การเพิ่มศักยภาพการให้บริการของร้านยาบุษบาฟาร์มาซี จังหวัดร้อยเอ็ด
THE POTENTIAL SERVICE IMPROVEMENT FOR BUSSABA PHARMACY ROI-ET PROVINCE

บุษบา โทวรรณา [1]
ประเสริฐ ดำรงชัย [2]

บทคัดย่อ

การศึกษาอิสระครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในร้านยาบุษบาฟาร์มาซี และร้านยาอื่นๆ ในอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อศึกษาหาแนวทางการเพิ่มศักยภาพการบริการเพื่อการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคของร้านยาบุษบาฟาร์มาซี จังหวัดร้อยเอ็ด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้เป็นผู้บริโภคจำนวน 250 คน เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามประยุกต์เชิงสุนทรียสาธก ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 40 ปี ขึ้นไป มาใช้บริการที่ร้านยาเนื่องจากมีอาการเจ็บป่วยเล็กน้อยพร้อมทั้งต้องการคำปรึกษาจากเภสัชกร ปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญสูงสุดในการเลือกใช้บริการจากร้านยา คือ ปัจจัยด้านบุคคล อันหมายถึง การมีเภสัชกรคอยให้คำแนะนำตลอดเวลา และพนักงานขายมีกิริยามารยาท/มนุษยสัมพันธ์ที่ดี ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากต่อการบริการของร้านยาบุษบาฟาร์มาซี โดยเกือบทั้งหมดจะกลับมาใช้บริการซ้ำในครั้งถัดไป พร้อมทั้งจะแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการที่ร้านยาบุษบาฟาร์มาซีด้วย ผู้วิจัยได้จัดทำแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาศักยภาพการให้บริการด้วยการจัดให้มีเภสัชกรตลอดเวลาทำการ พบว่าจากการใช้แผนกลยุทธ์เพียง 15 วัน ทำให้มีจำนวนผู้มาใช้บริการเฉลี่ยต่อวันเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.21-11.06 รวมทั้งมียอดขายเฉลี่ยต่อวันเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.59-**20.37** เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันเมื่อปี 2557 และ 3 เดือนก่อนใช้แผนกลยุทธ์ด้วย

คำสำคัญ: การเพิ่มศักยภาพการให้บริการ ร้านยาบุษบาฟาร์มาซี ร้อยเอ็ด

Abstract

The objectives of the independent study are to identify the marketing influential factors of consumer toward their decision making and to develop the strategic plan to improve service potential of Bussaba Pharmacy and other pharmacies in Roi-Et province. This study employed questionnaire with appreciative inquiry questions to collect data from 250 subjects who were around Bussaba pharmacy. The results showed that most of the subjects were women with 40 years old or above. Most of the subjects came to pharmacy because they believed the disease was not serious. The first ranking factor for electing pharmacy by the subjects was “people” which represented to good services of pharmacist and salesperson. Overall, the subjects were “very satisfied” to the services provided by Bussaba pharmacy. Almost 100% of the subjects would like to visit and purchase services at Bussaba pharmacy again. They would suggest others to purchase services from the pharmacy as well. Moreover, the strategic plan to improve service potential of Bussaba pharmacy was developed and applied. The strategic plan was to schedule a pharmacist to work during office hours of Bussaba pharmacy. After 15 days of using the strategic plan, average number of customers per day was increased by 4.21-11.06%. In addition, average turnover per day was also increased by 4.59-20.37% compared to average turnover per day in the same month of the year 2014 and 3 months before using the strategic plan.

Keywords: The potential service improvement, Bussaba Pharmacy, Roi-Et

[1] *นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น E-mail : tumpharmd@hotmail.com*

[2] *คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น E-mail : prasert@kku.ac.th*

บทนำ

ร้านยาเป็นธุรกิจร้านค้าขนาดเล็กที่เปิดจำหน่ายยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพแก่ผู้บริโภคทั่วไป โดยสามารถจำหน่ายยาทั่วไปและยาตามใบสั่งยาของแพทย์ [1] ร้านยาจัดเป็นหน่วยหนึ่งของระบบสาธารณสุขที่อยู่ใกล้ชิด และเป็นทางเลือกแรกๆ ของประชาชนที่จะใช้บริการเมื่อมีอาการเจ็บป่วยเบื้องต้น นอกเหนือจากการจำหน่ายยาผลิตภัณฑ์สุขภาพ ร้านยายังมีหน้าที่ให้คำแนะนำ การตรวจสอบการใช้ยา การดูแลสุขภาพ ตลอดจนการคัดกรองและส่งต่อผู้ป่วยไปยังแพทย์ตามความเหมาะสม จากสถิติพบว่าประชากร 60%-70% ใช้บริการร้านยาเป็นแห่งแรกเมื่อต้องการที่พึ่งด้านสุขภาพ[2] อย่างไรก็ตามในสภาวะการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงในปัจจุบัน ทุกธุรกิจต่างพยายามใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อที่จะครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาดในธุรกิจนั้นๆ และธุรกิจร้านยาก็เช่นเดียวกัน ทั้งร้านขายยาแบบดั้งเดิม และร้านขายยาแบบลูกโซ่ (Chain Drug Store) ต่างก็พยายามใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจและนำไปสู่การเป็นผู้ครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาด[3]

ในปัจจุบันพบว่าร้านยาในอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ดมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว เพราะเภสัชกรจบใหม่หันมาเปิดร้านยามากขึ้นและมีการขยายตัวของร้านยาแบบลูกโซ่ ทำให้เกิดการแข่งขันกันอย่างสูง อีกทั้งนโยบายของรัฐบาลในการประกันสุขภาพต่างๆ เช่น การประกันสุขภาพ นโยบาย 30 บาทรักษาทุกโรค ผู้ที่เคยใช้บริการร้านยาจึงมีจำนวนลดลง และความต้องการของผู้บริโภคในการเลือกเข้าร้านขายยาในปัจจุบันไม่ได้เป็นเพียงแค่การเข้าไปซื้อยาเท่านั้น แต่ผู้บริโภคยังต้องการคำแนะนำและบริการที่ดีเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุดด้วย[4]

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค ณ ร้านยาบุษบาฟาร์มาซี หรือร้านยาอื่นๆ ในอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด

เพื่อศึกษาถึงผลของการใช้แผนพัฒนาศักยภาพการให้บริการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ณ ร้านยาบุษบาฟาร์มาซี จังหวัดร้อยเอ็ด

วิธีดำเนินการศึกษา

เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพควบคู่กับการศึกษาเชิงปฏิบัติการ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าด้วยการใช้แบบสอบถามตามหลักทฤษฎีสุนทรียสาธก (Appreciative Inquiry) แล้วทำการวิเคราะห์หาปัจจัยหลักที่ส่งเสริมให้ผู้บริโภคมาใช้บริการที่ร้านยาบุษบาฟาร์มาซี หรือร้านยาอื่นๆ ใน อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด แล้วนำเอาผลที่ได้มาจัดทำเป็นแผนกลยุทธ์เพื่อใช้พัฒนาศักยภาพการให้บริการให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ณ ร้านยาบุษบาฟาร์มาซี จังหวัดร้อยเอ็ด ระหว่างวันที่ 1-15 กรกฎาคม 2558

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ค่าสถิติที่ใช้ ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ความถี่ (Frequency) และค่าเฉลี่ย (Mean) ทดสอบความแตกต่างทางสถิติระหว่างกลุ่มด้วย Independent t-test การวัดระดับความสำคัญของปัจจัยจะใช้มาตราวัดของ ลิคเคิร์ท (Likert's Scale)

เกณฑ์ในการให้คะแนนของแบบสอบถามในส่วนของความสำคัญและความพอใจเกี่ยวกับการเลือกร้านขายยาใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีของ Likert แบ่งเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ดังต่อไปนี้

ผลคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยโดยคะแนนเฉลี่ยที่ได้นำมาแปลความหมายตามเกณฑ์ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ผลต่อการตัดสินใจ, ระดับความพอใจ
4.50-5.00	มากที่สุด
3.50-4.49	มาก
2.50-3.49	ปานกลาง
1.50-2.49	น้อย
1.00-1.49	น้อยที่สุด

ผลการศึกษา

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค ณ ร้านยาบุษบาฟาร์มาซี จ.ร้อยเอ็ด ดังตารางที่ 1

จำนวนผู้มาใช้บริการในช่วงก่อนและหลังจากใช้แผนกลยุทธ์เพื่อเพิ่มศักยภาพการให้บริการของร้านยาบุษบาฟาร์มาซี จังหวัดร้อยเอ็ด ดังตารางที่ 2

ยอดขายในช่วงก่อนและหลังจากใช้แผนกลยุทธ์เพื่อเพิ่มศักยภาพการให้บริการของร้านยาบุษบาฟาร์มาซี จังหวัดร้อยเอ็ด ดังตารางที่ 3

สรุป

การศึกษาเรื่อง การเพิ่มศักยภาพการให้บริการของร้านยาบุษบาฟาร์มาซี จังหวัดร้อยเอ็ด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค และผลของการใช้แผนพัฒนาศักยภาพการให้บริการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ณ ร้านยาบุษบาฟาร์มาซี อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด ดำเนินการศึกษาจากผู้บริโภคจำนวน 250 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลัก หลังจากรวบรวมข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามครบแล้วจึงนำมาวิเคราะห์และจัดทำแผนกลยุทธ์ที่ตอบโจทย์ปัญหาของร้านยาบุษบาฟาร์มาซี เพื่อนำไปพัฒนาศักยภาพการบริการของร้านยาต่อไป สามารถสรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะได้ดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษาสามารถแบ่งออกเป็น 4 ส่วนใหญ่ๆ ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษา พบว่าจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 250 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 40 ปีขึ้นไป กว่าครึ่งหนึ่งมีการศึกษาสูงสุดไม่เกินมัธยมศึกษา/ปวช./หรือเทียบเท่า ประกอบอาชีพโดยการเป็นเจ้าของกิจการส่วนตัว มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท มีสถานภาพสมรส ซึ่งส่วนใหญ่ไม่ได้เป็นสมาชิกร้านยาใดๆ เกือบครึ่งหนึ่งของผู้ตอบแบบสอบถามนิยมมาใช้บริการร้านยาย่านตลาดสด โดยในช่วงเดือนที่ผ่านมาได้ใช้บริการ 3 ครั้งขึ้นไป และส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อ 1 ครั้ง เท่ากับ 101-300 บาท

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการของของผู้บริโภคในร้านยา

สาเหตุการมาใช้บริการ แหล่งข้อมูล และการค้นหาข้อมูลก่อนเลือกร้านยา

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาใช้บริการที่ร้านยาเนื่องจากมีอาการเจ็บป่วยเพียงเล็กน้อยและยังไม่ต้องการพบแพทย์ พร้อมทั้งต้องการคำปรึกษาจากเภสัชกรที่ร้านยา ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้ค้นหา

ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องการมีเภสัชกรประจำร้านตลอดเวลาก่อนไปใช้บริการที่ร้านยา โดยพิจารณาปัจจัยด้านราคาของสินค้าเป็นประเด็นรอง โดยแหล่งข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ประกอบการตัดสินใจมาจากคนใกล้ชิดที่เป็นเพื่อนบ้าน/เพื่อนที่ทำงาน หรือ คนรู้จักที่เคยเข้าร้านยา รวมทั้งคำแนะนำมาจากบุคลากรทางการแพทย์ด้วย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้บริโภคใช้ประเมินเพื่อเลือกใช้บริการร้านยา ปัจจัยด้านบุคคล มีค่าเฉลี่ยความสำคัญระดับมากที่สุด (4.54 คะแนน)

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัญหาจากการใช้บริการและข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม

หนึ่งในสามของผู้ตอบแบบสอบถามเห็นตรงกันว่าปัญหาที่พบบ่อยในการใช้บริการของทางร้านยา คือ ไม่ทราบราคาสินค้าก่อนตัดสินใจเลือกซื้อ และ ไม่มีที่จอดรถ รวมทั้งมีข้อเสนอแนะให้ทางร้านยาเพิ่มที่จอดรถสำหรับผู้มารับบริการของทางร้านด้วย อย่างไรก็ตามผู้ตอบแบบสอบถามส่วนหนึ่งยังได้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้บริการของทางร้านยาว่าให้ความรู้อย่างละเอียดและมีเภสัชกรอยู่ตลอดเวลา

ส่วนที่ 4 ผลจากการนำแผนกลยุทธ์มาใช้เพิ่มศักยภาพการให้บริการของร้านยาบุษบาฟาร์มาซี

การจัดให้มีเภสัชกรปฏิบัติการตลอดเวลาเปิดทำการ อันเป็นแผนกลยุทธ์ในการพัฒนาศักยภาพการให้บริการของร้านยาบุษบาฟาร์มาซี ที่ได้ทดลองใช้ในระยะเวลา 15 วัน ของเดือนกรกฎาคม 2558 พบว่าจำนวนผู้มารับบริการในช่วงใช้แผนกลยุทธ์มีจำนวนมากกว่าช่วงเวลาเดียวกันในปี 2557 รวมทั้งมากกว่า 3 เดือนก่อนใช้แผนกลยุทธ์ ร้อยละ 4.21-11.06 และยอดขายสูงกว่าเดือนต่างๆ ที่นำมาเปรียบเทียบประมาณ ร้อยละ 4.59-20.37

ข้อเสนอแนะ

ข้อค้นพบที่สำคัญจากการศึกษานี้ คือ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลมากที่สุด เมื่อต้องการเลือกใช้บริการจากร้านยาใดๆ ก็ตาม อันหมายถึง ร้านยานั้นต้องมีเภสัชกรคอยให้คำแนะนำตลอดเวลาทำการ รวมทั้งมีพนักงานช่วยขายที่มีกิริยามารยาท/มนุษยสัมพันธ์ที่ดีด้วย ซึ่งในการศึกษานี้ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคคลเป็นอันดับ 1 จึงสะท้อนให้ทราบว่าการดำเนินธุรกิจร้านยาในปัจจุบันผู้บริโภคไม่ได้ให้ความสนใจในเรื่องราคาสินค้าและทำเลที่ตั้งของร้านยาแต่เพียงอย่างเดียวเหมือนดังที่เข้าใจกันโดยทั่วไป ผู้วิจัยจึงเสนอแนะให้ผู้ดำเนินธุรกิจร้านยาทุกรายมีการจัดจ้างเภสัชกรปฏิบัติการตลอดเวลาทำการเพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน และยังส่งผลให้จำนวนลูกค้าและยอดขายเพิ่มขึ้นด้วย

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจาก รศ.ประเสริฐ ดำรงชัย ที่ได้ช่วยเหลือให้คำแนะนำ และตรวจทางแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนการค้นคว้าอิสระนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ขอบขอบคุณ เภสัชกร จารึก และเภสัชกรหญิง กุสุมา ที่มาช่วยเติมเต็มงานบริการร้านยาบุษบาฟาร์มาซี จังหวัดร้อยเอ็ด ให้มีศักยภาพในการบริการได้อย่างทั่วถึง และร่วมด้วยช่วยกันดูแลประชาชนที่มารับบริการอย่างมีไมตรีจิตร ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

[1] นฤมิตร ภูษา. (2540). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกร้านขายยาแผนปัจจุบันของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

[2] ปริณดา โตสิตารัตน์. (2552). **กระบวนการพัฒนาร้านยาคุณภาพของโครงการพัฒนาและรับรองคุณภาพร้านยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

[3] ชนปภพ ปั้นทอง. (2551). **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านขายยาฟาสซิโนในอำเภอเมืองเชียงใหม่**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

[4] มยุรฉัตร จิวาลักษณ์. (2552). **กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในการเลือกร้านขายยาในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

ตารางที่ 1 แสดงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค ณ ร้านยาบุษบาฟาร์มาซี จ.ร้อยเอ็ด

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค	คะแนนเฉลี่ย	การแปลผลการให้ระดับความสำคัญ
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.75	มาก
ปัจจัยด้านราคา	3.69	มาก
ปัจจัยด้านสถานที่	3.9	มาก
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.58	มาก
ปัจจัยด้านบุคคล	4.54	มากที่สุด
ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	4.25	มาก
ปัจจัยด้านกระบวนการ	4.23	มาก

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนผู้มาใช้บริการในช่วงก่อนและหลังจากใช้แผนกลยุทธ์เพื่อเพิ่มศักยภาพการให้บริการ

เดือน/พ.ศ.	ก.ค. 2557	เม.ย. 2558*	พ.ค. 2558	มิ.ย.2558	ก.ค. 2558
จำนวนผู้มาใช้บริการรวม 15 วัน (คน)	1,004	856	1,070	1,052	1,115
จำนวนผู้มาใช้บริการเฉลี่ยต่อวัน (คน)	67	71	71	70	74
จำนวนผู้มาใช้บริการเฉลี่ยต่อวัน เทียบกับเดือน ก.ค. 2558 (%)	**11.06**	**4.21**	**4.21**	**5.99**	**0.00**

*ข้อมูลเดือนเมษายน มีเพียง 12 วันทำการ เนื่องจากเปิดบริการตั้งแต่วันที่ 1 ถึง 12 เมษายน และปิดเทศกาลสงกรานต์วันที่ 13 ถึง 15 เมษายน 2558

ตารางที่ 3 แสดงยอดขายในช่วงก่อนและหลังจากใช้แผนกลยุทธ์เพื่อเพิ่มศักยภาพการให้บริการ

เดือน/พ.ศ.	ก.ค. 2557	เม.ย. 2558*	พ.ค. 2558	มิ.ย.2558	ก.ค. 2558
ยอดขายรวม 15 วัน (บาท)	161,779	138,531	150,460	152,954	181,116
ยอดขายเฉลี่ยต่อวัน (บาท)	10,785	11,544	10,031	10,197	12,074
ยอดขายเฉลี่ยต่อวันเทียบกับเดือน ก.ค. 2558 (%)	11.95	4.59	20.37	18.41	0.00

*ข้อมูลเดือนเมษายน มีเพียง 12 วันทำการ เนื่องจากเปิดบริการตั้งแต่วันที่ 1 ถึง 12 เมษายน และปิดเทศกาลสงกรานต์วันที่ 13 ถึง 15 เมษายน 2558