

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการขายที่นำมาใช้在农村ยาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรีและการตอบสนองของผู้บริโภคต่อกฎบัตรดังกล่าว รวมทั้งปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคต่อการตัดสินใจซื้อยาของผู้บริโภค โดยใช้แบบสอบถามแก่คนที่เดินผ่านในพื้นที่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี บริเวณที่เป็นแหล่งชุมชนที่เป็นศูนย์กลางทางการค้า ได้แก่ ถนนโพธิ์ทอง ถนนเจตน์จำนงค์ ถนนสุขุมวิท (แยกห้างเจลิมาไทยและสี่แยกบ้านสวน) และแบบสอบถามผู้ประกอบการที่เป็นเภสัชกรร้านขายยา จำนวน 3 ราย ในเรื่องเกี่ยวกับพฤติกรรมการแข่งขันของร้านขายยา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

จากการศึกษาพบว่า กฎบัตรทางการตลาดที่ร้านขายยา ทั้ง 3 ร้าน เลือกใช้นั้นแตกต่างกันไป คือ ร้านยาที่ 1 ให้ความสำคัญทางด้านผลิตภัณฑ์มาเป็นอันดับแรก ร้านยาที่ 2 ให้ความสำคัญทางการส่งเสริมการตลาดมาเป็นอันดับแรก และร้านยาที่ 3 ให้ความสำคัญทางการช่องทางการจัดจำหน่ายมาเป็นอันดับแรก

ลักษณะของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 68.50) อายุระหว่าง 20-30 ปี (ร้อยละ 48.50) มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวเฉลี่ย 5 คน (ร้อยละ 21.00) ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท (ร้อยละ 27.50) ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด คือ มัธยมศึกษา (ร้อยละ 52.00) มีรายได้ส่วนตัวต่อเดือน 5,000-10,000 บาท (ร้อยละ 37.75) ความถี่ในการซื้อยาจากร้านยา 1-4 ครั้งต่อเดือน (ร้อยละ 59.00) ช่วงเวลาในการเลือกใช้บริการร้านขายยา ไม่แน่นอน (ร้อยละ 56.00) โดยประเภทของร้านยาที่เลือกใช้บริการ คือ ร้านยาในชุมชนใกล้บ้าน (ร้อยละ 68.25)

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อยาจากร้านยา จากการตอบสนองของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาด พบว่าปัจจัยสำคัญของร้านขายยาที่จูงใจให้กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้บริการ คือ ราคาไม่แพง (ร้อยละ 20.75) รองลงมาคือ มีสินค้าครบ (ร้อยละ 17.00) มีการตรวจสอบสุขภาพ เช่น วัดความดันโลหิต ส่วนสูง ชั่งน้ำหนัก (ร้อยละ 10.50) และมีเภสัชกรประจำตลอดเวลา (ร้อยละ 10.00)

จากการศึกษานี้ พบว่ากฎบัตรการตลาดที่ร้านขายยาให้ความสำคัญมีความขัดแย้งกับผลด้านการตอบสนองของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาด ทั้งนี้เนื่องจากมีข้อจำกัดด้านข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง