

ความต้องการและการดำเนินงานธุรกิจร้านขายยาเวชไพบูลย์จังหวัดสมุทรสงคราม

Demand and Operation of Vejpaiboon Pharmacy, Samut Songkhram

ไพรัตน์ วิชาวิน

บทคัดย่อ

ความต้องการและการดำเนินงานธุรกิจร้านขายยาเวชไพบูลย์ จังหวัดสมุทรสงคราม **วัตถุประสงค์ของการวิจัย** เป็นการศึกษา 1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 2) การดำเนินการธุรกิจร้านขายยาเวชไพบูลย์ จังหวัดสมุทรสงคราม 3) การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดในอนาคตของผู้ประกอบการ 4) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการ (เก็บแบบสอบถามจำนวน 250 ชุด)

ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยอยู่ในช่วงอายุ 26-35 ปี มีรายได้เฉลี่ย 10,001-15,000 และยังพบอีกว่าสินค้าที่เลือกซื้อเป็นยารักษาโรค ส่วนใหญ่จะเป็นยาแก้ปวดลดไข้ ซึ่งผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อในแต่ละครั้งคือตนเอง ในด้านกลยุทธ์ทางการตลาดผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอย่างมาก ทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากร และด้านการส่งเสริมทางการตลาด โดยจากการศึกษาโดยรวมแล้วทำให้ผู้บริโภคมีแนวโน้มในความต้องการกลับมาเลือกใช้บริการซ้ำเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจร้านขาย พบว่า ผู้ประกอบการในแต่ละร้านมีการขายสินค้าเวชภัณฑ์ที่แตกต่างกันออกไป จึงทำให้แต่ละร้านมีจุดแข็งที่โดดเด่นของตนเอง เช่น บางร้านไม่มีการขายยาแผนโบราณ บางร้านจำหน่ายอุปกรณ์ทางการแพทย์ครบวงจร ทางด้านการดำเนินงานธุรกิจร้านขายยาเวชไพบูลย์ จังหวัดสมุทรสงคราม เจ้าของธุรกิจใช้เงินลงทุนในส่วนของผู้ประกอบการ 100 เปอร์เซ็นต์ จำนวนเงินในการลงทุน 2,968,740 บาท และกำไรสุทธิที่ได้จากรายได้ทั้งหมดหักค่าใช้จ่ายและต้นทุนแล้ว 10 เปอร์เซ็นต์ โดยจะใช้เวลาในการคืนทุนประมาณ 1 ปี 2 เดือน ดังนั้นการลงทุนนี้ให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่ากับการลงทุน

คำสำคัญ : ความต้องการและการดำเนินงานธุรกิจร้านขายยาเวชไพบูลย์ จังหวัดสมุทรสงคราม

Abstract

Demand and Operation of Vejpaiboon Pharmacy Samut Songkhram. Objectives of this research were to study 1) marketing mix factors 2) Vejpaiboon pharmacy business operation, Samut Songkhram 3) Future Marketing Strategies Planning of Entrepreneurs 4) Factors Influencing Demand (250 questionnaires)

The results of the research revealed that the majority of consumers are female. They are in the age range of 26-35 years with average income. 10,001-15,000 baht and also found that the products that were purchased as medicines most of them are pain relievers and fever reducers. The person who influences each purchase is himself. In terms of marketing strategies, most consumers are very satisfied, both in terms of products, prices, personnel, and marketing promotions. From the overall study, consumers tend to want to come back to use the service a lot. However, from interviews with entrepreneurs who operate retail stores, it was found that entrepreneurs in each store sell different pharmaceutical products. Therefore, each shop has its own distinctive strengths, for example, some stores do not sell traditional medicine. Some stores sell a full range of medical equipment. In terms of operating the pharmacy business, Vejpaiboon Samut Songkhram the business owner uses 100% of the investment in the owner's equity, the investment amount is 2,968,740 baht and the net profit from all income minus expenses and costs is 10 percent. It takes about 1 year and 2 months to pay back. Therefore, this investment provides a good return on investment.

Keywords: Demand and Operation of Vejpaiboon Pharmacy, Samut Songkhram

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจร้านขายยาเวชไพบูลย์ จ.สมุทรสงคราม นั้นเป็นธุรกิจครอบครัวที่ส่งต่อกันมารุ่นสู่รุ่นจนมาถึงปัจจุบัน ในอดีตร้านขายยาเวชไพบูลย์จำหน่ายยาแผนโบราณ ยาสมุนไพร ทั้งยาจีน และยาไทย โดยมีคนในครอบครัวเป็นผู้ให้บริการทางการแพทย์ให้กับลูกค้า เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนไปร้านขายยาจึงได้เปลี่ยนรูปแบบร้านขายยาเป็นยาแผนปัจจุบัน โดยขึ้นทะเบียนขออนุญาติเปิดร้านเวชภัณฑ์ที่ถูกต้องตามกฎหมาย และมีเภสัชกรที่มีใบอนุญาตอยู่ประจำร้านตลอดในเวลาเปิดทำการ เนื่องจากปัจจุบันร้านขายยาคู่แข่งได้มีเพิ่มขึ้นมาเรื่อย ๆ ทางร้านขายยาของเราจึงเพิ่มการขายยาในรูปแบบขายส่งเข้ามาด้วย โดยส่วนใหญ่ทางร้านจะขายส่งยาให้กับร้านขายยานอกตัวเมือง

ภายในจังหวัด เพื่อให้ยอดขายของร้านนั้นเพิ่มขึ้น ถึงแม้ว่าจะมีคู่แข่งเพิ่มขึ้นแต่ยอดขายของร้านขายยาจะไม่ต่ำกว่ามาตรฐานที่ร้านเคยได้รับ

ภาพรวมของธุรกิจร้านขายยาในช่วงระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา ที่มีตัวเลขอยู่ที่ประมาณ 2 หมื่นล้านบาท ซึ่งถือว่าเติบโตค่อนข้างรวดเร็ว ปัจจัยหลัก ๆ เป็นผลมาจากโครงสร้างประชากรไทยที่เปลี่ยนไป คือ การก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงวัยทำให้ยารักษาโรคหลาย ๆ ชนิด อาทิ ความดันโลหิตสูง เบาหวาน ฯลฯ รวมถึงผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร อุปกรณ์ทางการแพทย์ มีความต้องการเพิ่มมากขึ้น โดยปกติแต่ละปีตลาดร้านขายยาจะเติบโตปีละ 10-15% และมีร้านขายยารายใหญ่ หรือร้านขายยาที่เป็นเครือหรือเชนก็ยังมีที่มาเปิดสาขาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น ร้านขายยาเซฟตี้บริษัทยาในเครือโรงพยาบาลกรุงเทพ

แต่ในปัจจุบันธุรกิจร้านขายยานั้นมีการชะลอตัวเล็กน้อย หรือเติบโตเพียง 3-4% ต่อปี เนื่องจากมีร้านขายยาจำนวนหนึ่งที่หายออกจากระบบสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา โดยส่วนใหญ่เป็นร้านรายเล็ก ซึ่งตัวแปรหลักๆที่เกิดขึ้นมาจากกฎหมายใหม่ เรื่องการกำหนดเกี่ยวกับสถานที่ อุปกรณ์ และวิธีปฏิบัติทางเภสัชกรรมชุมชนในสถานที่ขายยาแผนปัจจุบัน ตามกฎหมายว่าด้วยยา พ.ศ. 2557 แต่เนื่องด้วยร้านขายยาเป็นตลาดที่มีแนวโน้มการเติบโตที่ดี เพราะการดำรงชีวิตของคนในปัจจุบันร้านขายยาจึงเป็นหนึ่งในธุรกิจในระบบบริการสุขภาพที่อยู่ใกล้ชิดประชาชน ไม่เพียงแต่ทำหน้าที่ด้านการกระจายยาเท่านั้น แต่ยังมีบทบาทสำคัญเปรียบเสมือนเป็นที่พึ่งด้านสุขภาพของชุมชน และเป็นอีกหนึ่งทางเลือก ของประชาชนในการเลือกใช้บริการเมื่อมีอาการเจ็บป่วย เบื่อคันหรือไม่รุนแรงถึงขั้นต้องไปเดินทางไปโรงพยาบาล

อิทธิพลทางเศรษฐกิจ เนื่องจากราคาของตัวยาในแต่ละแบรนด์นั้นมีราคาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าที่เหมือนกันแต่มีราคาที่แตกต่างกัน แต่มีความต้องการที่เหมือนกัน แต่เลือกราคาที่เหมาะสมกับสภาพความเป็นอยู่ และขึ้นอยู่กับเศรษฐกิจในช่วงนั้นด้วย ถ้าเศรษฐกิจดีความเป็นอยู่ดีมีรายได้มากขึ้น ก็จะมีความต้องการในการซื้อเพิ่มขึ้นกว่าเดิม แต่ถ้าเศรษฐกิจแย่ ราคาสินค้าแพงมากขึ้น ความต้องการซื้อก็จะลดลงไปด้วย เพราะคนจะเลือกซื้อสินค้าที่จำเป็นเท่านั้น แต่เนื่องด้วยเศรษฐกิจในช่วงสถานการณ์

COVID-19 นี้ทำให้ร้านขายยานั้นมียอดขายเพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ถึงความเป็นอยู่และรายได้ของประชากรจะไม่ดีมาก แต่ความต้องการในการซื้อยารักษาโรค อุปกรณ์ทางการแพทย์ และวิตามิน ต่าง ๆ มีความต้องการเป็นอย่างมาก และเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เราจึงทำการสำรวจว่าพฤติกรรมการเข้าใช้บริการร้านขายยานั้นผู้บริโภคมีความต้องการอย่างไร คุณภาพของร้านขายยา ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และเภสัชกรที่ให้คำแนะนำมีคุณภาพตรงตามความต้องการหรือไม่ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมกับร้านขายยา ถ้าสามารถตอบสนองตามความต้องการของผู้บริโภคได้ ก็จะส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจกลับมาใช้บริการซ้ำ และมีการบอกปากต่อปากได้

ดังนั้นจากการศึกษาความต้องการของผู้บริโภคที่เข้าใช้บริการร้านขายยาเวชไพบูรณ์ จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่ากลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นชาวบ้านในพื้นที่ และกลุ่มนักท่องเที่ยว เนื่องจากบริเวณที่ตั้งร้านเป็นจุด Land Mark ของผู้ที่มาท่องเที่ยว อำเภอเมือง ตำบลแม่กลอง จังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งทำให้มีกลุ่มคนพลุกพล่านอยู่ตลอดเวลา ทางผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาความต้องการและส่วนประสมทางการตลาด เพื่อนำมาพัฒนา ปรับปรุง แก้ไขให้ร้านขายยานั้นมีคุณภาพในการให้บริการ ตอบสนองตรงตามความต้องการของผู้บริโภคเพื่อให้กลับมาใช้บริการซ้ำ และเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจต่อไป

วัตถุประสงค์

ในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษา 2 ส่วน คือด้านผู้บริโภค และด้านผู้ประกอบการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การศึกษาด้านผู้บริโภค

- 1.1 เพื่อศึกษาระดับความต้องการใช้บริการร้านขายยาเวชไพบูรณ์ จังหวัดสมุทรสงคราม
- 1.2 เพื่อเปรียบเทียบระดับความต้องการปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคในการเข้าใช้บริการร้านขายยาเวชไพบูรณ์ จังหวัดสมุทรสงคราม ที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน
- 1.3 เพื่อศึกษาพฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อบริการส่วนประสมทางการตลาดของร้านขายยาเวชไพบูรณ์ จังหวัดสมุทรสงคราม
- 1.4 เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่เคยใช้บริการร้านขายยาเวชไพบูรณ์ จังหวัดสมุทรสงคราม ด้านการบริการของเภสัชกร และสภาพแวดล้อมของร้าน

2. การศึกษาด้านผู้ประกอบการ

- 2.1 เพื่อศึกษาลักษณะและการดำเนินธุรกิจร้านขายยาในจังหวัดสมุทรสงคราม
- 2.2 เพื่อศึกษายอดขายของธุรกิจร้านขายยาในจังหวัดสมุทรสงคราม ในระยะเวลา 5 ปี
- 2.3 เพื่อศึกษาการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจร้านขายยา จังหวัดสมุทรสงคราม ในระยะเวลา 5 ปี

ขอบเขตในการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาความต้องการในการเข้าใช้บริการร้านขายยาเวชไพบูรณ์ จังหวัดสมุทรสงคราม โดยมีขอบเขต ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

- ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความต้องการ ร้านขายยาเวชไพบุลย์ จังหวัดสมุทรสงคราม ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร

- ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาเวชไพบุลย์ จังหวัดสมุทรสงคราม ได้แก่ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อยา ช่วงเวลาที่เข้าใช้บริการ เวลาโดยเฉลี่ยต่อครั้งที่เข้าใช้บริการ สินค้ายาประเภทใดที่บริโภค กลุ่มยาประเภทใดที่บริโภค

ขอบเขตด้านช่วงเวลา

การค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนกรกฎาคม พ.ศ.2564 - สิงหาคม พ.ศ.2564

ด้านประชากรที่ใช้ในการวิจัย

- ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคร้านขายยาเวชไพบุลย์ จังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 250 คน และตัวอย่าง 30 คน

- การสัมภาษณ์เชิงลึกด้านการดำเนินงาน จากผู้ประกอบการธุรกิจร้านขายยาในพื้นที่ใกล้เคียง จำนวน 10 คน

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์แบบสมัครใจที่จะตอบแบบสอบถาม คือ การเลือกแจกแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่างที่เข้าใช้บริการทั้งเพศหญิงและเพศชาย โดยใช้วิธีการคำนวณขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 98 % และมีความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 8 % ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 250 คน

ผลการวิจัย

จากการศึกษาความต้องการ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจร้านขายยาเวชไพบุลย์ จ.สมุทรสงคราม มีประเด็นสำคัญที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. จากการศึกษารายชื่อส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อความต้องการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภค ในตำบลแม่กลอง อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม จากการวิจัยพบว่าข้อมูลส่วนบุคคล ทำให้ทราบถึงกลุ่มเป้าหมายของลูกค้าที่เข้าใช้บริการส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 26-35 ปี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท ด้านเพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมี

ผลต่อความต้องการซื้อ เนื่องจากประชากรที่อาศัยอยู่ในตำบลแม่กลอง อำเภอเมือง จ.สมุทรสงคราม มีความหลากหลายผู้บริโภคเป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อความต้องการซื้อ ดังนั้นผู้ประกอบการควรที่จะให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะเรื่องของการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้ตอบสนองตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของร้านขายยาเวชไพบุลย์ จ.สมุทรสงคราม ด้านราคา ผลผลิตภัณฑ์ บุคลากร และการส่งเสริมทางการตลาด มีผลต่อความต้องการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมัทรี บุรพวงษ์บัณฑิต (2547) การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อยาและเวชภัณฑ์ของผู้บริโภคในร้านขายยา จังหวัดนนทบุรี พบว่าการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาและเวชภัณฑ์ ในด้านจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อยาและเวชภัณฑ์ต่อครั้ง ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงชอบพูดคุยและปรึกษาเรื่องยากับเภสัชกรที่สามารถไว้วางใจได้โดยร้านขายยาควรมีกลยุทธ์ทางการตลาดที่เน้นการมีเภสัชกรประจำร้านที่สามารถให้คำปรึกษาเรื่องยาได้เป็นอย่างดี เพื่อให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจในตัวเภสัชกรทำให้กลับมาใช้บริการซ้ำ และสอดคล้องกับงานวิจัยของสุลิกา วัฒนสุวกุล (2555) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ความพึงพอใจและความตั้งใจซื้อซ้ำของลูกค้า กรณีศึกษาแผนกยาของร้านวัดสัน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อยาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านผลผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสำคัญต่อการซื้ออยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกับผลการศึกษาของผู้วิจัย ส่วนด้านราคาและการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญต่อความต้องการซื้ออยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของผู้วิจัยที่ด้านราคา และการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญต่อความต้องการซื้ออยู่ในระดับมาก

ผลจากการวิจัย พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทางด้านสถานที่ ราคา ผลผลิตภัณฑ์ และบุคลากร มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อ เนื่องจากพฤติกรรมเป็นกลุ่มที่มีรายได้ไม่สูงมากนักอยู่ในเขตชุมชน แหล่งท่องเที่ยวการที่ร้านขายสินค้าในราคาที่ถูกลงกว่าร้านอื่นแต่มีคุณภาพที่เหมือนกันเมื่อเทียบแล้ว และยังมีการแจกผลผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพให้ทดลองใช้ ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการ

3. จากการศึกษาพฤติกรรมความต้องการเลือกรับบริการจากร้านขายยา พบว่า ส่วนใหญ่บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อยาในแต่ละครั้งคือเภสัชกรประจำร้านที่คอยให้คำแนะนำอย่างถูกต้อง โดยใช้เวลาโดยเฉลี่ยในการซื้อยาจากร้านขายยาน้อยกว่า 10 นาที ช่วงเวลาในการเข้าใช้บริการอยู่ระหว่าง 06.01-10.00 น. สำหรับประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด คือ ยารักษาโรค และกลุ่มยาประเภทที่ผู้บริโภคซื้อจากร้านขายยา คือ ยาแก้ปวดลดไข้ เนื่องจากยาเป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ ในการซื้อยาแต่ละครั้ง ปัจจัยที่ผู้บริโภคเลือกซื้อและคำนึงถึงเป็นอันดับต้นๆ คือ คุณภาพของสินค้า อีกทั้งทางด้านราคา และคำแนะนำที่ดีของเภสัชกรเพื่อการตัดสินใจเลือกทางที่ดีที่สุดของผู้บริโภค ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งนี้

1. การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาด้านพฤติกรรมกรการใช้บริการร้านขายยาเวชไพบูลย์ จังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งไม่ได้ศึกษาตัวแปรอื่นที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านขายยา
2. จากผลการวิจัย พบว่า ด้านการตอบสนองความต้องการต่อผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการร้านขายยา ควรปรับเรื่องสถานที่ สภาพแวดล้อมภายนอกร้านควรมีการจัดความเรียบร้อยให้สามารถมองเห็นร้านได้อย่างชัดเจน
3. เนื่องด้วยระยะเวลาของการศึกษาครั้งนี้อยู่ในช่วงโควิดที่ต้องมีการเว้นระยะห่าง จึงมีความสำคัญที่จะต้องใช้แบบสอบถามออนไลน์ และใช้การกรอกข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งอาจมีความคลาดเคลื่อนของข้อมูลได้

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลเชิงคุณภาพ เพิ่มเติม โดยมีการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้เข้าใจถึงปัญหา ตลอดจนเข้าใจถึงความต้องการและพฤติกรรมที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคร้านขายยา
2. การศึกษาครั้งต่อไปควรขยายขอบเขตการศึกษาให้กว้างมากขึ้น เนื่องจากในแต่ละพื้นที่อาจมีพฤติกรรมกรเลือกใช้บริการที่แตกต่างกัน เพื่อนำผลมาใช่วางแผนให้ครอบคลุมพื้นที่ในการดำเนินธุรกิจให้ดียิ่งขึ้น
3. การศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของผู้แข่งขันด้านการค้า เพื่อนำผลมาใช้ในการวางแผนและพัฒนาธุรกิจของตนเองให้ประสบความสำเร็จต่อไป

เอกสารอ้างอิง

ปัญจนานู อโนดาต. (2553). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีผลต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านขายยา ฟาร์ม่า ซ้อยซ์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

คุลิกา วัฒนสุวรรณ. (2555). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อความพึงพอใจและความตั้งใจซื้อซ้ำของลูกค้า กรณีศึกษาแผนกยาของร้านวัดสัน. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

กรมสาธารณสุข (2562) ประเภทของยา สืบค้นจาก

http://healthydee.moph.go.th/view_article.php?id=615

ความเป็นมาของร้านยาคุณภาพ. (23 กันยายน 2561). สืบค้นจาก

<http://papc.pharmacycouncil.org/index.php?option=aboutus&subpage=history>

ทรงศักดิ์ วิมลกิตติพงษ์. (2552). Good Pharmacy Practice (GPP) ก๊อบงานบริการในร้านยา. สืบค้นจาก

<http://newsser.fda.moph.go.th/advancepharmacy/>

กรุงเทพธุรกิจ. (2561). เทรนด์รักสุขภาพมาแรง ยอดจะทะเบียนธุรกิจฟุ้งสุครบ 5 ปี. สืบค้นจาก

<http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/790242>

มสพส. (2556). สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์. สืบค้นจาก

<https://fopdev.or.th/สังคมผู้สูงอายุโดย สมบูรณ์/>