

พฤติกรรมผู้บริโภควัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ในการซื้อยาแผนโบราณ
Behavior of Working-aged Consumers in Mueang Chiang Mai District
Towards Buying Traditional Drugs

สุวพร เทพคุณ*และวรวิทย์ยา แจ่มกระจ่าง**

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภควัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ในการซื้อยาแผนโบราณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคที่เคยซื้อยาแผนโบราณจากร้านขายยาแผนโบราณ ร้านขายยาแผนปัจจุบันและคลินิกแพทย์ทางเลือกในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 400 ราย และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย พร้อมทั้งการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ T-test และ F-test

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 23 – 40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพโสด มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย ส่วนใหญ่เลือกซื้อประเภทของยาแผนโบราณที่ใช้เฉพาะรับประทาน เลือกซื้อยาแผนโบราณประเภทยาแก้ร้อนในมากที่สุด โดยให้เหตุผลในการเลือกซื้อยาแผนโบราณเนื่องจากเชื่อมั่นในยาแผนโบราณว่าสามารถรักษาโรคได้ และได้รับคำแนะนำจากรุ่นต่อรุ่น เช่น จากพ่อแม่, ปู่ย่า และตายาย โดยตัวของผู้ตอบแบบสอบถามเองเป็นผู้มีอิทธิพลมากที่สุดในการซื้อยาแผนโบราณในแต่ละครั้ง โดยแหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาแผนโบราณคือการบอกต่อของคนรู้จัก นิยมใช้บริการในช่วงเวลา 18.01 – 22.00 น. ในย่านชุมชน, ที่อยู่อาศัย และเลือกซื้อยาแผนโบราณจากร้านขายยาโดยตรง โดยมีร้านประจำ 1 ร้าน ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ซื้อยาแผนโบราณแต่ละครั้งต่ำกว่าหรือเท่ากับ 300 บาท และใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการซื้อซ้ำ บอกรับ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อยาแผนโบราณของผู้บริโภควัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่อยู่ในระดับมาก โดยด้านสินค้า ได้แก่ ยาแผนโบราณที่จำหน่ายภายในร้านมีคุณภาพตามมาตรฐาน โดยด้านราคา ได้แก่ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของยาแผนโบราณ โดยด้านทำเลที่ตั้ง ได้แก่ สภาพแวดล้อมภายในร้านมีความสะอาดตามหลักสุขอนามัย และด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ เภสัชกรมีความรู้ในข้อมูลยาแผนโบราณและสามารถให้คำแนะนำได้เป็นอย่างดี

*นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหาร คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

**ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ประจำภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ABSTRACT

This independent study aimed to examine behavior of working –aged consumers in Mueang Chiang Mai district towards buying traditional drugs. Questionnaires were used as the tool to collect data from 400 consumers who bought traditional drugs from traditional and conventional drugstores and alternative medical clinics in Mueang Chiang Mai district. Data were analyzed by descriptive statistics: frequency, percentage, and means as well as the inferential statistics: T–test and F–test to test differences.

The findings presented that most respondents were single female in the age of 23 – 40 years and held the Bachelor’s degree. They earned an income at less than or equal to 15,000 Baht and were self–employed or merchant. Traditional drugs that the majority took were in the oral drug category. Top one traditional oral drugs that they bought were drugs for the following symptoms: Aphthous stomatitis. Reason of choosing traditional drugs was to trust in the efficiency of the certain drugs. They were advised to take the traditional drugs from generations to generations: grandparents to parents and parents to the consumers. In each time, person influencing them towards buying the traditional drugs the most was the consumers themselves. In each time, source of information affecting their buying decision towards traditional drugs was the recommendation from acquaintance. They usually bought the studied product during 18.01–22.00 hrs., directly from the drugstores located in community and residential areas. For them, they had one regular drugstore where they bought the traditional drugs and spent less than or equal to 300 Baht for it in each time at the frequency of less than once a month. Most of them revealed that they intended to repurchase and recommend others to purchase the studied products.

According to this study, marketing mix factors affected the working–aged consumers in Mueang Chiang Mai district towards buying traditional drugs at high level with the following details. In product factor, it was to sell traditional drugs with standard quality. In price factor, it was to offer reasonable price to product quality. In place factor, it was clean environment of the drugstore. In promotion factor, it was to have pharmacist who knew well about the traditional drugs and was able to give proper advices.

บทนำ

ปัจจุบัน เมื่อมีอาการเจ็บป่วยเบื้องต้นหรืออาการเจ็บป่วยที่ไม่รุนแรงมากนัก เช่น ไอ ปวดหัว ไข้หวัด เป็นต้น ร้านขายยาจึงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของคนไทยในการเลือกเข้าใช้บริการ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2558: ออนไลน์) ประกอบกับผู้บริโภคเริ่มหาข้อมูลของยาด้วยตนเอง ทำให้กลยุทธ์ ณ จุดขายมีความสำคัญมากขึ้น นอกจากนี้ ด้วยความเร่งรีบในชีวิตประจำวันสำหรับอาการเจ็บป่วยเล็กน้อย ผู้บริโภคจึงเลือกซื้อยาด้วยตนเองมากกว่าไปใช้เวลาหลายชั่วโมงที่โรงพยาบาล (ยอดชายตลาดร้านยา, 2558: ออนไลน์) พฤติกรรมการเลือกซื้อยาจากร้านขายยามารับประทานเองของคนไทยมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยดูจากมูลค่าตลาดของธุรกิจร้านขายยาประมาณ 34,000–35,000 ล้านบาท

ขยายตัวเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 10-12 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2558: ออนไลน์) การบริโภคยาบางชนิดเกินความจำเป็นก่อให้เกิดความไม่ปลอดภัย สะสมสารเคมี และเกิดผลข้างเคียงจากการใช้ยา เพื่อลดปัญหาดังกล่าว กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยฯ จึงคัดเลือกยาสมุนไพร 10 รายการ ที่ควรมีติดบ้านไว้ ช่วยบรรเทาโรคเบื้องต้น สร้างทางเลือกใหม่ หากเจ็บป่วยครั้งใด ใช้ยาไทยก่อนไปหาหมอ (สำนักข่าวไทย, 2557: ออนไลน์) ซึ่งจากการสำรวจมูลค่าตลาดความต้องการสมุนไพรของกลุ่มยาแผนโบราณตามภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยในไทยพบว่า มีมูลค่าประมาณ 10,000 ล้านบาท (พรชัย ลูยะพันธ์, 2557: ออนไลน์) และจากการสำรวจพฤติกรรมการดูแลสุขภาพตนเองด้วยแพทย์แผนไทยและสมุนไพรทั่วประเทศพบว่า ยาสมุนไพรยังคงมีบทบาทไม่น้อยในชีวิตของคนไทย โดยกว่าร้อยละ 58.4 ของกลุ่มตัวอย่างชี้ให้เห็นว่าปัจจุบันคนไทยยังคงรู้จักยาแผนไทยและสมุนไพรเพื่อการรักษา ในด้านพฤติกรรมของผู้ใช้ยาแผนไทยพบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 82.2 นิยมใช้ยาแผนไทยและสมุนไพรไทยในฐานะยาที่ใช้ในการรักษาอาการเจ็บป่วยเบื้องต้นก่อนไปพบแพทย์ และร้อยละ 16 กรณีที่แพทย์แผนปัจจุบันไม่สามารถรักษาโรคให้แก่ผู้ป่วยได้ (มิ่งสรรพ ขาวสอาด, 2558: ออนไลน์) โดยช่องทางการจำหน่ายสำคัญของสมุนไพรไทย คือ ร้านขายยาซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดสูงสุด 50% ขายตรง 27% ขายในร้านค้าปลีก 17% (นลินี โหมาศวีน, 2554: ออนไลน์)

จากสถิติสถิติใบอนุญาตประกอบธุรกิจเกี่ยวกับยาของจังหวัดเชียงใหม่ประจำปี 2557 มีจำนวน 546 ใบอนุญาต ซึ่งหมายรวมถึงสถานที่ขายยาแผนปัจจุบัน สถานที่ขายยาแผนโบราณ สถานที่ขายยาแผนปัจจุบันเฉพาะยาบรรจสุเสร็จสำหรับสัตว์และสถานที่ขายยาแผนปัจจุบันเฉพาะยาบรรจสุเสร็จที่ไม่ใช่ยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ (สำนักยา, 2557: ออนไลน์) ดังนั้น ผู้ศึกษาต้องการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยการเลือกซื้อยาแผนโบราณของผู้บริโภควัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ เพื่อเป็นประโยชน์ด้านการวางแผนทางการตลาดและเปิดร้านขายยาโดยเน้นยาแผนโบราณที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภควัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ในการซื้อยาแผนโบราณ

แนวคิดและทฤษฎี

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) เพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการซื้อ การบริโภค การเลือกบริการ แนวคิด หรือประสบการณ์ที่จะทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจ (ปณิศาฉัญ ชานนท์, 2548) โดยสามารถใช้ 7 คำถาม (6Ws 1H) ที่จะช่วยในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ได้แก่ ใครอยู่ ในตลาดเป้าหมาย ผู้บริโภคซื้ออะไร ทำไมถึงซื้อ ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด ผู้บริโภคซื้อที่ไหน และผู้บริโภคซื้ออย่างไร

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552: 142) เพื่อใช้ในการตอบสนองของความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

วิธีการดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชากรวัยทำงานทั้งเพศชายและเพศหญิงที่เคยซื้อยาแผนโบราณจากร้านขายยาแผนโบราณ ร้านขายยาแผนปัจจุบันและคลินิกแพทย์ทางเลือกในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นจึงกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณในกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร (จิราวุฒน์ เทมวรรณ , 2559 :อ้างถึงใน Ken Black, 2007) จึงกำหนดขนาดตัวอย่างเพื่อทำการศึกษาทั้งสิ้นจำนวน 400 ตัวอย่างและทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากประชากรวัยทำงานทั้งเพศชายและเพศหญิงที่เคยซื้อยาแผนโบราณจากร้านขายยาแผนโบราณ ร้านขายยาแผนปัจจุบันและคลินิกแพทย์ทางเลือกในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยการสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย พร้อมทั้งการวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ T-test และ F-test

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ การศึกษาและอาชีพ จากการศึกษพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 23 – 40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภควัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ในการซื้อยาแผนโบราณ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อประเภทของยาแผนโบราณที่ใช้เฉพาะรับประทาน เช่น ยาเขียวหอม ยาหอมเทพจิตร ยาอมสมุนไพโร เป็นต้น เลือกซื้อยาแผนโบราณประเภทยาแก้ร้อนในมากที่สุด โดยมีเหตุผลในการเลือกซื้อยาแผนโบราณเนื่องจากเชื่อมั่นในยาแผนโบราณว่าสามารถรักษาโรคได้ และ ได้รับคำแนะนำจากรุ่นต่อรุ่น เช่น จากพ่อแม่ ปู่ย่า และตายาย โดยตัวของผู้ตอบแบบสอบถามเองเป็นผู้มีอิทธิพลมากที่สุดในการซื้อยาแผนโบราณในแต่ละครั้ง โดยแหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาแผนโบราณคือการบอกต่อของคนรู้จัก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมใช้บริการในช่วงเวลา 18.01 – 22.00 น. ส่วนใหญ่ใช้ยาแผนโบราณเมื่อรู้สึกมีอาการเจ็บป่วยในทุกๆครั้ง โดยใช้เวลาในการตัดสินใจใช้ยาแผนโบราณในแต่ละครั้งน้อยกว่า 10 นาที โดยนิยมไปใช้บริการ ย่านชุมชน, ที่อยู่อาศัย และเลือกซื้อยาแผนโบราณจากร้านขายยาโดยตรง โดยมีร้านประจำ 1 ร้าน ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ซื้อยาแผนโบราณแต่ละครั้งต่ำกว่าหรือเท่ากับ 300 บาท และใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการซื้อซ้ำและบอกต่อ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกซื้อยาแผนโบราณของผู้บริโภควัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านสินค้า มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาแผนโบราณของผู้บริโภควัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจอันดับแรกคือ ยาแผนโบราณที่จำหน่ายภายในร้านมีคุณภาพตามมาตรฐาน

ปัจจัยด้านราคา มีต่อผลการตัดสินใจเลือกซื้อยาแผนโบราณของผู้บริโภควัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการตัดสินใจ อันดับแรกคือ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของยาแผนโบราณ

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง มีต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาแผนโบราณของผู้บริโภควัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากอันดับแรกคือ สภาพแวดล้อมภายในร้านมีความสะอาดตามหลักสุขอนามัย

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาแผนโบราณของผู้บริโภควัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านส่วนส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในระดับมากอันดับแรกคือ เกสักรมีความรู้ในข้อมูลยาแผนโบราณและสามารถให้คำแนะนำได้เป็นอย่างดี

ส่วนที่ 4 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคกับพฤติกรรมผู้บริโภควัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ในการซื้อยาแผนโบราณ จำแนกตามเพศ และอายุ

ลูกค้าเพศชาย พบว่าเพศชายเลือกซื้อยาแผนโบราณที่ใช้เฉพาะรับประทาน เช่น ยาเขียวหอม, ยาหอมเทพวิจิตร, ยาอมสมุนไพโร เป็นต้น โดยเลือกซื้อยาแผนโบราณประเภทยาแก้ร้อนในมากที่สุด เหตุผลเพราะเชื่อมั่นในยาแผนโบราณว่าสามารถรักษาโรคได้ ผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการซื้อยาแผนโบราณในแต่ละครั้ง คือตัวเอง โดยมีแหล่งข้อมูลยาแผนโบราณจากการบอกต่อของคนรู้จัก ช่วงเวลาที่ซื้อยาแผนโบราณคือ 18.01 – 22.00 น. มีการใช้ยาแผนโบราณเมื่อรู้สึกมีอาการเจ็บป่วย ในทุก ๆ ครั้ง เวลาโดยเฉลี่ยในการตัดสินใจน้อยกว่า 10 นาที โดยนิยมไปใช้บริการย่านชุมชน, ที่อยู่อาศัย และซื้อจากร้านขายยาโดยตรง ซึ่งไม่มีร้านประจำ ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ซื้อยาแผนโบราณแต่ละครั้ง ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 300 บาท โดยนิยมไปใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือนต้องการซื้อซ้ำ บอกต่อ

ลูกค้าเพศหญิง พบว่าเพศหญิงเลือกซื้อยาแผนโบราณที่ใช้เฉพาะรับประทาน เช่น ยาเขียวหอม, ยาหอมเทพวิจิตร, ยาอมสมุนไพโร เป็นต้น โดยเลือกซื้อยาแผนโบราณประเภทยาถ่ายหรือยาระบายมากที่สุด เหตุผลเพราะเชื่อมั่นในยาแผนโบราณว่าสามารถรักษาโรคได้ ผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการซื้อยาแผนโบราณในแต่ละครั้ง คือตัวเอง มีแหล่งข้อมูลยาแผนโบราณจากการบอกต่อของคนรู้จัก ช่วงเวลาที่ซื้อยาแผนโบราณคือ 18.01 – 22.00 น. มีการใช้ยาแผนโบราณเมื่อรู้สึกมีอาการเจ็บป่วย ในทุก ๆ ครั้ง เวลาโดยเฉลี่ยในการตัดสินใจน้อยกว่า 10 นาที โดยนิยมไปใช้บริการย่านชุมชน, ที่อยู่อาศัย และซื้อจากร้านขายยาโดยตรง ซึ่งมีร้านประจำ 1 ร้าน ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยที่ซื้อยาแผนโบราณแต่ละครั้ง ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 300 บาท โดยนิยมไปใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือนต้องการซื้อซ้ำ บอกต่อ

ผู้บริโภคที่มีอายุต่ำกว่า 22 ปี เลือกซื้อยาแผนโบราณที่ใช้เฉพาะรับประทาน เช่น ยาเขียวหอม, ยาหอมเทพวิจิตร, ยาอมสมุนไพโร เป็นต้น โดยเลือกซื้อยาแผนโบราณประเภทยาแก้ร้อนในมากที่สุด เลือกซื้อยาแผนโบราณเพราะเชื่อมั่นในยาแผนโบราณว่าสามารถรักษาโรคได้ ผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการซื้อยาแผนโบราณในแต่ละครั้ง เลือกซื้อยาแผนโบราณเพราะตัวทำเองมีแหล่งข้อมูลยาแผนโบราณจากเกสักร/คนขายยา ช่วงเวลาที่ซื้อยาแผนโบราณ 10.01–14.00 น. มีการใช้ยาแผนโบราณเมื่อรู้สึกมีอาการเจ็บป่วย ปี มีการใช้เวลาโดยเฉลี่ยน้อยกว่า 10 นาที นิยมไปใช้บริการย่านชุมชน

ที่อยู่อาศัย นิยมซื้อจากร้านขายยาโดยตรง มีร้านประจำ 1 ร้าน 301 – 500 บาท นิยมไปใช้บริการ 1 – 2 ครั้งต่อเดือน ต้องการซื้อซ้ำ บกต่อ

ผู้บริโภคที่มีอายุ 23–40 ปี เลือกซื้อยาแผนโบราณที่ใช้เฉพาะรับประทาน เช่น ยาเขียวหอม ยาหอมเทพวิจิตร ยาอมสมุนไพโร เป็นต้น โดยเลือกซื้อยาแผนโบราณประเภทยาแก้ร้อนในมากที่สุด เลือกซื้อยาแผนโบราณเพราะได้รับคำแนะนำจากรุ่นต่อรุ่น เช่น จากพ่อ แม่ ปู่ย่า ตายาย ผู้มีอิทธิพลมากที่สุดในการซื้อยาแผนโบราณในแต่ละครั้ง เลือกซื้อยาแผนโบราณเพราะตัวท่านเองมีแหล่งข้อมูลยาแผนโบราณจากเภสัชกร/คนขายยา เลือกช่วงเวลาซื้อยาแผนโบราณ 18.01 – 22.00 น. มีการใช้ยาแผนโบราณเมื่อรู้สึกมีอาการเจ็บป่วย ปี มีการใช้เวลาโดยเฉลี่ยน้อยกว่า 10 นาที นิยมไปใช้บริการย่านชุมชน, ที่อยู่อาศัย นิยมซื้อจากร้านขายยาโดยตรง ไม่มีร้านประจำ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 300 บาท นิยมไปใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ต้องการซื้อซ้ำ บกต่อ

ผู้บริโภคที่มีอายุ 41 – 52 ปี เลือกซื้อยาแผนโบราณที่ใช้เฉพาะรับประทาน เช่น ยาเขียวหอม, ยาหอมเทพวิจิตร , ยาอมสมุนไพโร เป็นต้น โดยเลือกซื้อยาแผนโบราณประเภทยาแก้ร้อนในมากที่สุด เลือกซื้อยาแผนโบราณเพราะเชื่อมั่นในยาแผนโบราณว่าสามารถรักษาโรคได้ ผู้มีอิทธิพลมากที่สุดในการซื้อยาแผนโบราณในแต่ละครั้ง เลือกซื้อยาแผนโบราณเพราะตัวท่านเองมีแหล่งข้อมูลยาแผนโบราณจากเภสัชกร/คนขายยา เลือกช่วงเวลาซื้อยาแผนโบราณ 18.01 – 22.00 น. มีการใช้ยาแผนโบราณเมื่อรู้สึกมีอาการเจ็บป่วยปี มีการใช้เวลาโดยเฉลี่ยน้อยกว่า 10 นาที นิยมไปใช้บริการย่านชุมชน ที่อยู่อาศัย นิยมซื้อจากร้านขายยาโดยตรง ไม่มีร้านประจำ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 300 บาท นิยมไปใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ต้องการซื้อซ้ำ บกต่อ

ผู้บริโภคที่มีอายุ 53 – 60 ปี เลือกซื้อยาแผนโบราณที่ใช้เฉพาะรับประทาน เช่น ยาเขียวหอม ยาหอมเทพวิจิตร ยาอมสมุนไพโร เป็นต้น โดยเลือกซื้อยาแผนโบราณประเภทยาถ่ายหรือยาระบายมากที่สุด เลือกซื้อยาแผนโบราณเพราะเชื่อมั่นในยาแผนโบราณว่าสามารถรักษาโรคได้ ผู้มีอิทธิพลมากที่สุดในการซื้อยาแผนโบราณในแต่ละครั้ง เลือกซื้อยาแผนโบราณเพราะตัวท่านเองมีแหล่งข้อมูลยาแผนโบราณจากเภสัชกร/คนขายยา เลือกช่วงเวลาซื้อยาแผนโบราณ 18.01 – 22.00 น. มีการใช้ยาแผนโบราณเมื่อรู้สึกมีอาการเจ็บป่วย การใช้เวลาโดยเฉลี่ยมากกว่า 30 นาที นิยมไปใช้บริการย่านชุมชน, ที่อยู่อาศัย นิยมซื้อจากร้านขายยาโดยตรง มีร้านประจำ 1 ร้าน 301 – 500 บาท นิยมไปใช้บริการน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน ต้องการซื้อซ้ำ บกต่อ

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยการเลือกซื้อยาแผนโบราณของผู้บริโภควัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ตามแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคและแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ด้านการวางแผนทางการตลาดและเปิดร้านขายยาโดยเน้นยาแผนโบราณที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภควัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ดังต่อไปนี้

ด้านสินค้า เนื่องจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านยาแผนโบราณที่จำหน่ายภายในร้านมีคุณภาพตามมาตรฐาน มีผลต่อผู้บริโภค ในการตัดสินใจเลือกยาแผนโบราณของผู้บริโภควัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ เป็นอันดับแรก ดังนั้นผู้ประกอบการควรที่จะเลือกยาแผนโบราณที่มีคุณภาพ ผลิตจากโรงงานผลิตยาแผนโบราณที่มีมาตรฐานการผลิต

และมีใบอนุญาตการผลิตยาแผนโบราณอย่างถูกต้อง อีกทั้งควรเลือกตัวสินค้าที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและควรได้รับการขึ้นทะเบียนตำรับยาอย่างถูกต้อง

ด้านราคา เนื่องจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของยาแผนโบราณมีผลต่อผู้บริโภค ในการตัดสินใจเลือกยาแผนโบราณของผู้บริโภควัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากยาแผนโบราณเป็นสินค้าแสวงซื้อ ทุกคนต้องใช้ดังนั้นราคาไม่ได้เป็นตัวกำหนดหรือเป็นตัวกระตุ้นในการตัดสินใจเลือกยาแผนโบราณ ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสนใจกับคุณภาพของยาแผนโบราณ เลือกยาแผนโบราณที่มีผู้ใช้แล้วเกิดผลดีหรือมีชื่อเสียงมาวางจำหน่าย และควรที่จะกำหนดราคาขายโดยพิจารณาถึงคุณภาพสินค้าเป็นหลัก อีกทั้งควรสำรวจราคาของร้านค้าคู่แข่งอื่นๆด้วยเพื่อกำหนดราคาไม่ให้แตกต่างจากร้านทั่วไป

ด้านทำเลที่ตั้ง เนื่องจากการศึกษาพบว่า ทำเลที่ตั้ง อยู่ใกล้บ้านที่ทำงาน/ทางผ่าน และสภาพแวดล้อมภายในร้านมีความสะอาดตามหลักสุขอนามัย มีผลในการตัดสินใจเลือกยาแผนโบราณของผู้บริโภควัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้นผู้ประกอบการที่เปิดดำเนินการอยู่แล้ว ควรมีการสื่อสารให้แก่ลูกค้าได้รับทราบถึงสถานที่ตั้งของร้าน อาทิเช่น การทำการสื่อสารผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์, ติดป้ายแสดงตำแหน่งร้านที่ชัดเจน เป็นต้น สำหรับผู้ประกอบการที่กำลังจะเปิดดำเนินการ ควรให้ความสำคัญในด้านทำเลที่ตั้งต้องสะดวกต่อการเดินทางและที่มีจอดรถ อาจอยู่บนถนนสายหลัก มีระบบขนส่งมวลชนที่เดินทางเข้าถึงได้สะดวก อยู่ใกล้แหล่งชุมชน ตลาดสด ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น อีกทั้งความสะอาดภายในร้านและสภาพแวดล้อมโดยรอบบริเวณร้าน ก็ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเช่นกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด เนื่องจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านกลยุทธ์มีความรู้ในข้อมูลยาแผนโบราณและสามารถให้คำแนะนำได้เป็นอย่างดี และมีกลยุทธ์ประจำร้านตลอดเวลาทำการ มีผลในการตัดสินใจเลือกยาแผนโบราณของผู้บริโภควัยทำงานในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ดังนั้นควรมีกลยุทธ์ประจำร้านตลอดเวลาทำการและกลยุทธ์ต้องมีความรู้ในข้อมูลยาแผนโบราณเป็นอย่างดี ผู้ประกอบการควรที่จะเน้นอบรมพนักงานภายในร้านและกลยุทธ์ให้มีความรู้ในตัวยาแผนโบราณแต่ละตัว ทั้งนี้ควรมีการอบรมจากบริษัทฯ รวมถึง การอบรมภายในโดยเภสัชกรเป็นประจำสม่ำเสมอ และจากข้อมูลพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีร้านประจำ 1 ร้าน ร้อยละ 45.30 รองลงมาคือ ไม่มีร้านประจำ ร้อยละ 44.00 และมีร้านประจำ 2 – 3 ร้าน ร้อยละ 10.80 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคร้อยละ 44.00 ไม่มี Brand Royalty ดังนั้นทางผู้ประกอบการที่จะสร้างกลยุทธ์ให้ผู้บริโภคเกิดการซื้อซ้ำ

ข้อเสนอแนะสำหรับการตลาดเฉพาะกลุ่ม

ลูกค้าเพศชาย ควรมีการสื่อสารให้แก่ลูกค้าเพศชายได้รับทราบถึงสถานที่ตั้งของร้าน การทำการสื่อสารผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ติดป้ายแสดงตำแหน่งร้านที่ชัดเจน มีป้ายบอกทางชัดเจน สะดวกต่อการเดินทาง เพราะเพศชายมีพฤติกรรมเลือกซื้อในแต่ละครั้งด้วยตัวเอง อีกทั้งมีแหล่งข้อมูลยาแผนโบราณจากการบอกต่อของคนรู้จัก และสามารถจอดรถได้สะดวก อาจตั้งอยู่บนถนนสายหลัก อยู่ใกล้แหล่งชุมชน ตลาดสด ห้างสรรพสินค้า ภายในร้านควรมีการจัดวางสินค้าให้มองเห็นง่าย สะดวกในการเลือกซื้อ เพราะเพศชายมีพฤติกรรมเลือกซื้อจากร้านขายยาโดยตรง

ซึ่งไม่มีร้านประจำ อีกทั้งควรมีเภสัชกรหรือพนักงานขายมาให้คำแนะนำเกี่ยวกับตัวสินค้าและอำนวยความสะดวกในการเลือกซื้อ

ลูกค้าพิเศษหญิง ควรมีเภสัชกรหรือพนักงานขายมาให้คำแนะนำเกี่ยวกับตัวสินค้าและอำนวยความสะดวกในการเลือกซื้อ และการจัดโปรโมชั่นของแถมเพื่อดึงดูดความสนใจ อีกทั้งควรมีการสื่อสารให้แก่ลูกค้าพิเศษหญิงได้รับทราบถึงสถานที่ตั้งของร้าน โปรโมชั่นต่างๆ โดยการทำการสื่อสารผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ เพราะพิเศษหญิงมีพฤติกรรมการเลือกซื้อในแต่ละครั้งด้วยตัวเอง อีกทั้งมีแหล่งข้อมูลยาแผนโบราณจากการบอกต่อของคนรู้จัก อาจตั้งอยู่บนถนนสายหลัก อยู่ใกล้แหล่งชุมชน ตลาดสด ห้างสรรพสินค้า ภายในร้านควรมีการจัดวางสินค้าให้มองเห็นง่าย สะดวกในการเลือกซื้อ เพราะพิเศษหญิงมีพฤติกรรมการเลือกซื้อจากร้านขายยาโดยตรง ซึ่งไม่มีร้านประจำ

ลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 22 ปี ลูกค้าที่มีอายุต่ำกว่า 22 ปี มีพฤติกรรมการเลือกซื้อในแต่ละครั้งโดยได้รับข้อมูลยาแผนโบราณจากเภสัชกร/คนขายยา ดังนั้น การเสนอขายยาแผนโบราณ ณ จุดขายมีความสำคัญอย่างยิ่ง เภสัชกรหรือพนักงานขายควรมีความรู้ในตัวสินค้าคอยให้คำแนะนำเกี่ยวกับตัวสินค้า และอำนวยความสะดวกในการเลือกซื้อ อีกทั้งมีการจัดโปรโมชั่นของแถมเพื่อดึงดูดความสนใจ

ลูกค้าที่มีอายุ 23 – 40 ปี และลูกค้าที่มีอายุ 41 – 52 ปี เภสัชกรหรือพนักงานขายควรมีวิธีการนำเสนอให้ลูกค้ารับทราบราคาสินค้าที่จัดจำหน่ายเหมาะสมกับคุณภาพของยาแผนโบราณ โดยอาจกล่าวถึงในเรื่องของโรงงานที่ผลิต, ตราของสินค้า หรือรางวัลการันตีต่างๆ อาจจะมีการจัดบูทให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพ แนะนำตัวสินค้าต่างๆ อาจจะมีหมอนเวียนกันไปตามความนิยม เช่น ช่วงนิยมทานขมิ้นชัน ทางร้านควรจัดบูชอธิบายถึงกรรมวิธีการผลิตและวิธีใช้ เพื่อสร้างการรับรู้และสร้างความประทับใจในการเข้ามาใช้บริการ ในการที่จะกระตุ้นให้เกิดความสนใจซื้อสินค้านั้น อาจใช้การโฆษณาต่างๆ ที่หลากหลาย มีการออกแบบสื่อที่ง่ายต่อการเข้าใจและตรงประเด็น อาทิ แผ่นพับ ใบปลิว และป้ายไวเนล เป็นต้น

ลูกค้าที่มีอายุ 53 – 60 ปี ลูกค้ากลุ่มนี้เภสัชกรหรือพนักงานขายมีความสำคัญอย่างยิ่ง ควรมีการอบรมให้ความรู้ความเข้าใจแก่เภสัชกรหรือพนักงานขายในเรื่องของตัวสินค้า ข้อบ่งใช้ และอาการข้างเคียง อีกทั้งควรมีการตรวจวัดสุขภาพ เช่น วัดความดัน มีการจัดทำประวัติหรือซักถามประวัติและอาการเจ็บป่วยเบื้องต้นก่อนการจำหน่ายยาแผนโบราณ

บรรณานุกรม

- กฤษณาสี รื่นรมย์. (2551). *การวิจัยตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิราณัฐวัฒน์ เทมวรรณ. (2559). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสะพายเป้ชาวยุโรปที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- ชองมาศ นิตติศุภคาริน. (2551). *ทำไมต้องร้านขายยาคุณภาพ*. สืบค้นจาก www.pharcpa.com/oldweb
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2546). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- ปณิศา ลัญชานนท์. (2548). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ธรรมสาร.

- ปรุพท์ รุจนธำรง. (2558). พระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510: 2.3 ประเภทของใบอนุญาต. สืบค้นจาก <http://rparun.blogspot.com/2015/01/drugact2510part2-3.html>
- ปิยะพงษ์ ศรีสวัสดิ์ และอภิเชษฐ์ เหมือนแก้ว. (2556). การใช้ยาแผนโบราณของคนที่มีสิทธิการรักษาพยาบาล. เชียงใหม่: คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ภัศรา ชวประดิษฐ์. (2558). กรมส่งเสริมพืชสมุนไพรและเครื่องเทศ. กรุงเทพฯ: สำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตร.
- มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด. (2558). ยาแผนไทยและสมุนไพรไทยในชีวิตคนไทย. สืบค้นจาก <http://m.matichon.co.th/readnews.php?newsid=1446192202>
- ยอดชายตลาดร้านยา. (2556). จาก http://www.siamturakij.com/main/news_content.php?nt=4&nid=4178
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2557). ธุรกิจร้านขายยา. ค้นเมื่อ 11 มกราคม 2560, จาก <http://thaipublica.org/wp-content/uploads/2016>
- สำนักข่าวไทย. (2555). 10 สมุนไพรไทยติดไว้ประจำบ้านป่วยพื้นฐานเอาอยู่. สืบค้นจาก <http://www.tnamcot.com/content/67846>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2557). สืบค้นจาก www.nesdb.go.th
- สำนักงานยา. (2557). ข้อมูลเชิงสถิติ. สืบค้นจาก http://drug.fda.moph.go.th/zone_search/sea001.asp
- Black, K. (2008). *Business Statistics for Contemporary Decision Making* (5th ed.). Hoboken, N.J.: Wiley.