

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกร้านขายยาของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร วิธีการศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 310 ตัวอย่าง ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา นำเสนอในรูปแบบของ ตาราง ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และสถิติอ้างอิงได้แก่ ไคสแควร์เทสต์

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี มีการศึกษาในระดับมัธยม หรือปวช. มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนหรือลูกจ้าง มีรายได้ระดับ 5,001-15,000 ในด้านการใช้บริการร้านขายยา ส่วนใหญ่ใช้บริการ 1 ครั้งต่อเดือนมากที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกร้านขายยาของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญใน ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือเรื่อง การจัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่และ

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือเรื่อง การจัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่ และเป็นระเบียบ ส่วนการที่ร้านตั้งอยู่ในศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับน้อยที่สุด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือเรื่อง มีหลากหลายให้เลือกรับเลือก ส่วนการมีบัตรเติมเงินจำหน่ายผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับน้อยที่สุด

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือเรื่อง มีป้ายแสดงราคาชัดเจน ส่วนการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับน้อยที่สุด

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือเรื่อง พนักงานขายให้คำแนะนำในการใช้ยาและซักถามอาการก่อนการให้ยา ส่วนการมีบริการโทรสั่งและจัดส่งถึงบ้าน ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับน้อยที่สุด

ในด้านปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดพบว่า อายุมีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านราคา ที่มีต่อการตัดสินใจเลือกร้านขายยา ระดับการศึกษา มีอิทธิพลต่อปัจจัยด้านราคา และช่องทางการจัดจำหน่าย ส่วนรายได้ ไม่มีอิทธิพลต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด