปใช้บริการมากกว่า

ทั้งกลุ่มตัวอย่างของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม และร้านขายยาทั่วไปส่วนใหญ่มีอายุ 25-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัท / รับจ้าง เหมือนกันเนื่องจากเป็นวัยเริ่มทำงาน สุขภาพแข็งแรง อาการเจ็บป่วยไม่รุนแรงจึงนิยมใช้บริการจากร้านขายยา

กลุ่มตัวอย่างของร้านขายยาทั้งสองประเภทส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001-20,000 บาทต่อเดือน โดยกลุ่มตัวอย่างขององค์การเภสัชกรรม ครึ่งหนึ่งมีรายได้ 10,001-30,000 บาทต่อเดือน ส่วนกลุ่มตัวอย่างของร้านขายยาทั่วไปเกินครึ่งหนึ่งมีรายได้ 5,001-20,000 บาท สอดคล้องกับผลการศึกษาวิเคราะห์การใช้ยาของประภิต วาทีสาธกกิจและคนอื่นๆ(2537)พบว่ากลุ่มผู้มีรายได้น้อยจะซื้อยากินเองเป็นส่วนใหญ่

## 2.2 เปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภคในร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม และร้านขายยาทั่วไป

### 2.2.1 พฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภคที่เหมือนกัน

ซื้อยาเองเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา สอดคล้องกับผลการศึกษาของมรดก ทรเกษม (2538:431)พบว่าพฤติกรรมการซื้อยาเพื่อรักษาตนเองเป็นพฤติกรรมที่นิยมมากในประเทศไทย และสอดคล้องกับผลการสำรวจของศูนย์วิจัยกสิกร ไทย(2541)พบว่าประชาชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลร้อยละ42.8ซื้อยาจากร้านขายยาเมื่อเจ็บป่วย

ชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุดคือยาแก้ปวดลดไข้ สอดคล้องกับผลการศึกษาวิเคราะห์การใช้ยาของประภิต วาที สาธกกิจและคนอื่นๆ(2537)พบว่ายาที่ประชาชนซื้อส่วนใหญ่คือยาแก้ปวดลดไข้

เหตุผลสำคัญที่ซื้อยาในร้านขายยาคืออาการของโรคไม่รุนแรง

อ่านฉลากก่อนตัดสินใจซื้อยา โดยสรรพคุณยาเป็นรายละเอียดบนฉลากยาที่ผู้บริโภคสนใจมากที่สุด

ค่าใช้จ่ายในการซื้อยาแต่ละครั้งส่วนใหญ่คือ 51-200 บาท แตกต่างจากผลการสำรวจของศูนย์วิจัยกสิกร ไทย(2541)พบว่าประชาชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีค่าใช้จ่ายในการซื้อยาจากร้านขายยาน้อยที่สุด 10 บาทจนถึง 1,000 บาทเฉลี่ยแล้วจะเสียค่าใช้จ่าย คนละ 205 บาท

แหล่งที่ซื้อยาน้อยที่สุดคือร้านขายยา โดยส่วนใหญ่เลือกร้านขายยาที่มีทำเลที่ตั้งใกล้บ้าน รองลงมาคือใกล้ที่ทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของกิตติพงษ์ เลิศอุดมโชค รัชวาล บุญญฤทธิ์ และประทีศ กิตติกุลกันยากิจ(2534)พบว่าผู้บริโภคร้อยละ59.86เลือกซื้อร้านขายยาที่อยู่ใกล้บ้าน และสอดคล้องกับผลการสำรวจของศูนย์วิจัยกสิกร ไทย(2541)พบว่าประชาชนร้อยละ33.5เลือกร้านใกล้บ้านและที่ทำงาน

สินค้าอื่นที่ซื้อจากร้านขายยาส่วนใหญ่คืออาหารเสริมสุขภาพ รองลงมาคือ วัสดุการแพทย์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุนัญญา หุงดงกบคี(2539)พบว่านอกจากยา ประเภทสินค้าที่ควรมีจำหน่ายในร้านขายยาที่พึงประสงค์คือ ผลิตภัณฑ์ส่งเสริมสุขภาพ เครื่องสำอาง วัสดุทางการแพทย์ และชุดทดสอบ สินค้าอุปโภคบริโภค เครื่องดื่ม(ตู้แช่)

### 2.2.2 พฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภคที่ต่างกัน

สิ่งที่พิจารณาในการเลือกซื้อยา ผู้บริโภคของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมส่วนใหญ่ใช้ราคาเป็นเกณฑ์ ต่างจากผู้บริโภคของร้านขายยาทั่วไปที่ส่วนใหญ่ใช้ครีหือเป็นเกณฑ์

สิ่งที่พิจารณาในการเลือกร้านขายยา ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา และแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับยาของผู้บริโภคของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมคือ เกสัชกร สอดคล้องกับผล

การสำรวจของศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย(2541) พบว่าประชาชนร้อยละ46.6เลือกใช้บริการร้านขายยาที่มีเภสัชกรประจำ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุบุญญา หงศ์คงคบดี(2539)พบว่ารูปแบบร้านขายยาที่พึงประสงค์ควรมีเภสัชกรทำหน้าที่ปฏิบัติการตลอดเวลาที่เปิดร้าน ส่วนร้านขายยาทั่วไป สิ่งที่พิจารณาในการเลือกร้านขายยาคือ ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ สะดวกในการเดินทางไปซื้อ ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยาคือ ตัวเองเคยใช้มาก่อน และแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับยาคือ ญาติ

วิธีการที่ใช้ในการซื้อยา ผู้บริโภคของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมส่วนใหญ่ใช้วิธีระบุชื่อยาที่ต้องการ ส่วนร้านขายยาทั่วไป ผู้บริโภคใช้วิธีบอกอาการแล้วให้ผู้ขายจัดให้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของมรกต กรเกษม และคนอื่นๆ(2534) พบว่าพฤติกรรมกรรมการซื้อยาของผู้บริโภคจากร้านขายยา ร้อยละ 51 ใช้วิธีเล่าอาการแล้วให้ทางร้านขายยาจัดยาให้

จำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม ผู้บริโภคซื้อยา 1-2 ครั้งต่อเดือน ร้านขายยาทั่วไป ผู้บริโภคซื้อยาน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน

เมื่อไม่มียาที่ต้องการ ผู้บริโภคของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมจะซื้อยาอื่นที่มีตัวยาเหมือนกันทดแทน ส่วนผู้บริโภคของร้านขายยาทั่วไปจะซื้อยาอื่นที่มีสรรพคุณเหมือนกันทดแทน

## 2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภค

### 2.3.1 เพศ

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

เหตุผลสำคัญที่ซื้อยาของทั้งเพศชาย และเพศหญิงคือ อาการของโรคไม่รุนแรง เหตุผลรองลงมาของเพศชายคือ ความรวดเร็วในการรักษา จึงพบว่าเพศชายส่วนใหญ่ซื้อยาโดยใช้วิธีระบุชื่อยาที่ต้องการ ส่วนเหตุผลรองลงมาของเพศหญิง คือประหยัดค่าใช้จ่าย เนื่องจากเพศหญิงส่วนใหญ่เป็นผู้ดูแลการเงินของครอบครัว และพบว่าเพศหญิงส่วนใหญ่ซื้อยาโดยใช้วิธีบอกอาการแล้วให้ผู้ขายจัดให้

#### ร้านขายยาทั่วไป

เมื่อจำเป็นต้องซื้อยาพบว่าเพศชายจะซื้อยาเอง ส่วนเพศหญิงจะฝากญาติ / เพื่อนซื้อ โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่ใช้วิธีบอกอาการแล้วให้ผู้ขายจัดให้

### 2.3.2 อายุ และรายได้

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

ผู้บริโภคที่อยู่ในวัยทำงานคือ มีอายุ25-35 ปี หรือมีรายได้ไม่น้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน เมื่อจำเป็นต้องซื้อยาจะซื้อยาเองโดยใช้วิธีบอกอาการแล้วให้ผู้ขายจัดยาให้ ส่วนผู้บริโภคที่อายุ 36

ปีขึ้นไป หรือมีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป เมื่อจำเป็นต้องซื้อยาจะให้แพทย์จ่ายยาให้ และซื้อยากับวิธี  
ระบุชื่อยาที่ต้องการหรือชื่อยาคามใบสั่งแพทย์ จะเห็นได้ว่าเป็นไปตามปัญหาสุขภาพและชนิดของโรค  
ที่เปลี่ยนไปตามอายุ และฐานะทางเศรษฐกิจ

#### ร้านขายยาทั่วไป

ผู้บริโภคที่ซื้อยาจากร้านขายยาบ่อบ่อยที่สุด คือผู้บริโภคที่มีอายุ 25-30 ปี หรือมี  
รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทต่อเดือน

#### 2.3.3. อาชีพ

##### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

เมื่อจำเป็นต้องซื้อยานักเรียน/นักศึกษาส่วนใหญ่ซื้อยาเอง ส่วนผู้บริโภคที่มี  
อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระส่วนใหญ่ให้แพทย์จ่ายยาให้  
เนื่องจากอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจสามารถเบิกค่ารักษาพยาบาล และอาชีพธุรกิจส่วนตัว/  
อาชีพอิสระเป็นอาชีพที่มีความสามารถจ่ายค่ารักษาพยาบาลที่สูงได้

#### ร้านขายยาทั่วไป

ผู้บริโภคที่ซื้อยาจากร้านขายยาทั่วไป บ่อบ่อยที่สุด คือนักเรียน/นักศึกษา รองลงมา  
คือผู้บริโภคที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ ซึ่งเหมือนกับร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

#### 2.4 ความคิดเห็นของผู้บริโภค

พบว่าผู้บริโภคจากร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไปมีทัศนคติ  
ต่อส่วนประสมทางการตลาดทุกด้าน ได้แก่ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด และการ  
บริการ ในระดับมากซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุเชต ลิพหาชีวะ(2538)พบว่าปัจจัยจูงใจของ  
ผู้บริโภคคือคาดว่าจะได้รับคำแนะนำการใช้ยาที่ถูกต้อง ได้รับยาคุณภาพดีและราคาถูกลงกว่าท้องตลาด  
ได้รับบริการที่ดี จัดร้านสะอาด ที่จอดรถสะดวกสบาย

### 3. ข้อเสนอแนะ

#### 3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยที่พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาของ  
ผู้บริโภคในแง่คำถามที่ว่าใครเป็นผู้ซื้อ ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ ผู้บริโภคซื้อที่ไหน ผู้บริโภคซื้ออย่างไร ซึ่ง  
โยงไปถึงกลยุทธ์ทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง คือ กลยุทธ์ทางการตลาด (4Ps) ได้แก่ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์  
(Product strategy) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion strategy) กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution channel strategies) เมื่อพิจารณาร่วมกับพฤติกรรมการณ์การซื้อของของผู้บริโภค และความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาด สามารถใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมที่จะขยายสาขาอีก 10 สาขา ดังนี้

### 3.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์

- 1) การที่ผู้บริโภคซื้อยาแก้ปวดลดไข้บ่อยที่สุด รองลงมาคือยาปฏิชีวนะและวิตามิน จึงควรมียาที่ผู้บริโภคต้องการครบทุกชนิด และครบทุกยี่ห้อที่ผู้บริโภคนิยมใช้
- 2) จำหน่ายสินค้าอื่นนอกจากยา เช่นอาหารเสริมสุขภาพ วัสดุทางการแพทย์ เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ฯลฯ เพื่อสะดวกแก่ผู้บริโภคสามารถซื้อที่เดียวได้ครบตามต้องการ
- 3) จำหน่ายเฉพาะยาที่มีคุณภาพที่ผลิตตามหลักเกณฑ์กรรมวิธีการผลิตที่ดีในการผลิตยา (Good Manufacturing Practice)
- 4) มียาที่ออกสู่ตลาดชนิดใหม่ๆ จำหน่ายเสมอ เพื่อให้ผู้บริโภคที่เห็นโฆษณาแล้วอยากทดลองใช้ มีความเคยชินว่าสามารถหาซื้อได้ที่ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

### 3.1.2 ด้านราคา

เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้ราคาเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจ จึงควรกำหนดราคาให้อยู่ในระดับใกล้เคียงหรือต่ำกว่าคู่แข่งเล็กน้อยเพื่อสร้างยอดขาย หรือกำหนดราคาในลักษณะเป็นชุด เช่น ขายยาพร้อมกล่องบรรจุยาหรือที่ตัดยาเม็ด ฯลฯ

### 3.1.3 ด้านสถานที่

- 1) การขยายสาขาของร้านขายยา ควรตั้งร้านในเขตชุมชนที่มีที่อยู่อาศัยหรือที่ทำงานหนาแน่นเนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกร้านขายยาที่อยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน
- 2) จัดร้านให้สะอาดทันสมัยในรูปแบบของร้านสะดวกซื้อสำหรับครอบครัว คล้ายกับร้านนู้ท หรือวัตสัน
- 3) มีสถานที่จอดรถที่สะดวกสบายเพื่อจูงใจผู้บริโภคให้มาใช้บริการ
- 4) ภายในร้านมีการแยกส่วนของผลิตภัณฑ์ไว้เป็นหมวดหมู่ชัดเจนเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกหยิบยาได้ด้วยตนเองตามที่ต้องการ

### 3.1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

- 1) จัดกิจกรรมให้ความรู้เกี่ยวกับโรคที่เปลี่ยนแปลงไปตามฤดูกาลควร โดยมีการประชาสัมพันธ์ จัดบอร์ดแสดง และแจกแผ่นพับเกี่ยวกับสาเหตุ อากาศของโรค วิธีป้องกันและรักษาโรคภายในร้าน

- 2) เข้าร่วมในการประกวดเป็นร้านขายยาคุณภาพซึ่งจัดโดยกระทรวงสาธารณสุขร่วมกับสภาเภสัชกรรมเพื่อให้ผู้บริโภคมีความเชื่อถือ
- 3) มีบอร์ดแสดงรายละเอียดหรือแผนที่ของสาขาร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมทั้งหมดภายในร้านขายยาทุกสาขาเพื่อให้ผู้บริโภคทราบ
- 4) จัดการส่งเสริมการขายต่างๆ เช่นมีส่วนลด ของแถมเมื่อซื้อครบตามเงื่อนไขให้แก่ร้านค้าจำหน่ายช่วง
- 5) เปิดรับสมาชิกร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมโดยมีการออกบัตรสมาชิกให้ เมื่อแสดงบัตรและซื้อยาจะได้รับส่วนลดพิเศษหรือสะสมคะแนนไว้แลกของรางวัล ฯลฯ
- 6) ประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคตระหนักถึงอันตรายจากการใช้ยาในกรณีที่ผู้บริโภคซื้อยากินเองโดยไม่ปรึกษาเภสัชกร หรือซื้อยาจากร้านขายยาที่ไม่มีเภสัชกรประจำ

### 3.1.5 ด้านบริการ

- 1) สร้างความแตกต่างโดยมีเภสัชกรประจำร้านขายยาตลอดเวลาเพื่อให้คำแนะนำ ข้อมูล คำอธิบายการใช้ยาที่ถูกต้องตามหลักวิชาการ ตามกฎหมาย และจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ สามารถจัดยาให้รักษาอาการเจ็บป่วยได้หายขาด ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคเชื่อถือ ไว้วางใจ และจงรักภักดี เนื่องจากเภสัชกรมีอิทธิพลต่อการเลือกร้านขายยาของผู้บริโภค
- 2) ฝึกอบรมพนักงานผู้ช่วยให้มีความชำนาญสามารถให้บริการที่รวดเร็วเพื่อสร้างความประทับใจ เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อยาจากร้านขายยาเพราะอาการไม่รุนแรงและต้องการความรวดเร็วในการรักษา
- 3) มีบริการตรวจสุขภาพ การวัดความดัน การวัดน้ำหนักและส่วนสูง การวัดมวลกระดูก การตรวจสภาพผิวหนัง ฯลฯ
- 4) การที่เภสัชกรมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อยา หรือเลือกร้านขายยา และเป็นแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับยาของผู้บริโภค แต่ผู้บริโภคส่วนใหญ่กลับซื้อยาคด้วยวิธีระบุชื่อยาที่ต้องการมากกว่าวิธีบอกอาการแล้วให้ผู้ขายจัดให้ จึงควรแยกส่วนให้บริการปรึกษาและจ่ายยาตามอาการของโรคเป็นเคาน์เตอร์ต่างหากจากส่วนที่ให้บริการขายยาที่ผู้บริโภคซื้อยาโดยวิธีระบุชื่อยาหรือซื้อยาตามใบสั่งแพทย์ และควรกระตุ้นให้เภสัชกรประจำร้านขายยาปรับปรุงวิธีการให้ข้อมูล และคำแนะนำเกี่ยวกับการใช้ยาที่เป็นประโยชน์ตามหลักวิชาการ และจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค
- 5) ขยายเวลาเปิดให้บริการให้มากขึ้น เช่นจากเดิมที่เปิดให้บริการวันจันทร์ถึงวันศุกร์ เวลา 8.00 น. ถึง 17.00 น. และวันเสาร์เวลา 8.00 น. ถึง 16.00 น. เป็นเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมงทุก



วัน หรือเปิดให้บริการทุกวัน เวลา 7.00 น. ถึง 23.00 น. เป็นต้น เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการให้เปิด 24 ชั่วโมง

6) เปิดรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต หรือเปิดให้ทำบัตรเครดิตร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม เหมือนกับห้างสะดวกซื้อเช่น ห้างโลตัส ฯลฯ เพื่ออำนวยความสะดวก ให้เครดิตแก่ผู้บริโภค และจงใจให้ผู้บริโภคเป็นลูกค้าประจำ

7) ควรบริหารงานร้านขายยาโดยจัดให้มีระบบการจัดการแบบเอกชน เพื่อความคล่องตัวในการดำเนินงาน อาจร่วมทุน หรือจ้างบริษัทที่มีประสบการณ์ และความชำนาญทางด้านการบริหารจัดการธุรกิจค้าปลีก

### 3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

3.2.1 ควรขยายพื้นที่ไปส่วนภูมิภาค โดยแบ่งออกเป็นภาคคือภาคเหนือ ภาคอีสาน ภาคกลาง ภาคใต้ ภาคตะวันออก เพื่อศึกษาผลของความแตกต่างทางด้านภูมิศาสตร์ต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หรือเปรียบเทียบกับผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

3.2.2 ศึกษาลงลึกในรายละเอียดที่พบจากการศึกษารั้งนี้ เช่นพบว่าผู้บริโภคซื้อยาแก้ปวดลดไข้บ่อยที่สุด ก็ควรศึกษาว่าเป็นประเภทใดบ้าง หรือเป็นการปวดจากสาเหตุอะไรที่ผู้บริโภคซื้อบ่อยที่สุด หรือพบว่าเพศชายใช้บริการร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมมากกว่าเพศหญิง ซึ่งต่างจากร้านขายยาทั่วไป ก็ควรศึกษาต่อว่าเป็นเพราะสาเหตุอะไรเป็นต้น

3.2.3 ควรเพิ่มการสัมภาษณ์ความคิดเห็นจากพนักงานขายและเภสัชกรในร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไปด้วย

3.2.4 ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาดขององค์การเภสัชกรรม

## บรรณานุกรม

## บรรณานุกรม

- กนิษฐา ปิงสุทธีวงศ์ จัญจรี เรื่องพิเศษ และรัตนากรณ์ อาวิพันธ์ (2535) “การวิเคราะห์โฆษณาที่  
เผยแพร่ทางวิทยุโทรทัศน์” ปรินิพนธ์เภสัชศาสตร์ คณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย
- กิตติพงษ์ เลิศอุดมโชค ชัชวาล บุญญฤทธิ์ และประทีศ กิตติกุลกันยาภิจ (2534) “ร้านขายยาใน  
ระบบ แฟรนไชส์ 2” ปรินิพนธ์เภสัชศาสตร์ ภาควิชาเภสัชกรรม คณะเภสัชศาสตร์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ฉลอง อัคริโนเรศ และคนอื่นๆ (2536) “การแก้ปัญหาการซื้อ-การขายที่ไม่เหมาะสมในหมู่บ้าน  
กรณีศึกษาคำบลดำป่าหวาย อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา” สำนักสาธารณสุขจังหวัดพะเยา
- จรรยา ณะสาร (2538) “การใช้ยาของประชาชนบ้านห้วยน้ำดัง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่”  
วิทยานิพนธ์ปริญญาสาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต คณะสาธารณสุขศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คณะเภสัชศาสตร์ หน่วยวิชาการเภสัชศาสตร์สังคม ( กสส. ) (2539) การศึกษา  
เพื่อส่งเสริมจริยธรรมแห่งวิชาชีพเภสัชกรรม โครงการส่งเสริมคุณธรรม  
กรุงเทพมหานคร หน่วยวิชาการเภสัชศาสตร์สังคม (กสส.) คณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย
- จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คณะเภสัชศาสตร์ หน่วยวิชาการเภสัชศาสตร์สังคม (กสส.) (2535)  
เศรษฐศาสตร์ทางยา กรุงเทพมหานคร หน่วยวิชาการเภสัชศาสตร์สังคม (กสส.) คณะเภสัช  
ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ชาญชัย วสุธาวัฒน์ และคนอื่นๆ (2536) “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคยาจากร้านขายยาของประชาชน  
จังหวัดพัทลุง” สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพัทลุง
- ธีระ ฉกาจโรดม (2543) *Pharmaketing* กรุงเทพมหานคร นิตยสาร Brand Age
- ธีระ ฉกาจโรดม (2543) *ตลาดยาเชิงยุทธ์* กรุงเทพมหานคร ทิปป์โปยท์
- ประภค วาทีสาธกิจ และคนอื่นๆ (2537) “สรุปสถานภาพการใช้ยาของประเทศไทย” สำนักงาน  
คณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข กรุงเทพมหานคร
- ประนอม โพธิยานนท์ (2531) *วิวัฒนาการวิชาชีพเภสัชกรรม* ภาควิชาเภสัชกรรม คณะเภสัชศาสตร์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2536) *การวัดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอนามัย* กรุงเทพมหานคร โอเดียนสโตร์
- ประสาธ อิศรปรีชา (2522) *จิตวิทยาการศึกษา* กรุงเทพมหานคร กราฟฟิคอาร์ท

- ประสาธ อิศรปรีชา (2522) *จิตวิทยาการศึกษา* กรุงเทพมหานคร กราฟฟิคอาร์ต
- ปริญญ์ ลักษิตานนท์ (2544) *จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค* กรุงเทพมหานคร เจริญบุญการพิมพ์ (1998)
- ปรีดา คีสุวรรณ และสมควร รัตนสะอาด (2533) “การศึกษาพฤติกรรมการใช้ยารักษาตนเองของประชาชน” จังหวัดแพร่ โรงพยาบาลแพร่
- พวงรัตน์ ทวีวัฒน์ (2545) *วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์ (ฉบับปรับปรุงใหม่ล่าสุด)* กรุงเทพมหานคร ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พีรวุฒิ เจริญสุขพงศ์ (2539) *การจัดการร้านขายยา เชียงใหม่ ภาควิชาบริหารเภสัชกิจ คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*
- พรเทพ อภิญญาประเทือง วรวัชร สีลาคุณากร และบุษณา ลีพุด (2539) “ร้านขายยาในประเทศไทยปีพ.ศ. 2563” *ปริญญานิพนธ์เภสัชศาสตร์ ภาควิชาเภสัชกรรมชุมชนและบริหารเภสัชกิจ คณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*
- เภสัชกรรมสมาคมแห่งประเทศไทย (2535) *ข้อมูลเภสัชกรรมไทย 2535* กรุงเทพมหานคร ไทยมิตรการพิมพ์
- มงคล ณ สงขลา และคนอื่นๆ (2545) *ระบบยาของประเทศไทย* คณะกรรมการโครงการศึกษาวิเคราะห์ระบบยาของประเทศไทย กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย
- มรกต กรเกษม และคนอื่นๆ (2534) *ระบบยาของประเทศไทย คณะทำงานเพื่อศึกษาวิเคราะห์ระบบยาของประเทศไทย* กรุงเทพมหานคร อรุณการพิมพ์
- มรกต กรเกษม และคนอื่นๆ (2537) *บทวิเคราะห์ระบบข้อมูลข่าวสารด้านยา* กรุงเทพมหานคร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข กรุงเทพมหานคร
- “พระราชบัญญัติยา พ.ศ.2510” ร้อยตำรวจโทเสถียร วิชัยลักษณ์ และพันตำรวจเอกสืบวงศ์ วิชัยลักษณ์ (2526) กรุงเทพมหานคร นิติเวช
- ลือชัย ศรีเงินขวง ทวีทอง หงษ์วิวัฒน์ และเพ็ญจันทร์ ประดับมุก (2537) “Implication of community Health Workers Distributing Drugs” ศูนย์ศึกษานโยบายสาธารณสุข มหาวิทยาลัยมหิดล
- วิโรจน์ ตั้งเจริญเสถียร (2539) *ทุกข์ สมุทัยในระบบสาธารณสุขและหลักประกันสุขภาพคนไทย* กรุงเทพมหานคร สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข
- ศุภร เสรีรัตน์ (2540) *พฤติกรรมผู้บริโภค* กรุงเทพมหานคร ดอกหญ้า
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย “การรักษาพยาบาลยามเจ็บป่วยในยุค IMF [ออนไลน์] สํารวจ 7-14 พฤศจิกายน 2541 กลุ่มตัวอย่าง 1155 คน” (ออนไลน์) สาระสังเขป ค้นวันที่ 23 สิงหาคม 2546 จาก <http://www.krc.co.th/>

- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย “การรักษายาบาลยามเจ็บป่วย (ไปหาหมอ / ซื้อยากินเอง) สัปดาห์ 1-8 เมษายน 2541 กลุ่มตัวอย่าง 428 คน” (ออนไลน์) สาระสังเขป คืบวันที่ 23 สิงหาคม 2546 จาก <http://www.krc.co.th/>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539) *พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับสมบูรณ์* กรุงเทพมหานคร ดวงกมลสมัย “บัญชียาหลักแห่งชาติ 2535” กระทรวงสาธารณสุข (2535) กรุงเทพมหานคร
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2538) *ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์* กรุงเทพมหานคร สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ 2538
- สุเชต ลิ้มพาศีวะ (2540) *การบริหารร้านขายยา* กรุงเทพมหานคร ภาควิชาเภสัชกรรมชุมชนและบริหารเภสัชกิจ คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- สุนัญญา หุงดงคบดี และคนอื่นๆ (2539) “รูปแบบร้านขายยาที่พึงประสงค์ในจังหวัดสงขลา กรุงเทพมหานคร ภาควิชาเภสัชกรรมชุมชนและบริหารเภสัชกิจ คณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สุพัตรา ชาติบัญญัติ และคนอื่นๆ (2533) “แหล่งที่ให้ข้อมูลและการตัดสินใจในการใช้ยาของประชาชนในชนบทภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กรณีศึกษา 4 หมู่บ้าน” องค์การบริหารวิเทศกิจแห่งประเทศไทยแคนาดา (OIDA) และสถาบันวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยขอนแก่น
- สุวิทย์ วิบุลผลประเสริฐ (บรรณาธิการ) (2542) *การสาธารณสุขไทย พ.ศ.2540-2541* นนทบุรี สำนักนโยบายและแผนสาธารณสุขและกองการสาธารณสุขต่างประเทศ สำนักปลัดกระทรวงสาธารณสุข
- สำลี ใจดี (2536) *จริยธรรมแห่งวิชาชีพเภสัชกรรม* กรุงเทพมหานคร หน่วยวิชาการเภสัชศาสตร์สังคม (ภสศ.) คณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- Engel F.J., Kollat &, Blackwell, D.R. (1994) *Consumer Behavior*. 2 nd ed. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- IMS Health Thailand Database (2544) “สัดส่วนการกระจายยาในช่องทางต่างๆในประเทศไทย” กรุงเทพมหานคร ม.ป.ท.
- Kotler, Philip. (1994) *Marketing Management*. (1994) The Millennium ed. New York: Prentice – Hall.
- Schiffman L.G.& Kanuk , L.L. (1994) *Consumer Behavior*. 5 th ed. New Jersey: Prentice –Hall.

**ภาคผนวก ก**

**แบบสอบถาม**

ร้านขายยา.....

เลขที่แบบสอบถาม.....

## แบบสอบถาม

“การศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภคในร้านขายยาทั่วไปและร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล”

## คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

2. ข้อมูลที่ท่านตอบจะเป็นความลับ ผู้วิจัยจะเปิดเผยข้อมูลที่เป็นตัวเลขสถิติเท่านั้น

3. แบบสอบถามนี้มี 4 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการซื้อขายของผู้บริโภค

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาด

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อร้านขายยาที่ดี

ผู้วิจัยจึงขอความกรุณาจากท่านช่วยตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อ ตามความเห็นของท่านและขอขอบคุณที่ท่านสละเวลาในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย X ลงในช่อง ( ) หน้าข้อความที่ตรงกับ

ข้อมูลของท่าน

1. เพศ

( ) 1. ชาย

( ) 2. หญิง

2. อายุ ..... ปี

3. ระดับการศึกษา

( ) 1. ต่ำกว่ามัธยมต้น

( ) 2. มัธยมปลาย หรืออาชีวะ

( ) 3. ปริญญาตรี

( ) 4. สูงกว่าปริญญาตรี

สำหรับเจ้าหน้าที่

V1( )

V2( ) ( )

V3( )

4. รายรับเฉลี่ยต่อเดือน .....บาท  
(ไม่หักค่าใช้จ่าย)  
( ) ( ) ( ) ( ) ( ) V4
5. อาชีพ V5( )  
( ) 1.นักเรียน / นักศึกษา ( ) 2.ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ  
( ) 3. พนักงานบริษัท / รับจ้าง ( ) 4. ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ
- ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรซื้อยาของผู้บริโภค
- คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย X ลงในช่อง ( ) หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลของท่าน สำหรับเจ้าหน้าที่
6. เมื่อท่านเจ็บป่วย ปกติท่านจะ V6( )  
( ) 1. ซื้อยากินเอง  
( ) 2. ไปพบแพทย์  
( ) 3. ไปปรึกษาเภสัชกร  
( ) 4. ฟังไสยศาสตร์  
( ) 5. รอและหวังว่าจะหายเอง  
( ) 6. ไปปรึกษาญาติ/เพื่อนบ้าน
7. เมื่อท่านมีความจำเป็นต้องซื้อยา ปกติท่านจะ V7( )  
( ) 1. ซื้อยาเอง  
( ) 2. ฝากเพื่อนซื้อ  
( ) 3. ฝากญาติซื้อ  
( ) 4. ให้แพทย์จ่ายยาให้
8. ท่านซื้อยานิตโคบ่อยที่สุด( เลือกตอบ 3 ลำดับแรก โดยใส่ตัวเลข ” 1 “ , ” 2 “  
และ ” 3 “ หน้าชื่อที่ท่านเลือกจากมากไปหาน้อย ตามลำดับ )  
( ) 1. ยาแก้ปวดลดไข้ V81( )  
( ) 2. วิตามินและเกลือแร่ V82( )  
( ) 3. ยาระบบทางเดินหายใจ V83( )  
( ) 4. ยาระบบประสาท  
( ) 5. ยาโรคหัวใจและหลอดเลือด  
( ) 6. ยารักษาโรคผิวหนัง  
( ) 7. ยารักษาโรคกระเพาะ



- ( ) 8. ยาปฏิชีวนะ
- ( ) 9. สอร์โบน
- ( ) 10. ยาระบบขับถ่ายและสืบพันธุ์
- ( ) 11. ยารักษาโรคมะเร็ง
- ( ) 12. ยาถ่ายพยาธิ
- ( ) 13. อื่นๆ โปรดระบุ .....
9. ในการเลือกซื้อยาท่านพิจารณา( เลือกตอบ 3 ลำดับแรก โดยใส่ตัวเลข” 1 “, “2” และ “3” หน้าข้อที่ท่านเลือกจากมากไปหาน้อย ตามลำดับ )
- ( ) 1.รูปร่าง V91( )
- ( ) 2.หีบห่อบรรจุ V92( )
- ( ) 3. สีสีน V93( )
- ( ) 4.ตรา, ยี่ห้อ สำหรับหน้าที่
- ( ) 5.ราคา
- ( ) 6.คุณภาพ
- ( ) 7.ฉลาก
- ( ) 8.ผู้ผลิต
- ( ) 9.วันผลิต
- ( ) 10.วันหมดอายุ
- ( ) 11.สรรพคุณ
- ( ) 12.อื่นๆ โปรดระบุ.....
10. เหตุผลที่ท่านซื้อยาในร้านขายยา V10( )
- ( ) 1. ความรวดเร็วในการรักษา
- ( ) 2. ประหยัดค่าใช้จ่าย
- ( ) 3. อาการของโรคไม่รุนแรง
- ( ) 4. ต้องการใช้ยาในเวลาที่คลินิก/โรงพยาบาลหยุดให้บริการ
11. ในการเลือกร้านขายยา ท่านพิจารณาจากอะไร มากที่สุด V11( )
- ( ) 1. ผลิตภัณฑ์ เช่นมียาครบทุกชนิด ยามีคุณภาพ มียาที่ผลิตใหม่ๆ
- ( ) 2. ราคา เช่นราคาถูก ต่อรองราคาได้
- ( ) 3. ทำเลที่ตั้ง เช่นอยู่ใกล้ สะดวกในการเดินทางไปซื้อ
- ( ) 4. สถานที่ เช่น ตกแต่งร้านทันสมัยสวยงาม สะอาด ติดแอร์
- ( ) 5. โฆษณา เช่นชื่อเสียงของร้าน น่าเชื่อถือ

- ( ) 6. มีเภสัชกรให้คำแนะนำตลอดเวลา
- ( ) 7. บริการอื่นๆ เช่น มีบริการน้ำดื่ม/ชงน้ำหนักร
- ( ) 8. เปิดตลอด 24 ชม.
12. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อท่านในการเลือกซื้อยา V12( )
- ( ) 1. ตัวเองเคยใช้มาก่อน
- ( ) 2. เพื่อน / คนรู้จัก
- ( ) 3.ญาติ/สมาชิกในครอบครัว
- ( ) 4. โฆษณา
- ( ) 5. แพทย์
- ( ) 6. เภสัชกร
13. ท่านอ่านฉลากยาก่อนตัดสินใจซื้อยาหรือไม่ V13( )
- ( ) 1.อ่าน(ตอบข้อ 14 ต่อ)
- ( ) 2.ไม่อ่าน(ข้ามไปตอบข้อ 15)
14. รายละเอียดใดบนฉลากยาที่ท่านสนใจอ่านเป็นอันดับแรก สำหรับเจ้าหน้าที่ v14( )
- ( ) 1.ส่วนประกอบ
- ( ) 2.ชื่อผู้ผลิต
- ( ) 3.วิธีใช้ยา
- ( ) 4.ตรา, ยี่ห้อ
- ( ) 5.วันผลิต/วันหมดอายุ
- ( ) 6.สรรพคุณยา
15. ในการซื้อยาที่ร้านขายยา ท่านใช้วิธีการใด V15( )
- ( ) 1. บอกอาการแล้วให้ผู้ขายจัดให้
- ( ) 2. บอกสรรพคุณยาที่ต้องการแล้วให้ผู้ขายจัดให้
- ( ) 3. ระบุชื่อยาที่ต้องการ
- ( ) 4. เอาตัวอย่างยาให้ผู้ขายดู
- ( ) 5. ซื้อตามใบสั่งแพทย์
16. จำนวนครั้งที่ท่านซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน V16( )
- ( ) 1. น้อยกว่า 1 ครั้ง
- ( ) 2. 1-2 ครั้ง
- ( ) 3. 3-4 ครั้ง
- ( ) 4. มากกว่า 4 ครั้ง

- ( ) 5. อื่นๆ โปรดระบุ .....
17. ในการซื้อยาแต่ละครั้ง ท่านมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเท่าไร V17( )
- ( ) 1. น้อยกว่า 50 บาท
- ( ) 2. 51-200 บาท
- ( ) 3. 201-400 บาท
- ( ) 4. มากกว่า 400 บาท
- ( ) 5. อื่นๆ โปรดระบุ .....
18. การเลือกซื้อยาที่ท่านรู้จักซื้อยาและข้อมูลเกี่ยวกับยาจากที่ใด V18( )
- ( ) 1. เคยใช้มาก่อน
- ( ) 2. แพทย์
- ( ) 3. เกษีกร
- ( ) 4. ฉลาก/เอกสารเกี่ยวกับยา
- ( ) 5. โฆษณา
- ( ) 6. ญาติ/คนในครอบครัว
- ( ) 7. เพื่อน/คนรู้จัก
- ( ) 8. ผู้ขายยา
19. ท่านซื้อยาจากที่ใดบ่อยที่สุด สำหรับเจ้าหน้าที่
- ( ) 1. ร้านขายยาทั่วไป V19( )
- ( ) 2. โรงพยาบาล
- ( ) 3. คลินิก
- ( ) 4. ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม
- ( ) 5. ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7-eleven
- ( ) 6. ร้านขายของชำ
20. ท่านเลือกร้านขายยาโดยพิจารณาทำเลที่ตั้งใด V20( )
- ( ) 1. ใกล้บ้าน
- ( ) 2. ใกล้ที่ทำงาน
- ( ) 3. ในห้างสรรพสินค้า
- ( ) 4. ใกล้ป้ายรถเมล์
- ( ) 5. ในตลาด
- ( ) 6. ใกล้โรงพยาบาล

( ) 7. อื่นๆ โปรดระบุ .....

21. ถ้าหากร้านขายยาไม่มียาที่ท่านต้องการท่านทำอย่างไร

V21( )

- ( ) 1. ซื้อยาอื่นที่มีสรรพคุณเหมือนกันทดแทน
- ( ) 2. ซื้อยี่ห้ออื่นที่มีตัวยาเหมือนกันทดแทน
- ( ) 3. ให้ผู้ขายแนะนำ
- ( ) 4. ไม่ซื้อ

22. นอกจากยาท่านต้องการสินค้าใดจากร้านขายยา ( เลือกตอบ 3 ลำดับแรก โดยใส่ตัวเลข " 1 " , " 2 " และ " 3 " หน้าชื่อที่ท่านเลือกจากมากไปหาน้อย ตามลำดับ )

( ) 1. อาหารเสริมสุขภาพ

V221( )

( ) 2. เครื่องสำอาง

V222( )

( ) 3. สินค้าอุปโภคบริโภค

V223( )

( ) 4. เครื่องดื่ม

( ) 5. ฉงยางอนามัย

( ) 6. วัสดุทางการแพทย์

( ) 7. ของใช้เด็กอ่อน

( ) 8. เครื่องมือแพทย์

( ) 9. ชุดทดสอบต่างๆเช่นชุดทดสอบการตั้งครรภ์

( ) 10. สิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร)

( ) 11. อื่นๆ โปรดระบุ.....

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาด

คำชี้แจง คำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับคือ 1=น้อยที่สุด 2=น้อย 3=ปานกลาง 4=มาก 5=มากที่สุด

โปรดทำเครื่องหมาย X ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ท่านคิดว่าร้านขายยาควรมีส่วนประสมทางการตลาดอย่างไร	ระดับความคิดเห็น					
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
<b>ผลิตภัณฑ์</b>						
23. จำหน่ายยาและผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ						V23( )
24. มียาครบตรงกับความต้องการ						V24( )
25. มียาชนิดใหม่ๆเสมอ						V25( )
<b>ราคา</b>						
26. ราคาถูก						V26( )
<b>สถานที่</b>						
27. ร้านสะอาดเรียบร้อย						V27( )
28. อยู่ใกล้สะดวกในการใช้บริการ						V28( )
29. ตกแต่งร้านทันสมัย						V29( )
30. สามารถเลือกหยิบยาได้ด้วยตนเอง						V30( )
31. มีที่จอดรถสะดวกสบาย						V31( )
<b>การส่งเสริมการตลาด</b>						
32. ชื่อเสียงน่าเชื่อถือ						V32( )
33. พนักงานขายบริการดี พุดจาสุภาพ						V33( )
34. มีส่วนลด ของแถม						V34( )
<b>การบริการ</b>						
35. เปิดบริการตลอด 24 ชม.						V35( )
36. มีเภสัชกรให้คำปรึกษาตลอดเวลา						V36( )
37. บริการรวดเร็วประทับใจ						V37( )
38. ให้ข้อมูลและคำแนะนำดี						V38( )
39. รับผิดชอบต่อชีวิต						V39( )
40. รักษาอาการเจ็บป่วยได้หายขาด						V40( )

**ตอนที่ 4** ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อร้านขายยาที่ดี

41. ท่านคิดว่าร้านขายยาที่ดีที่ทำให้ท่านอยากใช้บริการควรเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ชื่อวิทยานิพนธ์ การศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภคในร้านขายยาทั่วไปและร้านขายยาของ  
องค์การเภสัชกรรมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผู้วิจัย นางนพรัตน์ ศรีวงศ์พานิช ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษา (1) รองศาสตราจารย์ฉัตรชัย ลอยฤทธิวุฒิกโร (2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิดิพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์  
ปีการศึกษา 2548

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคในร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป (2) ศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภคในร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการจากร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไปในเขตที่มีร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมจำนวน 420 ราย จำแนกออกเป็นผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมจำนวน 210 ราย และผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านขายยาทั่วไป จำนวน 210 ราย เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการซื้อยา และความคิดเห็นของผู้บริโภค สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบไคสแควร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows

ผลการวิจัยพบว่า (1) กลุ่มตัวอย่างของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุ 25-35 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัท/รับจ้าง และมีรายได้เฉลี่ย 10001-20000 บาทต่อเดือน กลุ่มตัวอย่างของร้านขายยาทั่วไปส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25-35 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัท/รับจ้าง และมีรายได้เฉลี่ย 10001-20000 บาทต่อเดือน (2) ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภคในร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือเพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านเหตุผลที่ซื้อยา และวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา อายุและรายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา และวิธีการในการซื้อยา อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา และแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด (3) ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภคในร้านขายยาทั่วไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือเพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา และวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา อายุ อาชีพและรายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด ส่วนการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภคของร้านขายยาทั้งสอง

คำสำคัญ พฤติกรรมการซื้อยา ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม ร้านขายยาทั่วไป

**Thesis title:** COMPARISON OF CONSUMER'S DRUG PURCHASING BEHAVIOR IN PRIVATE RETAIL DRUGSTORES AND THE GOVERNMENT PHARMACEUTICAL ORGANIZATION RETAIL DRUGSTORES IN BANGKOK AND SURROUNDING AREAS

**Researcher:** Mrs.Nopparat Srivongphanish; **Degree:** Master of Business Administration;

**Thesis Advisors:** (1) Chatchai Loyrittivuthikrai, Associate Professor; (2) Dr.Titipat Iamnirun, Assistant Professor;

**Academic year:** 2005.

### **ABSTRACT**

The objectives of this research were (1) to study the personal characteristics of the government pharmaceutical organization and private retail drugstores consumers; (2) to compare drug purchasing behaviors of the government pharmaceutical organization and private retail drugstores consumers.

A total of 420 research samples were interviewed comprised of 210 government pharmaceutical organization and 210 private retail drugstores consumers. The research instrument was a questionnaire with statistical reliability of 0.95. The statistical methods employed for research data analysis were percentage, mean, standard deviation, chi-square and t-test using the program SPSS for Windows version 10.

The research findings showed that (1) The majority of consumers of the government pharmaceutical organization retail drugstores were male, aged 25-35 years, Bachelor's degree graduates, working for a private-sector company and had a monthly income between 10,001-20,000 baht while the majority of consumers of the private retail drugstores were female, aged 25-35 years, Bachelor's degree graduates, working for a private-sector company and had a monthly income between 10,001-20,000 baht; (2) The personal characteristics had a significant relationship with drug purchasing behavior in the government pharmaceutical organization retail drugstores. Gender had a relationship with drug purchasing behavior in regard to the reason for purchasing and purchasing method. Age and income had a relationship with drug purchasing behavior in regard to when needs occur and purchasing method. Occupation had a relationship with drug purchasing behavior in regard to when needs occur and place. There was no significant relationship between education level and drug purchasing behavior; (3) The personal characteristics had a significant relationship with drug purchasing behavior in the private retail drugstores. Gender had a relationship with drug purchasing behavior in regard to when needs occur and purchasing method. Age, income and occupation had a relationship with drug purchasing behavior in regard to place. There was no significant relationship between education level and drug purchasing behavior;.

**Keywords :** Drug purchasing behavior, The government pharmaceutical organization retail drugstores, Private retail drugstores



## กิตติกรรมประกาศ

การทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ผู้วิจัยได้รับความกรุณาเป็นอย่างยิ่งจากรองศาสตราจารย์  
ฉัตรชัย ลอยฤทธิ์วุฒิไกร สาขาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช และผู้ช่วย  
ศาสตราจารย์ ดร.ธิดิพัฒน์ เขี่ยมนิรันดร์ สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ที่ได้  
กรุณาให้คำแนะนำและติดตามการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้อย่างใกล้ชิดเสมอมา นับตั้งแต่เริ่มต้น  
จนกระทั่งสำเร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง

ผู้วิจัยขอขอบคุณคณาจารย์สาขาวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช  
เพื่อนนักศึกษา ผู้ทรงคุณวุฒิจากภายนอกที่ทางมหาวิทยาลัยได้เชิญมาให้ความรู้แก่นักศึกษา ผู้แต่งตำรา  
และเอกสารต่างๆที่ผู้วิจัยใช้อย่างอิงในการทำวิทยานิพนธ์ ตลอดจนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่ได้กรุณา  
ให้การสนับสนุนช่วยเหลือ และให้กำลังใจตลอดมา

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้บริหารร้านขายยา และผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้  
กรุณาเสียสละเวลา และให้ความร่วมมือในการการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้

ประโยชน์ที่จะได้รับจากการวิจัยนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้ผู้สนใจการศึกษาทั้งหมด

นพรัตน์ ศรีวงศ์พานิช

ตุลาคม 2548

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	3
สมมติฐานของการวิจัย.....	4
ขอบเขตการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	7
ความเป็นมาของร้านขายยาในประเทศไทย.....	7
ความเป็นมาขององค์การเภสัชกรรม.....	11
กฎหมายที่เกี่ยวข้อง.....	13
ตลาดยาในประเทศไทย.....	17
ประเภทร้านขายยา.....	21
จรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ.....	22
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค.....	24
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	30
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	36
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	36
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	37
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	39
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	39

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค.....	42
ตอนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค.....	47
ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้บริโภค.....	64
ตอนที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค.....	67
บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	123
สรุปการวิจัย.....	123
อภิปรายผล.....	126
ข้อเสนอแนะ.....	129
บรรณานุกรม.....	133
ภาคผนวก.....	137
ก แบบสอบถาม.....	138
ประวัติผู้วิจัย.....	147

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1	แสดงคำถามที่ใช้เพื่อค้นหาพฤติกรรมของผู้บริโภค (6Ws1H).....30
ตารางที่ 4.1	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทร้านขายยา.....43
ตารางที่ 4.2	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....43
ตารางที่ 4.3	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....43
ตารางที่ 4.4	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา.....44
ตารางที่ 4.5	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....45
ตารางที่ 4.6	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....46
ตารางที่ 4.7	แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการซื้อยาเมื่อเจ็บป่วยจำแนกตาม ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป.....47
ตารางที่ 4.8	แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการซื้อยาเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา จำแนกตามร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป.....48
ตารางที่ 4.9	แสดงจำนวนและร้อยละของชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุดจำแนกตาม ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป.....49
ตารางที่ 4.10	แสดงจำนวนและร้อยละของสิ่งที่พิจารณาในการเลือกซื้อยาจำแนกตาม ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป.....50
ตารางที่ 4.11	แสดงจำนวนและร้อยละของเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยาจำแนกตาม ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป.....51
ตารางที่ 4.12	แสดงจำนวนและร้อยละของสิ่งที่พิจารณาในการเลือกร้านขายยาจำแนกตาม ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป.....52
ตารางที่ 4.13	แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยาจำแนกตาม ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป.....53
ตารางที่ 4.14	แสดงจำนวนและร้อยละของการอ่านฉลากก่อนการตัดสินใจซื้อจำแนกตาม ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป.....54
ตารางที่ 4.15	แสดงจำนวนและร้อยละของรายละเอียดบนฉลากยาที่สนใจมากที่สุดจำแนกตาม ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป.....55
ตารางที่ 4.16	แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการในการซื้อยาจำแนกตาม ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป.....56

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน จำแนกตามร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป.....	57
ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายในการซื้อยาต่อครั้งจำแนกตาม ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป.....	58
ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับยาที่ซื้อจำแนกตาม ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป.....	59
ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานที่ที่ซื้อยาบ่อยที่สุดจำแนกตาม ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป.....	60
ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนและร้อยละของทำเลที่ตั้งของร้านขายยาที่เลือกซื้อจำแนกตาม ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป.....	61
ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนและร้อยละของการซื้อเมื่อไม่มียาที่ต้องการจำแนกตาม ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป.....	62
ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวนและร้อยละของสินค้าอื่นที่ต้องการจากร้านขายยาจำแนกตาม ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป.....	63
ตารางที่ 4.24 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติของผู้บริโภค ต่อส่วนประสมทางการตลาดของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	64
ตารางที่ 4.25 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติของผู้บริโภค ต่อส่วนประสมทางการตลาดของร้านขายยาทั่วไป.....	65
ตารางที่ 4.26 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	67
ตารางที่ 4.27 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา ของร้านขายยาทั่วไป.....	68
ตารางที่ 4.28 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	69
ตารางที่ 4.29 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด ของร้านขายยาทั่วไป.....	69

สารบัญตาราง(ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.30 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	70
ตารางที่ 4.31 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา ของร้านขายยาทั่วไป.....	71
ตารางที่ 4.32 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	72
ตารางที่ 4.33 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา ของร้านขายยาทั่วไป.....	72
ตารางที่ 4.34 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยา ใน 1 เดือนของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	73
ตารางที่ 4.35 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยา ใน 1 เดือนของร้านขายยาทั่วไป.....	74
ตารางที่ 4.36 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	75
ตารางที่ 4.37 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด ของร้านขายยาทั่วไป.....	75
ตารางที่ 4.38 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับวิธีการซื้อยาที่ร้านขายยา ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	76
ตารางที่ 4.39 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับวิธีการซื้อยาที่ร้านขายยา ของร้านขายยาทั่วไป.....	77
ตารางที่ 4.40 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	78
ตารางที่ 4.41 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา ของร้านขายยาทั่วไป.....	78
ตารางที่ 4.42 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับชนิดยาที่ซื้อเป็นส่วนมาก ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	79
ตารางที่ 4.43 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับชนิดยาที่ซื้อเป็นส่วนมาก ของร้านขายยาทั่วไป.....	80

## สารบัญตาราง(ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.44 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	81
ตารางที่ 4.45 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา ของร้านขายยาทั่วไป.....	81
ตารางที่ 4.46 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	82
ตารางที่ 4.47 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา ของร้านขายยาทั่วไป.....	83
ตารางที่ 4.48 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับจำนวนครั้งที่ซื้อยาจาก ร้านขายยาใน 1 เดือนของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	84
ตารางที่ 4.49 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับจำนวนครั้งที่ซื้อยาจาก ร้านขายยาใน 1 เดือนของร้านขายยาทั่วไป.....	84
ตารางที่ 4.50 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	85
ตารางที่ 4.51 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด ของร้านขายยาทั่วไป.....	86
ตารางที่ 4.52 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับวิธีการซื้อยาที่ร้านขายยา ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	87
ตารางที่ 4.53 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับวิธีการซื้อยาที่ร้านขายยา ของร้านขายยาทั่วไป.....	87
ตารางที่ 4.54 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษา กับพฤติกรรม เมื่อจำเป็นต้องซื้อยาของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	88
ตารางที่ 4.55 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษา กับพฤติกรรม เมื่อจำเป็นต้องซื้อยาของร้านขายยาทั่วไป.....	89
ตารางที่ 4.56 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษา กับชนิดยาที่ซื้อเป็นส่วนมาก ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	90
ตารางที่ 4.57 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษา กับชนิดยาที่ซื้อเป็นส่วนมาก ของร้านขายยาทั่วไป.....	90

## สารบัญตาราง(ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.58 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษาเกี่ยวกับเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	91
ตารางที่ 4.59 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษาเกี่ยวกับเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา ของร้านขายยาทั่วไป.....	92
ตารางที่ 4.60 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพล ในการเลือกซื้อยาของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	93
ตารางที่ 4.61 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพล ในการเลือกซื้อยาของร้านขายยาทั่วไป.....	93
ตารางที่ 4.62 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษาเกี่ยวกับจำนวนครั้งที่ซื้อยา จากร้านขายยาใน 1 เดือนของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	94
ตารางที่ 4.63 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษาเกี่ยวกับจำนวนครั้งที่ซื้อยา จากร้านขายยาใน 1 เดือนของร้านขายยาทั่วไป.....	95
ตารางที่ 4.64 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษาเกี่ยวกับแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	96
ตารางที่ 4.65 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษาเกี่ยวกับแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด ของร้านขายยาทั่วไป.....	96
ตารางที่ 4.66 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษาเกี่ยวกับวิธีการซื้อยาที่ร้านขายยา ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	97
ตารางที่ 4.67 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษาเกี่ยวกับวิธีการซื้อยาที่ร้านขายยา ของร้านขายยาทั่วไป.....	98
ตารางที่ 4.68 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	99
ตารางที่ 4.69 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา ของร้านขายยาทั่วไป.....	99
ตารางที่ 4.70 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับชนิดยาที่ซื้อเป็นส่วนมาก ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	100
ตารางที่ 4.71 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับชนิดยาที่ซื้อเป็นส่วนมาก ของร้านขายยาทั่วไป.....	101



## สารบัญตาราง(ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.72 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	102
ตารางที่ 4.73 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา ของร้านขายยาทั่วไป.....	103
ตารางที่ 4.74 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับปัจจัยที่มีอิทธิพล ในการเลือกซื้อยาของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	104
ตารางที่ 4.75 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับปัจจัยที่มีอิทธิพล ในการเลือกซื้อยาของร้านขายยาทั่วไป.....	105
ตารางที่ 4.76 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับจำนวนครั้งที่ซื้อยา จากร้านขายยาใน 1 เดือนของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	106
ตารางที่ 4.77 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับจำนวนครั้งที่ซื้อยา จากร้านขายยาใน 1 เดือนของร้านขายยาทั่วไป.....	106
ตารางที่ 4.78 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	107
ตารางที่ 4.79 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด ของร้านขายยาทั่วไป.....	108
ตารางที่ 4.80 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับวิธีการซื้อยาที่ร้านขายยา ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	109
ตารางที่ 4.81 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับวิธีการซื้อยาที่ร้านขายยา ของร้านขายยาทั่วไป.....	110
ตารางที่ 4.82 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	111
ตารางที่ 4.83 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา ของร้านขายยาทั่วไป.....	112
ตารางที่ 4.84 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับชนิดยาที่ซื้อเป็นส่วนใหญ่ ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	113
ตารางที่ 4.85 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับชนิดยาที่ซื้อเป็นส่วนใหญ่ ของร้านขายยาทั่วไป.....	113

## สารบัญตาราง(ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.86 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับเหตุผลที่ซื้อขายในร้านขายยา ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	114
ตารางที่ 4.87 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับเหตุผลที่ซื้อขายในร้านขายยา ของร้านขายยาทั่วไป.....	115
ตารางที่ 4.88 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับปัจจัยที่มีอิทธิพล ในการเลือกซื้อยาของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	117
ตารางที่ 4.89 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับปัจจัยที่มีอิทธิพล ในการเลือกซื้อยาของร้านขายยาทั่วไป.....	117
ตารางที่ 4.90 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับจำนวนครั้งที่ซื้อขาย จากร้านขายยาใน 1 เดือนของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	118
ตารางที่ 4.91 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับจำนวนครั้งที่ซื้อขาย จากร้านขายยาใน 1 เดือนของร้านขายยาทั่วไป.....	118
ตารางที่ 4.92 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	119
ตารางที่ 4.93 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด ของร้านขายยาทั่วไป.....	120
ตารางที่ 4.94 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับวิธีการซื้อยาที่ร้านขายยา ของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม.....	121
ตารางที่ 4.95 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับวิธีการซื้อยาที่ร้านขายยา ของร้านขายยาทั่วไป.....	122

สารบัญภาพ

		หน้า
ภาพที่ 1.1	แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4
ภาพที่ 2.1	แสดงช่องทางหลักและสัดส่วนการกระจายของประเทศไทย.....	18
ภาพที่ 2.2	แสดงโครงสร้างกระบวนการตัดสินใจ.....	25
ภาพที่ 2.3	แสดงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค.....	28

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ยาเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่เป็นความจำเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์ซึ่งได้แก่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค และที่อยู่อาศัย ในประเทศไทยเรามีวิวัฒนาการควบคู่ไปกับวิชาแพทยศาสตร์ ไทย เดิมจะใช้ยาสมุนไพร ชากสัตว์และวัตถุธาตุ จนกระทั่งประมาณ พ.ศ. 2371 เริ่มมีการใช้การแพทย์แผนปัจจุบัน รวมทั้งยาแผนปัจจุบันมากขึ้น ยาเป็นสินค้าที่มีความหลากหลายทั้งรูปแบบชนิด ความแรง และชื่อการค้า มีจำนวนผู้บริโภคนานาชาติในปริมาณมากพอๆกับสินค้าอุปโภคบริโภคแต่มีพฤติกรรมการซื้อยาที่มีกระบวนการตัดสินใจซื้อที่ซับซ้อนกว่าสินค้าอุปโภคบริโภค ผู้บริโภคสามารถซื้อยาได้จากหลายช่องทางแต่ช่องทางที่มีความใกล้ชิด สะดวกและง่ายต่อการซื้อมากที่สุดคือร้านขายยา ทำให้แนวโน้มในการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคมีมากขึ้น ซึ่งมีผลทำให้ในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมาตลาดยามีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง มีร้านขายยาเปิดใหม่เพิ่มขึ้นจำนวนมาก โดยเฉพาะร้านขายยาที่เป็นเชน (Chain) หรือเครือข่ายสาขาของบริษัทข้ามชาติ (Franchise)

องค์การเภสัชกรรมเป็นรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงสาธารณสุขจัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 5 สิงหาคม 2509 ตามพระราชบัญญัติองค์การเภสัชกรรม พ.ศ.2509 เพื่อสนองนโยบายของรัฐบาล สาธารณสุข มีภารกิจหลักในการผลิตยาและเวชภัณฑ์ต่างๆสนับสนุนงานสาธารณสุขและสนองความต้องการของประเทศ มีช่องทางการกระจายยา 6 ช่องทางคือ

1. ผ่านทางโรงพยาบาล สถานบริการสาธารณสุขต่างๆ ซึ่งมีอยู่ประมาณ 10,000 แห่งทั่วประเทศ
2. ผ่านทางกองทุนยาประจำหมู่บ้าน ซึ่งมีอยู่กว่า 20,000 แห่งทั่วประเทศ
3. ผ่านทางตัวแทนจำหน่ายช่วงขององค์การเภสัชกรรม ซึ่งมีอยู่ประมาณ 150 แห่งทั่วประเทศ
4. ผ่านทางร้านขายยาทั่วไป ซึ่งรับยาขององค์การเภสัชกรรมไปจำหน่าย
5. ผ่านร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล 6 แห่ง
6. ผ่านสาขาภาคขององค์การเภสัชกรรมในส่วนภูมิภาค 3 แห่ง

องค์การเภสัชกรรมผลิตยาประมาณ 230 รายการ ยอดขายปี 2545 ประมาณ 3,300 ล้านบาท (เป็นลูกค้าภาครัฐ 90% ภาคเอกชน 10%) นำเงินได้ส่งรัฐปีละ 35%ของผลกำไรสุทธิ มีพนักงานประมาณ 2,000 คน มีสินทรัพย์รวมประมาณ 5,300 ล้านบาท

ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม (GPO Retail Drugstore) เป็นช่องทางในการกระจายยาสู่ผู้บริโภคโดยตรง โดยจัดจำหน่ายยาและเวชภัณฑ์ทั้งที่ผลิตโดยองค์การเภสัชกรรมและผู้ผลิตยาอื่นๆ ในราคาข่อมเขา ปัจจุบันมีร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล รวม 6 แห่งดังนี้

- 1.ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม สาขานนพระรามที่ 6
- 2.ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม สาขายศเส
- 3.ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม สาขาจรัลสนิทวงศ์
- 4.ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม สาขาเทเวศร์
- 5.ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม สาขารังสิต
- 6.ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม สาขากระทรวงสาธารณสุข

การขายตัวของร้านขายยาที่เป็นเครือข่าย (Network Drugstores) ทั้งของเซน และเฟรนไชส์ทำให้สภาวะการแข่งขันในตลาดยาเพิ่มความรุนแรงและเข้มข้นมากขึ้น สร้างความกดดันให้ร้านขายยาต้องปรับตัวเพื่อรับกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น เพื่อความอยู่รอดของตัวเอง โดยเริ่มปรับตัวไปให้น้ำหนักกับการแข่งขันทางธุรกิจมากขึ้น ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมก็ได้รับผลกระทบนี้เช่นกัน ประกอบกับองค์การเภสัชกรรมมีนโยบายที่จะเพิ่มสัดส่วนยอดขายภาคเอกชนให้มากขึ้นเพื่อทดแทนยอดขายภาครัฐบาลที่อาจลดลงเมื่อมีการยกเลิกสิทธิพิเศษต่างๆที่องค์การเภสัชกรรมเคยได้รับจากรัฐบาล เช่น ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. 2535 ข้อ 60-62 ดังนั้นการปรับตัวเพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งเป็นสิ่งที่ไม่หลีกเลี่ยงไม่ได้

เดิมร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมตั้งขึ้นเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์มากกว่าเป็นการสร้างยอดขาย แต่ปัจจุบันองค์การเภสัชกรรมมีนโยบายที่จะใช้ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมในการเพิ่มยอดขาย โดยจะเพิ่มสาขาในขั้นต้น 10 สาขา ดังนั้นกลยุทธ์ในการดำเนินการร้านขายยาจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงและปรับปรุงเพื่อให้สามารถแข่งขันกับร้านขายยาทั่วไปได้

ในการแข่งขันทางธุรกิจไม่ว่าจะด้วยวิธีการสร้างความแตกต่างหรือการแข่งขันด้านราคาก็ตาม เป้าหมายคือเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งธุรกิจร้านขายยาเป็นธุรกิจกึ่งวิชาชีพ มีความเกี่ยวข้องกับสุขภาพ และจริยธรรมและพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภคมีลักษณะเฉพาะ การที่จะ

สามารถพัฒนาและปรับตัวเพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ นั่นจำเป็นต้องทราบพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภคเสียก่อนว่าเป็นอย่างไรจึงจะสามารถตอบสนองและสร้างความพึงพอใจให้ผู้บริโภคได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภคในร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ต่อร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไปใช้เป็นข้อมูลในการวางแผน ปรับปรุงพัฒนากลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องพฤติกรรมและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

- 2.1 ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคในร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป
- 2.2 ศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภคในร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

## 3. กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภคในร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” มีตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยดังนี้

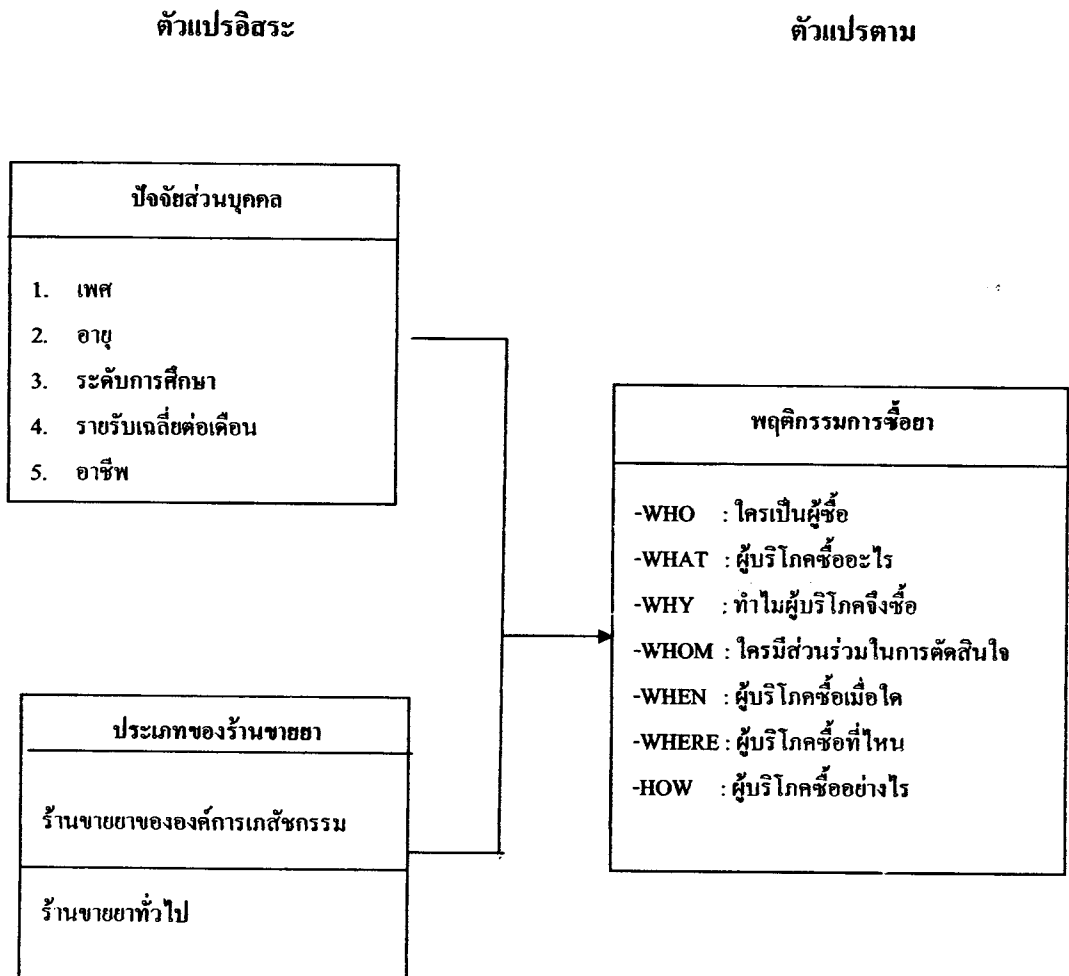
### 3.1 ตัวแปรอิสระ

3.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ

3.1.2 ประเภทของร้านขายยา ประกอบด้วยร้านขายยาทั่วไป และร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการซื้อขาย ในการวิจัยนี้ใช้คำถาม 6 W 1 H เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมซื้อขาย หรือ 7Os ซึ่งได้แก่ Occupants Objects objectives Organization Occasion Outlet และ Operation โดยคำถาม 6 W 1 H ประกอบด้วย WHO (ใครเป็นผู้ซื้อ)

WHAT(ผู้บริโภครู้คืออะไร) WHY(ทำไมผู้บริโภครู้จึงซื้อ) WHOM(ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ)  
 WHEN(ผู้บริโภครู้เมื่อใด) WHERE(ผู้บริโภครู้ที่ไหน) HOW(ผู้บริโภครู้ได้อย่างไร)  
 จากกรอบแนวคิดในการวิจัย แสดงเป็นแผนภาพดังนี้



ภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

#### 4. สมมติฐานการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีสมมติฐานในการวิจัยคือ ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภคในร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

#### 5. ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่มาใช้บริการในร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมทั้ง 6 แห่ง ได้แก่ สาขาถนนพระรามที่ 6 สาขายศเส สาขาจรัลสนิทวงศ์ สาขาเวฬุสน์ สาขารังสิต และสาขากระทรวงสาธารณสุขจำนวน 210 ราย โดยแบ่งสุ่มตัวอย่างแห่งละ 35 ราย และผู้บริโภคที่มาใช้บริการในร้านขายยาทั่วไปที่อยู่ในเขตเดียวกับร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมเขตละ 1 ร้านรวม 6 ร้านจำนวน 210 ราย โดยแบ่งสุ่มตัวอย่างร้านละ 35 รายรวมจำนวนทั้งสิ้น 420 ราย

#### 6. นิยามศัพท์เฉพาะ

6.1 พฤติกรรมการซื้อยา หมายถึงกิจกรรมและกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคในการซื้อยาจากร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไปโดยพิจารณาจาก ใครเป็นผู้ซื้อ ซื้อที่ไหน ซื้อเมื่อใด ซื้อที่ไหน และซื้ออย่างไร

6.2 ยา หมายถึงยาแผนปัจจุบันหรือยาแผนโบราณรวมทั้งเวชภัณฑ์ทุกชนิดที่มีจำหน่ายในร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

6.3 ประเภทของร้านขายยา หมายถึง ร้านขายยาแผนปัจจุบัน (ขย.1) ตามพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 ที่สามารถขายยาได้ทุกชนิด ได้แก่ ยาบรรจุเสร็จ ยาอันตราย ยาควบคุมพิเศษ และสามารถขออนุญาตขายยาเสพติดให้โทษและวัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตประสาทได้ด้วย ทั้งนี้ในการศึกษาวิจัยนี้ประกอบด้วยร้าน ขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป



## 7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัยครั้งนี้ คือ

- 7.1 ประกอบกรรร้านขายยาได้ทราบข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล และพฤติกรรมกรรซื้อยาของ ผู้บริโภค
- 7.2 ผู้ประกอบกรรร้านขายยาได้ทราบกรรเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรซื้อยาของ ผู้บริโภค
- 7.3 ผู้ประกอบกรรร้านขายยาสามารถนำผลของกรรวิจัยไปใช้เป็นแนวทางใน กรรวางแผน กลยุทธ์กรรตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของ ผู้บริโภค
- 7.4 ผลของกรรวิจัยสามารถใช้เป็นประโยชน์สำหรับกรรศึกษาวิจัยด้านกรรตลาดกรรครั้งต่อไป

## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภคในร้านขายยาขององค์กรเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล และเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภคในร้านขายยาขององค์กรเภสัชกรรม และร้านขายยาทั่วไป ผู้วิจัยได้ศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. ความเป็นมาของร้านขายยาในประเทศไทย
2. ความเป็นมาขององค์กรเภสัชกรรม
3. กฎหมายที่เกี่ยวข้อง
4. ตลาดยาในประเทศไทย
5. ประเภทร้านขายยา
6. จรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ
7. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. ความเป็นมาของร้านขายยาในประเทศไทย

ในสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช มีฝรั่งเข้ามาค้าขายและเผยแพร่ศาสนาหลายชาติด้วยกัน สำหรับชาติฝรั่งเศสซึ่งเข้ามาเป็นครั้งแรก พ.ศ.2205 และได้มีแพทย์เข้ามาด้วย ตามหลักฐานในหนังสือตำราพระโอสถของสมเด็จพระนารายณ์มหาราชจำนวน 81 ตำรา ได้มีทั้งยาไทยและยาฝรั่งที่นายแพทย์ฝรั่งเศส “เดอ เมส์” เป็นผู้ปรุงรวมอยู่ด้วย เมื่อสิ้นยุคสมัยสมเด็จพระนารายณ์ได้เกิดเหตุการณ์วุ่นวายมากมายจนฝรั่งค่อยๆปลีกตัวไปจากกรุงศรีอยุธยา ต่อเนื่องมาถึงสมัยต้นกรุงรัตนโกสินทร์ในรัชสมัยพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว ( ร.3 ) การติดต่อกับต่างประเทศได้ทวีเพิ่มขึ้น มีนายโรเบิร์ต ฮันเตอร์ ชาวสก๊อต ได้เข้ามาเมื่อ พ.ศ.2367 นับเป็นคนแรกก่อนพ่อค้าชาวอังกฤษ ได้เปิดห้างทำการค้าขายสรรพสินค้าต่างประเทศ มีทั้งผ้าฝรั่ง ผ้าแขก ยาฝรั่ง เช่น ยาควินิน และนำอาวูรป็นมาขาย นายฮันเตอร์ต่อมาได้รับพระราชทานบรรดาศักดิ์เป็นหลวงอาวูรพิเศษ นับว่าเป็นเจ้าของห้างสรรพสินค้าราย

แรกในประเทศไทย และถือว่ามีการ โฆษณาขายยาแผนปัจจุบันเป็นครั้งแรก ค่อมมาได้โอนการขาย เฉพาะชาควินินให้แก่หมอ บลัดเลย์

ยุคนั้น ได้มีมิชชันนารีอเมริกันเข้าสู่ประเทศไทยหลายคณะด้วยกัน คณะแรกเข้ามาเมื่อ พ.ศ.2371 วัตถุประสงค์คือเผยแผ่ศาสนา โดยมุ่งไปที่ชาวจีนซึ่งมีมากในกรุงเทพฯ คณะที่มีความสำคัญ มากและควรกล่าวถึงคือคณะที่3 ซึ่งมีนายแพทย์ Dan Beach Bradley M.D. หรือที่ชาวบ้านเรียกว่า “หมอบลัดเลย์” หรือ “หมอบลัดเล” เข้ามาด้วยเมื่อวันที่ 18 กรกฎาคม พ.ศ.2378 เมื่อหมอบลัดเลย์เดินทาง มาถึงได้ไม่ถึง 20 วัน ได้ตั้งโอสถศาลาเป็นเรือนไม้สัก 2 หลังขึ้นข้างใต้วัดเกาะ(วัดสัมพันธวงศ์) เริ่มเปิด สถานที่ย่อยยารักษาโรค เปิดโอกาสให้คนป่วยมารักษาได้ตลอดวัน ปรากฏว่าวันหนึ่งมีคนมารักษา ประมาณ 70-80 คน ส่วนมากเป็นคนจีน ฉะนั้นวันที่หมอบลัดเลย์เปิดโอสถศาลาหรือห้างขายยาฝรั่งเป็น ครั้งแรกในประเทศไทยควรจะประมาณวันที่ 5-7 สิงหาคม พ.ศ.2378 ค่อมได้ย้ายไปเช่าที่ริมน้ำของ เจ้าพระยาคลัง (ดิศ บุนนาค) ซึ่งมีบริเวณกว้างขวาง ณ ที่นี้ต่อมาเรียกว่า “ห้างขายยา” โดยเปิดทำการ เมื่อวันที่ 30 ตุลาคม พ.ศ.2378 ซึ่งมีบันทึกประชุมพงศาวดารกล่าวไว้และถือว่าเป็นวันที่เภสัชชุมชนได้ ก่อกำเนิดอย่างมีระบบและมีห้องสำหรับผสมยา มีนายชอน แบบดิศเป็นผู้ทำหน้าที่เภสักรและผสมยา รานจำหน่ายยาของหมอบลัดเลย์นี้ให้การตรวจวินิจฉัยและการรักษาโรคคล้ายคลึงกับ

ยาแผนปัจจุบันหรือยาแผนตะวันตกหรือยาฝรั่งตามที่ชาวบ้านเรียกกัน ทวีความนิยมแก่ ประชาชนทั่วไปเมื่อต้นสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (ร.5) ซึ่งในปี พ.ศ.2415 ทรง โปรดเกล้าให้ใช้การรักษาโรคแผนตะวันตกในกรมทหารราบที่ 1 มหาดเล็กรักษาพระองค์โดยมีพ.ด. พระยาสารสนสามิมภักดี(เทียนสี สารสิน) ซึ่งจบแพทย์เป็นคนแรกจากมหาวิทยาลัยเพนซิลวาเนีย เป็น นายแพทย์ภายใต้บังคับบัญชาของกรมหลวงวงษาราชสนิท นับเป็นการเปิดศักราชของการแพทย์ และ เภสัชกรรมแผนปัจจุบันในส่วนราชการเป็นครั้งแรก

ในสมัยพระจุลจอมเกล้า ได้มีชาวต่างประเทศได้มาดำเนินธุรกิจการค้ามากกว่าเดิมในช่วงนี้ ได้มีชาวต่างประเทศตั้งธุรกิจขายยาขึ้นหลายแห่ง เช่น ห้าง บี กริม แอนด์โก ตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ.2421 สถานที่เดิมอยู่บริเวณริมแม่น้ำเจ้าพระยาบริเวณ โรงแรมโอเรียนเต็ล ต่อมาอีก 4 ปี จึงได้ย้ายมาอยู่ บริเวณปากคลองตลาด ตำบลปากคลองตลาด ห้างนี้มีเภสักรชาวเยอรมันชื่อนายแบร์นฮาร์ด กริม รวม กับพ่อค้าชาวออสเตรเลียชื่อ นายแอร์วิน มีลเลอร์ก่อตั้งขึ้นขายยาเยอรมันเป็นส่วนใหญ่ บริษัทเทอส์ยูก เเกอร์ และบริษัทดีทเฮล์ม ก็มาเปิดธุรกิจการค้าขายสินค้าทั่วไปอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยาประมาณพ.ศ.2433 ทั้ง 2 บริษัทอยู่ข้างเคียงกันและเป็นบริษัทของชาวสวิสทั้งคู่ (ภายหลังได้ทำธุรกิจทางยาด้วย) นายแพทย์ เฮส์ (T.Heyward Hays) ได้ตั้งร้านขายยาขึ้นที่ถนนเจริญกรุงมุมถนนสุรวงศ์ ด้านใต้ตัวอาคารเป็นเด็ก สองชั้นรูปสี่เหลี่ยมมีรั้วไม้เสาอิฐกันเป็นบริเวณ และตรงมุมเสาด้านปากถนน สุรวงศ์มีกรกบคยาแบบ

ฝรั่งขนาดยักษ์พร้อมสาบคล้ายตั้งอยู่บนหัวเสา คนผ่านไปมาอาจเห็นได้แต่ไกลว่าเป็นร้านขายยาฝรั่งไม่ต้องอ่านคู่มือ คิวหนังสือให้เสียเวลา แม้มีป้ายคิ้วหนังสือแต่ส่วนมากก็อ่านไม่ออก ถ้ารู้หนังสือไทยจะอ่านชื่อออกกว่า ร้านขายยาอังกฤษ ถ้ารู้ภาษาอังกฤษก็เป็น British Dispensary แต่ที่เรียกกันเป็นสามัญก็คือ “ร้านขายยาตรางู” เพราะมีรูปงูเลื้อยเป็นรูปคล้ายตัวอักษร U ของอังกฤษกลายๆ ตรงกลางหลังมีลูกศรปัดอยู่ ร้านขายยาตรางูนี้ภายหลังหมอเส็งเชิงกิจการทั้งหมด ซึ่งรวมทั้งชื่อห้างและเครื่องหมายการค้าในตัวซึ่งเรียกเป็นคำรวมภาษาอังกฤษว่า good will ให้แก่ชาวบริติชคนหนึ่งชื่อ แมกแบค (J.Macbeth) ต่อมาก็แข็งให้คนอื่นคืออีกทอดหนึ่งจนถึงนายล้วน ว่องวานิช ซึ่งห้างขายยาอังกฤษตรางูนี้เป็นของตระกูลว่องวานิชมาจนถึงปัจจุบันนี้

ร้านขายยาที่เปิดขึ้นหลังจากการเปิดการศึกษาการแพทย์และเภสัชกรรมแผนปัจจุบันขึ้นในประเทศไทยมีดังต่อไปนี้

1. ห้างขายยาเวสเดินดิสเพนซารี เจ้าของเป็นชาวไทหล้า มีนายบุญช่วย จูติเวส (หลวงเภสัชกิจโกศล) รับจ้างทำงานอยู่สมัยหนึ่ง เมื่อ พ.ศ.2443 เริ่มต้นเงินเดือนเดือนละ 20 บาท
2. ห้างขายยาบ้านหม้อ เจ้าของเดียวกับอันดับ 1 โดยนายบุญช่วยย้ายมาประจำ
3. ห้างขายยาอังกฤษ (อิงลิชฟาร์มาซี) มีชาวอังกฤษเป็นเจ้าของร้านในสมัยนั้น มีนายบุญช่วย ได้ลาออกจากร้านลำดับ 2 เมื่อปี พ.ศ.2447 มาทำงานด้วยได้เงินเดือนเดือนละ 60 บาท
4. ห้างขายยาตราบัว มีชาวอเมริกันทำงานอยู่และเป็นที่ทำการกงสุลอเมริกันด้วย
5. ห้างขายยาหมอพลาย หมอพลายเป็นลูกศิษย์หมอเส็ง ซึ่งเป็นแพทย์ชาวอเมริกัน
6. ห้างขายยาสยามครีกส์โดร์ มีนายอัฑฒ (หลวงวิมเนตร์) นายแพทย์ประกาศนียบัตรคนแรกของเมืองไทย เป็นเจ้าของและมีนายบุญช่วย (หลวงจูเกสัชฯ) รับจ้างทำงานอยู่เมื่อปี พ.ศ.2448 เงินเดือนเดือนละ 100บาท และมีเปอร์เซนต์ด้วย
7. ห้างขายยาบุญมี (ในสมัยนั้นอยู่ที่ถนนกรุงเทพฯ ซ่างคลองเล็ก ด้านเหนือโรงเรียนสายปัญญาในปัจจุบัน) มีนายบุญมี บิดาของนายกิมซัง เกษมสุวรรณเป็นเจ้าของในเวลาต่อมา ท่านเป็นญาติผู้ใหญ่ของท่านขุนโอสถสิทธิการ
8. ห้างขายยาหมอสุข (ถนนเขาวราช ใกล้สี่แยกราชวงศ์) ของนายสุข มีนายบุญช่วยเป็นที่ปรึกษา
9. ห้างขายยาบุญเนียน (ตลาดน้อย) มีนายบุญช่วย หุ้นส่วนกับนาย ข.หุ่ยเส็ง นายธนาคารหุ่ยเส็ง แขวงคร่ำราชวงศ์เมื่อ พ.ศ.2450

เมื่อ พ.ศ.2462 เมื่อสงครามโลกครั้งที่ 1 สิ้นสุดลงใหม่ๆ ได้มีร้านขายยาเพิ่มขึ้นมากมายรวมทั้งร้านขายยาเก่าประมาณ 30 แห่งด้วยกันไม่รวมทั้งร้านขายยาทั้งไทยจีนซึ่งขายกัน 2 คน สามี่

ภรรยาไม่มีลูกจ้าง เนื่องจากขณะนั้น ไม่มีพระราชบัญญัติประกอบโรคศิลปะและพระราชบัญญัติยา จึงทำกันอย่างเสรี ร้านขายยา 30 แห่งรวมทั้งของฝรั่งนี้มีเภสัชกรประจำเพียง 8 แห่งเท่านั้น ข้อน่าสังเกตก็คือ นอกจากร้านขายยาฝรั่ง ร้านขายยาที่เหลือส่วนมากเป็นของคนจีนไหหลำ ถ้าเป็นของคนไทยมักจะมีแพทย์รักษาโรคและขายยาไปด้วย

การขายยาของร้านขายยาขณะนั้นบางแห่งทำกันอย่างโลด โผนมากขายบางอย่างโฆษณาว่ารักษาได้เกือบทุกโรคหายเด็ดขาด ถ้าไม่หายยินดีคืนเงิน การโฆษณาก็ทำในรูปจดหมายของคนที่รักษาหายมาเขียนยันและชมเชย

สำหรับคนไทยที่ใช้ยาฝรั่งรักษาประชาชนทั่วไปได้แก่กรมหลวงพิชิตปรีชากร แต่ประชาชนรู้จักท่านผ่านในนามของ”หมอมเวชสิทธิ์” ทรงใช้ยาไทยผสมยาฝรั่ง ได้ทรงตั้งชื่อภาษาไทยไว้เช่น ยาขาว (Zinc Oxide) เกลือสมาน (Boric Acid) และน้ำมันระกำ (Wintergreen Oil) เป็นต้น

ส่วนทางราชการได้คิดริที่จะผลิตยาขึ้นเองเพราะยาที่ซื้อจากห้างร้านขายยาในกรุงเทพฯแพงถึง 2-3 เท่าของราคาเมืองนอก พวกพ่อค้าฝรั่งถือโอกาสขูดราคาโดยเฉพาะตอนยาขาด จึงได้ติดต่อจ้างเภสัชกรมารับผิดชอบทำยาจากต่างประเทศ ในที่สุดก็ได้เภสัชกร Hugo Willems เป็นชาวเยอรมันเดินทางมาถึงประเทศไทยเมื่อวันที่ 11 กรกฎาคม พ.ศ.2445 และได้ตั้งสถานผลิตยาที่ข้างๆ วัดเทพศิรินทร์ เมื่อได้ส่งเครื่องจักรมาทำยาแล้วก็เริ่มผลิตยาออกจำหน่าย ยาที่ผลิตออกมารุ่งแรกเป็นยาเม็ด 8 ชนิดคือ

1. Quinine Sulfate
2. Sodamint
3. Cathatic Compound
4. Bismuth Pill
5. Mercury Iodide
6. Santonin and Calamel
7. Opium Compound
8. Blood Tablet

ยาที่โอสถศาลาทำมาเป็นเม็ดนี้บรรจุกล่องๆละ 24 เม็ด ราคา 1 เฟื้อง (12 สตางค์) ได้รับกำไร 40% แบ่งให้ผู้ที่รับไปขายเสีย 20% รัฐคงได้กำไร 20%

เมื่อปี พ.ศ.2485 เกิดมหาสงครามเอเชียบูรพาร้านขายยาเล็กเกิดขึ้นมาก รวมทั้งร้านขายยาที่มีป้ายและสำนักงานติดต่อกับมีเพียงโทรศัพท์และโต๊ะทำงานคอยถามราคาจากต่างประเทศเอามาขาย บางครั้งกำไรถึง 2 เท่าตัว พวกที่ขายยากับทหารญี่ปุ่นมักจะตั้งราคาตามสบาย ซึ่งทหารญี่ปุ่นไม่ต่อราคา

ชื่อเลย ยาขณะนั้นขาดแคลนและมีราคาแพงกว่าทองคำจึงเกิดการกักตุนยากันขึ้น หลายคนร่ำรวยเป็นเศรษฐีเพราะยา ตรงกันข้ามร้านขายยาบางแห่งต้องเลิกกิจการ ไปเพราะไม่มีขายยา ในช่วงนั้นได้มีร้านขายยาเกิดขึ้นอีกหนึ่งแห่งที่อาคารราชดำเนินชื่อว่า “ห้างหุ้นส่วนจำกัดวิยาศรม” ซึ่งก่อตั้งโดยกลุ่มเภสัชกร และเพื่อนๆรวมทั้งหมด 6 คน ได้แก่ เภสัชกรคร.แหว ผลวัฒน์ เภสัชกรศาสตราจารย์เกลียว บุนนาค เภสัชกรเชียร จิวาลักษณ์ คุณปลั่ง เรืองผกา คุณเทียม อุชชินและคุณคำรงค์ ปุณณหัตถานนท์ ซึ่งนอกจากขายยาแล้วยังผลิตยาออกจำหน่าย เช่น ยาฉิคควินิน เป็นยาที่ได้รับนิยมเนื่องจากราคาไม่แพง จนเกินไป นอกจากนี้ยาน้ำทิงเจอร์ ยาชาคูน้าแดงของห้างขายยาแห่งนี้มีผู้นิยมใช้กันมากจนถึงทุกวันนี้ นอกจากนี้การรักษาโรคยังจำหน่ายยาเชื่อมมตราซังคำ ห้างขายยานี้เภสัชกรประจำตลอดเวลา รับปรุงยาตามใบสั่งแพทย์ภายใต้การควบคุมดูแลของคุณแหว ผลวัฒน์และคุณเชียร จิวาลักษณ์

เมื่อสงครามสิ้นสุดลงร้านที่เกิดขึ้นเพื่อเป็นนายหน้าขายยาก็เลิกกิจการ ไป ยาของต่างประเทศเริ่มหลั่งไหลเข้ามาในประเทศไทย บริษัทต่างชาติเข้ามาตั้งกิจการเป็นตัวแทนจำหน่ายยาของบริษัทเอง มีการจัดระบบการจำหน่ายโดยมีดีเทลยึดติดกับแพทย์ และ โรงพยาบาลโดยตรง ร้านขายยาที่เคยเป็นตัวแทนจำหน่ายยาให้แก่หน่วยแพทย์ของรัฐบาลจึงต้องปรับปรุงเปลี่ยนแปลงกิจการเป็นร้านขายปลีกต่อประชาชน เมื่อมี พ.ร.บ.ยา 2510 การขายยา และผลิตยาจึงแยกจากกันโดยเด็ดขาด

## 2. ความเป็นมาขององค์การเภสัชกรรม

ก่อนพ.ศ. 2480 ยารักษาโรคแผนปัจจุบันที่ใช้ในประเทศไทยต้องสั่งซื้อมาจากต่างประเทศแทบทั้งสิ้น ยังไม่มีโรงงานสำหรับผลิตยาขึ้นใช้เองในประเทศอย่างเป็นระบบอุตสาหกรรม คร.ตัว ลพานุกรมในสมัยดำรงตำแหน่งอธิบดีกรมวิทยาศาสตร์ กระทรวงเศรษฐการ ผู้ก่อตั้งกองเภสัชกรรมขึ้นในปี 2480 เพื่อศึกษาวิเคราะห์วิจัยทางเภสัชกรรม และวิจัยสมุนไพรที่ใช้ทำเป็นยา ได้พิจารณาเห็นว่าประเทศไทยต้องสั่งซื้อยาแผนปัจจุบันมาจากต่างประเทศมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทุกปี ด้วยหลายชนิดทำมาจากสมุนไพรที่มีอยู่ภายในประเทศเพียงแต่ยังขาดโรงงานที่จะผลิตให้เป็นยาเข้ามามาตรฐานเภสัชตำรับ จึงมีความมุ่งมั่นที่จะจัดสร้างโรงงานเภสัชกรรมขึ้น เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมภายในประเทศให้เจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้น เป็นการประหยัดเงินที่ต้องสั่งยาจากต่างประเทศให้ลดน้อยลง และเพื่อจะได้มียาสำรองไว้ใช้ในประเทศ ป้องกันขาดแคลนยาในยามคับขัน โรงงานเภสัชกรรมได้เริ่มสร้างขึ้นในที่ดินซึ่งเช่าจากสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ที่ตำบลพญาไท มีเนื้อที่ 47 ไร่ เมื่อเดือนมกราคม 2482 อาคารผลิตยาหลังแรกเป็นอาคารชั้นเดียวมีขนาด 20x45 เมตร สร้างเสร็จในเดือนมิถุนายน 2483

ใช้ค่าก่อสร้างเป็นเงิน 36,635 บาท และได้สร้างอาคารประกอบอื่นๆเพิ่มขึ้น รวมเป็นเงินค่าก่อสร้างทั้งสิ้น 71,324 บาท โดยใช้งบประมาณกรมวิทยาศาสตร์ 62,704 บาท และเงินทุนของโรงงาน 8,620 บาท

ในระยะแรกโรงงานเภสัชกรรมผลิตยาออกจำหน่ายรวม 25 ชนิด ได้แก่ยาฉีด 3 ชนิด ยาเม็ด 7 ชนิด ทิงเจอร์ 9 ชนิด ยาสกัด 1 ชนิด ยาสปิริต 1 ชนิด รวมกับยาที่เคยผลิตมาก่อนตั้งแต่กรมวิทยาศาสตร์ยังเป็นศาลาแยกธาตุอีก 4 ชนิด คือ ยารักษาโรคเรื้อนจากน้ำมันกระเบา 3 ชนิด ยาสกัดวิตามินบีจากรำข้าว 1 ชนิด

เนื่องจากการดำเนินงานโรงงานเภสัชกรรมมีลักษณะเป็นธุรกิจจัดรูปแบบการบริหารแยกจากกรมวิทยาศาสตร์โดยมีคณะกรรมการอำนวยการซึ่งแต่งตั้งโดยการอนุมัติของคณะรัฐมนตรีทำหน้าที่กำหนดนโยบายและควบคุมกำกับ การ คร.ตัว ลพานุกรม ได้ดำรงตำแหน่งประธานกรรมการอำนวยการคนแรก และได้เจรจาทำความตกลงขอกู้เงินจากกระทรวงการคลังจำนวน 5 แสนบาท อัตราดอกเบี้ยร้อยละ 5 ต่อปี กำหนดชำระเงินคืนภายใน 10 ปี เพื่อนำมาเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน

ในปี 2485 มีการปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม และได้มีการจัดตั้งกระทรวงสาธารณสุขขึ้น โรงงานเภสัชกรรมต้องพ้นจากการสังกัดในกรมวิทยาศาสตร์ กระทรวงเศรษฐการ โอนมาเป็นแผนกหนึ่งของกองเภสัชกรรม กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุขเมื่อวันที่ 7 เมษายน 2485

วันที่ 24 มิถุนายน 2485 ได้มีพิธีเปิดโรงงานเภสัชกรรมอย่างเป็นทางการ โดยมีพ.อ.ช่วง เขวงศักดิ์สงคราม รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขเป็นประธานในพิธี

ปี 2489 โรงงานเภสัชกรรมได้เริ่มดำเนินการผลิตยาป้องกันโรคประเภชิวัดดูขึ้นเป็นชนิดแรกคือวัคซีนป้องกันไข้ทรพิษ (Smallpox Vaccine) โดยได้จัดสร้างอาคารผลิตขึ้นด้วยเงินของโรงงานเภสัชกรรมเป็นเงิน 97,000 บาท แล้วได้ผลิตวัคซีน ท็อกซอยด์ และเซรุ่มเพิ่มขึ้นอีกหลายชนิดในเวลาต่อมา

รัฐบาลได้จัดสรรเงินงบประมาณให้เป็นทุนในปี 2493 เป็นเงิน 4,000,000 บาทเพื่อก่อสร้างอาคารผลิตและจัดหาเครื่องจักรและเครื่องมือวิทยาศาสตร์จำนวน 3,000,000 บาท เพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียนจำนวน 1,000,000 บาท และได้ให้เพิ่มขึ้นอีก 6,000,000 บาท ในปี 2494 เพื่อก่อสร้างอาคารผลิตยาอีก 1 อาคาร

วันที่ 13 กันยายน 2495 ได้มีพระราชกฤษฎีกาจัดวางระเบียบราชการ กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ในกระทรวงสาธารณสุข พ.ศ. 2495 โรงงานเภสัชกรรมพ้นจากสังกัดในกอง

เภสัชกรรม กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ เปลี่ยนฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจ บริหารงาน โดยคณะกรรมการ  
 อำนวยการซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้ง และอยู่ภายใต้การดูแลของกระทรวงสาธารณสุขตำแหน่ง“ผู้จัดการ”  
 ได้เปลี่ยนชื่อเป็น “ผู้อำนวยการ”

เนื่องจากเคมีการจำหน่ายยาให้แก่ส่วนราชการนั้น เมื่อโรงงานเภสัชกรรมผลิตยาแล้วจะ  
 จำหน่ายยาให้กองโอสถศาลา จากนั้นกองโอสถศาลาจึงนำไปจำหน่ายให้แก่ส่วนราชการอีกทอดหนึ่ง  
 เป็นการดำเนินการอย่างซ้ำซ้อน และสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายมากกว่าที่ควรจะเป็น มีการคิดราคาบวกกำไร  
 ถึง 2 ครั้งคือ จากโรงงานเภสัชกรรมครั้งหนึ่ง และกองโอสถศาลาบวกกำไรอีกครั้งหนึ่ง ทำให้ต้นทุน  
 ราคาสูงขึ้นอีกด้วย โรงงานเภสัชกรรมเป็นรัฐวิสาหกิจ ส่วนกองโอสถศาลาเป็นส่วนราชการ แบบ และ  
 ลักษณะวิธีการปฏิบัติงานต่างกันทำให้การร่วมมือประสานงานมีอุปสรรค การปรับปรุงประสิทธิภาพ  
 ให้เกิดประโยชน์สูงสุดจึงเป็นไปได้ยาก กระทรวงสาธารณสุขจึงเสนอขอยุบกองโอสถศาลากับโรงงาน  
 เภสัชกรรมเข้าด้วยกัน ซึ่งคณะรัฐมนตรีเห็นชอบและมีคำสั่งให้รวมกิจการตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2506

สมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนีผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์ ทรงพระกรุณาโปรด  
 เกล้าฯลงพระปรมาภิไธยตราพระราชบัญญัติองค์การเภสัชกรรม พุทธศักราช 2509 ให้ไว้ ณ วันที่ 5  
 สิงหาคม 2509 กำหนดทุนขององค์การเภสัชกรรมไว้เป็นจำนวนเงิน 100 ล้านบาท องค์การเภสัชกรรม  
 จากการรวมกิจการของโรงงานเภสัชกรรมและกองโอสถศาลาจึงถือกำเนิดขึ้นนับแต่บัดนั้นและได้เริ่ม  
 กิจการ ในฐานะองค์การเภสัชกรรมจนถึงทุกวันนี้โดยมีภารกิจหลักคือ

1. ผลิตยา และเวชภัณฑ์
2. ส่งเสริมให้มีการศึกษา และวิจัยการผลิตยาและเวชภัณฑ์
3. ส่งเสริมการวิเคราะห์ยา และเวชภัณฑ์รวมทั้งวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตยา
4. ซื้อ ขาย แลกเปลี่ยน และให้ซิงยาและเวชภัณฑ์
5. ดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการผลิตยาและเวชภัณฑ์

### 3. กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

เนื่องจากยา มีประโยชน์และมีความจำเป็นมากในการใช้รักษาและป้องกันโรค และร้านขาย  
 ยาเป็นช่องทางกระจายยาไปสู่ผู้บริโภคสูงสุด ดังนั้นการควบคุมและดูแลร้านขายยาจึงเป็นหัวใจ  
 สำคัญที่จะให้ผู้บริโภคได้ใช้ยาที่ดี มีคุณภาพและประหยัด รัฐบาลจึงต้องมีมาตรการในการดูแลความ  
 ปลอดภัยและคุ้มครองผู้บริโภค โดยการออกกฎหมายรวมทั้งแต่งตั้งผู้รับผิดชอบ โดยมีความเป็นมาดังนี้



พระราชบัญญัติการขายยา พ.ศ. 2493 ได้แบ่งการขายยาออกเป็น 3 ประเภทคือ  
ร้านขายยาประเภท ก. มีเภสัชกรแผนปัจจุบันชั้นหนึ่งควบคุมกิจการจะผลิตและขายยาได้  
ทุกชนิด

ร้านขายยาประเภท ข. มีเภสัชกรแผนปัจจุบันชั้นสองควบคุมกิจการจะปรุงยาตามใบสั่ง  
แพทย์และขายยาได้บางอย่าง

ร้านขายยาประเภท ค. เป็นร้านขายยาสำเร็จรูปที่ไม่มียาอันตรายผสมอยู่ ร้านชนิดนี้มี  
กำหนดว่าถ้าเจ้าของร้านเป็นเภสัชกรแผนโบราณอนุญาตให้ผลิตยาแผนโบราณได้ ถ้าเจ้าของร้านเป็น  
ลูกจ้างทำงานขายยาอยู่ในร้านขายยามาไม่น้อยกว่า 3 ปี ให้รับยาสำเร็จรูปมาขายเท่านั้น ห้ามผลิตยา  
แผนโบราณ

ต่อมาได้มีการแก้ไขพระราชบัญญัติการขายยา พ.ศ. 2493 โดยออกเป็นพระราชบัญญัติ  
ควบคุมการขายยา (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2498 มีหลักการแก้ไขคือ

1. เภสัชกรผู้ควบคุมกิจการขายยาจะควบคุมได้ไม่เกิน 2 แห่งและสถานที่ตั้งทั้ง 2 แห่งนั้น  
ต้องอยู่ห่างกันไม่เกิน 2 กิโลเมตร
2. ในกรณีที่เภสัชกรผู้ควบคุมกิจการ ไม่อยู่ให้ผู้อนุญาตประเภท ก. หรือ ข. ขายยา  
อันตรายที่ปรุงไว้สำเร็จแล้วให้แก่ผู้ประกอบการโรคศิลปะแผนปัจจุบันชั้นหนึ่งหรือแก่ผู้ซึ่งมีใบสั่งของ ผู้  
ประกอบการโรคศิลปะแผนปัจจุบันชั้นหนึ่งโดยชอบด้วยกฎหมาย
3. การขายยาอันตรายแก่บุคคลซึ่งได้รับอนุญาตให้ขายยาให้กระทำได้
4. ผู้ประกอบการโรคศิลปะแผนปัจจุบันชั้นหนึ่งสามารถขายยาอันตรายให้แก่คนไข้ของ  
ตนเองได้

จะเห็นได้ว่าพระราชบัญญัติฉบับนี้ลดความเข้มงวดในพระราชบัญญัติควบคุมการ  
ขายยา พ.ศ.2493 ลงเป็นอันมาก อย่างไรก็ตามพระราชบัญญัติทั้ง 2 ฉบับเป็นการควบคุมเฉพาะด้านการ  
ขายยาเท่านั้น ยังไม่ได้ควบคุมตำรับและวัตถุดิบประกอบจึงยังไม่รัดกุมนัก

ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชได้มีการตราพระราชบัญญัติการ  
ขายยา (ฉบับที่3) พ.ศ.2499 โดยเพิ่มประเภทการขายอีก 1 ประเภท คือ ประเภท ง. สำหรับผู้รับ  
อนุญาตขายยานอกสถานที่คือ ผู้นำยาไปเร่ขายในที่ต่างๆ การขายยาแบบนี้ขัดกับพระราชบัญญัติควบ  
คุมการขายยา พ.ศ.2493 ที่จำกัดมิให้มีการขายยานอกสถานที่ที่ได้รับอนุญาต ทำให้ประชาชนไม่ได้รับ  
ความปลอดภัยในการใช้ยาและใช้ยาเกินความจำเป็น ในปี พ.ศ.2500 มีการตราพระราชบัญญัติการขาย  
ยา (ฉบับที่4) ให้ยกเลิกการขายยาประเภท ง. ให้หมดสิ้นภายใน 1 ปี

พระราชบัญญัติการขายยา (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2505 ได้กำหนดห้ามการขายยาหม้ออายุ ผู้ที่ฝ่าฝืนจะถูกกลงโทษถึงจำคุกหรือทั้งปรับทั้งจำ จึงจะเห็นได้ว่ากฎหมายเกี่ยวกับการขายยาได้มีวิวัฒนาการก้าวหน้าและมีการควบคุมรัดกุมมากยิ่งขึ้น

ใน พ.ศ. 2510 มีการตราพระราชบัญญัติเรียกว่า “พระราชบัญญัติยาพุทธศักราช 2510” กำหนดการควบคุมยาอย่างกว้างขวาง ทั้งด้านผลิต การขาย การขึ้นทะเบียน การควบคุมคุณภาพ การตรวจยาปลอม ยาเสื่อมคุณภาพ เป็นการเริ่มต้นการควบคุมยาเช่น อารยะประเทศ ทั้งนี้เนื่องจากมีโรงงานผลิตยาเกิดขึ้นมากนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2503 เป็นต้นมา

ผู้ที่จะทำผลิตยา ขายยา นำหรือส่งยาเข้ามาในราชอาณาจักรต้องขออนุญาตต่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข การผลิตยาใดๆ ต้องขออนุญาตและขึ้นทะเบียนยาที่ผลิตขึ้น

พระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 แบ่งการพาณิชย์กิจการทางยาแผนปัจจุบันออกเป็น 5 ประเภท

1. การผลิตยาแผนปัจจุบันต้องมีเภสัชกรชั้นหนึ่งเป็นผู้ปฏิบัติการ
2. ขายยาแผนปัจจุบันต้องมีเภสัชกรชั้นหนึ่งหรือเภสัชกรชั้นสองเป็นผู้ปฏิบัติการ
3. การขายยาแผนปัจจุบันเฉพาะยาบรรจุเสร็จที่ไม่ใช่ยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ ผู้ปฏิบัติการคือเภสัชกรชั้นหนึ่งหรือเภสัชกรชั้นสองหรือผู้ประกอบโรคศิลปะแผนปัจจุบันชั้นหนึ่งในสาขาเวชกรรม ทันตกรรม การผดุงครรภ์หรือการพยาบาล
4. การขายยาแผนปัจจุบันเฉพาะยาบรรจุเสร็จสำหรับสัตว์ ผู้ปฏิบัติการคือเภสัชกรชั้นหนึ่งหรือเภสัชกรชั้นสองหรือผู้มีประสบการณ์บำบัดโรคสัตว์ชั้นหนึ่งหรือผู้ประกอบการบำบัดโรคสัตว์ชั้นสอง
5. การนำหรือส่งยาแผนปัจจุบันเข้ามาในราชอาณาจักรมีเภสัชกรชั้นหนึ่งเป็นผู้ปฏิบัติการ

การจัดหมวดหมู่ของยาในพระราชบัญญัติฉบับนี้แบ่งออกเป็นยาอันตรายยาควบคุมพิเศษและยาอื่นๆ

การพาณิชย์กิจการทางยาแผนโบราณแบ่งออกเป็น

1. ผลิตยาแผนโบราณ ต้องมีผู้ประกอบโรคศิลปะแผนโบราณเป็นผู้ควบคุม
2. ขายยาแผนโบราณ ต้องมีผู้ประกอบโรคศิลปะแผนโบราณเป็นผู้ควบคุม
3. นำหรือส่งยาแผนโบราณเข้ามาในราชอาณาจักร ต้องมีผู้ประกอบโรคศิลปะแผนโบราณเป็นผู้ควบคุม

ตามที่กล่าวมานี้จะเห็นว่าพระราชบัญญัติฯ พ.ศ.2510 ห้ามมิให้ผู้ประกอบโรคศิลป์แพนปัจจุบันทุกสาขามาทำหน้าที่ปฏิบัติการ ในการพาณิชย์กิจการทางยาแผนโบราณ

ในปัจจุบัน กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับยาอาจแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มคือ

1. กฎหมายที่เกี่ยวกับการควบคุมผลิตภัณฑ์ ได้แก่
  - พระราชบัญญัติฯ พ.ศ.2510 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม
  - พระราชบัญญัติวัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตประสาท พ.ศ.2518 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม
  - พระราชบัญญัติยาเสพติดให้โทษ พ.ศ.2522 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม

โดยมีหลักการเพื่อควบคุมการค้าเนนกิจกรรมต่างๆตั้งแต่การผลิต / การนำเข้า / การส่งออก / การเข้าสู่ตลาด / การกระจาย / การให้ข้อมูลข่าวสารและการโฆษณาส่งเสริมการขาย เพื่อให้ผู้บริโภคได้ใช้ยาที่มีประสิทธิผล ปลอดภัยและมีคุณภาพได้มาตรฐาน

2. กฎหมายที่เกี่ยวกับการควบคุมการประกอบวิชาชีพและบริการสุขภาพ ได้แก่
  - พระราชบัญญัติวิชาชีพเภสัชกรรม พ.ศ. 2537
  - พระราชบัญญัติการประกอบโรคศิลป์ฯ พ.ศ. 2542

โดยมีหลักการเพื่อกำหนดขอบเขต คุณสมบัติ จริยธรรมของผู้ประกอบวิชาชีพให้ชัดเจนและจัดให้มีการตรวจสอบควบคุมผู้ประกอบวิชาชีพให้เป็นไปตามกฎเกณฑ์จริยธรรมและมาตรฐาน

3. กฎหมายอื่นๆ ได้แก่
  - พระราชบัญญัติประกันสุขภาพ พ.ศ. 2522
  - พระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ. 2533
  - ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. 2535
  - พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

หน่วยงานของรัฐที่ทำหน้าที่ควบคุม, ตรวจสอบและลงโทษผู้ที่ฝ่าฝืนกฎหมายเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคด้านยา เช่นสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา และกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อยกระดับมาตรฐานร้านขายยาทั่วประเทศให้มีมาตรฐานตามหลักเกณฑ์ในระบบสากล
2. เพื่อพัฒนาร้านขายยาให้เป็นสถานบริการสาธารณสุขชุมชนของประเทศ
3. เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการร้านขายยาให้มีความรู้ ทักษะ คุณธรรม เจตคติที่ดีต่อการประกอบอาชีพร้านขายยา

4. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อพัฒนางานคุ้มครองผู้บริโภค  
ด้านยา

5. เพื่อแบ่งเบาภาระของภาครัฐ ในการให้บริการประชาชนด้านยา

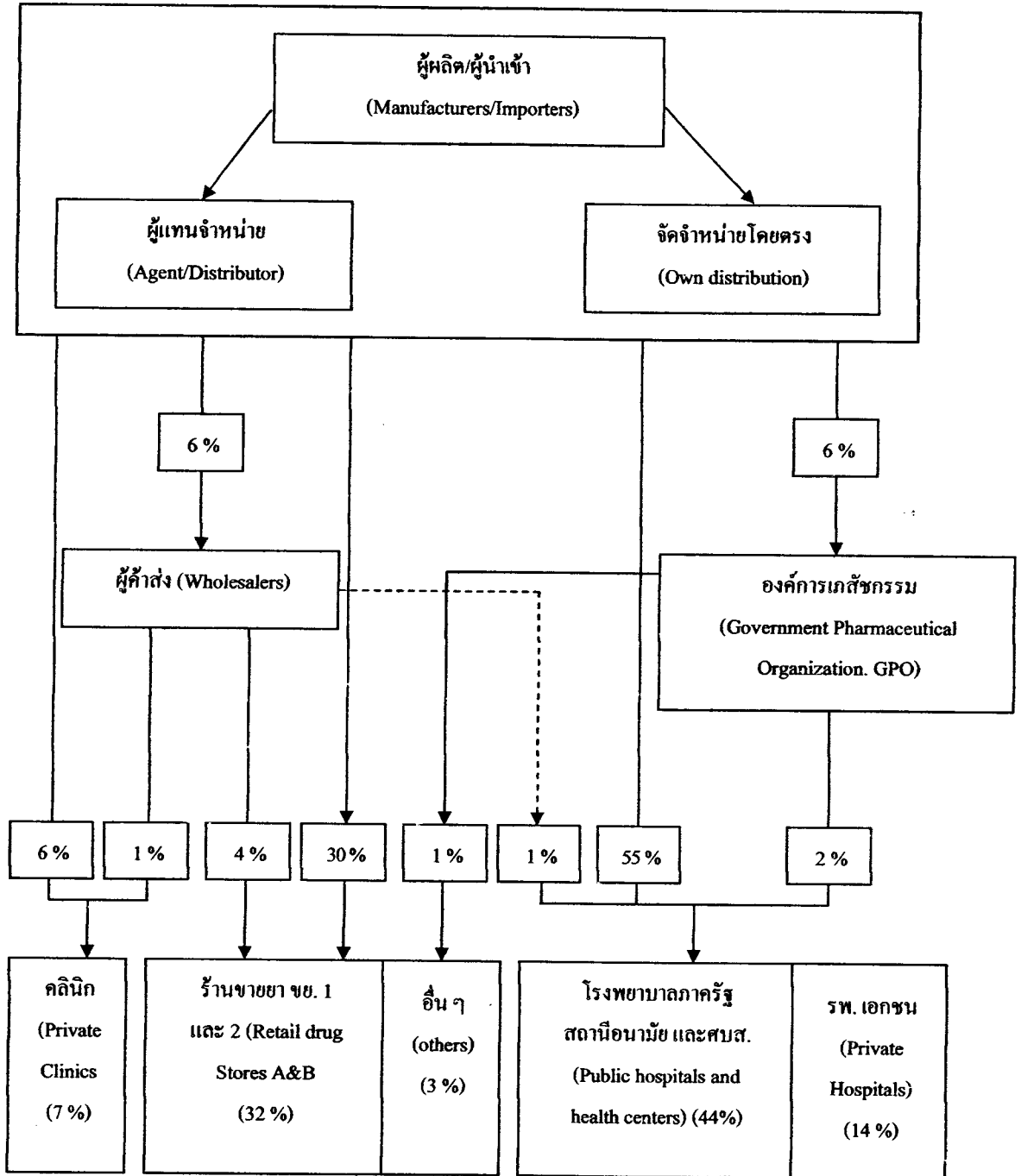
6. เพื่อให้ประชาชนได้รับรู้ความปลอดภัยและบริการที่ดี จากร้านขายยาในฐานะที่เป็น  
สถานบริการสาธารณสุขชุมชน

#### 4. ตลาดยาในประเทศไทย

ยาเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องบริโภคเพื่อรักษาและป้องกันโรค แม้ว่าการบริการทางด้านยานั้น  
เกี่ยวข้องทั้งทางด้านจริยธรรมและธุรกิจ รวมทั้งมีกฎหมายควบคุม แต่มูลค่าการบริโภคยาใน  
แต่ละปีสูง  
มาก โดยในปี 2543 ค่าใช้จ่ายด้านยาของประเทศไทยมีมูลค่ามากกว่า 9 หมื่นล้านบาท คิดเป็น 30 %  
ของค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพ และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้น ธุรกิจด้านยาจึงเป็นธุรกิจที่น่าสนใจ

ในมูลค่าการบริโภคยาของประเทศไทยปี 2543 พบว่ามีการกระจายสู่ผู้บริโภคผ่านช่องทาง  
ต่างๆตามเงื่อนไขที่กำหนดในกฎหมายและมาตรการที่เกี่ยวข้องตามภาพที่ 2.1 ดังนี้

ผ่านโรงพยาบาลของรัฐและเอกชน	58%
ผ่านร้านขายยา	32%
ผ่านคลินิกเอกชน	7%
อื่นๆ	3%



ภาพที่ 2.1 ช่องทางหลักและสัดส่วนการกระจายยาของประเทศไทย พ.ศ. 2543  
 หมายเหตุ : อื่น ๆ หมายถึง ช่องทางกระจายยานอกระบบ เช่น รถเร่ ร้านสะดวกซื้อ ร้านชำ  
 ศบส. หมายถึง ศูนย์บริการสาธารณสุข  
 ที่มา: IMS Health Thailand Database (2544) “สัดส่วนการกระจายยาในช่องทางต่างๆใน

จากข้อมูลของฝ่ายสถานที่กองควบคุมยา ณ วันที่ 15 กรกฎาคม 2536 ร้านขายยาแผนปัจจุบันในประเทศไทยมีจำนวนทั้งสิ้น 4,471 ร้าน ส่วนร้านขายยาแผนปัจจุบันเฉพาะยาบรรจสุเสร็จที่มีใช้ยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษมีจำนวนทั้งสิ้น 5,365 ร้าน

อัตราส่วนร้านขายยาแผนปัจจุบันต่อประชากร ในปี 2539 คือ 1:12551 คน จากการสำรวจของสำลี ใจดี และคณะพบว่า ร้านขายยาแผนปัจจุบันมีรายการยาที่จำหน่ายตั้งแต่ 1,000-10,000 รายการ พฤติกรรมการซื้อยาเพื่อรักษาตนเองเป็นพฤติกรรมที่นิยมมากในประเทศไทย ทำให้ร้านขายยามีบทบาทในการดูแลรักษาตามอาการของผู้บริโภค โดยทำหน้าที่ทั้งวินิจฉัยและจ่ายยาให้ผู้บริโภค โดยพบพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภคจากร้านขายยาดังนี้(มรกด.กรเกษม 2534: 431)

1. เรียกหาขายตามคำโฆษณาตามคำบอกเล่า 30%
2. เล่าอาการและให้ทางร้านขายยาจัดยาให้ 51%
3. อื่นๆ 19%

ยารักษาโรคถือได้ว่าเป็นหนึ่งในปัจจัย 4 ที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์เป็นปัจจัยที่ทำให้มนุษย์มีสุขภาพความเป็นอยู่ที่ดี พ้นจากโรคภัยไม่สบายต่างๆ ในระบบการให้บริการสาธารณสุขที่ประชาชนส่วนใหญ่ยังจำเป็นต้องพึ่งพาการดูแลรักษาด้วยตัวเองเป็นหลัก การกระจายยาและข้อมูลการใช้ยาที่ถูกต้องให้กับประชาชนโดยทั่วถึง จึงมีความสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาประเทศ เพื่อให้เกิดความกินดีอยู่ดีของประชาชนโดยรวม แหล่งกระจายยา และข้อมูลการใช้ยาให้กับประชาชนที่สำคัญมากหน่วยงานหนึ่งก็คือร้านขายยา

ร้านขายยาเป็นแหล่งให้บริการยาที่มีประวัติความเป็นมายาวนานควบคู่กับการพัฒนาระบบสาธารณสุขของประเทศ เนื่องจากร้านขายยามีเป็นจำนวนมากตั้งอยู่ภายในชุมชนแทบทุกชุมชน มีความใกล้ชิดสะดวกในการเข้ารับบริการ จึงเป็นด่านแรกที่สำคัญที่ช่วยบำบัดบรรเทาอาการเจ็บป่วยไม่สบายของประชาชน หรือให้การรักษาพยาบาลก่อนที่จะส่งต่อไปยังสถานพยาบาลอื่นๆต่อไป (พรเทพ อภิญาประเทือง, วรวัชร สีลาคุณากร และบุษยามณี สิริพิศ 2539: 1)

ร้านขายยาเป็นส่วนหนึ่งของตลาดยา และเป็นธุรกิจที่มีลักษณะพิเศษแตกต่างจากลักษณะธุรกิจของสินค้าประเภทอื่น ในปัจจุบันร้านขายยามีจำนวนมากและมีทั้งร้านขายยาที่มีเภสัชกรประจำตลอดเวลาและร้านขายยาซึ่งเปิดมานานแล้ว โดยกฎหมายกำหนดให้มีเภสัชกรประจำอย่างน้อยวันละ 3 ชั่วโมง โดยมากทำเลที่ตั้งร้านขายยาจะเลือกทำเลที่ดี ทำให้ร้านขายยาอยู่ใกล้กันมาก เพราะฉะนั้นการแข่งขันกันจึงมีมาก วิธีการแข่งขันกันระหว่างร้านขายยาได้แก่(สุเชต สิทหาชีวะ 2540: 183-184)

1. การแข่งขันในด้านราคา โดยการตัดราคา
2. การแข่งขันทางด้านการให้บริการบริการกับลูกค้า

2.1 การให้คำอธิบายในการใช้ยาอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ ผู้ขายยาควรจะมี  
 อธิยาศัพท์ ชีวเข้มแจ่มใส

2.2 การจัดยา เกสซ์กรจะต้องซักอาการอย่างละเอียดและประเมินว่าจะต้องให้การ  
 รักษาอย่างไร ครอบคลุมอาการให้ได้มากที่สุดเพื่อให้ลูกค้าหาย ถ้ารักษาแล้วลูกค้าหายลูกค้าจะเกิด  
 ความประทับใจแรกเริ่ม (First Impression) และเขาจะวางใจเรา และทุกครั้งที่มีปัญหาลูกค้าจะกลับมา  
 หาเสมอ

2.3 ความรวดเร็วในการจัดยา

2.4 การจัดตกแต่งร้านให้เป็นระเบียบ สะอาดสะอาด

### 3. การแข่งขันด้านผลิตภัณฑ์

3.1 ชนิดของยาที่มีอยู่ในร้านควรมียาให้ครบทุกชนิด เพื่อให้ลูกค้าสามารถแวะ  
 ซื้อเพียงร้านเดียวแล้วได้ยาครบ

3.2 จำยาที่ผลิตใหม่ๆ

ร้านขายยาเป็นธุรกิจที่มีกฎหมายควบคุมเข้มงวด เพราะยาเป็นสินค้าที่ให้ทั้งประโยชน์และ  
 โทษอย่างมากขึ้นอยู่กับการใช้ การบริโภคยาที่ถูกโรค ถูกขนาด จะช่วยให้หายป่วยจากโรค แต่การ  
 บริโภคยาที่ไม่ถูกต้อง การบริโภคยาที่เสื่อมคุณภาพ ยาปลอมอาจก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพ และชีวิต  
 ได้ โรงงานผลิตยา บริษัทนำส่งยา และร้านขายยาจะต้องอยู่ภายใต้การควบคุมของพระราชบัญญัติยา ยา  
 ที่ผลิตขึ้นภายในประเทศหรือนำส่งเข้าจากต่างประเทศจะต้องขึ้นทะเบียนตำรับยาก่อนนำออกขายใน  
 ตลาด ไม่ว่าจะป็นร้านขายยาแผนปัจจุบัน และแผนโบราณจะต้องมีเกสซ์กรเป็นผู้ปฏิบัติหน้าที่ควบคุม  
 การจัดจำหน่าย

มูลค่าตลาดในช่องทางร้านขายยามีมูลค่าประมาณ 10,338 ล้านบาท และมีอัตราเติบโต 10.6%  
 (ข้อมูล ก.ค. 42-มิ.ย. 43) นอกจากนี้พบว่ายาที่มีการกระจายผ่านร้านขายยามูลค่าสูงสุดคือยา แก้หวัดคัด  
 จมูก ยาอม ยาลดไข้แก้ปวด(มกคต ณ สงขลา 2545)

ตลาดยาของประเทศไทยมีลักษณะกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด แม้ว่าจะมีผู้ผลิต ผู้นำส่งยาเข้าจาก  
 ต่างประเทศ แต่ยาที่ซื้อขายจะมีลักษณะคล้ายคลึงกัน ในตัวยาสำคัญและส่วนประกอบ สิ่งที่แตกต่างกัน  
 คือรูปร่าง สีฉลาก หีบห่อที่บรรจุและชื่อทางการค้า ผู้ผลิตและตัวแทนจัดจำหน่ายจึงจำเป็นต้องแข่งขัน  
 เพื่อขายสินค้าของตน ทั้งนี้การแข่งขันจะเป็นได้ทั้งการแข่งขันด้านราคาและการแข่งขันที่มีใช้ราคา เช่น  
 การโฆษณา การแข่งขันด้านคุณภาพ การแข่งขันด้านการวิจัยและพัฒนา บริษัทใดสามารถเน้นการ  
 โฆษณาให้ประชาชนรู้จักทั่วถึงได้มากกว่าหรือแรงจูงใจด้านราคาที่ต่ำกว่าแม้คุณภาพใกล้เคียงกัน ยา  
 ของบริษัทนั้นๆจะสามารถครองตลาดได้ ดังจะเห็นได้จากกรณีของยาแก้ปวดซึ่งมีผู้ผลิตออกมาจำหน่าย  
 เป็นจำนวนมาก แต่ที่สามารถตีตลาดเป็นที่นิยมของประชาชนจริงๆมีเพียงไม่กี่บริษัทเท่านั้น

สภาพการณ์ของตลาดจึงเสมือนถูกผูกขาด โดยบริษัทเพียงไม่กี่บริษัท ภายใต้ชื่อทางการค้าที่เป็นที่นิยมเพียงไม่กี่อย่างเท่านั้น แต่ยังคงมีการแข่งขันกันบ้างถ้าหากยาชื่อทางการค้าที่ขายดีขึ้น ราคาสูงจนเกินไป อาจทำให้ประชาชนหันไปใช้ยาชื่อทางการค้าอื่นแทน

ตลาดยาแม้จะแข่งขันกันมากในด้าน โฆษณา แต่การ โฆษณาทำได้อย่างจำกัดเพราะ พระราชบัญญัติยาได้กำหนดคกกฎเกณฑ์เกี่ยวกับการ โฆษณาไว้อย่างเข้มงวด ถ้าหากเป็นยาอันตรายและยาควบคุมพิเศษให้โฆษณากระทำได้โดยตรงต่อผู้ประกอบการโรคศิลปะหรือผู้ประกอบการบำบัดสัตว์เท่านั้น (พีรวิมล เจริญศุภพงศ์ 2539: 2)

## 5. ประเภทของร้านขายยา

ปัจจุบันร้านขายยาที่เปิดดำเนินการทั่วไปจำแนกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆคือร้านขายยาแผนปัจจุบัน และร้านขายยาแผนโบราณ โดยร้านขายยาแผนปัจจุบันแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ

5.1 ร้านขายยาแผนปัจจุบัน (ขย.1) เป็นร้านขายยาที่สามารถจำหน่ายยาแผนปัจจุบันได้ทุกชนิด รวมทั้งยาอันตรายและยาควบคุมพิเศษ เดิมเรียกว่าร้านขายยาประเภท ก. ร้านขายยาประเภทนี้ต้องมีเภสัชกรมาปฏิบัติการประจำร้านตลอดเวลาที่เปิดทำการ นอกจากนี้ร้านขายยาประเภทนี้ยังสามารถขอใบอนุญาตขายผลิตภัณฑ์อีก 2 ประเภทได้แก่ ยาเสพติดให้โทษประเภทที่ 3 และวัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท

5.2 ร้านขายยาแผนปัจจุบันบรรจุเสร็จ (ขย.2) เป็นร้านขายยาที่สามารถจำหน่ายยาได้เฉพาะยาบรรจุเสร็จ คือ ผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่ายโดยบรรจุอยู่ในบรรจุภัณฑ์ที่พร้อมสำหรับจัดจำหน่ายให้แก่ผู้มารับบริการได้โดยทันทีโดยไม่ต้องมีการแบ่งบรรจุใหม่ และมีใช้ยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ ผู้ขายจะแบ่งบรรจุยาหรือนับเม็ดขายยาได้ และยาสามัญประจำบ้านหรือยาค่าราหลวงเท่านั้น เดิมเรียกร้านขายยาประเภทนี้ว่าร้านขายยาประเภท ข. การเปิดร้านประเภทนี้จะต้องมีเภสัชกรผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรม ผู้ประกอบโรคศิลปะแผนปัจจุบัน หรือพยาบาล คนใดคนหนึ่งอยู่ปฏิบัติการประจำร้านขายตลอดเวลาที่เปิดทำการ

5.3 ร้านขายยาแผนปัจจุบันบรรจุเสร็จสำหรับสัตว์ (ขย.3) เป็นร้านขายยาที่สามารถจำหน่ายยาสำหรับสัตว์เดิมเรียกว่าร้านขายยาประเภท ค. การเปิดร้านขายยาประเภทนี้ต้องมีเภสัชกรหรือผู้ประกอบการบำบัดโรคคนใดคนหนึ่งอยู่ปฏิบัติการประจำร้านขายยาตลอดเวลาที่เปิดดำเนินการ

ผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการในร้านขายยาจะประกอบด้วยผลิตภัณฑ์อยู่สองประเภทก็คือผลิตภัณฑ์ประเภทยาและผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่ยา สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่ยาจะประกอบด้วย อาหารเสริมสุขภาพ เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์ เครื่องอุปโภคบริโภค สิ่งพิมพ์และสื่อความรู้ต่างๆ



ปัจจุบันร้านขายยาแผนปัจจุบัน (ข.ย.1) เพิ่มมากขึ้นรวมทั้งคลินิก ส่วนร้านขายยาแผนปัจจุบัน บรรจุนเสร็จ(ข.ย.2)มีแนวโน้มที่จะลดลง เพราะนโยบายของกระทรวงสาธารณสุขต้องการจะให้ร้านขายยาประเภทนี้หมดไปหรือเปลี่ยนเป็นร้านขายยาแผนปัจจุบัน(ข.ย.1)จึงไม่มีการออกใบอนุญาตร้านขายยาประเภทนี้อีก ส่วนร้านเดิมจะขายต่อให้กับบุคคลอื่นไม่ได้ต้องเลิกกิจการไปเลยถ้าไม่ต้องการที่จะประกอบธุรกิจประเภทนี้(สุเขต ลีพาหะ 2540: 6-7)

## 6. จรรยาบรรณแห่งวิชาชีพเภสัชกรรม

เพื่อประโยชน์ของประชาชน เพื่อให้การประกอบวิชาชีพเภสัชกรรมได้เป็นที่เชื่อถือและไว้วางใจของประชาชนตลอดไป และเพื่อทำนุบำรุงการเภสัชกรรมในประเทศไทยให้อยู่ในมาตรฐานสูงสุดเภสัชกรรมสมาคมแห่งประเทศไทยฯ จึงประกาศจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพเภสัชกรรมไว้ดังนี้(สำลี ใจดี 2536)

1. เภสัชกรพึงยึดถือสุขภาพและความปลอดภัยในการใช้ยาของผู้ป่วย และสาธารณสุข เป็นเป้าหมายสูงสุด และเป็นหน้าที่ของเภสัชกรที่ต้องปฏิบัติต่อผู้ป่วยเต็มความสามารถของคน
2. เภสัชกรต้องรักษาไว้ซึ่งเกียรติศักดิ์แห่งวิชาชีพ และไม่ประพฤดิหรือร่วมกระทำการใดๆอันอาจเป็นเหตุให้เสื่อมเสียแก่เกียรติศักดิ์วิชาชีพ อีกทั้งเป็นหน้าที่ของเภสัชกรทุกคนที่ต้องดำเนินการแก้ไขเมื่อทราบว่าได้มีการกระทำใดๆอันอาจเป็นเหตุให้เสื่อมเสียแก่เกียรติศักดิ์แห่งวิชาชีพ
3. เภสัชกรพึงเคารพต่อกฎหมายบ้านเมือง และระเบียบข้อบังคับต่างๆอันเนื่องด้วยการประกอบวิชาชีพเภสัชกรรม
4. เภสัชกรต้องรักษามาตรฐานของการประกอบวิชาชีพเภสัชกรรมในระดับที่ดีที่สุด และพึงหลีกเลี่ยงและละเว้นการกระทำใดๆที่ยังให้เกิดเสื่อมความไว้วางใจในการประกอบวิชาชีพเภสัชกรรม
5. เภสัชกรพึงสร้างความไว้วางใจในประสิทธิภาพของการให้บริการเภสัชกรรมของตน
6. เภสัชกรต้องไม่เปิดเผยความลับของผู้ป่วยซึ่งตนทราบมาเนื่องจากการประกอบวิชาชีพ เว้นแต่ด้วยความยินยอมของผู้ป่วย หรือเมื่อต้องปฏิบัติตามกฎหมาย หรือตามหน้าที่
7. เภสัชกรพึงศึกษาติดตามความก้าวหน้าทางวิชาการเภสัชศาสตร์ เพื่อรักษาไว้ซึ่งสมรรถภาพในการประกอบวิชาชีพให้อยู่ในมาตรฐานสูง และสามารถให้บริการเภสัชกรรมได้อย่างดีที่สุด
8. เภสัชกรต้องไม่ประกอบวิชาชีพในสถานที่หรือสภาพอันขัดต่อความเป็นอิสระของการใช้วิชาชีพ และความชำนาญ ซึ่งอาจเป็นเหตุให้มีความเสื่อมเสียในคุณภาพของบริการทางวิชาชีพ หรือเป็นเหตุให้มีการประพฤติผิดจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ

9. เกสักรต้องไม่โฆษณา ใช้จ่าย งาน หรือยินยอมให้ผู้อื่นโฆษณาการประกอบวิชาชีพ ความรู้ ความชำนาญในการประกอบวิชาชีพของตนหรือเกสักรอื่น เว้นไว้แต่เป็นการปฏิบัติการตามกฎหมาย และตามหน้าที่ และข้อความโฆษณานั้นๆต้องไม่เป็นการทักตมเกสักร หรือสถานที่ ปฏิบัติการของเกสักรอื่น

10. เกสักรผู้ให้บริการต่อประชาชนต้องไม่ปฏิบัติในสถานที่สาธารณะเว้นแต่ในเหตุ ถูกเงินในการปฐมพยาบาล หรือในการปฏิบัติหน้าที่การงานของรัฐบาล เทศบาล หรือของสภากาชาด ไทย หรือหน่วยงานสาธารณะกุศลที่คณะกรรมการรับรอง

11. เกสักรพึงยกย่องให้เกียรติ และเคารพในศักดิ์ศรีซึ่งกันและกัน อีกทั้งพึงส่งเสริม และ สนับสนุนการประกอบวิชาชีพ และผู้ประกอบโรคศิลปะอื่นๆเพื่อประโยชน์ของผู้ป่วย และสาธารณชน

12. เกสักรต้องไม่จำหน่ายจ่ายแจก หรือแนะนำยา หรืออุปกรณ์การแพทย์ซึ่งขาดคุณภาพ หรือต่ำกว่ามาตรฐานตามกฎหมาย หรือที่ไม่มีประโยชน์ทางบำบัดแก่ผู้ป่วย และต้องไม่ปรู้งยาผิดจาก คำรับ และต้องไม่เขียนชื่อหรือส่วนผสมหรือประโยชน์ของยาอันไม่เป็นความจริงลงบนฉลากยา

13. เกสักรต้องให้คำแนะนำในการใช้ยาอย่างถูกต้องแม่นยำตามความเป็นจริงทาง วิชาการอย่างสมบูรณ์ และพึงละเว้นการให้คำแนะนำที่อาจชักจูงให้เข้าใจผิดในสภาพ ราคา และคุณค่า ของยา

14. เกสักรต้องไม่ออกใบรับรองอันเป็นความเท็จ โดยตั้งใจ หรือให้ความเห็นโดยไม่ สุจริตในเรื่องใดๆอันเกี่ยวกับวิชาชีพของตน

15. เกสักรต้องไม่ใช้หรือสนับสนุนให้มีการประกอบวิชาชีพเกสักรกรรม หรือการ ประกอบโรคศิลปะ โดยผิดกฎหมาย

มรรยาทแห่งวิชาชีพของเกสักรตามกฎหมายกระทรวงสาธารณสุข (กฎกระทรวงแก้ไขถึงฉบับ ที่ 9 พ.ศ.2532)ข้อ 25 และ 28 มีดังนี้

เกสักรต้องรักษามรรยาทแห่งวิชาชีพโดยไม่ประพฤติ หรือกระทำการใดๆอันอาจเป็นเหตุ ให้เสื่อมเสียเกียรติศักดิ์แห่งวิชาชีพ และต้องไม่ประพฤติหรือกระทำการดังต่อไปนี้

1. โฆษณา ใช้จ่ายหรือยินยอมให้ผู้อื่นโฆษณาการประกอบโรคศิลปะ ความรู้ หรือ ความสามารถของตนไม่ว่าด้วยประการใดๆ

2. ดิดของเมาหรือยาเสพติดให้โทษจนหย่อนความสามารถในหน้าที่

3. ใช้หรือช่วยเหลือผู้ที่มีได้ขึ้นทะเบียน และรับใบอนุญาตผู้ประกอบโรคศิลปะให้ ประกอบโรคศิลปะ

4. ออกใบสำคัญรับรองอันเป็นความเท็จโดยตั้งใจ หรือให้ความเห็นไม่สุจริตในเรื่องซึ่ง เกี่ยวแก่วิชาชีพของตน

5. ประกอบโรคศิลปะในทางสาธารณสุขหรือสถานที่สาธารณสุข เว้นแต่ในเหตุฉุกเฉินในการปฐมพยาบาลหรือในการปฏิบัติหน้าที่การงานของรัฐบาล เทศบาลหรือสภาอากาศไทย

6. ปรุฆาผิดจากตำรับ

7. ไม่สอบถามผู้ออกตำรับในกรณีที่สงสัยว่ายาตำรับเป็นอันตราย หรือตำรับนั้นผิด

8. เขียนชื่อ หรือส่วนผสม หรือประโยชน์ของยาตามฟาร์มาโคเปีย หรือตำรับยาใดๆ ไม่ตรงกับชื่อ หรือส่วนผสม หรือประโยชน์อันแท้จริงตามที่ปรากฏในฟาร์มาโคเปีย หรือตำรับยานั้นๆ

## 7. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรม หมายถึงกิจกรรมหรืออาการกระทำต่างๆของสิ่งมีชีวิตซึ่งบุคคลอื่นสามารถสังเกตเห็น เรียกว่าพฤติกรรมภายนอก (Overt Behavior) หรือเป็นการกระทำที่บุคคลอื่นมองไม่เห็น เรียกว่าพฤติกรรมภายใน (Covert Behavior)(ปริชญ์ ลักษิตานนท์ 2544: 26-28)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึงการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องกับ การจัดหาและการใช้ผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้หมายรวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งเกิดขึ้นก่อน และมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำ(ปริชญ์ ลักษิตานนท์ 2544: 54)

พฤติกรรมของผู้ซื้อ หมายถึงการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนซื้อสินค้า และบริการด้วยเงินรวมทั้งกระบวนการตัดสินใจ(ปริชญ์ ลักษิตานนท์ 2544: 55)

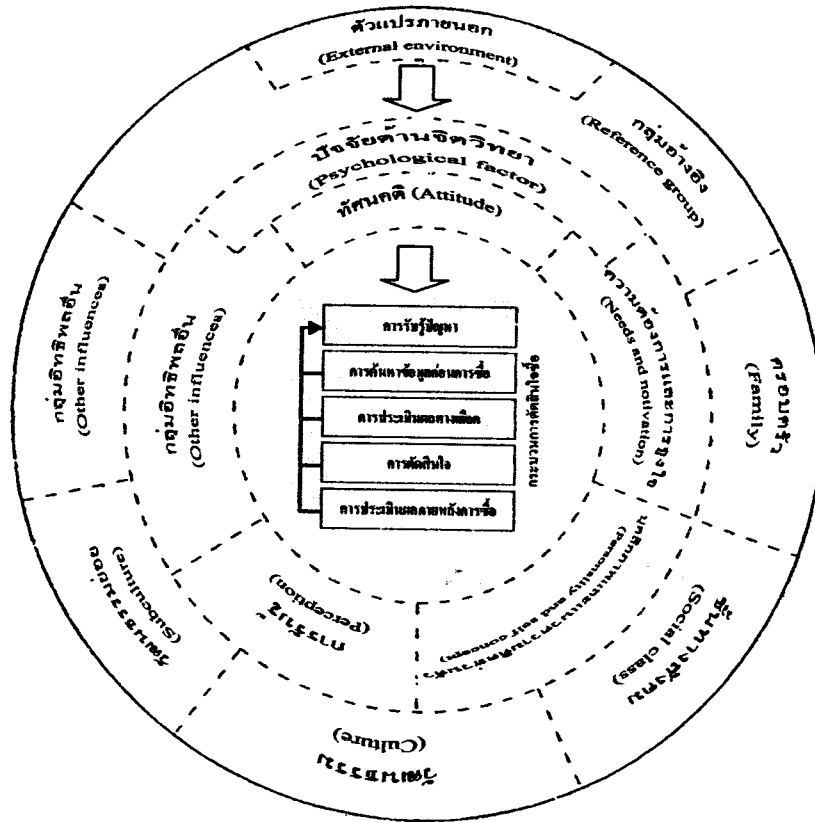
พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึงพฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นหา (Searching) การซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) การประเมินผล (Evaluation) และการใช้จ่าย (Disposing) ในผลิตภัณฑ์และบริการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2539: 3)

โมเดลของบุคคล (Model of Man) : ทักษะในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมี 4 ประการคือ(ศิริวรรณ เสรีรัตน์ 2539: 448-451)

1. บุคคลที่ตัดสินใจซื้อโดยถือเกณฑ์เศรษฐกิจ (Economic Man) ใช้หลักเหตุผลในการประเมิน
2. บุคคลที่ตัดสินใจซื้อโดยถือตามบุคคลอื่น (Passive Man) ใช้การรับรู้จากสิ่งกระตุ้น ไม่มีเหตุผล
3. บุคคลที่ตัดสินใจซื้อด้วยความเข้าใจ (Cognitive Man) ใช้การตอบสนองความต้องการของตนเอง

4. บุคคลที่ตัดสินใจซื้อด้วยอารมณ์ (Emotional Man) ใช้ความรู้สึกส่วนตัว  
 ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อที่มี 5 ขั้นตอน ตามภาพที่ 2.2 ดังนี้(ศิริวรรณ เสรีรัตน์  
 2539: 458-468)

1. การรับรู้ถึงความต้องการหรือการรับรู้ปัญหา



ภาพที่ 2.2 แสดงโครงสร้างกระบวนการตัดสินใจ (Simplified decision – process framework)  
 ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539) “พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับสมบูรณ์” กรุงเทพมหานคร ดวงมล  
 สมัย หน้าที่ 461

2. การค้นหาข้อมูลก่อนการซื้อ
  - แหล่งข้อมูลภายใน
  - แหล่งข้อมูลภายนอก
3. การประเมินผลทางเลือก
  - กฎการตัดสินใจของผู้บริโภค

- กฎการตัดสินใจซื้อแบบทดแทน
  - กฎการตัดสินใจแบบไม่ทดแทน
4. การตัดสินใจซื้อ
  5. การประเมินผลหลังการซื้อ

พฤติกรรมหมายถึง กิริยาอาการ การกระทำหรือกิจกรรมทุกชนิดของมนุษย์หรือสัตว์ ซึ่งกิจกรรมนั้นอาจเป็นการกระทำที่เฉพาะเจาะจงหรือไม่ก็ได้ หรืออาจเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกมาให้เห็นได้หรือไม่สามารถสังเกตได้(ประสาท อิศรปริชา 2522: 1)

นักจิตวิทยาเชื่อว่าพฤติกรรมนั้นเป็นผลที่เกิดจากการกระทำปฏิริยามนุษย์หรืออินทรีย์ (Person or Organism) กับสิ่งแวดล้อม (Environment) พฤติกรรมต่างๆในชีวิตประจำวันส่วนใหญ่มักจะเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการกระตุ้นที่เรียกว่าพฤติกรรมที่ถูกจูงใจ (Motivated Behavior) ซึ่งมีลำดับขั้นดังนี้ เมื่อมีสิ่งเร้าเกิดขึ้นก็ทำให้เกิดความต้องการ เมื่อเกิดความต้องการก็จะพยายามแสวงหาทางตอบสนองความต้องการ เมื่อได้รับการตอบสนองหรือไม่ได้รับการตอบสนองก็จะแสดงอาการพอใจหรือไม่พอใจ ถ้าหากพอใจความต้องการก็จะลดลง ซึ่งกระบวนการนี้จะเกิดขึ้นซ้ำๆกัน(ประสาท อิศรปริชา 2522: 13)

Bloom แบ่งองค์ประกอบของพฤติกรรมเป็น 3 ส่วนคือ(ประภาเพ็ญ สุวรรณ 2536: 156-161)

1. พฤติกรรมด้านพุทธิศึกษา (Cognitive Domain) เป็นความสามารถทางด้านความรู้ ความคิด และพัฒนาการด้านสติปัญญา
2. พฤติกรรมด้านทัศนคติ (Affective Domain) เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของแต่ละบุคคลตามความสนใจ ความรู้สึก ความชอบ พฤติกรรมด้านทัศนคตินี้เป็นตัวควบคุมพฤติกรรมการปฏิบัติของบุคคลอื่น
3. พฤติกรรมด้านการปฏิบัติ (Psychomotor Domain) เป็นการปฏิบัติที่แสดงออกมาเป็นพฤติกรรมขั้นสุดท้ายที่เกิดจากพฤติกรรมด้านพุทธิศึกษาและทัศนคติเป็นพื้นฐาน เป็นพฤติกรรมที่สามารถประเมินผลได้หรือคาดคะเนได้ง่าย แต่กระบวนการที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมด้านการปฏิบัติต้องอาศัยเวลาและการตัดสินใจหลายขั้นตอน

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคตามภาพที่ 2.3 คือ (สุกร เสรีรัตน์ 2540)

1. ปัจจัยภายใน (Internal Variable หรือ Basic Determinants) ประกอบด้วย
  - 1.1. ความต้องการของผู้บริโภคทั้งของร่างกายและจิตใจ
  - 1.2. แรงจูงใจ
  - 1.3. บุคลิกภาพ
  - 1.4. ความตระหนักรู้ ได้แก่การรับรู้ การเรียน ทัศนคติ

## 2. ปัจจัยภายนอก (External Variable หรือ Environmental Determinants)

ประกอบด้วย

- 2.1. ครอบครัว
- 2.2. สังคม
- 2.3. ธุรกิจ
- 2.4. วัฒนธรรม
- 2.5. สถานะทางเศรษฐกิจ

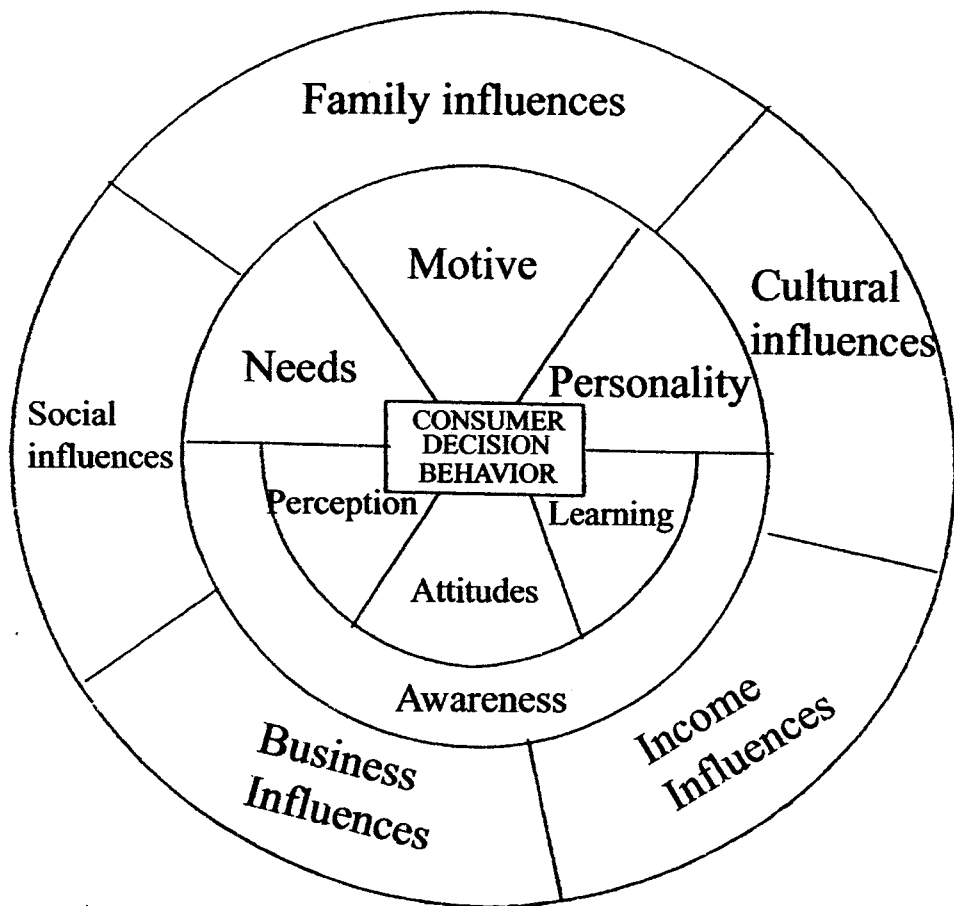
พฤติกรรมกรรมการบริโภค หมายถึง การเลือกปฏิบัติเมื่อมีการเจ็บป่วยเกิดขึ้นกับตัวเอง ญาติ หรือเพื่อนบ้าน ซึ่งคำถามที่ใช้เพื่อค้นหาพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws 1 H ตามตารางที่ 2.1 ประกอบด้วย (ศิริวรรณ เจริญรัตน์ 2539: 34)

1. ใครคือผู้ตัดสินใจซื้อ (WHO)
2. ผู้บริโภคซื้อให้ใคร คือใครเป็นผู้ใช้ (WHOM)
3. ผู้บริโภคตัดสินใจซื้ออะไร (WHAT)
4. เหตุผลในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคคืออะไร (WHY)
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (WHEN)
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (WHERE)
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (HOW)

โดยทั่วไปกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจะประกอบด้วย 7 ขั้นตอนคือ(มรกต กรเกษม 2534: 446-447)

1. การตัดสินใจเกี่ยวกับประเภทของยา ก่อนที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้ออะไรนั้นความจริงแล้วอาจมีความต้องการยาหลายประเภทในเวลาเดียวกัน แต่จำกัดด้วยกำลังซื้อหรืองบประมาณ (Purchasing Power) จึงต้องตัดสินใจเลือกประเภทของยาก่อนเป็นอันดับแรก

2. การตัดสินใจเกี่ยวกับรูปแบบของยา ยาแต่ละกลุ่มยาจะมีหลายรูปแบบในการใช้ขึ้นกับความต้องการของผู้บริโภคที่จะใช้ การโฆษณาจะเป็นการชี้แนะและโน้มน้าวใจของผู้บริโภคได้



ภาพที่ 2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค  
ที่มา: ศุภร เสรีรัตน์ (2540) พฤติกรรมผู้บริโภค กรุงเทพมหานคร ดอกหญ้า

ตารางที่ 2.1 แสดงคำถาม 6Ws 1H เพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภค

คำถาม (6Ws1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ	กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง
1. ใครเป็นผู้ซื้อ (Who)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทางด้าน 1. ประชากรศาสตร์ 2. ภูมิศาสตร์ 3. จิตวิทยาหรือจิตวิเคราะห์ 4. พฤติกรรมศาสตร์	กลยุทธ์ที่ใช้คือกลยุทธ์การตลาด (4Ps)ที่เหมาะสมและตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ ประกอบด้วย กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product strategy) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion strategy) กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านช่องทางทางการจัดจำหน่าย (Distribution channel strategies)
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What)	ชาติผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์คือ คุณสมบัติ และประเภทชาติที่ซื้อ	กลยุทธ์ที่ใช้มักคือกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product strategy) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ รูปแบบ คุณภาพ ลักษณะนวัตกรรม เพื่อสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive differentiation)
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อเพื่อสนองความต้องการของเขาในด้านร่างกายและด้านจิตวิทยาซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ คือ (1) ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางจิตวิทยา (2) ปัจจัยทางสังคม และวัฒนธรรม (3) ปัจจัยส่วนบุคคล	กลยุทธ์ที่ใช้คือกลยุทธ์การตลาด (4Ps)ที่เหมาะสมและตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ ประกอบด้วย กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product strategy) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion strategy) กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านช่องทางทางการจัดจำหน่าย (Distribution channel strategies)
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Whom)	บทบาทของกลุ่มต่าง ๆ (Organizations) ซึ่งมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อประกอบด้วย (1) ผู้ริเริ่ม (2) ผู้มีอิทธิพล (3) ผู้ตัดสินใจ (4) ผู้ซื้อ (5) ผู้ใช้	กลยุทธ์ที่ใช้คือ กลยุทธ์การโฆษณา (Advertising strategies) และ/หรือ การส่งเสริมการตลาด (promotion strategies) โดยใช้กลุ่มอิทธิพล
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When)	โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น เมื่อป่วย ช่วงเวลาที่ซื้อ	กลยุทธ์ที่ใช้คือกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion strategies) จะส่งเสริมการตลาดเมื่อใดจึงจะเพิ่มโอกาสในการซื้อ
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where)	ช่องทางหรือแหล่ง (Outlets) ที่ผู้บริโภคไปซื้อ เช่น ร้านขายยา โรงพยาบาล ร้านขายของชำ	กลยุทธ์ช่องทางทางการจัดจำหน่าย (Distribution channel strategies) บริษัทนำผลิตภัณฑ์สู่ตลาดเป้าหมายโดยพิจารณาว่าจะผ่านคนกลางอย่างไร
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How)	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operation) ประกอบด้วย (1) การรับรู้ปัญหา (2) การค้นหาข้อมูล (3) การประเมินผลทางเลือก (4) การตัดสินใจซื้อ (5) ความรู้สึกภายหลังการซื้อ	กลยุทธ์ที่ใช้คือกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion strategies) ประกอบด้วย การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์

ที่มา: ศิริวรรณ เจริญรัตน์ (2539) พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับสมบูรณ์ กรุงเทพมหานคร ดวงกมลสมัย



3. การตัดสินใจเลือกตราหรือยี่ห้อของยา ขึ้นอยู่กับว่าตราหรือยี่ห้อใดสามารถที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคมากกว่ากัน ดังนั้นการโฆษณาจะช่วยในการให้ข้อมูลข่าวสารเพื่อการตัดสินใจ

4. การตัดสินใจเลือกสถานที่ซื้อ หากราคาไม่ต่างกันมากนัก สถานที่ที่ให้ความสะดวกมากที่สุด เช่น มีที่จอดรถ อยู่ใกล้บ้าน จะมีโอกาสดีกว่าสถานที่อื่นๆ

5. การตัดสินใจด้านปริมาณการซื้อ จะขึ้นกับส่วนลด และข้อเสนอพิเศษอื่นๆสนับสนุนการขายของผู้ขายยา

6. ช่วงเวลาการตัดสินใจ อาจเป็นช่วงที่ผู้บริโภคมีกำลังซื้อหรือเป็นช่วงที่ผู้บริโภคมีโอกาสจะซื้อ เช่น เจ็บป่วย

7. การตัดสินใจด้านการจ่ายเงิน ขึ้นกับความต้องการของผู้บริโภค เช่น บางรายชอบจ่ายเงินสด บางรายชอบจ่ายในระบบเครดิต

การบริโภคยาของคนไทยขึ้นกับความต้องการ 2 ประเภท (วิโรจน์ ตั้งเจริญเสถียร 2539)

1. ความต้องการด้านสุขภาพเพื่อป้องกันและรักษาโรค

2. ความต้องการด้านสังคมขึ้นกับฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้บริโภคและการรับรู้

ข้อมูลข่าวสารหรือโฆษณา

อัตราการบริโภคยาของคนไทย(เภสัชกรรมสมาคมแห่งประเทศไทย.2535:45)

พ.ศ. 2513-2523	มีอัตราการบริโภคยาเพิ่มขึ้น	12-15 % ต่อปี
พ.ศ. 2524-2526	„ „	10 % ต่อปี
พ.ศ. 2531-2535	„ „	23 % ต่อปี
พ.ศ. 2536	„ „	35% ต่อปี

## 8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กนิษฐา ปิงสุทธีวงศ์, จัญจรี เรืองวิเศษ และรัตนภรณ์ อาวิพันธ์ (2535) ศึกษาการวิเคราะห์โฆษณาที่เผยแพร่ทางวิทยุโทรทัศน์ พบว่าประชาชนที่รับข้อมูลข่าวสารด้านยาจากการโฆษณาเข้าใจผิดในเรื่องสรรพคุณ วิธีการใช้มาก สิ่งที่ต้องการให้เพิ่มในการโฆษณาคือเรื่องสรรพคุณ คำเตือน ข้อห้ามใช้ ข้อควรระวังและผลข้างเคียงของยา

ฉลอง อัครชิโนเรศ และคณะ (2536) ศึกษาการแก้ปัญหาการซื้อยาที่ไม่เหมาะสมในหมู่บ้านจำปาหวาย จังหวัดพะเยา พบว่ามีการจำหน่ายยาประเภทที่ไม่เหมาะสม เช่น ยาชุด ยาควบคุมพิเศษในร้านขายยา ร้านขายของชำถึง 42.9% โดยมีเหตุผลคือไม่ต้องการเสียลูกค้า ไม่ทราบว่าเป็นยาที่

ห้ามขาย ส่วนการเลือกซื้อยาของประชาชนในหมู่บ้านพบว่าจะเลือกซื้อยาที่หาซื้อได้ง่าย ซื้อตามความเคยชินและซื้อตามโฆษณา

ชาญชัย วุฒาลักษณ์ และคณะ (2536) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคยาจากร้านชำของประชาชนจังหวัดพัทลุง พบว่ายาที่มีการโฆษณาผ่านสื่อมวลชนเป็นยาที่ประชาชนนิยมซื้อมากถึงร้อยละ 59.2 ซึ่งได้แก่ยาแก้ปวด ยาแก้ไข้หวัดทึฟฟี่

ประภคิต วาทีสาธกกิจ และคณะ (2537) ศึกษาวิเคราะห์การใช้ยาในระดับต่างๆจากข้อมูลสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน สำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่าประชาชนซื้อยารับประทานเองประมาณร้อยละ 19 ของค่ารักษาพยาบาล กลุ่มลูกจ้างทั่วไปและเกษตรกรจะมีค่าใช้จ่ายด้านยาสูงกว่ากลุ่มอาชีพอื่น กลุ่มผู้มีรายได้น้อยจะรักษาตัวด้วยการซื้อยากินเองเป็นส่วนใหญ่ ยาที่ซื้อส่วนใหญ่คือยาแก้ปวดคลล ไซ้ ยาแก้หวัด ยาแก้โรครกระเพาะ

มรกต กรเกษม และคณะ (2537) ศึกษาระบบยาของประเทศไทย พบว่าข้อมูลข่าวสารด้านยาเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดอันดับหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคที่จะเลือกใช้ยา ผู้ประกอบธุรกิจด้านยาจึงลงทุนเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปสู่ผู้บริโภคเป็นค่าใช้จ่ายการโฆษณาและส่งเสริมการขายยาไม่น้อยกว่า 15% ของมูลค่าการขายยาทั้งหมด ใน พ.ศ. 2535 พบว่าค่าใช้จ่ายในการโฆษณาสูงถึง 600 ล้านบาท

ลือชัย ศรีเงินยวง, ทวีทอง หงษ์วิวัฒน์ และเพ็ญจันทร์ ประดับมุก (2537) ศึกษาสถานการณ์ยาและกองทุนยาในชนบทของประเทศไทย พบว่ารายการยาที่มีขายในร้านขายของชำขนาดเล็ก กลางใหญ่เฉลี่ย 18 37 และ 57 รายการตามลำดับ และพฤติกรรมการเลือกแหล่งการรักษาแหล่งแรกในวันแรกของความเจ็บป่วย พบว่าชาวบ้านเลือกไปร้านขายของชำในหมู่บ้านมากที่สุด

สุพัศรา ชาติบัญญัติ และคณะ (2533) ศึกษาแหล่งที่ให้ข้อมูลในการตัดสินใจในการใช้ยาของประชาชนในชนบทภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่าแหล่งที่ให้คำแนะนำในการเลือกใช้ยาคือสื่อบุคคลซึ่งได้แก่ เพื่อนบ้าน / ญาติ เป็นอันดับหนึ่งโดยจะแนะนำชนิดของยา สรรพคุณ วิธีใช้ และสถานที่ที่สามารถซื้อยาใช้ได้ และแหล่งที่ได้มาของยาส่วนใหญ่จะเป็นร้านขายยาในหมู่บ้าน และข้อมูลที่เพื่อนบ้าน / ญาติ ได้มักจะได้จากวิทยุ และโทรทัศน์ร่วมกับประสบการณ์ที่เคยใช้ผลดี

ปรีดา คีสุวรรณ และสมควร รัตนสะอาด (2533) ศึกษาพฤติกรรมการใช้ยารักษาตนเองของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองแพร่ พบว่าโรคที่กลุ่มตัวอย่างใช้ยารักษาตนเองมากที่สุดคือ ไข้หวัดเจ็บคอ รองลงมาคือปวดศีรษะ ปวดข้อกล้ามเนื้อ เนื้อ กลุ่มตัวอย่าง 51.43% มีพฤติกรรมการใช้ยาไม่เหมาะสม โดยมีปัจจัยคือแหล่งข้อมูลได้จากสื่อโฆษณา / ผู้ขายยา แหล่งที่ซื้อคือร้านขายของชำ มีความรู้เรื่องยาน้อย ใช้ยาแบบยาชุดมากกว่า 3 ขนาน ใช้ยาเป็นเวลานานๆมากกว่า 5 วันขึ้นไป

จรรยา ยณะสาร (2538) ศึกษาการใช้ยาของประชาชนบ้านห้วยน้ำดัง พบว่าเมื่อชาวบ้านป่วยจะซื้อยาจากกองทุนยา 93.5% ร้านขายของชำโดยตัดสินใจซื้อเอง 85.2% ไปพบแพทย์ที่โรงพยาบาล 43.5% รอและหวังว่าจะหายเอง 35.2% ฟังไสยศาสตร์ 21.3% ได้คำแนะนำจากเพื่อนบ้าน / ญาติ 34.1% จากร้านขายของชำ 30.5% จากแพทย์อนามัย 13.4%

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2541) ทำการสำรวจพฤติกรรมการดูแลสุขภาพของคนกรุงเทพมหานคร จำนวน 1,155 คน พบว่า ผู้ที่มีโรคประจำตัวส่วนใหญ่เป็น โรคภูมิแพ้ และหอบหืด รองลงมาเป็นโรคจากความเครียดคือโรคกระเพาะ และปวดศีรษะ โดย 57.7% จะรักษาเมื่อมีอาการ 42.3% รักษาต่อเนื่อง 88% ไปพบแพทย์ 12% ซื้อยากินเอง ส่วนผู้ที่ไม่ได้มีโรคประจำตัวส่วนใหญ่เป็นโรคเกี่ยวกับทางเดินหายใจ และทางเดินอาหาร โดย 67.8% รออาการก่อนถ้าไม่ดีขึ้นจึงจะรักษา 32.2% รักษาทันทีที่มีอาการ 71.3% รักษาตัวตามสถานพยาบาลต่างๆ จากสถานะเศรษฐกิจตกต่ำพบว่าผู้ป่วยบางส่วนหันมาซื้อยากินเอง การเลือกใช้บริการร้านขายยาพบว่า 46.6% เลือกใช้บริการร้านขายยาที่มีเภสัชกรประจำ 33.5% เลือกร้านที่อยู่ใกล้บ้าน และที่ทำงาน

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2541) ทำการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวน 428 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างป่วยด้วยโรคปวดศีรษะมากที่สุดคิดเป็น 32.7% รองลงมาเป็นโรคหวัด 27.3% จำนวนครั้งเจ็บป่วยเฉลี่ย 18 ครั้งต่อปี เมื่อเจ็บป่วยจะซื้อยาจากร้านขายยาเป็นส่วนใหญ่คิดเป็น 42.8% ค่าใช้จ่ายในการซื้อยาน้อยที่สุด 10 บาทจนถึง 1,000 บาท เฉลี่ยแล้วจะเสียค่าใช้จ่ายคนละ 205 บาทต่อครั้ง กลุ่มตัวอย่าง 68.4% ตอบว่าผลการรักษานั้นหายขาด

กิตติพงษ์ เลิศอุดมโชค, ชัชวาล บุญญฤทธิ์ และประทีป กิตติกุลกันยาภิ (2534) ศึกษาร้านขายยาในระบบเฟรนไชส์ โดยการใช้แบบสอบถามสำรวจความคิดเห็นจำนวน 200 ชุด ในเขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกเข้าร้านยาที่อยู่ใกล้บ้าน (59.86%) เพราะความสะดวกและรวดเร็ว รองลงมานิยมเข้าร้านยาที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า (13.60%) ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่คำนึงถึงว่าร้านยามีการโฆษณาหรือไม่ และไม่คำนึงว่าร้านยาจะติดแอร์หรือไม่ (66.00%) พบว่า ผู้บริโภคมีความเชื่อถือเภสัชกรอย่างมาก (37.10%) และมีความเชื่อถือเภสัชกรปานกลาง (59.50%) นอกจากนี้พบว่าผู้บริโภคบางส่วน (36.67%) ทราบว่ามีการเปิดร้านยาที่หลายสาขา และมีมาตรฐานเดียวกันแล้ว โดยแนวโน้มในการยอมรับร้านยาในระบบเฟรนไชส์ นี้มีถึง 45% ซึ่งเป็นแนวโน้มที่แสดงให้เห็นว่าร้านยาในระบบเฟรนไชส์สามารถขยายตัวเพิ่มขึ้นได้อีกในอนาคต

สุนัญญา หงุดงคบดี และคณะ (2539) ศึกษารูปแบบร้านขายยาที่พึงประสงค์ในจังหวัดสงขลาโดยใช้วิธีการศึกษา 2 วิธี คือ การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภค กลุ่มเจ้าของร้านขายยา กลุ่มเภสัชกร และใช้วิธีการสนทนาในกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มชมรมร้านขายยาจังหวัดสงขลา กลุ่มเภสัชกรชุมชนจังหวัดสงขลา และกลุ่มนักวิชาการในมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เพื่อนำข้อมูลแต่ละกลุ่มมาประมวลได้เป็นรูปแบบร้านขายยาที่พึงประสงค์พบว่า

ร้านขายยา ควรมีสถานภาพทางสังคมเป็นสถานบริการสาธารณสุขภาคเอกชน เปิดบริการตั้งแต่เวลา 08.00 น. และปิดเวลา 20.00-22.00 น. โดยมีบริการดังต่อไปนี้คือ การให้คำปรึกษาด้านยา และสุขภาพ การจ่ายยาตามอาการ การจ่ายยาตามใบสั่งแพทย์ เป็นแหล่งกระจายข่าวสารทางสาธารณสุข เป็นศูนย์ข้อมูลยา ข้อมูลผู้ป่วย ที่มีบันทึกข้อมูลการใช้ยาอย่างเป็นระบบ มีระบบการส่งต่อที่ชัดเจน การตรวจทดสอบร่างกายเบื้องต้น การปฐมพยาบาล การเตรียมยา ควรมีในขอบเขตเหมาะสม

ประเภทของร้านขายยาแผนปัจจุบันในอนาคต ควรมีร้านขายยาแผนปัจจุบัน (ขย.1) เพียงประเภทเดียว

ประเภทสินค้าที่ควรมีจำหน่ายคือ ยาแผนปัจจุบัน ยาควบคุมพิเศษ ยาเสพติดให้โทษ ประเภท 3 และวัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาท ยาแผนปัจจุบันบรรจุเสร็จ ยาแผนโบราณ วัสดุทางการแพทย์และชุดทดสอบ ผลิตภัณฑ์ส่งเสริมสุขภาพ เครื่องสำอาง สินค้าอุปโภคบริโภค เครื่องดื่ม (ตู้แช่) สำหรับร้านทั่วไปสามารถจำหน่ายยาสามัญประจำบ้าน และยาแผนปัจจุบันบรรจุเสร็จบางชนิดได้

รูปแบบและขั้นตอนการให้บริการ ควรมีให้ครบถ้วนตั้งแต่การซักถามอาการ การซักประวัติย้อนหลัง การระบุชื่อโรคหรืออาการให้ผู้ป่วยทราบ การซักถามข้อมูลการแพ้ยา การจ่ายยาตรงตามอาการ การระบุชื่อสามัญทางยา การแนะนำวิธีการใช้ยา การบอกอาการข้างเคียงของการใช้ยา การแนะนำการปฏิบัติตน การเก็บข้อมูลการใช้ยา การเฝ้าระวัง และติดตามการใช้ยาของผู้ป่วย

ผู้ทำหน้าที่ปฏิบัติการหรือผู้ให้บริการในร้านขายยา ควรมีความรู้เรื่องยา อาการของโรค สามารถอ่านและตรวจใบสั่งยา มีจริยธรรม มีบุคลิกภาพน่าเชื่อถือ มีความสามารถในการสื่อสาร มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ส่วนความสามารถในการตรวจทดสอบร่างกายเบื้องต้น และความสามารถในการเตรียมยามีความจำเป็นน้อย จึงควรมีเภสัชกรทำหน้าที่ปฏิบัติการตลอดเวลาที่เปิดร้าน โดยมีบทบาทหลักคือการบริการให้คำปรึกษาการใช้ยา การจัดการยาภายในร้าน การคัดเลือกยาเข้าร้าน การทำบัญชียา การดูแล และการจัดทำสต็อกยา และผู้ช่วยเภสัชกร ควรมีบทบาทหลักคือการดูแล และจัดทำสต็อกยา การช่วยจัดเรียงยาภายในร้าน การจัดทำบัญชียา และการจัดทำบัญชีธุรกิจ

ระบบข้อมูลข่าวสารในร้านขายยา ควรมีการเก็บประวัติการใช้ยา การเก็บประวัติการป่วยของผู้ใช้ยา ข้อมูลอาการอันไม่พึงประสงค์จากการใช้ยา (Adverse Drug Reaction) ควรมีการใช้คอมพิวเตอร์ในการสืบค้นข้อมูล ตำรา และหนังสือวิชาการที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งควรมีการใช้ฐานข้อมูลทางด้านยาที่จัดทำขึ้น โดยใช้ระบบคอมพิวเตอร์ (Computer database) เพื่อใช้เป็นแหล่งข้อมูลในการศึกษาสืบค้น

ลักษณะความเป็นเจ้าของร้านขายยา ควรเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดของธุรกิจ งบประมาณที่ใช้ลงทุนเปิดร้านขายยา ซึ่งอยู่ในช่วง 251,001 ถึง 500,000 บาท (ไม่รวมที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง) เงินทุนหมุนเวียนในการบริหารการเงินของร้านขายยาอยู่ในช่วง 10,000 ถึง 250,000 บาท การกำหนดผลตอบแทนเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 30 ของยอดขาย

การบริหารร้านขายยาที่เหมาะสม ควรมีการทำบัญชีการเงิน การทำบัญชีเวชภัณฑ์คงคลัง การใช้คอมพิวเตอร์ในการบริหารจัดการและการออกใบรับเงินหรือใบเสร็จ

การควบคุมและการตรวจสอบร้านขายยา ควรควบคุมโดยองค์กรของรัฐร่วมกับองค์การของผู้ประกอบการ การทำบัญชีควรปรับรูปแบบให้เหมาะสมกว่าปัจจุบัน โดยอาจทำเป็นเพิ่มข้อมูลยา (Drug Profile) และใช้คอมพิวเตอร์สรุปจากข้อมูลการใช้ยา สำหรับห้องเภสัชกร และเครื่องมือปรุงยามีความเห็นว่าไม่มีความจำเป็นต้องกำหนดให้มีในร้านขายยาทุกร้าน และควรให้เภสัชกรสามารถปฏิบัติการแทนกันได้

สิ่งแวดล้อมและการจัดระเบียบภายในร้าน ควรคำนึงถึงทำเลที่ตั้ง ที่จอดรถ การจัดแปลนร้านที่เหมาะสม ความสะอาดและการติดตั้งเครื่องปรับอากาศ การจัดเรียงยาควรเรียงตามฤทธิ์ของยาตามความสะดวก และตามตัวอักษรร่วมกัน

การคัดเลือกยาเข้าร้าน ควรคำนึงถึงคุณภาพ ประสิทธิภาพ ความนิยมของผลิตภัณฑ์ ภาพลักษณ์ที่ดีของผลิตภัณฑ์ ปัจจัยผู้จำหน่าย ราคา ผลกำไร เงื่อนไขการชำระเงิน การส่งเสริมการขาย

การประกันคุณภาพยา ควรพิจารณาจัดซื้อผลิตภัณฑ์ยาจากโรงงานที่ได้รับการรับรองผ่านหลักเกณฑ์กรรมวิธีที่ดีในการผลิตยา (Good Manufacturing Practices) ซึ่งมีการนำส่งยามาพร้อมกับในแสดงผลการวิเคราะห์คุณภาพ มีการสุ่มยาส่งตรวจวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบคุณภาพตามระยะเวลาที่เหมาะสมอย่างสม่ำเสมอ การเก็บรักษาตามหลักวิชาการ นอกจากนี้ควรจัดให้มีการอบรมบุคลากรผู้ทำหน้าที่จ่ายยาอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง กำหนดให้มีการใช้เกณฑ์มาตรฐานในการจ่ายยาและการประเมินร้านขายยาเพื่อต่ออายุใบอนุญาต

สุเชต ถิพหาชีวะ (2538) ศึกษาปัจจัยจูงใจที่ผู้บริโภคมีต่อห้องปฏิบัติการเภสัชชุมชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยทำแบบสอบถามจำนวน 832 ชุด ระหว่างวันที่ 19 กรกฎาคม 2538 จนถึงวันที่ 11 สิงหาคม 2538 โดยมีผู้กรอกแบบสอบถามทั้งเพศชาย และหญิงช่วงอายุต่าง ๆ กัน ระดับการศึกษาตั้งแต่จบการศึกษาชั้นประถมศึกษาจนถึงจบการศึกษาระดับปริญญาเอก ที่ระดับรายได้ต่าง ๆ กัน พบว่าส่วนใหญ่ผู้ที่ใช้บริการมาด้วยปัจจัยจูงใจเรียงลำดับความสำคัญจากมาก ไปหาน้อยดังนี้

1. คาดว่าจะได้รับคำแนะนำในการใช้ยาที่ถูกต้อง
2. คาดว่าจะได้รับยาที่มีคุณภาพดี
3. คาดว่าจะได้รับยาราคาถูกกว่าท้องตลาดในชุมชนเดียวกัน

4. คาดว่าจะได้รับการบริการที่ดี พுகจาสุภาพ
5. การจัดร้านสะอาด คำน่าใช้บริการ
6. ที่จอดรถสะดวกสบาย
7. มีคนแนะนำให้มาใช้บริการ

จะเห็นได้ว่าปัจจัยที่เกี่ยวกับยา เช่น การแนะนำการใช้ยา ราคายา จะเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดที่เป็นเหตุจูงใจให้ผู้ใช้บริการมาใช้บริการห้องปฏิบัติการเภสัชชุมชน คณะเภสัชศาสตร์

### บทที่ 3

## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภคในร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล และเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภค ในร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม และร้านขายยาทั่วไป เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งวิธีดำเนินการวิจัย ประกอบด้วย ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### 1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่ใช้บริการจากร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม และร้านขายยาทั่วไปในเขตที่มีร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมทั้ง 6 สาขา คือ

1. แผนกร้านค้า 1 สาขานนพระรามที่ 6
2. แผนกร้านค้า 2 สาขาตศเส
3. แผนกร้านค้า 3 สาขาจรัลสนิทวงศ์
4. แผนกร้านค้า 4 สาขาเทเวศน์
5. แผนกร้านค้า 5 สาขารังสิต
6. แผนกร้านค้า 6 สาขากระทรวงสาธารณสุข

จำนวนประชากร ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลทั้ง 6 เขต ประมาณ 569,213 คน (ข้อมูล จำนวนประชากร พ.ศ.2542 จากศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร [www.bma.go.th](http://www.bma.go.th) และสำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย [www.amphoe.com](http://www.amphoe.com))

##### 1.2 การสุ่ม และกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Judgement Sample) และใช้วิธีการสุ่มอย่างเป็นระบบ (Systemic Random Sampling) โดย

การคำนวณขนาดตัวอย่างที่จะเก็บข้อมูลใช้สูตรความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน โดยให้ค่าความคลาดเคลื่อน 0.05 ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อ  $n$  = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง  
 $N$  = ขนาดของประชากร  
 $e$  = ความคลาดเคลื่อนของการเลือกตัวอย่าง

แทนค่า  $n = \frac{569,213}{1 + 569,213 (0.05)^2}$   
 $= 400$  คน

เมื่อนำค่าของขนาดของกลุ่มตัวอย่างมาเฉลี่ยตามจำนวนร้านขายยาทั้งหมดจะคำนวณได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{กลุ่มตัวอย่าง} &= 400 \text{ คน} \\ \text{จำนวนร้านขายยา} &= 12 \text{ ร้าน} \\ \text{กลุ่มตัวอย่างต่อ 1 ร้าน} &= \frac{400}{12} \text{ คน} \\ &= 34 \text{ คน} \end{aligned}$$

ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้จากการสุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่มาใช้บริการในร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมทั้ง 6 สาขาจำนวน 210 ราย โดยแบ่งสุ่มตัวอย่างสาขาละ 35 ราย และผู้บริโภคที่มาใช้บริการในร้านขายยาทั่วไปที่อยู่ในเขตเดียวกับร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม เขตละ 1 ร้านรวม 6 ร้านจำนวน 210 ราย โดยแบ่งสุ่มตัวอย่างร้านละ 35 ราย จำนวนทั้งสิ้น 420 ราย

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนั้นเป็นแบบสอบถาม ซึ่งจะแบ่งออกเป็น 4 ตอนดังนี้  
 ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามดังนี้

1. เพศ ได้แก่ เพศชายและเพศหญิง เป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ
2. อายุ เป็นตัวแปรเชิงปริมาณ



3. ระดับการศึกษา เป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ ดังนี้
  1. ต่ำกว่ามัธยมต้น
  2. มัธยมปลายหรืออาชีวะ
  3. ปริญญาตรี
  4. สูงกว่าปริญญาตรี
  5. อื่นๆ ( โปรดระบุ )
4. รายรับเฉลี่ยต่อเดือน ( ไม่หักค่าใช้จ่าย ) เป็นตัวแปรเชิงปริมาณ
5. อาชีพ เป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ ดังนี้
  1. นักเรียน / นักศึกษา
  2. ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
  3. พนักงานบริษัท / รับจ้าง
  4. ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ
  5. อื่นๆ (โปรดระบุ)

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อของของผู้บริโภค เป็นลักษณะคำถามปลายเปิด แบบเลือกตอบ เกี่ยวกับใครคือผู้บริโภค ผู้บริโภคซื้ออะไร ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด ผู้บริโภคซื้อที่ไหน ผู้บริโภคซื้ออย่างไร

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาด เป็นลักษณะคำถามปลายเปิดแบบให้แสดงความสำคัญมากน้อย(Scale Question)

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริโภค เป็นลักษณะคำถามปลายเปิดให้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับร้านขายยาที่ดีที่ทำให้ผู้บริโภคอยากใช้บริการว่าควรเป็นอย่างไร

### การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยมีขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถามดังนี้

1. ศึกษาจากเอกสาร โดยการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎีและผลการวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง
2. กำหนดประเด็นและขอบเขตของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และประโยชน์ของการวิจัย

3. สร้างแบบสอบถามฉบับร่าง ส่งให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความครอบคลุม ความสมบูรณ์และความถูกต้องของภาษา
4. นำแบบสอบถามฉบับร่างที่ได้รับคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา
5. นำแบบสอบถามที่ได้ตรวจสอบเรียบร้อยแล้วไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะประชากรคล้ายกลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 30 คน แล้วนำมาทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) ของครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.83
6. นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสม
7. นำแบบสอบถามไปใช้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

### 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยขอความร่วมมือจากร้านขายยาเพื่อแจกและเก็บรวบรวมแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภคที่เข้าไปใช้บริการในร้านขายยาโดยสุ่มตัวอย่างแบบระบบทุก 2 ชั่วโมง จากร้านขายยาแห่งละ 7 วัน เวลา 9.00น.ถึง 16.00น.) กำหนดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 420 ราย แบ่งเป็นร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมทั้ง 6 สาขาละ 35 ราย และร้านขายยาทั่วไปที่อยู่ในเขตเดียวกับร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมเขตละ 1 ร้านรวม 6 ร้านๆละ 35 ราย

### 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การประมวลผล เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลครบถ้วนแล้วผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้ไปประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows ( Statistical Package for the Social Science for Windows)

#### 4.2 สถิติที่ใช้

4.2.1 สถิติเชิงพรรณนา วิเคราะห์ปัจจัยบุคคลและพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภค โดยตัวแปรที่เป็นนามบัญญัติ ใช้การแจกแจงค่าความถี่ และค่าร้อยละ ส่วนตัวแปรที่เป็นอัตราส่วน ใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

**4.2.2 สถิติเชิงอนุमान วิเคราะห์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล  
และพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภคโดยใช้การทดสอบChi-Square**

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภคในร้านขายยาของ  
องค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” มีวัตถุประสงค์เพื่อ  
ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล และเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภคในร้านขายยาขององค์การ  
เภสัชกรรม และร้านขายยาทั่วไป โดยผลของการวิเคราะห์ข้อมูลได้แบ่งเป็นตอนสำคัญ ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภค

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้บริโภค

ตอนที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภค

โดยตอนที่ 1 และ 2 นำเสนอในรูปแบบของ จำนวน ร้อยละ ตอนที่ 3 นำเสนอในรูปแบบ  
ของค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ตอนที่ 4 นำเสนอ การทดสอบ ทางสถิติ Chi-Square

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation)
$H_0$	แทน	สมมติฐานหลัก
$H_1$	แทน	สมมติฐานรอง
Value	แทน	ค่าไคสแควร์
Prob.	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
*	แทน	ความนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทร้านขายยา

ประเภทร้านขายยา	จำนวน	ร้อยละ
ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม	210	50.0
ร้านขายยาทั่วไป	210	50.0
รวม	420	100.0

กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่ใช้บริการร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม และร้านขายยาทั่วไป จำนวนอย่างละ 210 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของเพศจำแนกตามร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม และร้านขายยาทั่วไป

เพศ	องค์การเภสัชกรรม		ทั่วไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	111.0	52.9	88.0	41.9	199.0	47.4
หญิง	99.0	47.1	122.0	58.1	221.0	52.6
รวม	210	100.0	210	100.0	420	100.0

### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

กลุ่มตัวอย่างเป็น เพศชายจำนวน 111คน คิดเป็นร้อยละ 52.9 และ เพศหญิงจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 47.1

### ร้านขายยาทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างเป็น เพศชายจำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 41.9 และ เพศหญิงจำนวน 122คน คิดเป็นร้อยละ 58.1

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของอายุจำแนกตามร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม และร้านขายยาทั่วไป

อายุ	องค์การเภสัชกรรม		ทั่วไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 25 ปี	30	14.3	46	21.9	76	18.1
25-35 ปี	89	42.4	119	56.7	208	49.5
36-45 ปี	47	22.4	31	14.8	78	18.6
46-55 ปี	29	13.8	10	4.8	39	9.3
56-65 ปี	13	6.2	3	1.4	16	3.8
มากกว่า 65 ปี ขึ้นไป	2	1.0	1	0.5	3	0.7
รวม	210	100.0	210	100.0	420	100.0

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ อายุ 25-35 ปี มีจำนวน มากที่สุด คือ 89 คน คิดเป็นร้อยละ 42.4 อายุ 36-45 ปี มีจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 22.4 อายุ น้อยกว่า 25 ปี มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 อายุ 46-55 ปี มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 อายุ 56-65 ปี มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2 และอายุมากกว่า 65 ปี ขึ้นไป มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

#### ร้านขายยาทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ อายุ 25-35 ปี มีจำนวน มากที่สุด คือ 119 คน คิดเป็นร้อยละ 56.7 อายุ น้อยกว่า 25 ปี มีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 21.9 อายุ 36-45 ปี มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 อายุ 46-55 ปี มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 อายุ 56-65 ปี มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 และอายุมากกว่า 65 ปี ขึ้นไป มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของการศึกษาจำแนกตามร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม  
และร้านขายยาทั่วไป

ระดับการศึกษา	องค์การเภสัชกรรม		ทั่วไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมต้น	3	1.4	5	2.4	8	1.9
มัธยมปลายหรืออาชีวะ	60	28.6	69	32.9	129	30.7
ปริญญาตรี	123	58.6	114	54.3	237	56.4
สูงกว่าปริญญาตรี	24	11.4	22	10.5	46	11.0
รวม	210	100.0	210	100.0	420	100.0

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ปริญญาตรี มีจำนวน มากที่สุด คือ 123 คน คิดเป็นร้อยละ 58.6 มัธยมปลายหรืออาชีวะ มีจำนวน 60 คน คิดเป็น ร้อยละ 28.6 สูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4 และ ต่ำกว่ามัธยมต้นมีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4

#### ร้านขายยาทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ปริญญาตรี มีจำนวน มากที่สุด คือ 114 คน คิดเป็นร้อยละ 54.3 มัธยมปลายหรืออาชีวะ มีจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อย ละ 32.9 สูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 และ ต่ำกว่ามัธยมต้นมีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.4

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของอาชีพจำแนกตามร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม และร้านขายยาทั่วไป

อาชีพ	องค์การเภสัชกรรม		ทั่วไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	24	11.4	38	18.1	62	14.8
พนักงานบริษัท/รับจ้าง	112	53.3	118	56.2	230	54.8
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	39	18.6	23	11.0	62	14.8
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	35	16.7	31	14.8	66	15.7
รวม	210	100.0	210	100.0	420	100.0

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ พนักงานบริษัท/รับจ้าง มีจำนวนมากที่สุด คือ 112 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 18.6 ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ มีจำนวน 35คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 และนักเรียน/นักศึกษา มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4

#### ร้านขายยาทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ พนักงานบริษัท/รับจ้าง มีจำนวน มากที่สุด คือ 118 คน คิดเป็นร้อยละ 56.2 นักเรียน/นักศึกษา มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 18.1 ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0



ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละของรายได้ต่อเดือนจำแนกตามร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม และร้านขายยาทั่วไป

รายได้	องค์การเภสัชกรรม		ทั่วไป		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 5,000 บาท	23	11.0	34	16.2	57	13.6
5,001-10,000 บาท	43	20.5	49	23.3	92	21.9
10,001-20,000 บาท	51	24.3	59	28.1	110	26.2
20,001-30,000 บาท	51	24.3	39	18.6	90	21.4
30,001-40,000 บาท	20	9.5	9	4.3	29	6.9
40,001-50,000 บาท	7	3.3	11	5.2	18	4.3
50,001-60,000 บาท	5	2.4	3	1.4	8	1.9
สูงกว่า 60,001 บาทขึ้นไป	10	4.8	6	2.9	16	3.8
<b>รายได้</b>	<b>210</b>	<b>100.0</b>	<b>210</b>	<b>100.0</b>	<b>420</b>	<b>100.0</b>

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ รายได้ 10,001-20,000 บาท มีจำนวน มากที่สุด คือ 51 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 รายได้ 20,001-30,000 บาท มีจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 รายได้ 5,001-10,000 บาท มีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 รายได้ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5,000 บาท มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 รายได้ 30,001-40,000 บาท มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 รายได้สูงกว่า 60,000 บาทขึ้นไป มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 รายได้ 40,001-50,000 บาท มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 และรายได้ 50,001-60,000 บาท มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.4

#### ร้านขายยาทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ รายได้ 10,001-20,000 บาท มีจำนวน มากที่สุด คือ 59 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1 รายได้ 5,001-10,000 บาท มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 รายได้ 20,001-30,000 บาท มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 18.6 รายได้ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5,000 บาท มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 16.2 รายได้ 40,001-50,000 บาท มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 รายได้ 30,001-40,000 บาท มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 รายได้สูงกว่า 60,000 บาทขึ้นไป มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9 และรายได้ 50,001-60,000 บาท มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4

## ตอนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภค

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการซื้อยาเมื่อเจ็บป่วยจำแนกตามร้านขายยาของ  
องค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

พฤติกรรมการซื้อยาเมื่อเจ็บป่วย	องค์การเภสัชกรรม		ทั่วไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อยากินเอง	127	60.5	68	32.4
ไปพบแพทย์	2	1.0	98	46.7
ปรึกษาเภสัชกร	59	28.1	32	15.2
ฟังโฆษณา	2	1.0	0	0
รอและหวังว่าจะหายเอง	20	9.5	0	0
ปรึกษาญาติ/เพื่อนบ้าน	0	0	12	5.7
รวม	210	100.0	210	100.0

### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

เมื่อเจ็บป่วย กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการซื้อยาเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ซื้อยา  
กินเองมีจำนวนมากที่สุดคือ 127 คน คิดเป็นร้อยละ 60.5 ปรึกษาเภสัชกร มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อย  
ละ 28.1 รอและหวังว่าจะหายเอง มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 ไปพบแพทย์ มีจำนวน 2 คน คิด  
เป็นร้อยละ 1.0 และ ฟังโฆษณา มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

### ร้านขายยาทั่วไป

เมื่อเจ็บป่วย กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการซื้อยาเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ไปพบ  
แพทย์ มีจำนวน มากที่สุดคือ 98 คน คิดเป็นร้อยละ 46.7 ซื้อยากินเอง มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ  
32.4 ปรึกษาเภสัชกร มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 15.2 และ ปรึกษาญาติ/เพื่อนบ้าน มีจำนวน 12 คน  
คิดเป็นร้อยละ 5.7

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมกรซื้อยาเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา จำแนกตามร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

พฤติกรรมกรซื้อยาเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา	องค์การเภสัชกรรม		ทั่วไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อยาเอง	122	58.1	117	55.7
ฝากญาติซื้อ	48	22.9	84	40.0
ให้แพทย์จ่ายยาให้	40	19.0	9	4.3
รวม	210	100.0	210	100.0

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

เมื่อจำเป็นต้องซื้อยา กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมกรซื้อยาโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ซื้อยาเอง มีจำนวนมากที่สุด คือ 122 คน คิดเป็นร้อยละ 58.1 ฝากญาติซื้อ มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 22.9 และ ให้แพทย์จ่ายยาให้ มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0

#### ร้านขายยาทั่วไป

เมื่อจำเป็นต้องซื้อยา กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมกรซื้อยาโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ซื้อยาเอง มีจำนวน มากที่สุด คือ 117 คน คิดเป็นร้อยละ 55.7 ฝากญาติซื้อ มีจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 และ ให้แพทย์จ่ายยาให้ มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละของชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด จำแนกตามร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

ชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด	องค์การเภสัชกรรม		ทั่วไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ยาแก้ปวดลดไข้	99	47.1	75	35.7
วิตามินและเกลือแร่	16	7.6	57	27.1
ยาระบบทางเดินหายใจ	27	12.9	7	3.3
ยาระบบประสาท	3	1.4	0	0.0
ยารักษาโรคผิวหนัง	3	1.4	42	20.0
ยารักษาโรคกระเพาะ	20	9.5	17	8.1
ยาปฏิชีวนะ	42	20.0	12	5.7
รวม	210	100.0	210	100.0

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

ชนิดยาที่กลุ่มตัวอย่างซื้อบ่อยที่สุด โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ยาแก้ปวดลดไข้ มีจำนวนมากที่สุดคือ 99 คน คิดเป็นร้อยละ 47.1 ยาปฏิชีวนะ มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ยาระบบทางเดินหายใจมีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 12.9 ยารักษาโรคกระเพาะมีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 วิตามินและเกลือแร่ มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 ยาระบบประสาทมีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4 และ ยารักษาโรคผิวหนัง มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.4

#### ร้านขายยาทั่วไป

ชนิดยาที่กลุ่มตัวอย่างซื้อบ่อยที่สุด โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ยาแก้ปวดลดไข้ มีจำนวน มากที่สุด คือ 75 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7 วิตามินและเกลือแร่ มีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 27.1 ยารักษาโรคผิวหนัง มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ยารักษาโรคกระเพาะ มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 ยาปฏิชีวนะ มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 และ ยาระบบทางเดินหายใจ มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของ สิ่งที่พิจารณาในการเลือกซื้อฯ จำแนกตามร้านขายยา  
ขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

สิ่งที่พิจารณาในการเลือกซื้อฯ	องค์การเภสัชกรรม		ทั่วไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
หีบห่อบรรจุ	0	0.0	11	5.2
คราซีหือ	21	10.0	104	49.5
ราคา	95	45.2	22	10.5
คุณภาพ	25	11.9	0	0.0
วันหมดอายุ	29	13.8	50	23.8
สรรพคุณ	40	19.0	23	11.0
รวม	210	100.0	210	100.0

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

สิ่งที่กลุ่มตัวอย่างพิจารณาในการเลือกซื้อฯ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ราคา มีจำนวน มากที่สุด คือ 95 คน คิดเป็นร้อยละ 45.2 สรรพคุณ มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 วันหมดอายุ มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 คุณภาพ มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 11.9 และ คราซีหือ มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0

#### ร้านขายยาทั่วไป

สิ่งที่กลุ่มตัวอย่างพิจารณาในการเลือกซื้อฯ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ คราซีหือ มีจำนวน มากที่สุด คือ 104 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 วันหมดอายุ มีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 สรรพคุณ มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 ราคา มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 และ หีบห่อบรรจุ มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของ เหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา จำแนกตามร้านขายยาของ องค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

เหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา	องค์การเภสัชกรรม		ทั่วไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความรวดเร็วในการรักษา	59	28.1	59	28.1
ประหยัดค่าใช้จ่าย	54	25.7	22	10.5
อาการของโรคไม่รุนแรง	73	34.8	99	47.1
ต้องการใช้ยาในเวลาที่คลินิก/โรงพยาบาลหยุดให้บริการ	24	11.4	30	14.3
รวม	210	100.0	210	100.0

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

กลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ อาการของโรคไม่รุนแรง มีจำนวนมากที่สุด คือ 73 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 ความรวดเร็วในการรักษา มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1 ประหยัดค่าใช้จ่าย มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 25.7 และ ต้องการใช้ยาในเวลาที่คลินิก/โรงพยาบาลหยุดให้บริการ มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4

#### ร้านขายยาทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ อาการของโรคไม่รุนแรง มีจำนวนมากที่สุด คือ 99 คน คิดเป็นร้อยละ 47.1 ความรวดเร็วในการรักษา มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1 ต้องการใช้ยาในเวลาที่คลินิก/โรงพยาบาลหยุดให้บริการ มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 และ ประหยัดค่าใช้จ่าย มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของสิ่งที่พิจารณาในการเลือกร้านขายยา จำแนกตามร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

สิ่งที่พิจารณาในการเลือกร้านขายยา	องค์การเภสัชกรรมฯ		ทั่วไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ผลิตภัณฑ์ เช่นมียาครบทุกชนิด ยามีคุณภาพ มียาใหม่ ๆ	53	25.2	68	32.4
ทำเลที่ตั้ง เช่นอยู่ใกล้ สะดวกในการเดินทางไปซื้อ	50	23.8	109	51.9
สถานที่ เช่น ตกแต่งร้านทันสมัยสวยงาม สะอาด คิวแอร์	19	9.0	0	0
โฆษณา เช่น ชื่อเสียงของร้านน่าเชื่อถือ	18	8.6	0	0
มีเภสัชกรให้คำแนะนำตลอดเวลา	70	33.3	33	15.7
รวม	210	100.0	210	100.0

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

สิ่งที่กลุ่มตัวอย่างพิจารณาในการเลือกร้านขายยา โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ มีเภสัชกรให้คำแนะนำตลอดเวลา มีจำนวน มากที่สุด คือ 70 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 ผลิตภัณฑ์ เช่นมียาครบทุกชนิด ยามีคุณภาพ มียาใหม่ ๆ มีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 ทำเลที่ตั้ง เช่นอยู่ใกล้ สะดวกในการเดินทางไปซื้อ มีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 สถานที่ เช่น ตกแต่งร้านทันสมัย สวยงาม สะอาด คิวแอร์ มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 และ โฆษณา เช่น ชื่อเสียงของร้าน น่าเชื่อถือ มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6

#### ร้านขายยาทั่วไป

สิ่งที่กลุ่มตัวอย่างพิจารณาในการเลือกร้านขายยา โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ทำเลที่ตั้ง เช่นอยู่ใกล้ สะดวกในการเดินทางไปซื้อ มีจำนวน มากที่สุด คือ 109 คน คิดเป็นร้อยละ 51.9 ผลิตภัณฑ์ เช่นมียาครบทุกชนิด ยามีคุณภาพ มียาใหม่ ๆ มีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 32.4 มีเภสัชกรให้คำแนะนำตลอดเวลา มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา จำแนกตามร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา	องค์การเภสัชกรรม		ทั่วไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตัวเองเคยใช้มาก่อน	57	27.1	81	38.6
ญาติ/สมาชิกในครอบครัว	11	5.2	21	10.0
โฆษณา	41	19.5	13	6.2
แพทย์	0	0	65	31.0
เภสัชกร	101	48.1	30	14.3
รวม	210	100.0	210	100.0

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยาของกลุ่มตัวอย่าง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ เภสัชกร มีจำนวน มากที่สุด คือ 101 คน คิดเป็นร้อยละ 48.1 ตัวเองเคยใช้มาก่อน มีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 27.1 โฆษณา มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 และ ญาติ/สมาชิกในครอบครัว มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2

#### ร้านขายยาทั่วไป

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยาของกลุ่มตัวอย่าง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ตัวเองเคยใช้มาก่อน มีจำนวน มากที่สุด คือ 81 คน คิดเป็นร้อยละ 38.6 แพทย์ มีจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 เภสัชกร มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 ญาติ/สมาชิกในครอบครัว มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 และ โฆษณา มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2



ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของการอ่านฉลากก่อนตัดสินใจซื้อยา จำแนกตามร้านขายยา  
ขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

การอ่านฉลากก่อนตัดสินใจซื้อยา	องค์การเภสัชกรรม		ทั่วไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อ่าน	147	70.0	176	83.8
ไม่อ่าน	63	30.0	34	16.2
รวม	210	100.0	210	100.0

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

กลุ่มตัวอย่างที่อ่านฉลากก่อนตัดสินใจซื้อยา มีจำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 70.0 ส่วน  
กลุ่มตัวอย่างที่ไม่อ่านฉลากก่อนตัดสินใจซื้อยา มีจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0

#### ร้านขายยาทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างที่อ่านฉลากก่อนตัดสินใจซื้อยา มีจำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 83.8 ส่วน  
กลุ่มตัวอย่างที่ไม่อ่านฉลากก่อนตัดสินใจซื้อยา มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 16.2

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวนและร้อยละของรายละเอียดบนฉลากยาที่สนใจอ่านเป็นอันดับแรก  
จำแนกตามร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

รายละเอียดบนฉลากยาที่สนใจอ่านเป็นอันดับแรก	องค์การเภสัชกรรม		ทั่วไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตรา ยี่ห้อ	9	6.1	52	30.1
วันผลิต/วันหมดอายุ	29	19.7	38	22.0
สรรพคุณยา	109	74.1	83	48.0
รวม	147	100.0	173	100.0

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

รายละเอียดบนฉลากยาที่กลุ่มตัวอย่างสนใจอ่านเป็นอันดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ สรรพคุณยา มีจำนวน มากที่สุด คือ 109 คน คิดเป็นร้อยละ 74.1 วันผลิต/วันหมดอายุ มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 และ ตรา ยี่ห้อ มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.1

#### ร้านขายยาทั่วไป

รายละเอียดบนฉลากยาที่กลุ่มตัวอย่างสนใจอ่านเป็นอันดับแรก โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ สรรพคุณยา มีจำนวน มากที่สุด คือ 83 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0 ตรา ยี่ห้อ มีจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 30.1 และ วันผลิต/วันหมดอายุ มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0

ตารางที่ 4.16 แสดงจำนวนและร้อยละของวิธีการในการซื้อยา จำแนกตามร้านขายยาขององค์กรเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

วิธีการในการซื้อยา	องค์กรเภสัชกรรม		ทั่วไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
บอกอาการแล้วผู้ขายจัดให้เอง	69	32.9	121	57.6
ระบุชื่อยาที่ต้องการ	85	40.5	71	33.8
ซื้อตามใบสั่งแพทย์	56	26.7	18	8.6
รวม	210	100.0	210	100.0

#### ร้านขายยาขององค์กรเภสัชกรรม

กลุ่มตัวอย่างมีวิธีการในการซื้อยา โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ระบุชื่อยาที่ต้องการ มีจำนวน มากที่สุด คือ 85 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 บอกอาการแล้วผู้ขายจัดให้เอง มีจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 32.9 และ ซื้อตามใบสั่งแพทย์ มีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 26.7

#### ร้านขายยาทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างมีวิธีการในการซื้อยา โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ บอกอาการแล้วผู้ขายจัดให้เอง มีจำนวน มากที่สุด คือ 121 คน คิดเป็นร้อยละ 57.6 ระบุชื่อยาที่ต้องการ มีจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 และ ซื้อตามใบสั่งแพทย์ มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนและร้อยละของจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน จำแนกตามร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

จำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน	องค์การเภสัชกรรม		ทั่วไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ครั้ง	73	34.8	111	52.9
1-2 ครั้ง	112	53.3	70	33.3
3-4 ครั้ง	16	7.6	29	13.8
มากกว่า 4 ครั้ง	9	4.3	0	0
รวม	210	100.0	210	100.0

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือนของกลุ่มตัวอย่าง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ 1-2 ครั้ง มีจำนวน มากที่สุด คือ 112 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 น้อยกว่า 1 ครั้ง มีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 3-4 ครั้ง มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 และ มากกว่า 4 ครั้ง มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3

#### ร้านขายยาทั่วไป

จำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือนของกลุ่มตัวอย่าง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ น้อยกว่า 1 ครั้ง มีจำนวน มากที่สุด คือ 111 คน คิดเป็นร้อยละ 52.9 1-2 ครั้ง มีจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และ 3-4 ครั้ง มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายในการซื้อยาแต่ละครั้ง จำแนกตามร้านขายยา  
ขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

ค่าใช้จ่ายในการซื้อยาแต่ละครั้ง	องค์การเภสัชกรรม		ทั่วไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 50 บาท	69	32.9	67	31.9
51-200 บาท	106	50.5	117	55.7
201-400 บาท	35	16.7	26	12.4
รวม	210	100.0	210	100.0

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

ค่าใช้จ่ายในการซื้อยาแต่ละครั้งของกลุ่มตัวอย่าง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้  
51-200 บาท มีจำนวน มากที่สุด คือ 106 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 น้อยกว่า 50 บาท มีจำนวน 69 คน คิด  
เป็นร้อยละ 32.9 และ 201-400 บาท มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7

#### ร้านขายยาทั่วไป

ค่าใช้จ่ายในการซื้อยาแต่ละครั้งของกลุ่มตัวอย่าง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้  
51-200 บาท มีจำนวน มากที่สุด คือ 117 คน คิดเป็นร้อยละ 55.7 น้อยกว่า 50 บาท มีจำนวน 67 คน คิด  
เป็นร้อยละ 31.9 และ 201-400 บาท มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 12.4

ตารางที่ 4.19 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับยาที่ซื้อ จำแนกตามร้านขายยาของ  
องค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับยาที่ซื้อ	องค์การเภสัชกรรม		ทั่วไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เคยใช้มาก่อน	59	28.1	44	21.0
แพทย์	14	6.7	6	2.9
เภสัชกร	68	32.4	40	19.0
ฉลาก/เอกสารเกี่ยวกับยา	11	5.2	75	35.7
โฆษณา	50	23.8	35	16.7
ญาติ/คนในครอบครัว	8	3.8	10	4.8
รวม	210	100.0	210	100.0

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับยาที่ซื้อของกลุ่มตัวอย่าง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้  
เภสัชกร มีจำนวน มากที่สุด คือ 68 คน คิดเป็นร้อยละ 32.4 เคยใช้มาก่อน มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อย  
ละ 28.1 โฆษณา มีจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 แพทย์ มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 6.7  
ฉลาก/เอกสารเกี่ยวกับยา มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 และ ญาติ/คนในครอบครัว มีจำนวน 8 คน  
คิดเป็นร้อยละ 3.8

#### ร้านขายยาทั่วไป

แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับยาที่ซื้อของกลุ่มตัวอย่าง โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้  
ฉลาก/เอกสารเกี่ยวกับยา มีจำนวน มากที่สุด คือ 75 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7 เคยใช้มาก่อน มีจำนวน 44  
คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 เภสัชกร มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 โฆษณา มีจำนวน 35 คน คิดเป็น  
ร้อยละ 16.7 ญาติ/คนในครอบครัว มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 และ แพทย์ มีจำนวน 6 คน คิด  
เป็นร้อยละ 2.9

ตารางที่ 4.20 แสดงจำนวนและร้อยละของแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด จำแนกตามร้านขายยาของ  
องค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

แหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด	องค์การเภสัชกรรม		ทั่วไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ร้านขายยาทั่วไป	67	31.9	96	45.7
โรงพยาบาล	26	12.4	0	0
ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม	95	45.2	82	39.0
ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7-Eleven	16	7.6	10	4.8
ร้านขายของชำ	6	2.9	22	10.5
รวม	210	100.0	210	100.0

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

แหล่งที่กลุ่มตัวอย่างซื้อยาบ่อยที่สุด โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม มีจำนวน มากที่สุด คือ 95 คน คิดเป็นร้อยละ 45.2 ร้านขายยาทั่วไป มีจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 31.9 โรงพยาบาล มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 12.4 ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7-Eleven มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 และ ร้านขายของชำ มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9

#### ร้านขายยาทั่วไป

แหล่งที่กลุ่มตัวอย่างซื้อยาบ่อยที่สุด โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ร้านขายยาทั่วไป มีจำนวน มากที่สุด คือ 96 คน คิดเป็นร้อยละ 45.7 ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม มีจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 39.0 ร้านขายของชำ มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 และ ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7-Eleven มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8

ตารางที่ 4.21 แสดงจำนวนและร้อยละของทำเลที่ตั้งที่พิจารณาในการเลือกร้านขายยา จำแนกตาม  
ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

ทำเลที่ตั้งที่พิจารณาในการเลือกร้านขายยา	องค์การเภสัชกรรม		ทั่วไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ใกล้บ้าน	98	46.7	86	41.0
ใกล้ที่ทำงาน	55	26.2	65	31.0
ในห้างสรรพสินค้า	26	12.4	31	14.8
ใกล้โรงพยาบาล	31	14.8	28	13.3
รวม	210	100.0	210	100.0

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

ทำเลที่ตั้งที่กลุ่มตัวอย่างพิจารณาในการเลือกร้านขายยา โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ใกล้บ้าน มีจำนวน มากที่สุด คือ 98 คน คิดเป็นร้อยละ 46.7 ใกล้ที่ทำงาน มีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 26.2 ใกล้โรงพยาบาล มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 และ ในห้างสรรพสินค้า มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 12.4

#### ร้านขายยาทั่วไป

ทำเลที่ตั้งที่กลุ่มตัวอย่างพิจารณาในการเลือกร้านขายยา โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ใกล้บ้าน มีจำนวน มากที่สุด คือ 86 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 ใกล้ที่ทำงาน มีจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 ในห้างสรรพสินค้า มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 และ ใกล้โรงพยาบาล มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3



ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมกรซื้อยาเมื่อไม่มียาที่ต้องการ จำแนกตามร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

พฤติกรรมกรซื้อยาเมื่อไม่มียาที่ต้องการ	องค์การเภสัชกรรม		ทั่วไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ซื้อยาอื่นที่มีสรรพคุณเหมือนกันทดแทน	62	29.5	104	49.5
ซื้อยาอื่นที่มีตัวยาเหมือนกันทดแทน	94	44.8	61	29.0
ให้ผู้ขายแนะนำ	22	10.5	33	15.7
ไม่ซื้อ	32	15.2	12	5.7
รวม	210	100.0	210	100.0

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

เมื่อไม่มียาที่ต้องการกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมกรซื้อยา โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ซื้อยาอื่นที่มีตัวยาเหมือนกันทดแทน มีจำนวน มากที่สุด คือ 94 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 ซื้อยาอื่นที่มีสรรพคุณเหมือนกันทดแทน มีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 29.5 ไม่ซื้อ มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 15.2 และ ให้ผู้ขายแนะนำ มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5

#### ร้านขายยาทั่วไป

เมื่อไม่มียาที่ต้องการกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมกรซื้อยา โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ ซื้อยาอื่นที่มีสรรพคุณเหมือนกันทดแทน มีจำนวน มากที่สุด คือ 104 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 ซื้อยาอื่นที่มีตัวยาเหมือนกันทดแทน มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 ให้ผู้ขายแนะนำ มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 15.7 และ ไม่ซื้อ มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7

ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวนและร้อยละของสินค้าอื่นที่ต้องการจากร้านขายยา จำแนกตามร้านขายยา  
ขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

สินค้าอื่นที่ต้องการจากร้านขายยา	องค์การเภสัชกรรม		ทั่วไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
อาหารเสริมสุขภาพ	50	23.8	64	30.5
เครื่องสำอาง	25	11.9	30	14.3
สินค้าอุปโภคบริโภค	24	11.4	28	13.3
เครื่องดื่ม	22	10.5	39	18.6
ถุงยางอนามัย	0	0.0	12	5.7
วัสดุทางการแพทย์	34	16.2	15	7.1
ของใช้เด็กอ่อน	20	9.5	10	4.8
เครื่องมือแพทย์	7	3.3	0	0.0
ชุดทดสอบต่าง ๆ เช่น การตั้งครรภ์	18	8.6	7	3.3
สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร	10	4.8	5	2.4
รวม	210	100.0	210	100.0

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

สินค้าอื่นที่กลุ่มตัวอย่างต้องการจากร้านขายยา โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ อาหารเสริมสุขภาพ มีจำนวน มากที่สุด คือ 50 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8 วัสดุทางการแพทย์ มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 16.2 เครื่องสำอาง มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 11.9 สินค้าอุปโภคบริโภค มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4 เครื่องดื่ม มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 ของใช้เด็กอ่อน มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 ชุดทดสอบต่าง ๆ เช่น การตั้งครรภ์ มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 และ เครื่องมือแพทย์ มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3

#### ร้านขายยาทั่วไป

สินค้าอื่นที่กลุ่มตัวอย่างต้องการจากร้านขายยา โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ อาหารเสริมสุขภาพ มีจำนวน มากที่สุด คือ 64 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 เครื่องดื่ม มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 18.6 เครื่องสำอาง มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 สินค้าอุปโภคบริโภค มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 วัสดุทางการแพทย์ มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 7.1 ถุงยางอนามัย มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 ของใช้เด็กอ่อน มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 ชุดทดสอบต่าง ๆ เช่น

การตั้งครรภ์ มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 และ สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.4

### ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของผู้บริโภค

ตารางที่ 4.24 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อส่วนประสมทางการตลาด (ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม)

ส่วนประสมทางการตลาด	X	SD.	ระดับ
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>			
จำหน่ายยาและผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ	4.38	0.65	มาก
มียาครบกับความต้องการ	3.97	0.71	มาก
มียาชนิดใหม่ ๆ เสมอ	3.91	0.82	มาก
รวม	4.09	0.57	มาก
<b>ด้านราคา</b>			
ราคาถูก	3.61	0.97	มาก
<b>ด้านสถานที่</b>			
ร้านสะอาดเรียบร้อย	3.71	0.98	มาก
อยู่ใกล้สะดวกในการใช้บริการ	4.19	0.75	มาก
ตกแต่งร้านทันสมัย	4.34	0.68	มาก
สามารถเลือกหยิบยาได้ด้วยตนเอง	4.26	0.85	มาก
มีที่จอดรถสะดวกสบาย	4.30	0.81	มาก
รวม	4.16	0.61	มาก
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>			
ชื่อเสียงน่าเชื่อถือ	3.87	0.80	มาก
พนักงานขายบริการดี ชูจาสภาพ	4.00	0.93	มาก
มีส่วนลด ของแถม	3.83	0.84	มาก
รวม	3.90	0.68	มาก

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	SD.	ระดับ
ด้านการบริการ			
เปิดบริการตลอด 24 ชั่วโมง	4.06	1.01	มาก
มีเภสัชกร ให้คำปรึกษาตลอดเวลา	3.97	1.07	มาก
บริการรวดเร็วประทับใจ	3.78	0.72	มาก
ให้ข้อมูลและคำแนะนำที่ดี	3.88	0.92	มาก
รับบัตรเครดิต	4.19	0.89	มาก
รักษาอาการเจ็บป่วยได้หายขาด	4.80	0.40	มากที่สุด
รวม	4.11	0.46	มาก

ตารางที่ 4.25 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อส่วนประสมทางการตลาด (ร้านขายยาทั่วไป)

ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	SD.	ระดับ
ด้านผลิตภัณฑ์			
จำหน่ายยาและผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ	4.24	0.69	มาก
มียาตรงกับความต้องการ	3.91	0.72	มาก
มียาชนิดใหม่ ๆ เสมอ	3.64	0.76	มาก
รวม	3.93	0.56	มาก
ด้านราคา			
ราคาถูก	3.53	0.92	มาก
ด้านสถานที่			
ร้านสะอาดเรียบร้อย	3.57	0.92	มาก
อยู่ใกล้สะดวกในการใช้บริการ	4.07	0.74	มาก
ตกแต่งร้านทันสมัย	4.05	0.73	มาก
สามารถเลือกหยิบยาได้ด้วยตนเอง	4.03	0.82	มาก
มีที่จอดรถสะดวกสบาย	4.16	0.82	มาก
รวม	3.98	0.59	มาก

ตารางที่ 4.25 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	X	SD.	ระดับ
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>			
ชื่อเสียงน่าเชื่อถือ	3.72	0.71	มาก
พนักงานขายบริการดี พุดจาสุภาพ	3.72	0.85	มาก
มีส่วนลด ของแถม	4.01	0.91	มาก
รวม	3.82	0.65	มาก
<b>ด้านการบริการ</b>			
เปิดบริการตลอด 24 ชั่วโมง	3.85	1.21	มาก
มีเภสัชกรให้คำปรึกษาตลอดเวลา	3.74	1.20	มาก
บริการรวดเร็วประทับใจ	3.80	0.79	มาก
ให้ข้อมูลและคำแนะนำที่ดี	3.88	0.88	มาก
รับบัตรเครดิต	3.71	0.82	มาก
รักษาอาการเจ็บป่วยได้หายขาด	3.61	0.72	มาก
รวม	3.76	0.50	มาก

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

กลุ่มตัวอย่างของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาด โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน จำแนกเป็นด้านต่างๆดังนี้

ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เท่ากับ 4.16

ด้านการบริการ มีค่าเฉลี่ยรองลงมาเท่ากับ 4.11

ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09

ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90

ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.61

#### ร้านขายยาทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างของร้านขายยาทั่วไปให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาด โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน จำแนกเป็นด้านต่างๆดังนี้

ด้านสถานที่ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เท่ากับ 3.98

ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยรองลงมาเท่ากับ 3.93

ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82

ด้านการบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76

ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.53

เมื่อพิจารณาโดยรวมแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม และร้านขายยาทั่วไปให้ความสำคัญต่อส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน

#### ตอนที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภค

##### 4.1 เพศ

4.1.1 เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านพฤติกรรมการซื้อยาเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา

$H_0$ : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านพฤติกรรมการซื้อยาเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา

$H_1$ : เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านพฤติกรรมการซื้อยาเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา

ตารางที่ 4.26 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการซื้อยาเมื่อจำเป็นต้องซื้อยาของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

พฤติกรรมการซื้อยา	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ซื้อยาเอง	59	63	122
ฝากญาติซื้อ	28	20	48
ให้แพทย์จ่ายยาให้	24	16	40
รวม	111	99	210
Value	2.387		
Prob.	0.303		

##### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.26 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 2.387 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.303 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านพฤติกรรมการซื้อยาเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา

ตารางที่ 4.27 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยาของร้านขายยาทั่วไป

พฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ซื้อยาเอง	58	59	117
ฝากญาติซื้อ/ให้แพทย์จ่ายยาให้	30	63	93
รวม	88	122	210
Value	6.381		
Prob.	0.012*		

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.27 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 6.381 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.012 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_1$ : เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา

#### 4.1.2 เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านของชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด

$H_0$ : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านของชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด

$H_1$ : เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านของชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด

ตารางที่ 4.28 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุดของร้านขายยาขององค์กรเภสัชกรรม

ชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ยาแก้ปวดลดไข้	54	45	99
วิตามินและเกลือแร่	9	7	16
ยารักษาโรคกระเพาะ	14	6	20
ยาปฏิชีวนะ	22	20	42
อื่นๆ	12	21	33
รวม	111	99	210
Value	6.152		
Prob.	0.188		

#### ร้านขายยาขององค์กรเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.28 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 6.152 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.188 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านของชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด

ตารางที่ 4.29 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุดของร้านขายยาทั่วไป

ชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ยาแก้ปวดลดไข้	36	39	75
วิตามินและเกลือแร่	24	33	57
ยารักษาโรคกระเพาะ	9	8	17
ยาปฏิชีวนะ	6	6	12
อื่นๆ	13	36	49
รวม	88	122	210
Value	7.0770		
Prob.	0.132		



### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.29 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 7.077 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.132 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยา ในด้านของชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด

#### 4.1.3 เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยา ในด้านเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขาย

ยา

$H_0$ : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยา ในด้านเหตุผลที่ซื้อยา

ในร้านขายยา

$H_1$ : เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยา ในด้านเหตุผลที่ซื้อยา

ในร้านขายยา

ตารางที่ 4.30 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยาของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

เหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ความรวดเร็วในการรักษา	39	20	59
ประหยัดค่าใช้จ่าย	20	34	54
อาการของโรคไม่รุนแรง	39	34	73
ต้องการใช้ยาในเวลาที่คลินิก/โรงพยาบาล หยุดให้บริการ	13	11	24
รวม	111	99	210
Value		9.603	
Prob.		0.022*	

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.30 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 9.603 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.022 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_1$ : เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยา ในด้านเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา

ตารางที่ 4.31 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยาของร้านขายยาทั่วไป

เหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ความรวดเร็วในการรักษา	22	37	59
ประหยัดค่าใช้จ่าย	12	10	22
อาการของโรคไม่รุนแรง	40	59	99
ต้องการใช้ยาในเวลาที่คลินิก/โรงพยาบาล หยุดให้บริการ	14	16	30
รวม	88	122	210
Value		2.332	
Prob.		0.507	

#### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.31 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 2.332 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.507 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา

#### 4.1.4 เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

$H_0$ : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

$H_1$ : เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

ตารางที่ 4.32 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยาของร้านขายยาของ  
องค์การเภสัชกรรม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ตัวเองเคยใช้มาก่อน	25	32	57
ญาติ/สมาชิกในครอบครัว	6	5	11
โฆษณา	23	18	41
แพทย์/เภสัชกร	57	44	101
รวม	111	99	210
Value	2.556		
Prob.	0.465		

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.32 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 2.556 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.465 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

ตารางที่ 4.33 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยาของร้านขายยา  
ทั่วไป

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ตัวเองเคยใช้มาก่อน	38	43	81
ญาติ/สมาชิกในครอบครัว/โฆษณา	9	25	34
แพทย์/	26	39	65
เภสัชกร	15	15	30
รวม	88	122	210
Value	5.066		
Prob.	0.167		

### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.33 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 5.066 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.167 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

#### 4.1.5 เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

$H_0$ : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

$H_1$ : เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

ตารางที่ 4.34 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือนของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
น้อยกว่า 1 ครั้ง	43	30	73
1-2 ครั้ง	58	54	112
3 ครั้งขึ้นไป	10	15	25
รวม	111	99	210
Value	2.781		
Prob.	0.249		

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.34 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 2.781 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.249 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

ตารางที่ 4.35 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือนของร้านขายยาทั่วไป

จำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
น้อยกว่า 1 ครั้ง	48	63	111
1-2 ครั้ง	30	40	70
3 ครั้งขึ้นไป	10	19	29
รวม	88	122	210
Value	0.764		
Prob.	0.683		

จากตารางที่ 4.35 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 0.764 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.683 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

#### 4.1.6 เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด

$H_0$ : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ่อย

ที่สุด

$H_1$ : เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ่อย

ที่สุด

ตารางที่ 4.36 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับแหล่งที่ซื้อยาบ้อยที่สุดของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

แหล่งที่ซื้อยาบ้อยที่สุด	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ร้านขายยาทั่วไป	44	49	93
ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม	57	38	95
อื่นๆ	10	12	22
รวม	111	99	210
Value	3.892		
Prob.	0.143		

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.36 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 3.892 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.143 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ้อยที่สุด

ตารางที่ 4.37 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับแหล่งที่ซื้อยาบ้อยที่สุดของร้านขายยาทั่วไป

แหล่งที่ซื้อยาบ้อยที่สุด	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ร้านขายยาทั่วไป	38	58	96
ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม	36	46	82
อื่นๆ	14	18	32
รวม	88	122	210
Value	0.392		
Prob.	0.822		

### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.37 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 0.392 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.822 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด

#### 4.1.7 เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา

$H_0$ : เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา

$H_1$ : เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา

ตารางที่ 4.38 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับวิธีการที่ใช้ในการซื้อยาของร้านขายยาขององค์กรเภสัชกรรม

วิธีการที่ใช้ในการซื้อยา	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
บอกอาการแล้วให้ผู้ขายจัดให้เอง	27	42	69
ระบุซื้อยาที่ต้องการ	53	32	85
ซื้อตามใบสั่งแพทย์	31	25	56
รวม	111	99	210
Value	7.771		
Prob.	0.005*		

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### ร้านขายยาขององค์กรเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.38 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 7.771 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_1$ : เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา

ตารางที่ 4.39 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างเพศกับวิธีการที่ใช้ในการซื้อยาของร้านขายยาทั่วไป

วิธีการที่ใช้ในการซื้อยา	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
บอกอาการแล้วให้ผู้ขายจัดให้เอง	59	62	121
ระบุซื้อยาที่ต้องการ	19	52	71
ซื้อตามใบสั่งแพทย์	10	8	18
รวม	88	122	210
Value	10.403		
Prob.	0.006*		

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.39 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 10.403 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_1$ : เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา

## 4.2 อายุ

4.2.1 อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา

$H_0$ : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา

$H_1$ : อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา



ตารางที่ 4.40 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยาของร้านขายยาของ  
องค์การเภสัชกรรม

พฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา	อายุ				รวม
	น้อยกว่า 35 ปี	25-35 ปี	36-45 ปี	46 ปี ขึ้นไป	
ซื้อยาเอง	25	63	22	12	122
ฝากญาติซื้อ/ให้แพทย์จ่ายยาให้	5	26	25	32	88
รวม	30	89	47	44	210
Value					33.368
Prob.					0.000*

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.40 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 33.368 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_1$ : อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา

ตารางที่ 4.41 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยาของร้านขายยาทั่วไป

พฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา	อายุ				รวม
	น้อยกว่า 25 ปี	25-35 ปี	36-45 ปี	46 ปี ขึ้นไป	
ซื้อยาเอง	22	66	20	9	117
ฝากญาติซื้อ/ให้แพทย์จ่ายยาให้	24	53	11	5	93
รวม	46	119	31	14	210
Value					2.553
Prob.					0.466

### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.41 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 2.553 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.466 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา

#### 4.2.2 อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านของชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด

$H_0$ : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านของชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด

$H_1$ : อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านของชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด

ตารางที่ 4.42 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุดของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

ชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด	อายุ			รวม
	น้อยกว่า 35 ปี	36-45 ปี	46-ปีขึ้นไป	
ยาแก้ปวดลดไข้	55	20	24	99
วิตามินและเกลือแร่/ยารักษาโรคกระเพาะ	15	13	8	36
ยาปฏิชีวนะ	28	8	6	42
อื่น ๆ	21	6	6	33
รวม	119	47	44	210
Value	7.737			
Prob.	0.258			

### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.42 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 7.737 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.258 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด

ตารางที่ 4.43 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุดของร้านขายยาทั่วไป

ชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด	อายุ			รวม
	น้อยกว่า25 ปี	25-35 ปี	36 ปีขึ้นไป	
ยาแก้ปวดลดไข้	19	40	16	75
วิตามินและเกลือแร่	8	34	15	57
ยารักษาโรคผิวหนัง	9	25	8	42
อื่น ๆ	10	20	6	36
รวม	46	119	45	210
Value	4.018			
Prob.	0.674			

#### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่4.43 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 4.018 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.674 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด

#### 4.2.3 อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา

$H_0$ : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา

$H_1$ : อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา

ตารางที่ 4.44 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยาของร้านขายยา  
ขององค์การเภสัชกรรม

เหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา	อายุ			รวม
	น้อยกว่า35 ปี	36-45 ปี	46-ปีขึ้นไป	
ความรวดเร็วในการรักษา	30	13	16	59
ประหยัดค่าใช้จ่าย	33	16	5	54
อาการของโรคไม่รุนแรง/ต้องการใช้ยาในเวลา ที่คลินิก/โรงพยาบาลหยุดให้บริการ	56	18	23	97
รวม	119	47	44	210
Value	7.412			
Prob.	0.116			

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.44 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 7.412 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.116 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา

ตารางที่ 4.45 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยาของร้านขายยาทั่วไป

เหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา	อายุ			รวม
	น้อยกว่า25 ปี	25-35 ปี	36 ปีขึ้นไป	
ความรวดเร็วในการรักษา	14	35	10	59
ประหยัดค่าใช้จ่าย	5	12	5	22
อาการของโรคไม่รุนแรง	20	56	23	99
ต้องการ ใช้ยาในเวลาคลินิก/โรงพยาบาล หยุดให้บริการ	7	16	7	30
รวม	46	119	45	210
Value	1.176			
Prob.	0.978			

### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.45 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 1.176 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.978 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา

#### 4.2.4 อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

$H_0$ : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

$H_1$ : อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

ตารางที่ 4.46 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยาของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา	อายุ			รวม
	น้อยกว่า 35 ปี	36-45 ปี	46-ปีขึ้นไป	
ตัวเองเคยใช้มาก่อน	35	9	13	57
ญาติ/สมาชิกในครอบครัว/โฆษณา	33	9	10	52
แพทย์/เภสัชกร	51	29	21	101
รวม	119	47	44	210
Value	5.010			
Prob.	0.286			

### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.46 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 5.010 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.286 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

ตารางที่ 4.47 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยาของร้านขายยา  
ทั่วไป

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา	อายุ			รวม
	น้อยกว่า 25 ปี	25-35 ปี	36 ปีขึ้นไป	
ตัวเองเคยใช้มาก่อน	18	46	17	81
ญาติ/สมาชิกในครอบครัว/โฆษณา	8	17	9	34
แพทย์	14	42	9	65
เภสัชกร	6	14	10	30
รวม	46	119	45	210
Value	5.758			
Prob.	0.451			

#### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.47 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 5.758 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.451 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

#### 4.2.5 อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

$H_0$ : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

$H_1$ : อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

ตารางที่ 4.48 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือนของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน	อายุ			รวม
	น้อยกว่า35 ปี	36-45 ปี	46-ปีขึ้นไป	
น้อยกว่า 1 ครั้ง	40	19	14	73
1-2 ครั้ง	66	21	25	112
3 ครั้งขึ้นไป	13	7	5	25
รวม	119	47	44	210
Value	1.909			
Prob.	0.752			

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่4.48 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 1.909 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.752 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

ตารางที่ 4.49 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือนของร้านขายยาทั่วไป

จำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน	อายุ			รวม
	น้อยกว่า25 ปี	25-35 ปี	36 ปีขึ้นไป	
น้อยกว่า 1 ครั้ง	18	66	27	111
1-2 ครั้ง	22	36	12	70
3 ครั้งขึ้นไป	6	17	6	29
รวม	46	119	45	210
Value	6.111			
Prob.	0.191			

### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.49 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 6.111 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.191 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

#### 4.2.6 อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด

$H_0$ : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด

$H_1$ : อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด

ตารางที่ 4.50 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุดของร้านขายยาขององค์กรเภสัชกรรม

แหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด	อายุ				รวม
	น้อยกว่า 25 ปี	25-35 ปี	36-45 ปี	46ปี ขึ้นไป	
ร้านขายยาทั่วไป และอื่นๆ	12	55	25	23	115
ร้านขายยาองค์กรเภสัชกรรม	18	34	22	21	95
รวม	30	89	47	44	210
Value					4.574
Prob.					0.206

### ร้านขายยาขององค์กรเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.50 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 4.574 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.206 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด



ตารางที่ 4.51 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุดของร้านขายยาทั่วไป

แหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด	อายุ				รวม
	น้อยกว่า 25 ปี	25-35 ปี	36-45 ปี	46ปี ขึ้นไป	
ร้านขายยาทั่วไป และอื่นๆ	40	66	15	7	128
ร้านขายยาองค์กรเภสัชกรรม	6	53	16	7	82
รวม	46	119	31	14	210
Value	17.339				
Prob.	0.001*				

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.51 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 17.339 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_1$ : อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด

4.2.7 อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา

$H_0$ : อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา

$H_1$ : อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา

ตารางที่ 4.52 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับวิธีการที่ใช้ในการซื้อยาของร้านขายยาขององค์กรเภสัชกรรม

วิธีการที่ใช้ในการซื้อยา	อายุ		รวม
	น้อยกว่า 35 ปี	36ปี ขึ้นไป	
บอกอาการแล้วให้ผู้ขายจัดให้	55	14	69
ระบุชื่อยาที่ต้องการ	42	43	85
ซื้อตามใบสั่งแพทย์	22	34	56
รวม	119	91	210
Value		23.632	
Prob.		0.000*	

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### ร้านขายยาขององค์กรเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.52 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 23.632 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_1$ : อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา

ตารางที่ 4.53 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอายุกับวิธีการที่ใช้ในการซื้อยาของร้านขายยาทั่วไป

วิธีการที่ใช้ในการซื้อยา	อายุ				รวม
	น้อยกว่า 25 ปี	25-35 ปี	36-45 ปี	46ปี ขึ้นไป	
บอกอาการแล้วให้ผู้ขายจัดให้	23	69	20	9	121
ระบุชื่อยาที่ต้องการ/ซื้อตามใบสั่งแพทย์	23	50	11	5	89
รวม	46	119	31	14	210
Value		1.959			
Prob.		0.581			

### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.53 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 1.959 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.581 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : อาชุนีไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรซื้อยา ในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา

### 4.3 การศึกษา

#### 4.3.1 การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรซื้อยาในด้านพฤติกรรมเมื่อ

จำเป็นต้องซื้อยา

$H_0$ : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรซื้อยาในด้านพฤติกรรมเมื่อ

จำเป็นต้องซื้อยา

$H_1$ : การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรซื้อยาในด้านพฤติกรรมเมื่อ

จำเป็นต้องซื้อยา

ตารางที่ 4.54 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยาของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

พฤติกรรมเมื่อ จำเป็นต้องซื้อยา	การศึกษา			รวม
	ต่ำกว่ามัธมปลายหรืออาชีวะ	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
ซื้อยาเอง	39	73	10	122
ฝากญาติซื้อ	16	26	6	48
ให้แพทย์จ่ายยาให้	8	24	8	40
รวม	63	123	24	210
Value	5.298			
Prob.	0.258			

### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.54 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 5.298 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.258 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรซื้อยา ในด้านพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา

ตารางที่ 4.55 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษากับพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยาของร้านขายยา  
ทั่วไป

พฤติกรรมเมื่อ จำเป็นต้องซื้อยา	การศึกษา			รวม
	ต่ำกว่ามัธยมปลายหรืออาชีวะ	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
ซื้อยาเอง	43	62	12	117
ฝากญาติซื้อ/ให้ แพทย์จ่ายยาให้	31	52	10	93
รวม	74	114	22	210
Value	0.266			
Prob.	0.876			

#### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.55 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 0.266 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.876 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา

#### 4.3.2 การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านของชนิดยาที่ซื้อบ่อย

ที่สุด

$H_0$ : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านของชนิดยาที่

ซื้อบ่อยที่สุด

$H_1$ : การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านของชนิดยาที่ซื้อ

บ่อยที่สุด

ตารางที่ 4.56 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษา กับชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุดของร้านขายยาของ  
องค์การเภสัชกรรม

ชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด	การศึกษา		รวม
	ต่ำกว่ามัธยมปลายหรืออาชีวะ	สูงกว่าปริญญาตรี	
ยาแก้ปวดลดไข้	26	73	99
วิตามินและเกลือแร่/ยารักษาโรค กระเพาะ	12	24	36
ยาปฏิชีวนะ	11	22	33
อื่น ๆ	37	74	111
รวม	63	147	210
Value	1.246		
Prob.	0.742		

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.56 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 1.246 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.742 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด

ตารางที่ 4.57 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษา กับชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุดของร้านขายยาทั่วไป

ชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด	การศึกษา		รวม
	ต่ำกว่ามัธยมปลายหรืออาชีวะ	สูงกว่าปริญญาตรี	
ยาแก้ปวดลดไข้	27	48	75
วิตามินและเกลือแร่/ยารักษา โรคกระเพาะ	28	46	74
ยาปฏิชีวนะ	5	7	12
อื่น ๆ	14	35	49
รวม	74	136	210
Value	1.410		
Prob.	0.703		

### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.57 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 1.410 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.703 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด

#### 4.3.3 การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านเหตุผลที่ซื้อยาในร้าน

##### ขายยา

$H_0$ : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านเหตุผลที่ซื้อยา  
ในร้านขายยา

$H_1$ : การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านเหตุผลที่ซื้อยาใน  
ร้านขายยา

ตารางที่ 4.58 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษาเกี่ยวกับเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยาของร้านขายยาของ  
องค์การเภสัชกรรม

เหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา	การศึกษา		รวม
	ต่ำกว่ามัธยมปลายหรืออาชีวะ	สูงกว่าปริญญาตรี	
ความรวดเร็วในการรักษา	20	39	59
ประหยัดค่าใช้จ่าย	15	39	54
อาการของโรคไม่รุนแรง	20	53	73
ต้องการใช้ยาในเวลาที่เกิดคลินิก/ โรงพยาบาลหยุดให้บริการ	8	16	24
รวม	63	147	210
Value	0.916		
Prob.	0.821		

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.58 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 0.916 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.821 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา

ตารางที่ 4.59 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษากับเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยาของร้านขายยา  
ทั่วไป

เหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา	การศึกษา		รวม
	ต่ำกว่ามัธยมปลายหรืออาชีวะ	สูงกว่าปริญญาตรี	
ความรวดเร็วในการรักษา	16	43	59
ประหยัดค่าใช้จ่าย	12	10	22
อาการของโรคไม่รุนแรง	33	66	99
ต้องการใช้ยาในเวลาทีคลินิก/ โรงพยาบาลหยุดให้บริการ	13	17	30
รวม	74	136	210
Value	6.317		
Prob.	0.097		

#### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.59 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 6.317 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.097 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา

#### 4.3.4 การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

$H_0$ : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

$H_1$ : การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

ตารางที่ 4.60 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษา กับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยาของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา	การศึกษา		รวม
	ต่ำกว่ามัธมปลายหรืออาชีวะ	สูงกว่าปริญญาตรี	
ตัวเองเคยใช้มาก่อน	22	35	57
ญาติ/สมาชิกในครอบครัว/โฆษณา	18	34	52
แพทย์/เภสัชกร	23	78	101
รวม	63	147	210
Value	5.046		
Prob.	0.080		

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.60 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 5.046 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.080 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

ตารางที่ 4.61 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษา กับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยาของร้านขายยาทั่วไป

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา	การศึกษา		รวม
	ต่ำกว่ามัธมปลายหรืออาชีวะ	สูงกว่าปริญญาตรี	
ตัวเองเคยใช้มาก่อน	28	53	81
ญาติ/สมาชิกในครอบครัว/โฆษณา	9	25	34
แพทย์/เภสัชกร	25	40	65
รวม	74	136	210
Value	1.755		
Prob.	0.625		



### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.61 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 1.755 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.625 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

#### 4.3.5 การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

$H_0$ : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

$H_1$ : การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

ตารางที่ 4.62 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษาเกี่ยวกับจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือนของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยา ใน 1 เดือน	การศึกษา		รวม
	ต่ำกว่ามัธยฆพลาซหรืออาชีวะ	สูงกว่าปริญญาตรี	
น้อยกว่า 1 ครั้ง	21	52	73
1-2 ครั้ง	36	76	112
3 ครั้งขึ้นไป	6	19	25
รวม	63	147	210
Value	0.726		
Prob.	0.695		

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.62 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 0.726 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.695 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

ตารางที่ 4.63 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษา กับจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน  
ของร้านขายยาทั่วไป

จำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยา ใน 1 เดือน	การศึกษา		รวม
	ต่ำกว่ามัธยมปลายหรืออาชีวะ	สูงกว่าปริญญาตรี	
น้อยกว่า 1 ครั้ง	36	75	111
1-2 ครั้ง	31	39	70
3 ครั้งขึ้นไป	7	22	29
รวม	74	136	210
Value	4.460		
Prob.	0.108		

#### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.63 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 4.460 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.108 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

#### 4.3.6 การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ่อย

ที่สุด

$H_0$ : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านแหล่งที่ซื้อยา

บ่อยที่สุด

$H_1$ : การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านแหล่งที่ซื้อยา

บ่อยที่สุด

ตารางที่ 4.64 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษากับแหล่งที่ซื้อยาบ้อยที่สุดของร้านขายยาของ  
องค์การเภสัชกรรม

แหล่งที่ซื้อยาบ้อยที่สุด	การศึกษา			รวม
	ต่ำกว่ามัธมปลาย หรืออาชีวะ	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
ร้านขายยาทั่วไป	21	37	9	67
ร้านขายยาขององค์การ เภสัชกรรม	12	30	6	48
อื่นๆ	30	56	9	95
รวม	63	123	24	210
Value	1.378			
Prob.	0.848			

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.64 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 1.378 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.848 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ้อยที่สุด

ตารางที่ 4.65 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษากับแหล่งที่ซื้อยาบ้อยที่สุดของร้านขายยา  
ทั่วไป

แหล่งที่ซื้อยาบ้อยที่สุด	การศึกษา		รวม
	ต่ำกว่ามัธมปลายหรืออาชีวะ	สูงกว่าปริญญาตรี	
ร้านขายยาทั่วไป	35	61	96
ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม	27	55	82
อื่นๆ	12	20	32
รวม	74	136	210
Value	0.326		
Prob.	0.849		

### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.65 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 0.326 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.849 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด

#### 4.3.7 การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อ

ยา

$H_0$ : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา

$H_1$ : การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา

ตารางที่ 4.66 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษาเกี่ยวกับวิธีการที่ใช้ในการซื้อยาของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

วิธีการที่ใช้ในการซื้อยา	การศึกษา		รวม
	ต่ำกว่ามัธยมปลายหรืออาชีวะ	สูงกว่าปริญญาตรี	
บอกอาการแล้วให้ผู้ขายจัดให้	22	47	69
ระบุชื่อยาที่ต้องการ	27	58	85
ซื้อตามใบสั่งแพทย์	14	42	56
รวม	63	147	210
Value	0.909		
Prob.	0.635		

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.66 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 0.909 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.635 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา

ตารางที่ 4.67 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างการศึกษาเกี่ยวกับวิธีการที่ใช้ในการซื้อยาของร้านขายยาทั่วไป

วิธีการที่ใช้ในการซื้อยา	การศึกษา		รวม
	ต่ำกว่ามัธมปลายหรืออาชีวะ	สูงกว่าปริญญาตรี	
บอกอาการแล้วให้ผู้ขายจัดให้	41	80	121
ระบุชื่อยาที่ต้องการ	25	46	71
ซื้อตามใบสั่งแพทย์	8	10	18
รวม	74	136	210
Value	0.766		
Prob.	0.682		

#### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.67 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 0.766 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.682 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา

#### 4.4 อาชีพ

4.4.1 อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา

$H_0$ : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา

$H_1$ : อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา

ตารางที่ 4.68 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยาของร้านขายยาของ  
องค์การเภสัชกรรม

พฤติกรรมเมื่อ จำเป็นต้องซื้อยา	อาชีพ				รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท/รับจ้าง	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ	
ซื้อตนเอง	21	71	20	10	122
ฝากญาติซื้อ/ให้ แพทย์จ่ายยาให้	3	41	19	25	88
รวม	24	112	39	35	210
Value					23.090
Prob.					0.000*

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.68 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 23.090 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน H1: อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา

ตารางที่ 4.69 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยาของร้านขายยา  
ทั่วไป

พฤติกรรมเมื่อ จำเป็นต้องซื้อยา	อาชีพ				รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท/รับจ้าง	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ	
ซื้อตนเอง	18	63	16	20	117
ฝากญาติซื้อ/ให้ แพทย์จ่ายยาให้	20	55	7	11	93
รวม	38	118	23	31	210
Value					4.093
Prob.					0.252

### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.69 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 4.093 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.252 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา

#### 4.4.2 อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านของชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด

$H_0$ : อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านของชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด

$H_1$ : อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านของชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด

ตารางที่ 4.70 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุดของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

ชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด	อาชีพ			รวม
	พนักงานบริษัท/รับจ้าง	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/นักศึกษาและธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	
ยาแก้ปวดลดไข้	54	19	26	99
ยาระบบทางเดินหายใจ	11	6	10	27
ยารักษาโรคกระเพาะ	9	6	5	20
อื่นๆ	38	8	18	64
รวม	112	39	59	210
Value	5.375			
Prob.	0.497			

### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.70 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 5.375 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.497 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด

ตารางที่ 4.71 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุดของร้านขายยาทั่วไป

ชนิดยาที่ซื้อ บ่อยที่สุด	อาชีพ				รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงานบริษัท/ รับจ้าง	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ	
ยาแก้ปวดลดไข้	13	41	11	10	75
ยารักษาโรค ผิวหนัง	5	24	5	8	42
ยาอื่นๆ	20	53	7	13	93
รวม	38	118	23	31	210
Value					4.200
Prob.					0.650

#### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.71 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 4.200 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.650 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด

#### 4.4.3. อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขาย

ยา

$H_0$ : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านเหตุผลที่ซื้อยาในร้าน

ขายยา

$H_1$ : อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านเหตุผลที่ซื้อยาใน

ร้านขายยา



ตารางที่ 4.72 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยาของขายยาขององค์การเภสัชกรรม

เหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา	อาชีพ				รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท/ รับจ้าง	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจ ส่วนตัว/ อาชีพอิสระ	
ความรวดเร็วในการรักษา	8	32	9	10	59
ประหยัดค่าใช้จ่าย	6	29	14	5	54
อาการของโรคไม่รุนแรง/ ต้องการใช้ยาในเวลาที่คลินิก/ โรงพยาบาลหยุดให้บริการ	10	51	16	20	97
รวม	24	112	39	35	210
Value					5.203
Prob.					0.518

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.72 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 5.203 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.518 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา

ตารางที่ 4.73 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยาของร้านขายยาทั่วไป

เหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา	อาชีพ		รวม
	พนักงานบริษัท/รับจ้าง และข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/นักศึกษา และธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ	
ความรวดเร็วในการรักษา/ต้องการใช้ ยาในเวลาที่เกิดคลินิก/โรงพยาบาลหยุด ให้บริการ	57	32	89
อาการของโรคไม่รุนแรง/ประหยัด ค่าใช้จ่าย	84	37	121
รวม	141	69	210
Value	0.672		
Prob.	0.412		

#### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.73 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 0.672 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.412 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา

4.4.4 อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

$H_0$ : อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

$H_1$ : อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

ตารางที่ 4.74 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยาของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา	อาชีพ			รวม
	พนักงานบริษัท/รับจ้าง	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/นักศึกษาและธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	
ตัวเองเคยใช้มาก่อน/ ญาติ/สมาชิกในครอบครัว	39	15	14	68
โฆษณา	25	5	11	41
แพทย์/เภสัชกร	48	19	34	101
รวม	112	39	59	210
Value	5.142			
Prob.	0.273			

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.74 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 5.142 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.273 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการซื้อยา ในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

ตารางที่ 4.75 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยาของร้านขายยาทั่วไป

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา	อาชีพ				รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท/ รับจ้าง	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจ ส่วนตัว/ อาชีพอิสระ	
ตัวเองเคยใช้มาก่อน	16	40	11	14	81
ญาติ/สมาชิกในครอบครัว/ โฆษณา/เภสัชกร	10	37	6	11	64
แพทย์	12	41	6	6	65
รวม	38	118	23	31	210
Value					4.374
Prob.					0.626

#### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.75 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 4.374 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.626 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

#### 4.4.5 อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

$H_0$ : อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

$H_1$ : อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

ตารางที่ 4.76 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือนของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จำนวนครั้งที่ซื้อ ยาร้านขายยา ใน 1 เดือน	อาชีพ				รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท/รับจ้าง	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ	
น้อยกว่า 1 ครั้ง	7	38	12	16	73
1 ครั้งขึ้นไป	17	74	27	19	137
รวม	24	112	39	35	210
Value					2.491
Prob.					0.477

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.76 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 2.491 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.477 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

ตารางที่ 4.77 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือนของร้านขายยาทั่วไป

จำนวนครั้งที่ซื้อ ยาร้านขายยา ใน 1 เดือน	อาชีพ				รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท/รับจ้าง	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ	
น้อยกว่า 1 ครั้ง	14	68	11	18	111
1 ครั้งขึ้นไป	24	50	12	13	99
รวม	38	118	23	31	210
Value					5.560
Prob.					0.135

### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.77 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 5.560 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.135 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

#### 4.4.6 อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด

$H_0$ : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด

$H_1$ : อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด

ตารางที่ 4.78 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุดของร้านขายยาขององค์กรเภสัชกรรม

แหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด	อาชีพ				รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท/รับจ้าง	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจ ส่วนตัว/ อาชีพอิสระ	
ร้านขายยาทั่วไปและอื่นๆ	9	63	32	11	115
ร้านขายยาขององค์กรเภสัช กรรม	15	49	7	24	95
รวม	24	112	39	35	210
Value					22.403
Prob.					0.000*

### ร้านขายยาขององค์กรเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.78 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 22.403 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_1$ : อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด

ตารางที่ 4.79 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุดของร้านขายยาทั่วไป

แหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด	อาชีพ				รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท/รับจ้าง	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจ ส่วนตัว/ อาชีพอิสระ	
ร้านขายยาทั่วไปและอื่นๆ	34	67	8	19	128
ร้านขายยาขององค์กรเภสัช กรรม	4	51	15	12	82
รวม	38	118	23	31	210
Value					20.471
Prob.					0.000*

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.79 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 20.471 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_1$ : อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด

#### 4.4.7 อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา

$H_0$ : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา

$H_1$ : อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อ

ตารางที่ 4.80 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับวิธีการที่ใช้ในการซื้อขายของร้านขายยาขององค์กรเภสัชกรรม

วิธีการที่ใช้ในการ ซื้อขาย	อาชีพ			รวม
	พนักงานบริษัท/ รับจ้าง	ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	นักเรียน/นักศึกษา และธุรกิจส่วนตัว/ อาชีพอิสระ	
บอกอาการแล้วให้ ผู้ขายจัดให้	41	11	17	69
ระบุชื่อยาที่ต้องการ	45	17	23	85
ซื้อตามใบสั่งแพทย์	26	11	19	56
รวม	112	39	59	210
Value	2.372			
Prob.	0.668			

#### ร้านขายยาขององค์กรเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.80 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 2.372 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.668 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขาย ในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อขาย



ตารางที่ 4.81 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างอาชีพกับวิธีการที่ใช้ในการซื้อของร้านขายยาทั่วไป

วิธีการที่ใช้ในการซื้อ	อาชีพ				รวม
	นักเรียน/นักศึกษา	พนักงานบริษัท/รับจ้าง	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	
บอกอาการแล้วให้ผู้ชายจัดให้	21	67	14	19	121
ระบุชื่อยาที่ต้องการ/ซื้อตามใบสั่งแพทย์	17	51	9	12	89
รวม	38	118	23	31	210
Value					0.391
Prob.					0.942

#### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.81 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 0.391 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.942 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา

#### 4.5 รายได้

##### 4.5.1 รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา

ซื้อยา

$H_0$ : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านพฤติกรรมเมื่อ

จำเป็นต้องซื้อยา

$H_1$ : รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านพฤติกรรมเมื่อ

จำเป็นต้องซื้อยา

ตารางที่ 4.82 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยาของร้านขายยาของ  
องค์การเภสัชกรรม

พฤติกรรมเมื่อ จำเป็นต้องซื้อยา	รายได้ต่อเดือน				รวม
	ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป	
ซื้อตนเอง	51	35	23	13	122
ฝากญาติซื้อ	9	8	14	17	48
ให้แพทย์จ่ายยาให้	6	8	14	12	40
รวม	66	51	51	42	210
Value	29.367				
Prob.	0.000*				

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.82 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 29.367 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_1$ : รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา

ตารางที่ 4.83 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยาของร้านขายยาทั่วไป

พฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา	รายได้ต่อเดือน					รวม
	ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001 บาทขึ้นไป	
ซื้อเอง	16	29	34	22	16	117
ฝากญาติซื้อ/ให้แพทย์จ่ายยาให้	18	20	25	17	13	93
รวม	34	49	59	39	29	210
Value						1.370
Prob.						0.849

#### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.83 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 1.370 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.849 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา

#### 4.5.2 รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านของชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด

ที่สุด

$H_0$ : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านของชนิดยาที่ซื้อ

บ่อยที่สุด

$H_1$ : รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านของชนิดยาที่ซื้อบ่อย

ที่สุด

ตารางที่ 4.84 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุดของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

ชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด	รายได้ต่อเดือน				รวม
	ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป	
ยาแก้ปวดลดไข้	32	29	22	16	99
ยาปฏิชีวนะ	14	9	12	7	42
อื่นๆ	20	13	17	19	69
รวม	66	51	51	42	210
Value	5.627				
Prob.	0.466				

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.84 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 5.627 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.466 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด

ตารางที่ 4.85 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุดของร้านขายยาทั่วไป

ชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด	รายได้ต่อเดือน				รวม
	ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	
ยาแก้ปวดลดไข้	11	18	21	25	75
วิตามินและเกลือแร่	10	11	13	23	57
ยารักษาโรคผิวหนัง	5	11	14	12	42
อื่นๆ	8	9	11	8	36
รวม	34	49	59	68	210
Value	5.589				
Prob.	0.780				

### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.85 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 5.589 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.780 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุด

#### 4.5.3 รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา

$H_0$ : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา

$H_1$ : รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา

ตารางที่ 4.86 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยาของร้านขายยาขององค์กรเภสัชกรรม

เหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา	รายได้ต่อเดือน			รวม
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	
ความรวดเร็วในการรักษา	24	17	42	83
ประหยัดค่าใช้จ่าย	20	14	20	54
อาการของโรคไม่รุนแรง/ ต้องการใช้ยาในเวลาที่คลินิก/ โรงพยาบาลหยุดให้บริการ	22	20	31	73
รวม	66	51	93	210
Value	3.034			
Prob.	0.552			

### ร้านขายยาขององค์กรเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.86 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 3.034 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.552 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา

ตารางที่ 4.87 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยาของร้านขายยาขององค์กรเภสัชกรรม

เหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา	รายได้ต่อเดือน			รวม
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000บาท	10,001-20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	
ความรวดเร็วในการรักษา	32	27	30	89
ประหยัดค่าใช้จ่าย	11	5	6	22
อาการของโรคไม่รุนแรง/ ต้องการใช้ยาในเวลาที่คลินิก/ โรงพยาบาลหยุดให้บริการ	40	27	32	99
รวม	83	59	68	210
Value				1.552
Prob.				0.817

#### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.87 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 1.552 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.817 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านเหตุผลที่ซื้อยาในร้านขายยา

#### 4.5.4 รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

การเลือกซื้อยา

$H_0$ : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลใน

การเลือกซื้อยา

$H_1$ : รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลใน

ตารางที่ 4.88 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยาของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา	รายได้ต่อเดือน			รวม
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	
ตัวเองเคยใช้มาก่อน	20	16	21	57
ญาติ/สมาชิกในครอบครัว/โฆษณา	19	11	22	52
แพทย์/เภสัชกร	27	24	50	101
รวม	66	51	93	210
Value	3.321			
Prob.	0.506			

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.88 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 3.321 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.506 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

ตารางที่ 4.89 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยาของร้านขายยาทั่วไป

ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา	รายได้ต่อเดือน			รวม
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	
ตัวเองเคยใช้มาก่อน	34	21	26	81
ญาติ/สมาชิกในครอบครัว/โฆษณา	10	13	11	34
แพทย์/เภสัชกร	39	25	31	95
รวม	83	59	68	210
Value	2.550			
Prob.	0.636			

#### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.89 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 2.550 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.636 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา

#### 4.5.5 รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

$H_0$ : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

$H_1$ : รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน



ตารางที่ 4.90 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือนของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน	รายได้ต่อเดือน				รวม
	ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป	
น้อยกว่า 1 ครั้ง	18	19	16	20	73
1 ครั้งขึ้นไป	48	32	35	22	137
รวม	66	51	51	42	210
Value	5.092				
Prob.	0.165				

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.90 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 5.092 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.165 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

ตารางที่ 4.91 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือนของร้านขายยาทั่วไป

จำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน	รายได้ต่อเดือน			รวม
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	
น้อยกว่า 1 ครั้ง	39	37	35	111
1 ครั้งขึ้นไป	44	22	33	99
รวม	83	59	68	210
Value	3.499			
Prob.	0.174			

### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.91 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 3.499 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.174 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านจำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน

#### 4.5.6 รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด

$H_0$ : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด

$H_1$ : รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด

ตารางที่ 4.92 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุดของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

แหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด	รายได้ต่อเดือน			รวม
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	
ร้านขายยาทั่วไป/และอื่นๆ	36	27	52	115
ร้านขายยาขององค์การ เภสัช กรรม	30	24	41	95
รวม	66	51	93	210
Value	0.119			
Prob.	0.942			

### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.92 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 0.119 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.942 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ่อยที่สุด

ตารางที่ 4.93 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับแหล่งที่ซื้อยาบ้อยที่สุดของร้านขายยาทั่วไป

แหล่งที่ซื้อยาบ้อยที่สุด	รายได้ต่อเดือน			รวม
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000บาท	10,001-20,000 บาท	20,001 บาท ขึ้นไป	
ร้านขายยาทั่วไป/และอื่นๆ	62	30	36	128
ร้านขายยาขององค์กร เกสซ์ กรรม	21	29	32	82
รวม	83	59	68	210
Value	10.955			
Prob.	0.004*			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.93 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 10.955 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_1$ : รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านแหล่งที่ซื้อยาบ้อยที่สุด

#### 4.5.7 รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา

$H_0$ : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา

$H_1$ : รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา

ตารางที่ 4.94 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับวิธีการที่ใช้ในการซื้อยาของร้านขายยาของ  
องค์การเภสัชกรรม

วิธีการที่ใช้ในการซื้อยา	รายได้ต่อเดือน			รวม
	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000บาท	10,001-20,000 บาท	20,001 ขึ้นไป	
บอกอาการแล้วให้ผู้ขายจัดให้	33	18	18	69
ระบุชื่อยาที่ต้องการ	23	23	39	85
ซื้อตามใบสั่งแพทย์	10	10	36	56
รวม	66	51	93	210
Value	16.615			
Prob.	0.000*			

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

จากตารางที่ 4.94 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 16.615 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_1$ : รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อยา

ตารางที่ 4.95 แสดงผลวิเคราะห์ระหว่างรายได้กับวิธีการที่ใช้ในการซื้อขายของร้านขายยาทั่วไป

วิธีการที่ใช้ในการ ซื้อขาย	รายได้ต่อเดือน					รวม
	ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 5,000 บาท	5,001- 10,000 บาท	10,001- 20,000 บาท	20,001- 30,000 บาท	30,001 บาท ขึ้นไป	
บอกอาการแล้วให้ ผู้ขายจัดให้	18	28	34	23	18	121
ระบุซื้อขายที่ ต้องการ/ซื้อตาม ใบสั่งแพทย์	16	21	25	16	11	89
รวม	34	49	59	39	29	210
Value						0.574
Prob.						0.966

#### ร้านขายยาทั่วไป

จากตารางที่ 4.95 พบว่าค่า Pearson Chi-Square เท่ากับ 0.574 และ ค่า Prob. เท่ากับ 0.966 ซึ่งมากกว่านัยสำคัญ (0.05) จึงทำให้ยอมรับสมมติฐาน  $H_0$ : รายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อขาย ในด้านวิธีการที่ใช้ในการซื้อขาย

## บทที่ 5

### สรุปการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภคในร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล และเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภคในร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม และร้านขายยาทั่วไป โดยสรุปการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะได้ดังนี้

#### 1.สรุปการวิจัย

##### 1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์การวิจัย (1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคในร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป (2) ศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภคในร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไป

##### 1.2 วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่ใช้บริการจากร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม และร้านขายยาทั่วไปในเขตที่มีร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมทั้ง 6 สาขา โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง(Judgement Sample) และใช้วิธีการสุ่มอย่างเป็นระบบ (Systemic Random Sampling)จำนวน 420 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows (Statistical Package for the Social Science for Windows)

##### 1.3 ผลการวิจัย

จากการศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภคในร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

### 1.3.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

พบว่ากลุ่มตัวอย่างร้อยละ 52.9 เป็นเพศชาย ร้อยละ 42.4 มีอายุ 25-30 ปี ร้อยละ 58.6 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 53.3 มีอาชีพพนักงานบริษัท / รับจ้าง และร้อยละ 48.6 มีรายได้ 10,001-30,000 บาทต่อเดือน

#### ร้านขายยาทั่วไป

พบว่ากลุ่มตัวอย่างร้อยละ 58.1 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 56.7 มีอายุ 25-30 ปี ร้อยละ 54.3 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 56.2 มีอาชีพพนักงานบริษัท / รับจ้าง และร้อยละ 51.4 มีรายได้ 5,001-20,000 บาทต่อเดือน

### 1.3.2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภค

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านเหตุผลที่ซื้อยา และวิธีการที่ใช้ในการซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนในด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

อายุ และรายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา และวิธีการในการซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนในด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในด้านพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา และแหล่งที่ซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนในด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในทุกด้าน แตกต่างจากสมมติฐานการวิจัย

#### ร้านขายยาทั่วไป

เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านพฤติกรรมเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา และวิธีการที่ใช้ในการซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนในด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

อายุ อาชีพ และรายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยา ในด้านแหล่งที่ซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนในด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาในทุกด้าน แตกต่างจาก  
สมมติฐานการวิจัย

### 1.3.3 พฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภค

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่จะซื้อยากินเองเมื่อเจ็บป่วย และเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา  
ชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุดคือยาแก้ปวดลดไข้ สิ่งที่พิจารณาในการเลือกซื้อยาส่วนใหญ่คือราคา เหตุผลหลัก  
ที่ซื้อยาในร้านขายยาคืออาการของโรคไม่รุนแรง สิ่งที่พิจารณาในการเลือกร้านขายยาส่วนใหญ่คือมี  
เภสัชกรให้คำแนะนำตลอดเวลา ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยาส่วนใหญ่คือเภสัชกร ผู้บริโภคของ  
ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมส่วนใหญ่จะอ่านฉลากก่อนตัดสินใจซื้อยา โดยสรรพคุณยาเป็น  
รายละเอียดบนฉลากยาที่ผู้บริโภคสนใจมากที่สุด วิธีการที่ใช้ในการซื้อยาส่วนใหญ่คือระบุชื่อยา  
จำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาส่วนใหญ่คือ 1-2 ครั้งต่อเดือน ค่าใช้จ่ายในการซื้อยาแต่ละครั้งส่วน  
ใหญ่คือ 51-200 บาท ข้อมูลเกี่ยวกับยาที่ซื้อส่วนใหญ่ทราบจากเภสัชกร สถานที่ที่ซื้อยาบ่อยที่สุดคือร้าน  
ขายยาขององค์การเภสัชกรรม โดยส่วนใหญ่เลือกร้านขายยาที่มีทำเลที่ตั้งใกล้บ้าน เมื่อไม่มียาที่ต้องการส่วน  
ใหญ่จะซื้อหาซื้ออื่นที่มีควาเหมือนกันทดแทน สินค้าอื่นที่ต้องการจากร้านขายยาส่วนใหญ่คืออาหาร  
เสริมสุขภาพ

#### ร้านขายยาทั่วไป

พบว่าผู้บริโภค ส่วนใหญ่จะไปพบแพทย์เมื่อเจ็บป่วย แต่จะซื้อยาเองเมื่อ  
จำเป็นต้องซื้อยา ชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุดคือยาแก้ปวดลดไข้ สิ่งที่พิจารณาในการเลือกซื้อยาส่วนใหญ่คือ  
คร่ายี่ห้อ เหตุผลหลักที่ซื้อยาในร้านขายยาคืออาการของโรคไม่รุนแรง สิ่งที่พิจารณาในการเลือกร้านขาย  
ยาส่วนใหญ่คือทำเลที่ตั้ง เช่น อยู่ใกล้ สะดวกในการเดินทางไปซื้อ ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา  
ส่วนใหญ่คือ ตัวเองเคยใช้มาก่อน รองลงมาคือแพทย์และเภสัชกร ผู้บริโภคจากร้านขายยาทั่วไปส่วน  
ใหญ่จะอ่านฉลากก่อนตัดสินใจซื้อยา โดยสรรพคุณยาเป็นรายละเอียดบนฉลากยาที่ผู้บริโภคสนใจอ่าน  
ที่สุด วิธีการที่ใช้ในการซื้อยาส่วนใหญ่คือบอกอาการแล้วผู้ขายจัดให้ จำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยา  
ส่วนใหญ่คือน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ค่าใช้จ่ายในการซื้อยาส่วนใหญ่คือ 51-200 บาท ข้อมูลเกี่ยวกับยา  
ที่ซื้อส่วนใหญ่ทราบจากฉลาก / เอกสารเกี่ยวกับยา สถานที่ที่ซื้อยาบ่อยที่สุดคือร้านขายยาทั่วไป โดยส่วน  
ใหญ่เลือกร้านขายยาที่มีทำเลที่ตั้งใกล้บ้าน เมื่อไม่มียาที่ต้องการส่วนใหญ่จะซื้อหาซื้ออื่นที่มีสรรพคุณ  
เหมือนกันทดแทน สินค้าอื่นที่ต้องการจากร้านขายยาส่วนใหญ่คืออาหารเสริมสุขภาพ



### 1.3.4 ความคิดเห็นของผู้บริโภค

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

พบว่าผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดมากที่สุดดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ในหัวข้อจำหน่ายยาและผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ด้านราคาในหัวข้อราคาถูก ด้านสถานที่ในหัวข้อตกแต่งร้านทันสมัย ด้านการส่งเสริมการตลาดในหัวข้อชื่อเสียงน่าเชื่อถือ ด้านการบริการในหัวข้อรักษาอาการเจ็บป่วยได้หายขาด

#### ร้านขายยาทั่วไป

พบว่าผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดมากที่สุดดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ในหัวข้อจำหน่ายยาและผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ด้านราคาในหัวข้อราคาถูก ด้านสถานที่ในหัวข้อมีที่จอดรถสะดวกสบาย ด้านการส่งเสริมการตลาดในหัวข้อมีส่วนลด ของแถม ด้านการบริการในหัวข้อให้ข้อมูลและคำแนะนำที่ดี

## 2.อภิปรายผล

### 2.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคในร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม และร้านขายยาทั่วไป

กลุ่มตัวอย่างของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิงเล็กน้อย ส่วนผู้บริโภคของร้านขายยาทั่วไปส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ทั้งนี้อาจเนื่องจากร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมมีเพียง 6 สาขาและส่วนใหญ่มีทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ที่ทำงานหรือสถานที่ราชการ ในขณะที่ร้านขายยาทั่วไปมีทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้บ้าน ตลาดจึงสะดวกแก่เพศหญิงในการเดินทางไปใช้บริการมากกว่า

ทั้งกลุ่มตัวอย่างของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม และร้านขายยาทั่วไปส่วนใหญ่มีอายุ 25-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัท / รับจ้าง เหมือนกันเนื่องจากเป็นวัยเริ่มทำงาน สุขภาพแข็งแรง อาการเจ็บป่วยไม่รุนแรงจึงนิยมใช้บริการจากร้านขายยา

กลุ่มตัวอย่างของร้านขายยาทั้งสองประเภทส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001-20,000 บาทต่อเดือน โดยกลุ่มตัวอย่างขององค์การเภสัชกรรม ครึ่งหนึ่งมีรายได้ 10,001-30,000 บาทต่อเดือน ส่วนกลุ่มตัวอย่างของร้านขายยาทั่วไปเกินครึ่งหนึ่งมีรายได้ 5,001-20,000 บาท สอดคล้องกับผลการศึกษาวิเคราะห์การใช้ยาของประภิต วาทีสาธกกิจและคนอื่นๆ(2537)พบว่ากลุ่มผู้มีรายได้น้อยจะซื้อยากินเองเป็นส่วนใหญ่

## 2.2 เปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภคในร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม และร้านขายยาทั่วไป

### 2.2.1 พฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภคที่เหมือนกัน

ซื้อยาเองเมื่อจำเป็นต้องซื้อยา สอดคล้องกับผลการศึกษาของมรดก ทรเกษม (2538:431)พบว่าพฤติกรรมการซื้อยาเพื่อรักษาตนเองเป็นพฤติกรรมที่นิยมมากในประเทศไทย และสอดคล้องกับผลการสำรวจของศูนย์วิจัยกสิกร ไทย(2541)พบว่าประชาชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลร้อยละ42.8ซื้อยาจากร้านขายยาเมื่อเจ็บป่วย

ชนิดยาที่ซื้อบ่อยที่สุดคือยาแก้ปวดลดไข้ สอดคล้องกับผลการศึกษาวิเคราะห์การใช้ยาของประภิต วาที สาธกกิจและคนอื่นๆ(2537)พบว่ายาที่ประชาชนซื้อส่วนใหญ่คือยาแก้ปวดลดไข้

เหตุผลสำคัญที่ซื้อยาในร้านขายยาคืออาการของโรคไม่รุนแรง

อ่านฉลากก่อนตัดสินใจซื้อยา โดยสรรพคุณยาเป็นรายละเอียดบนฉลากยาที่ผู้บริโภคสนใจมากที่สุด

ค่าใช้จ่ายในการซื้อยาแต่ละครั้งส่วนใหญ่คือ 51-200 บาท แตกต่างจากผลการสำรวจของศูนย์วิจัยกสิกร ไทย(2541)พบว่าประชาชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีค่าใช้จ่ายในการซื้อยาจากร้านขายยาน้อยที่สุด 10 บาทจนถึง 1,000 บาทเฉลี่ยแล้วจะเสียค่าใช้จ่าย คนละ 205 บาท

แหล่งที่ซื้อยาน้อยที่สุดคือร้านขายยา โดยส่วนใหญ่เลือกร้านขายยาที่มีทำเลที่ตั้งใกล้บ้าน รองลงมาคือใกล้ที่ทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของกิตติพงษ์ เลิศอุดมโชค รัชวาล บุญญฤทธิ์ และประทีศ กิตติกุลกันยากิจ(2534)พบว่าผู้บริโภคร้อยละ59.86เลือกซื้อร้านขายยาที่อยู่ใกล้บ้าน และสอดคล้องกับผลการสำรวจของศูนย์วิจัยกสิกร ไทย(2541)พบว่าประชาชนร้อยละ33.5เลือกร้านใกล้บ้านและที่ทำงาน

สินค้าอื่นที่ซื้อจากร้านขายยาส่วนใหญ่คืออาหารเสริมสุขภาพ รองลงมาคือ วัสดุการแพทย์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุนัญญา หุงด้งกบคี(2539)พบว่านอกจากยา ประเภทสินค้าที่ควรมีจำหน่ายในร้านขายยาที่พึงประสงค์คือ ผลิตภัณฑ์ส่งเสริมสุขภาพ เครื่องสำอาง วัสดุทางการแพทย์ และชุดทดสอบ สินค้าอุปโภคบริโภค เครื่องดื่ม(ตู้แช่)

### 2.2.2 พฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภคที่ต่างกัน

สิ่งที่พิจารณาในการเลือกซื้อยา ผู้บริโภคของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมส่วนใหญ่ใช้ราคาเป็นเกณฑ์ ต่างจากผู้บริโภคของร้านขายยาทั่วไปที่ส่วนใหญ่ใช้ครีหือเป็นเกณฑ์

สิ่งที่พิจารณาในการเลือกร้านขายยา ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยา และแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับยาของผู้บริโภคของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมคือ เกสัชกร สอดคล้องกับผล

การสำรวจของศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย(2541) พบว่าประชาชนร้อยละ46.6เลือกใช้บริการร้านขายยาที่มีเภสัชกรประจำ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุบุญญา หงศ์คงคบดี(2539)พบว่ารูปแบบร้านขายยาที่พึงประสงค์ควรมีเภสัชกรทำหน้าที่ปฏิบัติการตลอดเวลาที่เปิดร้าน ส่วนร้านขายยาทั่วไป สิ่งที่พิจารณาในการเลือกร้านขายยาคือ ทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ สะดวกในการเดินทางไปซื้อ ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อยาคือ ตัวเองเคยใช้มาก่อน และแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับยาคือ ญาติ

วิธีการที่ใช้ในการซื้อยา ผู้บริโภคของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมส่วนใหญ่ใช้วิธีระบุชื่อยาที่ต้องการ ส่วนร้านขายยาทั่วไป ผู้บริโภคใช้วิธีบอกอาการแล้วให้ผู้ขายจัดให้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของมรกต กรเกษม และคนอื่นๆ(2534) พบว่าพฤติกรรมกรรมการซื้อยาของผู้บริโภคจากร้านขายยา ร้อยละ 51 ใช้วิธีเล่าอาการแล้วให้ทางร้านขายยาจัดยาให้

จำนวนครั้งที่ซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม ผู้บริโภคซื้อยา 1-2 ครั้งต่อเดือน ร้านขายยาทั่วไป ผู้บริโภคซื้อยาน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน

เมื่อไม่มียาที่ต้องการ ผู้บริโภคของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมจะซื้อยาอื่นที่มีตัวยาเหมือนกันทดแทน ส่วนผู้บริโภคของร้านขายยาทั่วไปจะซื้อยาอื่นที่มีสรรพคุณเหมือนกันทดแทน

## 2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภค

### 2.3.1 เพศ

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

เหตุผลสำคัญที่ซื้อยาของทั้งเพศชาย และเพศหญิงคือ อาการของโรคไม่รุนแรง เหตุผลรองลงมาของเพศชายคือ ความรวดเร็วในการรักษา จึงพบว่าเพศชายส่วนใหญ่ซื้อยาโดยใช้วิธีระบุชื่อยาที่ต้องการ ส่วนเหตุผลรองลงมาของเพศหญิง คือประหยัดค่าใช้จ่าย เนื่องจากเพศหญิงส่วนใหญ่เป็นผู้ดูแลการเงินของครอบครัว และพบว่าเพศหญิงส่วนใหญ่ซื้อยาโดยใช้วิธีบอกอาการแล้วให้ผู้ขายจัดให้

#### ร้านขายยาทั่วไป

เมื่อจำเป็นต้องซื้อยาพบว่าเพศชายจะซื้อยาเอง ส่วนเพศหญิงจะฝากญาติ / เพื่อนซื้อ โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงส่วนใหญ่ใช้วิธีบอกอาการแล้วให้ผู้ขายจัดให้

### 2.3.2 อายุ และรายได้

#### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

ผู้บริโภคที่อยู่ในวัยทำงานคือ มีอายุ25-35 ปี หรือมีรายได้ไม่น้อยกว่า 10,000 บาทต่อเดือน เมื่อจำเป็นต้องซื้อยาจะซื้อยาเองโดยใช้วิธีบอกอาการแล้วให้ผู้ขายจัดยาให้ ส่วนผู้บริโภคที่อายุ 36

ปีขึ้นไป หรือมีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป เมื่อจำเป็นต้องซื้อยาจะให้แพทย์จ่ายยาให้ และซื้อยาด้วยวิธี  
ระบุชื่อยาที่ต้องการหรือซื้อยาตามใบสั่งแพทย์ จะเห็นได้ว่าเป็นไปตามปัญหาสุขภาพและชนิดของโรค  
ที่เปลี่ยนแปลงไปตามอายุ และฐานะทางเศรษฐกิจ

#### ร้านขายยาทั่วไป

ผู้บริโภคที่ซื้อยาจากร้านขายยาบ่อขุดที่สุด คือผู้บริโภคที่มีอายุ 25-30 ปี หรือมี  
รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาทต่อเดือน

#### 2.3.3. อาชีพ

##### ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

เมื่อจำเป็นต้องซื้อยานักเรียน/นักศึกษาส่วนใหญ่ซื้อยาเอง ส่วนผู้บริโภคที่มี  
อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระส่วนใหญ่ให้แพทย์จ่ายยาให้  
เนื่องจากอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจสามารถเบิกค่ารักษาพยาบาล และอาชีพธุรกิจส่วนตัว/  
อาชีพอิสระเป็นอาชีพที่มีความสามารถจ่ายค่ารักษาพยาบาลที่สูงได้

#### ร้านขายยาทั่วไป

ผู้บริโภคที่ซื้อยาจากร้านขายยาทั่วไป บ่อขุดที่สุด คือนักเรียน/นักศึกษา รองลงมา  
คือผู้บริโภคที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ ซึ่งเหมือนกับร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

#### 2.4 ความคิดเห็นของผู้บริโภค

พบว่าผู้บริโภคจากร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไปมีทัศนคติ  
ต่อส่วนประสมทางการตลาดทุกด้าน ได้แก่ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด และการ  
บริการ ในระดับมากซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุเชต ลิพหาชีวะ(2538)พบว่าปัจจัยจูงใจของ  
ผู้บริโภคคือคาดว่าจะได้รับคำแนะนำการใช้ยาที่ถูกต้อง ได้รับยาคุณภาพดีและราคาถูกลงกว่าท้องตลาด  
ได้รับบริการที่ดี จัดร้านสะอาด ที่จอดรถสะดวกสบาย

### 3. ข้อเสนอแนะ

#### 3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยที่พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาของ  
ผู้บริโภคในแง่คำถามที่ว่าใครเป็นผู้ซื้อ ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ ผู้บริโภคซื้อที่ไหน ผู้บริโภคซื้ออย่างไร ซึ่ง  
โยงไปถึงกลยุทธ์ทางการตลาดที่เกี่ยวข้อง คือ กลยุทธ์ทางการตลาด (4Ps) ได้แก่ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์  
(Product strategy) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion strategy) กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution channel strategies) เมื่อพิจารณาร่วมกับพฤติกรรมการณ์การซื้อของของผู้บริโภค และความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาด สามารถใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคของร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมที่จะขยายสาขาอีก 10 สาขา ดังนี้

### 3.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์

- 1) การที่ผู้บริโภคซื้อยาแก้ปวดลดไข้บ่อยที่สุด รองลงมาคือยาปฏิชีวนะและวิตามิน จึงควรมียาที่ผู้บริโภคต้องการครบทุกชนิด และครบทุกยี่ห้อที่ผู้บริโภคนิยมใช้
- 2) จำหน่ายสินค้าอื่นนอกจากยา เช่นอาหารเสริมสุขภาพ วัสดุทางการแพทย์ เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ฯลฯ เพื่อสะดวกแก่ผู้บริโภคสามารถซื้อที่เดียวได้ครบตามต้องการ
- 3) จำหน่ายเฉพาะยาที่มีคุณภาพที่ผลิตตามหลักเกณฑ์กรรมวิธีการผลิตที่ดีในการผลิตยา (Good Manufacturing Practice)
- 4) มียาที่ออกสู่ตลาดชนิดใหม่ๆ จำหน่ายเสมอ เพื่อให้ผู้บริโภคที่เห็นโฆษณาแล้วอยากทดลองใช้ มีความเคยชินว่าสามารถหาซื้อได้ที่ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม

### 3.1.2 ด้านราคา

เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้ราคาเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจ จึงควรกำหนดราคาให้อยู่ในระดับใกล้เคียงหรือต่ำกว่าคู่แข่งเล็กน้อยเพื่อสร้างยอดขาย หรือกำหนดราคาในลักษณะเป็นชุด เช่น ขายยาพร้อมกล่องบรรจุยาหรือที่ตัดยาเม็ด ฯลฯ

### 3.1.3 ด้านสถานที่

- 1) การขยายสาขาของร้านขายยา ควรตั้งร้านในเขตชุมชนที่มีที่อยู่อาศัยหรือที่ทำงานหนาแน่นเนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกร้านขายยาที่อยู่ใกล้บ้านหรือที่ทำงาน
- 2) จัดร้านให้สะอาดทันสมัยในรูปแบบของร้านสะดวกซื้อสำหรับครอบครัว คล้ายกับร้านนู้ท หรือวัตสัน
- 3) มีสถานที่จอดรถที่สะดวกสบายเพื่อจูงใจผู้บริโภคให้มาใช้บริการ
- 4) ภายในร้านมีการแยกส่วนของผลิตภัณฑ์ไว้เป็นหมวดหมู่ชัดเจนเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเลือกหยิบยาได้ด้วยตนเองตามที่ต้องการ

### 3.1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

- 1) จัดกิจกรรมให้ความรู้เกี่ยวกับโรคที่เปลี่ยนไปตามฤดูกาลควร โดยมีการประชาสัมพันธ์ จัดบอร์ดแสดง และแจกแผ่นพับเกี่ยวกับสาเหตุ อากาศของโรค วิธีป้องกันและรักษาโรคภายในร้าน

- 2) เข้าร่วมในการประกวดเป็นร้านขายยาคุณภาพซึ่งจัดโดยกระทรวงสาธารณสุขร่วมกับสภาเภสัชกรรมเพื่อให้ผู้บริโภคมีความเชื่อถือ
- 3) มีบอร์ดแสดงรายละเอียดหรือแผนที่ของสาขาร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมทั้งหมดภายในร้านขายยาทุกสาขาเพื่อให้ผู้บริโภคทราบ
- 4) จัดการส่งเสริมการขายต่างๆ เช่นมีส่วนลด ของแถมเมื่อซื้อครบตามเงื่อนไขให้แก่ร้านค้าจำหน่ายช่วง
- 5) เปิดรับสมาชิกร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมโดยมีการออกบัตรสมาชิกให้ เมื่อแสดงบัตรและซื้อยาจะได้รับส่วนลดพิเศษหรือสะสมคะแนนไว้แลกของรางวัล ฯลฯ
- 6) ประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคตระหนักถึงอันตรายจากการใช้ยาในกรณีที่ผู้บริโภคซื้อยากินเองโดยไม่ปรึกษาเภสัชกร หรือซื้อยาร้านขายยาที่ไม่มีเภสัชกรประจำ

### 3.1.5 ด้านบริการ

- 1) สร้างความแตกต่างโดยมีเภสัชกรประจำร้านขายยาตลอดเวลาเพื่อให้คำแนะนำ ข้อมูล คำอธิบายการใช้ยาที่ถูกต้องตามหลักวิชาการ ตามกฎหมาย และจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ สามารถจัดยาให้รักษาอาการเจ็บป่วยได้หายขาด ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคเชื่อถือ ไว้วางใจ และจงรักภักดี เนื่องจากเภสัชกรมีอิทธิพลต่อการเลือกร้านขายยาของผู้บริโภค
- 2) ฝึกอบรมพนักงานผู้ช่วยให้มีความชำนาญสามารถให้บริการที่รวดเร็วเพื่อสร้างความประทับใจ เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อยาจากร้านขายยาเพราะอาการไม่รุนแรงและต้องการความรวดเร็วในการรักษา
- 3) มีบริการตรวจสุขภาพ การวัดความดัน การวัดน้ำหนักและส่วนสูง การวัดมวลกระดูก การตรวจสภาพผิวหนัง ฯลฯ
- 4) การที่เภสัชกรมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อยา หรือเลือกร้านขายยา และเป็นแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับยาของผู้บริโภค แต่ผู้บริโภคส่วนใหญ่กลับซื้อยาคด้วยวิธีระบุชื่อยาที่ต้องการมากกว่าวิธีบอกอาการแล้วให้ผู้ขายจัดให้ จึงควรแยกส่วนให้บริการปรึกษาและจ่ายยาตามอาการของโรคเป็นเคาน์เตอร์ต่างหากจากส่วนที่ให้บริการขายยาที่ผู้บริโภคซื้อยาโดยวิธีระบุชื่อยาหรือซื้อยาตามใบสั่งแพทย์ และควรกระตุ้นให้เภสัชกรประจำร้านขายยาปรับปรุงวิธีการให้ข้อมูล และคำแนะนำเกี่ยวกับการใช้ยาที่เป็นประโยชน์ตามหลักวิชาการ และจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค
- 5) ขยายเวลาเปิดให้บริการให้มากขึ้น เช่นจากเดิมที่เปิดให้บริการวันจันทร์ถึงวันศุกร์ เวลา 8.00 น. ถึง 17.00 น. และวันเสาร์เวลา 8.00 น. ถึง 16.00 น. เป็นเปิดให้บริการ 24 ชั่วโมงทุก

วัน หรือเปิดให้บริการทุกวัน เวลา 7.00 น. ถึง 23.00 น. เป็นต้น เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ต้องการให้เปิด 24 ชั่วโมง

6) เปิดรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต หรือเปิดให้ทำบัตรเครดิตร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม เหมือนกับห้างสะดวกซื้อเช่น ห้างโลตัส ฯลฯ เพื่ออำนวยความสะดวก ให้เครดิตแก่ผู้บริโภค และจงใจให้ผู้บริโภคเป็นลูกค้าประจำ

7) ควรบริหารงานร้านขายยาโดยจัดให้มีระบบการจัดการแบบเอกชน เพื่อความคล่องตัวในการดำเนินงาน อาจร่วมทุน หรือจ้างบริษัทที่มีประสบการณ์ และความชำนาญทางด้านการบริหารจัดการธุรกิจค้าปลีก

### 3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

3.2.1 ควรขยายพื้นที่ไปส่วนภูมิภาค โดยแบ่งออกเป็นภาคคือภาคเหนือ ภาคอีสาน ภาคกลาง ภาคใต้ ภาคตะวันออก เพื่อศึกษาผลของความแตกต่างทางด้านภูมิศาสตร์ต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หรือเปรียบเทียบกับผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

3.2.2 ศึกษาลงลึกในรายละเอียดที่พบจากการศึกษารั้งนี้ เช่นพบว่าผู้บริโภคซื้อยาแก้ปวดลดไข้บ่อยที่สุด ก็ควรศึกษาว่าเป็นประเภทใดบ้าง หรือเป็นการปวดจากสาเหตุอะไรที่ผู้บริโภคซื้อบ่อยที่สุด หรือพบว่าเพศชายใช้บริการร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมมากกว่าเพศหญิง ซึ่งต่างจากร้านขายยาทั่วไป ก็ควรศึกษาต่อว่าเป็นเพราะสาเหตุอะไรเป็นต้น

3.2.3 ควรเพิ่มการสัมภาษณ์ความคิดเห็นจากพนักงานขายและเภสัชกรในร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมและร้านขายยาทั่วไปด้วย

3.2.4 ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาดขององค์การเภสัชกรรม

## บรรณานุกรม



## บรรณานุกรม

- กนิษฐา ปิงสุทธีวงศ์ จัญจรี เรื่องพิเศษ และรัตนากรณ์ อาวิพันธ์ (2535) “การวิเคราะห์โฆษณาที่  
เผยแพร่ทางวิทยุโทรทัศน์” ปรินิพนธ์เภสัชศาสตร์ คณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย
- กิตติพงษ์ เลิศอุดมโชค ชัชวาล บุญญฤทธิ์ และประทีศ กิตติกุลกันยาภิจ (2534) “ร้านขายยาใน  
ระบบ แฟรนไชส์ 2” ปรินิพนธ์เภสัชศาสตร์ ภาควิชาเภสัชกรรม คณะเภสัชศาสตร์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ฉลอง อัคริโนเรศ และคนอื่นๆ (2536) “การแก้ปัญหาการซื้อ-การขายที่ไม่เหมาะสมในหมู่บ้าน  
กรณีศึกษาคำบลจำปาหวาย อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา” สำนักสาธารณสุขจังหวัดพะเยา
- จรรยา ณะสาร (2538) “การใช้ยาของประชาชนบ้านห้วยน้ำค้าง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่”  
วิทยานิพนธ์ปริญญาสาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต คณะสาธารณสุขศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คณะเภสัชศาสตร์ หน่วยวิชาการเภสัชศาสตร์สังคม ( ภสส. ) (2539) การศึกษา  
เพื่อส่งเสริมจริยธรรมแห่งวิชาชีพเภสัชกรรม โครงการส่งเสริมคุณธรรม  
กรุงเทพมหานคร หน่วยวิชาการเภสัชศาสตร์สังคม (ภสส.) คณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย
- จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คณะเภสัชศาสตร์ หน่วยวิชาการเภสัชศาสตร์สังคม (ภสส.) (2535)  
เศรษฐศาสตร์ทางยา กรุงเทพมหานคร หน่วยวิชาการเภสัชศาสตร์สังคม (ภสส.) คณะเภสัช  
ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ชาญชัย วสุธาวัฒน์ และคนอื่นๆ (2536) “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคยาจากร้านขายของประชาชน  
จังหวัดพัทลุง” สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพัทลุง
- ธีระ ฉกาจโรคม (2543) *Pharmaketing* กรุงเทพมหานคร นิตยสาร Brand Age
- ธีระ ฉกาจโรคม (2543) *ตลาดยาเชิงยุทธ์* กรุงเทพมหานคร ทิปป์โปยท์
- ประภิต วาทีสาธกิจ และคนอื่นๆ (2537) “สรุปสถานภาพการใช้ยาของประเทศไทย” สำนักงาน  
คณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข กรุงเทพมหานคร
- ประนอม โพธิยานนท์ (2531) *วิวัฒนาการวิชาชีพเภสัชกรรม* ภาควิชาเภสัชกรรม คณะเภสัชศาสตร์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2536) *การวัดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอนามัย* กรุงเทพมหานคร โอเคเอ็นเอสโตร์
- ประสาธ อิศรปรีชา (2522) *จิตวิทยาการศึกษา* กรุงเทพมหานคร กราฟฟิคอาร์ต

- ประสาท อิศรปรีชา (2522) *จิตวิทยาการศึกษา* กรุงเทพมหานคร กราฟฟิคอาร์ต
- ปริญญ์ ลักษิตานนท์ (2544) *จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค* กรุงเทพมหานคร เจริญบุญการพิมพ์ (1998)
- ปรีดา คีสุวรรณ และสมควร รัตนสะอาด (2533) “การศึกษาพฤติกรรมการใช้ยาของคนเองของ  
ประชาชน” จังหวัดแพร่ โรงพยาบาลแพร่
- พวงรัตน์ ทวีวัฒน์ (2545) *วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์ (ฉบับปรับปรุงใหม่ล่าสุด)*  
กรุงเทพมหานคร ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- พีรวุฒิ เจริญสุขพงศ์ (2539) *การจัดการร้านขายยา* เชียงใหม่ ภาควิชาบริหารเภสัชกิจ คณะเภสัชศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- พรเทพ อภิญญาประเทือง วรวัชร สีลาคุณากร และบุษยามา ลีพุด (2539) “ร้านขายยาในประเทศไทยปีพ.ศ.  
2563” *ปริญญานิพนธ์เภสัชศาสตร์ ภาควิชาเภสัชกรรมชุมชนและบริหารเภสัชกิจ คณะ  
เภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*
- เภสัชกรรมสมาคมแห่งประเทศไทย (2535) *ข้อมูลเภสัชกรรมไทย 2535* กรุงเทพมหานคร ไทยมิตรการพิมพ์
- มงคล ณ สงขลา และคนอื่นๆ (2545) *ระบบยาของประเทศไทย* คณะกรรมการโครงการศึกษาวิเคราะห์  
ระบบยาของประเทศไทย กรุงเทพมหานคร โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย
- มรกต กรเกษม และคนอื่นๆ (2534) *ระบบยาของประเทศไทย* คณะทำงานเพื่อศึกษาวิเคราะห์ระบบยา  
ของประเทศไทย กรุงเทพมหานคร อรุณการพิมพ์
- มรกต กรเกษม และคนอื่นๆ (2537) *บทวิเคราะห์ระบบข้อมูลข่าวสารด้านยา* กรุงเทพมหานคร  
สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข กรุงเทพมหานคร
- “พระราชบัญญัติยา พ.ศ.2510” ร้อยคำรวงโทเสถียร วิชัยลักษณ์ และพันคำรวงเอกสืบวงศ์ วิชัยลักษณ์  
(2526) กรุงเทพมหานคร นิติเวช
- ลือชัย ศรีเงินขวง ทวีทอง หงษ์วิวัฒน์ และเพ็ญจันทร์ ประดับมุก (2537) “Implication of community  
Health Workers Distributing Drugs” ศูนย์ศึกษานโยบายสาธารณสุข มหาวิทยาลัยมหิดล
- วิโรจน์ ตั้งเจริญเสถียร (2539) *ทุกข์ สมุทัยในระบบสาธารณสุขและหลักประกันสุขภาพคนไทย*  
กรุงเทพมหานคร สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข
- ศุภร เสรีรัตน์ (2540) *พฤติกรรมผู้บริโภค* กรุงเทพมหานคร ดอกหญ้า
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย “การรักษาพยาบาลยามเจ็บป่วยในยุค IMF [ออนไลน์] สํารวจ 7-14 พฤศจิกายน  
2541 กลุ่มตัวอย่าง 1155 คน” (ออนไลน์) สาระสังเขป ค้นวันที่ 23 สิงหาคม 2546 จาก  
<http://www.krc.co.th/>

- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย “การรักษายาบาลยามเจ็บป่วย (ไปหาหมอ / ซื้อยากินเอง) สํารวจ 1-8 เมษายน 2541 กลุ่มตัวอย่าง 428 คน” (ออนไลน์) สาระสังเขป คํานวันที่ 23 สิงหาคม 2546 จาก <http://www.krc.co.th/>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539) *พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับสมบูรณ์* กรุงเทพมหานคร ดวงกมลสมัย “บัญชียาหลักแห่งชาติ 2535” กระทรวงสาธารณสุข (2535) กรุงเทพมหานคร
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2538) *ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์* กรุงเทพมหานคร สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ 2538
- สุเชต ลิ้มพาศีวะ (2540) *การบริหารร้านขายยา* กรุงเทพมหานคร ภาควิชาเภสัชกรรมชุมชนและบริหารเภสัชกิจ คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- สุนัญญา หุงดงคบดี และคนอื่นๆ (2539) “รูปแบบร้านขายยาที่พึงประสงค์ในจังหวัดสงขลา กรุงเทพมหานคร ภาควิชาเภสัชกรรมชุมชนและบริหารเภสัชกิจ คณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สุพัตรา ชาติบัญญัติ และคนอื่นๆ (2533) “แหล่งที่ให้ข้อมูลและการตัดสินใจในการใช้ยาของประชาชนในชนบทภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กรณีศึกษา 4 หมู่บ้าน” องค์การบริหารวิเทศกิจแห่งประเทศไทยแคนาดา (OIDA) และสถาบันวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยขอนแก่น
- สุวิทย์ วิบุลผลประเสริฐ (บรรณาธิการ) (2542) *การสาธารณสุขไทย พ.ศ.2540-2541* นนทบุรี สำนักนโยบายและแผนสาธารณสุขและกองการสาธารณสุขต่างประเทศ สำนักปลัดกระทรวงสาธารณสุข
- สำลี ใจดี (2536) *จริยธรรมแห่งวิชาชีพเภสัชกรรม* กรุงเทพมหานคร หน่วยวิชาการเภสัชศาสตร์สังคม (ภสศ.) คณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- Engel F.J., Kollat &, Blackwell, D.R. (1994) *Consumer Behavior*. 2 nd ed. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- IMS Health Thailand Database (2544) “สัดส่วนการกระจายยาในช่องทางต่างๆในประเทศไทย” กรุงเทพมหานคร ม.ป.ท.
- Kotler, Philip. (1994) *Marketing Management*. (1994) The Millennium ed. New York: Prentice – Hall.
- Schiffman L.G.& Kanuk , L.L. (1994) *Consumer Behavior*. 5 th ed. New Jersey: Prentice –Hall.

**ภาคผนวก ก**

**แบบสอบถาม**

ร้านขายยา.....

เลขที่แบบสอบถาม.....

## แบบสอบถาม

“การศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภคในร้านขายยาทั่วไปและร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล”

## คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

2. ข้อมูลที่ท่านตอบจะเป็นความลับ ผู้วิจัยจะเปิดเผยข้อมูลที่เป็นตัวเลขสถิติเท่านั้น

3. แบบสอบถามนี้มี 4 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภค

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาด

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อร้านขายยาที่ดี

ผู้วิจัยจึงขอความกรุณาจากท่านช่วยตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อ ตามความเห็นของท่านและขอขอบคุณที่ท่านสละเวลาในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย X ลงในช่อง ( ) หน้าข้อความที่ตรงกับ

ข้อมูลของท่าน

1. เพศ

( ) 1. ชาย

( ) 2. หญิง

2. อายุ ..... ปี

3. ระดับการศึกษา

( ) 1. ต่ำกว่ามัธยมต้น

( ) 2. มัธยมปลาย หรืออาชีวะ

( ) 3. ปริญญาตรี

( ) 4. สูงกว่าปริญญาตรี

สำหรับเจ้าหน้าที่

V1( )

V2( ) ( )

V3( )

4. รายรับเฉลี่ยต่อเดือน .....บาท  
(ไม่หักค่าใช้จ่าย)  
( ) ( ) ( ) ( ) ( ) V4
5. อาชีพ V5( )  
( ) 1.นักเรียน / นักศึกษา ( ) 2.ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ  
( ) 3. พนักงานบริษัท / รับจ้าง ( ) 4. ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ
- ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรซื้อยาของผู้บริโภค
- คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย X ลงในช่อง ( ) หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลของท่าน สำหรับเจ้าหน้าที่
6. เมื่อท่านเจ็บป่วย ปกติท่านจะ V6( )  
( ) 1. ซื้อยากินเอง  
( ) 2. ไปพบแพทย์  
( ) 3. ปรึกษาเภสัชกร  
( ) 4. ฟังไสยศาสตร์  
( ) 5. รอและหวังว่าจะหายเอง  
( ) 6. ปรึกษาญาติ/เพื่อนบ้าน
7. เมื่อท่านมีความจำเป็นต้องซื้อยา ปกติท่านจะ V7( )  
( ) 1. ซื้อยาเอง  
( ) 2. ฝากเพื่อนซื้อ  
( ) 3. ฝากญาติซื้อ  
( ) 4. ให้แพทย์จ่ายยาให้
8. ท่านซื้อยารักษาโรคบ่อยที่สุด( เลือกตอบ 3 ลำดับแรก โดยใส่ตัวเลข ” 1 “ , ” 2 “  
และ ” 3 “ หน้าชื่อที่ท่านเลือกจากมากไปหาน้อย ตามลำดับ )  
( ) 1. ยาแก้ปวดลดไข้ V81( )  
( ) 2. วิตามินและเกลือแร่ V82( )  
( ) 3. ยาระบบทางเดินหายใจ V83( )  
( ) 4. ยาระบบประสาท  
( ) 5. ยาโรคหัวใจและหลอดเลือด  
( ) 6. ยารักษาโรคผิวหนัง  
( ) 7. ยารักษาโรคกระเพาะ

- ( ) 8. ยาปฏิชีวนะ
- ( ) 9. สอร์โบน
- ( ) 10. ยาระบบขับถ่ายและสืบพันธุ์
- ( ) 11. ยารักษาโรคมะเร็ง
- ( ) 12. ยาถ่ายพยาธิ
- ( ) 13. อื่นๆ โปรดระบุ .....
9. ในการเลือกซื้อยาท่านพิจารณา( เลือกตอบ 3 ลำดับแรก โดยใส่ตัวเลข” 1 “, “2” และ “3” หน้าข้อที่ท่านเลือกจากมากไปหาน้อย ตามลำดับ )
- ( ) 1.รูปร่าง V91( )
- ( ) 2.หีบห่อบรรจุ V92( )
- ( ) 3. สีสีน V93( )
- ( ) 4.ตรา, ยี่ห้อ สำหรับหน้าที่
- ( ) 5.ราคา
- ( ) 6.คุณภาพ
- ( ) 7.ฉลาก
- ( ) 8.ผู้ผลิต
- ( ) 9.วันผลิต
- ( ) 10.วันหมดอายุ
- ( ) 11.สรรพคุณ
- ( ) 12.อื่นๆ โปรดระบุ.....
10. เหตุผลที่ท่านซื้อยาในร้านขายยา V10( )
- ( ) 1. ความรวดเร็วในการรักษา
- ( ) 2. ประหยัดค่าใช้จ่าย
- ( ) 3. อาการของโรคไม่รุนแรง
- ( ) 4. ต้องการใช้ยาในเวลาที่คลินิก/โรงพยาบาลหยุดให้บริการ
11. ในการเลือกร้านขายยา ท่านพิจารณาจากอะไร มากที่สุด V11( )
- ( ) 1. ผลิตภัณฑ์ เช่นมียาครบทุกชนิด ยามีคุณภาพ มียาที่ผลิตใหม่ๆ
- ( ) 2. ราคา เช่นราคาถูก ต่อรองราคาได้
- ( ) 3. ทำเลที่ตั้ง เช่นอยู่ใกล้ สะดวกในการเดินทางไปซื้อ
- ( ) 4. สถานที่ เช่น ตกแต่งร้านทันสมัยสวยงาม สะอาด ติดแอร์
- ( ) 5. โฆษณา เช่นชื่อเสียงของร้าน น่าเชื่อถือ

- ( ) 6. มีเภสัชกรให้คำแนะนำตลอดเวลา
- ( ) 7. บริการอื่นๆ เช่น มีบริการน้ำดื่ม/ชงน้ำหนักร
- ( ) 8. เปิดตลอด 24 ชม.
12. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อท่านในการเลือกซื้อยา V12( )
- ( ) 1. ตัวเองเคยใช้มาก่อน
- ( ) 2. เพื่อน / คนรู้จัก
- ( ) 3. ญาติ/สมาชิกในครอบครัว
- ( ) 4. โฆษณา
- ( ) 5. แพทย์
- ( ) 6. เภสัชกร
13. ท่านอ่านฉลากยาก่อนตัดสินใจซื้อยาหรือไม่ V13( )
- ( ) 1. อ่าน(ตอบข้อ 14 ต่อ)
- ( ) 2. ไม่อ่าน(ข้ามไปตอบข้อ 15)
14. รายละเอียดใดบนฉลากยาที่ท่านสนใจอ่านเป็นอันดับแรก สำหรับเจ้าหน้าที่ V14( )
- ( ) 1. ส่วนประกอบ
- ( ) 2. ชื่อผู้ผลิต
- ( ) 3. วิธีใช้ยา
- ( ) 4. ตราย, ยี่ห้อ
- ( ) 5. วันผลิต/วันหมดอายุ
- ( ) 6. สรรพคุณยา
15. ในการซื้อยาที่ร้านขายยา ท่านใช้วิธีการใด V15( )
- ( ) 1. บอกอาการแล้วให้ผู้ขายจัดให้
- ( ) 2. บอกสรรพคุณยาที่ต้องการแล้วให้ผู้ขายจัดให้
- ( ) 3. ระบุชื่อยาที่ต้องการ
- ( ) 4. เอาตัวอย่างยาให้ผู้ขายดู
- ( ) 5. ซื้อตามใบสั่งแพทย์
16. จำนวนครั้งที่ท่านซื้อยาจากร้านขายยาใน 1 เดือน V16( )
- ( ) 1. น้อยกว่า 1 ครั้ง
- ( ) 2. 1-2 ครั้ง
- ( ) 3. 3-4 ครั้ง
- ( ) 4. มากกว่า 4 ครั้ง



- ( ) 5. อื่นๆ โปรดระบุ .....
17. ในการซื้อยาแต่ละครั้ง ท่านมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเท่าไร V17( )
- ( ) 1. น้อยกว่า 50 บาท
- ( ) 2. 51-200 บาท
- ( ) 3. 201-400 บาท
- ( ) 4. มากกว่า 400 บาท
- ( ) 5. อื่นๆ โปรดระบุ .....
18. การเลือกซื้อยาที่ท่านรู้จักซื้อยาและข้อมูลเกี่ยวกับยาจากที่ใด V18( )
- ( ) 1. เคยใช้มาก่อน
- ( ) 2. แพทย์
- ( ) 3. เกษีษกร
- ( ) 4. ฉลาก/เอกสารเกี่ยวกับยา
- ( ) 5. โฆษณา
- ( ) 6. ญาติ/คนในครอบครัว
- ( ) 7. เพื่อน/คนรู้จัก
- ( ) 8. ผู้ขายยา
19. ท่านซื้อยาจากที่ใดบ่อยที่สุด สำหรับเจ้าหน้าที่
- ( ) 1. ร้านขายยาทั่วไป V19( )
- ( ) 2. โรงพยาบาล
- ( ) 3. คลินิก
- ( ) 4. ร้านขายยาขององค์การเภสัชกรรม
- ( ) 5. ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7-eleven
- ( ) 6. ร้านขายของชำ
20. ท่านเลือกร้านขายยาโดยพิจารณาทำเลที่ตั้งใด V20( )
- ( ) 1. ใกล้บ้าน
- ( ) 2. ใกล้ที่ทำงาน
- ( ) 3. ในห้างสรรพสินค้า
- ( ) 4. ใกล้ป้ายรถเมล์
- ( ) 5. ในตลาด
- ( ) 6. ใกล้โรงพยาบาล

( ) 7. อื่นๆ โปรดระบุ .....

21. ถ้าหากร้านขายยาไม่มียาที่ท่านต้องการท่านทำอย่างไร

V21( )

- ( ) 1. ซื้อยาอื่นที่มีสรรพคุณเหมือนกันทดแทน
- ( ) 2. ซื้อยี่ห้ออื่นที่มีตัวยาเหมือนกันทดแทน
- ( ) 3. ให้ผู้ขายแนะนำ
- ( ) 4. ไม่ซื้อ

22. นอกจากยาท่านต้องการสินค้าใดจากร้านขายยา ( เลือกตอบ 3 ลำดับแรก โดยใส่ตัวเลข " 1 " , " 2 " และ " 3 " หน้าชื่อที่ท่านเลือกจากมากไปหาน้อย ตามลำดับ )

( ) 1. อาหารเสริมสุขภาพ

V221( )

( ) 2. เครื่องสำอาง

V222( )

( ) 3. สินค้าอุปโภคบริโภค

V223( )

( ) 4. เครื่องดื่ม

( ) 5. ฉงยางอนามัย

( ) 6. วัสดุทางการแพทย์

( ) 7. ของใช้เด็กอ่อน

( ) 8. เครื่องมือแพทย์

( ) 9. ชุดทดสอบต่างๆเช่นชุดทดสอบการตั้งครรภ์

( ) 10. สิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร)

( ) 11. อื่นๆ โปรดระบุ.....

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาด

คำชี้แจง คำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับคือ 1=น้อยที่สุด 2=น้อย 3=ปานกลาง 4=มาก 5=มากที่สุด

โปรดทำเครื่องหมาย X ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ท่านคิดว่าร้านขายยาควรมีส่วนประสมทางการตลาดอย่างไร	ระดับความคิดเห็น					
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	
<b>ผลิตภัณฑ์</b>						
23. จำหน่ายยาและผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ						V23( )
24. มียาครบตรงกับความต้องการ						V24( )
25. มียาชนิดใหม่ๆเสมอ						V25( )
<b>ราคา</b>						
26. ราคาถูก						V26( )
<b>สถานที่</b>						
27. ร้านสะอาดเรียบร้อย						V27( )
28. อยู่ใกล้สะดวกในการใช้บริการ						V28( )
29. ตกแต่งร้านทันสมัย						V29( )
30. สามารถเลือกหยิบยาได้ด้วยตนเอง						V30( )
31. มีที่จอดรถสะดวกสบาย						V31( )
<b>การส่งเสริมการตลาด</b>						
32. ชื่อเสียงน่าเชื่อถือ						V32( )
33. พนักงานขายบริการดี พุดจาสุภาพ						V33( )
34. มีส่วนลด ของแถม						V34( )
<b>การบริการ</b>						
35. เปิดบริการตลอด 24 ชม.						V35( )
36. มีเภสัชกรให้คำปรึกษาตลอดเวลา						V36( )
37. บริการรวดเร็วประทับใจ						V37( )
38. ให้ข้อมูลและคำแนะนำดี						V38( )
39. รับบัตรเครดิต						V39( )
40. รักษาอาการเจ็บป่วยได้หายขาด						V40( )

**ตอนที่ 4** ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อร้านขายยาที่ดี

41. ท่านคิดว่าร้านขายยาที่ดีที่ทำให้ท่านอยากใช้บริการควรเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	เกษียรหญิงนพรัตน์ ศรีวงศ์พานิช
วัน เดือน ปี เกิด	1 พฤษภาคม 2505
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรีเกษตรศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล
สถานที่ทำงาน	องค์การเกษตรกรรม
ตำแหน่ง	หัวหน้าแผนกสำรองวัตถุดิบ 1