

พฤติกรรมกรซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว

อานนท์ ศรีพงษ์

ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการบริหารทั่วไป

วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

มิถุนายน 2556

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

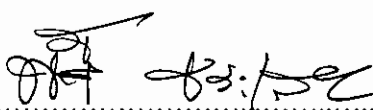
คณะกรรมการอาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษทางการบริหารและคณะกรรมการควบคุม
มาตรฐานวิชาปัญหาพิเศษทางการบริหาร ได้พิจารณาปัญหาพิเศษของ อานนท์ ศรีพงษ์ ฉบับนี้
แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตร
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษทางการบริหาร

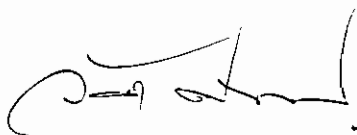


.....
(อาจารย์ชิตพล ชัยมะดัน)

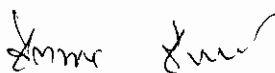
คณะกรรมการควบคุมมาตรฐานปัญหาพิเศษทางการบริหาร



..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิชัย ธารเสนา)



..... กรรมการ
(ดร. วัตถก ศัพท์พันธุ์)



..... กรรมการและเลขานุการ
(อาจารย์ชิตพล ชัยมะดัน)

วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจอนุมัติให้รับปัญหาพิเศษฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป ของมหาวิทยาลัยบูรพา



..... คณบดีวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิชัย ธารเสนา)

วันที่ 20 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2556

ประกาศคุณูปการ

ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาอย่างสูงของอาจารย์จิตพล ชัยมะดัน อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษขอกราบขอบพระคุณที่ท่านอาจารย์คอยให้คำปรึกษาและให้ข้อเสนอแนะ อีกทั้งยังมีความเมตตาในการช่วยเหลือด้านต่าง ๆ ตลอดจนเสียสละเวลาอันมีค่าในการแก้ไขปรับปรุงตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินการจนสำเร็จ ทำให้ปัญหาพิเศษฉบับนี้มีความสมบูรณ์ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์ด้วยความซาบซึ้งความเคารพอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณในความอนุเคราะห์ของ ผศ.ดร.พัชนี ธรเสนา และอาจารย์ ดร.วัลลภ ศัพท์พันธุ์ กรรมการควบคุมปัญหาพิเศษที่ให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ ตลอดจนการแก้ไขปรับปรุงให้ปัญหาพิเศษ ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่าน ในสาขาการบริหารทั่วไป รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตสระแก้ว และคณาจารย์ในสาขารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิตทุกท่านที่ได้อบรมสั่งสอน ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ที่เป็นประโยชน์ยิ่งแก่ผู้วิจัย

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณสุธี วรรณ สาธารณสุข (ชำนาญการ) จังหวัดสระแก้ว ที่ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ที่ได้กรุณาสละเวลาเพื่อให้ข้อมูลในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณพัชรินทร์ ผิวนิล ที่ให้คอยความช่วยเหลือและเสียสละเวลาในการทำวิจัยครั้งนี้ คุณค่าและประโยชน์ที่พึงได้จากปัญหาพิเศษฉบับนี้ผู้วิจัยขอมอบเป็นบุญแก่พู่พกาภิ ผู้คอยเป็นกำลังใจ ครู อาจารย์ที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้มาแต่เยาว์วัย ตลอดจนมิตรสหายที่คอยให้กำลังใจเสมอมา

อานนท์ ศรีพงษ์

54930248: สาขาวิชา: การบริหารทั่วไป; รป.ม. (การบริหารทั่วไป)

คำสำคัญ: พฤติกรรมผู้บริโภค/ ร้านขายยา/ ยา/ การตัดสินใจซื้อ

อานนท์ ศรีพงษ์: พฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว (MEDICINE PURCHASING BEHAVIOR OF COMSUMERS AT THE DRUGSTORES IN WANG SOMBUN DISTRICT, SA KAEO PROVINCE) อาจารย์ผู้ควบคุม ปัญหาพิเศษ: ชิตพล ชัยมะดัน, ศศ.ม. 134 หน้า. ปี พ.ศ. 2556.

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว” มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว (2) เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว (3) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภค กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่ซื้อยาจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์จังหวัดสระแก้ว จำนวน 400 คน ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ สถิติไค-สแควร์

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ในด้านพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยา พบว่า ผู้มีอิทธิพลมากที่สุด ได้แก่ ตนเอง โดยมีการซื้ออยู่ในช่วงเวลา 06.01-10.00 น. เวลาโดยเฉลี่ยที่ซื้อ น้อยกว่า 10 นาที กลุ่มยาที่ซื้อมากที่สุด ได้แก่ ยารักษาโรค ประเภทยาแก้ปวดลดไข้และมีพฤติกรรมการซื้อซ้ำ ผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ .05 พบว่า 1) อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อยาในแต่ละครั้งมากที่สุด ช่วงเวลาซื้อยาจากร้านขายยาบ่อยที่สุด เวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยาในแต่ละครั้ง สินค้าที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด กลุ่มประเภทยาที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด แนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาของจากร้านขายยา 2) ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ในด้านสถานที่ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อยาในแต่ละครั้งของมากที่สุด ช่วงเวลาซื้อยาจากร้านขายยาบ่อยที่สุด เวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยาในแต่ละครั้ง สินค้าที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด กลุ่มประเภทยาที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด แนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาของจากร้านขายยา

54930248: MAJOR: GENERAL ADMINISTRATION; M.PA. (GENERAL ADMINISTRATION)

KEYWORDS: CONSUMER BEHAVIOR/ DRUGSTORE/ MEDICINE/ PURCHASING DECISION

ANON SRIPONG: MEDICINE PURCHASING BEHAVIOR OF COMSUMERS AT THE DRUGSTORES IN WANG SOMBUN DISTRICT, SA KAEO PROVINCE. ADVISOR: CHITTAPOL CHAIMADAN, M.A., 134 P., 2013.

This study aims 1) to examine medicine purchasing behavior of consumers at the drugstores in Wang Sombun District, Sa Kaeo Province, 2) to explore marketing mix having impact on medicine purchasing behavior, and 3) to compare purchasing behavior of the consumers in the studied area. The samples are consisted of 400 consumers. Questionnaire is used as data collecting tool, and statistics used for data analysis are percentage, mean, standard deviation, and Chi-square.

The findings show that the majority of the samples make decision for purchasing the medicine by themselves. The time range of the day for purchasing the medicine is 06.01-10.00 am. The time spent at the drugstore is less than 10 minutes. The most frequently purchased medicine is those in group of pain killer and fever reducer, and the consumers recur purchasing from the same drugstore.

The hypothesis test at statistical significance of .05 shows the results as follow.

1) The factors of age, educational level, occupation, and salary have impact on medicine purchasing behavior the most in terms of influential person, time range of the day, average time spent at the drugstore, purchased product, and type of medicine purchased, respectively. 2) For the marketing mix, the element of place has impact, the most, on influential person, time range of the day, average time spent at the drugstore, purchased product, and type of medicine purchased, respectively.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่ออังกฤษ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ณ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	3
สมมติฐานการวิจัย	3
กรอบความคิดในการวิจัย	3
ขอบเขตการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดทฤษฎีและความสำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภค	7
ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ	12
แนวคิดด้านทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix).....	15
แนวคิดเกี่ยวกับการค้าปลีกของร้านขายยา.....	16
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับยา	22
ข้อมูลทั่วไปของอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว	24
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	27
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	34
วิธีการศึกษา.....	34
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	34
เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล.....	36
การสร้างและทดสอบเครื่องมือ.....	38

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
การเก็บรวบรวมข้อมูล	38
การวิเคราะห์ข้อมูล	39
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	39
เกณฑ์การแปลผล	40
4 ผลการวิจัย	41
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา	42
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน	51
5 อภิปรายและสรุปผล	117
สรุปผลการวิจัย	117
อภิปรายผล	122
ข้อเสนอแนะ	123
บรรณานุกรม	125
ภาคผนวก	128
ประวัติย่อของผู้วิจัย	134

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 โมเดล 6W's1 H	8
2 ร้านขายยาแผนปัจจุบัน 10 ร้านในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว	36
3 จำนวน และร้อยละ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการจาก ร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว.....	42
4 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของ ผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านขายยาของผู้บริโภคใน อำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ด้านผลิตภัณฑ์.....	44
5 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของ ผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านขายยาของผู้บริโภคใน อำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ด้านราคา.....	45
6 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของ ผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านขายยาของผู้บริโภคใน อำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ด้านสถานที่.....	46
7 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของ ผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านขายยาของผู้บริโภคใน อำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	47
8 สรุประดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านขายยาของผู้บริโภค ในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในแต่ละด้าน	48
9 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมกรซื้อยาจาก ร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว.....	49
10 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างเพศกับพฤติกรรมกรซื้อยาจาก ร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพล ต่อการซื้อยาในร้านขายยา	52
11 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างเพศกับพฤติกรรมกรซื้อยาจาก ร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่าน ซื้อยาจากร้านขายยา.....	53

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
12 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างเพศกับพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการชื้อยาจากร้านขายยา	54
13 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างเพศกับพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ชื้อจากร้านขายยามากที่สุด	55
14 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างเพศกับพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ชื้อจากร้านขายยามากที่สุด.....	56
15 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างเพศกับพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการชื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร	58
16 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างอายุกับพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชื้อยาในร้านขายยา	59
17 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างอายุกับพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านชื้อยาจากร้านขายยา.....	60
18 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างอายุกับพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการชื้อยาจากร้านขายยา.....	61
19 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างอายุกับพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ชื้อจากร้านขายยามากที่สุด	62

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
20 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างอายุกับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด.....	63
21 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างอายุกับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตนวมพฤติกรรมการซื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร.....	65
22 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อยาในร้านขายยา	66
23 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านซื้อยาจากร้านขายยา.....	67
24 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยา.....	68
25 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด	69
26 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด.....	70
27 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตนวมพฤติกรรมการซื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร	71

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
28 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชื้อยาในร้านขายยา.....	72
29 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านชื้อยาจากร้านขายยา.....	74
30 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการชื้อยาจากร้านขายยา	75
31 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ชื้อจากร้านขายยามากที่สุด	76
32 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ชื้อจากร้านขายยามากที่สุด	77
33 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการชื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร.....	78
34 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างรายได้กับพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชื้อยาในร้านขายยา.....	79
35 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างรายได้กับพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านชื้อยาจากร้านขายยา.....	80

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
36 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างรายได้กับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยา	81
37 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างรายได้กับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด	82
38 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างรายได้กับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด	83
39 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างรายได้กับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตนวนุ่มพฤติกรรมการซื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้วเป็นอย่างไร.....	84
40 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างผลิตภัณฑ์กับพฤติกรรมการซื้อยาร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อยาในร้านขายยา	85
41 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างผลิตภัณฑ์กับพฤติกรรมการซื้อยาร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านซื้อยาจากร้านขายยา.....	87
42 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างผลิตภัณฑ์กับพฤติกรรมการซื้อยาร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยา.....	88
43 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างผลิตภัณฑ์กับพฤติกรรมการซื้อยาร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด	89

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
44 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างผลิตภัณฑ์กับพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ชื้อจากร้านขายยามากที่สุด.....	90
45 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างผลิตภัณฑ์กับพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการชื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร	91
46 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างราคากับพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชื้อยาในร้านขายยา.....	92
47 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างราคากับพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านชื้อยาจากร้านขายยา.....	94
48 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างราคากับพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการชื้อยาจากร้านขายยา	95
49 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างราคากับพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ชื้อจากร้านขายยามากที่สุด	96
50 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างราคากับพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ชื้อจากร้านขายยามากที่สุด	97
51 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างราคากับพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการชื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร.....	98

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
52 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างสถานที่กับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อยาในร้านขายยา.....	99
53 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างสถานที่กับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านซื้อยาจากร้านขายยา.....	101
54 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างสถานที่กับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยา.....	102
55 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างสถานที่กับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด.....	103
56 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างสถานที่กับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด.....	104
57 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างสถานที่กับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร.....	105
58 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อยาในร้านขายยา.....	106
59 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านซื้อยาจากร้านขายยา.....	108

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
60 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรม การซื้อจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อจากร้านขายยา	109
61 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรม การซื้อจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด.....	110
62 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรม การซื้อจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด.....	111
63 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรม การซื้อจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อของท่านจากร้านขายยา ในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร	113
64 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสม การตลาดกับพฤติกรรมการซื้อจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว	114

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	4
2	กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Consumer Buying Decision Process)	11
3	โมเดล 5 ขั้นตอน ในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	14
4	ที่ตั้งและอาณาเขตของอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว	25
5	ที่ตั้งแผนที่ร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว	26

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

“อโรคยา ปริมาลาภา” ความไม่เป็นโรคคือลาภอันประเสริฐ คือสิ่งปรารถนาของทุกคน แต่เมื่อคนเราเกิดมีอาการเจ็บป่วยขึ้นมา สิ่งแรกที่ต้องนึกถึงคือ “ยา” และ “ยา” ร้านขายยาเป็นหน่วยหนึ่งของระบบสุขภาพที่อยู่ใกล้ชิดประชาชน โดยร้านขายยาไม่เพียงแต่ทำหน้าที่ด้านการกระจายยาเท่านั้นแต่ยังมีบทบาทสำคัญเปรียบเสมือนเป็น “ที่พึ่งด้านสุขภาพของชุมชน” หรืออาจกล่าวได้ว่าร้านขายยาเป็นสถานบริการสาธารณสุขที่สำคัญแห่งหนึ่งที่ประชาชนส่วนใหญ่นิยมมาใช้บริการ เนื่องจาก โดยส่วนมากร้านขายยาจะเปิดให้บริการตลอดทั้งวัน ทำให้ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการสุขภาพจากร้านขายยาได้โดยง่าย ร้านขายยาจึงเป็นทางเลือกหนึ่งของประชาชนในการใช้บริการเมื่อมีอาการ หรือเจ็บป่วย (Common Illness) โดยพบว่าผู้ป่วยในชุมชนไปซื้อยาตามร้านขายยามากขึ้น เพื่อที่จะนำมารักษาตนเอง โดยเฉพาะการเจ็บป่วยที่ดูว่าไม่รุนแรง หรือเรียกพฤติกรรมนี้ว่าการใช้ยารักษาตนเอง (Self-medication) ซึ่งในปัจจุบันสามารถกระทำได้อย่างสะดวกสบาย จนกระทั่งมีผู้นำการจัดการรักษาตนเองไปเปรียบเทียบกับ การซื้อหาสินค้าอุปโภคบริโภค (Commodity) นั่นคือ เกิดมี “ความสะดวกสบายทางสุขภาพ” (Commodification of Health) อันมักจะหมายถึง ยา หรือบริการอื่นใดที่มีผลต่อสุขภาพ นอกจากนี้มีการศึกษาวิจัยเป็นจำนวนมากพบว่ามีการใช้ยาเพื่อรักษาตนเองของผู้ป่วยก่อนที่ผู้ป่วยจะเข้าสู่ระบบการรักษาทางแพทย์ โดยเฉพาะผู้ที่มียาได้ปานกลางหรือน้อย และจะพบสถิติว่ามากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในประเทศที่กำลังพัฒนา ดังรายงานการวิจัยเรื่องการรักษาพยาบาลยามเจ็บป่วยซื้อยากินเองหรือไปหาหมอ ซึ่งทำการวิจัยสำรวจข้อมูลในช่วงระหว่างเดือนพฤษภาคม 2540-พฤศจิกายน 2541 เป็นระยะ ๆ พบว่า ในช่วงที่สำรวจ 1-8 เมษายน 2541 ประชาชนที่เจ็บป่วยร้อยละ 47.40 ซื้อยากินเองโดยซื้อจากร้านขายยาเป็นส่วนใหญ่ (การซื้อยาเพื่อรักษาตนเองหรือ Self-medication) และไปพบแพทย์ที่คลินิกร้อยละ 42.80 ตามลำดับ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2541) โดยนอกเหนือจากการจำหน่ายยาแล้วร้านขายยายังเป็นแหล่งที่สามารถให้คำแนะนำในการดูแลสุขภาพตลอดจนการแนะนำและส่งต่อไปยังแพทย์ผู้เชี่ยวชาญตามความเหมาะสมดังนั้นเพื่อให้ร้านขายยาสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคหรือผู้ป่วยทางสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ได้ร่วมมือกับสภาเภสัชกรรมในการพัฒนาร้านขายยาให้ได้คุณภาพตลอดจนเป็นการเตรียมความพร้อมให้ร้านขายยาสามารถเข้าเป็นส่วนหนึ่งในระบบการสร้างหลักประกันสุขภาพแก่ประชาชนได้จึงได้มีการจัดทำ

มาตรฐานร้านขายยาขึ้นเพื่อยกระดับคุณภาพมาตรฐานร้านขายยาในประเทศไทยให้เทียบเท่าระดับสากล ทั้งนี้โดยมีความมุ่งหมายที่สำคัญในการพัฒนาร้านขายยาให้สามารถเป็นหน่วยบริการหนึ่งในเครือข่ายระบบบริการสุขภาพขั้นปฐมภูมิ โดยที่ผ่านมาร้านขายยามีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันและมีรูปแบบการให้บริการที่หลากหลายแตกต่างกันมากขึ้นไม่ว่าจะพิจารณาจากทำเลที่ตั้งการตกแต่งร้านราคาขายการมีเภสัชกรอยู่ปฏิบัติหน้าที่และความแตกต่างของคุณภาพการบริการของร้านขายยาซึ่งเป็นประเด็นหนึ่งที่สาธารณชนให้ความสนใจ

ในปัจจุบันพบว่า ร้านขายยาเป็นสถานบริการสาธารณสุขของภาคเอกชนที่ใกล้ชิดกับผู้บริโภคมากที่สุดเนื่องจากความสะดวกที่ไปใช้บริการและไม่ต้องเสียเวลาร้านขายยาจึงเป็นสถานบริการเกี่ยวกับสุขภาพอนามัยแห่งแรกที่ประชาชนเข้าถึงเมื่อมีปัญหาสุขภาพเล็กน้อยร้านขายยาทุกร้านจึงต้องปรับตัวไปตามวิถีทางการดำเนินชีวิตของผู้บริโภครุ่นใหม่เพื่อความอยู่รอดในอนาคตเหมือนกับทุกธุรกิจไม่ว่าจะเป็นการตกแต่งร้านการให้บริการจากเภสัชกรที่มีความรู้เพราะผู้บริโภคต้องการข้อมูลที่ถูกต้องในการตัดสินใจจากการที่ผู้บริโภคสามารถหาซื้อยามารับประทานได้โดยสะดวกจากร้านค้าและร้านขายยาที่มีอยู่ทั่วทุกพื้นที่ทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค

ข้อมูลจากสาธารณสุขอำเภอวังสมบูรณ์พบว่า มีจำนวนร้านขายยาในพื้นที่อำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ทั้งหมด 10 ร้าน แบ่งเป็นร้านขายยาแผนปัจจุบัน 1 ร้าน และร้านขายยาบรรจุน้ำยาสมุนไพร 9 ร้าน (สาธารณสุขอำเภอวังสมบูรณ์) เนื่องจากในอำเภอวังสมบูรณ์ไม่มีโรงพยาบาลของรัฐมีแต่เพียงโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล จำนวน 6 แห่ง กระจายอยู่ในพื้นที่หากประชาชนต้องการไปโรงพยาบาลจะต้องไปใช้โรงพยาบาลวังน้ำเย็นซึ่งอยู่ในอำเภอวังน้ำเย็น จังหวัดสระแก้ว ห่างจากตัวอำเภอวังสมบูรณ์ประมาณ 20 กิโลเมตรเวลาเปิดให้บริการทั่วไป 8.30-16.30 น. และประชาชนยังต้องรับบัตรคิวในการเข้าพบแพทย์ บางครั้งรอนานจึงมีผลกระทบต่อพฤติกรรมในการซื้อยาของประชาชนในพื้นที่ อ.วังสมบูรณ์

จำนวนประชากรอำเภอวังสมบูรณ์ ทั้งหมด 35,794 คน ประกอบด้วย 3 ตำบลได้ คือ ตำบลวังสมบูรณ์ ตำบลวังใหม่ ตำบลวังทอง (สำนักทะเบียนท้องถิ่นเทศบาลตำบลวังสมบูรณ์ สํารวจวันที่ 3 ธ.ค. 2555) ประชากรส่วนใหญ่ในอำเภอวังสมบูรณ์ประกอบอาชีพ เกษตรกรรม รองลงมาคือ เลี้ยงสัตว์ ตามคำขวัญที่ว่า “ถ้าทานตะวันสุดสวย รวยพืชเศรษฐกิจ แหล่งผลิตโคนม นิยมเลี้ยงไก่พื้นเมือง”

หากพิจารณาให้ดี ร้านขายยาและเภสัชกรประจำร้านก็เปรียบเสมือนสื่อกลางระหว่างผู้บริโภคกับผู้ผลิตยาเช่นกัน ในฐานะที่ผู้วิจัยเป็นเภสัชกรและเปิดร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว มีความสนใจศึกษาพฤติกรรมซื้อยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เพื่อ

สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและทราบถึงแนวโน้มการซื้อ ซึ่งแสดงถึงความเป็นไปของธุรกิจ อีกทั้งเพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้สนใจท่านอื่น ๆ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว
2. เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภค จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

สมมติฐานการวิจัย

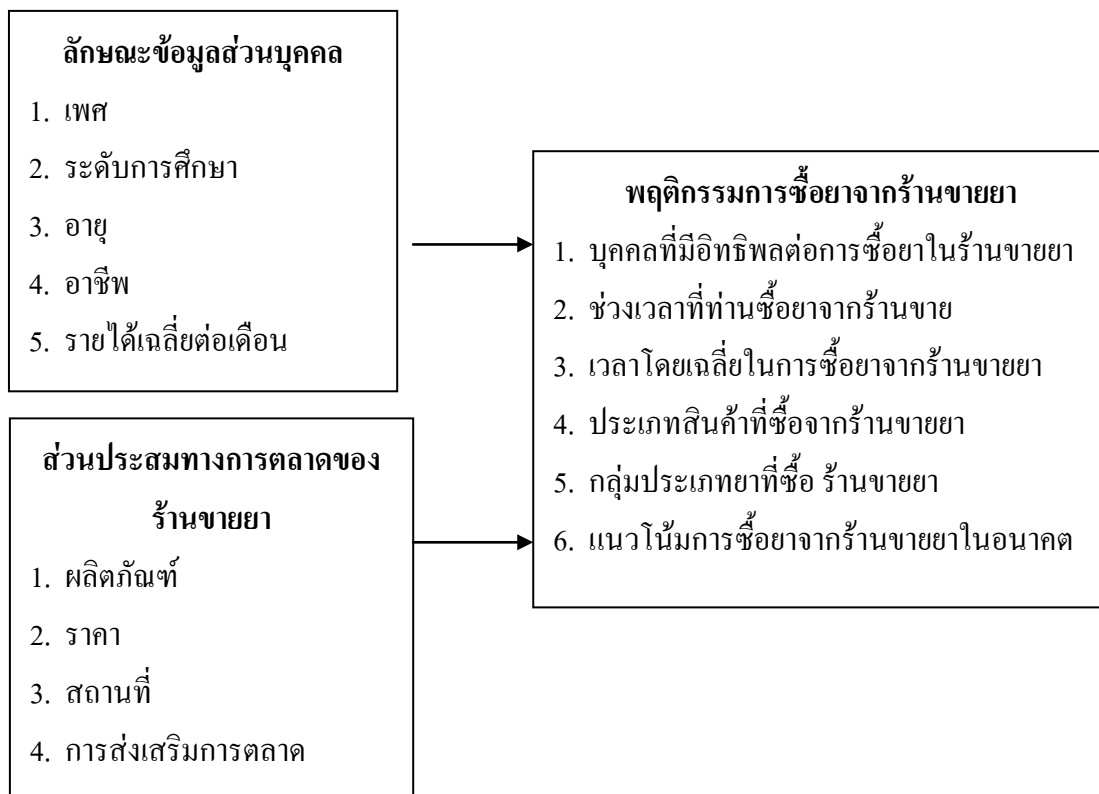
1. กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาแตกต่างกัน
2. กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาแตกต่างกัน
3. กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาแตกต่างกัน
4. กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาแตกต่างกัน
5. กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่างกันมีพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาแตกต่างกัน
6. ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยา
7. ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยา
8. ส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยา
9. ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยา

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยา” ผู้วิจัยได้นำแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 4P ทฤษฎีของ Kotler (2003) และแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคของ Hoyer and MacInnis (1997) มากำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยมีดังต่อไปนี้

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้วได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาศึกษาพฤติกรรมและเปรียบเทียบพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว และศึกษาส่วนประสมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว โดยมีตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยดังนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่

1. ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ ระดับการศึกษา อายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2. ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด และบุคลากร

ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่ พฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยา
ขอบเขตด้านพื้นที่และประชากร การวิจัยครั้งนี้ ทำการศึกษาจากประชาชนที่ซื้อยาใน
 ร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว จำนวน 10 ร้าน (สาธารณสุขอำเภอวังสมบูรณ์)
ขอบเขตด้านระยะเวลา การวิจัยครั้งนี้ทำการวิจัยระหว่าง พฤศจิกายน พ.ศ. 2555-มีนาคม
 พ.ศ. 2556

นิยามศัพท์เฉพาะ

ในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดนิยามศัพท์เฉพาะไว้ ดังนี้
 ร้านขายยา หมายถึง สถานที่ในการจำหน่ายยาแผนปัจจุบัน ยาแผนโบราณ อีกแห่งหนึ่ง
 นอกเหนือจากโรงพยาบาลหรือสถานอนามัย เฉพาะที่ตั้งอยู่ในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว
 ประชากร หมายถึง ผู้ที่อยู่อาศัยในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว
 ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ที่ซื้อยาจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว
 พฤติกรรมการเลือกร้านขายยา หมายถึง การที่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย แสดงออกในการ
 เลือกร้านขายยา ไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ วัตถุประสงค์ในการซื้อ ผู้ที่มีอิทธิพลในการซื้อ
 โอกาส สถานที่ที่จะเลือกซื้อ รวมถึงขั้นตอนในการตัดสินใจ และความรู้สึกลังการซื้อ
 ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง เครื่องมือหรือปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ที่ธุรกิจ
 ร้านขายยาต้องใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้า
 เป้าหมาย หรือเพื่อกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกิดความต้องการสินค้าและบริการซึ่งประกอบด้วย
 ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง ยาที่จำหน่ายในร้านขายยา ชนิด ประเภทของยา
 ในร้าน มีความหลากหลาย ยาที่จำหน่ายภายในร้านขายยา มีคุณภาพตามมาตรฐาน ในร้านสภาพ
 สินค้าที่ซื้อจากร้านขายยา ความน่าเชื่อถือของยา
2. ด้านราคา (Price) หมายถึง ราคาที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพของยา ราคาของสินค้า
 ที่ลูกค้ายอมรับได้และยินดีจ่าย เพราะเห็นว่าเหมาะสมในด้านราคาจำหน่าย การทำป้ายบอกราคา
 ภายในร้าน ราคาที่จำหน่ายไม่แพงเมื่อเทียบกับร้านอื่น
3. ด้านสถานที่ (Place) หมายถึง สภาพแวดล้อมภายในร้านขายยา มีความสะอาด
 ตามหลักสุขอนามัย และ สภาพแวดล้อมภายนอกร้านมีที่จอดรถเพียงพอ ความสะดวกในการเดินทาง
 วันเวลาเปิด-ปิดทำการของร้านขายยา

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างลูกค้าและร้านขายยาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสารเพื่อจูงใจลูกค้าในรูปแบบต่าง ๆ เช่น แผ่นพับให้ความรู้แก่ผู้ซื้อยาป่วยของร้านขายยาสามารถมองเห็นได้ชัดเจนมีการแจกผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพให้ทดลองใช้เภสัชกรหรือคนขายยามีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลของคนขายยา มนุษยสัมพันธ์ของคนขายยา หรือเภสัชกรความกระตือรือร้นและใส่ใจในการจำหน่ายยาของเภสัชกรหรือคนขายยา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงพฤติกรรม การซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว
2. ทำให้ทราบส่วนประสมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว
3. ทำให้ทราบผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภค จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้
4. สามารถนำข้อมูลไปใช้ประกอบการตัดสินใจในการดำเนินงาน การปรับปรุง และพัฒนาคุณภาพร้านขายยาแผนปัจจุบันของผู้ประกอบการ และผู้สนใจลงทุนในธุรกิจร้านขายยา

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการณ์ซื้อจากร้านขายยาของผู้บริโภคใน อำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว” ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวความคิด และงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยดังต่อไปนี้

1. แนวคิดทฤษฎีและความสำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภค
2. ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ
3. แนวคิดด้านทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)
4. แนวคิดเกี่ยวกับการค้าปลีกร้านขายยา
5. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับยา
6. ข้อมูลทั่วไปของอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีและความสำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภค

ความหมายและความสำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) ได้มีผู้ให้ความหมายไว้ต่าง ๆ กันหลายทฤษฎีดังนี้

ธงชัย สันติวงษ์ (2540, หน้า 27-28) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่าการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาและการใช้ซึ่งสินค้าและบริการทั้งนี้หมายรวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้วและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าวประเด็นสำคัญของคำจำกัดความข้างต้นก็คือกระบวนการตัดสินใจที่มีมาอยู่ก่อนแล้ว (Precede) สิ่งที่มีมาก่อนเหล่านี้หมายถึงลักษณะทางพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ในขณะนั้น

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2539) ได้ให้ความหมายของผู้บริโภคว่าหมายถึงบุคคลต่าง ๆ ที่มีความสามารถในการซื้อหรือทุกคนที่มีเงินมีความเต็มใจที่จะซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์, สุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช (2546, หน้า 3) ได้ให้ความหมายพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นหา (Searching) การซื้อ (Purchase) การใช้ (Using) การประเมินผล (Evaluating) และ

การใช้จ่าย (Disposing) ในผลิตภัณฑ์และบริการ โดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขาหรืออาจหมายถึงกระบวนการตัดสินใจและลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคลเมื่อทำการประเมินผล (Evaluating) การจัดหา (Acquiring) การใช้ (Using) และการใช้จ่าย (Disposing) เกี่ยวกับสินค้าและบริการ

ปริญ ลักขิตานนท์ (2544, หน้า 54) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคคือ การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาและการใช้ผลิตภัณฑ์ทั้งนี้หมายรวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งเกิดขึ้นก่อนและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำ

ในการศึกษาและทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคผู้ศึกษาต้องใช้โมเดลที่เรียกว่าโมเดล 6W's 1 H เพื่อหาคำตอบเกี่ยวกับผู้บริโภคซึ่งประกอบไปด้วย (สิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2547)

ตารางที่ 1 โมเดล 6W's 1 H

คำถาม	คำถาม
1. ใครคือตลาดเป้าหมาย Who constitutes the market?	1. ลูกค้ำกลุ่มเป้าหมาย Occupants
2. ลูกค้ำเป้าหมายซื้ออะไร What does the market buy?	2. สิ่งที่ลูกค้ำซื้อ Objects
3. ทำไมลูกค้ำถึงซื้อสินค้า/ บริการนั้น? Why does the market buy?	3. วัตถุประสงค์ในการซื้อ Objectives
4. ใครมีส่วนร่วมในการซื้อ? Who participates in the buy?	4. ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ Organization
5. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร How does the market buy?	5. กระบวนการตัดสินใจซื้อ Operations
6. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด When does the market buy?	6. โอกาสในการซื้อ Occasions
7. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน Where does the market buy?	7. สถานที่จำหน่ายสินค้า/ บริการ Outlets

โมเดลนี้จะทำให้เกิดความเข้าใจในพฤติกรรมของผู้บริโภคได้เพื่อให้ธุรกิจสามารถหาสินค้าหรือบริการที่ดีและสอดคล้องกับพฤติกรรมนั้น ๆ ของผู้บริโภค

รูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดความต้องการสิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกของผู้ซื้อ ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำและผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อแล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อหรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546)

รูปแบบจำลองของพฤติกรรมผู้บริโภคประกอบไปด้วย

1. สิ่งกระตุ้น (Stimulus) สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองทั้งภายในและภายนอกแต่นักการตลาดจะสนใจที่จะจัดการและกระตุ้นความต้องการภายนอกเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ ซึ่งถือว่าสิ่งกระตุ้นเป็นมูลเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้าสิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งที่นักการตลาดสามารถควบคุมและจัดการให้เกิดขึ้นได้เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ประกอบด้วย

1.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

1.1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price)

1.1.3 สิ่งกระตุ้นด้านการจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution or Place)

1.1.4 สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่ภายนอกซึ่งเป็นสิ่งที่ควบคุมไม่ได้

1.2.1 สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ (Economic)

1.2.2 สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี (Technological)

1.2.3 สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง (Law and Political)

1.2.4 สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Cultural)

2. กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's Black Box) เป็นความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคด้วย

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer's Characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลมาจากปัจจัยต่าง ๆ คือ ด้านวัฒนธรรมด้านสังคมส่วนบุคคลด้านจิตวิทยา

2.2 กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer Decision Process) ประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ คือ การรับรู้ความต้องการการค้นหาข้อมูลการประเมินผลทางเลือกการตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision) ผู้บริโภคจะต้องมีการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

3.1 การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice)

3.2 การเลือกตราสินค้า (Brand Choice)

3.3 การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice)

3.4 การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Timing)

3.5 การเลือกปริมาณในการซื้อ (Purchase amount)

4. กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคประกอบไปด้วยขั้นตอนดังต่อไปนี้ (Kotler, 2003)

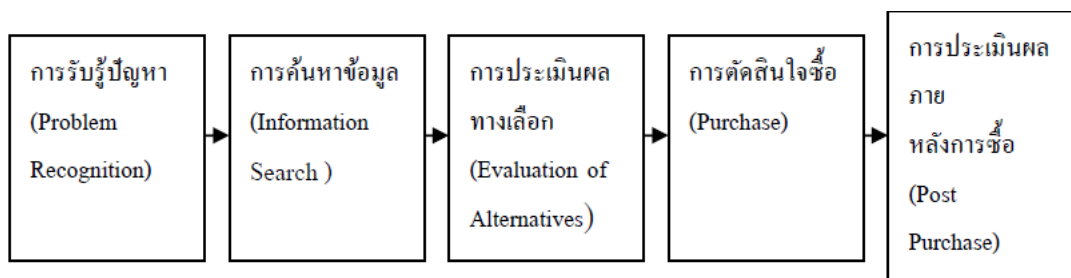
4.1 การรับรู้ปัญหา (Problem of Need Recognition) ผู้บริโภคจะรับรู้ถึงปัญหาและความจำเป็นที่ต้องใช้สินค้าหรือบริการที่ได้รับการกระตุ้นทั้งจากภายในและภายนอกจนเกิดความต้องการที่จะหาสิ่งใดสิ่งหนึ่งมาช่วยแก้ปัญหา

4.2 การแสวงหาข้อมูล (Search for Information) ผู้บริโภคจะทำการหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าจากแหล่งข้อมูลภายในที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าในประกอบด้วยแหล่งบุคคลแหล่งการค้าแหล่งชุมชนแหล่งผู้ใช้แต่ในบางครั้งต้องหาเพิ่มเติมจากแหล่งภายนอกด้วยเพื่อช่วยในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ

4.3 การประเมินทางเลือก (Alternative Evaluation) คือการที่ผู้บริโภคจะนำข้อมูลที่ได้มาพิจารณาและประเมินผลทางเลือกเพื่อหาสินค้าหรือบริการที่ดีที่สุดสำหรับผู้บริโภค

4.4 การตัดสินใจและกระทำการซื้อ (Purchase or Choice) หมายถึง การตัดสินใจเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งพร้อมกับดำเนินการเพื่อให้ได้ทางเลือกนั้นมา

4.5 ความรู้สึกหลังซื้อ (Post Purchase Feeling or Outcomes of Choice) หมายถึง ความรู้สึกภายนอกหลังจากที่ผู้บริโภคได้ทดลองใช้สินค้าหรือบริการที่เลือกซื้อแล้วแบ่งออกเป็นความรู้สึกพอใจและไม่พอใจในสินค้าและบริการนั้นความพอใจเกิดขึ้นเมื่อผลลัพธ์จากการใช้ตรงกับผู้บริโภคคาดหวังไว้และถ้าหากผู้บริโภคผิดหวังกับการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นก็รู้สึกไม่พอใจ



ภาพที่ 2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Consumer Buying Decision Process)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

สามารถแบ่งปัจจัยออกเป็น 2 ด้าน (สิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2547) คือ

1. ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือปัจจัยทางวัฒนธรรมและปัจจัยทางสังคม

1.1 ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Culture Factors) เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคแสดงพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกมาและเกิดจากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

1.1.1 วัฒนธรรม (Culture) เป็นลักษณะพื้นฐานของบุคคลที่ได้รับการถ่ายทอดกันมาจากครอบครัวและสภาพแวดล้อมในสังคมและส่งผลให้พฤติกรรมมีความคล้ายคลึงกัน

1.1.2 วัฒนธรรมกลุ่มย่อย (Sub-culture) หมายถึง วัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มที่มีลักษณะเฉพาะแตกต่างกันซึ่งมีอยู่ในสังคมขนาดใหญ่

1.1.3 ชั้นของสังคม (Social Class) หมายถึง การแบ่งสมาชิกในสังคมออกเป็นระดับชั้นที่ต่างกัน โดยสมาชิกในแต่ละชั้นสังคมจะมีสถานะเดียวกันและสมาชิกในชั้นสังคมที่ต่างกันจะมีลักษณะที่ต่างกันเช่นรายได้การศึกษาอาชีพ เป็นต้น

1.2 ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคซึ่งจะประกอบไปด้วยกลุ่มอ้างอิงครอบครัวบทบาทและสถานะของผู้ซื้อ

2. ปัจจัยภายในที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคคือ

2.1 ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factor) การตัดสินใจของผู้บริโภคซึ่งได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลด้านต่าง ๆ ได้แก่ อายุอาชีพสถานภาพรูปแบบการดำเนินชีวิตบุคลิกภาพ เป็นต้น

2.2 ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological Factor) การเลือกซื้อของบุคคลที่ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านจิตวิทยาซึ่งประกอบ 4 ปัจจัยนั้น คือ สิ่งจูงใจการเรียนรู้การรับรู้ความเชื่อและทัศนคติ

ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Schiffman & Kanuk, 1994, p. 659) หมายถึง ขั้นตอนในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากสองทางเลือกขึ้นไปพฤติกรรมผู้บริโภคจะพิจารณาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจทั้งด้านจิตใจ (ความรู้สึกนึกคิด) และพฤติกรรมทางกายภาพ การซื้อเป็นกิจกรรมด้านจิตใจและกายภาพซึ่งเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่งกิจกรรมเหล่านี้ทำให้เกิดการซื้อและเกิดพฤติกรรมการซื้อตามบุคคลอื่น

ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Buying Decision Process) เป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคผ่านกระบวนการ 5 ขั้นตอน คือ การรับรู้ถึงความต้องการการค้นหาข้อมูลการประเมินผลทางเลือกการตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมภายหลังการซื้อซึ่งแสดงให้เห็นว่า กระบวนการซื้อเริ่มต้นก่อนการซื้อจริง ๆ และมีผลกระทบหลังการซื้อ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2539, หน้า 48-49)

1. การรับรู้ถึงความต้องการ (Need Recognition) หรือการรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) หมายถึง การที่บุคคลรับรู้ถึงความต้องการภายในของตนซึ่งอาจเกิดขึ้นเองหรือเกิดจากสิ่งกระตุ้น เช่น ความหิวความกระหายความต้องการทางเพศความเจ็บปวด ฯลฯ ซึ่งรวมถึงความต้องการของร่างกาย (Physiological Needs) และความต้องการที่เป็นความปรารถนา อันเป็นความต้องการด้านจิตวิทยา (Psychological Needs) สิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นเมื่อถึงระดับหนึ่งจะกลายเป็นสิ่งกระตุ้นบุคคลจะเรียนรู้ถึงวิธีที่จะจัดการกับสิ่งกระตุ้นจากประสบการณ์ในอดีตทำให้เขารู้ว่า จะตอบสนองสิ่งกระตุ้นอย่างไร

2. การค้นหาข้อมูล (Information Search) ถ้าความต้องการถูกกระตุ้นมากพอและสิ่งที่สามารถสนองความต้องการอยู่ใกล้กับผู้บริโภคผู้บริโภคจะดำเนินการเพื่อให้เกิดความพอใจทันทีที่ต้องการที่เกิดขึ้นไม่สามารถสนองความต้องการได้ทันทีความต้องการจะถูกจดจำไว้เพื่อหาทางสนองความต้องการในภายหลัง เมื่อความต้องการถูกกระตุ้นได้สะสมไว้มากจะทำให้การปฏิบัติในภาวะอย่างหนึ่งคือ ความตั้งใจให้ได้รับการสนองความต้องการโดยพยายามค้นหาข้อมูลเพื่อหาทางสนองความต้องการที่ถูกกระตุ้นดังนั้นนักการตลาดจึงต้องให้ความสนใจเกี่ยวกับแหล่งข้อมูลที่ผู้บริโภคจะเข้าไปแสวงหา ซึ่งประกอบด้วย 5 แหล่งหลัก คือ

2.1 แหล่งบุคคล (Personal Sources) ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน คนรู้จัก ฯลฯ

2.2 แหล่งการค้า (Commercial Sources) ได้แก่ สื่อการโฆษณา พนักงานขาย
ตัวแทนการค้า การบรรจุภัณฑ์ การจัดแสดงสินค้า

2.3 แหล่งชุมชน (Public Sources) ได้แก่ สื่อมวลชน องค์กรคุ้มครองผู้บริโภค ฯลฯ

2.4 แหล่งประสบการณ์ (Experiential Sources)

2.5 แหล่งทดลอง (Experimental Sources) ได้แก่ หน่วยงานที่สำรวจคุณภาพผลิตภัณฑ์ หรือหน่วยวิจัยภาวะตลาดของผลิตภัณฑ์ ประสบการณ์ตรงของผู้บริโภคในการทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ ฯลฯ อิทธิพลของแหล่งข้อมูลจะแตกต่างกันตามชนิดของผลิตภัณฑ์และลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค โดยทั่วไปผู้บริโภคจะรับข้อมูลต่าง ๆ จากแหล่งการค้าซึ่งนักการตลาดควบคุมการให้ข้อมูลได้ แต่แต่ละแบบจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคแตกต่างกันการพิจารณาความสำคัญของแหล่งข้อมูลโดยสัมภาษณ์ผู้บริโภคว่า ผู้บริโภครู้จักผลิตภัณฑ์ได้อย่างไรและแหล่งข้อมูลอะไรที่มีอิทธิพลมากต่อผู้บริโภค

3. การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternative) เมื่อผู้บริโภคได้ข้อมูลมาแล้ว จากขั้นที่สองผู้บริโภคจะเกิดความเข้าใจและประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ นักการตลาดจำเป็นต้องรู้ถึงวิธีการต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคใช้ในการประเมินผลทางเลือกกระบวนการประเมินผลไม่ใช่สิ่งที่ง่าย และไม่ใช่กระบวนการเดียวที่ใช้กับผู้บริโภคทุกคนและไม่ใช่เป็นของผู้ซื้อคนเดียวคนหนึ่งในทุกสถานการณ์การซื้อกระบวนการประเมินผลทางเลือกของผู้บริโภคมีดังนี้

3.1 คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ (Product Attributes) กรณีนี้ผู้บริโภคจะพิจารณาผลิตภัณฑ์ว่ามีคุณสมบัติอะไรบ้างผลิตภัณฑ์อย่างใดอย่างหนึ่งจะมีคุณสมบัติกลุ่มหนึ่งคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ในความรู้สึกของผู้ซื้อสำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดจะแตกต่างกัน

3.2 ผู้บริโภคจะให้น้ำหนักความสำคัญสำหรับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน นักการตลาดต้องพยายามค้นหาและจัดลำดับสำหรับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์

3.3 ผู้บริโภคมีการพัฒนาความเชื่อถือเกี่ยวกับตราสินค้าเนื่องจากความเชื่อถือของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้บริโภคและความเชื่อถือเกี่ยวกับตราผลิตภัณฑ์จะเปลี่ยนแปลงได้เสมอ

3.4 ผู้บริโภคมีทัศนคติในการเลือกตราสินค้าโดยผ่านกระบวนการประเมินผลเริ่มต้นด้วยการกำหนดคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่เขาสนใจและเปรียบเทียบคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ตราต่าง ๆ

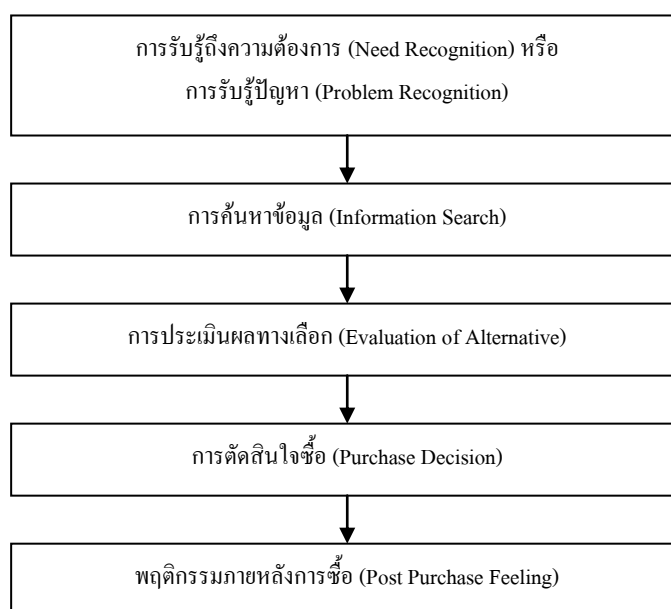
4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) จากการประเมินผลทางเลือกในขั้นที่ 3 จะช่วยให้ผู้บริโภคกำหนดความพอใจระหว่างผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่เป็นทางเลือกโดยทั่วไปผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เขาชอบมากที่สุดการตัดสินใจซื้อจึงเกิดขึ้นหลังจากประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternative) แล้วเกิดความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) และเกิดการตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) ในที่สุดแต่ก่อนตัดสินใจซื้อผู้บริโภคจะคำนึงถึงปัจจัย 3 ประการ คือ

4.1 ทัศนคติของบุคคลอื่น (Attitudes of Others) ทัศนคติของบุคคลที่เกี่ยวข้องจะมีผลทั้งด้านบวกและด้านลบต่อการตัดสินใจซื้อ

4.2 ปัจจัยสถานการณ์ที่คาดคะเนไว้ (Anticipated Situational Factors) ผู้บริโภคจะคาดคะเนปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเช่นรายได้ที่คาดคะเนของครอบครัวการคาดคะเนต้นทุนของผลิตภัณฑ์และการคาดคะเนผลประโยชน์ของผลิตภัณฑ์

4.3 ปัจจัยสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดคะเนไว้ (Unanticipated Situational Factors) ขณะที่ผู้บริโภคกำลังตัดสินใจซื้อนั้นปัจจัยสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดคะเนจะเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งมีผลกระทบต่อความตั้งใจซื้อเช่นผู้บริโภคไม่ชอบลักษณะของพนักงานขายหรือผู้บริโภคเกิดอารมณ์เสียหรือวิตกกังวลจากรายได้นักการตลาดเชื่อว่าปัจจัยที่ไม่คาดคะเนจะมีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อการตัดสินใจของแต่ละบุคคลจะต้องมีการปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงได้นักการตลาดต้องใช้ความพยายามเพื่อทำความเข้าใจต่อพฤติกรรมการซื้อเพื่อลดภาวะความเสี่ยง

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Feeling) หลังจากซื้อและทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ไปแล้วผู้บริโภคจะมีประสบการณ์เกี่ยวกับความพอใจหรือไม่พึงพอใจผลิตภัณฑ์การคาดคะเนของผู้บริโภคเกิดจากแหล่งข่าวสารพนักงานขายและแหล่งติดต่อสื่อสารอื่น ๆ ถ้าบริษัทโฆษณาสินค้าเกินความจำเป็นผู้บริโภคจะตั้งความหวังไว้สูงและเมื่อไม่เป็นความจริงจะเกิดความไม่พอใจจำนวนความไม่พอใจจะขึ้นกับขนาดของความแตกต่างระหว่างการคาดหวังและการปฏิบัติจริงของผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 3 โมเดล 5 ขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

แนวคิดด้านทฤษฎีสี่ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด

คอตเลอร์ (Kotler, 2003, p. 16) ส่วนประสมการตลาดเป็นตัวแปรที่สามารถควบคุมได้ทางการตลาดหมายถึงการสนองความต้องการเป็นตัวแปรที่สามารถควบคุมและสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ

สุดา ดวงเรืองรุจิระ (2543, หน้า 29) กล่าวว่าส่วนประสมการตลาด หมายถึง องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินงานการตลาดเป็นปัจจัยที่กิจการสามารถควบคุมได้กิจการธุรกิจจะต้องสร้างส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด

กุลวดี กุหะโรจนานนท์ (2545, หน้า 16) กล่าวสรุปไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดเป็นปัจจัยที่สามารถควบคุมได้และสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมเพื่อทำให้กิจการอยู่รอดหรืออาจเรียกได้ว่าส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ถูกใช้เพื่อสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายพอใจและมีความสุขได้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์ และศุภกร เสรีรัตน์ (2541) สรุปว่าส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ที่องค์กรจะต้องนำมาใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจของลูกค้าเป้าหมายด้วยเครื่องมือต่อไปนี้

การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดเป็นส่วนสำคัญในการตลาดมากเพราะการที่จะเลือกใช้กลยุทธ์การตลาดให้ตรงกับตลาดเป้าหมายได้ถูกต้องนั้นจะต้องสร้างสรรค์ส่วนประสมทางการตลาดขึ้นมาในอัตราส่วนที่พอเหมาะกันซึ่งในการกำหนดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือ (4P's) นั้นประกอบด้วยเครื่องมือต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอเพื่อขายโดยธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วยสินค้าบริการความคิดสถานที่องค์กรหรือบุคคลโดยผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า(Value)ในสายตาของลูกค้าจึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์ขายได้

2. ราคา (Price) จำนวนเงินที่ต้องชำระเพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการหรือมีสิ่งที่มีค่าอื่น ๆ ที่ผู้บริโภคต้องนำไปแลกเปลี่ยนกับประโยชน์ที่ได้รับจากการมีหรือได้ใช้สินค้าหรือบริการ (Kotler & Armstrong, 1996) หรือเป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ออกมาในรูปของเงินตราผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์และราคา (Price) ผลิตภัณฑ์นั้น โดยถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาเขาจะตัดสินใจซื้อ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Distribution Channel) หมายถึงเส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และกรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาดในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วยผู้ผลิตคนกลางผู้บริโภคนสุดท้ายหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม โดยมีกิจกรรมซึ่งเป็นกิจกรรมที่ช่วยกระจายสินค้าประกอบด้วย 1) การขนส่ง (Transportation) 2) การเก็บรักษาสินค้าคงคลัง (Storage) และการคลังสินค้า (Warehousing) และ 3) การบริการสินค้าคงเหลือ (Inventory Management)

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการหรือความคิดหรือต่อบุคคลเพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการเพื่อเตือนความทรงจำ (Remind) ในผลิตภัณฑ์โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึกความเชื่อและพฤติกรรม การซื้อของผู้ซื้อหรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรม การซื้อการติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขายและการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คนซึ่งเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือซึ่งต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน (Integrated Marketing Communication: IMC) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้าผลิตภัณฑ์คู่แข่งกัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้เครื่องมือการส่งเสริมการตลาดที่สำคัญประกอบด้วย การโฆษณา (Advertising) การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations: PR) และการตลาดทางตรง (Direct Marketing) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546)

แนวคิดเกี่ยวกับการค้าปลีกของร้านขายยา

ความหมายของการค้าปลีก

การค้าปลีก (Retailing) เป็นกิจกรรมที่เพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าและบริการที่ขายให้กับผู้บริโภคเพื่อการใช้ส่วนตัวหรือใช้ในครัวเรือน (Levy & Weitz, 2001, p. 8)

การค้าปลีก (Retailing) เป็นการนำเสนอสินค้าหรือบริการไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย (Final Consumers) เพื่อการใช้ในครัวเรือนหรือใช้ส่วนตัว โดยการจัดหาสินค้าในปริมาณมากและทยอยขายให้กับผู้บริโภคในปริมาณน้อย (Newman & Cullen, 2002, p. 12)

การค้าปลีก (Retailing) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าและบริการโดยตรงแก่ผู้บริโภคคนสุดท้ายที่เป็นปัจเจกบุคคล ซึ่งมีได้นำสินค้าไปใช้ในเชิงธุรกิจ โดยมีร้านค้าปลีก (Retailer หรือ Retail Store) เป็นองค์กรสำคัญ (Kotler & Armstrong, 1999, p. 6)

ความหมายที่กล่าวมาสามารถสรุปได้ว่า การค้าปลีก คือ สถาบันทางการตลาดที่ทำหน้าที่เป็นหน่วยช่วยกระจายสินค้าจากผู้ผลิตพ่อค้าส่งไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย (Ultimate Consumer)

การค้าปลีกจึงปฏิบัติในรูปลักษณะต่าง ๆ ตั้งแต่คนเดินเท้า หาบเร่ แผงลอย ร้านค้าขนาดเล็กร้านค้าขนาดใหญ่ที่มียอดขายเป็นล้านบาทต่อวัน ขณะเดียวกันสถาบันการค้าปลีกเหล่านี้ก็มีสินค้ามูลค่าราคาต่าง ๆ กันไว้จำหน่าย ตั้งแต่ราคาต่ำถึงราคาแพง คุณภาพของสินค้าก็ต่างกันไป ดังนั้นความสำเร็จส่วนหนึ่งของผู้ผลิตจึงขึ้นอยู่กับความสำเร็จของการค้าปลีกเช่นกัน

กลยุทธ์การค้าปลีก (Retail Strategy)

กลยุทธ์การค้าปลีก หมายถึง วิธีการต่าง ๆ ที่ใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์กลยุทธ์การค้าปลีกต้องอาศัยปรัชญาทางการตลาด (Marketing Strategy) หรือแนวความคิดทางการตลาด (Marketing Concept) ซึ่งเกี่ยวข้องกับประเด็นสำคัญต่าง ๆ ดังนี้ 1) ลูกค้าเป้าหมาย 2) วิธีการที่ธุรกิจได้วางแผนไว้เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย 3) หลักเกณฑ์ที่ผู้ค้าปลีกวางแผนไว้ว่าเพื่อให้เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขันตลอดจนจะต้องมีความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่งและเป็นกลยุทธ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป้าหมายได้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2546, หน้า 35) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตลาดเป้าหมายหรือลูกค้าเป้าหมาย (Target Customer)

ตลาดเป้าหมายหรือลูกค้าเป้าหมาย จะเกี่ยวข้องกับวิธีการที่ผู้ค้าปลีกได้วางแผนไว้ว่าจะใช้ทรัพยากรและส่วนประสมการค้าปลีก (Retail Mix)

ส่วนประสมการค้าปลีก (Retail Mix)

ส่วนประสมการค้าปลีกประกอบด้วยส่วนประกอบของสินค้าและบริการที่นำเสนอ นโยบายการตั้ง ราคา (Price Policy) โปรแกรมการ โฆษณาและการส่งเสริมการตลาด ทำเล ที่ตั้ง การออกแบบร้านค้าและการจัดแสดงสินค้า ในการกำหนดกลยุทธ์การค้าปลีกนั้น ผู้ค้าจะต้องสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในตลาดเป้าหมายได้เหนือกว่าคู่แข่ง

ส่วนประสมทางการตลาดของร้านขายยา

แนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด 4P's (เสรี วงษ์มณฑา, 2542, หน้า 2)

กลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy) เป็นวิธีการใช้เครื่องมือการตลาด (ส่วนประสมการตลาด) เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า

ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง การมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยขายในราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้ และผู้บริโภคยินดีจ่ายเพราะมองเห็นว่าคุ้ม รวมถึงมีการจัดจำหน่ายกระจายสินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อให้ความสะดวกแก่ลูกค้า ด้วยความพยายามจงใจให้เกิดความชอบในตัวสินค้า และเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้องที่เรียกว่า ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งประกอบด้วย 4P's ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง การมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้
2. ราคา (Price) หมายถึง การมีราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้และยินดีจ่าย เพราะมองเห็นว่าคุ้มค่า
3. การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง การจัดจำหน่าย กระจายสินค้า ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค และให้ความสะดวกแก่ลูกค้า
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการใช้ความพยายามจงใจให้เกิดความชอบในสินค้า และเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้อง การส่งเสริมการตลาดที่สำคัญประกอบด้วย การโฆษณา (Advertising) การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การขายด้วยตัวบุคคล (Personal Selling)

แนวคิดส่วนประสมการตลาดของธุรกิจบริการ (The Marketing Mix for Service)

ธุรกิจให้บริการจะมีกลยุทธ์ทางการตลาดประกอบด้วย 7Ps (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541, หน้า 337) โดยมีเพิ่ม เติมอีก 3Ps จาก 4Ps ที่กล่าวมาแล้ว ดังนี้

1. บุคคล (People) หรือ พนักงาน (Employees) ในการให้บริการ ซึ่ง ต้องอาศัยการคัดเลือกการฝึกอบรม การจูงใจให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีความคิดริเริ่มมีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัท
2. ลักษณะทางกายภาพของสถานที่ของผู้ให้บริการ (Physical Evidence) ได้แก่ การตกแต่งสถานที่สีผนัง ที่ตั้งระดับเสียง ลักษณะทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าหรือความสะอาด
3. กระบวนการในการให้บริการ (Process) ได้แก่ นโยบายต่าง ๆ ขั้นตอนการบริการ วิธีการซื้อขาย เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการให้กับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจ ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (Customer Satisfaction)

ร้านขายยาเป็นการประกอบธุรกิจอย่างหนึ่ง เช่นเดียวกับธุรกิจอื่น ๆ ที่เป็นธุรกิจค้าปลีก ดังนั้น ส่วนประสมการตลาดสำหรับร้านขายยา แบ่งได้ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์

คอตเลอร์ (Kotler, 2003) ให้หลักในการตัดสินใจเรื่องสินค้าที่จะขายในร้านขายปลีก โดยแยกเป็น การพิจารณาความหลากหลายของหมวดหมู่สินค้า (Breadth) และความครบถ้วนของสินค้าในแต่ละหมวดหมู่ (Depth)

สำหรับร้านขายยา จัดแยกผลิตภัณฑ์ที่ร้านจะเตรียมไว้เพื่อให้บริการกับผู้บริโภคแบ่งเป็นกลุ่มใหญ่ 2 กลุ่ม คือ

1.1 ผลิตภัณฑ์ยา สินค้าหลักที่ทุกร้านขายยาต้องพิจารณาอย่างรอบคอบในแง่ของกระทรวงสาธารณสุขแล้ว คุณภาพของยาเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด โดยที่กระทรวง ฯ พยายามชักชวนให้ร้านขายยาสั่งซื้อ ยาจากผู้ผลิตที่ได้รับมาตรฐานการผลิต (GMP) ด้านความหลากหลายของกลุ่มยา พิจารณาจากการจัดหมวดหมู่ของยาตามตัวหนังสือ TIMS จะจัดแยกยาออกตามระบบต่างๆ ของร่างกายที่ยานั้นออกฤทธิ์เป็น 19 หมวด 1) ยาที่ใช้กับระบบทางเดินอาหาร 2) ยาที่ใช้กับระบบหัวใจ และหลอดเลือด 3) ยาที่ใช้กับระบบทางเดินหายใจ 4) ยาที่ใช้กับระบบประสาทและกล้ามเนื้อ 5) ฮอร์โมน 6) ยาคุมกำเนิด 7) ยาปฏิชีวนะ 8) ยาฆ่าเชื้อแบคทีเรีย 9) ยาที่ใช้กับระบบปัสสาวะ 10) ยาที่ใช้กับระบบ Metabolism 11) ไวตามินและเกลือแร่ 12) โภชนาการ 13) ยาที่ใช้กับ ตา หู และคอ 14) ยาที่ใช้กับผิวหนัง 15) ยาสลบ 16) ยาหรือเครื่องมือสำหรับวินิจฉัยโรค 17) ยาที่ใช้กับระบบภูมิคุ้มกัน 18) ยาถอนพิษ 19) ยาที่ให้ทางหลอดเลือดดำและยาฉีด นอกเหนือจากที่ระบุอยู่ใน TIMS แล้วยังมียากลุ่มต่าง ๆ ที่ร้านขายยาในเมืองไทยมีขาย เช่น ยาไทย ยาแผนโบราณทั้งไทยและจีนแล้วแยกย่อยแต่ละกลุ่มที่แบ่งแล้วลงไปอีกตามกลไกการออกฤทธิ์ หรือข้อเฉพาะอื่น ๆ ของยานั้น เช่นยาทางเดินหายใจก็จะแยกเป็นยาแก้ไอ ยาละลายเสมหะ หรือยาลดน้ำมูกได้อีก ถัดจากกลุ่มของยาแล้ว ในแต่ละกลุ่มยานั้น เช่น ยาแก้ไอ ก็จะมีหลากหลาย ชนิดหลากหลายชื่อทั่วไปและหลากหลายชื่อการค้า ตรงนี้จะเรียกได้ว่าความครบของยาในกลุ่มยาที่มีให้เลือกได้มากย่อมมีความครบของยามากกว่า

1.2 ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่ยา ส่วนนี้ไม่มีหลักเกณฑ์ที่แน่นอนในแต่ละร้าน อาจจะขายเนื่องจากว่าลูกค้านิยมซื้อ สินค้าที่ร้านขายยา หรือเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องต่อสุขภาพ มีที่พบบ่อยในร้านขายยา เช่น ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร แต่เดิมก็จัดเป็นยาแต่เดี๋ยวนี้ จัดเป็นอาหารแล้ว ซึ่งได้รับความนิยมในการขายจากร้านขายยาเกือบทุกร้านทีเดียว เครื่องมือแพทย์ที่ใช้ได้เองง่าย ๆ ที่บ้าน เช่น ปรอทวัดไข้ เครื่องมือวัดความดันโลหิต แถบวัดน้ำตาลในปัสสาวะ ไม้เท้าช่วยเดิน เครื่องสำอางและน้ำหอม ซึ่งได้รับการตอบรับจากร้านยา เรื่องมาจากผู้ผลิตยาเดิมเพิ่มรายสินค้ามาเป็นเครื่องสำอาง จึงอาศัยช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านร้านขายยา เนื่องจากชำนาญสินค้าอุปโภคบริโภคก็มีจัดจำหน่ายอยู่แล้วในร้านขายยา โดยวางตำแหน่ง แตกต่าง จากสถานที่จำหน่ายที่อื่นว่า สินค้าอุปโภคบริโภคที่จำหน่ายในร้านขายยาจะเป็นสินค้าเกรดสูงกว่าที่อื่น หนังสือและสิ่งพิมพ์ก็จะพบเห็น ได้บ่อยตามร้านขายยาที่อยู่ตลาดสด

2. สถานที่ใช้ขายยา

แบ่งแยกเป็น 2 หัวข้อใหญ่ ๆ เพื่อให้ง่ายต่อการพิจารณาเป็น

2.1 ทำเลที่ตั้ง คอตเลอร์ (Kotler, 2003) กล่าวว่า กฎเกณฑ์สามอันแห่งความสำเร็จของธุรกิจขายปลีกคือทำเลทำเลทำเลแสดงให้เห็นถึงความสำคัญอย่างยิ่งของทำเลเนื่องจากการขายปลีกคือการแลกเปลี่ยนกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายฉะนั้นสถานที่ที่จะทำการแลกเปลี่ยนได้ดีจะเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเข้าถึงได้ง่ายสำหรับผู้ซื้อที่มีค่ากล่าวถึงการประเมินการขายของร้านขายปลีกอย่างง่าย ๆ ว่าถ้ามีคนเดินผ่านหน้าร้านน้อยและขายไม่ดีแสดงว่าเลือกทำเลผิดถ้ามีคนเดินผ่านหน้าร้านมากแต่ขายไม่ดีน่าจะเกิดจากคนที่ผ่านไปมาไม่เห็นร้านหรือไม่รู้ว่าขายอะไรหรือสิ่งที่ร้านขายอยู่ไม่ตรงกับความต้องการของผู้ที่ผ่านไปมาถ้ามีคนเข้าร้านมากแต่ยอดขายต่อคนต่ำน่าจะเกิดจากความสามารถของพนักงานขายสำหรับร้านขายปลีกแล้วการตั้งอยู่ในจุดที่มีคนเดินผ่านไปมามากย่อมเป็นสิ่งดี ผู้ประกอบการปรารถนาที่สุดแต่จะเป็นการลงทุนที่สูงที่สุดหากเทียบการลงทุนด้านอื่น ๆ ของร้านขายปลีกจุดที่เป็นที่รวมการจับจ่ายของผู้คนที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจนและแยกความแตกต่างได้ง่ายคือ ตลาดสดศูนย์การค้าหรือห้างสรรพสินค้าและแหล่งชุมชนต่าง ๆ

2.2 การตกแต่งของร้านขายยา บรรยากาศของร้านเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะสร้างความรู้สึกให้แก่ผู้ที่พบเห็นเปรียบเสมือนการแสดงการเชิญชวนให้เข้ามาในร้านและเลือกใช้บริการร้านขายยาก็จำเป็นที่จะต้องสร้างบรรยากาศเช่นเดียวกัน โดยเริ่มจากการมีป้ายแสดงหน้าร้านให้เห็นชัดเจนและน่าจะสื่อความกับผู้ที่ผ่านไปมาเข้าใจว่าเป็นร้านขายยา อาจจะมีการเพิ่ม สีเส้นของอาคารให้เป็นเอกลักษณ์ว่าร้านขายยา ภายในร้านน่าจะมีพื้นที่กว้างขวางพอประมาณเพียงพอแก่การจัดหมวดหมู่ยาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ และรักษาสุขภาพของยาให้คืออยู่เสมอ แสงสว่างในร้านควรมีระดับเพียงพอแก่ผู้ที่เข้ามาอ่านตัวหนังสือต่าง ๆ บนกล่องยาได้ ร้านขายยาควรดูแลสถานที่ให้สะอาดอยู่เสมอเนื่องจากสินค้าที่ขายเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ มีการจัดพื้นที่ในการให้คำปรึกษาจ่ายยา ให้ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่มาใช้บริการ อากาศภายในร้านถ่ายเทได้สะดวก และมีการติดตั้ง เครื่องทำความเย็นเพื่อรักษาอุณหภูมิและความชื้นภายในร้านให้เหมาะกับการเก็บรักษาผลพลอยได้คือ ความเย็นสบายของผู้บริโภคที่ได้รับเมื่อเข้ามาใช้บริการ

3. ราคา

การที่ร้านขายยา จะคิดราคาของยาจากผู้ซื้อมีระบบที่เป็น ไปอยู่แล้วสองแบบ คือ อันที่หนึ่งคือ ราคาขายปลีกของยาถูกกำหนดมาแล้วโดยผู้ผลิตมีการติดป้ายแสดงราคาที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจนและส่วนใหญ่ยาพวกนี้จะเป็นกลุ่มที่เรียกว่ายาเรียกชื่อเนื่องจากเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคอย่างกว้างขวาง อันที่สองคือ ราคาที่ร้านขายยาเป็นผู้กำหนดขึ้นเอง ผู้ผลิตไม่ได้กำหนดราคาขายปลีกมาให้ และมีสองปัจจัยภายนอกร้าน คือ ระดับของลูกค้านี้และระดับการแข่งขันกันระหว่างร้าน

จะเป็นตัวกำหนดนโยบายของร้านขายยาแน่นอนที่สุดถ้าร้านมีลูกค้าระดับรายได้สูงร้านก็จะมีโอกาสขายยาที่มีราคาสูงด้วย ถ้าร้านมีลูกค้าค่อนข้างไวต่อราคา สินค้าในหมวดที่มีราคากำหนดให้ขายก็จะต้องขายต่ำกว่าราคาป้าย ลูกค้าบางกลุ่มชอบการต่อรองราคา ร้านอาจต้องมีนโยบายต่อรองราคาบางกลุ่มอาจจะชอบสินค้าคุณภาพสูงแต่ราคาต้องต่ำ บางกลุ่มอาจไม่สนใจราคา โดยคำนึงถึงการให้บริการของร้านมากกว่า

4. การส่งเสริมการตลาด แบ่งออกเป็น 4 ข้อ คือ

4.1 พนักงานของร้านขายยา จัดได้ว่าเป็นเรื่องที่สำคัญและเป็นปัญหาตลอด จะเห็นว่ามีการเปลี่ยนแปลงข้อกำหนดในการอยู่ประจำร้านขายยาของเภสัชกรมาตลอด ตั้งแต่อนุโลมให้มีการจัดอบรมบุคลากรทำหน้าที่แทนเภสัชกรในร้านได้ ขอมผ่อนผันให้เภสัชกรอยู่ประจำการเพียงสามชั่วโมงต่อเนื่องกันในวันใดเภสัชกรที่อยู่ประจำนั้น ควรจะมีความรู้ความสามารถพอเพียงกับการประกอบวิชาชีพและมีจรรยาบรรณอันดี ผู้ช่วยเภสัชกรนับว่าเป็นบุคคลสำคัญอีกกลุ่มหนึ่งในร้านขายยาเพราะจะเป็นผู้ช่วยให้งานของร้านขายยาสมบูรณ์ขึ้น เช่น ช่วยคิดเงิน ห่อของ หรือให้คำแนะนำเรื่องต่าง ๆ แก่ลูกค้า ดูแลรักษาความสะอาด การแต่งกายของทั้ง เภสัชกรและผู้ช่วยในร้านควรจะเป็นระเบียบให้แยกออกได้ว่าใครคือเภสัชกร และใครทำหน้าที่อะไรเพื่อเป็นการสะดวกกับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ อีกทั้ง ยังเป็นการสร้างบรรยากาศของการให้บริการที่ดีด้วย การปฏิบัติที่ดีตามสมควรกับลูกค้า เช่น มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีน้ำใจให้ผู้ที่เข้ามาใช้บริการ น่าจะเป็นการเพิ่มจุดขายให้กับร้านเป็นอย่างดี

4.2 การโฆษณาจากสภาพที่เห็นอยู่ตามปัจจุบัน ร้านขายยาแทบจะใช้การโฆษณาน้อยมาก เนื่องจากความเข้มงวดทางกฎหมาย หรือ ผู้ประกอบการยังไม่เห็นความจำเป็น หรือ ค่าใช้จ่ายสูงเกินไปไม่คุ้มกับการลงทุน แต่อาจเห็นการทำโฆษณาข้างจากร้านขายยาที่เป็นร้านลูกโซ่หรือร้านที่เปิดขายในศูนย์การค้าใหญ่ ๆ เช่น การส่งแผ่นพับที่ร้านทำขึ้นเองเพื่อเชิญชวนให้ลูกค้ามาใช้บริการที่ร้าน การโฆษณาทางวิทยุ การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสำหรับร้านทั่ว ๆ ไป ส่วนใหญ่จะใช้วิธีปากต่อปาก

4.3 การส่งเสริมการขายจริง ๆ แล้ว ตามพระราชบัญญัติจะไม่อนุญาตให้ทำการลดแลกแจกแถมยา แต่ก็มีการทำให้เห็นบ่อย ๆ เช่น ส่งใบรายการที่เดือนนี้ลดราคามาให้ลูกค้าจัดรายการ เมื่อซื้อยาครบตามที่ร้านกำหนดจะมีของสมนาคุณให้ หรือจัดทำบัตรสมาชิกเมื่อมาซื้อยาที่ร้านทุกครั้ง ก็จะได้รับส่วนลด

4.4 การประชาสัมพันธ์ ถ้าดูจากโครงการปรับปรุงร้านขายยาของกระทรวงแล้ว จะเห็นว่าส่วนนี้เป็นส่วนที่กระทรวงอยากให้ร้านขายยาทำเพิ่มขึ้น เช่น มีข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับยาและสุขภาพพร้อมที่จะมอบให้ผู้ที่มาซื้อยาทุกครั้งมากกว่าการมุ่งว่าจะขายเท่านั้น มีแผนแสดงบทความ

ที่เป็นประโยชน์เป็นส่วนหนึ่งของการตกแต่งร้าน มีการจัดเตรียมสถานที่และบุคลากร พร้อมสำหรับให้คำปรึกษาและแนะนำแก่ผู้เข้ามาใช้บริการ มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับการให้บริการทางด้านสุขภาพ เช่น เครื่องชั่งน้ำหนัก เครื่องวัดส่วนสูง เครื่องวัดความดัน

จากทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะของการค้าปลีกทำให้ผู้ศึกษาวิจัยได้ทราบถึงความหมายหน้าที่คุณสมบัติตลอดจนการกำหนดกลยุทธ์การค้าปลีกโดยผู้ศึกษาวิจัยได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบของการดำเนินธุรกิจร้านขายยาซึ่งเป็นธุรกิจค้าปลีกประเภทหนึ่ง

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับยา

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับยา

ยาแผนปัจจุบันในประเทศไทยที่วางจำหน่ายมีมากมายไม่ต่ำกว่า 20,000 คำรับ การจำแนกยาเหล่านี้อาจกระทำได้ในหลายลักษณะ เช่น การจำแนกตามกฎหมาย การจำแนกตามรูปแบบและวิธีการใช้ การจำแนกตามสรรพคุณ เป็นต้น (กระทรวงสาธารณสุข, 2547 อ้างถึงใน เพียบพร้อมอุดมรัตน์ นานนท์ (2549)

ยาแผนปัจจุบันแบ่งออกได้เป็น 5 กลุ่ม คือ ยาสามัญประจำบ้าน ยาอันตราย ยาควบคุมพิเศษ วัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตประสาทและยาเสพติด และยาแผนปัจจุบันบรรจุเสร็จที่มีใช้ยาอันตรายซึ่งสามารถดูรายละเอียดของยาต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. ยาสามัญประจำบ้าน คือ ยาที่กระทรวงสาธารณสุขคัดเลือกไว้ให้ประชาชนสามารถเลือกใช้ได้เอง โดยไม่ต้องผ่านการควบคุมดูแลจากเจ้าหน้าที่สาธารณสุขเนื่องจากยาในกลุ่มนี้สามารถหาซื้อได้โดยทั่วไป ยาสามัญประจำบ้านจะต้องมีขนาดบรรจุและรายละเอียดบนฉลากตามที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะต้องมีคำว่า “ยาสามัญประจำบ้าน” กำกับไว้บนฉลากอย่างเห็นได้ชัดด้วย ในปัจจุบันมียาสามัญประจำบ้านรวมทั้งสิ้น 42 ชนิด เช่น ยาเม็ดพาราเซตามอล 500 มิลลิกรัม ขนาดบรรจุ 10 เม็ด ยาแก้ไอ น้ำคำ ขนาดบรรจุ 60 ซีซี ยาใส่แผลสด ไชเมอโรซอล ขนาดบรรจุ 30 ซีซี เป็นต้น

2. ยาอันตราย คือ ยาแผนปัจจุบันที่มีอันตรายสูงกว่ายาสามัญประจำบ้าน การใช้ยานี้จึงต้องผ่านการดูแลจากเจ้าหน้าที่สาธารณสุข เช่น แพทย์หรือเภสัชกร ยาในกลุ่มนี้จะมีคำว่า “ยาอันตราย” ระบุไว้บนฉลากข้างภาชนะบรรจุ และจำหน่ายได้เฉพาะในร้านขายยาแผนปัจจุบันที่มีเภสัชกรแผนปัจจุบันทำหน้าที่ควบคุมดูแลหรือจำหน่ายได้ในโรงพยาบาล สถานีอนามัย หรือคลินิก ที่มีแพทย์แผนปัจจุบันประจำการอยู่ ยาอันตรายมีมากมายหลายชนิด เช่น ยาลดความดันโลหิต ยาขับปัสสาวะ ยาลดน้ำตาลในกระแสเลือด ยาต้านจุลชีพต่าง ๆ เป็นต้น

3. ยาควบคุมพิเศษ คือ ยาแผนปัจจุบันที่ก่อให้เกิดอันตรายได้ง่ายแม้จะใช้อย่างถูกต้อง ยานี้จึงต้องผ่านการควบคุมดูแลในการใช้จากแพทย์โดยใกล้ชิดแพทย์แผนปัจจุบันเท่านั้นที่มีอำนาจสั่งจ่ายยาควบคุมพิเศษ เนื่องจากแพทย์แผนปัจจุบันจะมีความรู้ว่ามีอันตรายเมื่อใดมีความจำเป็นต้องใช้ และเมื่อใดสมควรจะต้องหยุดการใช้ยานั้น ตัวอย่างยาในกลุ่มนี้ เช่น ยาเพรดนิโซโลน ยาเคซซ์ซำเมทาโซน เป็นต้น

4. วัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตประสาทและยาเสพติด คือ ยาแผนปัจจุบันที่ก่อให้เกิดการเสพติดได้ง่าย และมีผลเปลี่ยนแปลงสภาพทางจิตประสาทของผู้เสพ และมักจะมีผลกระทบโดยตรงต่อสังคมรอบข้าง เช่นเดียวกับยาควบคุมพิเศษที่แพทย์แผนปัจจุบันเท่านั้น ที่มีอำนาจสั่งจ่ายยาในกลุ่มนี้ ตัวอย่างได้แก่ ยานอนหลับชนิดต่าง ๆ มอร์ฟินซึ่งใช้แก้ปวด เป็นต้น

5. ยาแผนปัจจุบันบรรจุเสร็จที่มีโทษอันตรายคือ ยาแผนปัจจุบันที่กระทรวงสาธารณสุขมิได้จัดให้เป็นยาสามัญประจำบ้าน ยาควบคุมพิเศษ วัตถุออกฤทธิ์ต่อจิตประสาท หรือยาเสพติด เนื่องจากเห็นว่าเป็นยาที่ค่อนข้างมีความปลอดภัยแต่ขณะเดียวกัน ก็ยังมีความไม่เหมาะสมบางประการที่จะจัดเข้ามาเป็นยาสามัญประจำบ้าน ตัวอย่างได้แก่ ยาแก้ไอให้วัดสูตรประสมและยาใช้ภายนอกหลายชนิดที่โฆษณาอย่างแพร่หลายโดยทั่วไป เป็นต้น

การใช้ยาแผนปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นการใช้ยาโดยการเลือกซื้อด้วยตนเองหรือโดยการจ่ายยาจากแพทย์ผู้ตรวจ เราควรต้องมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการใช้ยาเพื่อให้ได้ผลในการรักษาเต็มที่ และเกิดผลเสียจากการใช้ยาให้น้อยที่สุด

ประเภทของร้านยา

ตามพระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 และแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติ (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2522 ได้กำหนดประเภทร้านขายยาแผนปัจจุบันเป็น 2 ประเภท คือ

1. ร้านขายยาแผนปัจจุบันบรรจุเสร็จที่ไม่ใช่ยาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ ร้านขายยาประเภทนี้จะขายได้เฉพาะยาที่ไม่ใช่ยาอันตรายและไม่มีการแบ่งยาจากภาชนะที่บรรจุ ผู้ควบคุมร้านจะเป็นเพียงคนที่ผ่านการอบรมตามหลักสูตรของกระทรวงสาธารณสุขเป็นเวลา 30 วันเท่านั้น ก็สามารถขายยาได้ เนื่องจากยาที่นำมาจำหน่ายในร้านจะไม่ยุ่งยากซับซ้อน จึงไม่จำเป็นต้องใช้เภสัชกรขาย ข้อเสียของร้านขายยาประเภทนี้จะเป็นเรื่องของกำไรที่จะได้น้อยกว่าร้านขายยาประเภทอื่นเพราะราคายาบรรจุเสร็จจะถูกกำหนดจากโรงงาน หรือตัวแทนจำหน่ายทำให้ไม่สามารถเพิ่มราคากับผู้ซื้อได้

2. ร้านขายยาแผนปัจจุบันร้านประเภทนี้ จะสามารถจำหน่ายได้หลายประเภท ทั้งยาธรรมดาและยาที่ควบคุมพิเศษหรือยาอันตราย ซึ่งร้านขายยาสามารถขายยาได้ตั้งแต่ 1000-10000 ชนิดเพราะฉะนั้น จึงจำเป็นที่จะต้องมี “เภสัชกร” เป็นผู้ขายและยังสามารถแบ่งแยกยาออกจากขวด

บรรจุแบ่งขายเป็นลักษณะยาชุดได้ ซึ่ง การเปิดร้านขายยาประเภทนี้จะมีโอกาสได้กำไรจากการขายมากกว่า เพราะการตั้ง ราคา ยาชุด แต่ละร้านจะไม่เท่ากัน แล้วแต่กลยุทธ์ของแต่ละร้านในเรื่อง การกำหนดราคาขาย

รูปแบบของร้านยาในประเทศไทย

แบ่งออกเป็น 3 แบบด้วยกัน คือ

1. เซนสโตร เป็นร้านค้าที่มีสาขามาก ซึ่ง สามารถแยกออกเป็นของต่างประเทศ อาทิ บู้ทส์ วัตสัน ขณะเดียวกันยังมีในประเทศอีกหลายแห่ง อาทิ พีแอนด์เอฟ สยามดรุณรูปแบบของ เซนสโตร คือ มีการจัดการบริหารอย่างมีระบบในรูปของบริษัท จะมีผู้จัดการใหญ่ ฝ่ายจัดซื้อ มีโกดังเอง เพราะฉะนั้น การที่ต้นทุนสูง ค่าใช้จ่ายสูง จะเลือกตั้งเฉพาะในทำเลที่ดี เช่น ศูนย์การค้า หรือที่ที่มีคนผ่านไปมา มาก ๆ อาทิ สีลม เพลินจิต

2. ผู้ค้าส่งหรือยี่ปั้ว ในประเทศไทยยังเป็นระบบครอบครัวและอาศัยความสามารถ เฉพาะตัวในการประกอบธุรกิจ หน้าที่คือ ช่วยบริษัทยาในการกระจายสินค้าไปสู่ร้านขายยา ยี่ปั้วมี อำนาจต่อรองสูงมาก เพราะมีเพียงไม่กี่เจ้า จากที่กล่าวว่ายอดขายยาทั้งหมด 10,600 ล้านบาท (ปี 2541) อย่างน้อยกว่า 2,000 ล้านบาท อยู่ที่ยี่ปั้วไม่เกิน 15 เจ้า จึงทำให้มีอำนาจในการต่อรองสูง มีความได้เปรียบทางด้านต้นทุน

3. ร้านขายยาทั่วไปเป็นเจ้าของร้าน ทำงานในร้านเองทุกอย่าง มีช่วงเวลาในการทำงาน ยาวมากข้อดีของร้านขายยาทั่วไป คือ มีลูกค้าประจำและมีความคล่องตัวสูง ตัดสินใจคนเดียว แต่ข้อเสีย คือการบริหารงานไม่เป็นระบบ

ข้อมูลทั่วไปของอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว

อำเภอวังสมบูรณ์อำเภอวังสมบูรณ์ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ของจังหวัด มีอาณาเขต ติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียง ดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ อำเภอวังน้ำเย็น
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับอำเภอคลองหาด
ทิศใต้	ติดต่อกับอำเภอสอยดาวและอำเภอแก่งหางแมว (จังหวัดจันทบุรี)
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับอำเภอท่าตะเียบ (จังหวัดฉะเชิงเทรา) อำเภอวังสมบูรณ์

มีถนนสายหลัก คือทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 317 (ถนนจันทบุรี-สระแก้ว)

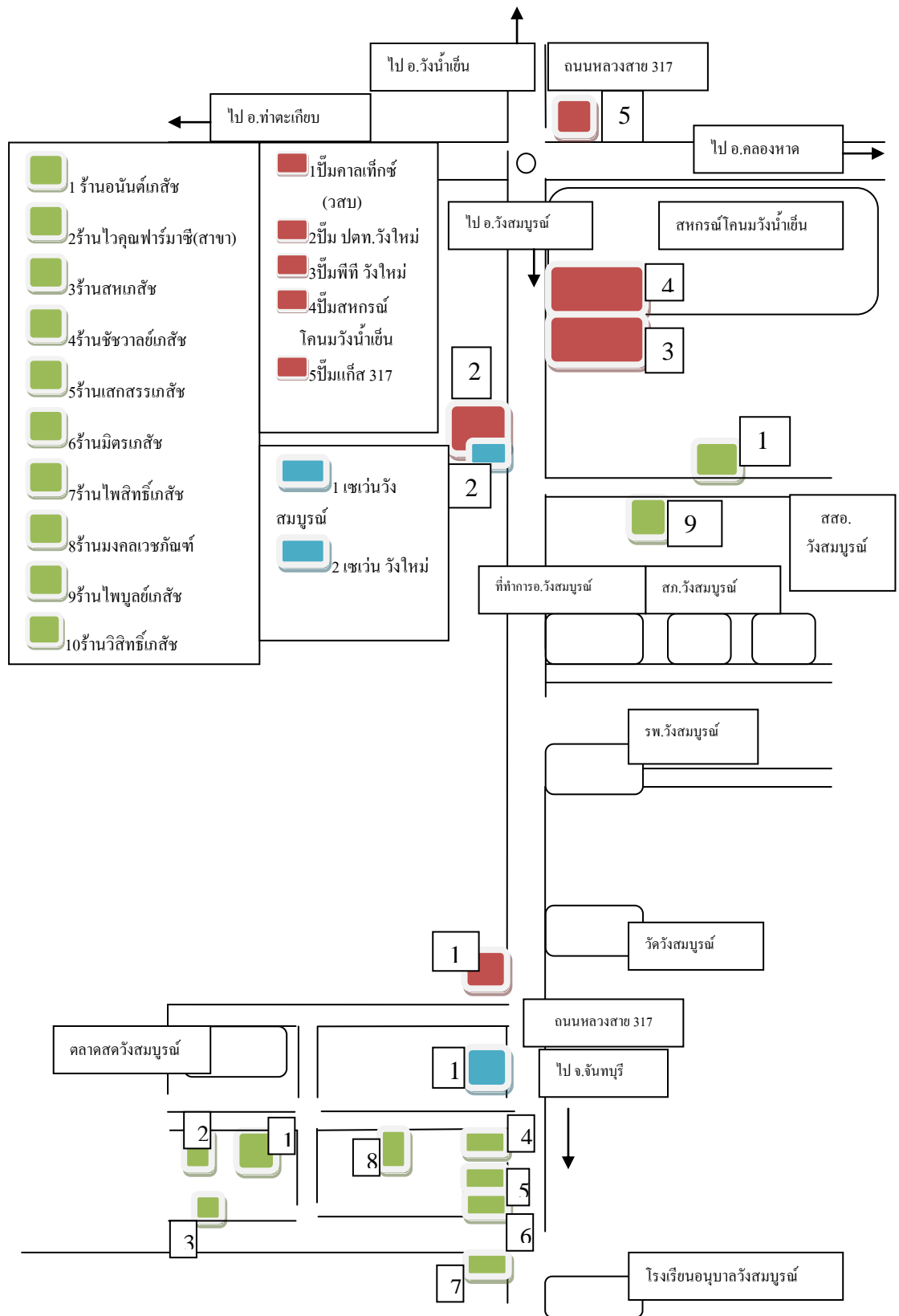


ภาพที่ 4 ที่ตั้งและอาณาเขตของอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว

ท้องที่อำเภอวังสมบูรณ์เดิมเป็นส่วนหนึ่งของอำเภอวังน้ำเย็น ทางราชการได้แบ่งพื้นที่การปกครองออกมาตั้งเป็น กิ่งอำเภอวังสมบูรณ์ ตามประกาศกระทรวงมหาดไทยลงวันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2540 โดยมีผลบังคับตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม ปีเดียวกันและต่อมาได้มีพระราชกฤษฎีกายกฐานะขึ้นเป็น อำเภอวังสมบูรณ์ ในวันที่ 24 สิงหาคม พ.ศ. 2550 โดยมีผลบังคับตั้งแต่วันที่ 8 กันยายน ปีเดียวกัน อำเภอวังสมบูรณ์แบ่งเขตการปกครองย่อยออกเป็น 3 ตำบล 48 หมู่บ้าน จำนวนประชากรอำเภอวังสมบูรณ์ ทั้งหมด 35,794 คน แยกตามตำบลได้ ดังนี้

1. ตำบลวังสมบูรณ์ มีประชากร 10,610 คน
2. ตำบลวังใหม่ มีประชากร 11,905 คน
3. ตำบลวังทอง มีประชากร 13,279 คน (สำนักทะเบียนท้องถิ่นเทศบาลตำบล

วังสมบูรณ์ สืบจาก 3 ธ.ค. 55)



ภาพที่ 5 ที่ตั้งแผนที่ร้านขายยาใน อำเภอวังสมบูรณ จังหวัดสระแก้ว

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

คณั ตันตศิริวัฒน์ (2544) ศึกษาเรื่องการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการร้านขายยาจังหวัดกรุงเทพฯ ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกใช้บริการร้านขายยาเมื่อมีอาการเจ็บป่วยเล็ก ๆ น้อย ๆ โดยให้เหตุผลด้านของความใกล้ชิดบ้านเป็นหลักและเลือกร้านที่มีเภสัชกรผู้บริโภครู้สึกว่ามีความสำคัญกับการบริการด้านการให้คำแนะนำปรึกษาการใช้ยาเป็นอันดับหนึ่งและมีความพึงพอใจในร้านขายยาที่ใช้อยู่เป็นประจำในด้านของความรวดเร็วและความสะดวกสบายในการใช้บริการเป็นอันดับหนึ่งปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษาและอาชีพมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจการบริการในร้านขายยาและการให้ความสำคัญกับการบริการด้านต่าง ๆ ในร้านขายยาแต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญกับการบริการด้านต่าง ๆ ในร้านขายยาในการประกอบธุรกิจร้านขายยาจึงควรเลือกทำเลของร้านอยู่ใกล้ที่อยู่อาศัยและจัดให้มีเภสัชกรประจำร้านตลอดเวลาเพื่อให้คำแนะนำและซักถามอาการอย่างละเอียดก่อนจ่ายยาควรทำป้ายและติดรูปถ่ายของเภสัชกรให้ชัดเจนเพื่อให้ผู้บริโภคทราบว่าเภสัชกรประจำร้าน

กิตติศักดิ์ ไททอง (2546) ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาจากร้านขายยาแผนปัจจุบัน ในเขตเทศบาลเมืองสกลนครใช้แบบสอบถามสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มาใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบันร้านอาหารร้านค้าซูเปอร์มาร์เก็ต ศูนย์ราชการจังหวัดสกลนคร สถานีรถ บขส. จากการสำรวจพบว่า ปัจจัยทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วยด้านตัวเภสัชกร ด้านสถานที่ที่ตั้งและทำเลที่ตั้งด้านราคาด้านผลิตภัณฑ์และด้านบริการของร้านมีผลอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในภาพรวมของปัจจัยทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาของผู้บริโภคเพศชายและหญิงไม่แตกต่างกัน แต่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และด้านบริการของทางร้านมีผลต่อการตัดสินใจของเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

ประภาพรรณ เลหาะวลีสันต์ (2546) ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากร้านขายยาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากร้านขายยาคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการปัจจัยด้านราคานั้นคือแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงกิจกรรมร้านขายยาคือการพัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลายมีเภสัชกรประจำร้านตลอดเวลาและมีการให้คำแนะนำในตัวสินค้าและใช้วิธีรวมทั้งจัดให้มีบริการอื่น ๆ เพิ่มเติมการจำหน่ายยาประกอบด้วยมีป้ายแสดงราคาสินค้าทุกวันอย่างชัดเจน

มัทรี บุรพวงษ์บัณฑิต (2547) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อยาและเวชภัณฑ์จากร้านขายยาของผู้บริโภคในจังหวัดนครพนมโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อยาและเวชภัณฑ์ของผู้บริโภคจากร้านขายยาในจังหวัดนครพนม โดยจำแนกตาม เพศ อายุ

สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนของผู้บริโภคและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมการณ์ซื้อและเวชภัณฑ์จากร้านขายยาของผู้บริโภคในด้านความถี่ในการซื้อยาและเวชภัณฑ์ต่อเดือนจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อยาและเวชภัณฑ์ต่อครั้งการซื้อยาและเวชภัณฑ์จากร้านขายยาร้านเดิมความรู้สึกในด้านคุณภาพของสินค้าและการแนะนำให้คนรู้จักหรือเพื่อนมาใช้บริการ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านเพศอายุระดับการศึกษาสถานภาพอาชีพที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อยาและเวชภัณฑ์ที่แตกต่างกัน ยกเว้นปัจจัยด้านรายได้และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ผลิตภัณฑ์ราคาช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการณ์ซื้อยาและเวชภัณฑ์ในจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

จิรภัทร์ คงสวัสดิ์วรกุล (2548) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการณ์เลือกใช้บริการของผู้บริโภคที่มีต่อร้านขายยาภายในและภายนอกห้างสรรพสินค้าเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดด้านสถานที่ทำเลที่ตั้งในระดับดีที่สุด รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์และหากต้องการเปิดร้านขายยาภายในห้างสรรพสินค้าลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีระดับการศึกษาและมีรายได้สูงจึงควรเน้นที่การบริการที่ครบวงจรและการมีเภสัชกรอยู่ประจำร้านตลอดเวลาและหากต้องการเปิดร้านขายยาภายนอกห้างสรรพสินค้าควรเน้นที่ราคาของสินค้าที่ขายภายในร้าน

มารวิวัน หวันท็อก (2548) ศึกษาเรื่องปัจจัยและความคาดหวังที่มีผลต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อยาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังในการซื้อยาด้านบุคลากรมากกว่าด้านการใช้ยาเหตุผลหลักที่ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครซื้อยาจากร้านขายยามากที่สุดคือเพื่อรักษาอาการเจ็บป่วยในเบื้องต้น โดยยารักษาโรคเป็นประเภทสินค้าที่ผู้บริโภคซื้อมากที่สุดในรูปแบบของยาแก้ปวดลดไข้ผ่านทางร้านขายยาแบบร้านเดี่ยวและตัวผู้บริโภคเองเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อยาและเวชภัณฑ์ต่าง ๆ ในร้านขายยามากที่สุด โดยมีความถี่ 1-3 ครั้ง/เดือน และมีค่าใช้จ่ายหรือจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อยาและเวชภัณฑ์จากร้านขายยาเฉลี่ย 30-319 บาท/ครั้ง ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การค้าปลีกอยู่ในระดับดีและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การค้าปลีก ด้านสถานที่อุปกรณ์และสิ่งสนับสนุนบริการ ด้านความหลากหลายและความพร้อมของยาที่จัดไว้จำหน่าย ด้านจุดยืนและจรรยาบรรณของผู้ประกอบการร้านขายยา ด้านความปลอดภัยจากการใช้ยา ด้านราคาและด้านบุคลากรอยู่ในระดับดีและผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การค้าปลีก ด้านบริการข้อมูล ด้านทำเลที่ตั้งและความสะดวก ด้านเวลาและด้านการสื่อสารการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง

เปรียบเทียบ อุดมรัตน์านนท์ (2549) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อยาของผู้บริโภคในร้านขายยา Fascino ในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาและรายได้แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาและเวชภัณฑ์ของผู้บริโภคในร้านขายยา Fascino ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาและเวชภัณฑ์ของผู้บริโภคในร้านขายยา Fascino ในระดับต่ำ และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

สมประสงค์ แดงพลอย (2553) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ การวิจัยในครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านลักษณะบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านขายยาที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่ซื้อยาจากร้านขายยาในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 400 คน ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถามสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ สถิติไค-สแควร์

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีสัญชาติไทย เพศหญิง อายุระหว่าง 26-35 ปี ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่าประกอบอาชีพพนักงานโรงงานอุตสาหกรรม และมีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความเห็นต่อปัจจัย ด้านส่วนประสมทางการตลาดของร้านขายยาในด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ในด้านพฤติกรรมการซื้อพบว่า ผู้มีอิทธิพลมากที่สุดได้แก่ ตนเอง โดยมีการซื้ออยู่ในช่วงเวลา 18.01-22.00 น. เวลาโดยเฉลี่ยที่ซื้อน้อยกว่า 10 นาที กลุ่มยาที่ซื้อมากที่สุดได้แก่ ยารักษาโรค ประเภทยาแก้ปวดลดไข้ และมีพฤติกรรมการซื้อซ้ำผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ .05 พบว่า

1. อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อยาในแต่ละครั้งของมากที่สุด ช่วงเวลาซื้อยาจากร้านขายยาบ่อยที่สุด เวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยาในแต่ละครั้ง สินค้าที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด กลุ่มประเภทยาที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด แนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาของจากร้านขายยา

2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ในด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อยาในแต่ละครั้งของมากที่สุด ช่วงเวลาซื้อยาจากร้านขายยาบ่อยที่สุด เวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยาในแต่ละครั้งสินค้าที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด กลุ่มประเภทยาที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด แนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาของจากร้านขายยา

3. บุคลากรมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อยาในแต่ละครั้ง ของมากที่สุด ช่วงเวลาซื้อยาจากร้านขายยาบ่อยที่สุด เวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยาในแต่ละครั้งสินค้าที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด กลุ่มประเภทยาที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด แนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาของจากร้านขายยา

กนกกาญจน์ โชคกาญจน์วัฒน์ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตพระนครศรีอยุธยา การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตพระนครศรีอยุธยา พฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภค เปรียบเทียบจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพสมรส และอาชีพ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจซื้อยาของผู้บริโภคในเขตพระนครศรีอยุธยา ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือประชากรที่เคยซื้อยาจากร้านขายยาในเขตพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 ชุด ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูล และประมวลผลข้อมูลนั้น ได้ใช้โปรแกรมทางคอมพิวเตอร์ ช่วยในการประมวลผล โดยใช้สถิติการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ANOVA, t-test, F-test และ Multiple Regression Analysis ในการวิเคราะห์

ผลการศึกษา พบว่า

1. ระดับความสำคัญทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา พบว่า โดยภาพรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าอิทธิพลการตัดสินใจในระดับมาก สำหรับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาจากร้านขายยาในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มากที่สุด พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมา ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านราคา, ด้านการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

2. พฤติกรรมการซื้อสินค้า พบว่า สินค้าที่ซื้อจากร้านขายยา ส่วนใหญ่ซื้อยารักษาโรค โดยตัวเองเป็นผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ การเข้าใช้ร้านขายยา 1 ครั้ง/เดือน ใช้เวลาประมาณ 11-20 นาทีต่อการซื้อ 1 ครั้ง

3. จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานพบว่า ในภาพรวม ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจทางด้านส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีเพียงด้านการจัดจำหน่ายเท่านั้นที่มีการตัดสินใจแตกต่างกัน

ปัจจัยสำคัญทางด้านส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อจากร้านขายยา ในเขตจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านขายยาในเขตพระนครศรีอยุธยา

รัชนิวรรณ เถาว์อิน (2554) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเลือกร้านขายยาแผนปัจจุบันของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกร้านขายยาแผนปัจจุบัน ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกร้านขายยา ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกร้านขายยา ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการตลาดกับพฤติกรรมการเลือกร้านขายยาแผนปัจจุบัน และเพื่อศึกษาความคิดเห็นที่มีผลต่อการใช้บริการ ร้านขายยาแผนปัจจุบัน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ เก็บรวบรวมข้อมูลจาก ประชาชนคนไทยในอำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ ที่ซื้อจากร้านขายยาแผนปัจจุบัน จำนวน 400 คน ด้วยวิธีสุ่มแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบไค-สแควร์

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการร้านขายยาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี สถานภาพสมรส การศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. อาชีพรับจ้าง จำนวนสมาชิกในครัวเรือน 3-4 คน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และค่าใช้จ่ายของครอบครัว 10,001-15,000 บาท พฤติกรรมการเลือกร้านขายยา พบว่า รู้จักร้านขายยาเพราะอยู่ใกล้บ้าน ความถี่ในการใช้บริการร้านขายยา 1-2 ครั้ง/ เดือน จำนวนเงินที่ใช้บริการแต่ละครั้ง 100-200 บาท วัตถุประสงค์ที่มาใช้บริการร้านขายยา เนื่องจากต้องการที่จะซื้อยาเพื่อรักษาโรค/ ป้องกันโรคจากการเจ็บป่วย/ ได้รับอุบัติเหตุ เหตุผลที่ใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบัน คือ มีเภสัชกรประจำตลอดเวลา บริการที่เคยใช้ในร้านขายยา เป็นคำแนะนำเกี่ยวกับการใช้ยาจากเภสัชกร วิธีการใช้บริการร้านขายยา คือ เเล่อาการแล้วให้ทางร้านจัดยาให้ ช่วงเวลาในการใช้บริการร้านขายยา ไม่นานเอง ตนเองเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้บริการร้านขายยา ยาที่ซื้อเป็นประจำ คือ ยาแก้ปวดลดไข้ ลักษณะร้านที่เลือกใช้บริการเป็น ร้านขายยาแบบเจ้าของคนเดียว แหล่งที่เลือกใช้บริการร้านขายยาเพราะใกล้ที่พักอาศัย ปัจจัย ทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกร้านขายยา ในภาพรวมมีการเลือกร้านขายยาในระดับมาก เรียงลำดับคือ ด้านกระบวนการให้บริการ รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเลือก ร้านขายยา พบว่า เพศ อายุ สถานภาพสมรส วุฒิการศึกษา มี อาชีพ จำนวนสมาชิกในครัวเรือน รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน ค่าใช้จ่ายต่อเดือน มีความสัมพันธ์พฤติกรรมการเลือก ร้านขายยาแผนปัจจุบันของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทาง

การตลาดกับพฤติกรรม การเลือกร้านขายยา พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกร้านขายยาแผนปัจจุบัน ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดกระบี่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เอกราช ทองสุข (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบันของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบันของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบันของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ร้านขายยาแผนปัจจุบันของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยทางการตลาด กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบันในจังหวัดชุมพร เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากประชาชนที่ไปใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบันในเขตจังหวัดชุมพร จำนวน 400 คน โดยค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าไคสแควร์

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพโสด ศึกษาในระดับปริญญาตรี อาชีพรับราชการ รายได้ 15,001-20,000 บาทต่อเดือน ไม่มีโรคประจำตัว จำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน ภูมิลำเนาเป็นคนต่างอำเภอในจังหวัดชุมพร รู้จักร้านขายยาเพราะอยู่ใกล้บ้าน มีความถี่ในการใช้บริการที่ไม่แน่นอน จำนวนเงินที่ซื้อต่อครั้ง 51-100 บาท ใช้บริการเพราะมีความไว้วางใจในเภสัชกร เพราะต้องการที่จะซื้อยาเอง ซื้อยาสามัญประจำบ้านและยาเรียกหาทั่วไป บริการที่เคยใช้ คือขอคำแนะนำเกี่ยวกับการใช้ยา จากเภสัชกร วิธีการคือเล่าอาการและให้ทางร้านจัดยาให้ ช่วงเวลาที่ใช้บริการไม่แน่นอน ตัดสินใจใช้บริการร้านขายยาด้วยตนเอง ด้านปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบันของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร พบว่า โดยรวมมีระดับความสำคัญในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมาก 6 ด้าน เรียงตามลำดับ ดังนี้ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านกระบวนการบริการ และอยู่ในระดับปานกลาง 1 ด้าน คือ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ อายุ สถานภาพสมรส ศาสนา อาชีพ โรคประจำตัว จำนวนสมาชิกในครอบครัว และภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบันของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และด้านปัจจัยทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการ และด้านสิ่งแวดล้อม

ทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบันของผู้บริโภคใน
จังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเพื่อศึกษา พฤติกรรมการซื้อขายจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นการเชิงวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ดำเนินการวิจัยโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยจะมีขั้นตอนดังนี้

1. วิธีการศึกษา
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล
4. การสร้างและทดสอบเครื่องมือ
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล
7. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
8. เกณฑ์การแปลผล

วิธีการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ ดำเนินการศึกษาโดยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้แบบสอบถาม

1. แบบตอบด้วยตนเอง ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือประชากรที่ใช้ในการศึกษา และทำวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริโภคที่ซื้อขายจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบและแบบเรียงลำดับ (Interval)
3. การเก็บรวบรวมข้อมูลในส่วนของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ซึ่งแบบสอบถามที่แจกทั้งหมด 400 ฉบับ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ขอบเขตของเนื้อหาในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาพฤติกรรมการซื้อขายจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาและทำวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริโภคที่ซื้อยาจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงเลือกใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริโภคที่ซื้อยาจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น จึงกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของนราศรี ไวนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี (2538, หน้า 104) โดยการคำนวณประชากรใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่จะเกิดขึ้น .05 ค่าสัดส่วนประชากร 0.5 ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 385 คน และเพื่อให้การเก็บข้อมูลของแบบสอบถามครอบคลุมสมบูรณ์ จึงมีการเผื่อความผิดพลาดของแบบสอบถามไว้ 10% เท่ากับ 40 คน ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างสำหรับงานวิจัยครั้งนี้เท่ากับจำนวน 400 คน ดังนี้

$$n = \frac{Z^2 pq}{B_2}$$

แทนค่า

$$n = \text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง}$$

$$B = \text{ระดับความคลาดเคลื่อน ซึ่ง } B = \text{ค่าความแม่นยำ}$$

$$\text{กำหนดให้มีความเบี่ยงเบนได้ 5\% ดังนั้น } B = .05$$

$$Z = \text{ค่ามาตรฐานซึ่ง ขึ้นอยู่กับระดับความเชื่อมั่น}$$

$$p = \text{สัดส่วนประชากรที่สนใจศึกษาเท่ากับ 50\% = .05}$$

$$q = 1-p$$

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{(3.8416)(0.25)}{(0.0025)}$$

$$n = 384.16 \text{ หรือ } 385 \text{ ตัวอย่าง}$$

ในทางปฏิบัติเรานิยมใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น $Z = 1.96$ (นราศรี ไวนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี, 2545, หน้า 102) เพราะฉะนั้นได้ขนาดตัวอย่าง 400 คน

3. การสุ่มตัวอย่าง

จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อยาจากร้านขายยาอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ซึ่งมีทั้งหมด 10 ร้าน แบ่งเป็นร้านขายยาแผนปัจจุบัน 1 ร้าน และร้านขายยาบรรจุน้ำสมุนไพรที่ไม่ใช่ยาอันตราย 9 ร้าน (สาธารณสุขอำเภอวังสมบูรณ์) ดังนี้

ตารางที่ 2 ร้านขายยาแผนปัจจุบัน 10 ร้านในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว

ร้าน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
1. ร้านอนันต์เภสัช	40 คน
2. ร้านไวคุณฟาร์มาซี (สาขา)	40 คน
3. ร้านสหเภสัช	40 คน
4. ร้านชัชวาลเภสัช	40 คน
5. ร้านมิตรเภสัช	40 คน
6. ร้านเสกสรรเภสัช	40 คน
7. ร้านไพสิทธิ์เภสัช	40 คน
8. ร้านมงคลเวชภัณฑ์	40 คน
9. ร้านวิสิทธิ์เภสัช	40 คน
10. ร้านไพบุลย์เภสัช	40 คน
รวม	400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล สำหรับการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภค โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ คือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบเลือกตอบ (Check List) เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งลักษณะของคำถามจะเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended หรือ Fixed Form) มีตัวเลือกให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกตอบให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุดเพียงข้อเดียว จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว

ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของร้านขายยา

ข้อที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ใช้บริการจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว

ข้อที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านราคาของผู้ใช้บริการร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว

ข้อที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านสถานที่ของผู้ใช้บริการร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว

ข้อที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้ใช้บริการร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว

ลักษณะคำถามโดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Interval) เป็นคำถามกำหนดมาตรวัด 5 ระดับ โดยแบ่งเป็น 5 ลำดับคะแนน ดังนี้

คะแนน 5 หมายถึง มีต่อพฤติกรรมการซื้อ มากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง มีต่อพฤติกรรมการซื้อ มาก

คะแนน 3 หมายถึง มีต่อพฤติกรรมการซื้อ ปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง มีต่อพฤติกรรมการซื้อ น้อย

คะแนน 1 หมายถึง มีต่อพฤติกรรมการซื้อ ไม่มีอิทธิพล

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ต่าง ๆ ดังนี้

ข้อที่ 1-6 คำถามเกี่ยวกับบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ ยาในร้านขายยา ช่วงเวลาที่ท่านซื้อยาจากร้านขายยา เวลาโดยเฉลี่ย ในการซื้อ ยาจากร้านขายยา ประเภทสินค้าที่ซื้อ จากร้านขายยา กลุ่มประเภทยาที่ซื้อร้านขายยา แนวโน้มการซื้อยาจากร้านขายยาในอนาคต ลักษณะแบบสอบถามเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended Question) ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงคำตอบเดียว ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

การสร้างและทดสอบเครื่องมือ

แบบสอบถามฉบับนี้ ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเอง มีขั้นตอนในการสร้าง ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว จากนั้นนำมากำหนดกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย กำหนดนิยาม และเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว และตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามว่าครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือไม่ จากนั้นนำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบแล้วนำมาปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ได้แก่

3.1 ดร.วัลลภ ศัพท์พันธุ์ ตำแหน่ง อาจารย์ประจำ วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

3.2 อาจารย์ สุปราณี ธรรมพิทักษ์ ตำแหน่งรองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

3.3 นายสุธี วรรณ ตำแหน่ง นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสระแก้ว

เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากนั้นปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

3. ตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับผู้บริโภคชื้อยาจากร้านขายยาในอำเภอวังน้ำเย็น จังหวัดสระแก้ว จำนวน 30 คน แล้วหาความเที่ยงของแบบสอบถามโดยวิธีการวัดความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency Method) ของครอนบาช (Cronbach's Alpha) วิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงหรือค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาได้ค่า .776

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชน ดังนี้

1.1 หนังสือพิมพ์ วารสาร สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ

1.2 ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

- 1.3 หนังสือทางวิชาการ บทความ สารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด ซึ่ง จะเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากร้านขายยาที่กำหนดไว้จนครบตามจำนวน โดยมีขั้น ตอนในการดำเนินการ ดังนี้
 - 2.1 ผู้วิจัยเตรียมแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด
 - 2.2 ผู้วิจัยได้ขอหนังสือแนะนำตัวจากวิทยาลัยบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจังหวัดสระแก้ว เพื่อขอความร่วมมือจากร้านขายยา โดยที่ผู้บริหารของร้านขายยาดังกล่าว มีความสะดวกและเต็มใจที่จะตอบแบบสอบถาม
 - 2.3 นำข้อมูลฉบับที่มีคำตอบครบถ้วนสมบูรณ์มาทำการลงรหัส เพื่อนำไปวิเคราะห์ และแปรผลข้อมูลทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ตอน ประกอบด้วย 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) วิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ซื้อยาที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว 3) วิเคราะห์พฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว และ 4) ทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยใช้โปรแกรมคำนวณสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้สถิติดังนี้

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. อธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และ ร้อยละ (Percentage)
2. อธิบายระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อส่วนประสมการตลาดของร้านขายยาพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคใน อำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว โดยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
3. อธิบายพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้วโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และ ร้อยละ (Percentage)
4. ทำการทดสอบสมมติฐานการวิจัยโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ตามสมมติฐานที่กำหนดไว้โดยใช้ สถิติ Chi-Square (X^2 - test) ใช้ในการทดสอบความเป็นอิสระกัน

เกณฑ์การแปลผล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การแปลผลดังนี้

การคำนวณความกว้างระหว่างชั้นเพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลต่าง ๆ โดยใช้สูตร
(มัลลิกา บุณนาค, 2537, หน้า 29)

$$\begin{aligned} \text{ช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ยตามระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคในด้าน
ส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมกรซื้อยา

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็นที่มีผลต่อพฤติกรรมกรซื้อ
4.21-5.00	ระดับมากที่สุด
3.41-4.20	ระดับมาก
2.61-3.40	ระดับปานกลาง
1.81-2.60	ระดับน้อย
1.00-1.80	ระดับน้อยที่สุด

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ตอน และเพื่อให้เกิดความเข้าใจในการสื่อสารที่ตรงกันจึงได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
SD	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
$Sig.$	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกค่านัยสำคัญทางสถิติ
χ^2	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณาในไค-สแควร์ (Chi-square)
H_0	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H_1	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปรผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบาย โดยแบ่งเป็น 2 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ สัญชาติ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของร้านขายยา

1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชื้อยาในร้านขายยาช่วงเวลาที่ท่านชื้อยาจากร้านขายยาเวลาโดยเฉลี่ยในการชื้อยาจากร้านขายยาประเภทสินค้าที่ชื้อจากร้านขายยา กลุ่มประเภทยาที่ชื้อร้านขายยาแนวโน้มนำการชื้อยาจากร้านขายยาในอนาคต

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

2.1 กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันมีพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาแตกต่างกัน

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันมีพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาแตกต่างกัน

- 2.3 กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาแตกต่างกัน
- 2.4 กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันมีพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาแตกต่างกัน
- 2.5 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่างกันมีพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาแตกต่างกัน
- 2.6 ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยา
- 2.7 ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคามีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยา
- 2.8 ส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่ที่มีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยา
- 2.9 ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยา

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และระยะเวลาที่เจ็บป่วย ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 จำนวน และร้อยละ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน ($n = 400$)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	235	58.75
หญิง	165	41.25
2. อายุ		
ไม่เกิน 25 ปี	172	43.00
ระหว่าง 26-35 ปี	95	23.75
ระหว่าง 36-45 ปี	49	12.25
ตั้งแต่ 46 ปีขึ้นไป	84	21.00

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (n = 400)	ร้อยละ
3. ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	43	10.75
มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.3)	64	16.00
มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6)/ ปวช.	181	45.25
ปวส. หรืออนุปริญญา	43	10.75
ปริญญาตรี	67	16.75
สูงกว่าปริญญาตรี	2	0.50
4. อาชีพ		
นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา	117	29.25
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	30	7.50
เกษตรกร	101	25.25
พนักงานบริษัทเอกชน	26	6.50
ธุรกิจส่วนตัว	114	28.50
พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	12	3.00
อื่น ๆ ไปรกระบุ.....	0	0.00
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	93	23.25
5,001-10,000 บาท	27	6.75
10,001-15,000 บาท	117	29.25
15,001-20,000 บาท	78	19.50
มากกว่า 20,001 บาท	85	21.25

จากตารางที่ 3 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.80 และเพศหญิงจำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.30

อายุ ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงไม่เกิน 25 ปีจำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.00 รองลงมาอยู่ในช่วงระหว่าง 26-35 ปีจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.80 และอยู่ในช่วงตั้งแต่ 46 ปีขึ้นไป

จำนวน 84คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่อยู่ในมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6)/ ปวช.จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.30 รองลงมาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.80 และระดับมัธยมศึกษาตอนต้น (ม.3) จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 ตามลำดับ

อาชีพส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.30 รองลงมาประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 และประกอบอาชีพเกษตรกร จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.30 ตามลำดับ

รายได้ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 10,001-15,000 บาท จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.30 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.30 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,001 บาท จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.30 ตามลำดับ

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของร้านขายยาได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่และด้านการส่งเสริมการตลาด

1. ด้านผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 4 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ด้านผลิตภัณฑ์

ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของร้านขายยา	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	แปลความ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. ชนิด ประเภทของยาในร้านมีหลากหลาย	2	367	27	0	4	3.90	0.39	มาก	3
2. ลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่ท่านซื้อจากในร้านขายยา สะอาดและมีความเหมาะสม	11	356	33	0	0	3.94	0.32	มาก	2
3. ยาที่จำหน่ายภายในร้านขายยามีคุณภาพตามมาตรฐาน	34	340	22	0	4	4.00	0.48	มาก	1
รวม						4.00	0.37	มาก	

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00, SD = 0.37$) และหากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกข้อ คือ ยาที่จำหน่ายภายในร้านขายยา มีคุณภาพตามมาตรฐาน ($\bar{X} = 4.00, SD = 0.48$) ลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่อ่านชื่อจากในร้านขายยาสะอาดและมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.94, SD = 0.32$) ชนิด ประเภทของยาในร้านมีหลากหลาย ($\bar{X} = 3.90, SD = 0.39$) ตามลำดับ

2. ด้านราคา

ตารางที่ 5 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ด้านราคา

ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของร้านขายยา	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	แปลความ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. ความเหมาะสมด้านราคายาที่จำหน่ายของร้าน	6 (1.50)	357 (89.25)	37 (9.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.92	0.32	มาก	3
2. มีการคิดป้ายบอกราคาภายในร้าน	0 (0.00)	269 (74.00)	104 (26.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.70	0.40	มาก	4
3. ราคาที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพของยา	36 (9.00)	326 (81.50)	38 (9.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.00	0.43	มาก	1
4. ราคาที่จำหน่ายในร้านไม่แพงเมื่อเทียบกับร้านอื่น	19 (4.75)	357 (89.25)	24 (6.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.99	0.33	มาก	2
	รวม					3.91	0.21	มาก	

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ด้านราคา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91, SD = 0.21$) และหากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกข้อ คือ ราคาที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพของยา ($\bar{X} = 4.00, SD = 0.43$) ราคาที่จำหน่ายในร้านไม่แพง เมื่อเทียบกับร้านอื่น ($\bar{X} = 3.99, SD = 0.33$) ความเหมาะสมด้านราคายาที่จำหน่ายของร้าน ($\bar{X} = 3.92, SD = 0.32$) และมีการคิดป้ายบอกราคาภายในร้าน ($\bar{X} = 3.70, SD = 0.40$) ตามลำดับ

3. ด้านสถานที่

ตารางที่ 6 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ด้านสถานที่

ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของร้านขายยา	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	แปลความ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. สถานที่ตั้งของร้านขายยาที่มีความสะดวกในการเดินทางมายังร้านขายยา	6 (1.50)	333 (83.25)	59 (14.75)	2 (0.50)	0 (0.00)	3.86	0.40	มาก	2
2. สภาพแวดล้อมภายนอกร้านที่มีที่จอดรถเพียงพอ	4 (1.00)	298 (74.50)	98 (24.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.77	0.45	มาก	4
3. สภาพแวดล้อมภายในร้านขายยาที่มีความสะอาดตามหลักสุขอนามัย	29 (7.25)	331 (82.75)	40 (10.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.97	0.41	มาก	1
4. เวลาเปิด-ปิดในการจำหน่ายยา	11 (2.75)	319 (79.75)	70 (17.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.85	0.43	มาก	3
รวม						3.86	0.24	มาก	

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ด้านสถานที่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86, SD = 0.24$) และหากพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกข้อ คือ สภาพแวดล้อมภายในร้านขายยาที่มีความสะอาดตามหลักสุขอนามัย ($\bar{X} = 3.97, SD = 0.41$) สถานที่ตั้งของร้านขายยาที่มีความสะดวกในการเดินทางมายังร้านขายยา ($\bar{X} = 3.86, SD = 0.40$) เวลาเปิด-ปิดในการจำหน่ายยา ($\bar{X} = 3.85, SD = 0.43$) และสภาพแวดล้อมภายนอกร้านที่มีที่จอดรถเพียงพอ ($\bar{X} = 3.77, SD = 0.45$) ตามลำดับ

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 7 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของผู้บริโภค ที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ด้านการส่งเสริมการตลาด

ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อ ส่วนประสมการตลาดของร้านขายยา	ระดับความคิดเห็น					\bar{X}	SD	แปลความ	อันดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
1. มีแผ่นพับแนะนำการชื้อยาให้ ความรู้แก่ผู้ชื้อยา	4 (1.00)	155 (38.75)	241 (60.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.41	0.51	มาก	5
2. ป้ายของร้านขายยาสามารถ มองเห็นได้ชัดเจน	0 (0.00)	113 (28.25)	287 (71.75)	0 (0.00)	0 (0.00)	3.28	0.45	มาก	6
3. มีการแจกผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพ ให้ทดลองใช้	7 (1.75)	191 (47.75)	200 (50.00)	2 (0.50)	0 (0.00)	3.51	0.54	มาก	4
4. ความรู้ความสามารถในการให้ ข้อมูลของเภสัชกรหรือคนขายยา	112 (28.00)	258 (64.50)	30 (7.50)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.21	0.56	มากที่สุด	1
5. ความมีมนุษยสัมพันธ์ของเภสัชกร หรือคนขายยา	78 (19.50)	281 (70.25)	41 (10.25)	0 (0.00)	0 (0.00)	4.09	0.54	มาก	3
6. ความกระตือรือร้นและใส่ใจ ในการจำหน่ายยาของเภสัชกรหรือ คนขายยา	77 (19.25)	303 (75.75)	16 (4.00)	2 (0.50)	2 (0.50)	4.12	0.53	มาก	2
	รวม					3.77	0.25	มาก	

จากตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ด้านส่งเสริมการตลาด พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77, SD = 0.25$) และหากพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็น คือ ความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลยาของเภสัชกรหรือคนขายยา ($\bar{X} = 4.21, SD = 0.56$) ความกระตือรือร้นและใส่ใจในการจำหน่ายยาของเภสัชกรหรือคนขายยา ($\bar{X} = 4.12, SD = 0.53$) มีมนุษยสัมพันธ์ของเภสัชกรหรือคนขายยา ($\bar{X} = 4.09, SD = 0.54$) มีการแจกผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพให้ทดลองใช้ ($\bar{X} = 3.51, SD = 0.54$) มีแผ่นพับแนะนำการชื้อยาให้ความรู้แก่ผู้ชื้อยา ($\bar{X} = 3.41, SD = 0.51$) และป้ายของร้านขายยาสามารถมองเห็นได้ชัดเจน ($\bar{X} = 3.28, SD = 0.45$) ตามลำดับ

ตารางที่ 8 สรุประดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านขายยาของผู้บริโภคใน
อำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในแต่ละด้าน

ส่วนประสมการตลาด	\bar{X}	SD	แปลความ	ลำดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.00	0.37	มาก	1
ด้านราคา	3.91	0.21	มาก	2
ด้านสถานที่	3.86	0.24	มาก	3
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.77	0.25	มาก	4
รวม	3.87	0.16	มาก	

จากตารางที่ 8 สรุปได้ว่า ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87, SD = 0.16$) หากพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็น คือด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.00, SD = 0.37$) ด้านราคา ($\bar{X} = 3.91, SD = 0.21$) ด้านสถานที่ ($\bar{X} = 3.86, SD = 0.24$) และด้านส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.77, SD = 0.25$) ตามลำดับ

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อยาในร้านขายยาช่วงเวลาที่ท่านซื้อยาจากร้านขายยาเวลาโดยเฉลี่ยในการซื้อยาจากร้านขายยาประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านขายยากลุ่มประเภทยาที่ซื้อร้านขายยาแนวโน้มการซื้อยาจากร้านขายยาในอนาคต

ตารางที่ 9 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมกรซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว

พฤติกรรมกรซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์	จำนวน (n = 400)	ร้อยละ
1. บุคคลใดมีอิทธิพลต่อการซื้อยาในแต่ละครั้ง		
ตัวท่านเอง	315	78.75
เพื่อน	7	1.75
คู่รัก	2	0.50
เภสัชกร/ คนขายยา	66	16.50
สมาชิกในครอบครัว	10	2.50
2. ช่วงเวลาที่ท่านซื้อยาจากร้านขายยาบ่อยที่สุด		
06.01-10.00 น.	172	43.00
10.01-14.00 น.	95	23.75
14.01-18.00 น.	49	12.25
18.01-22.00 น.	84	21.00
3. เวลาโดยเฉลี่ยที่ท่านใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยาในแต่ละครั้ง		
น้อยกว่า 10 นาที	327	81.75
11-20 นาที	69	17.25
21-30 นาที	2	0.50
มากกว่า 30 นาที	2	0.50
4. สินค้าประเภทใดที่ท่านซื้อจากร้านขายยามากที่สุด		
ยารักษาโรค	344	86.00
อาหารเสริม, วิตามิน	52	13.00
อุปกรณ์ทางการแพทย์	4	1.00

ตารางที่ 9 (ต่อ)

พฤติกรรมการณ์ซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์	จำนวน (n = 400)	ร้อยละ
5. กลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ท่านซื้อจากร้านขายยามากที่สุด		
ยาแก้ปวดลดไข้	256	64.00
ยาออกฤทธิ์ต่อหัวใจและหลอดเลือด	0	0.00
ยารักษาโรคเกี่ยวกับทางเดินหายใจ	2	0.50
ยารักษาโรคเกี่ยวกับทางเดินอาหาร	12	3.00
ยาแก้ปวดเมื่อย	62	15.50
ยาออกฤทธิ์ต่อจิตประสาท	0	0.00
ยาฮอร์โมน	53	13.25
ยารักษาโรคผิวหนัง	12	3.00
ยาปฏิชีวนะ	3	0.75
ยาแผนโบราณเช่นยาไทยยาจีน	0	0.00
6. ในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการณ์ซื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร		
ซื้อซ้ำ	359	89.75
บอกต่อให้ผู้อื่นมาซื้อ	41	10.25

จากตารางที่ 9 แสดงผลวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการณ์ซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้วจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ดังนี้

บุคคลใดมีอิทธิพลต่อการซื้อยาในแต่ละครั้ง

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบด้วยตนเอง จำนวน 315 คน คิดเป็นร้อยละ 78.75

รองลงมาเภสัชกร/ คนขายยา จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 สมาชิกในครอบครัว จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 เพื่อนจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 และคู่อีกจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

ช่วงเวลาที่ท่านซื้อยาจากร้านขายยาบ่อยที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบ 06.01-10.00 น. จำนวน 172 คนคิดเป็นร้อยละ 43.00

รองลงมา 10.01-14.00 น. จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.80 ต่อมา 18.01-22.00 น. จำนวน 84 คน

คิดเป็นร้อยละ 21.00 และ 14.01-18.00 น. จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.30 ตามลำดับ

เวลาโดยเฉลี่ยที่ท่านใช้ในการซื้อจากร้านขายยาในแต่ละครั้ง

ผู้ตอบแบบสอบถามใหญ่ตอบน้อยกว่า 10 นาที จำนวน 327 คน คิดเป็นร้อยละ 81.75

รองลงมา 11-20 นาที จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 และมีค่าเท่ากัน คือ 21-30 นาที กับ

มากกว่า 30 นาที จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

สินค้าประเภทใดที่ท่านซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามใหญ่ตอบยารักษาโรค จำนวน 344 คน คิดเป็นร้อยละ 86.00

รองลงมาอาหารเสริม, วิตามิน จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 และอุปกรณ์ทางการแพทย์

จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00

กลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ท่านซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามใหญ่ตอบยาแก้ปวดลดไข้ จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64.00

รองลงมา ยาแก้ปวดเมื่อย จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50 ยาฮอร์โมน จำนวน 53 คน คิดเป็น

ร้อยละ 13.30 มีค่าเท่ากัน คือ ยารักษาโรคเกี่ยวกับทางเดินอาหารกับยารักษาโรคผิวหนัง จำนวน

12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ยาปฏิชีวนะ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 และ ยารักษาโรคเกี่ยวกับ

ทางเดินหายใจ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

ในโอกาสแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการซื้อของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์

จังหวัดสระแก้วเป็นอย่างไร

ผู้ตอบแบบสอบถามใหญ่ตอบซื้อซ้ำ จำนวน 359 คน คิดเป็นร้อยละ 89.75 และบอกต่อ

ให้ผู้อื่นมาซื้อ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผู้บริโภครที่มีลักษณะข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ ส่งเสริม

การตลาด มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการซื้อจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัด

สระแก้ว ด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อยาในร้านขายยาช่วงเวลาที่ท่านซื้อจากร้านขายยาเวลา

โดยเฉลี่ยในการซื้อจากร้านขายยาประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านขายยาในกลุ่มประเภทยาที่ซื้อร้านขาย

ยาแนวโน้มการซื้อจากร้านขายยาในอนาคตสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ สถิติไค-สแควร์ทดสอบ

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น ปฏิเสธสมมติฐานหลัก H_0 และ

ยอมรับสมมติฐานรอง H_1 ก็ต่อเมื่อค่า Sig. (2-sided) มีค่าน้อยกว่า .05

สมมติฐานที่ 1 เพศมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว สามารถแบ่งออกเป็นสมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 เพศมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อยาในร้านขายยาสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : เพศไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อยาในร้านขายยา

H_1 : เพศมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อยาในร้านขายยา

ตารางที่ 10 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างเพศกับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อยาในร้านขายยา

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อยาในร้านขายยา	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ตัวท่านเอง	190 (60.32)	125 (39.68)	315 (100.00)
เพื่อน	5 (71.43)	2 (28.57)	7 (100.00)
คู่อีก	0 (0.00)	2 (100.00)	2 (100.00)
เภสัชกร/ คนขายยา	38 (57.58)	28 (42.42)	66 (100.00)
สมาชิกครอบครัว	2 (20.00)	8 (80.00)	10 (100.00)
รวม	235 (58.75)	165 (41.25)	400 (100.00)

$\chi^2 = 9.86$ Asymp. Sig. (2-sided) = 0.04

จากตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์เพศมีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชื้อยาในร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร พบว่า มีค่า χ^2 เท่ากับ 9.86 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.04 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศมีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชื้อยาในร้านขายยา ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งสมมติฐานที่ 1.2 เพศมีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านชื้อยาจากร้านขายยาสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : เพศไม่มีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านชื้อยาจากร้านขายยา

H_1 : เพศมีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านชื้อยาจากร้านขายยา

ตารางที่ 11 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างเพศกับพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านชื้อยาจากร้านขายยา

ช่วงเวลาที่ท่านชื้อยาจากร้านขายยา	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
06.01-10.00 น.	118 (61.78)	73 (38.22)	191 (100.00)
10.01-14.00 น.	16 (84.21)	3 (15.79)	19 (100.00)
14.01-18.00 น.	33 (60.00)	22 (40.00)	55 (100.00)
18.01-22.00 น.	68 (50.37)	67 (49.63)	135 (100.00)
รวม	235 (58.75)	165 (41.25)	400 (100.00)

$\chi^2 = 9.75$ Asymp. Sig. (2-sided) = 0.02

จากตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์เพศมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านซื้อยาจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร พบว่า มีค่า χ^2 เท่ากับ 9.75 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.02 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านซื้อยาจากร้านขายยา ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 1.3 เพศมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยาสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : เพศไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยา

H_1 : เพศมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยา

ตารางที่ 12 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างเพศกับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยา

เวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยา	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
น้อยกว่า 10 นาที	206 (63.00)	121 (37.00)	327 (100.00)
11-20 นาที	25 (36.23)	44 (63.77)	69 (100.00)
21-30 นาที	2 (100.00)	0 (00.00)	2 (100.00)
มากกว่า 30 นาที	2 (100.00)	0 (00.00)	2 (100.00)
รวม	235 (58.75)	165 (41.25)	400 (100.00)

$\chi^2 = 19.67$ Asymp. Sig. (2-sided) = 0.00

จากตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์เพศมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร พบว่า มีค่า χ^2 เท่ากับ 19.67 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยาซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 1.4 เพศมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุดสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : เพศไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

H_1 : เพศมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

ตารางที่ 13 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างเพศกับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

สินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ยารักษาโรค	213 (61.92)	131 (38.08)	344 (100.00)
อาหารเสริม, วิตามิน	20 (38.46)	32 (61.54)	52 (100.00)
อุปกรณ์ทางการแพทย์	2 (50.00)	2 (50.00)	4 (100.00)
รวม	235 (58.75)	165 (41.25)	400 (100.00)

$\chi^2 = 10.38$ Asymp. Sig. (2-sided) = 0.01

จากตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์เพศมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุดในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร พบว่า มีค่า χ^2 เท่ากับ 10.38 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.01 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุดซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 1.5 เพศมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุดสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : เพศไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

H_1 : เพศมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

ตารางที่ 14 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างเพศกับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

ประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ยาแก้ปวดลดไข้	160 (62.50)	96 (37.50)	256 (100.00)
ยารักษาโรคเกี่ยวกับทางเดินหายใจ	2 (100.00)	0 (00.00)	2 (100.00)
ยารักษาโรคเกี่ยวกับทางเดินอาหาร	6 (50.00)	6 (50.00)	12 (100.00)
ยาแก้ปวดเมื่อย	45 (72.58)	17 (27.42)	62 (100.00)

ตารางที่ 14 (ต่อ)

ประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ยาฮอร์โมน	7 (13.21)	46 (86.79)	53 (100.00)
ยารักษาโรคผิวหนัง	12 (100.00)	0 (0.00)	12 (100.00)
ยาปฏิชีวนะ	3 (100.00)	0 (0.00)	3 (100.00)
รวม	235 (58.75)	165 (41.25)	400 (100.00)

$$\chi^2 = 64.05 \text{ Asymp. Sig. (2-sided)} = 0.00$$

จากตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์เพศมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุดในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร พบว่ามีค่า χ^2 เท่ากับ 64.05 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยา ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 1.6 เพศมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : เพศไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร

H_1 : เพศมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร

ตารางที่ 15 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างเพศกับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร

ในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยา ในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว	เพศ		รวม
	ชาย	หญิง	
ซื้อซ้ำ	214 (59.61)	145 (40.39)	359 (100.00)
บอกต่อให้ผู้อื่นมาซื้อ	21 (51.22)	20 (48.78)	41 (100.00)
รวม	235 (58.75)	165 (41.25)	400 (100.00)

$$\chi^2 = 1.06 \text{ Asymp. Sig. (2-sided)} = 0.30$$

จากตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์เพศมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร พบว่า มีค่า χ^2 เท่ากับ 1.06 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.30 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 2 อายุมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว สามารถแบ่งออกเป็นสมมติฐานย่อยดังนี้

สมมติฐานที่ 2.1 อายุมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อยาในร้านขายยาสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อายุไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อยาในร้านขายยา

H_1 : อายุมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อยาในร้านขายยา

ตารางที่ 16 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างอายุกับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อยาในร้านขายยา

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อยา ในร้านขายยา	อายุ				รวม
	ไม่เกิน 25 ปี	ระหว่าง 26-35 ปี	ระหว่าง 36-45 ปี	ตั้งแต่ 46 ปีขึ้นไป	
ตัวท่านเอง	144 (45.71)	60 (19.05)	40 (12.70)	71 (22.54)	315 (100.00)
เพื่อน	2 (28.57)	0 (0.00)	2 (28.57)	3 (42.86)	7 (100.00)
คู่อีก	0 (0.00)	2 (100.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (100.00)
เภสัชกร/คนขายยา	22 (33.33)	27 (40.91)	7 (10.61)	10 (15.15)	66 (100.00)
สมาชิกครอบครัว	4 (40.00)	6 (60.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	10 (100.00)
รวม	172.00 (43.00)	95.00 (23.75)	49.00 (12.25)	84.00 (21.00)	400.00 (100.00)

$\chi^2 = 35.13$ Asymp. Sig. (2-sided) = 0.00

จากตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์อายุมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อยาในร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว พบว่า มีค่า χ^2 เท่ากับ 35.13 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อยาในร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 2.2 อายุมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านซื้อยาจากร้านขายยาสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อายุไม่มีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านชื้อยาจากร้านขายยา

H_1 : อายุมีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านชื้อยาจากร้านขายยา

ตารางที่ 17 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างอายุกับพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านชื้อยาจากร้านขายยา

ช่วงเวลาที่ท่านชื้อยาจากร้านขายยา	อายุ				รวม
	ไม่เกิน 25 ปี	ระหว่าง 26-35 ปี	ระหว่าง 36-45 ปี	ตั้งแต่ 46 ปีขึ้นไป	
06.01-10.00 น.	85.00 (44.50)	44.00 (23.04)	32.00 (16.75)	30.00 (15.71)	191.00 (100.00)
10.01-14.00 น.	2.00 (10.53)	5.00 (26.32)	0.00 (0.00)	12.00 (63.16)	19.00 (100.00)
14.01-18.00 น.	30.00 (54.55)	8.00 (14.55)	6.00 (10.91)	11.00 (20.00)	55.00 (100.00)
18.01-22.00 น.	55.00 (40.74)	38.00 (28.15)	11.00 (8.15)	31.00 (22.96)	135.00 (100.00)
รวม	172.00 (43.00)	95.00 (23.75)	49.00 (12.25)	84.00 (21.00)	400.00 (100.00)

$\chi^2 = 36.10$ Asymp. Sig. (2-sided) = 0.00

จากตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์อายุมีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านชื้อยาจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว พบว่า มีค่า χ^2 เท่ากับ 36.10 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุมีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านชื้อยาจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 2.3 อายุมีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการชื้อยาจากร้านขายยาสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อายุไม่มีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการชื้อยาจากร้านขายยา

H_1 : อายุมีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการชื้อยาจากร้านขายยา

ตารางที่ 18 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างอายุกับพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการชื้อยาจากร้านขายยา

เวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการชื้อยาจากร้านขายยา	อายุ				รวม
	ไม่เกิน 25 ปี	ระหว่าง 26-35 ปี	ระหว่าง 36-45 ปี	ตั้งแต่ 46 ปีขึ้นไป	
น้อยกว่า 10 นาที	151 (46.18)	64 (19.57)	44 (13.46)	68 (29.80)	327 (100.00)
11-20 นาที	19 (27.54)	31 (44.93)	3 (4.35)	16 (23.19)	69 (100.00)
21-30 นาที	2 (100.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (100.00)
มากกว่า 30 นาที	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (100.00)	0 (0.00)	2 (100.00)
รวม	172.00 (43.00)	95.00 (23.75)	49.00 (12.25)	84.00 (21.00)	400.00 (100.00)

$\chi^2 = 41.08$ Asymp. Sig. (2-sided) = 0.00

จากตารางที่ 18 ผลการวิเคราะห์อายุมีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการชื้อยาจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว พบว่า มีค่า χ^2 เท่ากับ 41.08 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุมีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว

ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 2.4 อายุมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุดสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อายุไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

H_1 : อายุมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

ตารางที่ 19 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างอายุกับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

สินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด	อายุ				รวม
	ไม่เกิน 25 ปี	ระหว่าง 26-35 ปี	ระหว่าง 36-45 ปี	ตั้งแต่ 46 ปีขึ้นไป	
ยารักษาโรค	157 (45.64)	65 (18.90)	45 (13.08)	77 (22.38)	344 (100.00)
อาหารเสริม,วิตามิน	13 (25.00)	28 (53.85)	4 (7.69)	7 (13.46)	52 (100.00)
อุปกรณ์ทางการแพทย์	2 (50.00)	2 (50.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (100.00)
รวม	172.00 (43.00)	95.00 (23.75)	49.00 (12.25)	84.00 (21.00)	400.00 (100.00)

$\chi^2 = 33.05$ Asymp. Sig. (2-sided) = 0.00

จากตารางที่ 19 ผลการวิเคราะห์อายุมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุดในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว พบว่ามีค่า χ^2 เท่ากับ 33.05 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า

อายุมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุดในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 2.5 อายุมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อายุไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

H_1 : อายุมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

ตารางที่ 20 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างอายุกับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

กลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด	อายุ				รวม
	ไม่เกิน 25 ปี	ระหว่าง 26-35 ปี	ระหว่าง 36-45 ปี	ตั้งแต่ 46 ปีขึ้นไป	
ยาแก้ปวดลดไข้	132 (51.56)	57 (22.27)	21 (8.20)	46 (17.97)	256 (100.00)
ยารักษาโรคเกี่ยวกับทางเดินหายใจ	2 (100.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (100.00)
ยารักษาโรคเกี่ยวกับทางเดินอาหาร	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	12 (100.00)	12 (100.00)
ยาแก้ปวดเมื่อย	8.00 (12.90)	17.00 (27.42)	28.00 (45.16)	9.00 (14.52)	62.00 (100.00)
ยาฮอร์โมน	18.00 (33.96)	18.00 (33.96)	0.00 (0.00)	17.00 (32.08)	53.00 (100.00)
ยารักษาโรคผิวหนัง	12.00 (100.00)	0.00 (0.00)	0.00 (0.00)	0.00 (0.00)	12.00 (100.00)

ตารางที่ 20 (ต่อ)

กลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด	อายุ				รวม
	ไม่เกิน 25 ปี	ระหว่าง 26-35 ปี	ระหว่าง 36-45 ปี	ตั้งแต่ 46 ปีขึ้นไป	
ยาปฏิชีวนะ	0.00 (0.00)	3.00 (100.00)	0.00 (0.00)	0.00 (0.00)	3.00 (100.00)
รวม	172.00 (43.00)	95.00 (23.75)	49.00 (12.25)	84.00 (21.00)	400.00 (100.00)

$$\chi^2 = 164.87 \text{ Asymp. Sig. (2-sided) } = 0.00$$

จากตารางที่ 20 ผลการวิเคราะห์อายุมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุดในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้วพบว่ามีค่า χ^2 เท่ากับ 164.87 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุดในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 2.6 อายุมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไรสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อายุไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร

H_1 : อายุมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้วในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร

ตารางที่ 21 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างอายุกับพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการชื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร

ในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการชื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว	อายุ				รวม
	ไม่เกิน 25 ปี	ระหว่าง 26-35 ปี	ระหว่าง 36-45 ปี	ตั้งแต่ 46 ปีขึ้นไป	
ชื้อซ้ำ	163 (45.40)	91 (25.35)	39 (10.86)	66 (18.38)	359 (100.00)
บอกต่อให้ผู้อื่นมาชื้อ	9 (21.95)	4 (9.76)	10 (24.39)	18 (43.90)	41 (100.00)
รวม	172.00 (43.00)	95.00 (23.75)	49.00 (12.25)	84.00 (21.00)	400.00 (100.00)

$\chi^2 = 25.38$ Asymp. Sig. (2-sided) = 0.00

จากตารางที่ 21 ผลการวิเคราะห์อายุมีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการชื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร พบว่า มีค่า χ^2 เท่ากับ 25.380 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุมีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการชื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 3 ระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว สามารถแบ่งออกเป็นสมมติฐานย่อยดังนี้

สมมติฐานที่ 3.1 ระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชื้อยาในร้านขายยาสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ระดับการศึกษาไม่มีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชื้อยาในร้านขายยา

H_1 : ระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อยาในร้านขายยา

ตารางที่ 22 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อยาในร้านขายยา

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อยาในร้านขายยา	ระดับการศึกษา						รวม
	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.3)	มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6)/ปวช.	ปวส. หรือ อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
ตัวท่านเอง	33 (10.48)	57 (18.10)	156 (49.52)	31 (9.84)	36 (11.43)	2 (0.63)	315 (100.00)
เพื่อน	5 (71.43)	0 (0.00)	2 (28.57)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	7 (100.00)
คู่อีก	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (100.00)	0 (0.00)	2 (100.00)
เภสัชกร/คนขายยา	3 (4.55)	7 (10.61)	15 (22.73)	12 (18.18)	29 (43.94)	0 (0.00)	66 (100.00)
สมาชิกครอบครัว	2 (20.00)	0 (0.00)	8 (80.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	10 (100.00)
รวม	43 (10.75)	64 (16.00)	181 (45.25)	43 (10.75)	67 (16.75)	2 (0.50)	400 (100.00)

$\chi^2 = 96.94$ Asymp. Sig. (2-sided) = 0.00

จากตารางที่ 22 ผลการวิเคราะห์ระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อยาในร้านขายยา พบว่า มีค่า χ^2 เท่ากับ 96.94 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อยาในร้านขายยาซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 3.2 ระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านซื้อยาจากร้านขายยาสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ระดับการศึกษาไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านซื้อยาจากร้านขายยา

H_1 : ระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านซื้อยาจากร้านขายยา

ตารางที่ 23 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านซื้อยาจากร้านขายยา

ช่วงเวลาที่ท่านซื้อยาจากร้านขายยา	ระดับการศึกษา						รวม
	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.3)	มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6)/ปวช.	ปวส. หรืออนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
06.01-10.00 น.	21 (10.99)	40 (20.94)	83 (43.46)	23 (12.04)	24 (12.57)	0 (0.00)	191 (100.00)
10.01-14.00 น.	0 (0.00)	3 (15.79)	8 (42.11)	0 (0.00)	8 (42.11)	0 (0.00)	19 (100.00)
14.01-18.00 น.	5 (9.09)	0 (0.00)	42 (76.36)	2 (3.64)	6 (10.91)	0 (0.00%)	55 (100.00)
18.01-22.00 น.	17 (12.59)	21 (15.56)	48 (35.56)	18 (13.33)	29 (21.48)	2 (1.48)	135 (100.00)
รวม	43 (10.75)	64 (16.00)	181 (45.25)	43 (10.75)	67 (16.75)	2 (0.50)	400 (100.00)

$\chi^2 = 51.01$ Asymp. Sig. (2-sided) = 0.00

จากตารางที่ 23 ผลการวิเคราะห์ระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านซื้อยาจากร้านขายยา พบว่า มีค่า χ^2 เท่ากับ 51.01 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านซื้อยาจากร้านขายยาซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 3.3 ระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยาสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ระดับการศึกษาไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อจากร้านขายยา

H_1 : ระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อจากร้านขายยา

ตารางที่ 24 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อจากร้านขายยา

เวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อจากร้านขายยา	ระดับการศึกษา						รวม
	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.3)	มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6)/ปวช.	ปวศ. หรืออนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
น้อยกว่า 10 นาที	38 (11.62)	57 (17.43)	158 (48.32)	31 (9.48)	43 (13.15)	0 (0.00)	327 (100.00)
11-20 นาที	5 (7.25)	7 (10.14)	19 (27.54)	12 (17.39)	24 (34.78)	2 (2.90)	69 (100.00)
21-30 นาที	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (100.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (100.00)
มากกว่า 30 นาที	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (100)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (100.00)
รวม	43 (10.75)	64 (16.00)	181 (45.25)	43 (10.75)	67 (16.75)	2 (0.50)	400 (100.00)

$\chi^2=42.04$ Asymp.Sig.(2-sided) = 0.00

จากตารางที่ 24 ผลการวิเคราะห์ระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อจากร้านขายยา พบว่า มีค่า χ^2 เท่ากับ 42.04 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อจากร้านขายยาซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 3.4 ระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ระดับการศึกษาไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

H_1 : ระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

ตารางที่ 25 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

สินค้าประเภทใด ที่ซื้อจากร้าน ขายยามากที่สุด	ระดับการศึกษา						รวม
	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา ตอนต้น (ม.3)	มัธยมศึกษา ตอนปลาย (ม.6)/ ปวช.	ปวส. หรือ อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	
ยารักษาโรค	34 (9.88)	64 (18.60)	169 (49.13)	31 (9.01)	46 (13.37)	0 (0.00)	344 (100.00)
อาหารเสริม, วิตามิน	9 (17.31)	0 (0.00)	10 (19.23)	12 (23.08)	19 (36.54)	2 (3.85)	52 (100.00)
อุปกรณ์ การแพทย์	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (50.00)	0 (0.00)	2 (50.00)	0 (0.00)	4 (100.00)
รวม	43 (10.75)	64 (16.00)	181 (45.25)	43 (10.75)	67 (16.75)	2 (0.50)	400 (100.00)

$\chi^2 = 61.38$ Asymp. Sig. (2-sided) = 0.00

จากตารางที่ 25 ผลการวิเคราะห์ระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด พบว่า มีค่า χ^2 เท่ากับ 61.38 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 3.5 ระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุดสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ระดับการศึกษาไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

H_1 : ระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

ตารางที่ 26 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

กลุ่มประเภทยา ประเภทใดที่ซื้อ จากร้านขายยา มากที่สุด	ระดับการศึกษา						รวม
	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา ตอนต้น (ม.3)	มัธยมศึกษา ตอนปลาย (ม.6)/ ปวช.	ปวส. หรือ อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	
ยาแก้ปวดลดไข้	33 (12.89)	24 (9.38)	122 (47.66)	23 (8.98)	52 (20.31)	2 (0.78)	256 (100.00)
ยารักษาโรค เกี่ยวกับทางเดิน หายใจ	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (100.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00%)	2 (100.00)
ยารักษาโรค เกี่ยวกับทางเดิน อาหาร	0 (0.00)	0 (0.00)	12 (100.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	12 (100.00)
ยาแก้ปวดเมื่อย	2 (3.23)	30 (48.39)	28 (45.16)	2 (3.23)	0 (0.00)	0 (0.00)	62 (100.00)
ยาฮอร์โมน	5 (9.43)	10 (18.87)	14 (26.42)	18 (33.96)	6 (11.32)	0 (0.00)	53 (100.00)
ยารักษาโรค ผิวหนัง	3 (25.00)	0 (0.00)	3 (25.00)	0 (0.00)	6 (50.00)	0 (0.00)	12 (100.00)
ยาปฏิชีวนะ	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (100.00)	0 (0.00)	3 (100.00)
รวม	43 (10.75)	64 (16.00)	181 (45.25)	43 (10.75)	67 (16.75)	2 (0.50)	400 (100.00)

$\chi^2 = 148.07$ Asymp. Sig. (2-sided) = 0.00

จากตารางที่ 26 ผลการวิเคราะห์ระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด พบว่า มีค่า χ^2 เท่ากับ 148.07 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 3.6 ระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไรสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ระดับการศึกษาไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว

H_1 : ระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว

ตารางที่ 27 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างระดับการศึกษากับพฤติกรรมการซื้อขายจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร

ในอนาคตแนวโน้ม พฤติกรรมการซื้อ ของท่านจากร้าน ขายยา	ระดับการศึกษา						รวม
	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา ตอนต้น (ม.3)	มัธยมศึกษา ตอนปลาย (ม.6/ ปวช.	ปวส. หรือ อนุปริญญา	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี	
ซื้อซ้ำ	27 (7.52)	64 (17.83)	169 (47.08)	41 (11.42)	56 (15.60)	2 (0.56)	359 (100.00)
บอกต่อให้ผู้อื่นมา ซื้อ	16 (39.02)	0 (0.00)	12 (29.27)	2 (4.88)	11 (26.83)	0 (0.00)	41 (100.00)
รวม	43 (10.75)	64 (16.00)	181 (45.25)	43 (10.75)	67 (16.75)	2 (0.50)	400 (100.00)

$\chi^2 = 48.32$ Asymp. Sig. (2-sided) = 0.00

จากตารางที่ 27 ผลการวิเคราะห์ระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการชื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร พบว่า มีค่า χ^2 เท่ากับ 48.32 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการชื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 4 อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว สามารถแบ่งออกเป็นสมมติฐานย่อยดังนี้

สมมติฐานที่ 4.1 อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชื้อยาในร้านขายยาสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อาชีพไม่มีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชื้อยาในร้านขายยา

H_1 : อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชื้อยาในร้านขายยา

ตารางที่ 28 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชื้อยาในร้านขายยา

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชื้อยาในร้านขายยา	อาชีพ						รวม
	นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	เกษตรกร	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	
ตัวตนเอง	102 (32.38)	6 (1.90)	86 (27.30)	20 (6.35)	89 (28.25)	12 (3.81)	315 (100.00)
เพื่อน	2 (28.57)	0 (0.00)	3 (42.86)	0 (0.00)	2 (28.57)	0 (0.00)	7 (100.00)
คู่รัก	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (100.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (100.00)

ตารางที่ 28 (ต่อ)

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อขายในร้านขายยา	อาชีพ						รวม
	นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	เกษตรกร	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	
เภสัชกร/คนขายยา	9 (13.64)	24 (36.36)	6 (9.09)	4 (6.06)	23 (34.85)	0 (0.00)	66 (100.00)
สมาชิกครอบครัว	4 (40.00)	0 (0.00)	6 (60.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	10 (100.00)
รวม	117 (29.25)	30 (7.50)	101 (25.25)	26 (6.50)	114 (28.50)	12 (3.00)	400 (100.00)

$$\chi^2=144.56 \text{ Asymp. Sig. (2-sided) = 0.00}$$

จากตารางที่ 28 ผลการวิเคราะห์อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์จังหวัดสระแก้วในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อขายในร้านขายยาพบว่ามีค่า χ^2 เท่ากับ 144.56 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อขายในร้านขายยาซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 4.2 อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านซื้อขายจากร้านขายยาสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อาชีพไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านซื้อขายจากร้านขายยา

H_1 : อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านซื้อขายจากร้านขายยา

ตารางที่ 29 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านซื้อยารจากร้านขายยา

ช่วงเวลาที่ท่านซื้อ ยารจากร้านขายยา	อาชีพ						รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	เกษตรกร	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	
06.01-10.00 น.	63 (32.98)	4 (2.09)	62 (32.46)	14 (7.33)	36 (18.85)	12 (6.28)	191 (100.00)
10.01-14.00 น.	0 (0.00)	3 (15.79)	2 (10.53)	0 (0.00)	14 (73.68)	0 (0.00)	19 (100.00)
14.01-18.00 น.	26 (47.27)	0 (0.00)	15 (27.27)	0 (0.00)	14 (25.45)	0 (0.00)	55 (100.00)
18.01-22.00 น.	28 (20.74)	23 (17.04)	22 (16.30)	12 (8.89)	50 (37.04)	0 (0.00)	135 (100.00)
รวม	117 (29.25)	30 (7.50)	101 (25.25)	26 (6.50)	114 (28.50)	12 (3.00)	400 (100.00)

$\chi^2 = 98.35$ Asymp. Sig. (2-sided) = 0.00

จากตารางที่ 29 ผลการวิเคราะห์อาชีพ มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านซื้อยารจากร้านขายยา พบว่ามีค่า χ^2 เท่ากับ 98.35 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าอาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยารจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านซื้อยารจากร้านขายยา ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 4.3 อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยารจากร้านขายยาสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อาชีพไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยารจากร้านขายยา

H_1 : อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยารจากร้านขายยา

ตารางที่ 30 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยา

เวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยา	อาชีพ						รวม
	นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	เกษตรกร	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	
น้อยกว่า 10 นาที	104 (31.80)	8 (2.45)	90 (27.52)	22 (6.73)	91 (27.83)	12 (3.67)	327 (100.00)
11-20 นาที	11 (15.94)	22 (31.88)	9 (13.04)	4 (5.80)	23 (33.33)	0 (0.00)	69 (100.00)
21-30 นาที	2 (100.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (100.00)
มากกว่า 30 นาที	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (100.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (100.00)
รวม	117 (29.25)	30 (7.50)	101 (25.25)	26 (6.50)	114 (28.50)	12 (3.00)	400 (100.00)

$$\chi^2 = 89.50 \text{ Asymp. Sig. (2-sided) } = 0.00$$

จากตารางที่ 30 ผลการวิเคราะห์อาชีพ มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้วในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยาพบว่า มีค่า χ^2 เท่ากับ 89.50 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยาซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 4.4 อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อาชีพไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

H_1 : อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

ตารางที่ 31 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

สินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด	อาชีพ						รวม
	นักเรียน/นักศึกษา	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	เกษตรกร	พนักงานบริษัทเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	
ยารักษาโรค	105 (30.52)	18 (5.23)	92 (26.74)	14 (4.07)	103 (29.94)	12 (3.49)	344 (100.00)
อาหารเสริม, วิตามิน	10 (19.23)	12 (23.08)	9 (17.31)	10 (19.23)	11 (21.15)	0 (0.00)	52 (100.00)
อุปกรณ์ทางการแพทย์	2 (50.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (50.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (100.00)
รวม	117 (29.25)	30 (7.50)	101 (25.25)	26 (6.50)	114 (28.50)	12 (3.00)	400 (100.00)

$$\chi^2 = 56.72 \text{ Asymp. Sig. (2-sided)} = 0.00$$

จากตารางที่ 31 ผลการวิเคราะห์อาชีพ มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด พบว่ามีค่า χ^2 เท่ากับ 56.72 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 4.5 อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อาชีพไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

H_1 : อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

ตารางที่ 32 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

กลุ่มประเภทยา ประเภทใดที่ซื้อจาก ร้านขายยามากที่สุด	อาชีพ						รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	เกษตรกร	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	
ยาแก้ปวดลดไข้	99 (38.67)	13 (5.08)	62 (24.22)	26 (10.16)	56 (21.88)	0 (0.00)	256 (100.00)
ยารักษาโรค เกี่ยวกับทางเดิน หายใจ	2 (100.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (100.00)
ยารักษาโรค เกี่ยวกับทางเดิน อาหาร	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	12 (100.00)	0 (0.00)	12 (100.00)
ยาแก้ปวดเมื่อย	4 (6.45)	5 (8.06)	30 (48.39)	0 (0.00)	17 (27.42)	6 (9.68)	62 (100.00)
ยาฮอร์โมน	0 (0.00)	12 (22.64)	9 (16.98)	0 (0.00)	26 (49.06)	6 (11.32)	53 (100.00)
ยารักษาโรค ผิวหนัง	12 (100.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	12 (100.00)
ยาปฏิชีวนะ	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (100.00)	0 (0.00)	3 (100.00)
รวม	117 (29.25)	30 (7.50)	101 (25.25)	26 (6.50)	114 (28.50)	12 (3.00)	400 (100.00)

$$\chi^2 = 192.39 \text{ Asymp. Sig. (2-sided)} = 0.00$$

จากตารางที่ 32 ผลการวิเคราะห์อาชีพ มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด พบว่า มีค่า χ^2 เท่ากับ 192.39 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 4.6 อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไรสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อาชีพไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร

H_1 : อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร

ตารางที่ 33 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร

ในอนาคตแนวโน้ม พฤติกรรมการซื้อยา ของท่านจากร้านขายยา ในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว	อาชีพ						รวม
	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	เกษตรกร	พนักงาน บริษัทเอกชน	ธุรกิจ ส่วนตัว	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	
ซื้อซ้ำ	113.000 (31.48)	28.000 (7.80)	91.000 (25.35)	24.000 (6.69)	91.000 (25.35)	12.00 (3.34)	359.00 (100.00)
บอกต่อให้ผู้อื่นมาซื้อ	4.000 (9.76)	2.000 (4.88)	10.000 (24.39)	2.000 (4.88)	23.000 (56.10)	0.00 (0.00)	41.00 (100.00)
รวม	117 (29.25)	30 (7.50)	101 (25.25)	26 (6.50)	114 (28.50)	12 (3.00)	400 (100.00)

$\chi^2 = 20.13$ Asymp. Sig. (2-sided) = 0.00

จากตารางที่ 33 ผลการวิเคราะห์อาชีพ มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไรพบว่า มีค่า χ^2 เท่ากับ 20.13 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไรซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว สามารถแบ่งออกเป็นสมมติฐานย่อยดังนี้

สมมติฐานที่ 5.1 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชื้อยาในร้านขายยาสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชื้อยาในร้านขายยา

H_1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชื้อยาในร้านขายยา

ตารางที่ 34 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชื้อยาในร้านขายยา

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชื้อยาในร้านขายยา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					รวม
	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	มากกว่า 20,001 บาท	
ตัวท่านเอง	86 (27.30)	18 (5.71)	80 (25.40)	62 (19.68)	69 (21.90)	315 (100.00)
เพื่อน	2 (28.57)	0 (0.00)	5 (71.43)	0 (0.00)	0 (0.00)	7 (100.00)
คู่อีก	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (100.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (100.00)
เภสัชกร/ คนขายยา	3 (4.55)	9 (13.64)	30 (45.45)	10 (15.15)	14 (21.21)	66 (100.00)
สมาชิกครอบครัว	2 (20.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	6 (60.00)	2 (20.00)	10 (100.00)
รวม	93 (23.25)	27 (6.75)	117 (29.25)	78 (19.50)	85 (21.25)	400 (100.00)

$\chi^2 = 50.10$ Asymp. Sig. (2-sided) = 0.00

จากตารางที่ 34 ผลการวิเคราะห์รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชื้อยาในร้านขายยา พบว่ามีค่า χ^2 เท่ากับ 50.10 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว
ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อขายในร้านขายยาซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 5.2 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายจากร้านขายยาของ
ผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านซื้อขายจากร้านขายยาสามารถ
เขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายจากร้านขายยาของผู้บริโภคใน
อำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านซื้อขายจากร้านขายยา

H_1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายจากร้านขายยาของผู้บริโภคใน
อำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านซื้อขายจากร้านขายยา

ตารางที่ 35 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการซื้อขาย
จากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่
ท่านซื้อขายจากร้านขายยา

ช่วงเวลาที่ท่านซื้อ ยจากร้านขายยา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					รวม
	น้อยกว่าหรือ เท่ากับ 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	มากกว่า 20,001 บาท	
06.01-10.00 น.	55 (28.80)	6 (3.14)	41 (21.47)	60 (31.41)	29 (15.18)	191 (100.00)
10.01-14.00 น.	0 (0.00)	3 (15.79)	2 (10.53)	2 (10.53)	12 (63.16)	19 (100.00)
14.01-18.00 น.	24 (43.64)	2 (3.64)	13 (23.64)	0 (0.00)	16 (29.09)	55 (100.00)
18.01-22.00 น.	14 (10.37)	16 (11.85)	61 (45.19)	16 (11.85)	28 (20.74)	135 (100.00)
รวม	93 (23.25)	27 (6.75)	117 (29.25)	78 (19.50)	85 (21.25)	400 (100.00)

$$\chi^2 = 107.01 \text{ Asymp. Sig. (2-sided)} = 0.00$$

จากตารางที่ 35 ผลการวิเคราะห์รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายจาก
ร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านซื้อขายจากร้าน
ขายยา พบว่ามีค่า χ^2 เท่ากับ 107.01 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ
ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว

ในด้านช่วงเวลาที่ทำนซื้อจากร้านขายยาซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 5.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อจากร้านขายยาสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อจากร้านขายยา

H_1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อจากร้านขายยา

ตารางที่ 36 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อจากร้านขายยา

เวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อจากร้านขายยา	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					รวม
	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	มากกว่า 20,001 บาท	
น้อยกว่า 10 นาที	88 (26.91)	16 (4.89)	86 (26.30)	70 (21.41)	67 (20.49)	327 (100.00)
11 - 20 นาที	3 (4.35)	11 (15.94)	29 (42.03)	8 (11.59)	18 (26.09)	69 (100.00)
21- 30 นาที	2 (100.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (100.00)
มากกว่า 30 นาที	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (100.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (100.00)
รวม	93 (23.25)	27 (6.75)	117 (29.25)	78 (19.50)	85 (21.25)	400 (100.00)

$\chi^2 = 42.73$ Asymp. Sig. (2-sided) = 0.00

จากตารางที่ 36 ผลการวิเคราะห์รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อจากร้านขายยา พบว่า มีค่า χ^2 เท่ากับ 42.73 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อจากร้านขายยาซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 5.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ชื้อจากร้านขายยามากที่สุด สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ชื้อจากร้านขายยามากที่สุด

H_1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการชื้อยาจากร้านขายยา

ตารางที่ 37 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ชื้อจากร้านขายยามากที่สุด

สินค้าประเภทใด ที่ชื้อจากร้านขาย ยามากที่สุด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					รวม
	น้อยกว่าหรือ เท่ากับ 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	มากกว่า 20,001 บาท	
ชารักษาโรค	83 (24.13)	27 (7.85)	87 (25.29)	68 (19.77)	79 (22.9)	344 (100.00)
อาหารเสริม, วิตามิน	8 (15.38)	0 (0.00)	30 (57.69)	10 (19.23)	4 (7.69)	52 (100.00)
อุปกรณ์ทาง การแพทย์	2 (50.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (50.00)	4 (100.00)
รวม	93 (23.25)	27 (6.75)	117 (29.25)	78 (19.50)	85 (21.25)	400 (100.00)

$$\chi^2 = 31.84 \text{ Asymp. Sig. (2-sided)} = 0.00$$

จากตารางที่ 37 ผลการวิเคราะห์รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ชื้อจากร้านขายยามากที่สุด พบว่า มีค่า χ^2 เท่ากับ 31.84 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ชื้อจากร้านขายยามากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 5.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ชื้อจากร้านขายยา

มากที่สุดสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ชื้อจากร้านขายยามากที่สุด

H_1 : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ชื้อจากร้านขายยามากที่สุด

ตารางที่ 38 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ชื้อจากร้านขายยามากที่สุด

กลุ่มประเภทยา ประเภทใดที่ชื้อ จากร้านขายยา มากที่สุด	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					รวม
	น้อยกว่าหรือ เท่ากับ 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	มากกว่า 20,001 บาท	
ยาแก้ปวดลดไข้	87 (33.98)	10 (3.91)	75 (29.30)	37 (14.45)	47 (18.36)	256 (100.00)
ยารักษาโรค เกี่ยวกับทางเดิน หายใจ	0 (0.00)	2 (100.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (100.00)
ยารักษาโรค เกี่ยวกับทางเดิน อาหาร	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	12 (100.00)	12 (100.00)
ยาแก้ปวดเมื่อย	0 (0.00)	3 (4.84)	13 (20.97)	32 (51.61)	14 (22.58)	62 (100.00)
ยาฮอร์โมน	0 (0.00)	6 (11.32)	29 (54.72)	6 (11.32)	12 (22.64)	53 (100.00)
ยารักษาโรค ผิวหนัง	6 (50.00)	6 (50.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	12 (100.00)
ยาปฏิชีวนะ	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (100.00)	0 (0.00)	3 (100.00)
รวม	93 (23.25)	27 (6.75)	117 (29.25)	78 (19.50)	85 (21.25)	400 (100.00)

$$\chi^2 = 226.56 \text{ Asymp. Sig. (2-sided)} = 0.00$$

จากตารางที่ 38 ผลการวิเคราะห์รายได้มีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ชื้อจากร้านขายยามากที่สุด พบว่ามีค่า χ^2 เท่ากับ 226.56 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ

ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รายได้มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 5.6 รายได้มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไรสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : รายได้ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์จังหวัดสระแก้วในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร

H_1 : รายได้มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร

ตารางที่ 39 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างรายได้กับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร

ในอนาคตแนวโน้ม พฤติกรรมการซื้อยา ของท่านจากร้าน ขายยาในอำเภอ วังสมบูรณ์ จังหวัด สระแก้ว	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน					รวม
	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	5,001-10,000 บาท	10,001-15,000 บาท	15,001-20,000 บาท	มากกว่า 20,001 บาท	
ซื้อซ้ำ	93 (25.91)	23 (6.41)	100 (27.86)	74 (20.61)	69 (19.22)	359 (100.00)
บอกต่อให้ผู้อื่นมาซื้อ	0 (0.00)	4 (9.76)	17 (41.46)	4 (9.76)	16 (39.02)	41 (100.00)
รวม	93 (23.25)	27 (6.75)	117 (29.25)	78 (19.50)	85 (21.25)	400 (100.00)

$\chi^2 = 22.58$ Asymp. Sig. (2-sided) = 0.00

จากตารางที่ 39 ผลการวิเคราะห์รายได้มีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตนวนโน้มพฤติกรรมการชื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไรพบว่ามีค่า χ^2 เท่ากับ 22.58 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่ารายได้มีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตนวนโน้มพฤติกรรมการชื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 6 ผลลัพธ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว สามารถแบ่งออกเป็นสมมติฐานย่อยดังนี้

สมมติฐานที่ 6.1 ผลลัพธ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชื้อยาในร้านขายยาสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผลลัพธ์ที่ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชื้อยาในร้านขายยา

H_1 : ผลลัพธ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชื้อยาในร้านขายยา

ตารางที่ 40 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างผลลัพธ์กับพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชื้อยาในร้านขายยา

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชื้อยาในร้านขายยา	ผลลัพธ์			รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	
ตัวท่านเอง	26 (8.25)	271 (86.03)	18 (5.71)	315 (100.00)
เพื่อน	0 (0.00)	0 (0.00)	7 (100.00)	7 (100.00)
คู่รัก	0 (0.00)	2 (100.00)	0 (0.00)	2 (100.00)

ตารางที่ 40 (ต่อ)

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อ การชื้อยาในร้านขายยา	ผลิตภัณฑ์			รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	
เภสัชกร/ คนขายยา	2 (3.03)	64 (96.97)	0 (0.00)	66 (100.00)
สมาชิกครอบครัว	2 (20.00)	6 (60.00)	2 (20.00)	10 (100.00)
รวม	30 (7.50)	343 (85.75)	27 (6.75)	400 (100.00)

$$\chi^2 = 110.42 \text{ Asymp. Sig. (2-sided) } = 0.00$$

จากตารางที่ 40 ผลการวิเคราะห์ ผลลัพธ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมกรซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชื้อยาในร้านขายยา พบว่า มีค่า χ^2 เท่ากับ 110.42 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผลลัพธ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมกรซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชื้อยาในร้านขายยา ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 6.2 ผลลัพธ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมกรซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านชื้อยาจากร้านขายยาสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผลลัพธ์ที่ไม่มีผลต่อพฤติกรรมกรซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านชื้อยาจากร้านขายยา

H_1 : ผลลัพธ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมกรซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านชื้อยาจากร้านขายยา

ตารางที่ 41 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างผลิตภัณฑ์กับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านซื้อยาจากร้านขายยา

ช่วงเวลาที่ท่านซื้อยาจากร้านขายยา	ผลิตภัณฑ์			รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	
06.01-10.00 น.	14 (7.33)	171 (83.53)	6 (3.14)	191 (100.00)
10.01-14.00 น.	4 (21.05)	15 (78.95)	0 (0.00)	19 (100.00)
14.01-18.00 น.	8 (14.55)	36 (65.45)	11 (20.00)	55 (100.00)
18.01-22.00 น.	4 (2.96)	121 (89.63)	10 (7.41)	135 (100.00)
รวม	30 (7.50)	343 (85.75)	27 (6.75)	400 (100.00)

$\chi^2=34.66$ Asymp. Sig. (2-sided) = 0.00

จากตารางที่ 41 ผลการวิเคราะห์ ผลิตภัณฑ์มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านซื้อยาจากร้านขายยา พบว่า มีค่า χ^2 เท่ากับ 34.66 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผลิตภัณฑ์มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านซื้อยาจากร้านขายยา ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 6.3 ผลิตภัณฑ์มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยาสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผลิตภัณฑ์ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยา

H_1 : ผลลัพธ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการชื้อยาจากร้านขายยา

ตารางที่ 42 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างผลลัพธ์กับพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการชื้อยาจากร้านขายยา

เวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการชื้อยาจากร้านขายยา	ผลลัพธ์			รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	
น้อยกว่า 10 นาที	26 (7.95)	278 (85.02)	23 (7.03)	327 (100.00)
11-20 นาที	4 (5.80)	63 (91.30)	2 (2.90)	69 (100.00)
21-30 นาที	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (100.00)	2 (100.00)
มากกว่า 30 นาที	0 (0.00)	2 (100.00)	0 (0.00)	2 (100.00)
รวม	30 (7.50)	343 (85.75)	27 (6.75)	400 (100.00)

$\chi^2 = 30.14$ Asymp. Sig. (2-sided) = 0.00

จากตารางที่ 42 ผลการวิเคราะห์ ผลลัพธ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการชื้อยาจากร้านขายยา พบว่า มีค่า χ^2 เท่ากับ 30.14 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผลลัพธ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการชื้อยาจากร้านขายยาซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 6.4 ผลลัพธ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ชื้อจากร้านขายยามากที่สุดสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผลិតภันท์ไม่มีผลต่อพฤติกรรมกรซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคนในอำเภอ
วังสมบูรณ จังหวัดสระแกว ในด้านสินค้ำประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

H_1 : ผลิตภันท์มีผลต่อพฤติกรรมกรซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคนในอำเภอ
วังสมบูรณ จังหวัดสระแกว ในด้านสินค้ำประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

ตารางที่ 43 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างผลิตภันท์กับพฤติกรรมกรซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคนในอำเภอวังสมบูรณ จังหวัดสระแกว ในด้านสินค้ำประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

สินค้ำประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด	ผลิตภันท์			รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	
ยารักษาโรค	22 (6.40)	306 (88.95)	16 (4.65)	344 (100.00)
อาหารเสริม, วิตามิน	8 (15.38)	35 (67.31)	9 (17.31)	52 (100.00)
อุปกรณ์ทางการแพทย์	0 (0.00)	2 (50.00)	2 (50.00)	4 (100.00)
รวม	30 (7.50)	343 (85.75)	27 (6.75)	400 (100.00)

$\chi^2 = 30.16$ Asymp. Sig. (2-sided) = 0.00

จากตารางที่ 43 ผลการวิเคราะห์ ผลิตภันท์มีผลต่อพฤติกรรมกรซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคนในอำเภอวังสมบูรณ จังหวัดสระแกว ในด้านสินค้ำประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด พบว่า มีค่า χ^2 เท่ากับ 30.16 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผลิตภันท์มีผลต่อพฤติกรรมกรซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคนในอำเภอวังสมบูรณ จังหวัดสระแกว ในด้านสินค้ำประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 6.5 ผลิตภันท์มีผลต่อพฤติกรรมกรซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคนในอำเภอวังสมบูรณ จังหวัดสระแกว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุดสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผลลัพธ์ที่ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

H_1 : ผลลัพธ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

ตารางที่ 44 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างผลลัพธ์กับพฤติกรรมการซื้อยารจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

กลุ่มประเภทยาประเภทใด ที่ซื้อจากร้านขายยา มากที่สุด	ผลลัพธ์			รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	
ยาแก้ปวดลดไข้	20 (7.81)	214 (83.59)	22 (8.59)	256 (100.00)
ยารักษาโรคเกี่ยวกับ ทางเดินหายใจ	0 (0.00)	2 (100.00)	0 (0.00)	2 (100.00)
ยารักษาโรคเกี่ยวกับ ทางเดินอาหาร	0 (0.00)	12 (100.00)	0 (0.00)	12 (100.00)
ยาแก้ปวดเมื่อย	8 (12.90)	54 (87.10)	0 (0.00)	62 (100.00)
ยาฮอร์โมน	2 (3.77)	46 (86.79)	5 (9.43)	53 (100.00)
ยารักษาโรคผิวหนัง	0 (0.00)	12 (100.00)	0 (0.00)	12 (100.00)
ยาปฏิชีวนะ	0 (0.00)	3 (100.00)	0 (0.00)	3 (100.00)
รวม	30 (7.50)	343 (85.75)	27 (6.75)	400 (100.00)

$\chi^2 = 14.45$ Asymp. Sig. (2-sided) = 0.27

จากตารางที่ 44 ผลการวิเคราะห์ ผลกระทบที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด พบว่า มีค่า χ^2 เท่ากับ 14.45 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.27 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าผลกระทบไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 6.6 ผลกระทบที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไรสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ผลกระทบไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร

H_1 : ผลกระทบที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร

ตารางที่ 45 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างผลกระทบกับพฤติกรรมการซื้อยาร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร

ในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาของท่านจากร้านขายยา	ผลกระทบ			รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	
ซื้อซ้ำ	24.00 (6.69)	308.00 (85.79)	27.00 (7.52)	359.00 (100.00)
บอกต่อให้ผู้อื่นมาซื้อ	6.00 (14.63)	35.00 (85.37)	0.00 (0.00)	41.00 (100.00)
รวม	30 (7.50)	343 (85.75)	27 (6.75)	400 (100.00)

$\chi^2 = 6.18$ Asymp. Sig. (2-sided) = 0.05

จากตารางที่ 45 ผลการวิเคราะห์ ผลกระทบที่มีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการชื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร พบว่ามีค่า χ^2 เท่ากับ 6.18 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.05 ซึ่งเท่ากับ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผลกระทบที่ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการชื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 7 ราคาที่มีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้วสามารถแบ่งออกเป็นสมมติฐานย่อยดังนี้

สมมติฐานที่ 7.1 ราคาที่มีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชื้อยาในร้านขายยาสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ราคาไม่มีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชื้อยาในร้านขายยา

H_1 : ราคาที่มีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชื้อยาในร้านขายยา

ตารางที่ 46 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างราคากับพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชื้อยาในร้านขายยา

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชื้อยาในร้านขายยา	ราคา			รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	
ตัวท่านเอง	9 (2.86)	294 (93.33)	12 (3.81)	315 (100.00)
เพื่อน	0 (0.00)	5 (71.43)	2 (28.57)	7 (100.00)
คู่อีก	0 (0.00)	2 (100.00)	0 (0.00)	2 (100.00)

ตารางที่ 46 (ต่อ)

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อ การชื้อยาในร้านขายยา	ราคา			รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	
เภสัชกร/ คนขายยา	10 (15.15)	56 (84.85)	0 (0.00)	66 (100.00)
สมาชิกครอบครัว	0 (0.00)	10 (100.00)	0 (0.00)	10 (100.00)
รวม	19 (4.75)	367 (91.75)	14 (3.50)	400 (100.00)

$$\chi^2 = 34.53 \text{ Asymp. Sig. (2-sided)} = 0.00$$

จากตารางที่ 46 ผลการวิเคราะห์ราคามีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชื้อยาในร้านขายยาพบว่า มีค่า χ^2 เท่ากับ 34.53 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าราคามีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชื้อยาในร้านขายยาซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 7.2 ราคามีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านชื้อยาจากร้านขายยาสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ราคาไม่มีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านชื้อยาจากร้านขายยา

H_1 : ราคามีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านชื้อยาจากร้านขายยา

ตารางที่ 47 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างราคากับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านซื้อยาจากร้านขายยา

ช่วงเวลาที่ท่านซื้อยาจากร้านขายยา	ราคา			รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	
06.01-10.00 น.	0 (0.00)	185 (96.86)	6 (3.14)	191 (100.00)
10.01-14.00 น.	0 (0.00)	19 (100.00)	0 (0.00)	19 (100.00)
14.01-18.00 น.	4 (7.27)	51 (92.73)	0 (0.00)	55 (100.00)
18.01-22.00 น.	15 (11.11)	112 (82.96)	8 (5.93)	135 (100.00)
รวม	19 (4.75)	367 (91.75)	14 (3.50)	400 (100.00)

$\chi^2 = 28.97$ Asymp. Sig. (2-sided) = 0.00

จากตารางที่ 47 ผลการวิเคราะห์ ราคามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านซื้อยาจากร้านขายยา พบว่ามีค่า χ^2 เท่ากับ 28.97 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าราคามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านซื้อยาจากร้านขายยา ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 7.3 ราคามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยาสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ราคาไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยา

H_1 : ราคามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้วในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยา

ตารางที่ 48 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างราคากับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยา

เวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยา	ราคา			รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	
น้อยกว่า 10 นาที	11 (3.36)	304 (92.97)	12 (3.67)	327 (100.00)
11-20 นาที	8 (11.59)	59 (85.51)	2 (2.90)	69 (100.00)
21-30 นาที	0 (0.00)	2 (100.00)	0 (0.00)	2 (100.00)
มากกว่า 30 นาที	0 (0.00)	2 (100.00)	0 (0.00)	2 (100.00)
รวม	19 (4.75)	367 (91.75)	14 (3.50)	400 (100.00)

$\chi^2 = 8.93$ Asymp. Sig. (2-sided) = 0.18

จากตารางที่ 48 ผลการวิเคราะห์ราคามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยา พบว่า มีค่า χ^2 เท่ากับ 8.93 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.18 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าราคาไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยา ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 7.4 ราคามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุดสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ราคาไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอ
วังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

H_1 : ราคามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์
จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

ตารางที่ 49 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างราคากับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยา
ของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจาก
ร้านขายยามากที่สุด

สินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด	ราคา			รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	
ยารักษาโรค	14 (4.07)	320 (93.02)	10 (2.91)	344 (100.00)
อาหารเสริม, วิตามิน	5 (9.62)	43 (82.69)	4 (7.69)	52 (100.00)
อุปกรณ์ทางการแพทย์	0 (0.00)	4 (100.00)	0 (0.00)	4 (100.00)
รวม	19 (4.75)	367 (91.75)	14 (3.50)	400 (100.00)

$\chi^2 = 6.77$ Asymp. Sig. (2-sided) = 0.15

จากตารางที่ 49 ผลการวิเคราะห์ ราคามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด พบว่า มีค่า χ^2 เท่ากับ 6.77 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.15 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าราคาไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 7.5 ราคามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ราคาไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอ
วังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

H_1 : ราคามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์
จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

ตารางที่ 50 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างราคากับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยา
ของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใด
ที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

กลุ่มประเภทยาประเภทใด ที่ซื้อจากร้านขายยา มากที่สุด	ราคา			รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	
ยาแก้ปวดลดไข้	13 (5.08)	233 (91.02)	10 (3.91)	256 (100.00)
ยารักษาโรคเกี่ยวกับ ทางเดินหายใจ	0 (0.00)	2 (100.00)	0 (0.00)	2 (100.00)
ยารักษาโรคเกี่ยวกับ ทางเดินอาหาร	0 (0.00)	12 (100.00)	0 (0.00)	12 (100.00)
ยาแก้ปวดเมื่อย	3 (4.84)	57 (91.94)	2 (3.23)	62 (100.00)
ยาฮอร์โมน	0 (0.00)	51 (96.23)	2 (3.77)	53 (100.00)
ยารักษาโรคผิวหนัง	0 (0.00)	12 (100.00)	0 (0.00)	12 (100.00)
ยาปฏิชีวนะ	3 (100.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (100.00)
รวม	19 (4.75)	367 (91.75)	14 (3.50)	400 (100.00)

$\chi^2 = 65.35$ Asymp. Sig. (2-sided) = 0.00

จากตารางที่ 50 ผลการวิเคราะห์ ราคามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุดพบว่ามีค่า χ^2 เท่ากับ 65.35 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าราคามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 7.6 ราคามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้วในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์จังหวัดสระแก้วเป็นอย่างไรสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ราคาไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร

H_1 : ราคามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร

ตารางที่ 51 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างราคากับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร

ในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาของท่านจากร้านขายยา	ราคา			รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	
ซื้อซ้ำ	16 (4.46)	329 (91.64)	14 (3.90)	359 (100.00)
บอกต่อให้ผู้อื่นมาซื้อ	3 (7.32)	38 (92.68)	0 (0.00)	41 (100.00)
รวม	19 (4.75)	367 (91.75)	14 (3.50)	400 (100.00)

$\chi^2 = 2.24$ Asymp. Sig. (2-sided) = 0.33

จากตารางที่ 51 ผลการวิเคราะห์ราคามีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อขายของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร พบว่ามีค่า χ^2 เท่ากับ 2.24 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.33 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าราคาไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อขายของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 8 สถานที่ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว สามารถแบ่งออกเป็นสมมติฐานย่อยดังนี้

สมมติฐานที่ 8.1 สถานที่ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อขายในร้านขายยาสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : สถานที่ที่ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อขายในร้านขายยา

H_1 : สถานที่ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อขายในร้านขายยา

ตารางที่ 52 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างสถานที่กับพฤติกรรมการซื้อขายจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อขายในร้านขายยา

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อขายในร้านขายยา	สถานที่			รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	
ตัวท่านเอง	3 (0.95)	299 (94.92)	13 (4.13)	315 (100.00)
เพื่อน	0 (0.00)	5 (71.43)	2 (28.57)	7 (100.00)
คู่รัก	0 (0.00)	2 (100.00)	0 (0.00)	2 (100.00)

ตารางที่ 52 (ต่อ)

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อ การชื้อยาในร้านขายยา	สถานที่			รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	
เภสัชกร/ คนขายยา	12 (18.18)	51 (77.27)	3 (4.55)	66 (100.00)
สมาชิกครอบครัว	6 (60.00)	2 (20.00)	2 (20.00)	7 (100.00)
รวม	21 (5.25)	359 (89.75)	20 (5.00)	400 (100.00)

$$\chi^2 = 110.35 \text{ Asymp. Sig. (2-sided) = 0.00}$$

จากตารางที่ 52 ผลการวิเคราะห์ สถานที่ที่มีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชื้อยาในร้านขายยาพบว่า มีค่า χ^2 เท่ากับ 110.35 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าสถานที่ที่มีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชื้อยาในร้านขายยาซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 8.2 สถานที่ที่มีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านชื้อยาจากร้านขายยาสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : สถานที่ที่ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านชื้อยาจากร้านขายยา

H_1 : สถานที่ที่มีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านชื้อยาจากร้านขายยา

ตารางที่ 53 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างสถานที่กับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านซื้อยาจากร้านขายยา

ช่วงเวลาที่ท่านซื้อยาจากร้านขายยา	สถานที่			รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	
06.01-10.00 น.	4 (2.09)	176 (92.15)	11 (5.76)	191 (100.00)
10.01-14.00 น.	0 (0.00)	19 (100.00)	0 (0.00)	19 (100.00)
14.01-18.00 น.	2 (3.64)	51 (92.73)	2 (3.64)	55 (100.00)
18.01-22.00 น.	15 (11.11)	113 (83.70)	7 (5.19)	135 (100.00)
รวม	21 (5.25)	359 (89.75)	20 (5.00)	400 (100.00)

$\chi^2 = 16.06$ Asymp. Sig. (2-sided) = 0.01

จากตารางที่ 53 ผลการวิเคราะห์ สถานที่ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านซื้อยาจากร้านขายยา พบว่ามีค่า χ^2 เท่ากับ 16.06 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.01 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สถานที่ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านซื้อยาจากร้านขายยาซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 8.3 สถานที่ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยาสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : สถานที่ที่ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยา

H_1 : สถานที่ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยา

ตารางที่ 54 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างสถานที่กับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยา

เวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยา	สถานที่			รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	
น้อยกว่า 10 นาที	18 (5.50)	294 (89.91)	15 (4.59)	327 (100.00)
11-20 นาที	3 (4.35)	63 (91.30)	3 (4.35)	69 (100.00)
21-30 นาที	0 (0.00)	0 (0.00)	2 (100.00)	2 (100.00)
มากกว่า 30 นาที	0 (0.00)	2 (100.00)	0 (0.00)	2 (100.00)
รวม	21 (5.25)	359 (89.75)	20 (5.00)	400 (100.00)

$\chi^2 = 38.57$ Asymp. Sig. (2-sided) = 0.00

จากตารางที่ 54 ผลการวิเคราะห์ สถานที่ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยา พบว่า มีค่า χ^2 เท่ากับ 38.57 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สถานที่ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยาซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 8.4 สถานที่ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : สถานที่ที่ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

H_1 : สถานที่ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

ตารางที่ 55 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างสถานที่กับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

สินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด	สถานที่			รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	
ยารักษาโรค	18 (5.23)	312 (90.70)	14 (4.07)	344 (100.00)
อาหารเสริม, วิตามิน	3 (5.77)	45 (86.54)	4 (7.69)	52 (100.00)
อุปกรณ์ทางการแพทย์	0 (0.00)	2 (50.00)	2 (50.00)	4 (100.00)
รวม	21 (5.25)	359 (89.75)	20 (5.00)	400 (100.00)

$\chi^2 = 18.58$ Asymp. Sig. (2-sided) = 0.00

จากตารางที่ 55 ผลการวิเคราะห์ สถานที่ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด พบว่า มีค่า χ^2 เท่ากับ 18.58 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าสถานที่ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 8.5 สถานที่ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : สถานที่ที่ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

H_1 : สถานที่ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

ตารางที่ 56 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างสถานที่กับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

กลุ่มประเภทยาประเภทใด ที่ซื้อจากร้านขายยา มากที่สุด	สถานที่			รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	
ยาแก้ปวดลดไข้	11 (4.30)	230 (89.84)	15 (5.86)	256 (100.00)
ยารักษาโรคเกี่ยวกับ ทางเดินหายใจ	0 (0.00)	2 (100.00)	0 (0.00)	2 (100.00)
ยารักษาโรคเกี่ยวกับ ทางเดินอาหาร	0 (0.00)	12 (100.00)	0 (0.00)	12 (100.00)
ยาแก้ปวดเมื่อย	7 (11.29)	51 (82.26)	4 (6.45)	62 (100.00)
ยาฮอร์โมน	0 (0.00%)	52 (98.11)	1 (1.89)	53 (100.00)
ยารักษาโรคผิวหนัง	0 (0.00)	12 (100.00)	0 (0.00)	12 (100.00)
ยาปฏิชีวนะ	3 (100.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	3 (100.00)
รวม	21 (5.25)	359 (89.75)	20 (5.00)	400 (100.00)

$\chi^2 = 67.11$ Asymp. Sig. (2-sided) = 0.00

จากตารางที่ 56 ผลการวิเคราะห์ สถานที่ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด พบว่า มีค่า χ^2 เท่ากับ 67.11 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าสถานที่ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 8.6 สถานที่ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไรสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : สถานที่ที่ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร

H_1 : สถานที่ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร

ตารางที่ 57 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างสถานที่กับพฤติกรรมการซื้อขายจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร

ในอนาคตแนวโน้ม พฤติกรรมการซื้อ	สถานที่			รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	
ซื้อซ้ำ	16 (4.46)	329 (91.64)	14 (3.90)	359 (100.00)
บอกต่อให้ผู้อื่นมาซื้อ	3 (7.32)	38 (92.68)	0 (0.00)	41 (100.00)
รวม	21 (5.25)	359 (89.75)	20 (5.00)	400 (100.00)

$$\chi^2 = 6.50 \text{ Asymp. Sig. (2-sided)} = 0.04$$

จากตารางที่ 57 ผลการวิเคราะห์ สถานที่มีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตนวน้ำมันพฤติกรรมการชื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไรพบว่ามีค่า χ^2 เท่ากับ 6.50 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.04 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่าสถานที่มีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตนวน้ำมันพฤติกรรมการชื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไรซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 9 การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว สามารถแบ่งออกเป็นสมมติฐานย่อยดังนี้

สมมติฐานที่ 9.1 การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชื้อยาในร้านขายยาสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : การส่งเสริมการตลาดไม่มีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชื้อยาในร้านขายยา

H_1 : การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชื้อยาในร้านขายยา

ตารางที่ 58 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชื้อยาในร้านขายยา

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชื้อยาในร้านขายยา	การส่งเสริมการตลาด			รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	
ตัวท่านเอง	12 (3.81)	297 (94.29)	6 (1.90)	315 (100.00)
เพื่อน	0 (0.00)	5 (71.43)	2 (28.57)	7 (100.00)
คู่รัก	0 (0.00)	2 (100.00)	0 (0.00)	2 (100.00)

ตารางที่ 58 (ต่อ)

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อ การชื้อยาในร้านขายยา	การส่งเสริมการตลาด			รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	
เภสัชกร/ คนขายยา	3 (4.55)	63 (95.45)	0 (0.00)	66 (100.00)
สมาชิกครอบครัว	0 (0.00)	10 (100.00)	0 (0.00)	10 (100.00)
รวม	15 (3.75)	377 (94.25)	8 (2.00)	400.00 (100.00)

$$\chi^2 = 27.55 \text{ Asymp. Sig. (2-sided) = 0.00}$$

จากตารางที่ 58 ผลการวิเคราะห์การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมกรซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชื้อยาในร้านขายยา พบว่า มีค่า χ^2 เท่ากับ 27.55 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.00 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมกรซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการชื้อยาในร้านขายยา ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 9.2 การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมกรซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านชื้อยาจากร้านขายยา สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : การส่งเสริมการตลาดไม่มีผลต่อพฤติกรรมกรซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านชื้อยาจากร้านขายยา

H_1 : การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมกรซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านชื้อยาจากร้านขายยา

ตารางที่ 59 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านซื้อจากร้านขายยา

ช่วงเวลาที่ท่านซื้อจาก ร้านขายยา	การส่งเสริมการตลาด			รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	
06.01-10.00 น.	10 (5.24)	181 (94.76)	0 (0.00)	191 (100.00)
10.01-14.00 น.	0 (0.00)	19 (100.00)	0 (0.00)	19 (100.00)
14.01-18.00 น.	0 (0.00)	53 (96.36)	2 (3.64)	55 (100.00)
18.01-22.00 น.	5 (3.70)	124 (91.85)	6 (4.44)	135 (100.00)
รวม	15 (3.75)	377 (94.25)	8 (2.00)	400.00 (100.00)

$\chi^2 = 13.05$ Asymp. Sig. (2-sided) = 0.04

จากตารางที่ 59 ผลการวิเคราะห์การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านซื้อจากร้านขายยา พบว่ามีค่า χ^2 เท่ากับ 13.05 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.04 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านช่วงเวลาที่ท่านซื้อจากร้านขายยาซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 9.3 การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อจากร้านขายยาสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : การส่งเสริมการตลาดไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อจากร้านขายยา

H₁: การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยา

ตารางที่ 60 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยา

เวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยา	การส่งเสริมการตลาด			รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	
น้อยกว่า 10 นาที	12 (3.67)	309 (94.50)	6 (1.83)	327 (100.00)
11-20 นาที	3 (4.35)	64 (92.75)	2 (2.90)	69 (100.00)
21-30 นาที	0.00 (0.00)	2.00 (100.00)	0.00 (0.00)	2.00 (100.00)
มากกว่า 30 นาที	0.00 (0.00)	2.00 (100.00)	0.00 (0.00)	2.00 (100.00)
รวม	15 (3.75)	377 (94.25)	8 (2.00)	400.00 (100.00)

$\chi^2 = 0.66$ Asymp. Sig. (2-sided) = 1.00

จากตารางที่ 60 ผลการวิเคราะห์การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยา พบว่า มีค่า χ^2 เท่ากับ 0.66 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 1.00 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H₀) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H₁) หมายความว่า การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยา ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 9.4 การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : การส่งเสริมการตลาดไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภค
ในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

H_1 : การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคใน
อำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

ตารางที่ 61 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อยา
จากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้า
ประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

สินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด	การส่งเสริมการตลาด			รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	
ยารักษาโรค	11 (3.20)	329 (95.64)	4 (1.16)	344 (100.00)
อาหารเสริม, วิตามิน	4 (7.69)	44 (84.62)	4 (7.69%)	52 (100.00)
อุปกรณ์ทางการแพทย์	0 (0.00)	4 (100.00)	0 (0.00)	4 (100.00)
รวม	15 (3.75)	377 (94.25)	8 (2.00)	400.00 (100.00)

$\chi^2 = 12.89$ Asymp. Sig. (2-sided) = 0.01

จากตารางที่ 61 ผลการวิเคราะห์การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด พบว่า มีค่า χ^2 เท่ากับ 12.89 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.01 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 9.5 การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุดสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : การส่งเสริมการตลาดไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

H_1 : การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

ตารางที่ 62 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

กลุ่มประเภทยาประเภทใด ที่ซื้อจากร้านขายยา มากที่สุด	การส่งเสริมการตลาด			
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	รวม
ยาแก้ปวดลดไข้	12 (4.69)	236 (92.19)	8 (3.13)	256 (100.00)
ยารักษาโรคเกี่ยวกับ ทางเดินหายใจ	0 (0.00)	2 (100.00)	0 (0.00)	2 (100.00)
ยารักษาโรคเกี่ยวกับ ทางเดินอาหาร	0 (0.00)	12 (100.00)	0 (0.00)	12 (100.00)
ยาแก้ปวดเมื่อย	0 (0.00)	62 (100.00)	0 (0.00)	62 (100.00)
ยาฮอร์โมน	0 (0.00)	53 (100.00)	0 (0.00)	53 (100.00)
ยารักษาโรคผิวหนัง	3 (25.00)	9 (75.00)	0 (0.00)	12 (100.00)
ยาปฏิชีวนะ	0 (0.00)	3 (100.00)	0 (0.00)	3 (100.00)
รวม	15 (3.75)	377 (94.25)	8 (2.00)	400.00 (100.00)

$\chi^2 = 25.55$ Asymp. Sig. (2-sided) = 0.01

จากตารางที่ 62 ผลการวิเคราะห์การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด พบว่า มีค่า χ^2 เท่ากับ 25.55 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.01 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

สมมติฐานที่ 9.6 การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไรสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : การส่งเสริมการตลาดไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร

H_1 : การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร

ตารางที่ 63 การเปรียบเทียบจำนวนและร้อยละระหว่างการส่งเสริมการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร

ในอนาคตแนวโน้ม พฤติกรรมการซื้อยาของท่าน จากร้านขายยา	การส่งเสริมการตลาด			รวม
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	
ซื้อซ้ำ	13 (3.62)	338 (94.15)	8 (2.23)	359 (100.00)
บอกต่อให้ผู้อื่นมาซื้อ	2 (4.88)	39 (95.12)	0 (0.00)	41 (100.00)
รวม	15 (3.75)	377 (94.25)	8 (2.00)	400.00 (100.00)

$\chi^2 = 1.07$ Asymp. Sig. (2-sided) = 0.58

จากตารางที่ 63 ผลการวิเคราะห์การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร พบว่ามีค่า χ^2 เท่ากับ 1.07 และค่า Sig. (2-sided) เท่ากับ 0.58 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไรซึ่ง ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง

ตารางที่ 64 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาด
กับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว

ผลการทดสอบ สมมติฐานลักษณะ ข้อมูลส่วนบุคคลและ ปัจจัยส่วนประสม การตลาด	พฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์จังหวัดสระแก้ว					
	บุคคลที่มี	ช่วงเวลา	เวลาเฉลี่ย	ประเภท	ประเภท	แนวโน้ม
	อิทธิพลต่อ	การซื้อยา	ในการซื้อยา	สินค้า	ยา	การซื้อยา
	การซื้อยา					
เพศ	✓	✓	✓	✓	✓	✗
อายุ	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ระดับการศึกษา	✓	✓	✓	✓	✓	✓
อาชีพ	✓	✓	✓	✓	✓	✓
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ผลิตภัณฑ์	✓	✓	✓	✓	✗	✓
ราคา	✓	✓	✗	✗	✓	✓
สถานที่	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ส่งเสริมการตลาด	✓	✓	✗	✓	✓	✗

สัญลักษณ์ ✓ หมายถึง สอดคล้องกับสมมติฐาน

สัญลักษณ์ ✗ หมายถึง ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน

จากตารางที่ 64 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว สามารถอภิปรายผล ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 เพศมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว สรุปว่าเพศไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ยกเว้นด้านบุคคลใดมีอิทธิพลต่อการซื้อยาในแต่ละครั้งของมากที่สุดด้านช่วงเวลาซื้อยาจากร้านขายยาบ่อยที่สุดด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยาด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุดด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุดซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 อายุมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว สรุปว่าอายุมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคใน

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลปัจจัย ส่วนประสมการตลาดของร้านขายยาและพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ผู้บริโภคที่ซื้อยาจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ได้ทำการกำหนดกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการของยามานะ จำนวน 400 คน โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น แบ่งเป็น 3 ตอน แบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมการตลาดของร้านขายยาลักษณะคำถาม โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Interval) เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าแบบ 5 ช่วงคะแนน ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ก่อนนำแบบสอบถามไปใช้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับผู้บริโภคที่ซื้อยาจากร้านขายยาในอำเภอน้ำเย็น จังหวัดสระแก้ว จำนวน 30 คน โดยวิธีการวัดความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency Method) ของครอนบาช (Cronbach's Alpha) วิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยง หรือ ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาได้ค่า .776

การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปสำรวจที่เป็นประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยและดำเนินการจัดเก็บด้วยตนเองตามวัตถุประสงค์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์การวิเคราะห์ใช้สถิติเชิงพรรณนา ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) อธิบายลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลและใช้สถิติเชิงอนุมานในการทดสอบสมมติฐาน ใช้สถิติ Chi-square (χ^2 -test) ใช้ในการทดสอบความเป็นอิสระกันลักษณะข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดของร้านขายยาพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว

สรุปผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านขายยาและพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์จังหวัดสระแก้วสรุปผลได้ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.80 ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วงไม่เกิน 25 ปี จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.00 มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6)/ ปวช. จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.30 ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษาจำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.30 และมีรายได้ส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 10,001-15,000 บาท จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.30

2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของร้านขายยา

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดของร้านขายยาที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์จังหวัดสระแก้ว พบว่า ประชาชนที่มีความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของร้านขายยา ในภาพรวมอยู่ระดับมาก ($\bar{X} = 3.87, SD = 0.16$) หากพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญต่อพฤติกรรมการซื้อยามากที่สุด ($\bar{X} = 4.00, SD = 0.37$) รองลงมาคือ ด้านราคา ($\bar{X} = 3.91, SD = 0.21$) ด้านสถานที่ ($\bar{X} = 3.86, SD = 0.24$) และด้านส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.77, SD = 0.25$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาตามรายด้านพบว่า

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) โดยรวมมีความสำคัญต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์จังหวัดสระแก้วในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00, SD = 0.37$) หากพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกข้อคือยาที่จำหน่ายภายในร้านขายยามีคุณภาพตามมาตรฐาน ($\bar{X} = 4.00, SD = 0.48$) ลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่ทำนซื้อจากในร้านขายยาสะอาดและมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.94, SD = 0.32$) ชนิดประเภทของยาในร้านมีหลากหลาย ($\bar{X} = 3.90, SD = 0.39$) ตามลำดับ

2.2 ด้านราคา (Price) โดยรวมมีความสำคัญต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์จังหวัดสระแก้ว ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91, SD = 0.21$) และหากพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกข้อ คือ ราคาขายมีความเหมาะสมกับคุณภาพของยา ($\bar{X} = 4.00, SD = 0.43$) ราคาที่จำหน่ายในร้านไม่แพงเมื่อเทียบกับร้านอื่น ($\bar{X} = 3.99, SD = 0.33$) ความเหมาะสมด้านราคาขายที่จำหน่ายของร้าน ($\bar{X} = 3.92, SD = 0.32$) และมีการติดป้ายบอกราคาขายภายในร้าน ($\bar{X} = 3.70, SD = 0.40$) ตามลำดับ

2.3 ด้านสถานที่ (Place) โดยรวมมีความสำคัญต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์จังหวัดสระแก้ว ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86, SD = 0.24$) และหากพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกข้อ คือ สภาพแวดล้อมภายใน

ร้านขายยา มีความสะอาดตามหลักสุขอนามัย ($\bar{X} = 3.97, SD = 0.41$) สถานที่ตั้งของร้านขายยา มีความสะดวกในการเดินทางมายังร้านขายยา ($\bar{X} = 3.86, SD = 0.40$) เวลาเปิด-ปิดในการจำหน่ายยา ($\bar{X} = 3.85, SD = 0.43$) และสภาพแวดล้อมภายนอกร้านมีที่จอดรถเพียงพอ ($\bar{X} = 3.77, SD = 0.45$) ตามลำดับ

2.4 ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยรวมมีความสำคัญต่อพฤติกรรมการซื้อยา จากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77, SD = 0.25$) และหากพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากทุกข้อ คือ ความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูลยาของเภสัชกรหรือคนขายยา ($\bar{X} = 4.21, SD = 0.56$) ความกระตือรือร้นและใส่ใจในการจำหน่ายยาของเภสัชกรหรือคนขายยา ($\bar{X} = 4.12, SD = 0.53$) ความมีมนุษยสัมพันธ์ของเภสัชกรหรือคนขายยา ($\bar{X} = 4.09, SD = 0.54$) มีการแจกผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพให้ทดลองใช้ ($\bar{X} = 3.51, SD = 0.54$) มีแผ่นพับแนะนำการซื้อยาให้ความรู้แก่ผู้ซื้อยา ($\bar{X} = 3.41, SD = 0.51$) และป้ายของร้านขายยาสามารถมองเห็นได้ชัดเจน ($\bar{X} = 3.28, SD = 0.45$) ตามลำดับ

3. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว พบว่า ตัวท่านเองมีอิทธิพลต่อการซื้อยาในแต่ละครั้งมากที่สุด จำนวน 315 คน คิดเป็นร้อยละ 78.75 บ่อยที่สุดช่วงเวลา 06.01-10.00 น. จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.00 ในเวลาซื้อยาน้อยกว่า 10 นาที จำนวน 327 คน คิดเป็นร้อยละ 81.75 ซื้อสินค้าประเภท ยารักษาโรค มากที่สุด จำนวน 344 คน คิดเป็นร้อยละ 86.00 ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มประเภทยาแก้ปวดลดไข้ จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64.00 และมีแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยา ซื้อซ้ำ มากที่สุด จำนวน 359 คน คิดเป็นร้อยละ 89.75

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 เพศมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว สรุปว่าเพศไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ด้านในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ยกเว้นด้านบุคคลใดมีอิทธิพลต่อการซื้อยาในแต่ละครั้งของมากที่สุดด้านช่วงเวลาซื้อยารจากร้านขายยาบ่อยที่สุด ด้านเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยารจากร้านขายยาด้านสินค้าประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด ด้านกลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุดซึ่งสอดคล้อง

ร้านขายยามากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

ผลจากการศึกษาลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านขายยา และพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์จังหวัดสระแก้ว มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. เปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภค จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว

จากการวิจัยพบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลทำให้ทราบถึงกลุ่มเป้าหมายของลูกค้าที่มาใช้บริการ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 235 คน มีอายุอยู่ในช่วงไม่เกิน 25 ปีจำนวน 172 คน มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6)/ ปวช. จำนวน 181 คน อาชีพเป็นนักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษาจำนวน 117 คน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 10,001-15,000 บาท จำนวน 117 คน ด้านอายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือนมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว อาจกล่าวได้ว่า ประชากรที่อยู่อาศัยในอำเภออำเภอวังสมบูรณ์จังหวัดสระแก้ว มีความหลากหลายผู้บริโภคเป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งแต่ละปัจจัยส่วนบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการใช้สินค้า ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อรับมือกับการเติบโตในธุรกิจให้เหมาะสม และตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายนี้

ข้อมูลส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว พบว่า

ข้อมูลส่วนบุคคลด้านเพศกับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภค พบว่า เพศไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว สอดคล้องกับผลงานวิจัยของสมประสงค์ แดงพลอย (2553) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ส่วนข้อมูลส่วนบุคคลด้านอายุ เพศ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงหรือต่ำส่วนใหญ่มักจะมีพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ เน้นที่บุคลากรและการส่งเสริมการตลาดเป็นสำคัญ

2. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว พบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์กับราคา พบว่า ไม่มีผลต่อกับพฤติกรรมการซื้อขายจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสมประสงค์ แดงพลอย (2553) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อขายจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์และราคาส่วนใหญ่ไม่มีผลต่อกับพฤติกรรมการซื้อขายจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ อาจกล่าวได้ว่าผู้บริโภคคิดว่าผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายอยู่ร้านขายยาไม่แตกต่างกับร้านขายยาร้านอื่น ๆ มากนั้นจึงไม่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ

ด้านสถานที่ที่มีผลต่อกับพฤติกรรมการซื้อขายจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจิรภัทร คงสวัสดิ์วรกุล (2548) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเลือกใช้บริการของผู้บริโภคที่มีต่อร้านขายยาภายในและภายนอกห้างสรรพสินค้าเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด ด้านสถานที่ทำเลที่ตั้งในระดับดีที่สุด รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์และหากต้องการเปิดร้านขายยาภายในห้างสรรพสินค้าลูกค้า ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีระดับการศึกษาและมีรายได้สูงจึงควรเน้นที่การบริการที่ครบวงจรและการมีเภสัชกรอยู่ประจำร้านตลอดเวลาและหากต้องการเปิดร้านขายยาภายนอกห้างสรรพสินค้าควรเน้นที่ราคาของสินค้าที่ขายภายในร้าน

ด้านการส่งเสริมการตลาดไม่มีผลต่อกับพฤติกรรมการซื้อขายจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมประสงค์ แดงพลอย (2553) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อขายจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ด้านการส่งเสริมการขายมีผลต่อกับพฤติกรรมการซื้อขายจากร้านขายยาของผู้บริโภคเนื่องจากพฤติกรรมเป็นกลุ่มที่มีรายได้ไม่สูงอยู่ในเขตโรงงานอุตสาหกรรมลดแลกหรือแจกผลิตภัณฑ์ให้ทดลองใช้มีผลให้ผู้บริโภคตัดสินใจใช้บริการร้านนั้น ๆ ทำให้มีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาพฤติกรรมการซื้อขายจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

เชิงนโยบาย

จากการศึกษาในเรื่อง พฤติกรรมการซื้อขายจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว แนวนโยบายของร้านขายยาในเขตอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เป็นนโยบายสะดวก ปลอดภัย ไว้ใจได้เรื่องคุณภาพและราคาผู้วิจัยขอเสนอแนวทางในทางพัฒนาเชิงนโยบายดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สินค้าควรมีความหลากหลาย และมีคุณภาพและมาตรฐานน่าเชื่อถือ มีตราสินค้าในตรงกับความต้องการของผู้บริโภค
2. ด้านราคา (Price) คือ การตั้งราคาควรมีความเหมาะสมและคุ้มค่ากับสินค้า ควรสร้างกลยุทธ์ด้านราคาให้มีความแตกต่างเมื่อเปรียบเทียบกับร้านอื่น ๆ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภค รู้สึกมีความคุ้มค่ากับมูลค่าเงินที่เสียไป
3. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ ควรจัดทำกลยุทธ์ทำการ โปรโมชันทางร้านอาจใช้การแจกสมนาคุณ (Co-promotion) ในบางโอกาส เช่น เทศกาลปีใหม่

เชิงปฏิบัติการ

จากข้อเสนอแนะเชิงนโยบายผู้วิจัยจึงขอเสนอแนวทางในพัฒนาเชิงปฏิบัติการ ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) คือ ควรการจัดหมวดหมู่ของยาที่ขายในแต่ละประเภทให้ชัดเจนเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการสามารถเข้ามาหยิบยาได้สะดวกหรือตัดสินใจได้ เช่นการทำถุงยาที่มีตราสัญลักษณ์ชื่อร้านเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือในตัวสินค้า
2. ด้านราคา (Price) คือ มีป้ายราคาแต่ละชั้นเห็นชัดเจน มีการลด แลก แจก แถม เช่น จัดทำการส่งเสริมการตลาดแบบเช่นเมื่อซื้อสินค้าครบ 500 บาท จะได้รับส่วนลด 5% เป็นต้น
3. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ ทางร้านควรติดป้ายร้านขนาดใหญ่ เช่น ยินดีให้คำที่ปรึกษา มีเภสัชกรประจำอยู่ที่ร้านตลอดเวลา เพื่อให้คำแนะนำข้อมูลการใช้ยากับผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการในร้านขายยาเพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจ

เชิงวิชาการ

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการควรมีการพัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นผู้วิจัยขอเสนอแนะ ดังนี้

1. ควรมีการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ซื้อยาจากร้านขายยาหรือศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ซื้อยาจากร้านขายยาเปรียบเทียบกับร้านค้าทั่วไป
2. ศึกษาความต้องการของผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมการบริการอื่น ๆ เพิ่มเติมเพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคในอนาคต

บรรณานุกรม

- กนกกาญจน์ โชคกาญจน์วัฒน์. (2554). *ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตพระนครศรีอยุธยา*. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาวิศวกรรมและการเป็นผู้ประกอบการ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรังสิต.
- กิตติศักดิ์ ใต้ทอง. (2546). *ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาจากร้านขายยาแผนปัจจุบันในเขตเทศบาลเมืองสกลนคร*. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- กุลวดี กุหะโรจนานนท์. (2545). *หลักการตลาด*. ปทุมธานี: สถาบันราชภัฏเพชรบุรีวิทยาเขตกรง.
- จิรภัทร คงสวัสดิ์วรกุล. (2548). *พฤติกรรมและการเลือกใช้บริการของผู้บริโภคที่มีต่อร้านขายยาภายในและภายนอกห้างสรรพสินค้า เขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- दनัย ตันติศิริวัฒน์. (2544). *การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการใช้บริการร้านขายยาจังหวัดกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2540). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- นราศรี ไหวนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี. (2538). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 7)*. กรุงเทพฯ: เทพนิมิตการพิมพ์.
- ประภาพรณ เลาหะวลีสันต์. (2546). *พฤติกรรมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากร้านขายยาของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ปริญญ์ ลักษิตานนท์. (2544). *จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 3)*. กรุงเทพฯ: ทิปปิงพอยท์.
- เพียบพร้อม อุดมรัตน์านนท์. (2549). *พฤติกรรมการณ์ซื้อของผู้บริโภคในร้านขายยา Fascino ในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- มัทรี บุรพงศ์บัณฑิต. (2547). *พฤติกรรมการณ์ซื้อและเวชภัณฑ์จากร้านขายยาของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- มัลลิกา บุนนาค. (2537). *สถิติเพื่อการตัดสินใจ (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- มารวิ้น ห้วนท็อก. (2548). *ปัจจัยและความคาดหวังที่มีผลต่อพฤติกรรมการชื้อยาของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- รัชนีวรรณ เถาว์อั้น. (2554). *พฤติกรรมการเลือกร้านขายยาแผนปัจจุบันของผู้บริโภคในอำเภอเมืองจังหวัดกระบี่*. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์ และศุภร เสรีรัตน์. (2541). *กลยุทธ์การตลาด*. กรุงเทพฯ: บรรณกิจ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักขิตานนท์, ศุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2547). *วิชาหลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: ท็อป.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2541). *โรงพยาบาลของรัฐที่พึ่งของคนเจ็บยุคไอ.เอ็ม.เอฟ. กระแสทรรศน์*. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยกสิกรไทย.
- สมประสงค์ แดงพลอย. (2553). *พฤติกรรมการชื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สาธารณสุขจังหวัดสระแก้ว. (2555). *จำนวนร้านยาในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว*. สระแก้ว: สาธารณสุขจังหวัดสระแก้ว.
- สำนักทะเบียนท้องถิ่นเทศบาลตำบลวังสมบูรณ์. (2555). *ประชากรในท้องถิ่นอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว*. สระแก้ว: สำนักทะเบียนท้องถิ่นเทศบาลตำบลวังสมบูรณ์.
- สุดา ดวงเรืองรุจิระ. (2543). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพมหานคร.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- อดุลย์ จาคูรงค์กุล. (2539). *การตัดสินใจ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เอกราช ทองสุข. (2554). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบันของผู้บริโภคในจังหวัดชุมพร*. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- Hoyer, W. D., & Macinnis, D. J. (1997). *Consumer Behavior*. Boston: Houghton Mifflin.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1999). *Principles of Marketing* (8th ed.). New Jersey: Prentice Hall.

- Levy, M., & Weitz, B. A. (2001). *Retailing Management*. New York: McGraw-Hill.
- Newman, A. J., & Cullen, P. (2002). *Retailing Environment & operations*. Australia: Saxon Graphic.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). *Consumer Behavior*. New Jersey: PrenticeHall.
- Shiffman, L. G., & Leslie, L. K. (2000). *Consumer Behavior* (5th ed.). New Jersey: Prentice Hall.

ภาคผนวก

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย
เรื่องพฤติกรรมการณ์ซื้อขายจากร้านขายยาของผู้บริโภคใน อำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัด
สระแก้ว

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนประกอบในการทำปัญหาพิเศษของนิสิตปริญญาโทหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิตสาขาการบริหารทั่วไป วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการณ์ซื้อขายจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว” จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามทุกข้อตามความเป็นจริงด้วยตัวของท่านเองการตอบแบบสอบถามนี้ใช้เพื่อการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามจะไม่มีผลกระทบจากการตอบแบบสอบถามแต่ประการใด

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการณ์ซื้อขายจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย ลงหน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

ไม่เกิน 25 ปี

ระหว่าง 26-35 ปี

ระหว่าง 36-45 ปี

ตั้งแต่ 46 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ประถมศึกษา | <input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.3) |
| <input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6)/ ปวช. | <input type="checkbox"/> ปวส. หรืออนุปริญญา |
| <input type="checkbox"/> ปริญญาตรี | <input type="checkbox"/> สูงกว่าปริญญาตรี |

4. อาชีพ

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> นักเรียน/ นิสิต/ นักศึกษา | <input type="checkbox"/> ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ |
| <input type="checkbox"/> เกษตรกร | <input type="checkbox"/> พนักงานบริษัทเอกชน |
| <input type="checkbox"/> ธุรกิจส่วนตัว | <input type="checkbox"/> พ่อบ้าน/ แม่บ้าน |
| <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ..... | |

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท | <input type="checkbox"/> 5,001-10,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 10,001-15,000 บาท | <input type="checkbox"/> 15,001-20,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> มากกว่า 20,001บาท | |

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านขายยา
ของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย ลงหน้าข้อความที่ตรงกับ
ความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อส่วน ประสมการตลาดของร้านขายยา	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อพฤติกรรมกรซื้อ				
	มาก ที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
	5	4	3	2	1
1. ด้านผลิตภัณฑ์					
- ชนิด ประเภทของยาในร้าน มีหลากหลาย					
- ลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่ท่านซื้อจาก ในร้านขายยา สะอาดและ มีความเหมาะสม					
- ยาที่จำหน่ายภายในร้านขายยา มีคุณภาพตามมาตรฐาน					
2. ด้านราคา					
- ความเหมาะสมด้านราคา ที่จำหน่ายของร้าน					
- มีการติดป้ายบอกราคายาภายในร้าน					
- ราคาที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพ ของยา					
- ราคาที่จำหน่ายในร้านไม่แพง เมื่อเทียบกับร้านอื่น					

ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อส่วน ประสมการตลาดของร้านขายยา	ระดับความคิดเห็นที่มีต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
3. ด้านสถานที่					
- สถานที่ตั้งของร้านขายยา มีความสะดวกในการเดินทางมายัง ร้านขายยา					
- สภาพแวดล้อมภายนอกร้าน มีที่จอดรถเพียงพอ					
- สภาพแวดล้อมภายในร้านขายยา มีความสะอาดตามหลักสุขอนามัย					
- เวลาเปิด-ปิดในการจำหน่ายยา					
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด					
- มีแผ่นพับแนะนำการชื้อยาให้ ความรู้แก่ผู้ชื้อยา					
- ป้ายของร้านขายยาสามารถมองเห็น ได้ชัดเจน					
- มีการแจกผลิตภัณฑ์เสริมสุขภาพให้ ทดลองใช้					
- ความรู้ความสามารถในการให้ ข้อมูลยาของเภสัชกรหรือคนขายยา					
- ความมีมนุษยสัมพันธ์ของเภสัชกร หรือคนขายยา					
- ความกระตือรือร้นและใส่ใจในการ จำหน่ายยาของเภสัชกรหรือคนขายยา					

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภคในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัด
สระแก้ว

คำชี้แจง โปรดพิจารณาข้อความและทำเครื่องหมาย ลงหน้าข้อความที่ตรงกับ
ความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

- บุคคลใดมีอิทธิพลต่อการซื้อยาในแต่ละครั้งของท่านมากที่สุด

<input type="checkbox"/> ตัวท่านเอง	<input type="checkbox"/> เพื่อน
<input type="checkbox"/> คู่รัก	<input type="checkbox"/> เกสัชกร/ คนขายยา
<input type="checkbox"/> สมาชิกครอบครัว	<input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ.....
- ช่วงเวลาที่ท่านซื้อยาจากร้านขายยาบ่อยที่สุด

<input type="checkbox"/> 06.01-10.00 น.	<input type="checkbox"/> 10.01-14.00 น.
<input type="checkbox"/> 14.01-18.00 น.	<input type="checkbox"/> 18.01-22.00 น.
- เวลาโดยเฉลี่ยที่ท่านใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยาในแต่ละครั้ง

<input type="checkbox"/> น้อยกว่า 10 นาที	<input type="checkbox"/> 11-20 นาที
<input type="checkbox"/> 21-30 นาที	<input type="checkbox"/> มากกว่า 30 นาที
- สินค้าประเภทใดที่ท่านซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

<input type="checkbox"/> ยารักษาโรค	<input type="checkbox"/> อาหารเสริม, วิตามิน
<input type="checkbox"/> อุปกรณ์ทางการแพทย์	<input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ.....
- กลุ่มประเภทยาประเภทใดที่ท่านซื้อจากร้านขายยามากที่สุด

<input type="checkbox"/> ยาแก้ปวดลดไข้	<input type="checkbox"/> ยาออกฤทธิ์ต่อหัวใจและหลอดเลือด
<input type="checkbox"/> ยารักษาโรคเกี่ยวกับทางเดินหายใจ	<input type="checkbox"/> ยารักษาโรคเกี่ยวกับทางเดินอาหาร
<input type="checkbox"/> ยาแก้ปวดเมื่อย	<input type="checkbox"/> ยาออกฤทธิ์ต่อจิตประสาท
<input type="checkbox"/> ยาฮอร์โมน	<input type="checkbox"/> ยารักษาโรคผิวหนัง
<input type="checkbox"/> ยาปฏิชีวนะ	<input type="checkbox"/> ยาแผนโบราณเช่นยาไทยยาจีน
<input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ.....	
- ในอนาคตแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาของท่านจากร้านขายยาในอำเภอวังสมบูรณ์

จังหวัดสระแก้ว เป็นอย่างไร

- ซื้อซ้ำ
- บอกต่อให้ผู้อื่นมาซื้อ
- เลิกซื้อ

ขอขอบพระคุณที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม