

บทคัดย่อ

วิชา บธ.851 : วิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

ชื่อเรื่อง	: การเลือกซื้อยาแก้ปวดของประชาชนในเขตเทศบาลนคร จังหวัดเชียงใหม่
ผู้จัดทำ	: ว่าที่ร้อยตรีเมธี พลอาจ
อาจารย์ที่ปรึกษา	: คร.ทวิวรรณ พรหมกันธา
หลักสูตร	: หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยพายัพ
วันที่อนุมัติผลงาน	: กุมภาพันธ์ 2544
จำนวนหน้า	: 61 หน้า

การเลือกซื้อยาแก้ปวดของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมการเลือกซื้อยาแก้ปวดของประชาชนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีต่อการเลือกซื้อยาแก้ปวด และศึกษาความคิดเห็นด้านการใช้ยาแก้ปวด ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ใน ต.ท่าศาลา เขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจะใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก จำนวน 196 ตัวอย่าง ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุช่วง 30-39 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพลูกจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 6,001 – 9,000 บาท

พฤติกรรมการซื้อยาแก้ปวดพบว่า ส่วนใหญ่ซื้อยาแก้ปวด 3 – 4 ครั้ง ซื้อยาแก้ปวดบ่อยที่สุดคือ ช่วงเวลาหลัง 17.00 น. ค่าใช้จ่ายในการซื้อยาแก้ปวด 5 – 20 บาท ตัดสินใจซื้อยาด้วยตัวเอง ซื้อยาที่ร้านขายยาที่มีเภสัชกร ประเภทยาแก้ปวดที่ซื้อเป็นยาแก้ปวดและลดไข้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของผู้ซื้อของยาแก้ปวดมีผลต่อการเลือกซื้อของกลุ่มตัวอย่างระดับมาก ได้แก่ สรรพคุณของยาแก้ปวด ลักษณะของยา เช่น ยาน้ำ ยาเม็ด การแนะนำของเภสัชกรหรือเภสัชกร

ปัจจัยด้านราคาของยาแก้ปวดที่มีราคาถูก ยาแก้ปวดที่เป็นชุด ซึ่งถูกจัดโดยผู้ขายมีราคาแพง มีผลต่อการเลือกซื้อยาแก้ปวดของกลุ่มตัวอย่างระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการเลือกซื้อยาแก้ปวดของกลุ่มตัวอย่างระดับมาก ได้แก่ ในส่วนร้านขายยาที่สะดวกในการเดินทาง เช่น เป็นทางผ่าน หรืออยู่ใกล้ที่ทำงาน บ้าน ร้านขายยาที่มีเภสัชกรแนะนำ ส่วนร้านขายยาที่มีที่จอดรถกว้างขวาง มีผลต่อการเลือกซื้อยาแก้ปวดของกลุ่มตัวอย่างระดับปานกลาง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการเลือกซื้อยาแก้ปวดของกลุ่มตัวอย่างระดับปานกลาง ได้แก่ การโฆษณาแก้ปวดทางทีวี การโฆษณาแก้ปวดทางวิทยุ ส่วนการโฆษณาแก้ปวดทางหนังสือพิมพ์ และยาแก้ปวดที่มีของแถมมีผลต่อการเลือกซื้อยาแก้ปวดของกลุ่มตัวอย่างระดับน้อย

เพศมีผลต่อการเลือกซื้อยาแก้ปวดแตกต่างกัน ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ยี่ห้อของยาแก้ปวด และการแนะนำของคนขายหรือเภสัชกร ส่วนปัจจัยอื่น ๆ ไม่มีความแตกต่างกัน

อายุมีผลต่อการเลือกซื้อยาแก้ปวดแตกต่างกัน ในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ ส่วนปัจจัยอื่น ๆ ไม่มีความแตกต่างกัน

การศึกษา มีผลต่อการเลือกซื้อยาแก้ปวดแตกต่างกัน ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ สรรพคุณของยาแก้ปวด และลักษณะของยา ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ยาแก้ปวดมีราคาถูก และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ ส่วนปัจจัยอื่น ๆ ไม่มีความแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ ร้านขายยาควรมียาแก้ปวดหลายยี่ห้อ ลักษณะของยาควรมีหลากหลาย เช่น ยาเม็ดสำหรับผู้ใหญ่ และยาน้ำสำหรับเด็ก เป็นต้น ร้านขายยาควรมีที่ตั้งอยู่ในที่ชุมชน การเดินทางสะดวกและมีที่จอดรถกว้างขวาง เภสัชกรหรือคนขายควรมีการให้คำแนะนำในการซื้อยาแต่ละครั้ง ไม่ว่าจะเป็นยาแก้ปวดหรือยารักษาโรคทั่วไปก็ตาม