

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความสำคัญของการศึกษา

ภาคการค้า (Trade sector) ประกอบด้วยการค้าส่งและการค้าปลีก นับว่าเป็นภาคเศรษฐกิจที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากเป็นภาคเศรษฐกิจที่เก่าแก่ที่สุดของมนุษย์ นอกจากนั้นยังเป็นภาคเศรษฐกิจที่ทำรายได้สูงเป็นอันดับสองรองจากภาคอุตสาหกรรม นอกจากนี้ ภาคการค้ายังเป็นภาคเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของประชาชนโดยตรงและมากที่สุด โดยมีความเกี่ยวข้องกับชีวิตความเป็นอยู่ของคนส่วนใหญ่และทุกระดับชั้น และยังเป็นภาคเศรษฐกิจที่ก่อให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างผู้บริโภคและผู้ผลิต

ภาคการค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งการค้าปลีกนั้นมีความใกล้ชิดกับผู้บริโภคค่อนข้างมาก เพราะเป็นการซื้อขายแลกเปลี่ยน เพื่อสนองความต้องการของตนเองและครอบครัว โดยมีหน้าที่ตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างใกล้ชิดทั้งทางด้านรูปแบบสินค้าและบริการ

ในบรรดาร้านค้าปลีกประเภทต่าง ๆ ผลิตรภัณฑ์ยา เป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์ ทำให้ธุรกิจร้านขายยาสามารถดำรงอยู่ได้ แม้ในสภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซา ธุรกิจร้านขายยาจึงเป็นธุรกิจหนึ่งที่เป็นที่สนใจของผู้ซึ่งต้องการประกอบกิจการขนาดเล็กถึงขนาดกลาง ทำให้ปัจจุบันสามารถพบเห็นร้านขายยาได้มากขึ้น ด้วยเหตุนี้เองทำให้รูปแบบการแข่งขันของธุรกิจร้านขายยาเพิ่มสูงขึ้น ผู้ประกอบการจึงควรมีความเข้าใจต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าและกลยุทธ์ทางตลาดที่ใช้ในร้านขายยา

ร้านขายยาเป็นหน่วยหนึ่งของระบบสุขภาพที่อยู่ใกล้ชิดประชาชน ไม่เพียงแต่ทำหน้าที่ด้านการกระจายยาเท่านั้น แต่ยังมีบทบาทสำคัญเปรียบเสมือนเป็น "ที่พึ่งด้านสุขภาพของชุมชน" เป็นทางเลือกหนึ่งของประชาชนในการใช้บริการเมื่อมีอาการหรือเจ็บป่วยเบื้องต้น (common illness) นอกเหนือจากการจำหน่ายยา ร้านขายยายังเป็นแหล่งที่สามารถให้คำแนะนำในการดูแลสุขภาพตนเองตลอดจนการแนะนำและส่งต่อไปยังแพทย์ผู้เชี่ยวชาญตามความเหมาะสม

#### ประเภทของร้านขายยา

ร้านยาในประเทศไทย ได้มีการแบ่งประเภทตามกฎหมายพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 ออกเป็น 6 ประเภท ได้แก่ ร้านขายยาแผนปัจจุบัน ร้านขายยาบรรจสุเสร็จ ร้านขายยาแผน

โบราณ ร้านขายยาขายส่ง ร้านขายยาสำหรับสัตว์ และร้านขายยาสัตว์ขายส่ง (ซึ่งตามกฎหมายได้กำหนดให้เฉพาะร้านขายยาแผนปัจจุบันเท่านั้น ที่สามารถขายยาอันตราย ขายยาเสพติดให้โทษ ประเภท 3 และ 4 และขายวัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตและประสาทได้ ซึ่งต้องมีเภสัชกรควบคุมและประจำการตลอดเวลาทำการของร้านยา)

นอกจากนี้ร้านขายยาในประเทศไทยตามลักษณะของการมีสิทธิความเป็นเจ้าของยังสามารถแบ่งประเภทได้ดังต่อไปนี้

#### 1) ร้านขายยาเดี่ยว

ร้านขายยาประเภทนี้ลักษณะการดำเนินธุรกิจในรูปแบบของเจ้าของคนเดียว การบริหารงานดำเนินด้วยตนเอง ไม่มีการขยายสาขาหรือขายสิทธิการดำเนินธุรกิจให้แก่ผู้ใด มีเอกลักษณ์และรูปแบบเป็นของตนเอง สินค้าภายในร้านประกอบด้วย ยารักษาโรคเป็นส่วนใหญ่

#### 2) ร้านขายยาหลายสาขา (Chain Drug Store)

ร้านขายยาประเภทนี้จะมีการขยายสาขามากกว่าหนึ่งแห่ง มีระบบแผนการดำเนินงานและมาตรฐานตลอดจนภาพลักษณ์ที่เหมือน ๆ กัน ร้านที่เป็นสาขาจะต้องรับนโยบายจากส่วนกลางในการบริหารจัดการ ธุรกิจประเภทนี้จะต้องขออนุญาตขายยา และส่วนใหญ่จะจัดให้มีเภสัชกรอยู่ปฏิบัติการประจำร้านตลอดเวลาที่เปิดทำการตามที่กฎหมายกำหนด ร้านลักษณะนี้มีจุดเด่น คือ การให้บริการแก่ผู้ซื้อในแง่ความสะดวกสบายในการซื้อเป็นหลัก ที่มีลักษณะคล้ายกับร้านสะดวกซื้อ

#### 3) ร้านขายยาซื้อสิทธิและรูปแบบการดำเนินการ (Franchise)

ร้านขายยาประเภทนี้จะมีทั้งที่ซื้อแฟรนไชส์มาจากต่างประเทศ เช่น GNC หรือเป็นร้านที่บริษัทแม่เข้ามาขยายสาขาเอง เช่น Boots และ Central Watson ความแตกต่างของร้านประเภทนี้กับร้านขายยาหลายสาขา คือ สิทธิทางการค้า โดยร้านขายยาหลายสาขาจะอยู่ในลักษณะของการขยายสาขาที่ไม่จำเป็นต้องไปซื้อสิทธิมาอย่างแฟรนไชส์ สามารถดำเนินการอย่างอิสระ ส่วนร้านขายยาที่เป็นแฟรนไชส์ จะมีการขยายสาขาเท่ากับจำนวนสาขาที่ซื้อสิทธิ โดยสามารถแบ่งลักษณะร้านขายยาได้เป็น 2 ประเภท คือ

Brand or Product Franchising รูปแบบนี้ผู้ซื้อแฟรนไชส์จะได้สิทธิในการกระจายสินค้า โดยไม่ต้องมีวิธีการดำเนินงานตามรูปแบบที่กำหนด ได้แก่ ร้านขายยาฟาสซิโน, ร้านขายยาเซฟดรัก

Business Format Franchising รูปแบบนี้ผู้ซื้อแฟรนไชส์ได้สิทธิในการกระจายสินค้า แต่ต้องดำเนินธุรกิจในรูปแบบที่เจ้าของแฟรนไชส์กำหนด

## ตารางที่ 1.1

## ตารางเปรียบเทียบลักษณะร้านขายยาแต่ละประเภท

| รายการ                          | ร้านขายยาเดี่ยว                 | ร้านขายยาหลายสาขา<br>(Chain Drug Store)  | ร้านขายยาซื้อสิทธิ<br>และรูปแบบการ<br>ดำเนินการ<br>(Franchise) |
|---------------------------------|---------------------------------|------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| จำนวนสาขา                       | 1                               | มากกว่า 1                                | มากกว่า 1                                                      |
| สิทธิในการ<br>ขยายกิจการ        | สามารถดำเนินการ<br>ได้ด้วยตนเอง | สามารถดำเนินการ<br>ได้ด้วยตนเอง          | ขยายสาขาได้เท่ากับ<br>จำนวนสาขาที่ซื้อสิทธิ                    |
| ความสามารถใน<br>การบริหารจัดการ | ขึ้นกับเจ้าของ<br>เพียงคนเดียว  | ขึ้นกับส่วนกลาง                          | ขึ้นกับบริษัทแม่                                               |
| ทำเลที่ตั้ง                     | มักตั้งอยู่ในย่าน<br>ชุมชน      | มักตั้งอยู่ในชุมชนหรือ<br>ห้างสรรพสินค้า | มักตั้งอยู่ในห้าง<br>สรรพสินค้า                                |
| เภสัชกรประจำร้าน                | ส่วนใหญ่ไม่มี                   | มีเภสัชกร                                | มีเภสัชกร                                                      |
| การแข่งขันด้านราคา              | ไม่นิยม                         | ไม่นิยม                                  | นิยมแข่งขันด้านราคา                                            |
| การโฆษณา                        | ไม่นิยม                         | ไม่นิยม                                  | นิยมการโฆษณา                                                   |
| การส่งเสริมการขาย               | ไม่นิยม                         | นิยม                                     | นิยม                                                           |

ที่มา : อุบลรัตน์ กิตติวงศ์วิสุทธิ์, ลักษณะและพฤติกรรมการประกอบธุรกิจของร้านขายยาประเภทที่มีหลายสาขา, 2543.

อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรีเป็นพื้นที่หนึ่งที่มีร้านขายยามาก โดยจากข้อมูลของสำนักงานสาธารณสุขอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี พบว่าร้านขายยาแผนปัจจุบันชั้น 1 ซึ่งเป็นร้านยาที่ต้องมีเภสัชกรประจำร้านยามีจำนวนทั้งสิ้น 109 ร้าน<sup>1</sup> โดยพบว่าประชากรในพื้นที่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีสูงถึง 236,000 บาทต่อปี จึงทำให้มีการใช้จ่ายเกี่ยวกับสุขภาพสูง ประกอบกับการที่อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี เป็นศูนย์กลางทางการค้ามาเป็นเวลานาน ทำให้ประชากรซึ่งอยู่ในละแวก

<sup>1</sup>สำนักงานสาธารณสุขอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี, 2549.

ใกล้เคียง เช่น อำเภอพนัสนิคม บ้านบึง แสนสุข จังหวัดชลบุรีและอำเภอแปดริ้ว อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา เข้ามาจับจ่ายใช้สอยในเขตอำเภอเมืองด้วยเช่นกัน

ถึงแม้ว่าอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จะมีพื้นที่กว้างถึง 238.87 ตารางกิโลเมตร<sup>2</sup> แต่พื้นที่ที่ถือได้ว่าเป็นศูนย์กลางทางการค้าและการคมนาคม เป็นพื้นที่เล็ก ๆ ได้แก่ ถนนเจตน์จำนงค์ ถนนโพธิ์ทอง เป็นต้น ทำให้บริเวณพื้นที่ดังกล่าวมีร้านยาเป็นจำนวนมาก ผู้ประกอบการร้านขายยาที่เปิดกิจการในพื้นที่ดังกล่าวจึงประสบกับการแข่งขันที่สูง การทำความเข้าใจพฤติกรรม การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ยาของผู้บริโภคที่มีการจับจ่ายสินค้าในพื้นที่ดังกล่าว จึงมีความจำเป็นต่อการกำหนดกลยุทธ์ของผู้ประกอบการ

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1) เพื่อทราบถึงกลยุทธ์การขายที่นำมาใช้ในร้านยาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี และการตอบสนองของผู้บริโภคต่อกลยุทธ์ดังกล่าว
- 2) เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคการตัดสินใจซื้อยาของผู้บริโภค

## 1.3 ขอบเขตการศึกษา

งานวิจัยนี้ศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้บริการธุรกิจร้านขายยา เฉพาะในเขตชุมชน เขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี บริเวณที่เป็นแหล่งชุมชนที่เป็นศูนย์กลางทางการค้า ได้แก่ ถนนโพธิ์ทอง ถนนเจตน์จำนงค์ ถนนสุขุมวิท (แยกห้างเฉลิมไทยและสี่แยกบ้านสวน) เนื่องจากบริเวณนี้มีการกระจุกตัวของร้านขายยาจำนวนมากถึง 36 ร้าน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 33.03 จากจำนวนร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองทั้งหมด 109 ร้าน

ในการศึกษาค้นคว้านี้ได้ทำการเก็บข้อมูลกลุ่มเป้าหมายโดยใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการแข่งขันของผู้ขายยา และพฤติกรรมของผู้บริโภค รวมทั้งปัจจัยที่ผู้บริโภคพิจารณา ในการเลือกใช้บริการที่ร้านขายยา

---

<sup>2</sup> <http://www.amphoe.com/menu.php.May 2007>.

#### 1.4 วิธีการศึกษา

1) ใช้การสำรวจข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธี Simple Random Sampling ในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยการแจกแบบสอบถามด้วยวิธีการ random แก่คนที่เดินผ่านในพื้นที่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี บริเวณที่เป็นแหล่งชุมชนที่เป็นศูนย์กลางทางการค้า ได้แก่ ถนนโพธิ์ทอง ถนนเจตนารมณ์งานค์ ถนนสุขุมวิท (แยกห้างเจลิมไทยและสี่แยกบ้านสวน)

2) ใช้ข้อมูลที่เก็บได้จากกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์เชิงพรรณนา ในการอธิบายกลยุทธการแข่งขันของผู้ขายยาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

#### 1.5 แหล่งที่มาของข้อมูลและการเก็บข้อมูล

ข้อมูลที่ศึกษาเป็นข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการแบบสอบถาม โดยการสุ่มจากผู้บริโภคเฉพาะในเขตชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี บริเวณที่เป็นแหล่งชุมชนที่เป็นศูนย์กลางทางการค้า ได้แก่ ถนนโพธิ์ทอง ถนนเจตนารมณ์งานค์ ถนนสุขุมวิท (แยกห้างเจลิมไทยและสี่แยกบ้านสวน)

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เก็บรวบรวมข้อมูลจากหลายแหล่ง เช่น เอกสารงานวิจัยต่าง ๆ วิทยานิพนธ์ วารสารทางวิชาการ ข้อมูลจากหน่วยงานราชการและเอกชน

#### 1.6 ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย

|              |         |                                              |
|--------------|---------|----------------------------------------------|
| ● Age        | หมายถึง | อายุของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม                  |
| ● Family     | หมายถึง | จำนวนสมาชิกในครอบครัวของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม |
| ● Education  | หมายถึง | ระดับการศึกษาของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม         |
| ● Income     | หมายถึง | ระดับรายได้ของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม           |
| ● Occupation | หมายถึง | อาชีพของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม                 |
| ● Sex        | หมายถึง | เพศของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม                   |

- |               |         |                                                                  |
|---------------|---------|------------------------------------------------------------------|
| ● Credit      | หมายถึง | ความน่าเชื่อถือของร้าน ได้แก่ คุณภาพ การมี<br>เภสัชกรประจำร้านยา |
| ● Environment | หมายถึง | สภาพแวดล้อมภายในร้าน เช่น การตกแต่งร้าน                          |
| ● Location    | หมายถึง | ทำเลสถานที่ตั้งของร้าน จำนวนสาขา                                 |
| ● Price       | หมายถึง | ระดับราคาสินค้าภายในร้าน                                         |
| ● Product     | หมายถึง | ความหลากหลายของสินค้า                                            |
| ● Promotion   | หมายถึง | การจัดกิจกรรมการส่งเสริมการขาย                                   |
| ● Service     | หมายถึง | การบริการของร้าน                                                 |

### 1.7 ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างมีความสำคัญอย่างมากต่อความน่าเชื่อถือของงานวิจัย ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างให้เหมาะสมที่สุดตามเงื่อนไขของเวลาและงบประมาณที่มีอยู่

จากตารางของ Krejcie and Morgan (13 Krejcie, R.V. and Morgan, D.W.(1970). Determining sample size for Research: Educational and Psychological Measurement . pp 30, 607-610. และ Lozanof, G. (1978). ระบุว่าถ้าต้องการความเชื่อมั่นที่ 95% ที่ขนาดประชากรเกิน 100,000 คน ต้องใช้ขนาดตัวอย่าง อย่างน้อย 384 คน ผู้วิจัยจึงได้กำหนดให้มีขนาดตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง (เพื่อการเก็บข้อมูลที่ผิดพลาดได้ประมาณ 5%) ซึ่งประชากรในอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรีมีประชากรรวมทั้งสิ้น 248,121 คน<sup>3</sup>

### 1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษาวิจัยฉบับนี้จะช่วยให้เข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อยา และปัจจัยกลยุทธ์การแข่งขันของผู้ขายยา ตลอดจนแนวทางในการพัฒนากิจการและการเลือกใช้กลยุทธ์ในการตอบสนองต่อสภาวะการแข่งขันของร้านยา ซึ่งนอกจากจะเป็นประโยชน์ในแวดวง

---

<sup>3</sup> <http://www.moi.go.th/province/108.pdf>, May, 2007.

การศึกษาแล้ว ยังเป็นประโยชน์ต่อเจ้าของกิจการร้านยาเพื่อเป็นข้อมูลในการนำไปใช้เป็นแนวทาง  
ในการพัฒนาธุรกิจของร้านยา อันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคต่อไป