

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการค้ำปลีกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาแผนไทย

กรณีศึกษา ร้านนราโอสถ (หมอบัว) ในเขตจังหวัดระยอง

A Study of Retail Marketing Mix Affecting The Buying Decision of

Thai Traditional Medicine: A Case Study of Naraosoth (Mor Bua) Pharmacy in Rayong

วีรวิษณุ กำกั้วงษ์¹ และลัดดาวัลย์ เลขมาศ²

10.14456/JRGBSRANGSIT.2016.14

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการค้ำปลีกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาแผนไทย กรณีศึกษา ร้านนราโอสถ (หมอบัว) ในเขตจังหวัดระยอง เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อยาแผนไทย ของร้านนราโอสถ (หมอบัว) ในเขตจังหวัดระยอง และเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการค้ำปลีกที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาแผนไทยของร้านนราโอสถ (หมอบัว) ในเขตจังหวัดระยอง โดยสุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง จากผู้บริโภคที่มาซื้อยาแผนไทยที่ร้าน นราโอสถ (หมอบัว) โดยการเก็บแบบสอบถาม จำนวน 200 คน วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้ สถิติทดสอบที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์ถดถอยพหุนาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 40- 49 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีการประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ราชการ มากที่สุด มีรายได้ต่อเดือนโดยเฉลี่ย คือ รายได้ 15,000 - 25,000 บาท มีสถานภาพการสมรส และมีภูมิลำเนาอยู่ในเขตอำเภอเมืองระยอง

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการค้ำปลีกที่มีผลต่อการซื้อยาแผนไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เรียงตามลำดับความสำคัญ ได้แก่ ปัจจัยด้านการบริการลูกค้า ปัจจัยด้านสถานที่ตั้ง และปัจจัยด้านการจัดการผลิตภัณฑ์ ส่วนปัจจัยด้านราคา ด้านส่วนประสมการสื่อสารการตลาด และด้านด้านการออกแบบร้านค้ำปลีกและการแสดงสินค้าพบว่าไม่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจซื้อยาแผนไทย

คำสำคัญ: ส่วนประสมการค้ำปลีก, พฤติกรรมผู้บริโภค, การตัดสินใจซื้อ, ยาแผนไทย, นรา โอสถ (หมอบัว)

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการตลาดค้าปลีก มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

² อาจารย์ประจำ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

Abstract

This quantitative research aimed to study consumer buying behavior of Thai traditional medicine from Naraosoth (Mor Bua) Pharmacy in Rayong Province and to identify the effect of retail mix of consumer buying decision toward Thai traditional medicine. Data were collected from consumers at Naraosoth (Mor Bua) Pharmacy using questionnaire-based surveys. The purposive sampling was used to collect data from 200 samples. The statistics used in the study were descriptive statistics such as mean, percentage, standard deviation, t-test, One-Way ANOVA, Correlation Analysis and Multiple Regression Analysis.

The majority of respondents were female, age between 40-49 years old; the highest education level was lower than bachelor's degree. Most of them, employed in state-owned organizations and government sector with the salary range of 15,000-25,000 baht/month, lived in Amphoe Muang Rayong.

The results showed that the retail mix factors that significantly affected consumer buying decision toward Thai traditional medicine were customer service, location, and merchandising respectively. However, the other retail mix factors consisting of pricing, communication mix and store design and display had no effect.

Key words: Retail Mix, Consumer Behavior, Buying Decision, Thai Traditional Medicine, Naraosoth (Mor Bua)