

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการค้ำปลีกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาแผนไทย

กรณีศึกษา ร้านนราโอสถ (หมอบัว) ในเขตจังหวัดระยอง

A Study of Retail Marketing Mix Affecting The Buying Decision of

Thai Traditional Medicine: A Case Study of Naraosoth (Mor Bua) Pharmacy in Rayong

วีรวิษณุ กำกัฒพงษ์¹ ลัดดาวลัย เลขมาศ²

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการค้ำปลีกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาแผนไทย กรณีศึกษา ร้านนราโอสถ (หมอบัว) ในเขตจังหวัดระยอง เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อยาแผนไทย ของร้านนราโอสถ (หมอบัว) ในเขตจังหวัดระยอง และเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการค้ำปลีกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาแผนไทยของร้านนราโอสถ (หมอบัว) ในเขตจังหวัดระยอง โดยสุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง จากผู้บริโภคที่มาซื้อยาแผนไทยที่ร้าน นราโอสถ (หมอบัว) โดยการเก็บแบบสอบถาม จำนวน 200 คน วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้ สถิติทดสอบที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์ถดถอยพหุนาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 40- 49 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีการประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ราชการ มากที่สุด มีรายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ย คือ รายได้ 15,000 - 25,000 บาท มีสถานภาพการสมรส และมีภูมิลำเนาอยู่ในเขตอำเภอเมืองระยอง

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการค้ำปลีกที่มีผลต่อการซื้อยาแผนไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เรียงตามลำดับความสำคัญ ได้แก่ ปัจจัยด้านการบริการลูกค้า ปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง และปัจจัยด้านการจัดการผลิตภัณฑ์ ส่วนปัจจัยด้านราคา ด้านส่วนประสมการสื่อสารการตลาด และด้านด้านการออกแบบร้านค้ำปลีกและการแสดงสินค้าพบว่าไม่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจซื้อยาแผนไทย

คำสำคัญ: ส่วนประสมการค้ำปลีก, พฤติกรรมผู้บริโภค, การตัดสินใจซื้อ, ยาแผนไทย, นราโอสถ (หมอบัว)

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการตลาดค้าปลีก มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

² อาจารย์ประจำ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย