

ลักษณะการซื้อยาของประชาชนจำแนกตามอาชีพและรายได้ ในจังหวัดเชียงใหม่

Characteristics of buying pharmacy products by different carrers and income levels of peoplein, Chiangmai province

ไวยุทธ ศิริตัน¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะการซื้อยาโดยจำแนกตามอาชีพและรายได้ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยอาศัยข้อมูลจากการค้นคว้าสำหรับงานวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การตลาดธุรกิจร้านขายยาในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งใช้ขนาดตัวอย่างจากลูกค้าร้านขายยา 400 รายในจังหวัดเชียงใหม่ โดยการสุ่มตัวอย่างลูกค้าร้านขายยาโดยสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น (Non probability sampling) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์จำเป็นต้องสัมภาษณ์จากลูกค้าที่มีความยินดีให้สัมภาษณ์และให้ความจริง (Accessible interview) จำนวน 400 ราย สถิติใช้ในการวิเคราะห์คือสถิติพรรณนา (Descriptive analysis) สถิติไค-สแควร์ (Chi-square test) เหตุผลที่ประชาชนซื้อยาจากร้านขายยา คือ มีอาการป่วยไม่มาก จึงยังไม่ต้องการพบแพทย์ รองลงมาคือ ต้องการคำปรึกษาจากเภสัชกรแทนการพบแพทย์ สาเหตุอื่นนั้น คือ ต้องการซื้อยาเก็บไว้ใช้เมื่อยามจำเป็น และซื้อยาตามคำสั่งแพทย์ เป็นส่วนน้อยที่สุด สำหรับความต้องการซื้อยาประเภทต่างๆ นั้น ไม่แตกต่างกันตามอาชีพและรายได้ของผู้ซื้อ คือ ทุกอาชีพและทุกรายได้ ซื้อยาแก้ไข้หวัดมากที่สุด รองลงมาคือซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและวิตามิน ร้านขายยาเป็นที่พึ่งเบื้องต้นของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ก่อนการรักษาในโรงพยาบาล

คำสำคัญ : การซื้อยา ร้านขายยา อาชีพกับการซื้อยา รายได้กับการซื้อยา

Abstract

The objective of this research was to study medicine-buying behavior of different careers and income levels of the people in Chiang Mai Province. Data were from the research. The data on Marketing Tactics of Pharmaceutical Business in Chiang Mai Province' with sample size of 400 customers were derived from the study. Data used in this study were obtained by non-probability random sampling and interview with 400 readily accessible customers. Statistics used for the analysis was descriptive statistics and Chi – square test. The reason the people in Chiang Mai Province bought medicines because they were not so seriously sick that they could first step help themselves by buying medicine for their own treatment, consulting pharmacists at the shops, keeping some necessary medicines, and the least, buying according to the doctors' prescriptions. Demands for different types of medicines were not different by careers and income levels. People of all careers and all income levels bought cold and fever medicines for the most volume, dietary supplement and vitamins as the second. Pharmacies were their first necessary place for Chiang Mai people before going to hospitals.

Keywords: buying medicine, drug store or pharmacy, buying medicine by career, buying medicine by income

¹ นักศึกษา หลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนครเชียงใหม่

ความเป็นมาของปัญหา

ยารักษาโรค เป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ ที่มีความจำเป็นในการดำรงชีวิต เพราะคนเราไม่สามารถหลีกเลี่ยงโรคร้ายไข้เจ็บได้ ผลัดกันป่วยจึงเป็นสินค้าที่มีการบริโภคเปลี่ยนแปลงไม่มากตามการเปลี่ยนแปลงของราคา หมายความว่าเมื่อราคายาเปลี่ยนแปลงไปไม่ว่าสูงหรือต่ำลง ปริมาณสินค้าที่มีผู้ต้องการซื้อก็จะไม่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมากนัก เพราะเป็นสินค้าที่มีความยืดหยุ่นน้อย (Inelastic demand) ดังนั้น ธุรกิจร้านยาจึงเป็นที่นิยมมากในปัจจุบัน ดังจะเห็นได้จาก จำนวนร้านยาแผนปัจจุบันทั่วประเทศเพิ่มขึ้น จากข้อมูลตัวเลขเปรียบเทียบจำนวนร้านขายยาในปี พ.ศ. 2549 กับปี พ.ศ. 2556 พบว่าร้านขายยาในกรุงเทพมหานครเพิ่มจาก 4,644 ราย เป็น 5,355 ราย (สำนักยา, 2557) หรือเพิ่มขึ้น ร้อยละ 15.31 ในช่วงเวลา 7 ปี สำหรับร้านขายยาในภูมิภาค มีจำนวนเพิ่มขึ้นจาก 11,469 ราย เป็น 13,395 ราย (สำนักยา, 2557) หรือเพิ่มขึ้น ร้อยละ 16.73 ในช่วงเวลาเดียวกัน เมื่อคิดรวมทั้งประเทศ เพิ่มจาก 16,113 ราย เป็น 18,750 ราย (สำนักยา, 2557) หรือเพิ่มขึ้น ร้อยละ 16.37 ในช่วงเวลาเดียวกัน โปรดดูตาราง 1 ประกอบ โดยมีอัตราเพิ่มเฉลี่ยต่อปีของร้านขายยาทั่วประเทศ เท่ากับร้อยละ 2.19

ตารางที่ 1 จำนวนขายยา พ.ศ. 2549 และ พ.ศ. 2556

ประเภทร้านขายยา	กรุงเทพฯ		ภูมิภาค		รวม	
	2549	2556	2549	2556	2549	2556
แผนปัจจุบัน	3,672	4,443	5,186	7,680	8,858	12,123
แผนปัจจุบัน (บรรจุเสร็จ)	479	382	4,031	3,442	4,510	3,824
แผนปัจจุบัน บรรจุเสร็จ สำหรับสัตว์	87	87	556	658	643	745
แผนโบราณ	406	443	1,696	1,615	2,102	2,058
รวม	4,644	5,355	11,469	13,395	16,113	18,750

ที่มา: สำนักยา. (2557)

การเติบโตของประชากรในอนาคตของประเทศไทย จะปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 65 ล้านคน เป็น 69 และ 72.5 ล้านคนในปี พ.ศ. 2558 และ 2563 คือ เพิ่มขึ้น ร้อยละ 6 และร้อยละ 11 ตามลำดับ ซึ่งมีอัตราเพิ่มมากกว่าร้านขายยา อีกทั้งจำนวนผู้สูงอายุของประเทศไทยซึ่งต้องการใช้ยามากกว่าประชาชนทั่วไป มีอัตราเพิ่มเป็นร้อยละ 40 ของประชากรรวม ประกอบกับกระแสของการรักษาสุขภาพในปัจจุบัน ทำให้ประชาชนใส่ใจในสุขภาพและดูแลตัวเองมากขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2557) จากการสำรวจการใช้จ่ายของสำนักงานสถิติแห่งชาติเมื่อพ.ศ. 2555 พบว่าถ้าสมาชิกในครัวเรือนมีการเจ็บป่วยเล็กน้อย หรือคิดว่ายังพอดูแลตัวเองได้จะไม่เลือกที่จะไปหาหมอ จะเปลี่ยนมาเป็นการซื้อยากินเองแทนซึ่งเป็นประชาชนกลุ่มใหญ่ที่สุด ร้อยละ 26.7 เนื่องจากเห็นว่าอาการป่วยไข้ไม่หนักและหาซื้อได้สะดวกสภาพการณ์ประชาชนต้องพึ่งร้านขายยามากขึ้นอาจมีปัญหาขาดแคลนเภสัชกรที่สามารถให้คำแนะนำการใช้ยาที่ถูกต้องได้เมื่อคิดในเชิงค่าใช้จ่าย ประชาชนทั่วประเทศมีค่าใช้จ่ายซื้อยากินเองจากร้านขายยาเฉลี่ยต่อเดือนครัวเรือนละ 93 บาท สำหรับภาคเหนือ ค่าใช้จ่ายซื้อยากินเองจากร้านขายยาเฉลี่ยต่อเดือนครัวเรือนละ 68 บาท (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2557) ถึงแม้ค่าใช้จ่ายในการซื้อยากินเองของครัวเรือนจะไม่มากนัก แต่ผลเสียในทางสุขภาพอาจมีมาก เช่น เกิดการื้อยาจนรักษาให้โรคหายยากในภายหลัง เกิดอาการแพ้ยาจนเจ็บป่วยสาหัสและอาจเสียชีวิตได้ เพราะร้านขายยาไม่สามารถรักษามาตรฐานความปลอดภัยให้การระวังอย่างรอบคอบได้ทุกร้าน และเภสัชกรประจำร้านไม่สามารถติดตามพฤติกรรมกรั้ยาได้ตลอด

ยาที่จำหน่ายให้กับผู้บริโภคจำแนกออกเป็นสองประเภทยาที่มีอยู่ภายใต้การควบคุมของแพทย์หรือเป็นยาที่แพทย์สั่ง (Prescription drugs) นั่นคือ การจำหน่ายต้อง

มีใบสั่งยาจากแพทย์ ยาอีกประเภทเป็นยาที่มีโทษไม่รุนแรงผู้บริโภคสามารถซื้อมาใช้ได้ ซึ่งเรียกว่า Over the counter drugs (OTC) โดยปกติแล้ว ส่วนแบ่งการตลาดของยาประเภทแรกมีขนาดใหญ่มากกว่ายาประเภทหลัง ผู้ผลิตยาหรือบริษัทยาส่วนใหญ่เป็นของเอกชนแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม กลุ่มแรกเป็นผู้ผลิตที่มีการลงทุนในการวิจัยและพัฒนาเพื่อเพิ่มผลผลิตยาใหม่ๆ ผู้ผลิตเหล่านี้จะเป็นบริษัทยักษ์ใหญ่ที่มีขนาดของการขายสูงมาก กลุ่มที่สองเป็นผู้ผลิตยาซื้อสามัญเลียนแบบ (Generic imitation) เป็นผู้ผลิตยาที่สิทธิบัตรยาหมดอายุแล้ว กลุ่มสุดท้ายเป็นผู้ผลิตยาลากหลายประเภท

การทบทวนวรรณกรรม

จังหวัดเชียงใหม่ถือเป็นเมืองเศรษฐกิจที่สำคัญและมีทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม มีชื่อเสียงในสายตาชาวต่างชาติ และมีเศรษฐกิจเติบโตอย่างต่อเนื่องเป็นที่สนใจของนักลงทุนทั้งในและต่างประเทศ ร้านขายยาแบบมีสาขากระจายหลายแห่ง (Chain store) เริ่มมีบทบาทในเชียงใหม่ และมีผลต่อการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคมากขึ้น คือ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านบุคลากร

คุณภาพบริการจึงมีความสำคัญมีผลต่อความสำเร็จ และความอยู่รอดของธุรกิจร้านขายยา การให้บริการที่เป็นเลิศ (Andersen, 1995) จึงเป็นกลยุทธ์สำคัญอีกประการหนึ่งในการเพิ่มระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ (Chen & Chen, 2010) ทั้งนี้เกิดขึ้นโดยผ่านการรับรู้ของผู้รับบริการที่เข้ามาใช้บริการ (Woodside et al., 1985) เมื่อผู้รับบริการรู้สึกพึงพอใจและประทับใจกับบริการที่ได้รับนั้น ก็จะไม่พยายามหาบริการของรายอื่นมาทดแทน และจะใช้บริการจากผู้ให้บริการรายนั้นต่อไปและ เกิดการซื้อซ้ำที่อย่างสม่ำเสมอ (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2546 ; Blackwell et al., 2006 ; Shukla, 2004)

ข้อมูลสถิติล่าสุดของกลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ โดยข้อมูลจำนวนร้านขายยาแผนปัจจุบันในจังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2557 จำนวนร้านขายยาแผนปัจจุบัน มีอัตราเพิ่มขึ้นทุกปีในแต่ละอำเภอ จำนวนมากที่สุด คือ อำเภอเมือง รองลงมา คือ อำเภอสันทราย และอำเภอที่ไม่มีร้านขายยา คือ อำเภอดอยเต่าและอำเภอกัลยาณิวัฒนา โปรดดูตารางที่ 2 และภาพ 1 ประกอบ

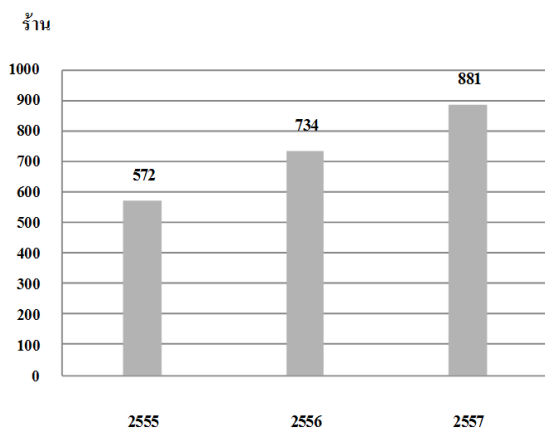
ตารางที่ 2 จำนวนร้านขายยาแผนปัจจุบันในจังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 - พ.ศ. 2557

อำเภอ	พ.ศ. 2555	พ.ศ. 2556	พ.ศ. 2557
เมือง	356	447	529
จอมทอง	8	9	9
แม่แจ่ม	2	2	2
เชียงดาว	9	10	11
ดอยสะเก็ด	11	15	19
แม่แตง	7	9	10
แมริม	21	26	32
สะเมิง	0	0	1
ฝาง	5	8	10
แม่อาว	4	4	4
พร้าว	1	2	2
สันป่าตอง	12	15	18
สันกำแพง	30	38	48
สันทราย	52	69	91
หางดง	20	32	40
ฮอด	3	3	4
ดอยเต่า	0	0	0
อมก๋อย	2	2	2
สารภี	19	28	32
เวียงแหง	0	1	1
ไชยปราการ	2	3	4
แม่วาง	4	5	5
แม่ออน	1	1	1

**ตารางที่ 2 (ต่อ) จำนวนร้านขายยาแผนปัจจุบันใน
จังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 - พ.ศ. 2557**

อำเภอ	พ.ศ. 2555	พ.ศ. 2556	พ.ศ. 2557
ดอยหล่อ	3	5	6
กัลยาณิวัฒนา	0	0	0
รวม	572	734	881

ที่มา : กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด
เชียงใหม่, 2558



ภาพที่ 1 เปรียบเทียบจำนวนร้านขายยาแผนปัจจุบันใน
จังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 - 2557

นิยามศัพท์ที่ควรทราบเพื่อความสะดวกในการทำ
ความเข้าใจ ขอให้คำจำกัดความของประเภทยาไว้
พระราชบัญญัติยา (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2522 ดังนี้

ยาแผนปัจจุบัน หมายความว่า ยาที่มุ่งหมาย
สำหรับใช้ในการประกอบวิชาชีพเวชกรรม การประกอบ
โรคศิลปะแผนปัจจุบันหรือการบำบัดโรคสัตว์

ยาแผนโบราณ หมายความว่า ยาที่มุ่งหมาย
สำหรับใช้ในการประกอบโรคศิลปะแผนโบราณ หรือการ
บำบัดโรคสัตว์ ซึ่งอยู่ในตำรายาแผนโบราณที่รัฐมนตรี
ประกาศ หรือยาที่รัฐมนตรีประกาศเป็นยาแผนโบราณหรือ
ยาที่ได้รับอนุญาตให้ขึ้นทะเบียนตำรับยาเป็นยาแผนโบราณ

ยาอันตราย หมายความว่า ยาแผนปัจจุบัน หรือ
ยาแผนโบราณที่รัฐมนตรีประกาศเป็นยาอันตราย

ยาควบคุมพิเศษ หมายความว่า ยาแผนปัจจุบัน
หรือยาแผนโบราณที่รัฐมนตรีประกาศเป็นยาควบคุมพิเศษ

ยาใช้ภายนอก หมายความว่า ยาแผนปัจจุบัน
หรือยาแผนโบราณที่มุ่งหมายสำหรับใช้ภายนอก

ยาใช้เฉพาะที่ หมายความว่า ยาแผนปัจจุบัน
หรือยาแผนโบราณที่มุ่งใช้เฉพาะกับที่ผิวหนัง หู ตา จมูก
ปากทวารหนักช่องคลอดหรือท่อน้ำนม

ยาสามัญประจำบ้าน หมายความว่า ยาแผน
ปัจจุบัน หรือยาแผนโบราณที่รัฐมนตรีประกาศเป็นยา
สามัญประจำบ้าน

ยาบรรจุเสร็จ หมายความว่า ยาแผนปัจจุบันที่
ได้ผลิตขึ้นเสร็จในรูปต่างๆ ทางเภสัชกรรม ซึ่งบรรจุใน
ภาชนะหรือหีบห่อที่ปิด หรือผนึกไว้ และมีฉลากครบถ้วน
ตามพระราชบัญญัตินี้

ยาสมุนไพร หมายความว่า ยาที่ได้มาจาก
พืชชาติ สัตว์หรือแร่ ซึ่งมีได้ผสม ปปรุง หรือแปรสภาพ
ผลิต หมายความว่า ทำ ผสม ปปรุง หรือ แปรสภาพ และ
หมายความรวมถึงเปลี่ยนรูปยา แบ่งยาเป็นยาบรรจุเสร็จ

ตำรับยา หมายความว่า สูตรหรือวิธี
ส่วนประกอบสิ่งปรุงยาที่มีรวมอยู่ด้วย ไม่ว่าสิ่งปรุงนั้นจะ
มีรูปลักษณะใด และให้หมายความรวมถึงยาที่มีลักษณะ
เป็นวัตถุสำเร็จรูปทางเภสัชกรรม ซึ่งพร้อมที่จะนำไปให้แก่
มนุษย์หรือสัตว์ได้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีการวิจัยจำนวนมากที่
แสดงถึงตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อลักษณะการซื้อยาในร้าน
ขายยาของลูกค้า ได้แก่

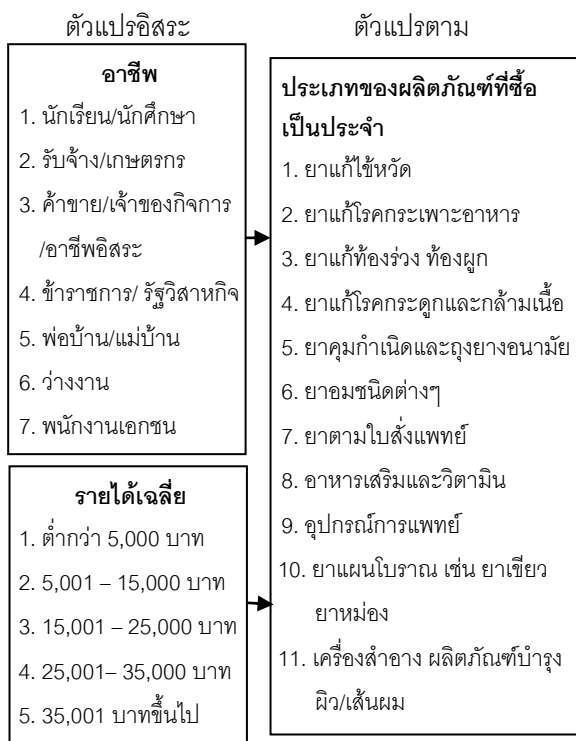
มยุรฉัตร จิวกุลักษณ์ (2552) ได้ศึกษา
กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ในการเลือกร้านยา
ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าสาเหตุที่มาใช้บริการร้านยามาก
ที่สุดเป็นอันดับหนึ่งคือ มีอาการป่วย แต่ไม่ต้องการพบ
แพทย์

ปัญญาภู อโนดาต (2553) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านขายยา ฟาร์มาซ้อยส์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผลิตภัณฑ์ที่ซื้อเป็นประจำคือ ยาแก้ไข้หวัด เหตุผลที่ซื้อผลิตภัณฑ์คือ ซื้อเมื่อมีอาการเจ็บป่วยเท่านั้น

ชนิษฐา อุดมอภีรัตน์ (2555) ได้ทำการศึกษาทัศนคติและแนวทางการปรับตัวในการดำเนินกิจการของร้านขายยารายย่อยแบบเดิมเพื่อการแข่งขันกับห้างขายยาสมัยใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการร้านขายยารายย่อยแบบเดิมเห็นด้วยกับแนวทางการปรับตัว โดยที่ เห็นด้วยว่าต้องมีแนวทางการปรับตัวด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก

กรอบแนวคิดในการวิจัย

มีกรอบแนวคิดในการวิจัยถึงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ซื้อเป็นประจำ และความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้าร้านขายยากับประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ซื้อเป็นประจำ ดังนี้



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาลักษณะการซื้อยาโดยจำแนกตามอาชีพและรายได้ต่อเดือน ของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย

ศึกษาลูกค้าผู้ใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดเชียงใหม่ ในปี พ.ศ. 2557-2558

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างลูกค้าร้านขายยาโดยสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็น (Non probability sampling) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์จำเป็นต้องสัมภาษณ์จากลูกค้าที่มีความยินดีให้สัมภาษณ์และให้ความจริง (Accessible interview) จำนวน 400 ราย

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง การศึกษาในด้านลูกค้าเพื่อให้ได้ขนาดตัวอย่างที่เพียงพอสามารถเป็นตัวแทนประชากรได้ดี จึงใช้สูตรการคำนวณที่ได้จากการจัดทอของ t-distribution

$$S_p^2 = n_0 p q$$

โดยที่

S_p^2 : variance ของคำตอบรับว่า “ใช่-ไม่ใช่”

n_0 : ขนาดตัวอย่างเมื่อทำการทดลองสำรวจเบื้องต้น เท่ากับ 40 ราย

p : สัดส่วนของคำตอบ “ใช่” โดยที่ จำนวนคำตอบ “ใช่”หารด้วยจำนวนคำตอบทั้งหมด

q : สัดส่วนของคำตอบ “ไม่ใช่” โดยจำนวนคำตอบ “ไม่ใช่”หารด้วยจำนวนคำตอบทั้งหมด

P : สัดส่วนของคำตอบ “มาใช้บริการ” โดยที่
จำนวนคำตอบ “มาใช้บริการ”หารด้วย
จำนวนคำตอบทั้งหมด

$$n = \frac{3.6 \times (2.028)^2}{(0.2)^2}$$

$$= 368.2547$$

$$p = 36/40$$

$$= 0.9$$

q : สัดส่วนของคำตอบ “ไม่มาใช้บริการ” โดย
จำนวนคำตอบ “ไม่มาใช้บริการ”หารด้วย
จำนวนคำตอบทั้งหมด

$$q = 4/40$$

$$= 0.1$$

แทนค่า

$$S_p^2 = n_p q$$

$$= 40 \times 0.9 \times 0.1$$

$$= 3.6$$

แล้วนำไปแทนค่าในสูตร

$$n \geq \frac{s_p^2 t^2}{E^2}$$

โดยที่

t : ค่าจากตาราง โดยดู degree of freedom
และนัยสำคัญ 0.05 มีค่า = 2.0228

E : ค่าความผิดพลาดที่ยอมรับได้ เนื่องจาก
สัดส่วนมีค่าระหว่าง 0 ถึง 1 จึงยอมให้
ผิดพลาดได้ 0.2

n : ขนาดตัวอย่างที่ต้องการ

S : ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

คำนวณจากสูตรที่กล่าวแล้วได้ $s_p^2 = 3.6$

แทนค่าในสูตร

จำนวนที่คำนวณได้จากสูตรหาขนาดตัวอย่างที่
เหมาะสมเท่ากับ 368.2547 ราย ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้กลุ่ม
ตัวอย่างลูกค้าผู้ใช้บริการร้านขายยาจำนวน 400 ราย
เป็นตัวแทนประชากรในการวิจัยครั้งนี้

ระยะเวลาของการวิจัย

ระยะเวลาเป้าหมายของเหตุการณ์ที่ต้องการ
ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2557 – เมษายน พ.ศ. 2558

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างมา
ตรวจสอบความสมบูรณ์และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย
โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติคำนวณค่าสถิติเชิงพรรณนา
(Descriptive analysis) และสถิติไค- สแควร์ (Chi-
square test)

ผลการวิจัย

จากกลุ่มตัวอย่างลูกค้าผู้ใช้บริการร้านขายยา
ในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 400 ราย ลูกค้าที่มาใช้บริการ
ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 56 อาชีพ รับจ้าง/
เกษตรกร มากที่สุด ร้อยละ 26.5 รายได้เฉลี่ยมากที่สุด
คือ 5,001-15,000 บาท ร้อยละ 40.5

เหตุผลของการซื้อยาจากร้านขายยา จาก
ลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่มีสาเหตุที่มาใช้บริการใน
ร้านขายยามากที่สุด คือ มีอาการป่วยแต่ยังไม่ต้องการ
พบแพทย์ ร้อยละ 57.25 รองลงมาคือ ต้องการคำปรึกษา
จากเภสัชกร ร้อยละ 16.25 ต้องการซื้อยาเก็บไว้ใช้เมื่อ
เวลาจำเป็น ร้อยละ 9.75 และน้อยที่สุดคือ ต้องการซื้อยา
ตามคำสั่งแพทย์ ร้อยละ 3.75 โปรดดูตาราง 3 ประกอบ

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของลูกค้าที่มาใช้บริการ
จากสาเหตุที่มาใช้บริการในร้านขายยา

สาเหตุ	จำนวน	ร้อยละ
มีอาการป่วยแต่ยังไม่ต้องการพบแพทย์	229	57.25
ต้องการคำปรึกษาจากเภสัชกร	65	16.25
ต้องการซื้อยาตามคำสั่งแพทย์	15	3.75
ต้องการซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพเพื่อความสวยงาม	34	8.5
ต้องการอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่นอกเหนือจากยา	18	4.5
ต้องการซื้อยาเก็บไว้ใช้เมื่อยามจำเป็น	39	9.75
รวม	400	100

สมมติฐาน ความสัมพันธ์ของอาชีพและรายได้
กับประเภทยาที่ซื้อ จากแนวคิดที่ว่า

1. ผู้ที่มีอาชีพต่างกัน การเลือกซื้อยาจะต่างกัน
2. ผู้ที่มีรายได้ต่างกัน การเลือกซื้อยาจะต่างกัน

จึงดำเนินการศึกษา โดยแบ่งอาชีพประชาชน
เป็น 7 อาชีพ ได้แก่ 1) นักเรียน/นักศึกษา 2) รับจ้าง/
เกษตรกร 3) ค้าขาย/เจ้าของกิจการ/อาชีพอิสระ
4) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ 5) พ่อบ้าน/แม่บ้าน 6) ว่างาน
และ 7) พนักงานเอกชน ส่วนรายได้แบ่งเป็น 1) รายได้ต่ำกว่า
5,000 บาท 2) 5,001 – 15,000 บาท 3) 15,001 – 25,000
บาท 4) 25,001– 35,000 บาท และ 5) 35,001 บาทขึ้นไป

ส่วนประเภทของยาได้เพิ่มอาหารเสริม
เครื่องสำอาง และอุปกรณ์การแพทย์ จึงเรียกรวมว่า
ประเภทผลิตภัณฑ์ ซึ่งประกอบด้วย 1) ยาแก้ไข้หวัด
2) ยาแก้โรคกระเพาะอาหาร 3) ยาแก้ท้องร่วง-ท้องผูก
4) ยาแก้โรคกระดูกและกล้ามเนื้อ 5) ยาคุมกำเนิดและ
ถุงยางอนามัย 6) ยาอมชนิดต่างๆ 7) ยาตามใบสั่งแพทย์
8) อาหารเสริมและวิตามิน 9) อุปกรณ์การแพทย์ 10) ยา
แผนโบราณ (เช่น ยาเขียว-ยาหม่อง) 11) เครื่องสำอาง
ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว/เส้นผม และ 12) ยาฆ่าเชื้อ

**ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับประเภท
ของผลิตภัณฑ์ที่ซื้อเป็นประจำ**

ข้อมูลในส่วนนี้ ได้แก่ ความสัมพันธ์ของแต่ละ
อาชีพของผู้ซื้อยาจากร้านขายยา คือ นักเรียน/นักศึกษา
รับจ้าง/เกษตรกร ค้าขาย/เจ้าของกิจการ/อาชีพอิสระ
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ พ่อบ้าน/แม่บ้าน ว่างาน และ
พนักงานเอกชน กับประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ซื้อเป็น
ประจำ คือ ยาแก้ไข้หวัด ยาแก้โรคกระเพาะอาหาร ยาแก้
ท้องร่วง/ท้องผูก ยาแก้โรคกระดูกและกล้ามเนื้อ
ยาคุมกำเนิดและถุงยางอนามัย ยาอมชนิดต่างๆ ยาตาม
ใบสั่งแพทย์ อาหารเสริมและวิตามิน อุปกรณ์การแพทย์
ยาแผนโบราณ เช่น ยาเขียว ยาหม่อง เครื่องสำอาง
ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว/เส้นผม และยาฆ่าเชื้อ โปรดดูตาราง 4
ประกอบ

พิจารณารวม ประชาชนแต่ละคนซื้อยาหลาย
อย่าง ประชาชนซื้อยาแก้ไข้หวัดมากที่สุดเป็นอันดับ 1
คิดสัดส่วนเป็นร้อยละ 20.15 ของการซื้อยาทั้งหมด

ซื้ออาหารเสริมและวิตามินเป็นอันดับ 2
คิดสัดส่วนเป็นร้อยละ 13.23 ของการซื้อยาทั้งหมด

ซื้อยาฆ่าเชือน้อยที่สุด คิดสัดส่วนเป็นร้อยละ
0.08 ของการซื้อยาทั้งหมด

พิจารณารายอาชีพ ประชาชนแต่ละคนซื้อยา
หลายอย่าง เกือบทุกอาชีพซื้อยาแก้ไข้หวัดมากที่สุด
ยกเว้นอาชีพรับราชการและรัฐวิสาหกิจ คิดสัดส่วน
ระหว่างร้อยละ 13.22 ถึงร้อยละ 29.48 ของการซื้อยา
ทั้งหมด เหตุผลคือ กลุ่มผู้มีอาชีพนี้สามารถเบิกค่า
รักษาพยาบาลได้ จึงมักไปใช้บริการที่โรงพยาบาลรัฐเป็น
ส่วนใหญ่

กลุ่มคนที่ซื้อยาแก้ไข้หวัดมากที่สุด คือ นักเรียน
นักศึกษา คือ ร้อยละ 29.48 ของการซื้อยาทั้งหมดของ
กลุ่มนักเรียนนักศึกษา

อาชีพที่ซื้อขายไก่ใช้หัวมากรองลงไป คือ อาชีพ
รับจ้าง และเกษตรกร คือ ร้อยละ 22.69 ของการซื้อขาย
ทั้งหมดของกลุ่มอาชีพนี้

อาชีพข้าราชการและรัฐวิสาหกิจ ซื้ออาหารเสริม
และวิตามินมากที่สุด คือ ร้อยละ 17.36 ของการซื้อขาย
ทั้งหมดของกลุ่มอาชีพนี้

นักเรียน/นักศึกษา และพ่อบ้าน/แม่บ้าน ซื้อ
อาหารเสริมและวิตามินเป็นอันดับ 2

อาชีพอื่นๆ หลายอาชีพ นักเรียนนักศึกษา
ค้าขาย/เจ้าของกิจการ/อาชีพอิสระ ข้าราชการ/
รัฐวิสาหกิจ ผู้ว่างงาน และพนักงานเอกชน ซื้อยาอมชนิด
ต่างๆ มากเป็นอันดับ 2 ตั้งแต่ร้อยละ 12.38 ถึง ร้อยละ
16.8 ของการซื้อขายทั้งหมดของกลุ่มอาชีพนี้

เกือบทุกอาชีพไม่ซื้อยาฆ่าเชื้อ มีการซื้อจาก
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ 1 ราย

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม
ตามความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับประเภทของ
ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อเป็นประจำ หน่วย: จำนวนราย (ร้อยละ)

อาชีพ	นักเรียน/ นักศึกษา	รับจ้าง/ เกษตรกร	ค้าขาย/ เจ้าของ กิจการ/ อาชีพอิสระ	ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	ว่างงาน	พนักงาน เอกชน	รวม
ยาแก้ไข้หวัด	51 (29.48) ***	76 (22.69) ***	30 (17.86) ***	32 (13.22)	31 (19.62) ***	15 (18.07) ***	33 (19.30) ***	268 (20.15) ***
ยาแก้โรค กระเพาะ อาหาร	15 (8.67)	20 (5.97)	11 (6.55)	15 (6.20)	16 (10.13)	7 (8.43)	18 (10.53)	102 (7.67)
ยาแก้ท้องร่วง ท้องผูก	10 (5.78)	20 (5.97)	9 (5.36)	16 (6.41)	6 (3.80)	2 (2.41)	8 (4.68)	71 (5.34)
ยาแก้โรค กระดูก กล้ามเนื้อ	9 (5.20)	58 (17.31) **	25 (14.88)	13 (5.37)	24 (15.19) **	11 (13.25)	15 (8.77)	155 (11.65)
ยาคุมกำเนิด ถุงยางอนามัย	10 (5.78)	25 (7.46)	12 (7.14)	22 (9.09)	8 (5.06)	3 (3.61)	16 (9.36)	96 (7.22)
ยาอมชนิด ต่างๆ	23 (13.29) **	31 (9.25)	26 (15.48) **	38 (15.70) **	14 (8.86)	14 (16.87) **	21 (12.38) **	167 (12.56) **
ยาตามใบสั่ง แพทย์	2 (1.16)	8 (2.39)	3 (1.79)	8 (3.31)	4 (2.53)	7 (8.43)	5 (2.92)	37 (2.78)
อาหารเสริม และวิตามิน	23 (13.29) **	36 (10.75)	20 (11.90)	42 (17.36) ***	24 (15.19) **	7 (8.43)	24 (14.04)	176 (13.23) **

ตารางที่ 4 (ต่อ) จำนวนและร้อยละของผู้ตอบ
แบบสอบถามตามความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับ
ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ซื้อเป็นประจำ หน่วย: จำนวน
ราย (ร้อยละ)

อาชีพ	นักเรียน/ นักศึกษา	รับจ้าง/ เกษตรกร	ค้าขาย/ เจ้าของ กิจการ/ อาชีพอิสระ	ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พ่อบ้าน/ แม่บ้าน	ว่างงาน	พนักงาน เอกชน	รวม
อุปกรณ์ การแพทย์	4 (2.31)	7 (2.09)	8 (4.76)	20 (8.26)	5 (3.16)	4 (4.82)	8 (4.68)	56 (4.21)
ยาแผนโบราณ	9 (5.21)	34 (10.15)	18 (10.71)	12 (4.96)	20 (12.60)	9 (10.84)	17 (9.94)	119 (8.95)
เครื่อง สำอาง	17 (9.83)	20 (5.97)	6 (3.57)	23 (9.54)	6 (3.80)	4 (4.82)	6 (3.51)	82 (6.16)
ยาฆ่าเชื้อ	0 (0)*	0 (0)*	0 (0)*	1 (0.41)*	0 (0)*	0 (0)*	0 (0)*	1 (0.08)*
รวม	173 (100)	335 (100)	168 (100)	242 (100)	158 (100)	83 (100)	171 (100)	1,330 (100)

หมายเหตุ *** มากที่สุด, ** อันดับ 2, * น้อยที่สุด

**ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของผู้ซื้อขายกับ
ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ซื้อเป็นประจำ**

ความสัมพันธ์ของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ซื้อ
ยาจากร้านขายยา เป็นดังนี้ ดูในตารางที่ 5 ประกอบ

พิจารณา ประชาชนทุกรายได้รวมกันซื้อ
ยาดังนี้

ประชาชนซื้อขายไก่ใช้หัวมากที่สุดเป็นอันดับ 1
คิดสัดส่วนเป็นร้อยละ 20.15 ของจำนวนผู้ซื้อขายทั้งหมด

ซื้ออาหารเสริมและวิตามินเป็นอันดับ 2
คิดสัดส่วนเป็นร้อยละ 13.23 ของจำนวนผู้ซื้อขายทั้งหมด

ซื้อยาฆ่าเชื้อน้อยที่สุด คิดสัดส่วนเป็นร้อยละ
0.08 ของการซื้อยาทั้งหมด

พิจารณาตามระดับรายได้ ประชาชนแต่ละ
ระดับรายได้ซื้อยาต่างๆ ดังนี้

เกือบทุกระดับรายได้ซื้อยาไก่ใช้หัวมากที่สุด
คิดสัดส่วนระหว่างร้อยละ 17.36 ถึงร้อยละ 27.52 ของคน
ในระดับรายได้ต่ำกว่า 5,000 ถึง 25,000 บาทต่อเดือน

ผู้มีรายได้เกิน 25,000 บาท ต่อเดือน ซื้ออาหารเสริมและวิตามินมากที่สุด คิดสัดส่วนร้อยละ 15.86 ถึงร้อยละ 17.44

ทุกระดับรายได้ซื้อยาแก้เขื่อน้อยที่สุด 0 ถึงร้อยละ 0.69

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามตามความสัมพันธ์ระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของลูกค้าร้านขายยากับประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ซื้อเป็นประจำ หน่วย : จำนวนราย (ร้อยละ)

รายได้	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,001 – 15,000 บาท	15,001 – 25,000 บาท	25,001 – 35,000 บาท	35,001 บาท ขึ้นไป	รวม
ยาแก้ปวด	71 (27.52)***	117 (21.16)***	50 (17.36)***	20 (13.79)**	10 (11.63)**	268 (20.15)***
ยาแก้โรคกระเพาะอาหาร	29 (11.24)	36 (6.51)	22 (7.64)	10 (6.90)	5 (5.81)	102 (7.67)
ยาแก้ท้องร่วงท้องผูก	12 (4.65)	28 (5.06)	15 (5.21)	10 (6.90)	6 (6.98)	71 (5.34)
ยาแก้โรคกระดูกและกล้ามเนื้อ	33 (12.79)**	77 (13.92)**	29 (10.07)	13 (8.97)	3 (3.49)	155 (11.65)
ยาคุมกำเนิดและถุงยางอนามัย	10 (3.88)	45 (8.14)	24 (8.33)	11 (7.59)	6 (6.98)	96 (7.22)
ยาอมชนิดต่างๆ	26 (10.07)	64 (11.57)	45 (15.63)**	17 (11.72)	15 (17.44)***	167 (12.56)
ยาตามใบสั่งแพทย์	7 (2.71)	11 (1.99)	7 (2.43)	10 (6.90)	2 (2.33)	37 (2.79)
อาหารเสริมและวิตามิน	29 (11.24)	66 (11.93)	43 (14.93)	23 (15.86)***	15 (17.44)***	176 (13.24)**
อุปกรณ์การแพทย์	6 (2.33)*	21 (3.80)	10 (3.47)	11 (7.59)	8 (9.30)	56 (4.21)
ยาแผนโบราณ	23 (8.91)	56 (10.13)	23 (7.99)	9 (6.21)	8 (9.30)	119 (8.95)
เครื่องสำอางผลิตภัณฑ์บำรุงผิว	12 (4.65)	32 (5.79)	20 (6.94)	10 (6.90)	8 (9.30)	82 (6.17)
รวม	258 (100)	553 (100)	288 (100)	145 (100)	86 (100)	1,330 (100)

หมายเหตุ *** มากที่สุด, ** อันดับ 2, * น้อยที่สุด

อภิปรายผล

1. จากผลการศึกษา พบว่า ลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่มีสาเหตุที่มารับบริการในร้านขายยาเพราะมีอาการป่วยแต่ยังไม่ต้องการพบแพทย์ สอดคล้องกับงานวิจัยที่พบว่าสาเหตุที่มารับบริการร้านยามากที่สุดเป็นอันดับหนึ่งคือ มีอาการป่วย แต่ไม่ต้องการพบแพทย์

(มยุรฉัตร จิวาลักษณ์ , 2552) ร้านขายยาจึงจำเป็นต้องหากกลยุทธ์เพื่อเพิ่มระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ (Chen & Chen, 2010) ทั้งนี้เกิดขึ้นโดยผ่านการรับรู้ของผู้รับบริการที่เข้ามาใช้บริการ (Woodside et al., 1985) ในการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าให้มาใช้บริการ เกิดการประทับใจ

2. เป็นที่น่าสังเกตจากการวิจัยพบว่าไม่ว่าอาชีพ รายได้เท่าใด ก็ซื้อยาล้ำยกันส่วนใหญ่มักเป็นยาแก้ปวดซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่ว่าผลิตภัณฑ์ที่ซื้อเป็นประจำคือ ยาแก้ปวด เหตุผลที่ซื้อผลิตภัณฑ์คือ ซื้อเมื่อมีอาการเจ็บป่วยเท่านั้น (ปัญญา อโนดาต, 2553) ซึ่งอาจขัดแย้งกับสมมติฐานก่อนการวิจัย ร้านขายยาจึงต้องให้ความสำคัญต่อบัณฑิตด้านคุณภาพบริการเพื่อก่อให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้า (customer satisfaction) เพื่อให้กลับมาซื้อซ้ำ และแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการเพิ่มขึ้น (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, 2546 ; Blackwell et al., 2006 ; Shukla, 2004)

สรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษา พบว่า ประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่โดยรวมสาเหตุที่มารับบริการในร้านขายยามากที่สุด คือ มีอาการป่วยแต่ยังไม่ต้องการพบแพทย์ ร้อยละ 57.25 ซื้อยาแก้ปวดมากที่สุด คือ ร้อยละ 20.24 โดยอาชีพ และร้อยละ 20.15 โดยรายได้ รองลงไปซื้ออาหารเสริมและวิตามิน คือ ร้อยละ 13.29 โดยอาชีพ และร้อยละ 13.23 โดยรายได้ โดยที่แทบทุกอาชีพจะซื้อยาแก้ปวดมากที่สุด ยกเว้นอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จะซื้ออาหารเสริมและวิตามิน มากที่สุด ส่วนผู้มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 – 25,000 บาทที่ซื้อยาแก้ปวด มากที่สุด โดยภาพรวมแล้วแสดงว่าความต้องการซื้อยาไม่แตกต่างกันมากนัก แม้อาชีพและระดับรายได้จะแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายยา จากการศึกษาลักษณะการซื้อยาโดยจำแนกตามอาชีพและรายได้ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าอาชีพและรายได้ของผู้บริโภคที่อยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ไม่มีอิทธิพลต่อการซื้อยา โดยที่เมื่อมีอาการป่วยแต่ยังไม่ต้องการพบแพทย์ก็จะมาใช้บริการร้านขายยา ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องเน้นกลยุทธ์การตลาดด้านอื่นได้แก่มียาคุณภาพดี รักษาโรคที่เป็นอยู่หาย มียาที่มีความต้องการของลูกค้าโดยเฉพาะอย่างยิ่งยาที่จำเป็นต่อการระบาดของโรคและเน้นด้านการบริการดูแลเอาใจใส่ เพื่อให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจนำมาซึ่งการกลับมาใช้บริการอีกในอนาคต

2. ข้อเสนอแนะต่อกลุ่มลูกค้าหรือผู้ซื้อยา จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่าเมื่อมีความเจ็บป่วยเล็กน้อยซึ่งการเจ็บป่วยนั้นยังไม่จำเป็นต้องพบแพทย์ ลูกค้าจึงจำเป็นต้องมองหาร้านขายยาที่มีเภสัชกรให้บริการ มียาที่มีคุณภาพดี

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การทำวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษากลุ่มผู้รับบริการร้านขายยาเกี่ยวกับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดในจังหวัดที่เป็นแหล่งเศรษฐกิจอื่นๆ ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

ชนิษฐา อุดมอภีรัตน์. (2555). **ทัศนคติและแนวทางการปรับตัวในการดำเนินกิจการของร้านขายยารายย่อยแบบเดิมเพื่อการแข่งขันกับห้างขายยาสมัยใหม่**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร.

คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

สำนักนายกรัฐมนตรีย, สำนักงาน. (2557).

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ฉบับที่สิบเอ็ด พ.ศ. 2555-2559. กรุงเทพฯ :

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรีย

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2546). **การตลาดบริการ**. พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพฯ : ส. เอเซียเพรส (1989).

ปิ่นจนาฏ อินดาต. (2553). **ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านขายยา ฟาร์มาซ้อยซ์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่**. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

มยุรฉัตร จิวาลักษณ์. (2552). **กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในการเลือกร้านยาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ยา, สำนัก. (2557). **จำนวนร้านขายยา**. E-database. <<http://drug.fda.moph.go.th/e-database/>> (20 ธันวาคม).

สถิติแห่งชาติ, สำนักงาน. (2557). **ข้อมูลการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน พ.ศ. 2531 ถึง พ.ศ. 2556**. กรุงเทพฯ : สำนักพัฒนาฐานข้อมูลและตัวชี้วัดภาวะสังคม สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

สาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่, สำนัก. (2558). **ข้อมูลผู้ประกอบการร้านยาในจังหวัดเชียงใหม่ ปี 2558**. เชียงใหม่ : สำนักสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่.

- Andersen, R.M. (1995). Revisiting The Behavioral Model and Access to Medical Care: Does It Matter?. **Journal of Health and Social Behavior**. 36 (1), 1-10.
- Blackwell, R.D., Miniard, P.W. & Engel, J.F. (2006). **Customer Behavior**. (10thed). Canada : Thomson South-Western.
- Chen, M.L. & Chen, K.J. (2010). The relations of organizational characteristics, customer oriented behavior and services quality. **African Journal of business Management**, 4(10), 2059-2074.
- Shukla, P. (2004). Effect of product usage, satisfaction and involvement on brand switching behavior. **Asia Pacific Journal of Marketing Logistics**. 16(4), 82-104.
- Woodside, A., G. Frey, L. & Daly, R.T. (1989). Linking service quality, customer satisfaction, and behavioral intention. **Journal of Healthcare Marketing**. 9(4), 5-17.