

แนวทางการพัฒนาร้านขายยาอัครชัยโฮส อำเภอกอสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม
DEVELOPMENT GUIDELINES FOR AKARACHAIO-SOT DRUGSTORE
KOSUMPISAI DISTRICT MAHASARAKHAM PROVINCE

อัศวิน อัครวรรณ¹
 นवलฉวี แสงชัย²

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อยาของผู้บริโภคที่มาใช้บริการ ร้านขายยาอัครชัยโฮส 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ของผู้มาใช้บริการร้านขายยาอัครชัยโฮส อำเภอกอสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม 3) เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาร้านขายยาอัครชัยโฮส โดยทำการเก็บรวบรวมจากข้อมูลแบบสอบถามผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการร้านขายยาอัครชัยโฮส จำนวน 400 ชุด วิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขัน การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและภาวะคุกคาม จากผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคเลือกตัวท่านเองเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อยา (ร้อยละ 55.25) ไม่มีร้านขายยาประจำในการเลือกใช้บริการ (ร้อยละ 69.25) ผู้บริโภคเลือกใช้บริการจากทำเลที่ตั้ง (ร้อยละ 71.00) ต้องการให้ร้านขายยาอัครชัยโฮสพัฒนาร้านในด้านการบริการลูกค้า (ร้อยละ 60.25) ซื้อยาในช่วงกลางวัน 14.01 – 18.00น. (ร้อยละ 54.25) ใช้เวลาการซื้อยาในแต่ละครั้ง 5-10 นาที (ร้อยละ 43.75) ซื้อยารักษาโรคมากที่สุด (ร้อยละ 76.50) ซื้อยาในประเภทยาแก้ปวดลดไข้ (ร้อยละ 48.75) ในอนาคตมีแนวโน้มกลับมาซื้อซ้ำ (ร้อยละ 84.50) รู้จักร้านอัครชัยโฮสจากคนในครอบครัว (ร้อยละ 59.50) เรียงลำดับคะแนนความพึงพอใจจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านบุคลากร รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านการส่งเสริมทางการตลาด ตามลำดับ จากผลการศึกษาได้แนวทางการพัฒนาร้านขายยาอัครชัยโฮส จำนวน 4 แนวทาง

คำสำคัญ: แนวทางการพัฒนา ความพึงพอใจ

Abstract

The objectives of this study were 1) to study customers' drug purchasing behavior of Akkarachaio-sot Drugstore 2) To study the customer satisfaction to the marketing mix of Akkarachaio-sot Pharmacy, Kosumpisai district, Maharakham province 3) to create developing guidelines for Akkarachaio-sot Drugstore. The instrument was 400 questionnaires about the customers of Akkarachaio-sot Drugstore to search for competitive environment, strength-weakness and opportunity-threat. The findings revealed that 1) 55.25% of customers chose their own self as an influencer to purchase drugs, 2) 69.25% of customers has no regular drugstore to purchase drugs, 3) 71% of customers chose drugstore by location, 4) 60.25% of costumers needed customer service of Akkarachaio-sot Drugstore to be improved, 5) 54.25% of customers purchased drugs during 14.01 – 18.00, 6) 43.75% of customers took 5 – 10 minutes to purchase drugs, 7) 76.50% of customers purchased medicine, 8) 48.75% of customers purchased analgesic and antipyretic medicine, 9) 84.50% of customers showed tendency of returning to Akkarachaio-sot Drugstore and; 10) 59.50% of customers knew Akkarachaio-sot Drugstore from family members. The satisfaction scores, which had been sorted from the most to the least, were staff, product, price, distribution channel, customer service, physical factor and promotional marketing. The data from the study was used to create 4 developing guidelines.

Keywords: Developing Guidelines, Satisfaction

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
 0812632818 E-mail: aussawin_no.8@hotmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทนำ

ร้านขายยาเป็นธุรกิจที่จำหน่ายยา รวมไปถึงผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพและเป็นทางเลือกในการรักษารูปแบบหนึ่งของประชาชนที่จะเลือกใช้บริการเมื่อเกิดการเจ็บป่วยในเบื้องต้นซึ่งนอกเหนือจากการจำหน่ายยา ร้านขายยายังทำหน้าที่ในการให้คำแนะนำดูแลสุขภาพให้กับผู้ที่เข้ามาใช้บริการเพื่อให้ผู้ที่เข้ามาใช้บริการสามารถรู้วิธีการรักษาอาการเบื้องต้น

แนวโน้มธุรกิจร้านขายยาปี 2559 ศูนย์วิจัยกิจการไทย[1] (2558) มองว่า ความต้องการบริโภคยาของผู้บริโภคยังคงเพิ่มขึ้นสอดคล้องไปกับพฤติกรรมกรมการดูแลสุขภาพของผู้บริโภคที่มากขึ้น ดังภาพที่ 1 ในขณะที่ภาวะเศรษฐกิจที่ยังคงชะลอตัวนั้น อาจจะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมเลือกซื้อยาจากร้านขายยาของคนไข้ในบางกลุ่ม เช่น คนไข้อาจจะเลือกใช้สิทธิประกันสังคม หรือประกันสุขภาพถ้วนหน้า (บัตรทอง) แทนการซื้อยารจากร้านขายยามา รับประทานเอง แต่ถึงอย่างไรก็ตาม หากคนไข้มีอาการเจ็บป่วยเบื้องต้น ที่มีอาการไม่ได้อารมณ์รุนแรงมาก เช่น ไข้หวัด ปวดศีรษะ ท้องเสีย ท้องผูก ประกอบกับในกรณีที่คนไข้เลือกใช้สิทธิประกันสังคม หรือบัตรทอง อาจจะต้องเสียเวลาและเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทาง รวมถึงอาจจะต้องใช้เวลาในการรอพบแพทย์ ดังนั้น คนไข้ก็ยังยังคงเลือกซื้อยาจากร้านขายยามารับประทานเอง เพราะถึงแม้ว่าคนไข้จะต้องเสียค่ายาเอง แต่ก็อาจจะคุ้มค่าและสะดวกกว่าเมื่อเทียบกับค่าเดินทาง และเวลาที่เสียไป ทั้งนี้จะเห็นว่าสัดส่วน ค่าใช้จ่ายในการซื้อยาและเวชภัณฑ์ต่างๆ ของครัวเรือนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นสะท้อนให้เห็นว่าเมื่อประชาชนมีอาการเจ็บป่วยเบื้องต้น และสามารถดูแลตนเองได้ก็เลือกที่จะหาซื้อยามารับประทานเองแทนการไปพบแพทย์ธุรกิจร้านขายยาน่าจะยังคงมีแนวโน้มขยายตัวจากความต้องการของตลาดที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้การแข่งขันของธุรกิจร้านขายยาก็น่าจะมีทิศทางที่รุนแรงขึ้นเพื่อให้ทันสมัยและสอดคล้องกับความเป็นสากลธุรกิจร้านขายยาก็คงจะมีการพัฒนาปรับตัวด้วยเช่นกัน เพื่อให้ธุรกิจสามารถแข่งขันได้

ร้านขายยาอัครชัยโฮสเทล เริ่มเปิดดำเนินกิจการในปี พ.ศ. 2528 และได้ทำการขออนุญาตขึ้นทะเบียนเป็นร้านขายยาแผนปัจจุบันชั้นหนึ่ง (ขย.1) จำหน่ายยาแผนปัจจุบัน ยาแผนโบราณบรรจุเสร็จ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และวิตามินบำรุงร่างกาย ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม รักษาสิวและฝ้า ผลิตภัณฑ์ช่วยในการลดน้ำหนัก ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทย เช่น ฟ้าทะลายโจร ขมิ้นชัน กระชายดำ เปิดทำการทุกวันไม่มีวันหยุดโดยเปิดให้บริการเวลา 07.00 – 19.00 น. ทำการบริหารจัดการภายในร้านต่างๆโดยเจ้าของกิจการและครอบครัว จากการสำรวจร้านขายยาในเขตพื้นที่เทศบาลตำบลหัวขวาง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม พบว่า มีร้านขายยาอยู่จำนวน 6 ร้าน ซึ่งแต่ละร้านก็จะมีรูปแบบร้านที่แตกต่างกันไป ส่งผลให้มีการแข่งขันที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ ทางร้านอัครชัยโฮสเทลได้เห็นความสำคัญของปัญหา จึงได้มีแนวคิดที่จะทำการพัฒนาร้านขายยาอัครชัยโฮสเทลให้เป็นร้านขายยาที่มีความทันสมัย เพื่อรักษาลูกค้าเก่า และเป็นร้านขายยาที่น่าเชื่อถือต่อไปจึงทำให้ผู้ศึกษาต้องการที่จะแก้ไขปัญหารวมทั้งหาแนวทางในการพัฒนาร้านขายยาอัครชัยโฮสเทล โดยผู้ศึกษาจะทำการศึกษาพฤติกรรมเลือกซื้อยาและความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคต่อร้านขายยาอัครชัยโฮสเทล อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม เพื่อที่จะใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาร้านขายยาอัครชัยโฮสเทลต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาพฤติกรรมเลือกซื้อยาของผู้บริโภค ที่มาใช้บริการร้านขายยาอัครชัยโฮสเทล อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด ของผู้มาใช้บริการร้านขายยาอัครชัยโฮสเทล อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาร้านขายยาอัครชัยโฮสเทล อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

วิธีดำเนินงาน

แนวทางการพัฒนาร้านขายยาอัครชัยโฮสเทล อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ในรูปแบบของการวิจัยแบบสำรวจ โดยสำรวจพฤติกรรมในการเลือกซื้อยาและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มาใช้บริการร้านขายยาอัครชัยโฮสเทล ซึ่งมีวิธีการดังนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถามที่ได้มีการจัดเตรียมไว้ล่วงหน้า โดยแบบสอบถามที่ใช้จะเป็นแบบสอบถามสำหรับผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการร้านขายยาอัครชัยโฮสเทล อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม วิธีการรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสำรวจ โดยการใช้แบบสอบถามทำการสอบถามกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก โดยเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาใช้บริการร้านขายยาอัครชัยโฮสเทล อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

ศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมจากหนังสือ วารสาร สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ นำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ พฤติกรรมผู้บริโภค ความพึงพอใจของลูกค้า ทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix 7Ps) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมการแข่งขัน การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ภาวะคุกคาม ข้อมูลองค์กร รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล จะนำเสนอข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/ PC FOR WINDOWS VERSION 19 โดยใช้ค่าสถิติดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการร้านขายยาอัครชัยโฮสเทล อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการร้านขายยาอัครชัยโฮสเทล ส่วนผสมทางการตลาด ทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการจัดระดับความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัย ส่วนผสมทางการตลาดบริการ โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับตามหลักการของไลเคอร์ท (Likert) [2] ซึ่งได้กำหนดน้ำหนักระดับคะแนน ดังนี้

ระดับความพึงพอใจ	5	หมายถึง	มีความพึงพอใจมากที่สุด
ระดับความพึงพอใจ	4	หมายถึง	มีความพึงพอใจมาก
ระดับความพึงพอใจ	3	หมายถึง	มีความพึงพอใจปานกลาง
ระดับความพึงพอใจ	2	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อย
ระดับความพึงพอใจ	1	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

สำหรับการแปลความหมายผลการศึกษา โดยค่าเฉลี่ย (Mean) ยึดแนวทาง ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.21 - 5.00	หมายถึง	มีระดับพึงพอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41 - 4.20	หมายถึง	มีระดับพึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ย	2.61 - 3.40	หมายถึง	มีระดับพึงพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81 - 2.60	หมายถึง	มีระดับพึงพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 - 1.80	หมายถึง	มีระดับพึงพอใจน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 วิเคราะห์สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรม (Five Force Model) และวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของร้านขายยาอัครชัยโฮสเทล โดยใช้เทคนิค SWOT Analysis เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภาวะคุกคาม

ผลการวิจัย

จากการศึกษา ผลการศึกษาแบ่งออกดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง (ร้อยละ 61.00) มีอายุระหว่าง 26 - 35 ปี (ร้อยละ 38.25) การศึกษาระดับ ปวส. หรือ อนุปริญญา (ร้อยละ 42.75) อาชีพธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 27.25) และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 - 10,000บาท (ร้อยละ 36.60)

2. สรุปพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกตัดสินใจซื้อยา

พฤติกรรมผู้บริโภค[3] ที่มาใช้บริการร้านขายยาอัครชัยโฮสเทล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกตัวท่านเองเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อยา (ร้อยละ 55.25) รองลงมาเป็นสมาชิกครอบครัว (ร้อยละ 31.25) ไม่มีร้านประจำในการเลือกใช้บริการและการเลือกซื้อยา (ร้อยละ 69.25) มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการจากทำเลที่ตั้ง (ร้อยละ 71.00) ต้องการให้ร้านอัครชัยโฮสเทลพัฒนาร้านในด้าน การบริการลูกค้า (ร้อยละ 60.25) เลือกซื้อยาในช่วงเวลา 14.01 - 18.00น. (ร้อยละ 54.25) ใช้เวลาโดยเฉลี่ยในการซื้อยาแต่ละครั้ง 5 - 10 นาที (ร้อยละ 43.75) ซื้อยารักษาโรคมามากที่สุด (ร้อยละ 76.50) ซื้อกลุ่มประเภทยาแก้ปวดลดไข้ (ร้อยละ 48.75) ในอนาคตมีแนวโน้มพฤติกรรมซื้อซ้ำ (ร้อยละ 84.50) รู้จักร้านขายยาอัครชัยโฮสเทลจากคนในครอบครัว (ร้อยละ 59.50)

3. ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการร้านขายยาอัครชัยโฮสเทล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด[4] มีรายละเอียดรายข้อในแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ มีฉลากและการให้คำแนะนำเกี่ยวกับยาและผลิตภัณฑ์ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านราคา ได้แก่ ราคาเหมาะสม มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ ทำเลที่ตั้งร้านสะดวกในการเข้ารับบริการ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การให้ส่วนลดแก่ลูกค้าตามความเหมาะสม มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ด้านบุคลากร ได้แก่ มนุษย์สัมพันธ์ที่ดี มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ การทักทายและต้อนรับเมื่อเดินเข้าร้าน มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ด้านลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ ป้ายชื่อร้านมองเห็นชัดเจน มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

4. สรุปผลแนวทางการพัฒนาร้านขายยาอัครชัยโฮสเทล อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม

แนวทางการพัฒนาร้านขายยาอัครชัยโฮสเทล อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม มีจำนวน 4 แนวทาง ประกอบด้วย

แนวทางที่ 1 สุขภาพดี มีความสุข เพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิมให้มีความพึงพอใจในการใช้บริการ และเกิดความจงรักภักดีกับทางร้านโดยดำเนินการจัดซื้อเครื่องวัดความดัน เครื่องวัดส่วนสูง และเครื่องชั่งน้ำหนักที่สามารถวัดมวลไขมัน ไว้คอยให้บริการแก่ลูกค้าที่มีความประสงค์ที่จะใช้บริการโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย

แนวทางที่ 2 จัดรูปแบบร้านใหม่ ให้ถูกใจผู้ชายและผู้ซื้อ เพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิม และเพิ่มเติมกลุ่มลูกค้าใหม่โดยดำเนินการทำการออกแบบรูปแบบร้าน และการวางของผลิตภัณฑ์รวมถึงสิ่งตู้โชว์สินค้าใหม่ เพื่อจะทำให้ร้านดูมีความทันสมัยและดูน่าเข้าใช้บริการมากขึ้น

แนวทางที่ 3 มีเภสัชกรอยู่ประจำ นำรายได้สู่ร้านเรา เพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิม และเพิ่มเติมกลุ่มลูกค้าใหม่ โดยดำเนินการจัดตั้งเภสัชกรให้อยู่ประจำร้าน คอยให้คำปรึกษาคำชี้แนะในเรื่องของการใช้ยาหรือผลิตภัณฑ์อื่นที่อยู่ภายในร้าน

แนวทางที่ 4 ปรับปรุงที่จอดรถเพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าที่นำรถยนต์เข้ามาใช้บริการร้านขายยาอัครชัยโอสด โดยดำเนินการทำการปรับสภาพพื้นผิวบริเวณด้านข้างของร้านขายยาอัครชัยโอสดให้ผิวเรียบสามารถทำการจอดรถยนต์ได้ 1 - 2 คัน

สรุปผล

จากผลการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาร้านขายยาอัครชัยโอสด อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26 - 35 ปี มีการศึกษาระดับปวส. หรืออนุปริญญา ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000 - 10,000 บาท ด้านพฤติกรรมการซื้อยาที่ใช้บริการร้านขายยาอัครชัยโอสด พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกตัวท่านเองเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อยา ไม่มีร้านประจำในการเลือกใช้บริการและการเลือกซื้อยา มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการจากทำเลที่ตั้ง ต้องการให้ร้านอัครชัยโอสดพัฒนาร้านในด้านการบริการลูกค้า เลือกซื้อยาในช่วงเวลา 14.01 - 18.00น. ใช้เวลาโดยเฉลี่ยในการซื้อยาแต่ละครั้ง 5 - 10 นาที ซื้อยารักษาโรคมามากที่สุด ซื้อกลุ่มประเภทยาแก้ปวดลดไข้ ในอนาคตมีแนวโน้มพฤติกรรมซื้อซ้ำ และรู้จักร้านขายยาอัครชัยโอสดจากคนในครอบครัว โดยข้อมูลระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาด ที่มาใช้บริการร้านขายยาอัครชัยโอสด และเมื่อนำมาวิเคราะห์และประมวลผลผลสามารถได้ แนวทางพัฒนาร้านขายยาอัครชัยโอสด 4 แนวทาง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับร้านขายยาอัครชัยโอสด

ทางร้านขายยาอัครชัยควรมีการเก็บฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อเป็นฐานข้อมูลในการที่จะประชาสัมพันธ์หรือรับส่วนลดสำหรับลูกค้าเก่า รวมถึงการมีเอกสารแผ่นพับหรือบอร์ดสำหรับข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาคั้งต่อไป

ควรศึกษาความต้องการในใช้บริการหรือผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคในพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อจะได้รับทราบถึงข้อมูลความต้องการของผู้บริโภคในพื้นที่อื่นๆ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการทำธุรกิจร้านขายยาในการแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดในธุรกิจร้านขายยา

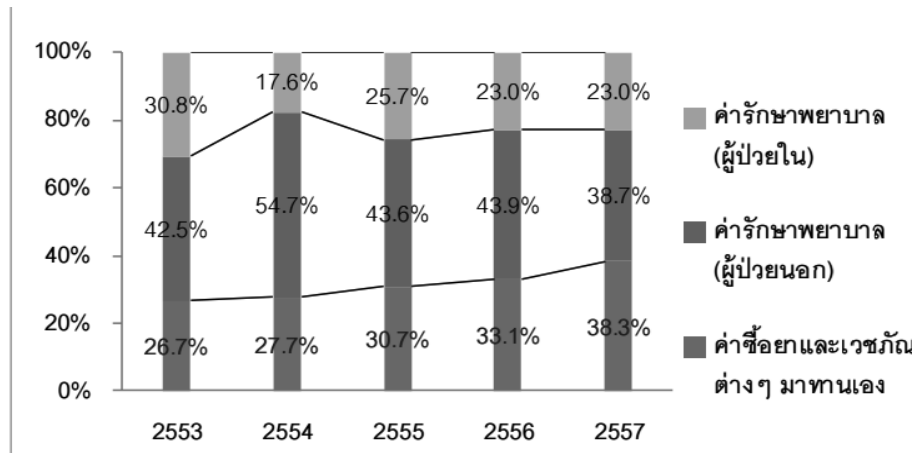
กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษานี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาอย่างยิ่งจากอาจารย์ที่ปรึกษา ผศ.ดร. นวลฉวี แสงชัย อาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งเป็นผู้ให้ความรู้ให้คำปรึกษา และคำแนะนำต่อการศึกษาค้นคว้า ตลอดจนตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดีมาโดยตลอด จนทำให้การศึกษานี้สำเร็จสมบูรณ์

ขอกราบขอบพระคุณบิดามารดา ผู้ซึ่งให้กำเนิด อบรมเลี้ยงดู ให้กำลังใจ และให้การสนับสนุนผู้ศึกษามาเป็นอย่างดีโดยตลอด จนทำให้ผู้ศึกษามีวันนี้ได้

เอกสารอ้างอิง

- [1] กุณชาติ รื่นรมย์. (2551).การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [2] ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2558). **ธุรกิจร้านยา**. ค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2559, จาก <http://thaipublica.org/wp-content/uploads/2016/06/%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%A1%E0%B8%B2%E0%B8%93%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%98%E0%B8%B8%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%82%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B8%A2%E0%B8%B2.pdf>.
- [3] Kotler, Philip,& Armstrong, Gary. (2010). **Principles of Marketing**. 13th ed. Boston: Pearson Education.
- [4] Kotler, Philip& Keller, Kevin Lane. (2012). **Marketing Management**. 14th ed. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall International.



ภาพที่ 1 สัดส่วนค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับเวชภัณฑ์และค่ารักษาเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน