

พฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภค ในอำเภอศรีบุญเรือง
จังหวัดหนองบัวลำภู

นายชาติชาย ชนาวดีกุล

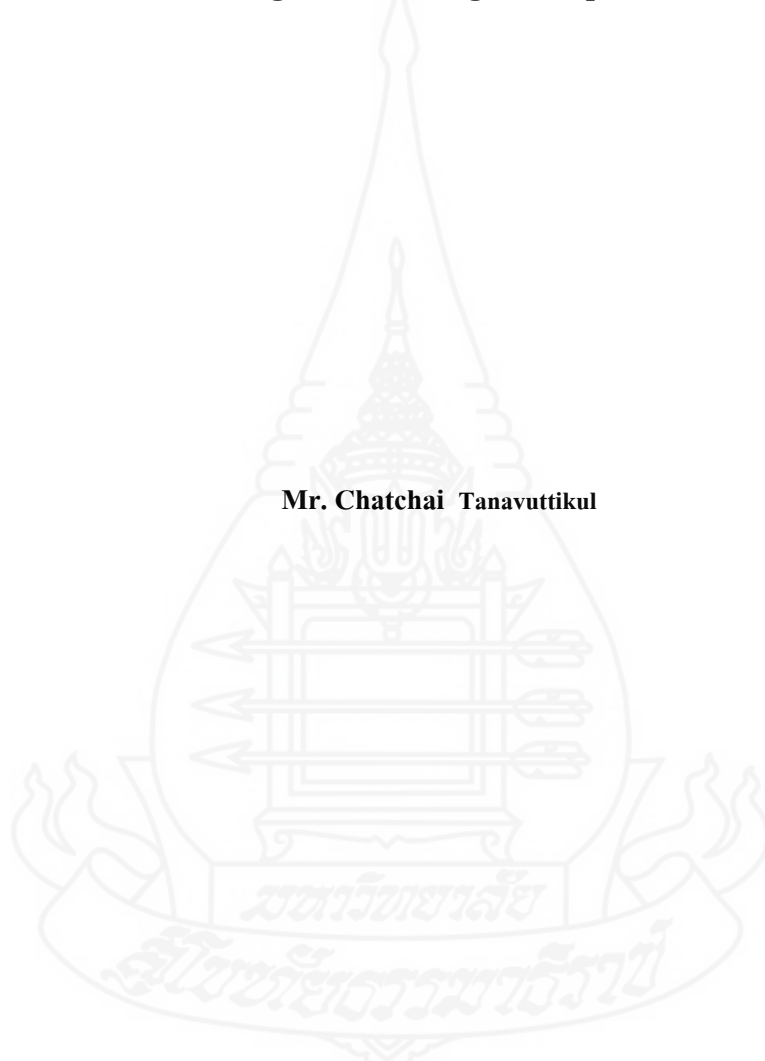


การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2554

**Behaviors of Using Pharmacy Services Among Consumers in
Siboonruang District, Nongbualamphu Province**

Mr. Chatchai Tanavuttikul



An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Business Administration

School of Management Science

Sukhothai Thammathirat Open University

2011

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ พหุติกรรมการใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภค
ในอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู
ชื่อและนามสกุล นายชาติชาย ชนาวุฒิกุล
แขนงวิชา บริหารธุรกิจ
สาขาวิชา วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์จิราภรณ์ สุชัยมสภา

การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน 2554

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ

รองศาสตราจารย์จิราภรณ์ สุชัยมสภา

ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์จิราภรณ์ สุชัยมสภา)

รองศาสตราจารย์วรรณี ชลนภาสถิตย์

กรรมการ

(รองศาสตราจารย์วรรณี ชลนภาสถิตย์)

รองศาสตราจารย์ ดร. เฉลิมพงษ์ มีสมนัย

(รองศาสตราจารย์ ดร. เฉลิมพงษ์ มีสมนัย)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ

ชื่อการศึกษา คั่นคว้ออิสระ พฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภค ในอำเภอศรีบุญเรือง
จังหวัดหนองบัวลำภู

ผู้ศึกษา นายชาติชาย ธนาวุฒิกุล รหัสนักศึกษา 2513002952 **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์จรินทร์ สุขัมมสภา **ปีการศึกษา** 2554

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภค ในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู (2) เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ จำนวนสมาชิกในครอบครัว

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้บริโภคบริการร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภูจำนวน 89,991 คน กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรทราโรยามาเน่ ได้จำนวน กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 399 คน สุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติที และค่าสถิติเอฟ

ผลการศึกษา พบว่า (1) ผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภูส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว จำนวน 4 คนและรู้จักร้านขายยาร้าน โซคดีฟาร์มาซีมากที่สุด และพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคพบว่าประเภทสินค้าที่ผู้บริโภคเลือกซื้อจากร้านขายยามากที่สุด คือ ยารักษาโรค โดยเลือกซื้อยาแก้ปวดลดไข้ ส่วนร้านขายยาที่ต้องการไปใช้บริการมากที่สุด คือ ร้าน โซคดีฟาร์มาซี สาเหตุที่เลือกใช้บริการร้านขายยา เพราะเดินทางสะดวก ใกล้บ้าน โดยเมื่อมีอาการเจ็บป่วย ผู้บริโภคต้องการซื้อยา และตัวผู้บริโภคเองมีอิทธิพลต่อการมาใช้บริการร้านขายยา โดยมีวิธีการเลือกซื้อยาโดยการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับยาที่ต้องการซื้อจากเภสัชกรประจำร้านมากที่สุด (2) เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ จำนวนสมาชิกในครอบครัว ปรากฏว่า ผู้บริโภคที่มี เพศ อาชีพ และจำนวนสมาชิกในครอบครัวแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้บริโภคที่มีอายุ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านขายยาแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

คำสำคัญ พฤติกรรม การใช้บริการ ร้านขายยา จังหวัดหนองบัวลำภู

Independent Study title: Behaviors of Using Pharmacy Services Among Consumers in Siboonruang District, Nongbualamphu Province

Author: Mr. Chartchai Tanavuttikul; **ID:** 2513002952;

Degree: Master of Business Administration ;

Independent Study advisor: Jiraporn Suthammasapa, Associate Professor ;

Academic year: 2011

Abstract

The purposes of this study were: (1) to study consumers behaviors of pharmacy services in Sriboonruang, District, Nongbualamphu Province; (2) to compare consumers behaviors of pharmacy services in the Sriboonruang district, Nongbualamphu Province by gender, age, education, occupation, income, and number of family members.

This study was a survey research. The studied population was 89,991 consumers who were pharmacy's consumers in the Sriboonruang district. The sampling size was 399 consumers by using a formula to calculate the sampling size of Taro Yamane and stratified random sampling. This study utilized a questionnaire to determine consumer behaviors. Data were analyzed as frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test and F-test.

The study results showed that: (1) most of consumers in the Sriboonruang district, Nongbualamphu Province was female with average age of 25-34 years and Bachelor degree. The most of them had private business with average monthly income of 5,001 to 10,000 baht. They had 4 family members and the "Chokedee Pharmacy" was popular pharmacy in this group. The consumer behaviors were found that consumers mostly bought pharmaceuticals; as analgesics. Most consumers preferred to go to "Chokedee Pharmacy" because it was conveniently and close to consumers' house. When the consumers were sick, they need drug. The consumers themselves had influenced the use of drugstore. Most of them have been buying and asking for drug's information from regular pharmacist; and (2) the comparison of the consumers behaviors of pharmacy services by personal factors including sex, age, education level, occupation, income, different number of family members were found that the consumer behaviors of a pharmacy service were not different. The consumers with different age, education and income had different behaviors with statistical significance at 0.05.

Keywords: Behavior, Service use, Pharmacy, Nongbualamphu Province

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ ผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์และความกรุณาเป็นอย่างดี จาก รองศาสตราจารย์จักรภรณ์ สุทธิมสกา สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ และติดตามการทำวิจัยฉบับนี้ โดยตลอดจนสำเร็จสมบูรณ์

ครั้งนี้คงไม่สามารถสำเร็จสมบูรณ์ลงได้ หากไม่ได้รับความอนุเคราะห์จากผู้บริหาร โภคินเขต อำเภอสรีบุญเรือง ที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงใคร่ขอแสดงความขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ชาติชาย ธนาวุฒิกุล

กรกฎาคม 2554



สารบัญ

| | หน้า |
|--|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย | ง |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ | จ |
| กิตติกรรมประกาศ | ฉ |
| สารบัญตาราง | ฅ |
| สารบัญภาพ | ฉ |
| บทที่ 1 บทนำ | 1 |
| ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา | 1 |
| วัตถุประสงค์ของการค้นคว้า | 2 |
| กรอบแนวคิดของการศึกษาค้นคว้า | 2 |
| ขอบเขตการวิจัย | 4 |
| คำนิยามศัพท์ | 4 |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ | 5 |
| บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 6 |
| ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภค | 8 |
| การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค | 9 |
| แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer's Behavior) | 20 |
| แนวคิดส่วนประสมทางการค้าปลีก (The Retailing Mix) | 22 |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 25 |
| บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย | 27 |
| ประชากร | 27 |
| เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย | 29 |
| การเก็บรวบรวมข้อมูล | 29 |
| การวิเคราะห์ข้อมูล | 29 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|---|------|
| บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล | 31 |
| ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม..... | 31 |
| ตอนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคใน อำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู..... | 35 |
| ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาของ ผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ จำนวนสมาชิกในครอบครัว..... | 41 |
| บทที่ 5 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ..... | 64 |
| สรุปการวิจัย..... | 64 |
| อภิปรายผล..... | 67 |
| ข้อเสนอแนะ..... | 70 |
| บรรณานุกรม..... | 71 |
| ภาคผนวก..... | 74 |
| ประวัติผู้ศึกษา..... | 78 |

สารบัญตาราง

| | หน้า |
|--|------|
| ตารางที่ 2.1 การใช้คำถาม 7 คำถาม เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค..... | 20 |
| ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนร้อยละของข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการ ร้านขายยาในอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู..... | 31 |
| ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนร้อยละพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคใน อำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ในด้านประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ..... | 35 |
| ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนร้อยละพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคใน อำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ในด้านประเภทยาที่เลือกซื้อ..... | 36 |
| ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนร้อยละพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคใน อำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ในร้านที่ต้องการใช้บริการมากที่สุด..... | 37 |
| ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนร้อยละพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคใน อำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านสาเหตุที่เลือกใช้บริการร้านขายยา... 37 | 37 |
| ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนร้อยละพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคใน อำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านต้องการซื้อยามื่อใด..... | 38 |
| ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนร้อยละพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคใน อำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านบุคคลที่มีอิทธิพล ในการมาใช้บริการ..... | 39 |
| ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนร้อยละพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคใน อำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านวิธีการเลือกซื้อยา..... | 40 |
| ตารางที่ 4.9 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการร้านขายยา ของผู้บริโภคในอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู จำแนกตามเพศ..... | 41 |
| ตารางที่ 4.10 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการร้านขายยา ของผู้บริโภคในอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู จำแนกตามอายุ..... | 43 |
| ตารางที่ 4.11 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอ ศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านประเภทยาที่เลือกซื้อ จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่..... | 44 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| | หน้า |
|---|------|
| ตารางที่ 4.12 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขต อำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านต้องการใช้บริการ ร้านขายยาเมื่อใด จำแนกตามอายุ เป็นรายชื่อ..... | 45 |
| ตารางที่ 4.13 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขต อำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านบุคคลที่มีอิทธิพล ในการใช้บริการร้านขายยา จำแนกตามอายุ เป็นรายชื่อ..... | 46 |
| ตารางที่ 4.14 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขต อำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านวิธีการเลือกซื้อยา จำแนกตามอายุ เป็นรายชื่อ..... | 46 |
| ตารางที่ 4.15 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านขายยา ของผู้บริโภคในอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู จำแนกตามระดับการศึกษา..... | 47 |
| ตารางที่ 4.16 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขต อำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายชื่อ..... | 49 |
| ตารางที่ 4.17 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขต อำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านร้านขายยาที่ต้องการไปใช้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายชื่อ..... | 50 |
| ตารางที่ 4.18 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอ ศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านต้องการใช้บริการร้านขายยาเมื่อใด จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายชื่อ..... | 51 |
| ตารางที่ 4.19 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอ ศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการใช้บริการ ร้านขายยา จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายชื่อ..... | 52 |
| ตารางที่ 4.20 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านขายยา ของผู้บริโภคในอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู จำแนกตามอาชีพ..... | 53 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| | หน้า |
|---|------|
| ตารางที่ 4.21 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขต อำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่..... | 54 |
| ตารางที่ 4.22 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภค ในอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู จำแนกตามรายได้..... | 55 |
| ตารางที่ 4.23 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขต อำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ จำแนกตามรายได้ เป็นรายคู่..... | 57 |
| ตารางที่ 4.24 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขต อำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านประเภทยาที่เลือกซื้อ จำแนกตามรายได้ เป็นรายคู่..... | 58 |
| ตารางที่ 4.25 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขต อำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านร้านขายยาที่ต้องการไปใช้บริการ จำแนกตามรายได้ เป็นรายคู่..... | 59 |
| ตารางที่ 4.26 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขต อำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านต้องการใช้บริการ ร้านขายยาเมื่อใด จำแนกตามรายได้ เป็นรายคู่..... | 60 |
| ตารางที่ 4.27 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขต อำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านวิธีการเลือกซื้อยา จำแนกตามรายได้ เป็นรายคู่..... | 61 |
| ตารางที่ 4.28 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านขายยาของ ผู้บริโภคในอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว..... | 62 |

สารบัญภาพ

| | หน้า |
|---|------|
| ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการศึกษาค้นคว้าพฤติกรรมการใช้บริการ ร้านขายยาของผู้บริโภค..... | 3 |
| ภาพที่ 2.1 แสดงรูปแบบพฤติกรรมกรซื้อ (ผู้บริโภค) (Model of Buyer (Consumer) Behavior) และ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรซื้อของผู้บริโภค (Factor Influencing Consumer's Buying Behavior)..... | 12 |
| ภาพที่ 2.2 การดำเนินชีวิต และกระบวนการบริโภค..... | 17 |
| ภาพที่ 2.3 แสดงตลาดเป้าหมายและส่วนประสมทางการค้าปลีก..... | 22 |



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เป็นที่ทราบกันดีว่าปัจจัย 4 (อาหาร, เครื่องนุ่งห่ม, ที่อยู่อาศัย, ยารักษาโรค) เป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต ดังนั้นการเจ็บไข้ได้ป่วยเป็นสิ่งที่มนุษย์ทุกคนหลีกเลี่ยงไม่ได้ และเมื่อมีการเจ็บป่วยก็ต้องทำการรักษา ซึ่งแล้วแต่ทางเลือกของแต่ละบุคคล เช่น ไปพบแพทย์ที่อยู่ในโรงพยาบาลของรัฐ ในโรงพยาบาล เอกชน ในคลินิกหรือแม้กระทั่งซื้อยากินเองตามร้านขายยา ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกำลังทรัพย์หรือความรุนแรงของอาการ จากรายงานของกระทรวงสาธารณสุขพบว่าคนไทยมีรายจ่ายเพื่อสุขภาพสูงขึ้นทุกปี ร้านขายยาจึงเป็นช่องทางหนึ่งที่จะกระจายยาและสินค้าเพื่อสุขภาพสู่ผู้บริโภค ร้านขายยาจึงเป็นที่นิยมในการไปใช้บริการ เมื่อมีอาการเจ็บไข้ได้ป่วยที่มีอาการไม่มากนัก เนื่องจากมีความสะดวกสบายมากกว่าที่จะไปโรงพยาบาลหรือคลินิก เพราะไม่ต้องเสียเวลาในการเดินทาง ไม่ต้องรอคิวนาน อีกทั้งประหยัดเรื่องค่าใช้จ่ายอีกด้วย

ในปัจจุบันท่ามกลางกระแสเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป การปรับตัวให้เหมาะสมและอยู่รอดในการดำเนินธุรกิจต่างๆ จึงมีความสำคัญ และในปัจจุบันมีร้านขายยาเปิดใหม่มีเป็นจำนวนมาก ดังนั้นร้านที่เปิดใหม่ก็มีความเป็นไปได้ที่จะประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจนั้นทั้งความเป็นไปได้ทางการตลาดและความเป็นไปได้ทางการเงิน

ในอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู มีการแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 4 เขตเทศบาล ได้แก่

1. เขตเทศบาลศรีบุญเรือง
2. เขตเทศบาลจอมทอง
3. เขตเทศบาลโนนสูงเปลือย
4. เขตเทศบาลยางหล่อ

โดยมีประชากรทั้งสิ้น 109,230 คน เป็นชาย 55,252 คน เป็นหญิง 53,978 คน

(ที่มา : ที่ว่าการอำเภอศรีบุญเรือง) จากการสำรวจพบว่ามีร้านขายยาแผนปัจจุบันบรรจุเสร็จ จำนวน 6 ร้าน ได้แก่ 1. ร้านสิทธิโชคเภสัช 2. ร้านโชคดีฟาร์มาซี 3. ร้านนิคมโอสด 4.ร้านสมพงษ์เภสัช 5. ร้านมนตรีเภสัช 6.ร้านจิรวัดเภสัช (ที่มา : สาธารณสุขจังหวัดหนองบัวลำภู) จะเห็นได้ว่ามี

การแข่งขันค่อนข้างสูงอีกทั้งปัจจัยอื่นๆ ทั้งภาวะเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน ปัญหาการเมืองที่ยังไม่รู้ทิศทาง ดังนั้นการประกอบธุรกิจในสภาวะที่มีปัจจัยความเสี่ยงสูงจะเป็นการดีหากผู้ประกอบการจะมีการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของผู้บริโภคเพื่อประกอบธุรกิจที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด จากจุดนี้จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู

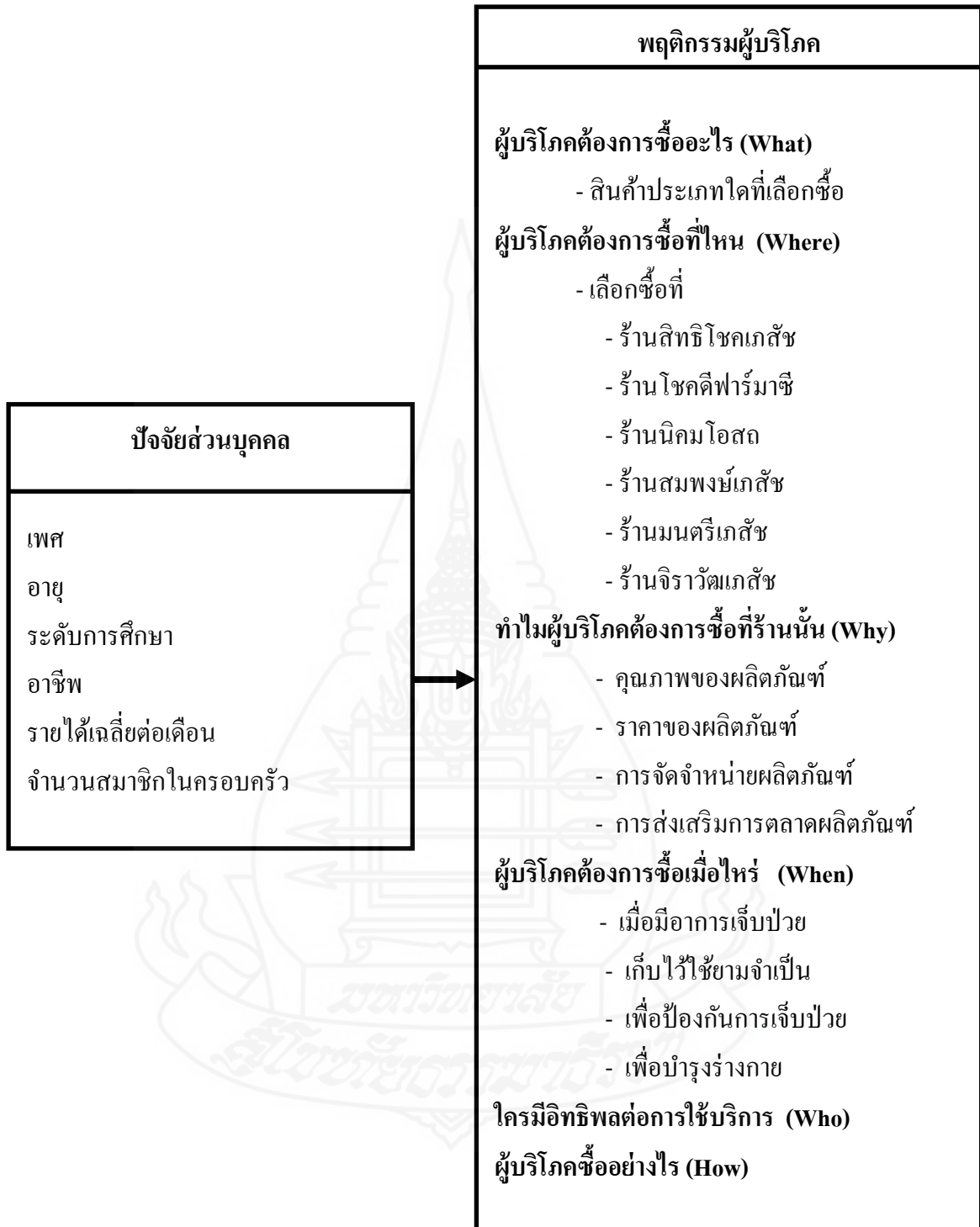
2. วัตถุประสงค์ของการค้นคว้า

2.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคใน เขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู

2.2 เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ จำนวนสมาชิกในครอบครัว

3. กรอบแนวคิดของการศึกษาค้นคว้า

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ใช้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับการบริโภคสินค้าที่ต้องการนำเสนอว่า ใครคือลูกค้า (Who) ผู้บริโภคต้องการซื้ออะไร (What) ทำไมจึงซื้อ (Why) ซื้อเมื่อไหร่ (When) ซื้อที่ไหน (Where) ซื้ออย่างไร (How)



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการศึกษาค้นคว้าพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภค

4. ขอบเขตการวิจัย

4.1 ด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภค และเปรียบเทียบพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู

4.2 ด้านประชากร

4.2.1 ประชากร (Population) ประชากรในที่นี้ หมายถึง ผู้บริโภคที่อยู่ในเขต อำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู

4.2.2 กลุ่มตัวอย่าง เป็นตัวแทนของประชากรที่ใช้ในการศึกษาโดยได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบ Stratified Random Sampling สูตรความคลาดเคลื่อน มาตรฐานโดยกำหนดความเชื่อมั่น 95% และให้ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% โดยระบุคุณลักษณะของประชากร เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพและรายได้ เป็นต้น

4.3 ด้านตัวแปร

ตัวแปรอิสระ เป็นตัวแปรพื้นฐานเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่

เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยของผู้บริโภค จำนวนสมาชิกในครอบครัว

ตัวแปรตาม เป็นตัวแปรเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ผู้บริโภคต้องการซื้ออะไร (What) ทำไมจึงซื้อ (Why) ซื้อเมื่อไหร่ (When) ซื้อที่ไหน (Where) ซื้ออย่างไร (How)

5. คำนิยามศัพท์

5.1 ผู้บริโภค (Consumer) หมายถึง ประชากรที่เคยมาใช้บริการในร้านขายยาใน อำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู

5.2 การบริการ (Services) หมายถึง กิจกรรมทางการตลาดของร้านขายยาใน อำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ที่เสนอโดยธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

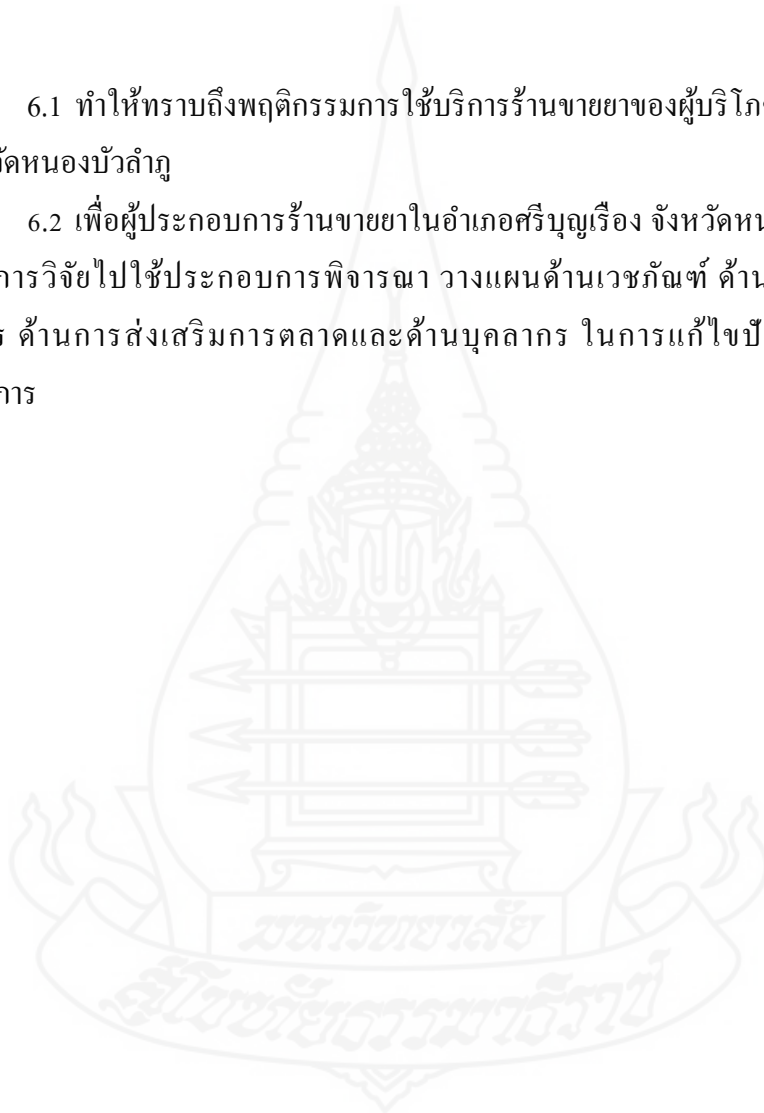
5.3. ร้านขายยาในอำเภอศรีบุญเรือง หมายถึง สถานที่จำหน่ายยาแผนปัจจุบันบรรจุเสร็จ ซึ่งตั้งอยู่ในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู

5.4 พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การที่ผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย แสดงออกในการเลือกร้านขายยาไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ วัตถุประสงค์ในการซื้อ ผู้มีอิทธิพลในการซื้อ โอกาส สถานที่ที่จะเลือกซื้อ รวมถึงขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

6.1 ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู

6.2 เพื่อผู้ประกอบการร้านขายยาในอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู สามารถนำข้อมูลการวิจัยไปใช้ประกอบการพิจารณา วางแผนด้านเวชภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านบุคลากร ในการแก้ไขปัญหาและปรับปรุงการให้บริการ



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ผู้วิจัยได้ศึกษาจากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยทั้งจากเอกสารตำรา และงานวิจัยอื่นๆ ซึ่งผู้วิจัยจะนำเสนอตามหัวข้อต่างๆ โดยลำดับต่อไปนี้

1. ภูมิหลังและความสำคัญของร้านขายยา
2. ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภค
3. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค
4. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ภูมิหลังและความสำคัญของร้านขายยา

ยา ถือได้ว่าเป็นสิ่งจำเป็นแก่ชีวิต และเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ การพัฒนาและการคิดค้นยาใหม่ได้ส่งผลให้ลดอัตราการตายจากโรคร้ายไข้เจ็บนานาชนิด และในปัจจุบันมนุษย์มีอายุยืนยาวขึ้นกว่าเดิม ถึงแม้ว่ายาจะมีคุณประโยชน์อย่างมหาศาล แต่ก็ก่อให้เกิดผลข้างเคียงและอาการอันไม่พึงประสงค์ ซึ่ง บางครั้งอาจรุนแรงถึงขั้นเสียชีวิตได้ ดังนั้น จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับทุกคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการให้บริการจำหน่ายยาโรคแก่ประชาชนที่จะต้องมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องยาต่างๆ ที่ตนเองแนะนำแก่ผู้มารับบริการเป็นอย่างดี การใช้ยาอย่างไม่พริ้งพริ้วและใช้ตามความจำเป็น นอกจากจะช่วยลดอันตรายจากการใช้ยาลงได้มากแล้ว ยังมีส่วนช่วยทางเศรษฐกิจโดยลดปริมาณความสิ้นเปลืองที่ประเทศชาติจะต้องใช้สำหรับยารักษาโรค โกวิทช์ โอภาสเจริญ (2541) กล่าวถึงแนวโน้มร้านขายยาในยุค IMF ว่าร้านขายยาเองเมื่อปี 2540 หน่วยงาน IMF ซึ่งเป็นหน่วยงานที่เก็บสถิติการขายยาทุกตัวในประเทศไทยได้แจ้งว่ายอดขายทั้งหมดของร้านขายยาในปีที่แล้วสูงถึง 10,600 ล้านบาท เป็นตัวเลขร้านขายยาส่วนๆ ซึ่งถือเป็นประมาณ 30% ของยอดขายทั้งหมด เพราะยอดขายของวงการยาทั้งหมดประมาณ 35,000 -40,000 ล้านบาท ซึ่งถือเป็นธุรกิจที่มหาศาล วงการยามีราคาต่อหน่วยดีที่สุดในเฉลี่ยแล้วประมาณ 30% ตามปกติแล้วทุกปีที่ผ่านมาวงการร้านขายยาจะโตประมาณ 10-45% ทุกปี ขณะที่โรงพยาบาลยอดขายตกไป 30-40 %

ร้านขายยาเป็นหน่วยหนึ่งของระบบสุขภาพที่อยู่ใกล้ชิดประชาชน โดยร้านขายยาไม่เพียงแต่ทำหน้าที่ด้านการกระจายยาเท่านั้น แต่ยังมีบทบาทสำคัญเปรียบเสมือนเป็น “ที่พึ่งด้านสุขภาพของชุมชน” หรืออาจกล่าวได้ว่าร้านขายยาเป็นสถานบริการสาธารณสุขที่สำคัญแห่งหนึ่งที่ประชาชนส่วนใหญ่

นิยมมาใช้บริการ เนื่องจากโดยส่วนมากร้านขายยาจะเปิดให้บริการตลอดทั้งวัน ทำให้ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการสุขภาพจากร้านขายยาได้โดยง่าย ร้านขายยาจึงเป็นทางเลือกหนึ่งของประชาชนในการใช้บริการเมื่อมีอาการหรือเจ็บป่วย (Common illness) โดยพบว่าผู้ป่วยในชุมชนไปซื้อยาตามร้านขายยามากขึ้น เพื่อที่จะนำมารักษาตนเอง โดยเฉพาะการเจ็บป่วยที่ดูว่าไม่รุนแรง หรือเรียกพฤติกรรมนี้ว่าการใช้ยารักษาตนเอง (SelfMedication) ซึ่งในปัจจุบันสามารถกระทำได้อย่างสะดวกสบายจนกระทั่งมีผู้นำการจัดการรักษาตนเองไปเปรียบเทียบกับ การซื้อหาสินค้าอุปโภคบริโภค (Commodity) นั่นคือ เกิดมี “ความสะดวกสบายทางสุขภาพ”

(Commodification of health) อันมักจะหมายถึง ยา หรือบริการอื่นใดที่มีผลต่อสุขภาพ นอกจากนี้มีการศึกษาวิจัยเป็นจำนวนมาก พบว่ามีการใช้ยาเพื่อรักษาตนเองของผู้ป่วยก่อนที่ผู้ป่วยจะเข้าสู่ระบบการรักษาทางแพทย์ โดยเฉพาะผู้ที่มียาได้ปานกลาง หรือน้อย และจะพบสถิติว่ามากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศที่กำลังพัฒนา ดัง 2 รายงานการวิจัยเรื่องการรักษาพยาบาลยามเจ็บป่วย ซื้อยากินเองหรือไปหาหมอ ซึ่งทำการวิจัยสำรวจข้อมูลในช่วงระหว่างเดือน พฤษภาคม 2540 – พฤศจิกายน 2541 เป็นระยะๆ พบว่าในช่วงที่สำรวจ 1 – 8 เมษายน 2541 ประชาชนที่เจ็บป่วย ร้อยละ 47.4 ซื้อยากินเอง โดยซื้อยาจากร้านขายยาเป็นส่วนใหญ่ (การซื้อยาเพื่อรักษาตนเอง หรือ Self Emedication) และไปพบแพทย์ที่คลินิก ร้อยละ 42.8 ตามลำดับ (ศูนย์วิจัยกสิกร ไทย. 2542) โดยนอกเหนือจากการจำหน่ายยาแล้ว ร้านขายยายังเป็นแหล่งที่สามารถให้คำแนะนำในการดูแลสุขภาพ ตลอดจนการแนะนำ และส่งต่อไปยังแพทย์ผู้เชี่ยวชาญตามความเหมาะสม ดังนั้น เพื่อให้ร้านขายยาสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค หรือผู้ป่วย ทางสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ได้ร่วมมือกับสภาเภสัชกรรม ในการพัฒนาร้านขายยาให้ได้คุณภาพ ตลอดจนเป็นการเตรียมความพร้อมให้ร้านขายยาสามารถเข้าเป็นส่วนหนึ่งในระบบการสร้างหลักประกันสุขภาพแก่ประชาชนได้ จึงได้มีการจัดทำมาตรฐานร้านขายยาขึ้น เพื่อยกระดับคุณภาพมาตรฐานร้านขายยาในประเทศไทยให้เทียบเท่าระดับสากล ทั้งนี้ โดยมีความมุ่งหมายที่สำคัญในการพัฒนาร้านขายยาให้สามารถเป็นหน่วยบริการหนึ่งในเครือข่ายระบบบริการสุขภาพขั้นปฐมภูมิ โดยที่ผ่านมาร้านขายยามีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และมีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลายแตกต่างกันมากขึ้น ไม่ว่าจะพิจารณาจากทำเลที่ตั้ง การตกแต่งร้าน ราคา ยา การมีเภสัชกรอยู่ปฏิบัติหน้าที่ และ

ความแตกต่างของคุณภาพการบริการของร้านขายยา ซึ่งเป็นประเด็นหนึ่งที่สาธารณชนให้ความสนใจ ในปัจจุบันพบว่าร้านขายยาเป็น สถานบริการสาธารณสุขของภาคเอกชนที่ใกล้ชิด กับผู้บริโภคมากที่สุดเนื่องจากความสะดวก ที่ไปใช้บริการและไม่ต้องเสียเวลา ร้านขายยาจึงเป็น สถานบริการเกี่ยวกับสุขภาพอนามัย แห่งแรกที่ประชาชนเข้าถึงเมื่อมีปัญหาสุขภาพเล็กน้อย ร้านขายยาทุกร้านจึงต้องปรับตัวไปตามวิถีทางการดำเนินชีวิตของผู้บริโภครุ่นใหม่ เพื่อความอยู่รอดในอนาคต เหมือนกับทุกธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการตกแต่งร้าน การให้บริการจากเภสัชกรที่มีความรู้เพราะผู้บริโภคต้องการข้อมูลที่ถูกต้องในการตัดสินใจ จากการที่ผู้บริโภคสามารถหาซื้อยามารับประทานได้โดยสะดวกจากบรรดาร้านค้า และร้านขายยาที่มีอยู่ทั่ว ทุกพื้นที่ ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค

2. ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรม (Behavior) หมายถึง กิริยาอาการแสดงออกทุกรูปแบบของสิ่งมีชีวิตเพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้า ทั้งภายนอกและใน เป็นการแสดงออกที่เห็นได้จากภายนอก โดยรูปแบบของพฤติกรรมต่างๆ นั้นเป็นผลมาจากการทำงานร่วมกันของพันธุกรรมและสิ่งแวดล้อม

พฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลแต่ละบุคคลในการค้นหา การเลือกซื้อ การใช้ การประเมินผล หรือจัดการกับสินค้าและบริการ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ ซึ่งเหตุผลที่คุณจำเป็นต้องศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเพราะพฤติกรรมผู้บริโภคมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจะทำให้คุณสามารถสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคและความสามารถในการค้นหาทาง แกไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในสังคมได้ถูกต้องและสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจมากยิ่งขึ้น ที่สำคัญจะช่วยในการพัฒนาตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของคุณให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ผู้บริโภค หมายถึง บุคคล หรือใครก็ตามที่กิน หรือใช้สินค้า บริการต่าง ๆ เพื่อสนองความต้องการ ของตนเองทั้งทางด้านร่างกาย และทางด้านจิตใจ

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการขั้นสุดท้ายที่ ซื้อสินค้าเพื่อใช้ส่วนตัวหรือครอบครัว

โบวี;ฮุสตัน;และทิล (Bovee;Houston;&Thill.1995:108) กล่าวว่าพฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบด้วยการกระทำทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการเลือกการใช้และการจัดการสินค้าและบริการ

3. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้เจ้าของกิจการสามารถตอบสนอง ความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

โมเดลผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) เป็นการศึกษาเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นที่เกิดสิ่งกระตุ้น ที่ทำให้เกิดความต้องการสิ่งกระตุ้นที่ผ่านเข้ามาในความนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำ ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาด คเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อ และมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจซื้อ (Buyer's Purchase Decision)

จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่สิ่งกระตุ้น ให้เกิดความต้องการก่อน แล้วทำให้เกิด การตอบสนอง ดังนั้นโมเดลนี้จึงอาจเรียกว่า S-R Theory โดยมีรายละเอียดของทฤษฎีดังนี้

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นที่อาจเกิดขึ้นเองภายในร่างกายและสิ่งกระตุ้นจากภายนอก นักการตลาดจะต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุจูงใจเกิดสินค้า ซึ่งอาจให้เหตุจูงใจซื้อด้านเหตุผล และใช้เหตุจูงใจให้ซื้อด้านจิตวิทยา (อารมณ์) สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องการจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) ประกอบด้วย

สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามเพื่อกระตุ้นความต้องการ

สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาจากค่าเป้าหมาย

สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เช่น จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึงเพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภค ถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ

สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่น การโฆษณาสม่ำเสมอ การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไป เหล่านี้ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ

สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกองค์การซึ่งไม่สามารถควบคุมได้ สิ่งกระตุ้นเหล่านี้ได้แก่

สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic) เช่น ภาวะทางเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภค เหล่านี้ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการของบุคคล

สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological)

สิ่งกระตุ้นทางกฎหมาย และการเมือง (Law and Political) เช่น กฎหมายเพิ่มหรือลดภาษีสินค้าใดสินค้าหนึ่งจะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการของผู้ซื้อ

สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Culture) เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณีไทยในเทศกาลต่างๆ จะมีผลกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าในเทศกาลนั้นๆ

2. กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อเปรียบเสมือนกล่องดำ (Black Box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ และกระบวนการการตัดสินใจของผู้ซื้อ

ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ คือปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยด้านจิตวิทยา

กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision) ประกอบด้วยขั้นตอน คือ การรับรู้ความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมภายหลัง

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หรือผู้ซื้อ (Buyer's Purchase Decision) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆดังนี้

3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice) คือการที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกซื้อประเภทของผลิตภัณฑ์หนึ่งๆ

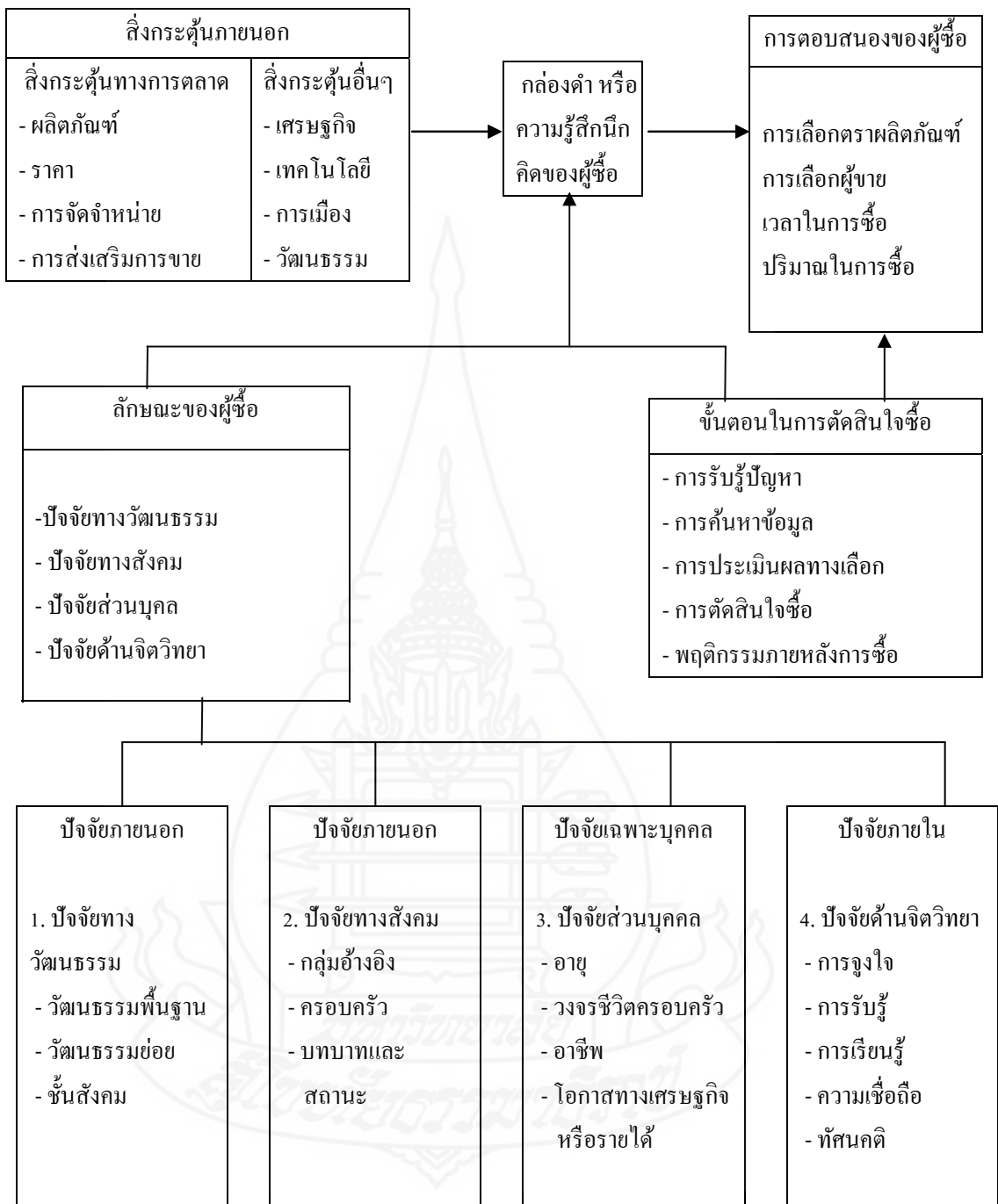
3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand Choice) คือการที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกซื้อตราสินค้าของผลิตภัณฑ์หนึ่งๆ

3.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice) คือการที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกผู้ขายเพื่อซื้อสินค้าหนึ่งๆซึ่งผู้บริโภคมักจะคำนึงถึงสถานที่ขาย และการบริการ

3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Timing Choice) คือการที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกระยะเวลาเพื่อซื้อสินค้าหนึ่งๆ ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคจะเลือกเวลาเช้า กลางวัน หรือเย็น ในการซื้อ

3.5 การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase Amount Choice) คือการที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจเลือกปริมาณสินค้าที่ต้องการซื้อในครั้งหนึ่งๆ ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคจะเลือกซื้อหนึ่งกล่อง ครึ่งโหล หรือ หนึ่งโหล





ภาพที่ 2.1 แสดงรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค (ผู้บริโภค) (Model of Buyer (Consumer) Behavior) และ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภค (Factor Influencing Consumer's Buying Behavior)

4. ปัจจัยทางวัฒนธรรม

ปัจจัยทางวัฒนธรรม มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่กว้าง และลึกมาก โดยจะพิจารณาถึงบทบาททางวัฒนธรรม วัฒนธรรมย่อย และชั้นของสังคม

4.1 วัฒนธรรม เป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานในการกำหนดความต้องการและพฤติกรรมของคน เด็กที่กำลังเจริญเติบโตจะเรียนรู้สิ่งต่างๆ ในเรื่องค่านิยมการรับรู้ ความพอใจ และพฤติกรรมผ่านทางสถาบันครอบครัว และสถาบันหลักอื่นๆ เช่น เด็กที่เติบโตในสหรัฐอเมริกาจะยึดติดกับค่านิยมต่อไปนี้ การบรรลุซึ่งความสำเร็จในกิจกรรม ความมีประสิทธิภาพและความสามารถในการปฏิบัติ ความก้าวหน้า ความสะดวก สบายทางวัตถุ ความเป็นปัจเจกชน อิสรภาพ ความสะดวกสบายภายนอก ความมีมนุษยธรรม และความเป็นหนุ่มสาว

4.2 วัฒนธรรมย่อย ในแต่ละวัฒนธรรมยังประกอบไปด้วยวัฒนธรรมย่อย ที่เป็นตัวกำหนด การจำแนกลักษณะและกระบวนการทางสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งสมาชิกในสังคมนั้นๆ วัฒนธรรมย่อยหมายถึงชนชาติ ศาสนา กลุ่มชาติพันธุ์ และกลุ่มภูมิภาค มีวัฒนธรรมย่อยหลายวัฒนธรรมที่ประกอบกันขึ้นเป็นส่วนที่มีความสำคัญ ซึ่งนักการตลาดต้องออกแบบผลิตภัณฑ์และโปรแกรมทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดดังกล่าว

4.3 ชั้นทางสังคม สังคมมนุษย์ทุกแห่งล้วนมีการแบ่งระดับชั้นของสังคมทั้งสิ้น โดยบางครั้งอาจออกมาในรูปของระบบวรรณะซึ่งในแต่ละวรรณะอาจจะมีบทบาทที่ชัดเจนแน่นอนและไม่สามารถเปลี่ยนแปลงสถานภาพการเป็นสมาชิกของคนได้แต่ที่พบเห็นบ่อยครั้งจะอยู่ในรูปของชั้นทางสังคม และชั้นทางสังคมมีบุคลิกลักษณะหลายประการด้วยกันเช่น

- ประการแรก คนที่อยู่ในแต่ละชั้นสังคมมักมีแนวโน้มแห่งพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกันมากกว่าคนที่มาจากชั้นสังคมที่แตกต่างกัน
- ประการที่สอง คนเรามักจะถูกมองหรือเข้าใจว่าครอบครองฐานะที่เหนือกว่าหรือด้อยกว่าไปตามชั้นสังคมของเขา
- ประการที่สาม ชั้นทางสังคมของเราสามารถบ่งชี้ได้จากตัวแปรหลายประการ เช่น อาชีพ การงาน รายได้ ความมั่งมี การศึกษาและแนวโน้มแห่งค่านิยมของคนนั้นๆ มากกว่าดูจากตัวแปรใดตัวแปรหนึ่งเพียงประการเดียว

ประการที่สี่ บัณฑิตสามารถโยกย้ายชนชั้นทางสังคมหนึ่งไปอีกชั้นหนึ่ง ไม่ว่าจะสูงหรือต่ำลงได้ตลอดช่วงอายุขัยของเขา และขอบเขตของการโยกย้ายนั้นจะทำได้มากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความเคร่งครัดของการแบ่งลำดับทาง สังคมนั้นๆ

5. ปัจจัยทางสังคม

นอกจากปัจจัยทางวัฒนธรรมแล้ว พฤติกรรมผู้บริโภคยังได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางสังคมเช่น กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว ตลอดจนบทบาทและสถานภาพ

5.1 กลุ่มอ้างอิง หลายกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค กลุ่มอ้างอิงของคนเราประกอบด้วยกลุ่มทั้งหมดที่มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อทัศนคติหรือพฤติกรรมของคนเรา ซึ่งกลุ่มที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อบุคคลนั้นๆ เรียกว่า กลุ่มสมาชิกภาพ

กลุ่มสมาชิกภาพบางกลุ่มเป็นปฐมภูมิ เช่น ครอบครัว เพื่อนฝูง เพื่อนบ้านและเพื่อนร่วมงานซึ่งบุคคลนั้นๆ มีปฏิสัมพันธ์ค่อนข้างต่อเนื่องและไม่เป็นทางการ นอกจากนี้คนในกลุ่มปฐมภูมิอาจเป็นสมาชิก ของกลุ่มทุติภูมิอีกด้วย เช่น กลุ่มศาสนา กลุ่มอาชีพ และกลุ่มสหภาพแรงงาน ซึ่งมีลักษณะเป็นทางการมากกว่า และต้องการปฏิสัมพันธ์ต่อเนื่องน้อยกว่า

5.2 ครอบครัว ครอบครัวเป็นองค์การการซื้อของผู้บริโภคที่สำคัญที่สุดในสังคมและยังได้รับการวิจัยในขอบเขตที่ขยายกว้างออกไปด้วย สมาชิกครอบครัวประกอบกันขึ้นเป็นกลุ่มอ้างอิงแบบปฐมภูมิที่มีอิทธิพลมากที่สุด ซึ่งเราสามารถจำแนกความแตกต่างระหว่างสองครอบครัวที่อยู่ในชีวิตของผู้ซื้อได้ ครอบครัวแห่งความโน้มเอียง (Family of Orientation) ประกอบด้วย พ่อแม่และญาติพี่น้องของบุคคลผู้หนึ่ง เนื่องจากบุคคลผู้หนึ่งได้รับความโน้มเอียงจากศาสนา การเมือง เศรษฐกิจ ตลอดจนสำนึกเกี่ยวกับจุด มุ่งหมายส่วนตัว คุณค่าของตัวเองและความรักจากพ่อแม่ของตน และถึงแม้ว่าผู้ซื้อจะไม่มีปฏิสัมพันธ์กับพ่อแม่ของตนอีกแล้ว อิทธิพลของพ่อแม่ที่มีต่อพฤติกรรมของผู้ซื้อยังคงเป็นสิ่งสำคัญ

5.3 บทบาทและสถานภาพ บุคคลผู้หนึ่งจะมีส่วนร่วมในส่วนต่างๆ ตลอดชีวิตของเขา เช่น กลุ่มครอบครัว ชมรม องค์กร ซึ่งตำแหน่งของบุคคลนั้นๆ ในแต่ละกลุ่มสามารถได้รับการกำหนดตามบทบาทและสถานภาพของตัวเอง บทบาทหนึ่งๆ ประกอบไปด้วยกิจกรรมต่างๆ ที่บุคคลหนึ่งๆ ได้ถูกคาดหวังให้กระทำ

6. ปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) การตัดสินใจของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของคนทางด้านต่างๆ ได้แก่ อายุ การศึกษา ขั้นตอนวัฏจักรชีวิต ครอบครัว อาชีพ โอกาสทางเศรษฐกิจ รูปแบบการดำเนินชีวิต รวมถึงบุคลิกภาพและความคิดเกี่ยวกับตัวเอง ดังนี้

6.1 อายุและลำดับชั้นในวงจรชีวิต อายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน การแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามอายุประกอบด้วย ต่ำกว่า 6 ปี, 6-11 ปี, 12-19 ปี, 20-34 ปี, 35-49 ปี, 50-64 ปี, และ 65 ปีขึ้นไป เช่นกลุ่มวัยรุ่นชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่ และชอบสินค้าประเภทแฟชั่นและรายการพักผ่อนหย่อนใจ

คนเราจะซื้อสินค้าและบริการแตกต่างกันไปตลอดช่วงชีวิตของคน พวกเขากินอาหารทารกในช่วงปีแรกๆ และอาหารทั่วไปในช่วงปีแรกของการเจริญเติบโตและสูงวัยและอาหารควบคุมน้ำหนักในช่วงปีต่อมา รวมถึงรสนิยมของคนเราในเรื่องเสื้อผ้า เฟอร์นิเจอร์และการเดินทางก็ยังมีความเกี่ยวข้องกับอายุของพวกเขาด้วย

6.2 การศึกษา (Education) ผู้มีการศึกษาสูงจะมีแนวโน้มบริโภคผลิตภัณฑ์คุณภาพดีกว่าผู้มีการศึกษาน้อย

6.3 วงจรชีวิตครอบครัว (Family Life Cycle Stage) เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัว การดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มียุทธศาสตร์ต่อความต้องการ ทักษะ และค่านิยมของบุคคลทำให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์ และพฤติกรรมซื้อที่แตกต่างกัน วัฏจักรชีวิตครอบครัว ประกอบด้วย ขั้นตอนแต่ละขั้นตอนจะมีลักษณะการบริโภคที่แตกต่างกัน

6.4 อาชีพ (Occupation) อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการที่แตกต่างกัน เช่น ข้าราชการจะซื้อชุดทำงานและสินค้าที่จำเป็น ประธานกรรมการบริษัท และภรรยาจะซื้อเสื้อผ้าราคาสูงหรือตัวเครื่องบิน

6.5 โอกาสทางเศรษฐกิจ (Economic Circumstances) หรือ รายได้ (Income) โอกาสทางเศรษฐกิจของบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการที่เขาตัดสินใจซื้อ โอกาสเหล่านี้ประกอบด้วยรายได้ การออมทรัพย์ อำนาจซื้อและทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงิน นักการตลาดจะต้องสนใจแนวโน้มของรายได้ส่วนบุคคล การออมและอัตราดอกเบี้ย ถ้าภาวะเศรษฐกิจตกต่ำคนมีรายได้น้อย กิจกรรมต้องปรับปรุงด้านผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย การตั้งราคา การลดการผลิตและสินค้าคงคลัง และวิธีการต่างๆ เพื่อป้องกันการขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียน

7. รูปแบบการดำเนินชีวิต

คนที่มาจากวัฒนธรรมย่อย ชั้นทางสังคมและอาชีพการงานเดียวกันอาจดำเนินชีวิตที่มีรูปแบบต่างกันได้ รูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลหนึ่งๆคือรูปแบบการดำเนินชีวิตในโลกที่แสดงออกมาในรูปของกิจกรรมความสนใจและความคิดเห็นของบุคคลนั้นๆ โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตจะแสดงออกถึงตัวบุคคลนั้นๆที่มีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมของเขา

รูปแบบการดำเนินชีวิต (Life Style) มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับคุณค่าและบุคลิกภาพของผู้บริโภคและนักการตลาดนำมาใช้ประโยชน์มากในปัจจุบัน เนื่องจากนับตั้งแต่ปลายทศวรรษ 1960 เป็นต้นมา มีการศึกษาเกี่ยวกับบุคลิกภาพในวิทยาลัย และในมหาวิทยาลัยต่างๆ ในประเทศสหรัฐอเมริกา เริ่มลดลงเนื่องจากมีเหตุผลส่วนหนึ่งเกิดจากความผิดหวัง จากการที่บุคลิกภาพของคนไม่สามารถที่จะทำนายพฤติกรรมของผู้บริโภคได้แน่นอน แม้ว่าการศึกษารื่องบุคลิกภาพยังเป็นวิชาหนึ่งที่เปิดสอนกันในชั้นเรียน อย่างกว้างขวาง แต่ปัจจุบันเรื่องที่ได้รับ ความสนใจมากที่สุดเข้ามาแทนที่คือ รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า ลักษณะจิตวิทยาทางสังคม (Psychographics)

รูปแบบการดำเนินชีวิตจะถูกกำหนดด้วยปัจจัยต่างๆ ประกอบด้วย ประสบการณ์ที่ผ่านมาลักษณะบางอย่างที่ติดตัวมาตั้งแต่เกิด และสถานการณ์ปัจจุบันสิ่งดังกล่าวเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ทุกคนจึงมีการดำเนินชีวิตเป็นของตนเอง และจะรับการปรับแต่งขัดเกลา โดยผ่านการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Interaction) ไปตามลำดับขั้นตอนวงจรชีวิต

ลักษณะด้านจิตวิทยาและรูปแบบการดำเนินชีวิต (Psychological / Life Style Characteristic) เป็นลักษณะข้อมูลปฐมภูมิที่นักการตลาดให้ความสนใจ โดยอยู่ในรูปของลักษณะบุคลิกภาพ กิจกรรม ความสนใจ ค่านิยม

| ตัวกำหนดการดำเนินชีวิต (Lifestyle determinants) | แบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) | ผลกระทบต่อพฤติกรรม (Impact on behavior) |
|--|----------------------------------|--|
| ลักษณะประชากรศาสตร์ | เรามีชีวิตอยู่อย่างไร | การซื้อ |
| วัฒนธรรมย่อย | กิจกรรม | อย่างไร เมื่อไร |
| ชั้นของสังคม | ความสนใจ | ที่ไหน อะไ |
| แรงจูงใจ | ชอบ/ไม่ชอบ | กับใคร |
| บุคลิกภาพ | ทัศนคติ | การบริโภค |
| อารมณ์ | การบริโภค | ที่ไหน กับใคร |
| ค่านิยม | ความคาดหวัง | อย่างไร เมื่อไร |
| วงจรชีวิตของครัวเรือน | การรู้สึก | อะไ |

ภาพที่ 2.2 การดำเนินชีวิต และกระบวนการบริโภค (Hawkins 1988 : 434)

8. บุคลิกภาพและความคิดเกี่ยวกับตัวเอง (Personality and Self-Concept)

คนแต่ละคนมีบุคลิกภาพที่แตกต่างกันซึ่งจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของแต่ละคนด้วยกับ

บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่คนเราแสดงออกซึ่งจะนำไปสู่ความสอดคล้องเชิงความสัมพันธ์ และปฏิกิริยาที่ตอบโต้กับสิ่งแวดล้อมของคน

คำว่า บุคลิกภาพ มักจะถูกอธิบายในหลายแง่หลายมุม เช่น มีความเชื่อมั่นในตัวเอง การมีอำนาจเหนือกว่า ความเป็นอิสระ การปกป้องตัวเอง การเข้าสังคม และความสามารถในการปรับตัว บุคลิกภาพ ยังเป็นตัวแปรที่มีประโยชน์ต่อการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค โดยที่สามารถจำแนกประเภทของบุคลิกภาพได้และมีความสัมพันธ์ร่วมกันเกิดขึ้นระหว่างบุคลิกภาพประเภทหนึ่งกับการเลือกผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้าอย่างใดอย่างหนึ่ง

9. ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological Factors)

การเลือกซื้อสินค้าของคนนั้นได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยทางจิตวิทยา 4 ข้อ คือ แรงจูงใจการเรียนรู้ การเรียนรู้ ความเชื่อ และทัศนคติ

9.1 แรงจูงใจ (Motivation) บุคคลหนึ่งๆมีความต้องการได้หลายประการ บางความต้องการเป็นความต้องการเพื่อการดำรงชีวิตที่เกิดจากภาวะตรึงเครียดทางร่างกาย เช่น ความหิว ความกระหาย ความรู้สึกไม่สบาย เป็นต้น ในบางความต้องการเป็นความต้องการเป็นที่ยอมรับ

การได้รับความเคารพนับถือหรือการเป็นที่ยอมรับนับถือในสังคม เป็นต้น ความต้องการทางจิตเกิดขึ้นจากแรงจูงใจที่มีความรุนแรงมากพอที่จะกระตุ้นให้มันแสดงออกมา

มอร์ส (Morse.1953: 27) กล่าวว่า ความพึงพอใจ คือ ทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถลดความตึงเครียดของบุคคลให้น้อยลงได้ ความตึงเครียดมีมากจะทำให้เกิดความไม่พอใจ ซึ่งความตึงเครียดนี้เป็นผลมาจากความต้องการของมนุษย์ เพื่อมนุษย์มีความต้องการมากก็จะเกิดปฏิกิริยาเรียกร้อง ถ้าเมื่อใดความต้องการได้รับการสนองก็จะทำให้เกิดความพอใจ

นักจิตวิทยาได้พัฒนาทฤษฎีแรงจูงใจของมนุษย์ขึ้นมาหลายทฤษฎีด้วยกันและมีอยู่ 3 ทฤษฎีที่เป็นที่รู้จักกันมากที่สุด ได้แก่ ทฤษฎีของซิเมนต์ ฟรอยด์ ทฤษฎีของมาสโลว์และทฤษฎีของเฟรดเดอริก เฮอร์เบิร์ก ซึ่งแต่ละทฤษฎีจะมีความแตกต่างกัน สำหรับการนำมาใช้ในการวิเคราะห์และการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป

ทฤษฎีของซิเมนต์ ฟรอยด์ (Freud's Theory) ฟรอยด์ได้ตั้งสมมุติฐานไว้ว่าแรงผลักดันทางจิตอันเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมมนุษย์นั้นส่วนใหญ่เป็นจิตไร้สำนึก จึงทำให้มนุษย์ไม่สามารถเข้าใจแรงจูงใจของตัวเองได้อย่างดีนัก ซึ่งมีเทคนิคที่เรียกว่า ขั้นบันได (Laddering) ที่ใช้สำหรับเชื่อมโยงแรงจูงใจของบุคคลจากเครื่องมือนี้ไปสู่ทางออกอีกหลายๆทาง จากวิธีนี้ทำให้นักการตลาดเลือกตัดสินใจที่จะส่งข้อมูลไปให้ผู้บริโภค

ทฤษฎีของมาสโลว์ (Maslow's Theory) มาสโลว์ได้อธิบายว่า ความต้องการของมนุษย์ได้รับการจัดเป็นลำดับขั้น ตั้งแต่สิ่งที่มีความกดดันมากที่สุดจนน้อยที่สุด โดยเรียงลำดับความสำคัญ ได้แก่ ความต้องการทางร่างกาย ความต้องการความปลอดภัย ความต้องการทางสังคม ความต้องการให้ได้รับการยกย่อง และความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต บุคคลจะตอบสนองความต้องการที่มีความสำคัญที่สุดก่อน เมื่อบุคคลนั้นได้รับการตอบสนองความต้องการที่สำคัญที่สุดนั้นแล้ว ก็จะมีความต้องการในลำดับขั้นต่อไปอีก หรือความต้องการสำคัญรองลงมา

ทฤษฎีของเฟรดเดอริก เฮอร์เบิร์ก (Herberg's Theory) เฟรดเดอริก เฮอร์เบิร์กได้สร้างทฤษฎีแรงจูงใจสองปัจจัย ซึ่งแยกปัจจัยที่เรียกว่าสิ่งที่สร้างความไม่พอใจ(ปัจจัยที่ทำให้เกิดความไม่พอใจ) และสิ่งที่สร้างความพอใจ (ปัจจัยที่ทำให้เกิดความพอใจ) โดยมีสิ่งที่เกี่ยวข้องกัน 2 ประการคือ

ประการแรก คือ ผู้ขายควรทำให้ดีที่สุด เพื่อหลีกเลี่ยงความไม่พอใจ

ประการที่สอง คือ ผู้ผลิตควรจะจำแนกความพอใจหลัก หรือแรงจูงใจในการซื้อของตลาดเพื่อที่ผู้ผลิตจะได้ตอบสนองอย่างถูกต้อง ความพอใจนี้จะสร้างความแตกต่างในตราสินค้าที่ผู้บริโภคจะซื้อ

9.2 การรับรู้ (Perception) บุคคลที่ถูกรู้อยู่พร้อมที่จะแสดงออกมาหรือไม่ขึ้นอยู่กับ การรับรู้ของบุคคลเหล่านั้นในสถานการณ์ต่างๆ การรับรู้เป็นกระบวนการที่แต่ละบุคคลเลือกจัดการและการแปลข้อมูลข่าวสารออกมา การรับรู้ไม่ได้ขึ้นกับสิ่งกระตุ้นทางกายภาพเท่านั้น แต่ขึ้นอยู่กับสิ่งกระตุ้นที่อยู่รอบๆ และเงื่อนไขของแต่ละบุคคล

รูปแบบข่าวสารเป็นสิ่งสำคัญเช่นกัน ถ้าเป็นโฆษณาในหนังสือพิมพ์ ผู้สื่อสารต้องมุ่งตัดสินใจเกี่ยวกับหัวเรื่อง เนื้อเรื่อง ภาพประกอบของสีสันทัน ถ้าข่าวสารผ่านวิทยุ ผู้สื่อสารต้องระวังในการเลือกคำต่างๆ คุณภาพเสียง และการออกเสียง ถ้าข่าวสารผ่านทีวี หรือตัวบุคคลต้องมีทุกอย่างที่กล่าวมารวมทั้งภาษาและท่าทาง ที่ต้องมีการวางแผนอย่างดี

ผู้เสนอข่าวสารแบ่งได้ 3 กลุ่ม

1. ผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ ผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง
2. ผู้นำเชื่อถือ ได้แก่ บุคคลที่คาดว่าจะได้รับความนับถือจากกลุ่มผู้รับข่าวสารที่เป็นเป้าหมาย
3. บุคคลที่กำลังเป็นที่ชื่นชม ได้แก่ บุคคลที่สามารถจูงใจกลุ่มผู้รับข่าวสาร เช่น นักแสดง ดารา นักร้อง

9.3 การเรียนรู้ (Learning) คือ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของแต่ละบุคคลจากประสบการณ์พฤติกรรมมนุษย์โดยส่วนใหญ่คือ การเรียนรู้ นักทฤษฎีการเรียนรู้เชื่อว่าการเรียนรู้ส่วนใหญ่เกิดจากการแสดงอิทธิพลต่อกันระหว่าง แรงขับ สิ่งกระตุ้น สัญญาณ การตอบสนอง และการส่งเสริมกิจกรรม แรงขับเป็นสิ่งกระตุ้นที่ผลักดันให้เกิดการแสดงออกมากที่สุด สัญญาณเป็นสิ่งกระตุ้นรองลงมา

9.4 ความเชื่อและทัศนคติ คนเราจะได้รับความเชื่อและทัศนคติโดยผ่านการกระทำและการเรียนรู้ ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้จะมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของพวกเขาด้วย

9.5 ทัศนคติ เป็นความรู้สึก อารมณ์ และวิวัฒนาการด้านความชอบหรือไม่ชอบของคนเรามาเนิ่นนานแล้ว นอกจากนี้การแสดงออกจึงมีความโน้มน้าวไปยังนิสัยหรือความคิดบางอย่างได้

4. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer's Behavior)

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคสามารถใช้คำถาม 7 คำถาม ประกอบด้วย 6 Ws และ 1 H (Who, What, Who, When, Where, How) เพื่อช่วยในการวิเคราะห์ค้นหาคำตอบ 7 ประการ ประกอบด้วย 7 Os (Occupants, Objects, Objectives, Organizations, Occasions, Outlets, Operations) เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการ และพฤติกรรม รวมทั้งปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค (ศิริวรรณ และคณะ, 2546 : 192-226)

ตารางที่ 2.1 การใช้คำถาม 7 คำถาม เพื่อหาคำตอบ 7 ประการ เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

| คำถาม | คำตอบ | กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง |
|--|--|---|
| 1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) | ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทางด้าน 1.ประชากรศาสตร์ 2.ภูมิศาสตร์ 3.จิตวิทยา 4.พฤติกรรมการซื้อ | กลยุทธ์การตลาด (4 Ps) ประกอบด้วย 1.กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ 2.กลยุทธ์ด้านราคา 3.กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย 4.กลยุทธ์ด้านการส่งเสริม การตลาดที่เหมาะสมกับ กลุ่มเป้าหมาย |
| 2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (Why does the customer buy?) | สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) ได้แก่ คุณสมบัติหรือ องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ที่ แตกต่างกัน | กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย 1.คุณภาพ 2.รูปแบบ 3.การบรรจุหีบห่ออื่นๆ 4.ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ 5.ราคา 6.ภาพลักษณ์ |

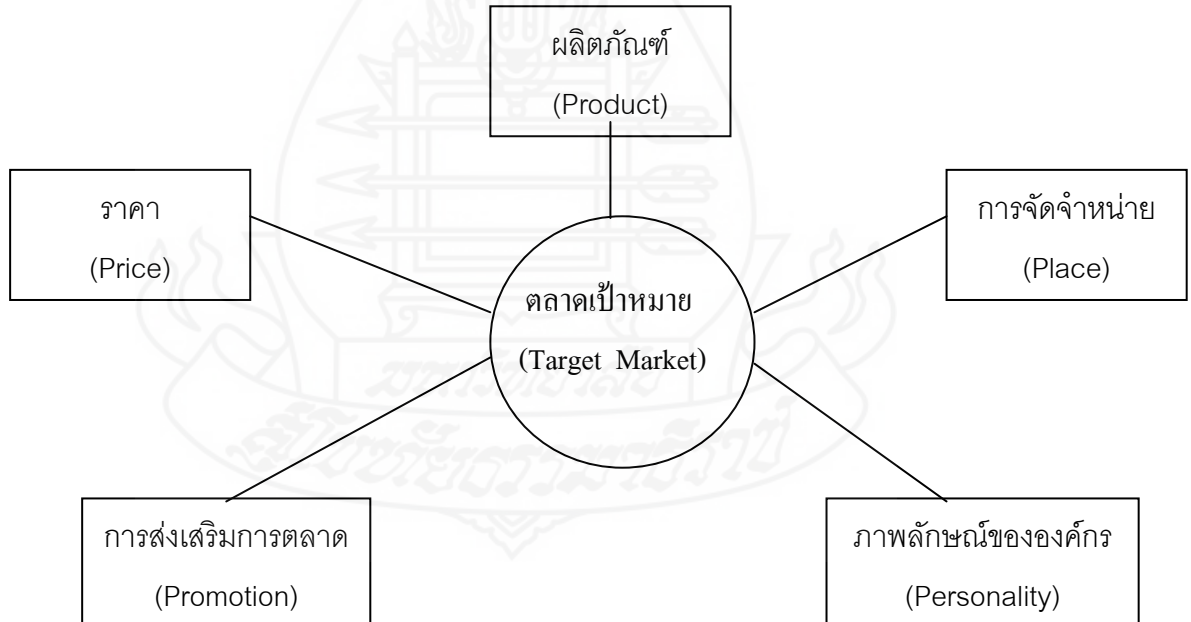
ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

| คำถาม | คำตอบ | กลยุทธ์การตลาดที่เกี่ยวข้อง |
|---|---|--|
| 3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the customer buy?) | วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ คือ 1.ปัจจัยภายใน 2.ปัจจัยภายนอก 3.ปัจจัยเฉพาะบุคคล | กลยุทธ์ที่ใช้มาก คือ 1.กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ 2.กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด 3.กลยุทธ์ด้านราคา 4.กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย |
| 4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?) | บทบาทของกลุ่มต่างๆ (Organizations) และมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย 1.ผู้ริเริ่ม 2.ผู้มีอิทธิพล 3.ผู้ตัดสินใจซื้อ 4.ผู้ซื้อ 5.ผู้ใช้ | กลยุทธ์การโฆษณา และการส่งเสริมการตลาด โดยใช้กลุ่มอิทธิพลและกลุ่มเป้าหมายเป็นแนวทาง สร้างสรรค์การโฆษณา และเลือกใช้สื่อโฆษณาให้เหมาะกับกลุ่ม |
| 5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the customer buy?) | โอกาสในการซื้อ (Occasions) ช่วงเดือนใดของปี เทศกาล โอกาสพิเศษ วันหยุด เวลาว่าง | กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด เช่น ส่งเสริมการตลาดให้สอดคล้องกับโอกาสในการซื้อ |
| 6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the customer buy?) | แหล่งหรือสถานจำหน่าย (Outlets) เช่นห้างสรรพสินค้า ร้านค้า แหล่งผลิตอื่นๆ | กลยุทธ์การจัดจำหน่าย โดยพิจารณาว่าจะผ่านคนกลางอย่างไร |
| 7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the customer buy?) | ขั้นตอน (Operations) ในการตัดสินใจ ประกอบด้วย 1.การรับรู้ปัญหาหรือความต้องการ 2.ค้นหาข้อมูล 3.การประเมินผลทางเลือก 4.การตัดสินใจซื้อ 5.ความรู้สึกหลังการซื้อ | กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย การโฆษณา การขาย โดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย ประชาสัมพันธ์ และตลาดทางตรง |

สรุปได้ว่าพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาปฏิบัติการในการคิด การเลือก การใช้ การประเมิน ในสินค้าและบริการจนสามารถตอบสนองความต้องการได้และปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางวัฒนธรรม บุคคล สังคม และจิตวิทยา อีกทั้งการวัดพฤติกรรมของผู้บริโภคโดยใช้คำถามเพื่อค้นหาลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6Ws และ 1H ซึ่งประกอบด้วย Who, What, Why, When, Where and How เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการจากแนวคิดข้างต้นทำให้สามารถนำข้อมูลมาสร้างคำถามที่ใช้ในแบบสอบถามเพื่อที่จะค้นหาพฤติกรรมของผู้บริโภค

5. แนวคิดส่วนประสมทางการค้าปลีก (The Retailing Mix)

แนวคิดส่วนประสมทางการค้าปลีกมีองค์ประกอบพื้นฐาน 5 ประการ ได้แก่ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และภาพลักษณ์ขององค์กร (Personality) โดยมีรายละเอียดของแนวคิดตามแผนภาพ (William H. Bolen, 1988: 29)



ภาพที่ 2.3 แสดงตลาดเป้าหมายและส่วนประสมทางการค้าปลีก

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้าที่มีขายในร้าน และบริการที่ทางร้านมีไว้บริการ

1.1 ผลิตภัณฑ์ที่มีขายในร้าน การพิจารณาในส่วนประสมของผลิตภัณฑ์จะ

ต้องพิจารณาในด้านต่างๆ คือ ความกว้าง ความยาว ความลึก และความสอดคล้องกันของส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Width, Length, Depth and Consistency of the Product Mix) มีรายละเอียด ดังนี้

- ความกว้างของส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Width of the Product Mix) หมายถึง จำนวนของสายผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันของบริษัท เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์กีฬา ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดห้องน้ำ และชุดชั้นในสตรี เป็นต้น

- ความยาวของส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Length of the Product Mix) หมายถึง จำนวนรายการผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในส่วนประสมผลิตภัณฑ์

- ความลึกของส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Depth of the Product Mix) หมายถึง จำนวนรายการผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในแต่ละสายผลิตภัณฑ์ เช่น เครื่องเสียง ประกอบไปด้วย เครื่องเสียง ขนาด ราคา และรูปทรงแตกต่างกัน เป็นต้น

- ความสอดคล้องของส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Consistency of the Product Mix) หมายถึง การพิจารณาความเหมาะสมระหว่างความกว้าง และความลึกของส่วนประสมผลิตภัณฑ์

1.2 การบริการที่ทางร้านมีไว้บริการ แยกพิจารณาเป็น 2 ส่วน คือ บริการก่อน

การขาย และบริการหลังการขาย

- บริการก่อนการขาย เช่น เวลาเปิด/ปิดบริการ การบริการจัดส่งสินค้าบุคลากร แนะนำสินค้าด้านเทคนิค การรับประกันสินค้า การให้บริการออกแบบสินค้า การให้สินเชื่อและการทดสอบการใช้งาน เป็นต้น

- บริการหลังการขาย เช่น การแลกเปลี่ยนสินค้า ซ่อมแซมสินค้าโดยไม่คิดค่าแรง และบริการฝึกอบรม เป็นต้น

2. ราคา (Price) คือ ราคาของสินค้าเมื่อเทียบกับคุณภาพของสินค้า ระดับราคามีผลต่อตลาดเป้าหมาย ผู้ซื้อจะประเมินคุณภาพของสินค้าจากราคา ดังนั้นร้านค้าปลีกควรตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพสินค้า และภาวะการแข่งขัน วิธีการตั้งราคาสินค้า สามารถกระทำได้ในหลายลักษณะ เช่น การตั้งราคาตามหลักจิตวิทยา การตั้งราคาตามแบบแนวระดับราคา การตั้งราคาแบบเลขคู่ การตั้งราคาสำหรับสินค้าขายรวมห่อหรือขายควบ เป็นต้น

3. การจัดจำหน่าย (Place) คือทำเลที่ตั้งของร้าน สถานที่จอดรถ ขนาดของร้าน การตกแต่งร้านทั้งภายนอกและภายใน และการวางผังร้าน เป็นต้น

- การเลือกทำเลที่ตั้ง มีปัจจัยในการพิจารณา ได้แก่ ลักษณะทางภูมิศาสตร์ ขนาดประชากร ลักษณะ และแนวโน้มประชากร ศักยภาพในการซื้อของผู้บริโภค จำนวนร้านค้าปลีกอื่นๆ ที่อยู่บริเวณเดียวกัน สาธารณูปโภคพื้นฐาน กฎหมายท้องถิ่น แรงงาน การจราจร ที่จอดรถ และระบบขนส่งมวลชน เป็นต้น

- การตกแต่งภายนอก เป็นสิ่งแรกที่สามารถสร้างความประทับใจให้แก่ผู้บริโภค เมื่อได้พบเห็น และแสดงถึงลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างจากร้านอื่น ประกอบด้วย ชื่อร้าน ตราและสัญลักษณ์ของร้าน ประตูทางเข้า และบริเวณภายนอกรอบๆ ร้าน เป็นต้น

- การตกแต่งภายใน ควรสอดคล้องกับการตกแต่งภายนอก ประกอบด้วย การเลือกและการออกแบบพื้น ผนัง และเพดานของร้าน เครื่องปรับอากาศ ระบบแสงสว่าง การจัดหมวดหมู่ของสินค้า การจัดวางสินค้า เป็นต้น

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมในการซื้อ การส่งเสริมการตลาดประกอบด้วย

4.1 การโฆษณา เช่น การโฆษณาทางวิทยุ รถโฆษณาเคลื่อนที่ แผ่นพับ ป้าย โฆษณากลางแจ้งแยก การจัดแสดงสินค้า ณ จุดขาย เป็นต้น

4.2 การขายโดยใช้พนักงาน

4.3 การส่งเสริมการขาย เช่น การแจกสินค้าตัวอย่าง การสาธิตสินค้า มีของแถมและของรางวัล มีการชิงโชคเมื่อซื้อสินค้าในจำนวนเงินที่กำหนด เป็นต้น

4.4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์

4.5 การตลาดทางตรง เช่น การให้ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าจากแผ่นพับทางโทรศัพท์ที่ได้ โดยทางร้านจะจัดส่งสินค้าให้ถึงบ้านของลูกค้า เป็นต้น

5. ภาพลักษณ์ขององค์กร (Perception) เป็นการประสานเข้าด้วยกันของผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่างจากร้านอื่นและได้รับการยอมรับจากลูกค้า ภาพลักษณ์ขององค์กรต่างกับผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด คือ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด สามารถเปลี่ยนแปลงได้ไม่ยาก และรวดเร็วกว่าภาพลักษณ์ขององค์กร ซึ่งเปลี่ยนแปลงได้ยากและต้องใช้เวลาในการเปลี่ยนแปลง ร้านค้าปลีกทุกร้านประกอบด้วยส่วนประสมทางการค้าปลีกซึ่งแตกต่างกัน ร้านค้าปลีกที่ประสบความสำเร็จ คือ ร้านที่มีส่วนประสมทางการค้าปลีกที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มัทรี บุรพวงษ์บัณฑิต (2547) ศึกษาพฤติกรรมการซื้อยาและเวชภัณฑ์ของผู้บริโภคในร้านขายยา จังหวัดนนทบุรี ว่าผู้บริโภคทั่วไปจะมีพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่นิยมซื้อส่วนใหญ่เป็นสินค้าในกลุ่มเวชภัณฑ์และยารักษาโรค ประเภทของร้านที่นิยมใช้บริการมากที่สุด คือ ร้านขายยาแบบเดี่ยว และตัวผู้บริโภคเองมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อยาและเวชภัณฑ์

दनัย ดันตสิริวัฒน์ (2544) ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดกรุงเทพฯ ผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกใช้บริการร้านขายยาเมื่อมีอาการเจ็บป่วย เล็กๆ น้อยๆ

นฤมิตร ญา (2540) เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านขายยาแผนปัจจุบันของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา คือ ปัจจัยผลิต ภัณฑฺยา ให้ความสำคัญกับความครบของผลิตภัณฑ์ยาในแต่ละกลุ่ม ปัจจัยทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้เคียงกับที่พักรักษา มีที่จอดรถสะดวก ปัจจัยส่งเสริมการขายคือมีเภสัชกรประจำร้านให้คำแนะนำตลอดเวลา

กาญจน์เรื่อน วงศ์เวียร (2551) ได้ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการร้านขายยาในซอยเรวดี จังหวัดนนทบุรีและในห้างสรรพสินค้า พบว่าลูกค้าที่มีการศึกษาดำกว่าปริญญาตรีมีความถี่ในการใช้บริการในร้านขายยาในซอยเรวดี มูลค่าการซื้อยาและเวชภัณฑ์ และความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการร้านขายยาเปรียบเทียบกับห้างสรรพสินค้ามากกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรี

จิรภัทร คงสวัสดิ์วรกุล (2544) ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แชมพูสระผมในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า รายได้กับค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อแชมพู สระผมแต่ละครั้งมีความสัมพันธ์กัน ทั้งนี้ตัวแปรรายได้เป็นตัวแปรที่แบ่งชนชั้นของสมาชิกในสังคม อันเป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค แต่ละชั้นทางสังคมก็จะมีค่านิยมและการบริโภคเฉพาะอย่าง เพราะรายได้หรือโอกาสทางเศรษฐกิจ ซึ่งมีผลกระทบต่อสินค้าหรือบริการที่ตัดสินใจซื้อตามอำนาจความสามารถในการซื้อของบุคคล ดังนั้นผู้มีรายได้สูงย่อมมีโอกาสทางเศรษฐกิจหรือความสามารถในการซื้อสูงกว่าผู้มีรายได้น้อย

สมประสงค์ แดงพลอย (2553) ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่าอาชีพของผู้บริโภคเป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคซึ่งแต่ละอาชีพจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการใช้สินค้า ดังนั้น

ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในเรื่องของการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อรับมือกับการเติบโตในธุรกิจให้เหมาะสมและตรงกับความต้องการของกลุ่มอาชีพเป้าหมาย

ศนิ จันทรส์ชนาลัย (2546) ศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่ายและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านราคาผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับปานกลาง

วิไลวรรณ พุทชนบุตร (2543) ได้ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ลูกค้าของร้านขายยาแบบลูกโซ่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าลูกค้าซื้อสินค้าประเภทรักษาความงามเป็นประจำมากที่สุด รองลง มาคือ สินค้าเบ็ดเตล็ดอื่นๆ ยา อาหารเสริมและวิตามินและวัสดุอุปกรณ์เครื่องมือทางการแพทย์ ตามลำดับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อมีดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญกับการมีคุณภาพของสินค้า และการมีสินค้าครบตามความต้องการ ด้านราคาเน้นราคาปานกลางถึงราคาต่ำ ด้านช่องทางการจำหน่ายเน้นการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ และร้านตั้งอยู่ในศูนย์การค้า และด้านการส่งเสริมการตลาดเน้นการมีส่วนลดพิเศษและการขายโดยมีเภสัชกรและพนักงานขายที่มีความรู้ มีการให้คำแนะนำและการบริการที่ประทับใจ

ณัฐชัย ศรีพันธุ์ (2542) ได้ศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อร้านขายยาแบบเดิมและรูปแบบใหม่ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างคิดว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่างๆ นั้น ร้านขายยาแบบใหม่มีข้อดีกว่าร้านขายยาแบบเดิมซึ่งจุดเด่น คือ ความสวยงามของร้านและสินค้าใหม่ แต่ปัจจัยด้านราคาและปัจจัยเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายทำเลที่ตั้งนั้นเป็นจุดเด่นของร้านขายยาแบบเดิม และเมื่อสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภคโดยจำแนกลักษณะทางประชากรศาสตร์ออกเป็น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพและรายได้ พบว่ากลุ่มตัวอย่างต่างๆ นั้นมีพฤติกรรมผู้บริโภคหมวดสินค้าที่แตกต่างกัน และมีความสัมพันธ์กันระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์บางประการกับหมวดสินค้าที่บริโภค การปรับ ประงของร้านขายยาแบบเดิมจึงควรเน้นด้านผลิตภัณฑ์และการประชาสัมพันธ์ แต่ร้านขายยาแบบใหม่ควรปรับปรุงด้านราคาเป็นสำคัญ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู การวิจัยเชิงพรรณนาในลักษณะของการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) มีวิธีการดำเนินการวิจัยเกี่ยวกับประชากร เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล มีรายละเอียด ดังนี้

1. ประชากร

1.1 ประชากร (Population) หมายถึง ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู โดยมีการแบ่งออกเป็น 4 เขตเทศบาล มีรายละเอียดดังนี้

| เขตเทศบาล | ประชากรชาย | ประชากรหญิง | รวม |
|--------------|------------|-------------|---------|
| ศรีบุญเรือง | 45,656 | 44,335 | 89,991 |
| จอมทอง | 2,557 | 2,496 | 5,053 |
| โนนสูงเปลือย | 2,574 | 2,655 | 5,229 |
| ยางหล่อ | 4,465 | 4,492 | 8,957 |
| รวม | 55,252 | 53,978 | 109,230 |

1.2 ขนาดตัวอย่าง (Sample Size) ขนาดของตัวอย่างเป็นตัวแทนของประชากรที่ใช้ในการศึกษาโดยได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบ Stratified Random Sampling สูตรความคลาดเคลื่อนมาตรฐานโดยกำหนดความเชื่อมั่น 95% และให้ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% ซึ่งคำนวณหาได้ดังนี้

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

กำหนดให้ n = จำนวนตัวอย่าง
 N = จำนวนประชากร
 e = ค่าความคลาดเคลื่อน

แทนค่า

$$\begin{aligned} n &= \frac{109,230}{1+109,203 (0.05)^2} \\ &= 399 \text{ คน} \end{aligned}$$

1.3 วิธีการเลือกตัวอย่าง (Sampling Method) การสุ่มตัวอย่างจากประชากรทั้งหมดในอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู จำนวน 109,230 คน จะได้ตัวอย่างจำนวน 399 คน โดยใช้วิธีสุ่มแบบ (Stratified Random Sampling) สูตรความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน ซึ่งจะได้สัดส่วนตัวอย่างดังต่อไปนี้

| เขตเทศบาล | ประชากร | ตัวอย่าง |
|--------------|---------|----------|
| ศรีบุญเรือง | 89,991 | 329 |
| จอมทอง | 5,053 | 18 |
| โนนสูงเปลือย | 5,229 | 19 |
| ยางหล่อ | 8,957 | 33 |
| รวม | 109,230 | 399 |

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 ลักษณะของเครื่องมือ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรเลือกใช้บริการร้านขายยา ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นตามกระบวนการสร้างเครื่องมือวิจัยแบบสอบถามเพื่อการวิจัยครั้งนี้ มี 1 ชุด แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ

ตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มาใช้บริการในร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรืองตามกรอบแนวคิดที่กำหนดไว้

2.2 การสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้

2.2.1 ศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค

2.2.2 จัดทำร่างแบบสอบถามการวิจัยจากกรอบแนวคิดในงานวิจัยครั้งนี้ และได้ทำการพัฒนาแบบสอบถามให้สอดคล้องกับงานวิจัยที่สนใจศึกษา

2.2.3 นำแบบสอบถามที่ได้ ให้อาจารย์ที่ปรึกษาเป็นผู้พิจารณาตรวจสอบความครอบคลุมให้ตรงตามเนื้อหาในงานวิจัย และทำการเรียบเรียงข้อความ

2.2.4 ปรับปรุงแบบสอบถามฉบับร่างตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

2.2.5 นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง จำนวน 399 ฉบับไว้ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนจากกลุ่มตัวอย่างไปตรวจสอบความถูกต้องตรงทำให้คะแนนและลงรหัส จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์โปรแกรม SPSS (Statistical Package for the Social Science for Window) ดังนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติร้อยละ

ตอนที่ 2 วิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) T – test และ F – test



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ จำนวนสมาชิกในครอบครัว

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครอบครัว รายละเอียดดังตารางที่ 4.1

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนร้อยละของข้อมูลลักษณะทั่วไปของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการร้านขายยาในอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู

| ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม | จำนวนคน | ร้อยละ |
|--------------------------------|---------|--------|
| เพศ | | |
| ชาย | 150 | 37.60 |
| หญิง | 249 | 62.40 |
| รวม | 399 | 100.00 |

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

| ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม | | จำนวนคน | ร้อยละ |
|--------------------------------|------------------------------------|---------|--------|
| อายุ | | | |
| | 15-24 ปี | 40 | 10.00 |
| | 25-34 ปี | 234 | 58.60 |
| | 35-44 ปี | 88 | 22.10 |
| | 45 ปีขึ้นไป | 37 | 9.30 |
| | รวม | 399 | 100.00 |
| ระดับการศึกษา | | | |
| | มัธยมต้น-ปลาย | 30 | 7.50 |
| | ปวส./อนุปริญญา | 47 | 11.80 |
| | ปริญญาตรี | 272 | 68.20 |
| | มากกว่าปริญญาตรี | 50 | 12.50 |
| | รวม | 399 | 100.00 |
| อาชีพ | | | |
| | นักเรียน/นักศึกษา | 51 | 12.80 |
| | ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 75 | 18.80 |
| | ประกอบธุรกิจส่วนตัว | 154 | 38.60 |
| | รับจ้างทั่วไป | 119 | 29.80 |
| | รวม | 399 | 100.00 |
| รายได้เฉลี่ยของ | | | |
| ผู้บริโภค | รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท | 45 | 11.30 |
| | รายได้ 5,001 – 10,000 บาท | 112 | 28.10 |
| | รายได้ 10,001 – 15,000 บาท | 104 | 26.10 |
| | รายได้ 15,001 – 20,000 บาท | 60 | 15.00 |
| | รายได้มากกว่า 20,000 บาท ขึ้นไป | 78 | 19.50 |
| | รวม | 399 | 100.00 |

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

| ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม | จำนวนคน | ร้อยละ |
|---|---------|--------|
| จำนวนสมาชิกในครอบครัว | | |
| จำนวน 3 คน | 59 | 14.80 |
| จำนวน 4 คน | 147 | 36.80 |
| จำนวน 5 คน | 128 | 32.10 |
| จำนวน 6 คน | 58 | 14.50 |
| มากกว่า 6 คนขึ้นไป | 7 | 1.80 |
| รวม | 399 | 100.00 |
| รู้จักร้านขายยาร้านใดในอำเภอศรีบุญเรือง | | |
| ร้านสิทธิโชคเภสัช | 175 | 24.90 |
| ร้านโชคดีฟาร์มาศี | 250 | 35.70 |
| ร้านนิคมโอสถ | 78 | 11.10 |
| ร้านสมพงษ์เภสัช | 112 | 16.00 |
| ร้านมนตรีเภสัช | 52 | 7.40 |
| ร้านจิราวัฒน์เภสัช | 34 | 4.90 |
| รวม | 701 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.1 พบว่า

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น จำนวน 399 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 249 คน คิดเป็นร้อยละ 37.60 และเป็นเพศชาย จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 62.40

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี จำนวน 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.60 รองลงมาคืออายุอยู่ในช่วงอายุ 35-44 ปี จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.10 และน้อยที่สุดมีอายุอยู่ในช่วง 45 ปีขึ้นไป จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.30

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามจบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 68.20 รองลงมาจบการศึกษามากกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 และน้อยที่สุด คือ จบการศึกษาระดับมัธยมต้น-ปลาย จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.60 รองลงมาประกอบอาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.80 และน้อยที่สุดคือประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.88

รายได้เฉลี่ยของผู้บริโภคต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท ต่อเดือน จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.10 รองลงมามีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.10 และน้อยที่สุดมีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.80

จำนวนสมาชิกในครอบครัว ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสมาชิกในครอบครัว 4 คน จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.80 รองลงมามีสมาชิกในครอบครัว 5 คน จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.10 และน้อยที่สุดคือมีสมาชิกในครอบครัวมากกว่า 6 คน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.80

รู้จักร้านขายยาใดอำเภอศรีบุญเรือง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักร้านขายยาร้านโชคดีฟาร์มมาซี จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.70 รองลงมารู้จักร้านสิทธิโชคเภสัช จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.90 และน้อยที่สุดคือรู้จักร้านขายยาร้านจิราวัฒน์เภสัช จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50



ตอนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคใน
อำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนร้อยละพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคใน
อำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ในด้านประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ

| ประเภทสินค้าที่เลือกซื้อจากร้านขายยา | จำนวนคน | ร้อยละ |
|--------------------------------------|---------|--------|
| ประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ | | |
| ยารักษาโรค | 339 | 84.96 |
| อุปกรณ์ทางการแพทย์ เช่น ชุดทำแผล | 19 | 4.76 |
| วิตามินและอาหารเสริม | 26 | 6.52 |
| ผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก เช่น ขวดนม | 7 | 1.75 |
| ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง | 8 | 2.01 |
| รวม | 399 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.2 พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านขายยาเลือกซื้อยารักษาโรคมากที่สุด 339 คน คิดเป็นร้อยละ 84.96 รองลงมาเลือกซื้อวิตามินและอาหารเสริม จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.52 และเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สำหรับเด็กน้อยที่สุด จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนร้อยละพฤติกรรมกรเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคใน
อำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ในด้านประเภทยาที่เลือกซื้อ

| ประเภทยาที่เลือกซื้อจากร้านขายยา | จำนวนคน | ร้อยละ |
|-----------------------------------|---------|--------|
| ประเภทยาที่เลือกซื้อ | | |
| ยาปฏิชีวนะ | 37 | 9.27 |
| ยาระบบประสาท | 7 | 1.75 |
| ยานอนหลับ | 0 | 0.00 |
| ยาแก้ปวดลดไข้ | 229 | 57.39 |
| ยาแก้แพ้แก้คัน | 41 | 10.28 |
| ยาที่ออกฤทธิ์ต่อทางเดินอาหาร | 19 | 4.76 |
| ยาสูตินารีเวช | 0 | 0.00 |
| ยาที่ออกฤทธิ์ต่อทางเดินหายใจ | 0 | 0.00 |
| ยาสามัญประจำบ้าน | 58 | 14.54 |
| ยาที่ออกฤทธิ์ที่หัวใจและหลอดเลือด | 0 | 0.00 |
| ยาที่มีผลต่อภูมิคุ้มกัน | 0 | 0.00 |
| ยาฮอร์โมน | 8 | 2.01 |
| รวม | 399 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.3 พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านขายยาเลือกซื้อยาแก้ปวดลดไข้มากที่สุด 229คน คิดเป็นร้อยละ 57.39 รองลงมาเลือกซื้อยาสามัญประจำบ้าน จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.54 และเลือกซื้อยาระบบประสาทน้อยที่สุด จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนร้อยละพฤติกรรมกรเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคใน
อำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ในร้านที่ต้องการใช้บริการมากที่สุด

| ร้านที่อยากใช้บริการ | จำนวนคน | ร้อยละ |
|-----------------------------|---------|--------|
| ร้านที่ต้องการใช้ บริการ | | |
| ร้านสิทธิโชคเภสัช | 97 | 24.31 |
| ร้านโชคดีฟาร์มาชี | 109 | 27.32 |
| ร้านนิคมโอสด | 35 | 8.77 |
| ร้านสมพงษ์เภสัช | 79 | 19.80 |
| ร้านมนตรีเภสัช | 44 | 11.03 |
| ร้านจิราวัฒน์เภสัช | 35 | 8.77 |
| รวม | 399 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.3 พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้บริการร้านขายยาต้องการใช้บริการร้านโชคดีฟาร์มาชีมากที่สุด 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.32 รองลงมาต้องการเลือกใช้บริการร้านสิทธิโชคเภสัช จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.31 และต้องการเลือกใช้บริการร้านนิคมโอสดและร้านจิราวัฒน์เภสัช น้อยที่สุด จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.77

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนร้อยละพฤติกรรมกรเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคใน
อำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านสาเหตุที่เลือกใช้บริการร้านขายยา

| สาเหตุที่เลือกใช้บริการร้านขายยา | จำนวนคน | ร้อยละ |
|----------------------------------|---------|--------|
| สาเหตุที่เลือกใช้ บริการ | | |
| มีผลิตภัณฑ์ที่ต้องการครบถ้วน | 93 | 9.86 |
| มีเภสัชกรให้คำแนะนำตลอดเวลา | 162 | 17.18 |
| มีที่จอดรถสะดวก | 44 | 4.67 |
| มีบริการที่ดี | 60 | 6.36 |
| จ่ายยาได้ตรงถูกกับโรค | 58 | 6.15 |

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

| สาเหตุที่เลือกใช้บริการร้านขายยา | จำนวนคน | ร้อยละ |
|----------------------------------|---------|--------|
| สาเหตุที่เลือกใช้บริการ | | |
| ผลิตภัณฑ์มีราคาถูก | 104 | 11.03 |
| ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ | 66 | 7.00 |
| เป็นร้านขายยาคุณภาพ | 33 | 3.50 |
| เปิดบริการตลอดเวลาที่ต้องการซื้อ | 57 | 6.04 |
| เดินทางสะดวก ใกล้บ้าน | 266 | 28.21 |
| รวม | 943 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.5 พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามมีสาเหตุที่เลือกใช้บริการร้านขายยาเพราะเดินทางสะดวก ใกล้บ้าน มากที่สุด 266 คน คิดเป็นร้อยละ 28.21 รองลงมาคือผลิตภัณฑ์มีราคาถูก จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 11.03 และเป็นร้านขายยาคุณภาพน้อยที่สุด จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนร้อยละพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคใน อำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านต้องการซื้อยาเมื่อใด

| ต้องการซื้อยาเมื่อใด | จำนวนคน | ร้อยละ |
|-----------------------------------|---------|--------|
| ต้องการซื้อยามื่อ | | |
| ซื้อยามื่อมีอาการเจ็บป่วย | 223 | 55.89 |
| ซื้อยาเก็บไว้เมื่อมีอาการเจ็บป่วย | 96 | 24.06 |
| ซื้อยาเพื่อป้องกันการเจ็บป่วย | 45 | 11.28 |
| ซื้อยาเพื่อบำรุงร่างกาย | 35 | 8.77 |
| | 399 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.6 พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการซื้อยาเมื่อมีอาการเจ็บป่วย มากที่สุด 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.89 รองลงมาคือซื้อยาเก็บไว้เมื่อมีอาการเจ็บป่วย จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.06 และซื้อยาเพื่อบำรุงร่างกายน้อยที่สุด จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.77

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนร้อยละพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคใน

อำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการมาใช้บริการ

| บุคคลที่มีอิทธิพลในการมาใช้บริการ | จำนวนคน | ร้อยละ |
|-----------------------------------|---------|--------|
| บุคคลที่มีอิทธิพลในการมาใช้บริการ | | |
| ตัวท่านเอง | 244 | 61.15 |
| แพทย์ | 33 | 8.27 |
| พ่อแม่ | 17 | 4.26 |
| ญาติพี่น้อง | 11 | 2.76 |
| เพื่อน/คนรู้จัก | 19 | 4.76 |
| เภสัชกรประจำร้าน | 75 | 18.80 |
| รวม | 399 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.7 พบว่า

บุคคลที่มีอิทธิพลในการมาใช้บริการร้านขายยาต่อผู้ตอบแบบสอบถามคือตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง มากที่สุด 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61.15 รองลงมาคือเภสัชกรประจำร้าน จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.80 และญาติพี่น้องน้อยที่สุด จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.76

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนร้อยละพฤติกรรมกรเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคใน
อำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านวิธีการเลือกซื้อยา

| วิธีการเลือกซื้อยา | จำนวนคน | ร้อยละ |
|---|---------|--------|
| วิธีการเลือกซื้อยา | | |
| สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับยาที่ต้องการซื้อจาก เภสัชกรประจำร้าน | 205 | 51.38 |
| สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับยาที่ต้องการซื้อจาก เพื่อน/คนรู้จัก/ญาติพี่น้อง | 72 | 18.04 |
| ได้รับข้อมูลจากใบปลิว/แผ่นพับ/โฆษณา | 58 | 14.54 |
| เคยได้รับการรักษาจากโรงพยาบาลและนำ ยาดังกล่าวมาซื้อที่ร้านขายยา | 29 | 7.27 |
| เคยซื้อยาที่ต้องการเป็นประจำที่ร้านขายยา จึงสามารถเลือกซื้อได้เลย | 35 | 8.77 |
| รวม | 399 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.8 พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวิธีการเลือกซื้อยาโดย สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับยาที่
ต้องการซื้อจากเภสัชกรประจำร้าน มากที่สุดคือ 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.38 รองลงมาคือ
สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับยาที่ต้องการซื้อจากเพื่อน/คนรู้จัก/ญาติพี่น้อง จำนวน 72 คน คิดเป็น
ร้อยละ 18.04 และเคยได้รับการรักษาจากโรงพยาบาลและนำยาดังกล่าวมาซื้อที่ร้านขายยาน้อย
ที่สุด จำนวน 29 คน คิดเป็น ร้อยละ 7.27

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคใน
เขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ จำนวนสมาชิกในครอบครัว

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ T – test และ F – test เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ก็ต่อเมื่อค่า Sig (2-sided) มีค่าน้อยกว่า 0.05

สมมติฐานที่ 1 ผู้บริโภคเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยา
ในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภูแตกต่างกัน

H_0 - เพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยา ในเขต
อำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภูไม่แตกต่างกัน

H_1 - เพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยา ในเขต
อำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภูแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.9 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคใน
อำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู จำแนกตามเพศ

| พฤติกรรมที่เลือกใช้บริการ | เพศ | N | \bar{X} | S.D. | t | df | Sig. (2-sided) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----------------------------------|------|-----|-----------|------|------|--------|-------------------|----------------------------------|-----|-----|------|------|------|--------|------|------|-----|------|------|----------------------------------|-----|-----|------|------|------|--------|------|------|-----|------|------|----------------------------------|-----|-----|------|------|------|--------|------|
| ประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ | ชาย | 150 | 1.26 | 0.71 | 1.00 | 369.11 | 0.32 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | หญิง | 249 | 1.34 | 0.90 | | | | ประเภทยาที่เลือกซื้อ | ชาย | 150 | 4.77 | 2.54 | 0.24 | 397 | 0.81 | หญิง | 249 | 4.83 | 2.17 | ร้านขายยาที่ต้องการไปใช้บริการ | ชาย | 150 | 3.09 | 1.68 | 1.63 | 397 | 0.11 | หญิง | 249 | 2.82 | 1.60 | ต้องการใช้บริการร้านขายยาเมื่อใด | ชาย | 150 | 1.79 | 1.11 | 0.96 | 260.78 | 0.34 |
| ประเภทยาที่เลือกซื้อ | ชาย | 150 | 4.77 | 2.54 | 0.24 | 397 | 0.81 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | หญิง | 249 | 4.83 | 2.17 | | | | ร้านขายยาที่ต้องการไปใช้บริการ | ชาย | 150 | 3.09 | 1.68 | 1.63 | 397 | 0.11 | หญิง | 249 | 2.82 | 1.60 | ต้องการใช้บริการร้านขายยาเมื่อใด | ชาย | 150 | 1.79 | 1.11 | 0.96 | 260.78 | 0.34 | หญิง | 249 | 1.69 | 0.88 | | | | | | | | |
| ร้านขายยาที่ต้องการไปใช้บริการ | ชาย | 150 | 3.09 | 1.68 | 1.63 | 397 | 0.11 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | หญิง | 249 | 2.82 | 1.60 | | | | ต้องการใช้บริการร้านขายยาเมื่อใด | ชาย | 150 | 1.79 | 1.11 | 0.96 | 260.78 | 0.34 | หญิง | 249 | 1.69 | 0.88 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ต้องการใช้บริการร้านขายยาเมื่อใด | ชาย | 150 | 1.79 | 1.11 | 0.96 | 260.78 | 0.34 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | หญิง | 249 | 1.69 | 0.88 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

| พฤติกรรมการใช้บริการ | เพศ | N | \bar{X} | S.D. | t | df | Sig. (2-sided) |
|--|------|-----|-----------|------|------|--------|----------------|
| บุคคลที่มีอิทธิพลในการใช้บริการร้านขายยา | ชาย | 150 | 1.83 | 1.65 | 4.64 | 373.20 | 0.00* |
| | หญิง | 249 | 2.71 | 2.14 | | | |
| วิธีการเลือกซื้อยา | ชาย | 150 | 2.15 | 1.33 | 1.25 | 397 | 0.21 |
| | หญิง | 249 | 1.98 | 1.31 | | | |
| รวม | ชาย | 150 | 2.48 | 1.40 | 0.56 | 397 | 0.58 |
| | หญิง | 249 | 2.56 | 1.39 | | | |

จากตารางที่ 4.9 พบว่า

เพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู โดยรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาในแต่ละพฤติกรรม พบว่าบุคคลที่มีอิทธิพลในการใช้บริการร้านขายยาของเพศชายและเพศหญิงแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภูแตกต่างกัน

H_0 - ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภูไม่แตกต่างกัน

H_1 - ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภูแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.10 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคใน
อำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู จำแนกตามอายุ

| พฤติกรรมกรรมการ เลือกใช้บริการ | แหล่งความ แปรปรวน | df | SS | MS | F | Sig |
|--|----------------------|-----|---------|-------|--------|--------|
| ประเภทสินค้าที่ เลือกซื้อ | ระหว่างกลุ่ม | 3 | 0.54 | 0.18 | 0.259 | 0.855 |
| | ภายในกลุ่ม | 395 | 274.92 | 0.70 | | |
| | รวม | 398 | 275.46 | | | |
| ประเภทยาที่เลือกซื้อ | ระหว่างกลุ่ม | 3 | 114.87 | 38.29 | 7.245 | 0.000* |
| | ภายในกลุ่ม | 395 | 2087.38 | 5.29 | | |
| | รวม | 398 | 2202.25 | | | |
| ร้านขายยาที่ต้องการ ไปใช้บริการ | ระหว่างกลุ่ม | 3 | 6.41 | 2.13 | 0.798 | 0.496 |
| | ภายในกลุ่ม | 395 | 1058.18 | 2.68 | | |
| | รวม | 398 | 1064.59 | | | |
| ต้องการใช้บริการร้าน ขายยาเมื่อใด | ระหว่างกลุ่ม | 3 | 30.32 | 10.11 | 11.459 | 0.000* |
| | ภายในกลุ่ม | 395 | 348.44 | 0.88 | | |
| | รวม | 398 | 378.76 | | | |
| บุคคลที่มีอิทธิพลใน การให้บริการร้านขายยา | ระหว่างกลุ่ม | 3 | 45.06 | 15.02 | 3.742 | 0.011* |
| | ภายในกลุ่ม | 395 | 1585.50 | 4.01 | | |
| | รวม | 398 | 1630.56 | | | |
| วิธีการเลือกซื้อยา | ระหว่างกลุ่ม | 3 | 48.41 | 16.14 | 9.884 | 0.000* |
| | ภายในกลุ่ม | 395 | 644.94 | 1.63 | | |
| | รวม | 398 | 693.35 | | | |
| รวม | ระหว่างกลุ่ม | 3 | 19.15 | 6.38 | 3.357 | 0.019* |
| | ภายในกลุ่ม | 395 | 751.01 | 1.90 | | |
| | รวม | 398 | 770.16 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.10 พบว่า

ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอ ศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภูแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบ รายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe's method) ได้ผลดังนี้

1. ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอ ศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู จำแนกตามอายุ ด้วยการทดสอบเป็นรายคู่ ปรากฏดังตารางที่ 4.11 ดังนี้

ตารางที่ 4.11 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอ

ศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านประเภทยาที่เลือกซื้อ จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่

| อายุ | | 15-24 ปี | 25-34 ปี | 35-44 ปี | 45 ปีขึ้นไป |
|-------------|-----------|----------|----------|----------|-------------|
| | \bar{X} | 5.60 | 4.38 | 5.52 | 4.59 |
| 15-24 ปี | 5.60 | - | 1.22* | 0.08 | 1.01 |
| 25-34 ปี | 4.38 | | - | 1.14* | 0.21 |
| 35-44 ปี | 5.52 | | | - | 0.93 |
| 45 ปีขึ้นไป | 4.59 | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.11 พบว่า

เมื่อทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอ ศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านประเภทยาที่เลือกซื้อ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ กลุ่มอายุต่างๆ มีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาแตกต่างกัน จำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุ 15-24 ปี มีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยา ด้านประเภทยาที่เลือกซื้อ แตกต่างจากกลุ่มอายุ 25-34 ปี และกลุ่มอายุ 25-34 ปี มีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยา ด้านประเภทยาที่เลือกซื้อ แตกต่างจากกลุ่มอายุ 35-44 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.12 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอ
ศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านต้องการใช้บริการร้านขายยาเมื่อใด
จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่

| อายุ | | 15-24 ปี | 25-34 ปี | 35-44 ปี | 45 ปีขึ้นไป |
|-------------|-----------|----------|----------|----------|-------------|
| | \bar{X} | 2.12 | 1.50 | 2.00 | 2.11 |
| 15-24 ปี | 2.12 | - | 0.62* | 0.12 | 0.01 |
| 25-34 ปี | 1.50 | | - | 0.50* | 0.61* |
| 35-44 ปี | 2.00 | | | - | 0.11 |
| 45 ปีขึ้นไป | 2.11 | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.12 พบว่า

เมื่อทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอ
ศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านต้องการใช้บริการร้านขายยาเมื่อใด จำแนกตามอายุเป็นรายคู่
กลุ่มอายุต่างๆ มีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาแตกต่างกัน จำนวน 3 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุ 15-24
ปี มีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยา ด้านต้องการใช้บริการร้านขายยาเมื่อใด แตกต่างจากกลุ่ม
อายุ 25-34 ปี กลุ่มอายุ 25-34 ปี มีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยา ด้านต้องการใช้บริการร้าน
ขายยาเมื่อใด แตกต่างจากกลุ่มอายุ 35-44 ปี และกลุ่มอายุ 25-34 ปี มีพฤติกรรมการใช้บริการ
ร้านขายยา ด้านต้องการใช้บริการร้านขายยาเมื่อใด แตกต่างจากกลุ่มอายุ 45 ปีขึ้นไป อย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.13 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอ

ศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการใช้บริการร้านขายยา
จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่

| อายุ | | 15-24 ปี | 25-34 ปี | 35-44 ปี | 45 ปีขึ้นไป |
|-------------|-----------|----------|----------|----------|-------------|
| | \bar{X} | 3.22 | 2.19 | 2.34 | 2.84 |
| 15-24 ปี | 3.22 | - | 1.03* | 0.88 | 0.38 |
| 25-34 ปี | 2.19 | | - | 0.15 | 0.65 |
| 35-44 ปี | 2.34 | | | - | 0.50 |
| 45 ปีขึ้นไป | 2.84 | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.13 พบว่า

เมื่อทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอ
ศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านต้องการใช้บริการร้านขายยาเมื่อใด จำแนกตามอายุเป็นรายคู่
กลุ่มอายุต่างๆ มีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาแตกต่างกัน จำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุ 15-24 ปี
มีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยา ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการใช้บริการร้านขายยา แตกต่าง
จากกลุ่มอายุ 25-34 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.14 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอ

ศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านวิธีการเลือกซื้อยา จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่

| อายุ | | 15-24 ปี | 25-34 ปี | 35-44 ปี | 45 ปีขึ้นไป |
|-------------|-----------|----------|----------|----------|-------------|
| | \bar{X} | 2.58 | 1.76 | 2.26 | 2.68 |
| 15-24 ปี | 2.58 | - | 0.82* | 0.32 | 0.10 |
| 25-34 ปี | 1.76 | | - | 0.50* | 0.92* |
| 35-44 ปี | 2.26 | | | - | 0.42 |
| 45 ปีขึ้นไป | 2.68 | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.14 พบว่า

เมื่อทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านวิธีการเลือกซื้อยา จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ กลุ่มอายุต่างๆ มีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาแตกต่างกัน จำนวน 3 คู่ ได้แก่ กลุ่มอายุ 15-24 ปี มีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยา ด้านวิธีการเลือกซื้อยา แตกต่างจากกลุ่มอายุ 25-34 ปี กลุ่มอายุ 25-34 ปี มีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยา ด้านวิธีการเลือกซื้อยา แตกต่างจากกลุ่มอายุ 35-44 ปี และกลุ่มอายุ 25-34 ปี มีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยา ด้านวิธีการเลือกซื้อยา แตกต่างจากกลุ่มอายุ 45 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภูแตกต่างกัน

H_0 - ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ไม่แตกต่างกัน

H_1 - ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภูแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู จำแนกตามระดับการศึกษา

| พฤติกรรมเลือกใช้บริการ | แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F | Sig |
|--------------------------------|------------------|-----|---------|-------|-------|--------|
| ประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ | ระหว่างกลุ่ม | 3 | 14.32 | 4.77 | 7.615 | 0.000* |
| | ภายในกลุ่ม | 395 | 247.59 | 0.63 | | |
| | รวม | 398 | 261.91 | | | |
| ประเภทยาที่เลือกซื้อ | ระหว่างกลุ่ม | 3 | 49.24 | 16.42 | 3.011 | 0.050 |
| | ภายในกลุ่ม | 395 | 2153.00 | 5.45 | | |
| | รวม | 398 | 2202.24 | | | |
| ร้านขายยาที่ต้องการไปใช้บริการ | ระหว่างกลุ่ม | 3 | 27.74 | 9.25 | 3.522 | 0.015* |
| | ภายในกลุ่ม | 395 | 1036.85 | 2.63 | | |
| | รวม | 398 | 1064.59 | | | |

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

| พฤติกรรมการใช้ บริการ | แหล่งความ แปรปรวน | df | SS | MS | F | Sig |
|--|----------------------|-----|---------|-------|--------|--------|
| ต้องการใช้บริการร้าน ขายยาเมื่อใด | ระหว่างกลุ่ม | 3 | 36.03 | 12.01 | 13.842 | 0.000* |
| | ภายในกลุ่ม | 395 | 342.73 | 0.87 | | |
| | รวม | 398 | 378.76 | | | |
| บุคคลที่มีอิทธิพลใน การใช้บริการร้านขายยา | ระหว่างกลุ่ม | 3 | 95.40 | 31.80 | 8.249 | 0.000* |
| | ภายในกลุ่ม | 395 | 1522.69 | 3.86 | | |
| | รวม | 398 | 1618.09 | | | |
| วิธีการเลือกซื้อยา | ระหว่างกลุ่ม | 3 | 12.87 | 4.29 | 2.490 | 0.060 |
| | ภายในกลุ่ม | 395 | 680.48 | 1.72 | | |
| | รวม | 398 | 693.35 | | | |
| รวม | ระหว่างกลุ่ม | 3 | 30.28 | 10.10 | 5.276 | 0.001* |
| | ภายในกลุ่ม | 395 | 755.87 | 1.91 | | |
| | รวม | 398 | 786.15 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.15 พบว่า

ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภูแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ (Scheffe's method) ได้ผลดังนี้

1. ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู จำแนกตามอายุ ด้วยการทดสอบเป็นรายคู่ ปรากฏดังตารางที่ 4.16 ดังนี้

ตารางที่ 4.16 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอ
ศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ
จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่

| ระดับการศึกษา | \bar{X} | มัธยมต้น-ปลาย | ปวส./อนุปริญญา | ปริญญาตรี | มากกว่า ปริญญาตรี |
|----------------------|-----------|---------------|----------------|-----------|----------------------|
| | | 1.20 | 1.55 | 1.19 | 1.70 |
| มัธยมต้น-ปลาย | 1.20 | - | 0.35 | 0.01 | 0.50 |
| ปวส./ อนุปริญญา | 1.55 | | - | 0.36* | 0.15 |
| ปริญญาตรี | 1.19 | | | - | 0.51* |
| มากกว่า ปริญญาตรี | 1.70 | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.16 พบว่า

เมื่อทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอ
ศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่
ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาแตกต่างกัน จำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มระดับการศึกษา
ปวส.-อนุปริญญา มีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยา ด้านประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ แตกต่างจาก
กลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี และกลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี มีพฤติกรรมการใช้บริการร้าน
ขายยา ด้านประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ แตกต่างจากกลุ่มระดับศึกษามากกว่าปริญญาตรี อย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.17 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอ
ศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านร้านขายยาที่ต้องการไปใช้บริการ
จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่

| ระดับการศึกษา | | มัธยมต้น-ปลาย | ปวส./อนุปริญญา | ปริญญาตรี | มากกว่า ปริญญาตรี |
|----------------------|-----------|---------------|----------------|-----------|----------------------|
| | \bar{X} | 2.80 | 3.60 | 2.79 | 3.08 |
| มัธยมต้น-ปลาย | 2.80 | - | 0.80 | 0.10 | 0.28 |
| ปวส./ อนุปริญญา | 3.60 | | - | 0.81* | 0.52 |
| ปริญญาตรี | 2.79 | | | - | 0.29 |
| มากกว่า ปริญญาตรี | 3.08 | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.17 พบว่า

เมื่อทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอ
ศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านร้านขายยาที่ต้องการไปใช้บริการ จำแนกตามระดับการศึกษา
เป็นรายคู่ ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาแตกต่างกัน จำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มระดับ
การศึกษา ปวส.-อนุปริญญา มีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยา ด้านร้านขายยาที่ต้องการไปใช้
บริการ แตกต่างจากกลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.18 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านต้องการใช้บริการร้านขายยาเมื่อใด จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่

| ระดับการศึกษา | มัธยมต้น-ปลาย | ปวส./อนุปริญญา | ปริญญาตรี | มากกว่าปริญญาตรี |
|------------------|---------------|----------------|-----------|------------------|
| \bar{X} | 2.10 | 2.26 | 1.53 | 2.12 |
| มัธยมต้น-ปลาย | 2.10 | - | 0.16 | 0.57* |
| ปวส./อนุปริญญา | 2.26 | - | 0.73* | 0.14 |
| ปริญญาตรี | 1.53 | - | - | 0.59* |
| มากกว่าปริญญาตรี | 2.12 | - | - | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 พบว่า

เมื่อทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านต้องการใช้บริการร้านขายยาเมื่อใด จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ ผู้บริโภคมิพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาแตกต่างกัน จำนวน 3 คู่ ได้แก่ กลุ่มระดับการศึกษามัธยมต้น-ปลาย มีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยา ด้านต้องการใช้บริการร้านขายยาเมื่อใด แตกต่างจากกลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี กลุ่มระดับการศึกษา ปวส./อนุปริญญา มีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยา ด้านต้องการใช้บริการร้านขายยาเมื่อใด แตกต่างจากกลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี และกลุ่มระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยา ด้านต้องการใช้บริการร้านขายยาเมื่อใด แตกต่างจากกลุ่มระดับการศึกษามากกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.19 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการใช้บริการร้านขายยา จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่

| ระดับการศึกษา | | มัธยมต้น-ปลาย | ปวส./อนุปริญญา | ปริญญาตรี | มากกว่าปริญญาตรี |
|------------------|-----------|---------------|----------------|-----------|------------------|
| | \bar{X} | 3.10 | 3.17 | 2.05 | 3.02 |
| มัธยมต้น-ปลาย | 3.10 | - | 0.07 | 1.05 | 0.08 |
| ปวส./อนุปริญญา | 3.17 | | - | 1.12* | 0.15 |
| ปริญญาตรี | 2.05 | | | - | 0.97* |
| มากกว่าปริญญาตรี | 3.02 | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 พบว่า

เมื่อทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการใช้บริการร้านขายยา จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาแตกต่างกัน จำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มระดับการศึกษา ปวส./อนุปริญญา มีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยา ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการใช้บริการร้านขายยา แตกต่างจากกลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี และกลุ่มระดับการศึกษาปริญญาตรี มีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยา ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการใช้บริการร้านขายยา แตกต่างจากกลุ่มระดับศึกษามากกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4 ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภูแตกต่างกัน

H_0 - ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภูไม่แตกต่างกัน

H_1 - ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภูแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคใน
อำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู จำแนกตามอาชีพ

| พฤติกรรมการเลือกใช้ บริการ | แหล่งความ แปรปรวน | df | SS | MS | F | Sig |
|--|----------------------|-----|---------|-------|-------|--------|
| ประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ | ระหว่างกลุ่ม | 3 | 40.48 | 13.49 | 9.011 | 0.000* |
| | ภายในกลุ่ม | 395 | 591.48 | 1.50 | | |
| | รวม | 398 | 631.96 | | | |
| ประเภทยาที่เลือกซื้อ | ระหว่างกลุ่ม | 3 | 35.89 | 11.96 | 2.445 | 0.064 |
| | ภายในกลุ่ม | 395 | 1933.04 | 4.89 | | |
| | รวม | 398 | 1968.93 | | | |
| ร้านขายยาที่ต้องการไป ใช้บริการ | ระหว่างกลุ่ม | 3 | 15.86 | 5.29 | 2.167 | 0.091 |
| | ภายในกลุ่ม | 395 | 963.81 | 2.44 | | |
| | รวม | 398 | 979.67 | | | |
| ต้องการใช้บริการร้าน ขายยาเมื่อใด | ระหว่างกลุ่ม | 3 | 0.05 | 0.02 | 0.015 | 0.997 |
| | ภายในกลุ่ม | 395 | 426.73 | 1.08 | | |
| | รวม | 398 | 426.78 | | | |
| บุคคลที่มีอิทธิพลในการ ใช้บริการร้านขายยา | ระหว่างกลุ่ม | 3 | 6.22 | 2.07 | 0.523 | 0.667 |
| | ภายในกลุ่ม | 395 | 1564.93 | 3.96 | | |
| | รวม | 398 | 1571.15 | | | |
| วิธีการเลือกซื้อยา | ระหว่างกลุ่ม | 3 | 2.08 | 0.70 | 0.343 | 0.794 |
| | ภายในกลุ่ม | 395 | 799.65 | 2.02 | | |
| | รวม | 398 | 801.73 | | | |
| รวม | ระหว่างกลุ่ม | 3 | 5.95 | 1.98 | 0.906 | 0.438 |
| | ภายในกลุ่ม | 395 | 865.41 | 2.19 | | |
| | รวม | 398 | 871.36 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.20 พบว่า

ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภูโดยรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นในด้านประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ จึงได้ทดสอบรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ (Scheffe's method) ได้ผลดังนี้

1. ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู จำแนกตามอาชีพ ด้วยการทดสอบเป็นรายคู่ ปรากฏดังตารางที่ 4.21 ดังนี้

ตารางที่ 4.21 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอ

ศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่

| อาชีพ | นักเรียน/ นักศึกษา | ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว | รับจ้างทั่วไป | |
|----------------------------------|-----------------------|----------------------------------|-------------------------|---------------|-------|
| | \bar{X} | 1.84 | 2.17 | 1.65 | 1.26 |
| นักเรียน/นักศึกษา | 1.84 | - | 0.33 | 0.19 | 0.58* |
| ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ | 2.17 | - | - | 0.52* | 0.91* |
| ประกอบธุรกิจส่วนตัว | 1.65 | - | - | - | 0.39 |
| รับจ้างทั่วไป | 1.26 | - | - | - | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 พบว่า

เมื่อทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่ ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาแตกต่างกัน จำนวน 3 คู่ ได้แก่ กลุ่มอาชีพนักเรียน/นักศึกษา มีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยา ด้านประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ แตกต่างจากกลุ่มอาชีพรับจ้างทั่วไป กลุ่มอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยา

ด้านประเภท สินค้าที่เลือกซื้อ แตกต่างจากกลุ่มอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว และกลุ่มข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจมีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยา ด้านประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ แตกต่างจากกลุ่มอาชีพรับจ้างทั่วไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 5 ผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภูแตกต่างกัน

H_0 - ผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภูไม่แตกต่างกัน

H_1 - ผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาใน เขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภูแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู จำแนกตามรายได้

| พฤติกรรมเลือกใช้บริการ | แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F | Sig |
|----------------------------------|------------------|-----|---------|-------|--------|--------|
| ประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ | ระหว่างกลุ่ม | 4 | 13.61 | 3.40 | 5.401 | 0.000* |
| | ภายในกลุ่ม | 394 | 248.30 | 0.63 | | |
| | รวม | 398 | 261.91 | | | |
| ประเภทยาที่เลือกซื้อ | ระหว่างกลุ่ม | 4 | 68.18 | 17.05 | 3.147 | 0.014* |
| | ภายในกลุ่ม | 394 | 2134.07 | 5.42 | | |
| | รวม | 398 | 2202.25 | | | |
| ร้านขายยาที่ต้องการไปใช้บริการ | ระหว่างกลุ่ม | 4 | 30.38 | 7.60 | 2.894 | 0.022* |
| | ภายในกลุ่ม | 394 | 1034.21 | 2.63 | | |
| | รวม | 398 | 1064.59 | | | |
| ต้องการใช้บริการร้านขายยาเมื่อใด | ระหว่างกลุ่ม | 4 | 43.67 | 10.92 | 12.836 | 0.000* |
| | ภายในกลุ่ม | 394 | 335.10 | 0.85 | | |
| | รวม | 398 | 378.77 | | | |

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

| พฤติกรรมการใช้ บริการ | แหล่งความ แปรปรวน | df | SS | MS | F | Sig |
|--|----------------------|-----|---------|------|-------|--------|
| บุคคลที่มีอิทธิพลในการ ใช้บริการร้านขายยา | ระหว่างกลุ่ม | 4 | 33.48 | 8.37 | 2.081 | 0.083 |
| | ภายในกลุ่ม | 394 | 1584.62 | 4.02 | | |
| | รวม | 398 | 1618.10 | | | |
| วิธีการเลือกซื้อยา | ระหว่างกลุ่ม | 4 | 25.37 | 6.34 | 3.741 | 0.005* |
| | ภายในกลุ่ม | 394 | 667.99 | 1.70 | | |
| | รวม | 398 | 693.36 | | | |
| รวม | ระหว่างกลุ่ม | 4 | 15.13 | 3.78 | 1.976 | 0.007* |
| | ภายในกลุ่ม | 394 | 754.13 | 1.91 | | |
| | รวม | 398 | 769.26 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 พบว่า

ผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภูโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หากพิจารณาพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในแต่ละด้าน มีความแตกต่างกันในด้านประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ ด้านประเภทยาที่เลือกซื้อ ด้านร้านขายยาที่ต้องการไปใช้บริการ ด้านต้องการใช้บริการร้านขายยาเมื่อใด ด้านวิธีการเลือกซื้อยา จึงได้ทดสอบรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ้ (Scheffe's method) ได้ผลดังนี้

1. ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู จำแนกตามรายได้ ด้วยการทดสอบเป็นรายคู่ ปรากฏดังตารางที่ 4.23 ดังนี้

ตารางที่ 4.23 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอ
ศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ จำแนกตามรายได้
เป็นรายคู่

| รายได้ | รายได้ \leq 5,000 | 5,001- 10,000 | 10,001- 15,000 | 15,001- 20,000 | รายได้ > 20,000 |
|---------------------|---------------------|------------------|-------------------|-------------------|--------------------|
| \bar{X} | 1.13 | 1.12 | 1.32 | 1.68 | 1.33 |
| รายได้ \leq 5,000 | 1.13 | - | 0.01 | 0.19 | 0.55* |
| 5,001-10,000 | 1.12 | - | 0.20 | 0.56* | 0.21 |
| 10,001-15,000 | 1.32 | | - | 0.36 | 0.01 |
| 15,001-20,000 | 1.68 | | | - | 0.35 |
| รายได้ > 20,000 | 1.33 | | | | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.23 พบว่า

เมื่อทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอ
ศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่
ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาแตกต่างกัน จำนวน 2 คู่ ได้แก่ กลุ่มรายได้ต่ำกว่าหรือ
เท่ากับ 5,000 มีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายด้านประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ แตกต่างจากกลุ่ม
รายได้ 15,001-20,000 และกลุ่มรายได้ 5,001-10,000 มีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยา
ด้านประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ แตกต่างจากกลุ่มรายได้ 15,001-20,000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.24 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอ
ศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านประเภทยาที่เลือกซื้อ จำแนกตามรายได้
เป็นรายคู่

| รายได้ | รายได้ \leq 5,000 | 5,001- 10,000 | 10,001- 15,000 | 15,001- 20,000 | รายได้ > 20,000 | |
|---------------------|---------------------|------------------|-------------------|-------------------|--------------------|------|
| \bar{X} | 4.69 | 4.45 | 4.80 | 5.70 | 4.54 | |
| รายได้ \leq 5,000 | 4.69 | - | 0.24 | 0.11 | 1.01 | 0.15 |
| 5,001-10,000 | 4.45 | - | 0.35 | 1.25* | 0.09 | |
| 10,001-15,000 | 4.80 | | - | 0.90 | 0.26 | |
| 15,001-20,000 | 5.70 | | | - | 1.16 | |
| รายได้ > 20,000 | 4.54 | | | | - | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.24 พบว่า
เมื่อทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอ
ศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านประเภทยาที่เลือกซื้อ จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่ ผู้บริโภคม
พฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาแตกต่างกัน จำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มรายได้ 5,001-10,000
มีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในด้านประเภทยาที่เลือกซื้อ แตกต่างจากกลุ่มรายได้ 15,001-20,000
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.25 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านร้านขายยาที่ต้องการไปใช้บริการ จำแนกตามรายได้ เป็นรายคู่

| รายได้ | รายได้ \leq 5,000 | 5,001-10,000 | 10,001-15,000 | 15,001-20,000 | รายได้ > 20,000 | |
|---------------------|---------------------|--------------|---------------|---------------|-----------------|------|
| \bar{X} | 2.76 | 3.25 | 2.53 | 3.02 | 3.00 | |
| รายได้ \leq 5,000 | 2.76 | - | 0.49 | 0.23 | 0.26 | 0.24 |
| 5,001-10,000 | 3.25 | - | 0.72* | 0.23 | 0.25 | |
| 10,001-15,000 | 2.53 | | - | 0.49 | 0.47 | |
| 15,001-20,000 | 3.02 | | | - | 0.02 | |
| รายได้ > 20,000 | 3.00 | | | | - | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.25 พบว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านร้านขายยาที่ต้องการไปใช้บริการ จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่ ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาแตกต่างกัน จำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มรายได้ 5,001-10,000 มีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาที่ร้านขายยาที่ต้องการไปใช้บริการ แตกต่างจากกลุ่มรายได้ 10,001-15,000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.26 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านต้องการใช้บริการร้านขายยาเมื่อใด จำแนกตามรายได้ เป็นรายคู่

| รายได้ | รายได้ \leq 5,000 | 5,001-10,000 | 10,001-15,000 | 15,001-20,000 | รายได้ $>$ 20,000 | |
|---------------------|---------------------|--------------|---------------|---------------|-------------------|-------|
| \bar{X} | 1.56 | 1.38 | 1.61 | 2.22 | 2.13 | |
| รายได้ \leq 5,000 | 1.56 | - | 0.18 | 0.05 | 0.66* | 0.57* |
| 5,001-10,000 | 1.38 | - | 0.23 | 0.84* | 0.75* | |
| 10,001-15,000 | 1.61 | - | - | 0.61* | 0.52* | |
| 15,001-20,000 | 2.22 | - | - | - | 0.09 | |
| รายได้ $>$ 20,000 | 2.13 | - | - | - | - | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.26 พบว่า

เมื่อทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านต้องการใช้บริการร้านขายยาเมื่อใด จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่ ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาแตกต่างกัน จำนวน 6 คู่ ได้แก่ กลุ่มรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 มีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยา ด้านต้องการใช้บริการร้านขายยาเมื่อใด แตกต่างจากกลุ่มรายได้ 15,001-20,000 และกลุ่มรายได้มากกว่า 20,000 กลุ่มรายได้ 5,001-10,000 มีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยา ด้านต้องการใช้บริการร้านขายยาเมื่อใด แตกต่างจากกลุ่มรายได้ 15,001-20,000 และกลุ่มรายได้มากกว่า 20,000 และกลุ่มรายได้ 10,001-15,000 มีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยา ด้านต้องการใช้บริการร้านขายยาเมื่อใด แตกต่างจากกลุ่มรายได้ 15,001-20,000 และกลุ่มรายได้มากกว่า 20,000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.27 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอ
ศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านวิธีการเลือกซื้อยา จำแนกตามรายได้ เป็นรายคู่

| รายได้ | รายได้ $\leq 5,000$ | 5,001- 10,000 | 10,001- 15,000 | 15,001- 20,000 | รายได้ > 20,000 | |
|---------------------|---------------------|------------------|-------------------|-------------------|--------------------|------|
| \bar{X} | 2.44 | 1.73 | 1.92 | 2.22 | 2.27 | |
| รายได้ $\leq 5,000$ | 2.44 | - | 0.71* | 0.52 | 0.22 | 0.17 |
| 5,001-10,000 | 1.73 | - | - | 0.19 | 0.49 | 0.54 |
| 10,001-15,000 | 1.92 | - | - | - | 0.30 | 0.35 |
| 15,001-20,000 | 2.22 | - | - | - | - | 0.05 |
| รายได้ > 20,000 | 2.27 | - | - | - | - | - |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.27 พบว่า

เมื่อทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอ
ศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ด้านวิธีการเลือกซื้อยา จำแนกตามรายได้เป็นรายคู่ ผู้บริโภคมี
พฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาแตกต่างกัน จำนวน 1 คู่ ได้แก่ กลุ่มรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ
5,000 มีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยา ด้านวิธีการเลือกซื้อยา แตกต่างจากกลุ่มรายได้ 5,001-
10,000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 6 ผู้บริโภคที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวแตกต่างกันมีพฤติกรรมใน
การเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภูแตกต่างกัน

H_0 - ผู้บริโภคที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวแตกต่างกันมี
พฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภูไม่แตกต่างกัน

H_1 - ผู้บริโภคที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวแตกต่างกันมี
พฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาใน เขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภูแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.28 แสดงผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคใน
อำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู จำแนกตามจำนวนสมาชิกในครอบครัว

| พฤติกรรมการเลือกใช้บริการ | แหล่งความแปรปรวน | df | SS | MS | F | Sig |
|--|------------------|-----|---------|------|-------|-------|
| ประเภทสินค้าที่เลือกซื้อ | ระหว่างกลุ่ม | 4 | 15.80 | 3.95 | 1.940 | 0.103 |
| | ภายในกลุ่ม | 394 | 802.16 | 2.04 | | |
| | รวม | 398 | 817.96 | | | |
| ประเภทยาที่เลือกซื้อ | ระหว่างกลุ่ม | 4 | 16.10 | 4.03 | 0.673 | 0.611 |
| | ภายในกลุ่ม | 394 | 2357.99 | 5.99 | | |
| | รวม | 398 | 2374.09 | | | |
| ร้านขายยาที่ต้องการไปใช้บริการ | ระหว่างกลุ่ม | 4 | 16.32 | 4.08 | 1.664 | 0.158 |
| | ภายในกลุ่ม | 394 | 966.23 | 2.45 | | |
| | รวม | 398 | 982.56 | | | |
| ต้องการใช้บริการร้านขายยาเมื่อใด | ระหว่างกลุ่ม | 4 | 2.53 | 0.63 | 0.546 | 0.702 |
| | ภายในกลุ่ม | 394 | 457.31 | 1.16 | | |
| | รวม | 398 | 459.84 | | | |
| บุคคลที่มีอิทธิพลในการใช้บริการร้านขายยา | ระหว่างกลุ่ม | 4 | 14.65 | 3.66 | 0.946 | 0.437 |
| | ภายในกลุ่ม | 394 | 1525.78 | 3.87 | | |
| | รวม | 398 | 1540.43 | | | |
| วิธีการเลือกซื้อยา | ระหว่างกลุ่ม | 4 | 4.69 | 1.17 | 0.575 | 0.681 |
| | ภายในกลุ่ม | 394 | 804.91 | 2.04 | | |
| | รวม | 398 | 809.60 | | | |
| รวม | ระหว่างกลุ่ม | 4 | 4.63 | 1.16 | 0.465 | 0.762 |
| | ภายในกลุ่ม | 394 | 981.92 | 2.49 | | |
| | รวม | 398 | 986.55 | | | |

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.28 พบว่า
ผู้บริโภคที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้บริการ
ร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู โดยรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติที่ระดับ 0.05



บทที่ 5

สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภค ในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการประกอบธุรกิจที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด ผู้วิจัยจึงได้มีความสนใจศึกษาพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู

1. สรุปการวิจัย

1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ

1.1.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกบริการร้านขายยาของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู

1.1.2 เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกบริการร้านขายยาของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ จำนวนสมาชิกในครอบครัว

1.2 วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงพรรณนา ในลักษณะของการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วยตัวแปรอิสระ ได้แก่ ตัวแปรพื้นฐานเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมของผู้บริโภค คือ ผู้บริโภคต้องการซื้ออะไร (What) ผู้บริโภคต้องการซื้อที่ไหน (Where) ทำไมผู้บริโภคต้องการซื้อที่ร้านนั้น (Why) ผู้บริโภคต้องการซื้อเมื่อไหร่ (When) ใครมีอิทธิพลต่อการใช้บริการ (Who) ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How)

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้บริโภคที่อยู่ในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู โดยมีอยู่ 4 เขตเทศบาล คือ เขตเทศบาลศรีบุญเรือง เขตเทศบาลจอมทอง เขตเทศบาลโนนสูงเปลือย และเขตเทศบาลยางหล่อ

กลุ่มตัวอย่าง เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น ขนาดของตัวอย่างเป็นตัวแทนของประชากรที่ใช้ในการศึกษาโดยได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบ (Stratified Random Sampling) สูตรความคลาดเคลื่อน มาตรฐานโดยกำหนดความเชื่อมั่น 95% และให้ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% ได้ทั้งสิ้น จำนวน 399 คน

1.3 ผลการวิจัย แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภูทั้งสิ้นจำนวน 399 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62.40 อยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี คิดเป็นร้อยละ 58.60 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 68.20 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 38.60 โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.10 ส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 36.80 และรู้จักร้านขายยาร้าน โชคดีฟาร์มามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.70

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู พบว่า

ประเภทสินค้าที่ผู้บริโภคเลือกซื้อจากร้านขายยามากที่สุด คือ ยารักษาโรค คิดเป็นร้อยละ 84.96 รองลงมาคือ วิตามินและอาหารเสริม คิดเป็นร้อยละ 6.52 น้อยที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์เด็ก คิดเป็นร้อยละ 1.75

กลุ่มยาที่ผู้บริโภคเลือกซื้อจากร้านขายยามากที่สุด คือ ยาแก้ปวดลดไข้ คิดเป็นร้อยละ 57.39 รองลงมาคือ ยาสามัญประจำบ้าน คิดเป็นร้อยละ 14.54 และน้อยที่สุด คือ ยาระบบประสาท คิดเป็นร้อยละ 1.75

ร้านขายยาที่ผู้บริโภคอยากไปใช้บริการมากที่สุด คือ ร้าน โชคดีฟาร์มฯ คิดเป็นร้อยละ 27.32 รองลงมาคือ ร้านสิทธิโชคเภสัช คิดเป็นร้อยละ 24.31 และน้อยที่สุด คือ ร้านนิคมโอสภและร้านจิรวัดเภสัช คิดเป็นร้อยละ 8.77

สาเหตุที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการร้านขายยาเพราะ เดินทางสะดวกใกล้บ้าน คิดเป็นร้อยละ 28.21 รองลงมาคือ มีเภสัชกรให้คำแนะนำตลอดเวลา คิดเป็นร้อยละ 17.18 และน้อยที่สุด คือ เป็นร้านขายยาคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 3.50

ผู้บริโภคต้องการซื้อยาเมื่อมีอาการเจ็บป่วยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.89 รองลงมาต้องการซื้อเก็บไว้ใช้เมื่อมีอาการเจ็บป่วย คิดเป็นร้อยละ 24.06 และซื้อเพื่อบำรุงร่างกายน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8.77

บุคคลที่มีอิทธิพลในการมาใช้บริการร้านขายยามากที่สุด คือ ตัวท่านเอง คิดเป็นร้อยละ 61.15 รองลงมา คือ เกษักรประจำร้าน คิดเป็นร้อยละ 18.80 และญาติพี่น้องมีอิทธิพลน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.76

ผู้บริโภคมีวิธีการเลือกซื้อยาที่ต้องการ โดยสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับยาที่ต้องการซื้อจากเภสักรประจำร้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.38 รองลงมา คือ สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับยาที่ต้องการซื้อจาก เพื่อน คนรู้จัก ญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 18.04 และการเคยได้รับการรักษาจากโรงพยาบาลและนำยาดังกล่าวมาซื้อที่ร้านขายยา น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.27

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภค ในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ จำนวนสมาชิกในครอบครัว

สมมติฐานที่ 1 ผู้บริโภคเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านขายยาใน เขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภูแตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู โดยรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ยกเว้นด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการใช้บริการร้านขายยาของเพศชายและเพศหญิงแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภูแตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภูแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3 ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภูแตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภูแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 4 ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภูแตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขต

อำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู โดยรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 5 ผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภูแตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์ ผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 6 ผู้บริโภคที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภูแตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์ ผู้บริโภคที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู โดยรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. อภิปรายผล

1. ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25-34 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001-10,000 บาท เนื่องจากจังหวัดหนองบัวลำภู เป็นจังหวัดขนาดเล็ก ประชากรส่วนใหญ่จะเข้าไปทำงานในกรุงเทพมหานคร โดยประชากรที่เหลืออยู่ในพื้นที่ส่วนใหญ่จะประกอบธุรกิจส่วนตัว เป็นธุรกิจขนาดเล็ก มีรายได้อยู่ที่ระดับ 5,001-10,000 บาท

2. พฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภค พบว่า ประเภทสินค้าที่ผู้บริโภคเลือกซื้อจากร้านขายยามากที่สุด คือ ยารักษาโรค โดยเลือกซื้อยาแก้ปวด ลดไข้ ส่วนร้านขายยาที่ต้องการไปใช้บริการมากที่สุด คือ ร้านโชคดีฟาร์ม่าชี สาเหตุที่เลือกใช้บริการร้านขายยา เพราะเดินทางสะดวก ใกล้บ้าน โดยผู้บริโภคต้องการซื้อยา เมื่อมีอาการเจ็บป่วย และตัวผู้บริโภคเองมีอิทธิพลต่อการมาใช้บริการร้านขายยา โดยมีวิธีการเลือกซื้อยาโดยการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับยาที่ต้องการซื้อจากเภสัชกรประจำร้านมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มัทรี บุรพงษ์บัณฑิต (2547: 136) ศึกษาพฤติกรรมการซื้อยาและเวชภัณฑ์ของผู้บริโภคในร้านขายยา จังหวัดนนทบุรี ว่า ผู้บริโภคทั่วไปจะมีพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่นิยมซื้อส่วนใหญ่เป็นสินค้าในกลุ่มเวชภัณฑ์และยารักษาโรค ประเภทของร้านที่นิยมใช้บริการมากที่สุด คือ ร้านขายยาแบบเดี่ยว และตัวผู้บริโภคเองมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อยาและเวชภัณฑ์

3. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคในเขตอำเภอ ศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ จำนวนสมาชิกในครอบครัว

3.1 ผู้บริโภคที่มีเพศแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภูไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการใช้บริการร้านขายยาของเพศชายและเพศหญิงแตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่าทั้งเพศหญิงและเพศชายเมื่อต้องการใช้บริการร้านขายยามีวัตถุประสงค์หลักเหมือนกันคือต้องการซื้อยารักษาโรค นอกจากนี้การที่เลือกซื้อยาประเภทเดียวกัน คือ ยาแก้ปวด ลดไข้ อาจเป็นเพราะร้านขายยาเป็นสถานที่ขายยาปฐมพยาบาลเบื้องต้นในการเจ็บป่วยเล็กน้อยที่ไม่ต้องถึงขั้นไปรักษาการเจ็บป่วยที่โรงพยาบาล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดนัย ดันดีศิริวัฒน์ (2544) ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดกรุงเทพฯ ผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกใช้บริการร้านขายยาเมื่อมีอาการเจ็บป่วย เล็กๆ น้อยๆ

3.2 ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภูแตกต่างกัน ยกเว้น ด้านประเภทสินค้าที่เลือกซื้อจากร้านขายยา และด้านร้านขายยาที่ต้องการใช้บริการ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคที่มีอายุที่แตกต่างกัน เมื่อต้องการใช้บริการร้านขายยามีวัตถุประสงค์หลักเหมือนกันคือต้องการซื้อยารักษาโรค ส่วนด้านร้านขายยาที่ต้องการใช้บริการนั้น อาจให้ความสำคัญกับความสะดวกใกล้บ้าน หรือมีเภสัชกรประจำร้าน เข้ามามีส่วนในการตัดสินใจของผู้บริโภค จึงทำให้ผู้บริโภคอายุแตกต่างกันแต่มีพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงาน วิจัยของ สมประสงค์ แดงพลอย (2553) ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ นฤมิตร ภูษา (2540) เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านขายยาแผนปัจจุบันของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา คือ ปัจจัยผลิตภัณฑ์ยา ให้ความสำคัญกับความครบของผลิตภัณฑ์ยาในแต่ละกลุ่ม ปัจจัยทำเลที่ตั้ง อยู่ใกล้เคียงกับที่พักอาศัย มีที่จอดรถสะดวก ปัจจัยส่งเสริมการขายคือมีเภสัชกรประจำร้านให้คำแนะนำตลอดเวลา

3.3 ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภูแตกต่างกัน ยกเว้น ด้านประเภทยาที่เลือกซื้อจากร้านขายยา แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคที่มีการศึกษาแตกต่างกันถ้าจะต้องการใช้บริการร้านขายยาประเภทยาที่เลือกซื้อเหมือนกัน คือ ยาแก้ปวด ลดไข้ ส่วนด้านอื่นๆ ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา

ต่างกันอาจมีกระบวนการ การตัดสินใจที่ต่างกันซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กาญจน์เรือน วงศ์เวียร (2551) ได้ศึกษาพฤติกรรม และความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการร้านขายยาในซอยเรวดี จังหวัดนนทบุรีและในห้างสรรพสินค้า พบว่าลูกค้าที่มีการศึกษาดำกว่าปริญญาตรีมีความถี่ในการใช้บริการในร้านขายยาในซอยเรวดี มูลค่าการซื้อยาและเวชภัณฑ์ และความพึงพอใจโดยรวมในการใช้บริการร้านขายยาเปรียบเทียบกับห้างสรรพสินค้ามากกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรี

3.4 ผู้บริโภคที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภูไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ด้านประเภทสินค้าที่เลือกซื้อจากร้านขายยา แสดงให้เห็นว่าแต่ละอาชีพมีความจำเป็นและความต้องการใช้สินค้าแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมประสงค์ แดงพลอย (2553) ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่าอาชีพของผู้บริโภคเป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคซึ่งแต่ละอาชีพจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการใช้สินค้าแต่ละประเภท ดังนั้นผู้ประกอบการ ควรให้ความสำคัญในเรื่องของการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อรับมือกับการเติบโตในธุรกิจให้เหมาะสมและตรงกับความต้องการของกลุ่มอาชีพเป้าหมาย

3.5 ผู้บริโภคที่มีรายได้แตกต่างกันมีพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภูแตกต่างกัน ยกเว้นด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านขายยา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรภัทร คงสวัสดิ์วรกุล (2544) ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แชมพูสระผมในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า รายได้กับค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อแชมพูสระผมแต่ละครั้งมีความสัมพันธ์กัน ทั้งนี้ตัวแปรรายได้เป็นตัวแปรที่แบ่งชนชั้นของสมาชิกในสังคม อันเป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค แต่ละชั้นทางสังคมก็จะมีค่านิยมและการบริโภคเฉพาะอย่าง เพราะรายได้หรือโอกาสทางเศรษฐกิจ ซึ่งมีผลกระทบต่อสินค้าหรือบริการที่ตัดสินใจซื้อตามอำนาจความสามารถในการซื้อของบุคคล ดังนั้นผู้มีรายได้สูงย่อมมีโอกาสทางเศรษฐกิจหรือความสามารถในการซื้อสูงกว่าผู้มีรายได้น้อย

3.6 จำนวนสมาชิกในครอบครัวไม่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู ในด้านประเภทสินค้าที่เลือกซื้อจากร้านขายยา ด้านร้านขายยาที่ต้องการใช้บริการ ด้านความต้องการซื้อยาเมื่อใด ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลในการเลือกใช้บริการร้านขายยา และด้านวิธีการเลือกซื้อ ยกเว้น ด้านประเภทยาที่เลือกซื้อจากร้านขายยา ที่จำนวนสมาชิกในครอบครัวมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภค

ในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู แสดงให้เห็นว่าไม่ว่าจำนวนสมาชิกในครอบครัวจะมากหรือน้อย เมื่อต้องการใช้บริการร้านขายยาที่มีวัตถุประสงค์หลักเหมือนกันคือต้องการซื้อยารักษาโรค ส่วนด้านร้านขายยาที่ต้องการใช้บริการผู้บริโภคอาจมีปัจจัยด้านอื่นเข้าเกี่ยวข้อง เช่น ความสะดวกใกล้บ้าน มีเภสัชกรประจำร้านเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจของผู้บริโภค จึงทำให้จำนวนสมาชิกในครอบครัวไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

3.1.1 ผลการวิจัยพบว่า ประเภทสินค้าที่ผู้บริโภคเลือกซื้อจากร้านขายยามากที่สุดคือ ยารักษาโรค และกลุ่มยาที่ผู้บริโภคเลือกซื้อจากร้านขายยามากที่สุดคือ ยาแก้ปวดลดไข้ ดังนั้นในร้านขายยาควรมีสินค้าที่หลากหลาย เช่น ยารักษาโรคถึงจะเป็นยารักษาโรคเดียวกันก็ควรมีหลายประเภท หลายราคา เพื่อให้เหมาะสมกับผู้ใช้บริการในแต่ละรายซึ่งมีความแตกต่างกัน

3.1.2 ผลการวิจัยพบว่าร้านขายยาที่ผู้บริโภคอยากไปใช้บริการมากที่สุดคือ .ร้าน โชนดิฟาร์มมาซี สาเหตุที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการร้านขายยาเพราะ เดินทางสะดวกใกล้บ้าน ดังนั้นร้านขายยาควรสร้างความสะดวกให้กับผู้บริโภค โดยการมีการให้คำแนะนำปรึกษาเกี่ยวกับการใช้ยาและปัญหาสุขภาพ คุณภาพของสินค้า การให้บริการของเภสัชกรประจำร้านตลอดเวลา นอกจากนี้ร้านขายยาควรมีการตกแต่งร้านให้มีความสว่าง สะอาด และจัดยา สินค้าให้เป็นระเบียบ รวมถึงการมีป้ายแสดงประเภท หรือสรรพคุณยา เพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยน่าเข้าไปใช้บริการ

3.1.3 นอกจากนี้ผู้บริโภคมีวิธีการเลือกซื้อยาโดยให้ความสำคัญกับเภสัชกรประจำร้านที่คอยให้คำแนะนำ ข้อมูลเกี่ยวกับยาที่ต้องการซื้อ ดังนั้นเภสัชกรจะต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถ มีประสบการณ์สูง เพื่อให้เป็นที่น่าเชื่อถือและลูกค้าให้ความไว้วางใจที่จะปรึกษาปัญหาต่างๆ ได้ซึ่งเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของร้านขายยา

3.2 ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

3.2.1 ควรศึกษาวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดด้านเวชภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรว่ามีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภค ในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู

3.2.2 ควรศึกษาวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านขายยาเปรียบเทียบกับผู้บริโภคที่ใช้บริการจากคลินิก

บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กึ่งพร ทองใบ “ประชากรและสิ่งตัวอย่าง”ใน *ประมวลสารเศรษฐศาสตร์วิทยานิพนธ์* หน่วยที่ 6 นนทบุรี
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิทยาการจัดการ
- กัญญา ลินทร์ตันศิริกุล “เครื่องมือวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพ”ใน *ประมวลสารเศรษฐศาสตร์*
กาญจน์เรื่อน วงศ์เวียง (2551) “พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการร้าน
ขายยาในซอยเรวดี จังหวัดนนทบุรีและในห้างสรรพสินค้า/ดิสคานต์สโตร์”
การค้นคว้าแบบอิสระ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- จิรภัทร คงสวัสดิ์วีรกุล (2544) “พฤติกรรมและการเลือกใช้บริการของผู้บริโภคที่มีต่อร้านขายยาภายใน
และภายนอกห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร” การค้นคว้าแบบอิสระ
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ฐาปนา ฉิมไพศาล “การวิจัยทางธุรกิจ”ใน *ประมวลสารเศรษฐศาสตร์วิทยานิพนธ์* หน่วยที่ 1 นนทบุรี
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิทยาการจัดการ
- ณัฐชัย ศรีพันธุ์ (2542) “การเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อร้านขายยาแบบเดิม
และรูปแบบใหม่” การค้นคว้าแบบอิสระ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- ดนัย ตันตศิริวัฒน์ (2544) “การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้
บริการร้านขายยาในจังหวัดกรุงเทพมหานคร” การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- นฤมิตร ภูษา (2540) “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านขายยาแผนปัจจุบันของผู้บริโภคใน
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- มัทรี บุรพงศ์บัณฑิต (2547) “พฤติกรรมการณ์ซื้อของผู้บริโภคในร้านขายยาจังหวัดนนทบุรี”
การค้นคว้าแบบอิสระ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- วิไลวรรณ พุทชนบุตร (2546) “การวิเคราะห์ลูกค้าของร้านขายยาแบบลูกโซ่ในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดเชียงใหม่” การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ศนิ จันท์สัจฉนาลัย (2546) “ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกร้านขายยาของผู้บริโภค
ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร” การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

- ศิริชัย พงษ์วิชัย “การออกแบบการวิจัย”ใน *ประมวลสาระชุดวิชาวิทยานิพนธ์* หน่วยที่ 2 นนทบุรี
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิทยาการจัดการ
- สมประสงค์ แดงพลอย (2553) “พฤติกรรมการณ์ซื้อขายจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอ
พระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ” การค้นคว้าแบบอิสระ บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- สุจิตรา หังสพฤกษ์ “สถิติพรรณนา”ใน *ประมวลสาระชุดวิชาวิทยานิพนธ์* หน่วยที่ 10 นนทบุรี
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิทยาการจัดการ
- อดิลา พงศ์ยี่หล้า “การทบทวนวรรณกรรม”ใน*ประมวลสาระชุดวิชาวิทยานิพนธ์* หน่วยที่ 4-5
นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิทยาการจัดการ
วิทยานิพนธ์ หน่วยที่ 8 นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
สาขาวิทยาการจัดการ





ภาคผนวก

6. จำนวนสมาชิกในครอบครัวมีจำนวนเท่าใด

- | | |
|--|--|
| 1. <input type="checkbox"/> จำนวน 3 คน | 2. <input type="checkbox"/> จำนวน 4 คน |
| 3. <input type="checkbox"/> จำนวน 5 คน | 4. <input type="checkbox"/> จำนวน 6 คน |
| 5. <input type="checkbox"/> มากกว่า 6 คนขึ้นไป | |

7. ท่านรู้จักร้านขายยาใดบ้างในเขตอำเภอศรีบุญเรือง (ตอบได้มากกว่า 1)

- | | |
|---|---|
| 1. <input type="checkbox"/> ร้านสิทธิโชคเภสัช | 2. <input type="checkbox"/> ร้านโชคดีฟาร์มาศี |
| 3. <input type="checkbox"/> ร้านนิคมโอสด | 4. <input type="checkbox"/> ร้านสมพงษ์เภสัช |
| 5. <input type="checkbox"/> ร้านมนตรีเภสัช | 6. <input type="checkbox"/> ร้านจิรวัดเภสัช |

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้าที่เคยมาใช้บริการในร้านขายยาในเขตอำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู

คำแนะนำ โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่องว่างตามความเป็นจริง ตรงกับข้อมูลของท่าน

1. สินค้าประเภทใดบ้างที่ท่านซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

- | | |
|---|--|
| 1. <input type="checkbox"/> ยารักษาโรค | 2. <input type="checkbox"/> อุปกรณ์ทางการแพทย์ เช่น ชุดทำแผล |
| 3. <input type="checkbox"/> วิตามิน และอาหารเสริม | 4. <input type="checkbox"/> ผลิตภัณฑ์เด็ก เช่น ขวดนม |
| 5. <input type="checkbox"/> ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง | 6. <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... |

2. กลุ่มยาประเภทใดบ้างที่ท่านซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

- | | |
|--|--|
| 1. <input type="checkbox"/> ยาปฏิชีวนะ | 2. <input type="checkbox"/> ยาระบบประสาท |
| 3. <input type="checkbox"/> ยานอนหลับ | 4. <input type="checkbox"/> ยาแก้ปวดลดไข้ |
| 5. <input type="checkbox"/> ยาแก้แพ้ แก้คัน | 6. <input type="checkbox"/> ยาที่ออกฤทธิ์ต่อทางเดินอาหาร |
| 7. <input type="checkbox"/> ยาสูตินารีเวช | 8. <input type="checkbox"/> ยาที่ออกฤทธิ์ต่อทางเดินหายใจ |
| 9. <input type="checkbox"/> ยาสามัญประจำบ้าน | 10. <input type="checkbox"/> ยาที่ออกฤทธิ์ต่อหัวใจและหลอดเลือด |
| 11. <input type="checkbox"/> ยาที่มีผลต่อภูมิคุ้มกัน | 12. <input type="checkbox"/> ยาฮอร์โมน |
| 13. <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... | |

3. ถ้าท่านมีเหตุการณ์จำเป็นท่านเห็นว่าร้านยา ร้านใดที่ท่านอยากไปใช้บริการมากที่สุด
- | | |
|---|---|
| 1. <input type="checkbox"/> ร้านสิทธิโชคเภสัช | 2. <input type="checkbox"/> ร้านโชคดีฟาร์มาซี |
| 3. <input type="checkbox"/> ร้านนิคมโฮสธ | 4. <input type="checkbox"/> ร้านสมพงษ์เภสัช |
| 5. <input type="checkbox"/> ร้านมนตรีเภสัช | 6. <input type="checkbox"/> ร้านจิราวัตเภสัช |
4. สาเหตุที่ท่านเลือกใช้บริการที่ร้านขายยา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- | | |
|--|---|
| 1. <input type="checkbox"/> มีผลิตภัณฑ์ที่ต้องการครบถ้วน | 2. <input type="checkbox"/> มีเภสัชกรให้คำแนะนำตลอดเวลา |
| 3. <input type="checkbox"/> มีที่จอดรถสะดวก | 4. <input type="checkbox"/> มีการบริการที่ดี |
| 5. <input type="checkbox"/> จ่ายยาได้ตรงถูกกับโรค | 6. <input type="checkbox"/> ผลิตภัณฑ์มีราคาถูก |
| 7. <input type="checkbox"/> ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ | 8. <input type="checkbox"/> เป็นร้านยาคุณภาพ |
| 9. <input type="checkbox"/> เปิดบริการตลอดเวลาที่ต้องการ | 10. <input type="checkbox"/> เดินทางสะดวก ใกล้บ้าน |
| 11. <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... | |
5. เมื่อใดที่ท่านต้องการใช้บริการที่ร้านขายยา
- | | |
|---|---|
| 1. <input type="checkbox"/> ซื้อยาเมื่อมีอาการเจ็บป่วย | 2. <input type="checkbox"/> ซื้อยาเก็บไว้เมื่อมีอาการเจ็บป่วย |
| 3. <input type="checkbox"/> ซื้อยาเพื่อป้องกันการเจ็บป่วย | 4. <input type="checkbox"/> ซื้อยาเพื่อบำรุงร่างกาย |
6. บุคคลที่มีอิทธิพลในการมาใช้บริการในร้านขายยามากที่สุด
- | | |
|---|--|
| 1. <input type="checkbox"/> ตัวท่านเอง | 2. <input type="checkbox"/> แพทย์ |
| 3. <input type="checkbox"/> พ่อแม่ | 4. <input type="checkbox"/> ญาติพี่น้อง |
| 5. <input type="checkbox"/> เพื่อน/คนรู้จัก | 6. <input type="checkbox"/> เภสัชกรประจำร้าน |
| 7. <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... | |
7. เมื่อท่านต้องการซื้อยาท่านมีวิธีการเลือกซื้ออย่างไร
- | |
|---|
| 1. <input type="checkbox"/> สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับยาที่ต้องการซื้อจากเภสัชกรประจำร้าน |
| 2. <input type="checkbox"/> สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับยาที่ต้องการซื้อจากเพื่อน/คนรู้จัก/ญาติพี่น้อง |
| 3. <input type="checkbox"/> ได้รับข้อมูลจากใบปลิว/แผ่นพับ/โฆษณา |
| 4. <input type="checkbox"/> เคยได้รับการรักษาจากโรงพยาบาลและนำยาดังกล่าวมาซื้อที่ร้านขายยา |
| 5. <input type="checkbox"/> เคยซื้อยาที่ต้องการเป็นประจำที่ร้านขายยาจึงสามารถเลือกซื้อได้เลย |
| 6. <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ..... |

ประวัติผู้ศึกษา

| | |
|------------------|---|
| ชื่อ | นายชาติชาย ชนาวุฒิกุล |
| วัน เดือน ปีเกิด | 27 เมษายน 2511 |
| สถานที่เกิด | กรุงเทพมหานคร |
| ประวัติการศึกษา | ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| สถานที่ทำงาน | ร้านโชคดีฟาร์มอาชีพ อำเภอสรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู |
| ตำแหน่ง | เจ้าของกิจการ |

