

การตัดสินใจซื้อยาในร้านขายยาแผนปัจจุบัน ของผู้บริโภควัยทำงานในเขต พื้นที่สายไหมกรุงเทพมหานคร

Decision-Making in Purchasing Medication from Modern Drugstores Among Working-Age Consumers in The Silk Road Area, Bangkok

¹บรรจบ ศรีนาคำ, ²ปัทมา รูปสุวรรณกุล และ ³सानิต ศิริวิศิษฐ์กุล

¹Banjob Srinakam, ²Patama Roopsuwanakul and ³Sanit Siriwithikul

^{1,2}คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนครกรุงเทพ

³คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครกรุงเทพ

^{1,2}Faculty of Business Administration North Bangkok University

³Assistant Professor Faculty of Political Science North Bangkok University

¹Corresponding Author Email: Banjob.Sri@northbkk.ac.th

Received December 13, 2023; Revised July 4, 2024; Accepted August 8, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อยาในร้านขายยาแผนปัจจุบันของผู้บริโภควัยทำงานในเขตพื้นที่สายไหม กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน สุ่มตัวอย่างแบบสะดวกสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-Test และ F-test ผลการวิจัยพบว่าการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมากทุกด้าน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อในชั้นตระหนักถึงปัญหา จากร้านขายยาของผู้บริโภควัยทำงานในพื้นที่เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนปัจจัยด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพและ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่พบความแตกต่าง

คำสำคัญ: ผู้บริโภค; การตัดสินใจซื้อ; ร้านขายยา

Abstract

The objective of this research was to study the decision-making process of working-age consumers in purchasing medicine from modern pharmacies in Sai Mai area, Bangkok, classified by personal factors. Data were collected from a sample of 400 people random by convenience sampling. Statistics used in data analysis included percentage, mean, standard deviation, t-Test, and F-Test. The results of the research found that purchasing decisions were at a high level in every aspect. The average is at a high level. The hypothesis testing found that different genders have affected with the decision awareness of problems to buy medicine from pharmacies of working-age consumers in the Sai Mai area Bangkok with significant level of .01. The factors of age, level of education, occupation, and average monthly income showed no significant differences.

Keywords: Purchase; Decision-making; Pharmacies.

บทนำ

ร้านขายยาแผนปัจจุบัน เป็นธุรกิจบริการทางการแพทย์ปฐมภูมิ (Primary health care) ที่ใกล้ชิดกับชุมชนมากที่สุด ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมเลือกใช้บริการเมื่อมีอาการเจ็บป่วยเบื้องต้นไม่รุนแรงถึงขั้นต้องไปโรงพยาบาล หรือเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อดูแลสุขภาพ เช่น อาหารเสริม วิตามิน รวมถึงเวชภัณฑ์ต่าง ๆ ซึ่งมีความสะดวก หาซื้อง่าย ไม่ต้องใช้เวลาในการเดินทางไปโรงพยาบาลหรือรอพบแพทย์ที่ต้องใช้เวลานาน ประกอบกับคนไทยมีแนวโน้มที่ใส่ใจดูแลสุขภาพของตนเองและครอบครัวมากขึ้น ดังนั้นร้านขายยาจึงเป็นหนึ่งในธุรกิจที่น่าสนใจ รวมถึงทั่วโลกให้ความสนใจในอุตสาหกรรมด้านการแพทย์และสุขภาพ ทำให้ธุรกิจร้านขายยามีการเติบโตเป็นอย่างมาก ปี 2565 มูลค่าจำหน่ายยาในประเทศไทยคาดว่าจะขยายตัวเฉลี่ย 3.5–4.5% (ศูนย์วิจัยกรุงศรีออนไลน์, 2565) ตามความต้องการที่เพิ่มขึ้นจากการเจ็บป่วยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามจำนวนผู้สูงอายุโดยเฉพาะโรคไม่ติดต่อเรื้อรังที่จำเป็นต้องพึ่งพายาเข้าจากต่างประเทศที่มีราคาแพง การเข้าถึงระบบหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าของประชาชนทำให้ความต้องการบริโภคยาจะมีสัดส่วนเพิ่มขึ้น และกระแสใส่ใจสุขภาพมากขึ้นหลังเผชิญโรค COVID-19 ดังนั้นจึงมีแนวโน้มที่ผู้ประกอบการจะขยายการลงทุนเพิ่มเพื่อรองรับความต้องการที่จะเพิ่มขึ้น การแข่งขันในอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง จากผลิตภัณฑ์ยานำเข้าราคาถูกจากอินเดียและจีน การเพิ่มขึ้นของนักลงทุนรายใหม่จากต่างชาติ

ซึ่งใช้ไทยเป็นฐานการผลิตยาชื่อสามัญเพื่อรองรับตลาดในประเทศและตลาดส่งออก การเข้ามาลงทุนของกลุ่มทุนจากธุรกิจอื่น และต้นทุนของผู้ผลิตยาในประเทศมีแนวโน้มสูงขึ้นจากค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงโรงงานผลิตยาให้ได้ตามมาตรฐาน หรือการควบคุมการผลิตสินค้าออกมาปลอดภัยและมีคุณภาพตรงตามที่จดทะเบียนไว้ Good Manufacturing Practice for Pharmaceutical Facility (GMP-PIC/S) รวมถึงราคายา วัตถุดิบนำเข้าที่มีแนวโน้มสูงขึ้นตามความต้องการวัตถุดิบสารตั้งต้นผลจากความต้องการบริโภคยาและเวชภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้นสอดคล้องกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมที่กลับสู่ระดับใกล้เคียงปกติ หลังความกังวลต่อการระบาดของ COVID-19 ผ่อนคลายลง ขณะที่กำลังซื้อมีแนวโน้มขยับดีขึ้นตามทิศทางการเติบโตของเศรษฐกิจในประเทศ และผู้ป่วยทยอยกลับมาเข้ารับการรักษาในสถานพยาบาล ส่วนการเปิดประเทศรับนักท่องเที่ยวก็ทำให้ความต้องการบริโภคยาเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะพื้นที่ท่องเที่ยว ในปี 2566–2568 คาดว่ามูลค่าจำหน่ายยาจะเติบโตต่อเนื่อง จากแนวโน้มการเจ็บป่วยเพิ่มขึ้นของโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง การเข้าถึงระบบหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า จำนวนผู้ป่วยต่างชาติที่มีแนวโน้มกลับมาใช้บริการมากขึ้น และกระแสการใส่ใจสุขภาพและความต้องการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน ซึ่งสอดคล้องกันทั่วโลก เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการร้านขายยาหรือผู้ที่สนใจในกิจการร้านขายยา และเพื่อที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและทราบถึงแนวโน้มการซื้อยาในร้านขายยา

ซึ่งแสดงถึงความเป็นไปของธุรกิจ อีกทั้งเพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้สนใจท่านอื่นๆ ที่สามารถสานต่อในธุรกิจร้านขายยาและพัฒนาธุรกิจร้านขายยาให้มีการเจริญเติบโตในอนาคต (ศูนย์วิจัยกรุงศรีออนไลน์, 2565)

ส่วนพื้นที่เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร มีการกระจายตัวของประชากรอยู่ในพื้นที่อยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งประชากรที่เข้ามาอาศัยอยู่ในพื้นที่เขตสายไหมนี้ มีทั้งที่ย้ายและไม่ย้ายทะเบียนราษฎรเข้ามาด้วย ทำให้ประชากรที่มีอยู่จริงสูงกว่าประชากรในทะเบียนราษฎร และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบจำนวนประชากรในปี พ.ศ. 2565 เขตพื้นที่สายไหม กรุงเทพมหานคร มีจำนวนประชากร 208,928 คน (สำนักงานเขตสายไหมออนไลน์, 2565) และในปี พ.ศ. 2566 มีจำนวนประชากร 209,566 คน จะเห็นได้ว่าจำนวนประชากรมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น เมื่อเทียบกับจำนวนร้านขายยาในเขตพื้นที่สายไหมซึ่งมีจำนวนร้านกว่า 103 ร้านค้า (กองยา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข, 2566) ดังนั้นจึงทำให้ผู้วิจัยตระหนักถึงปัญหา จึงได้ทำศึกษากระบวนการการตัดสินใจซื้อยาของผู้บริโภควัยทำงานในเขตพื้นที่สายไหมกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจซื้อยาตามทฤษฎีของ (Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L., (1994) กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค มาช่วยในการค้นหาลำดับปัจจัยในการตัดสินใจซื้อยาของผู้บริโภควัยทำงานในเขตพื้นที่สายไหม กรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการร้านขายยาหรือผู้ที่สนใจในกิจการร้านขายยา และเพื่อที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและทราบถึงปัจจัยในการตัดสินใจซื้อยาในร้านขายยา อีกทั้งเพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้สนใจท่านอื่นๆ ที่สามารถสานต่อในธุรกิจร้านขายยา ช่วยเป็นแนวทางในการเตรียมพร้อมที่จะก้าวเข้าสู่ในธุรกิจร้านขายยา ขยายการลงทุนในร้านขายยาเพิ่มมากขึ้นหรือขยายสาขา และพัฒนาธุรกิจร้านขายยาให้มีการเจริญเติบโตในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

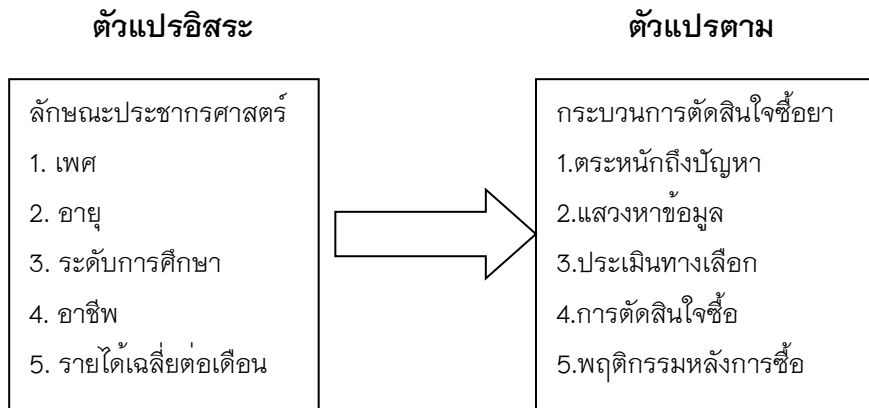
1. เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อยาในร้านขายยาแผนปัจจุบันของผู้บริโภควัยทำงานในเขตพื้นที่สายไหม กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของ ลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อยา จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

สมมติฐานของการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ ปัจจัยด้านเพศ ด้านอายุ ด้านระดับการศึกษา ด้านอาชีพ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อกระบวนการในการตัดสินใจซื้อยาในร้านขายยาแผนปัจจุบันของผู้บริโภควัยทำงานในเขตพื้นที่สายไหม กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิด/ทฤษฎีประชากรศาสตร์ ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุการศึกษา ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นต้นโดยอาศัยแนวคิดของ Kotler, Philip (2015) และมัลลิกา บุญนาค (2537) สถิติเพื่อการตัดสินใจ โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษากกระบวนการตัดสินใจซื้อในร้านขายยาแผนปัจจุบันของผู้บริโภควัยทำงานในเขตพื้นที่สายไหม กรุงเทพมหานคร ได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัย เชิงปริมาณ พื้นที่วิจัย คือพื้นที่เขตสายไหม กรุงเทพมหานครประชากรคือประชากรที่อยู่ในพื้นที่เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร จำนวน209,566 คน (สำนักงานเขตสายไหม,2565) กลุ่มตัวอย่าง คือประชากรที่อยู่ในพื้นที่เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร จำนวน209,566 คน ที่เข้ามาซื้อยาในร้านขายยาในเขตพื้นที่สายไหม กรุงเทพมหานคร โดยการแจกแบบสำรวจ ให้กับผู้บริโภควัยทำงานที่เข้ามาซื้อยาจากร้านขายยาแผนปัจจุบันในพื้นที่เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร กรอกข้อมูลตามความจริงแล้วส่งคืนให้กับทางร้านขายยา โดยใช้การคำนวณสูตรของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) ได้ขนาดกลุ่มเท่ากับ 385 ตัวอย่าง ผู้วิจัยสำรองอีกร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 ตัวอย่าง และทำการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Random Sampling) โดยผู้วิจัยเก็บตัวอย่างจากประชากรกลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาซื้อยาในร้านขายยา ในเขตพื้นที่สายไหม กรุงเทพมหานคร

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

การทำวิจัยในครั้งนี้ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จะเป็นคำถามปลายปิด ประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามส่วนที่คัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ และข้อมูลแบบเรียงลำดับ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามในการศึกษา กระบวนการตัดสินใจซื้อขายในร้านขายยาแผนปัจจุบันของผู้บริโภควัยทำงานในเขตพื้นที่สายไหม กรุงเทพมหานคร 5 ด้าน โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนนตามลำดับความสำคัญ 5 ระดับ

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ย โดยอาศัยแนวคิดของ บุญชม ศรีสะอาด (2560) ตามระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคในด้านปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อขายค่าเฉลี่ย ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

4.21–5.00	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อมากที่สุด
3.41–4.20	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อค่อนข้างมาก
2.61–3.40	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อปานกลาง
1.81–2.60	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อค่อนข้างน้อย
1.00–1.80	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อน้อยที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำไปทดลองสอบ (Try Out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 30 ชุด จากนั้นนำกลับมาทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) และทำการแก้ไขข้อบกพร่องให้เหมาะสมแล้วจึงทำการส่งแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วให้กลุ่มตัวอย่างจริงเพื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูล การหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ใช้สูตรดังนี้

โดยใช้สัมประสิทธิ์อัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient) ค่า α ที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ซึ่งค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2561) โดยจากการทดสอบแบบสอบถามทั้ง 30 ฉบับ ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ reliability coefficient alpha ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามของผู้บริโภควัยทำงานในเขตพื้นที่บางเขน กรุงเทพมหานคร .846

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) เพื่ออธิบายถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของกระบวนการตัดสินใจซื้อขายในร้านขายยาแผนปัจจุบันของผู้บริโภควัยทำงานในเขต

พื้นที่สายไหม กรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และการตัดสินใจซื้อ ทั้ง 5 ด้าน ทำให้ทราบถึงลักษณะพื้นฐานของข้อมูล สถิติที่ใช้ได้แก่

1.1. ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้ในการแปลความหมายของข้อมูล

ประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ในแบบสอบถามส่วนที่ 1

1.2. ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลในด้านต่างๆ

1.3. ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อใช้ในการแปลความหมายของข้อมูลในด้านต่างๆ

2. การวิเคราะห์โดยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อทดสอบสมมติฐานแต่ละข้อ สถิติที่ใช้ ได้แก่ t-test , F-test โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Anova Analysis)

ผลการทดสอบสมมติฐาน

1. เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกัน พบว่าเพศที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อขายจากร้านขายยาของผู้บริโภควัยทำงานในพื้นที่เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร ในชั้นตระหนักถึงปัญหา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนปัจจัยด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่พบความแตกต่าง

2. เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศ โดยใช้สถิติทดสอบค่า (T-test) พบว่า เพศที่ต่างกัน มีกระบวนการตัดสินใจซื้อขายของผู้บริโภควัยทำงานในเขตพื้นที่สายไหม กรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน ในด้านการตระหนักถึงปัญหา ส่วนด้านแสวงหาข้อมูล ประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมหลังการซื้อ ไม่พบความแตกต่าง

3. เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างประชากรศาสตร์ โดยใช้สถิติทดสอบค่า (F-test) พบว่าปัจจัยด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่พบความแตกต่าง

ผลการวิจัย

ผลจากการที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับ การตัดสินใจซื้อขาย ในร้านขายยาแผนปัจจุบันของผู้บริโภควัยทำงานในเขตพื้นที่สายไหม กรุงเทพมหานคร

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ปัจจัยทางลักษณะประชากรศาสตร์ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.8 ส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ยอยู่ในช่วงอายุ 36 – 45 ปี มีจำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 59.8 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนใหญ่มีรายได้ 30,001 – 45,000 บาท จำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.3

กระบวนการตัดสินใจซื้อขายในร้านขายยาแผนปัจจุบันของผู้บริโภควัยทำงานในเขตพื้นที่สายไหม กรุงเทพมหานคร ผลจากการวิจัยพบว่า ด้านตระหนักถึงปัญหา แสวงหาข้อมูล ประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมหลังการซื้อ ในส่วนของการตัดสินใจซื้อขายในร้านขายยาแผนปัจจุบันของผู้บริโภควัยทำงานในเขตพื้นที่สายไหม กรุงเทพมหานคร ได้แสดงความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน

ตาราง 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อ โดยภาพรวม

การตัดสินใจซื้อ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ชั้นตระหนักถึงปัญหา	4.54	.300	มากที่สุด
2. ชั้นแสวงหาข้อมูล	4.55	.364	มากที่สุด
3. ชั้นประเมินทางเลือก	4.57	.295	มากที่สุด
4. ขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ	4.55	.241	มากที่สุด
5. ชั้นพฤติกรรมหลังการซื้อ	4.61	.241	มากที่สุด
รวมค่าเฉลี่ย	4.56	.241	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีกระบวนการตัดสินใจซื้อขายในร้านขายยาแผนปัจจุบันของผู้บริโภควัยทำงานในเขตพื้นที่สายไหม กรุงเทพมหานคร ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.56 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับมากที่สุด หากพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า พฤติกรรมหลังการซื้อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ประเมินทางเลือก แสวงหาข้อมูล การตัดสินใจซื้อ และการตระหนักถึงปัญหาตามลำดับ

ตาราง 2 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยทางประชากรศาสตร์กับปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อ
โดยภาพรวม

ปัจจัยสำคัญในการ การตัดสินใจซื้อ ในร้านขายยาแผน ปัจจุบันของ ผู้บริโภควัยทำงาน ในเขตพื้นที่สาย ใหม่ กรุงเทพมหานคร	ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์									
	เพศ		อายุ		ระดับ การศึกษา		อาชีพ		รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน	
	t	p – valu e	F	p – valu e	F	p – valu e	F	p – valu e	F	p – valu e
ตระหนักถึงปัญหา	2.346 **	.019	.706	.588	1.238	.291	2.212	.08 6	1.838	.140
แสวงหาข้อมูล	1.110	.268	.647	.630	.806	.546	1.676	.172	1.407	.240
ประเมินทางเลือก	1.134	.257	.548	.700	.662	.652	.858	.463	.718	.541
การตัดสินใจซื้อ	.699	.485	.829	.507	.857	.510	.859	.462	.946	.418
พฤติกรรมหลังการ ซื้อ	1.525	.128	1.013	.400	.636	.672	.665	.574	1.553	.200
ภาพรวม	1.650	.100	.705	.589	.941	.454	1.619	.184	1.533	.205

* แทนความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

** แทนความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01

จากตารางที่ 2 จากการเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่าง พบว่าเพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ
ยาในร้านขายยาแผนปัจจุบันของผู้บริโภควัยทำงานในเขตพื้นที่สายใหม่ กรุงเทพมหานคร ในการตัดสินใจซื้อยา
เมื่อเปรียบเทียบรายค่าพบว่า เพศหญิงให้ความสำคัญในด้านตระหนักถึงปัญหา อย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ .019 เนื่องจากว่าเพศหญิงให้ความสนใจ และตระหนักถึงปัญหาต่างๆ เช่นเมื่อเกิดโรคระบาด
จึงทำให้ตัดสินใจซื้อยาเพื่อใช้ในยามฉุกเฉิน มากกว่าเพศชาย ส่วนด้านแสวงหาข้อมูล ประเมินทางเลือก
การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ ไม่พบความแตกต่าง

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ กับ การตัดสินใจซื้อยาในร้านขายยาแผนปัจจุบันของ ผู้บริโภควัยทำงานในเขตพื้นที่สายไหม กรุงเทพมหานคร มีประเด็นสำคัญสามารถนำมาอภิปรายได้ ดังนี้

จากการเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่าง กับ การตัดสินใจซื้อยาในร้านขายยาแผนปัจจุบันของ ผู้บริโภควัยทำงานในเขตพื้นที่สายไหม กรุงเทพมหานคร ด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อยา ขึ้นตระหนัก ถึงปัญหาแสวงหาข้อมูล ประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ จากการศึกษาพบว่า ความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศที่ต่างกันมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อยา ของผู้บริโภคในเขตพื้นที่สายไหม กรุงเทพมหานคร ด้านตระหนักถึงปัญหา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ.01 เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงที่มีการตัดสินใจซื้อมากกว่าเพศชาย สอดคล้องกับ งานวิจัยของ เปรมยุดา แม่นหมาย (2562) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อกระบวนการ ตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินซีของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ ส่วนด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีการตัดสินใจซื้อยาในร้านขายยาแผนปัจจุบัน ในเขตพื้นที่สายไหม กรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ นลัฐพร กาญจนมกุล (2562) ได้ทำการศึกษาการตัดสินใจซื้อยาในร้านขายยา ในอำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ ผลการวิจัย พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ลูกค้ำส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 26-35 ปี การศึกษาปริญญาตรีเป็น พนักงาน บริษัทเอกชนมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป พฤติกรรมการซื้อยาในร้านขายยาแผนปัจจุบัน มากที่สุดคือร้านขายยาชุมชน ช่วงเวลา 16.01-20.00 น. วันจันทร์-ศุกร์ซื้อยาเป็นส่วนใหญ่ ความถี่ 1-2 ครั้ง/เดือน ให้ความสนใจยารักษาโรค ตามด้วยวิตามิน/อาหาร เสริม 201-400 บาทคือ ค่าเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อยา มีระดับความคิดเห็น กับ การตัดสินใจซื้อยาในร้านขายยาอยู่ในรับมาก

ดังนั้นจากการวิจัยพบว่า ยาเป็นสิ่งที่ช่วยให้หายจากอาการเจ็บป่วย ผู้บริโภคต่างต้องการสุขภาพที่ดี และหายจากความเจ็บป่วย ไม่ว่าจะเป็นคนรวยคนจน อายุเท่าไร ระดับการศึกษาระดับไหนอาชีพอะไรก็ตาม ทุกคนย่อมต้องการให้มีสุขภาพที่ดี และหายจากการเจ็บป่วยจึงส่งผลให้การตัดสินใจในการซื้อยา ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้จากส่วนที่ได้รับความความคิดเห็นมากที่สุด อยู่ในส่วนของพฤติกรรมหลังการซื้อ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ประเมินทางเลือก แสวงหาข้อมูล การตัดสินใจซื้อ และการตระหนักถึงปัญหาตามลำดับ ดังนั้นผู้ประกอบการที่สนใจในธุรกิจร้านขายยาควรที่จะให้ความสำคัญ กับ การพัฒนาบุคลากรในร้านขายยาเพื่อที่จะจูงใจให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำ หรือบอกต่อกับผู้อื่นใกล้ชิด และเพื่อนของผู้บริโภคเอง เพื่อเพิ่มโอกาสในการตัดสินใจซื้อมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรธรรมน ลัจจพงษ์ (2565) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อยาสมุนไพร และอาหาร ที่มีการแสดงสรรพคุณเป็นยาของผู้ป่วยโรคเรื้อรังในอำเภอแห่งหนึ่งในประเทศไทย พบว่าแรงจูงใจ ความเชื่อ และประสบการณ์ตรงที่มีต่อผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในปัจจุบัน มีผลต่อขั้นตอนสุดท้าย คือ การตัดสินใจซื้อยา

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1) จากการทำการวิจัยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่เข้ามาใช้บริการร้านขายยา และมีการตัดสินใจซื้อมากที่สุด มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อยาของผู้บริโภคในเขตสายไหม ในด้านตระหนักถึงปัญหา ดังนั้นผู้ประกอบการร้านขายยาควรเน้นการสร้างความรู้เกี่ยวกับปัญหาสุขภาพและการใช้ยาผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น บทความออนไลน์และโซเชียลมีเดีย นอกจากนี้ควรฝึกอบรมพนักงานให้มีทักษะในการให้คำปรึกษาที่ตรงกับความต้องการของผู้หญิง เช่น การให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ จัดร้านให้สะดวกในการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของผู้หญิง และสร้างโปรโมชั่นที่น่าสนใจ เช่น ส่วนลดหรือการสะสมแต้มเพื่อแลกกับของรางวัล การใช้สื่อสารเฉพาะกลุ่ม และการสร้างความไว้วางใจโดยให้บริการที่ประทับใจและติดตามผลหลังการขายก็เป็นสิ่งสำคัญในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าผู้หญิงอย่างมีประสิทธิภาพ

2) จากการทำการวิจัยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญกับ ขั้นตอนพฤติกรรมหลังการซื้อเป็นอันดับหนึ่ง ประเมินทางเลือก แสวงหาข้อมูล การตัดสินใจซื้อ ตระหนักถึงปัญหาตามลำดับ ดังนั้น ผู้ประกอบการร้านขายยา ควรเน้นการให้บริการหลังการขายที่ยอดเยี่ยม เช่น การติดตามผลหลังการขายเพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากลูกค้า รวมถึงการให้บริการที่สร้างความประทับใจและแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ควรทำการตลาดที่เน้นการให้ข้อมูลและประเมินทางเลือกอย่างชัดเจน เพื่อช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้นและตระหนักถึงปัญหาที่อาจเกิดขึ้น การสร้างความไว้วางใจและความรักดีผ่านการสื่อสารที่โปร่งใสและการให้ข้อมูลที่ถูกต้องเป็นสิ่งสำคัญในการตอบสนองต่อพฤติกรรมการซื้อของลูกค้าอย่างครบถ้วน และควรให้ความสำคัญ กับการพัฒนาบุคลากรในร้านขายยา เพื่อที่จะจูงใจให้ลูกค้าบอกต่อกับผู้อื่นและเพื่อนของผู้บริโภคเอง และเพื่อให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำ ซึ่งมีประโยชน์อย่างมากสำหรับธุรกิจร้านขายยา เพราะช่วยลดต้นทุนการตลาด เพิ่มรายได้ สร้างความรักดีต่อร้านขายยา และส่งเสริมการตลาดแบบปากต่อปาก นอกจากนี้ ยังช่วยให้ธุรกิจร้านขายยา ได้รับข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมซื้อของลูกค้า ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงธุรกิจร้านขายยา หรือบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น อีกทั้งยังเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับธุรกิจร้านขายยา ทำให้เห็นว่ามีความมั่นคงและมีคุณภาพในสายตาของลูกค้า

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) แนะนำให้มีการขยายขอบเขตงานวิจัยไปยังพื้นที่นอกเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะพื้นที่ สังคมและสภาพแวดล้อม รวมถึงลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน อาจส่งผลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน

2) ผู้ที่ทำงานวิจัยต่อเนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้ อาจทำการวิจัยข้อมูลเชิงลึกในรายละเอียดความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง เช่นการสัมภาษณ์ส่วนตัว สัมภาษณ์กลุ่ม เพื่อให้ได้ข้อมูลเฉพาะเจาะจง ในบางเรื่องมากยิ่งขึ้น

3) ศึกษาถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับการจำหน่ายยาผ่านระบบออนไลน์ เพื่อสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

เอกสารอ้างอิง

กองยา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข.(2566). จำนวนร้านขายยาประเภทต่างๆ จำแนกตามเขตต่างๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร. สืบค้นเมื่อ 22 ตุลาคม 2566, จาก moph.go.th.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2561). สถิติสำหรับงานวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: หจก.สามลดา นัลฐพร กาญจนมกุล. (2562). การตัดสินใจซื้อยา ในร้านยา ในอำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

บุญชม ศรีสะอาด. (2560). การวิจัยเบื้องต้น ฉบับปรับปรุงใหม่ (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น จำกัด.

เปรมยุดา แมนหมาย. (2562). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทวิตามินซีของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดสมุทรปราการ.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น,

มัลลิกา บุณนาค. (2537). สถิติเพื่อการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วรรมน ลัจจพงษ์. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อยาสมุนไพรและอาหารที่มีการแสดงสรรพคุณเป็นยา ของผู้ป่วยโรคเรื้อรังในอำเภอแห่งหนึ่งในประเทศไทย .หลักสูตรเภสัชศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาเภสัชกรรมชุมชน มหาวิทยาลัยนเรศวร.

ศูนย์วิจัยกรุงศรีออนไลน์. (2565). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2566-2568: อุตสาหกรรมยา สืบค้นเมื่อ 19 ตุลาคม 2566, จาก

[https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-](https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/chemicals/pharmaceuticals/io/io-pharmaceuticals-2023-2025)

[outlook/chemicals/pharmaceuticals/io/io-pharmaceuticals-2023-2025.](https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/chemicals/pharmaceuticals/io/io-pharmaceuticals-2023-2025)

สำนักงานเขตสายไหม. (2566). *ข้อมูลทั่วไปของเขตสายไหม*. สืบค้นเมื่อ 20 ตุลาคม 2566,
จาก <https://th.wikipedia.org/wiki>.

Kotler, Philip. (2015). *Marketing Management*. (Pearson Education) New Jersey: Prentice Hall.

Krejcie, R.V. and Morgan, D.W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities.
Educational and Psychological Measurement, 30, 607–610.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). *Consumer behavior*. (5th ed.). Englewood Cliffs, N. J.
: Prentice–Hall.