

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยา
ผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้

FACTORS INFLUENCING THE INTENTION TOWARDS ONLINE
WHOLESALE PURCHASE OF AUTHORIZED DRUGSTORES IN
THE SOUTHERN OF THAILAND



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

คณะบริหารธุรกิจ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2565

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**FACTORS INFLUENCING THE INTENTION TOWARDS ONLINE
WHOLESALE PURCHASE OF AUTHORIZED DRUGSTORES IN
THE SOUTHERN OF THAILAND**



**AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE
REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG BUSINESS SCHOOL
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

2022

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2022

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG BUSINESS SCHOOL

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชื่อเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยา
ผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้
นักศึกษา นายวิริยะ แซ่หลี
รหัสนักศึกษา 63611032
ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา บริหารธุรกิจ
พ.ศ. 2565
อาจารย์ที่ปรึกษาค้นคว้าอิสระ รองศาสตราจารย์ ดร. วอนชนก ไชยสุนทร

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความแตกต่างของความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ จำแนกตามปัจจัยคุณลักษณะธุรกิจของร้านขายยา และศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติ Independent Samples t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression)

ผลการศึกษาพบว่า ร้านขายยาที่มีลักษณะการซื้อแบบออนไลน์อย่างเดียวนั้นมีระดับความคิดเห็นต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์แตกต่างกันกับร้านขายยาที่มีลักษณะการซื้อแบบออฟไลน์อย่างเดียวและออนไลน์และออฟไลน์ผสมกัน โดยร้านขายยาที่มีลักษณะการซื้อแบบออนไลน์อย่างเดียวนั้นมีระดับความคิดเห็นมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ เนื่องจากร้านขายยาที่มีลักษณะการซื้อแบบออนไลน์อย่างเดียวซื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์อยู่แล้ว และไม่ได้มีการซื้อผ่านช่องทางอื่น ๆ ในส่วนของกรวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกและความน่าไว้วางใจ โดยรวมสามารถอธิบายความผันแปรของความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ได้ร้อยละ 57 ซึ่งปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งานด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และด้านความน่าไว้วางใจ ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้โดยรวมในเชิงเส้นตรงที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ตามลำดับ

| | |
|-------------------|--|
| Title | Factors influencing the intention towards online wholesale purchase of authorized drugstores in the southern of thailand |
| Student | Mr. Wiriya Saelee |
| Student ID | 63611032 |
| Degree | Master of Business Administration |
| Major | Business Administration |
| Year | 2022 |
| Advisor | Associate Professor Dr. Wornchanok Chaiyasoonthorn |

ABSTRACT

This research aimed to study the differences in purchase intention of drugstores in Southern Thailand toward authorized drug wholesalers through online platforms, classified by business characteristics, and to study the factors influencing the purchase intention of drugstores in Southern Thailand toward authorized drug wholesalers through online platforms. The questionnaire was used for data collection from 400 samples. SPSS was used for data analysis. The statistics used in the research included percentage, mean, SD, independent samples t-test, one-way ANOVA, and multiple linear regression.

The findings revealed that the online purchase group had different opinion levels on purchase intention toward authorized drug wholesalers through online platforms from the offline purchase group and the online & offline purchase group. The online purchase group had a higher opinion level than the other groups because this group usually purchased drugs online without using different platforms. For multiple linear regression analysis of the factors influencing purchase intention of drugstores in Southern Thailand toward authorized drug wholesalers through online platforms, i.e., perceived usefulness, perceived ease of use, facilities, and trust, they could describe the variance of purchase intention toward authorized drug wholesalers through online platforms at 57%. Perceived usefulness, perceived ease of use, and trust totally and positively influenced the purchase intention of drugstores in Southern Thailand toward authorized drug wholesalers through online platforms under a linear correlation, with a significance level of 0.01, respectively.

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระเล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีเนื่องจากได้รับความกรุณาจากอาจารย์ที่ปรึกษา รศ.ดร.วอนชนก ไชยสุนทร ที่ได้ให้ความช่วยเหลือ ชี้แนะแนวทาง ช่วยแก้ปัญหาตลอดจนให้ความรู้และประสบการณ์ที่ดีแก่ข้าพเจ้าจนกระทั่งสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี อันเป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง รวมถึงกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระที่ชี้แนะแนวทางในการศึกษา ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งในความกรุณาดังกล่าว ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาเป็นอย่างมาก ทั้งนี้ต้องขอขอบพระคุณคณาจารย์ คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ที่กรุณาให้ข้อมูลและให้คำแนะนำซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาในครั้งนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านของคณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังที่ได้ถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการนำมาประยุกต์ในการศึกษาครั้งนี้ นอกจากนี้ยังขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ทุกท่านของคณะที่ได้ช่วยดำเนินการเรื่องต่าง ๆ จนสำเร็จได้

สุดท้ายนี้ต้องขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา และครอบครัวที่เป็นกำลังใจที่ดีและให้การสนับสนุนตลอดมาจนทำให้การศึกษาครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

วิริยะ แซ่หลี่

สารบัญ

| | หน้า |
|--|------|
| บทคัดย่อ..... | I |
| กิตติกรรมประกาศ..... | III |
| สารบัญ..... | IV |
| สารบัญตาราง..... | VI |
| สารบัญภาพ..... | VIII |
| บทที่ 1 บทนำ..... | 1 |
| 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา..... | 1 |
| 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา..... | 4 |
| 1.3 ขอบเขตของการศึกษา..... | 4 |
| 1.4 สมมติฐานของการศึกษา..... | 5 |
| 1.5 กรอบแนวคิดของการศึกษา..... | 6 |
| 1.6 นิยามศัพท์..... | 7 |
| บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 9 |
| 2.1 แนวคิดและข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะธุรกิจของร้านขายยา..... | 9 |
| 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี..... | 12 |
| 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความน่าไว้วางใจ..... | 16 |
| 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อ..... | 17 |
| 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับตลาดธุรกิจ..... | 20 |
| 2.6 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์..... | 21 |
| 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 23 |
| บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย..... | 26 |
| 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง..... | 26 |
| 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย..... | 28 |
| 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล..... | 31 |
| 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล..... | 31 |
| 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล..... | 33 |

สารบัญ (ต่อ)

| | หน้า |
|--|------|
| บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... | 35 |
| 4.1 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามคุณลักษณะธุรกิจของร้านขายยา..... | 35 |
| 4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อยา ผ่านช่องทางออนไลน์..... | 37 |
| 4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยา ผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้..... | 44 |
| 4.4 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยา ผ่านช่องทางออนไลน์จำแนกตามปัจจัยคุณลักษณะธุรกิจของร้านขายยา..... | 46 |
| 4.5 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่อง ทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้..... | 49 |
| บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ..... | 51 |
| 5.1 สรุปผลการวิจัย..... | 51 |
| 5.2 อภิปรายผลการวิจัย..... | 54 |
| 5.3 ข้อเสนอแนะ..... | 58 |
| บรรณานุกรม..... | 60 |
| ภาคผนวก..... | 64 |
| ภาคผนวก ก แบบสอบถาม..... | 65 |
| ประวัติผู้เขียน..... | 71 |

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | หน้า |
|----------|---|
| 1.1 | จำนวนใบอนุญาตประกอบธุรกิจเกี่ยวกับยาทั่วประเทศ พ.ศ. 2563.....2 |
| 3.1 | จำนวนของการสุ่มตัวอย่างในแต่ละช่องทาง Social Media.....27 |
| 3.2 | ค่าการทดสอบความเชื่อมั่น ด้วยวิธีของ Cronbach's Alpha.....30 |
| 3.3 | สมมติฐานและสถิติที่ใช้ในการทดสอบ.....32 |
| 4.1 | จำนวนและร้อยละข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามคุณลักษณะธุรกิจของร้านขายยา.....35 |
| 4.2 | ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และลำดับที่ของภาพรวมปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์.....37 |
| 4.3 | ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และลำดับที่ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน.....38 |
| 4.4 | ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และลำดับที่ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน.....40 |
| 4.5 | ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และลำดับที่ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก.....41 |
| 4.6 | ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และลำดับที่ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อยาช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ด้านความน่าไว้วางใจ.....42 |
| 4.7 | ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และลำดับที่ของความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้.....44 |
| 4.8 | การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์จำแนกตามระยะเวลาดำเนินกิจการร้านขายยา.....46 |
| 4.9 | การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์จำแนกตามผลประกอบการต่อเดือน.....47 |
| 4.10 | การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์จำแนกตามทำเลที่ตั้งของร้านขายยา.....47 |
| 4.11 | การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์จำแนกตามรูปแบบกิจการของร้านขายยา.....48 |
| 4.12 | การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์จำแนกตามลักษณะการซื้อยา.....48 |

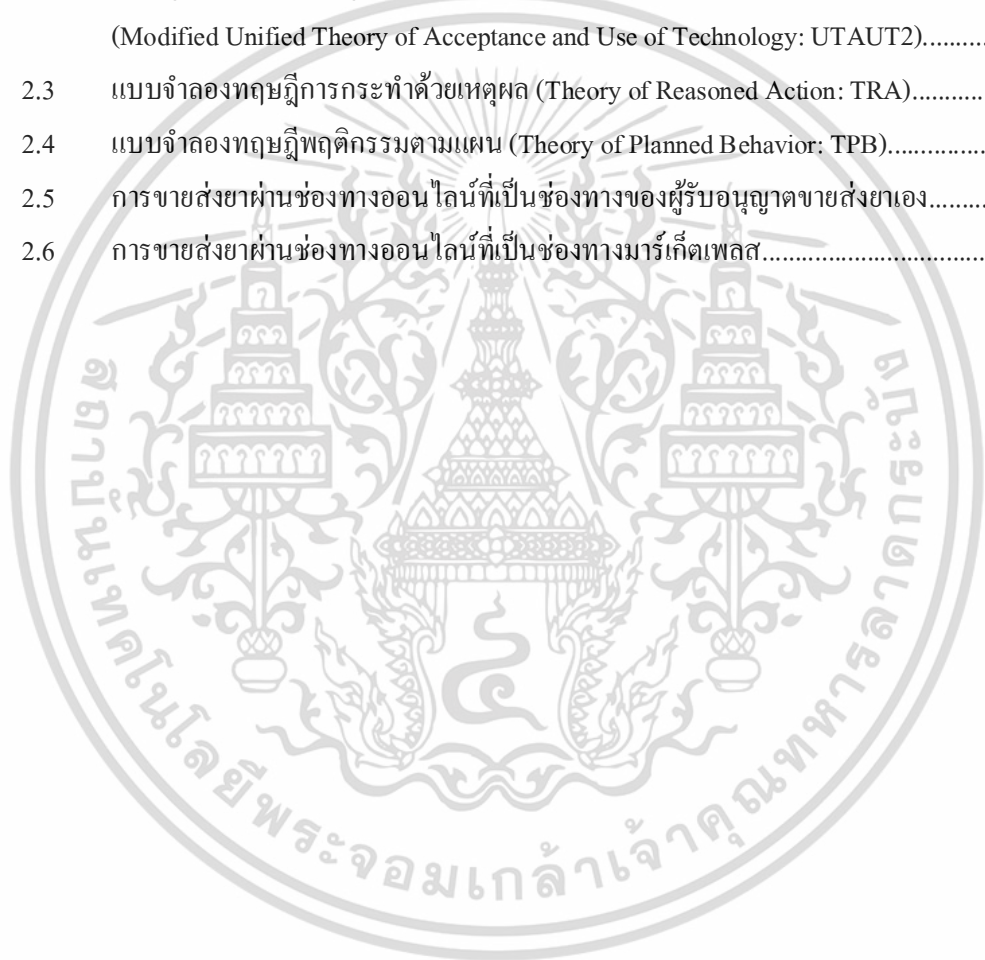
สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ | หน้า |
|----------|---|
| 4.13 | การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์จำแนกตามลักษณะการซื้อยา..... 49 |
| 4.14 | การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้..... 50 |
| 5.1 | ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน..... 52 |



สารบัญภาพ

| ภาพที่ | หน้า |
|--------|---|
| 1.1 | กรอบแนวคิดสำหรับการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้..... 7 |
| 2.1 | แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)..... 13 |
| 2.2 | ทฤษฎีการพัฒนาทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT2)..... 15 |
| 2.3 | แบบจำลองทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA)..... 18 |
| 2.4 | แบบจำลองทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB)..... 19 |
| 2.5 | การขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ที่เป็นช่องทางของผู้รับอนุญาตขายส่งยาเอง..... 22 |
| 2.6 | การขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ที่เป็นช่องทางมาร์เก็ตเพลส..... 23 |



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมากขึ้น เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน เทคโนโลยีได้เปลี่ยนแปลงวิถีการดำรงชีวิต การดำเนินธุรกิจ ประชาชนสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลออนไลน์มากยิ่งขึ้น สื่อออนไลน์จึงถูกนำมาใช้ประโยชน์ในทางธุรกิจอย่างมากและหลากหลาย เนื่องจาก ใช้งบประมาณน้อย ไม่สิ้นเปลือง สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว และถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ สื่อออนไลน์ที่นำมาใช้ประโยชน์ทางธุรกิจที่เรารู้จักกันอย่างแพร่หลายและเป็นที่ยอมรับอย่างมากในปัจจุบัน คือ การซื้อขายผ่านระบบออนไลน์ที่เรียกว่า พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce) หรือที่นิยมเรียกว่า อีคอมเมิร์ซ (e-Commerce) ซึ่งเป็นการทำธุรกรรมการซื้อขายหรือแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการบนระบบอินเทอร์เน็ต โดยอาจใช้เว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันในการนำเสนอสินค้าและบริการ เมื่อผู้บริโภคต้องการสินค้าจะมีการเลือกสินค้า ตั้งสินค้า และดำเนินการชำระเงินผ่านช่องทางที่กำหนดไว้ ซึ่งเป็นช่องทางออนไลน์ หรืออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า โดยการเรียกเก็บเงินปลายทาง หลังจากนั้นผู้ขายจะดำเนินการจัดส่งสินค้าผ่านบริษัทขนส่งต่าง ๆ จึงทำให้ปัจจุบันรูปแบบการซื้อขายสินค้าและบริการมีความสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น โดยผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ตที่ขยายตัวครอบคลุมเกือบทุกพื้นที่ในประเทศไทย ส่งผลให้ผู้บริโภคสินค้าและบริการจำนวนมากเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการซื้อสินค้า ซึ่งจากเดิมนิยมซื้อสินค้าและบริการผ่านทางร้านค้าที่มีสถานที่ตั้งชัดเจน เปลี่ยนเป็นการซื้อขายผ่านระบบออนไลน์มากยิ่งขึ้น ในปี 2563 พบว่า ตลาดอีคอมเมิร์ซเติบโตขึ้น 81% มีจำนวนพ่อค้าแม่ค้าเปิดร้านเพิ่มขึ้น 50% มีจำนวนสินค้าเพิ่มขึ้น 32% จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นว่าตลาดอีคอมเมิร์ซเติบโตค่อนข้างสูงและมีแนวโน้มที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่อง (Priceza, 2564)

เมื่อช่องทางออนไลน์ในรูปแบบ อีคอมเมิร์ซ (e-Commerce) เป็นที่นิยม สามารถขายสินค้าโดยตรงไปยังผู้บริโภคได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย จึงมีผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมต่าง ๆ นิยมใช้ช่องทางนี้ในการขายสินค้า จากผลสำรวจพฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภคที่มีการซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์ ของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) ในเดือนพฤศจิกายน 2563 พบว่า สินค้าและบริการที่ยังคงนิยมซื้อผ่านออนไลน์มากที่สุด ได้แก่ เครื่องนุ่งห่มและรองเท้า 27.46% อาหารและเครื่องดื่ม 21.13% ผลิตภัณฑ์และของใช้ภายในบ้าน 18.69% สุขภาพและความงาม/ของใช้ส่วนบุคคล 17.71% (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 2563) ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพเป็นอีกอุตสาหกรรมที่ใช้ช่องทางออนไลน์ในการ

จำหน่ายสินค้า

ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพต่างๆ ที่ขายผ่านช่องทางออนไลน์มีมากมายหลากหลายประเภท หนึ่งในนั้นคือกลุ่มผลิตภัณฑ์ยา ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องผ่านการควบคุมจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือ อ.ย. เนื่องจากต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญในการขายและแนะนำการใช้ ดังนั้น การจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์จึงต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องอย่างเข้มงวด ตามพระราชบัญญัติยา พุทธศักราช 2510 ตามมาตรา 19 วรรคหนึ่ง ระบุว่า ห้ามมิให้ผู้รับอนุญาตผลิตหรือขายยาแผนปัจจุบันนอกสถานที่ที่กำหนดไว้ในใบอนุญาต เว้นแต่เป็นการขายส่ง ดังนั้น การขายยาแผนปัจจุบันที่มีการขายผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งถือว่าเป็นการขายยานอกสถานที่ที่กำหนดไว้ในใบอนุญาตจึงมีความผิดตามพระราชบัญญัติยา พุทธศักราช 2510

แต่ในพระราชบัญญัติยา มาตรา 19 วรรคหนึ่ง มีข้อยกเว้นสำหรับการขายส่งยาสามารถขายยานอกสถานที่ที่กำหนดไว้ในใบอนุญาต ทำให้การขายส่งยาสามารถจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ได้ ตามพระราชบัญญัติยา พุทธศักราช 2510 มาตราที่ 4 กำหนดนิยามของการ “ขายส่ง” ไว้ว่า ขายตรงต่อผู้รับอนุญาตขายยา ผู้รับอนุญาตขายส่งยา กระทรวง ทบวง กรม สภากาชาดไทย องค์การเภสัชกรรม ผู้รับอนุญาตให้ดำเนินการสถานพยาบาล ผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรม ผู้ประกอบวิชาชีพการพยาบาล ผู้ประกอบวิชาชีพการผดุงครรภ์ ผู้ประกอบวิชาชีพการพยาบาลและการผดุงครรภ์ ผู้ประกอบโรคศิลปะแผนปัจจุบัน หรือผู้ประกอบการบำบัดโรคสัตว์ ดังนั้น การขายยาที่เป็นการขายส่งตรงต่อผู้รับ ใบอนุญาตดังกล่าวข้างต้น ได้แก่ แพทย์ ทันตแพทย์ สัตวแพทย์ เภสัชกร และพยาบาล ซึ่งมีความรู้และมีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับยาจึงสามารถทำได้ โดยที่การขายส่งยาแผนปัจจุบันจะต้องได้รับอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาหรือหน่วยงานที่กำกับดูแลในแต่ละจังหวัด โดยส่วนใหญ่การขายส่งยาจะเป็นการขายให้กับผู้รับอนุญาตขายยาแผนปัจจุบัน (ข.ย. 1) หรือร้านขายยา

จากสถิติจำนวนใบอนุญาตประกอบธุรกิจเกี่ยวกับยาทั่วประเทศ พุทธศักราช 2563 พบว่า ผู้ประกอบการร้านขายยาตามใบอนุญาตขายยาแผนปัจจุบัน (ข.ย. 1) และผู้ประกอบการขายส่งยาตามใบอนุญาตขายส่งยาแผนปัจจุบัน (ข.ย. 4) มีจำนวนตามตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 จำนวนใบอนุญาตประกอบธุรกิจเกี่ยวกับยาทั่วประเทศ พ.ศ. 2563

| พื้นที่ | จำนวนใบอนุญาตขายยาแผนปัจจุบัน (ข.ย. 1) | จำนวนใบอนุญาตขายส่งยาแผนปัจจุบัน (ข.ย. 4) |
|---------------|--|---|
| กรุงเทพมหานคร | 3,427 | 468 |
| ภูมิภาค | 12,892 | 124 |
| รวม | 16,319 | 592 |

ที่มา: กองยา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข (2564)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งเป็นการขายตรงต่อร้านขายยา คลินิกแพทย์ สถานพยาบาล จะต้องยื่นขออนุญาตขายส่งยาและขออนุญาตโฆษณาทุกรายการที่ปรากฏบนช่องทางออนไลน์จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ปัจจุบันการขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ไม่เป็นที่ปรากฏมากนักและจะอยู่ในรูปแบบเพจในเครือข่ายสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ หรือ แอปพลิเคชันที่ต้องยืนยันตัวตนก่อนว่าเป็นผู้รับอนุญาตตามพระราชบัญญัติยา โดยอาจส่งใบประกอบวิชาชีพเภสัชกรรม ใบประกอบวิชาชีพเวชกรรม ใบอนุญาตขายยาแผนปัจจุบัน ใบอนุญาตคลินิกหรือสถานพยาบาล เป็นต้น เพื่อไม่ให้ประชาชนทั่วไปเข้าถึงหรือใช้งานเพจ เว็บไซต์ หรือ แอปพลิเคชันดังกล่าว

ถึงแม้ว่าการขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์จะยังไม่แพร่หลายมากนัก แต่ด้วยเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า จึงทำให้ช่องทางออนไลน์เป็นทางเลือกสำหรับการขายสินค้าและบริการในลำดับต้น ๆ ในสถานการณ์ปัจจุบันและอนาคต อีกทั้งธุรกิจร้านยามีแนวโน้มที่จะเติบโตสูงขึ้น เนื่องจากเป็นกลุ่มธุรกิจที่ได้รับผลดีจากพฤติกรรมของคนในสังคมที่ใส่ใจเรื่องของสุขภาพและการแพทย์ รวมทั้งความระแวงระวังจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 จากผลการวิจัยของฟาสซิโนยังพบว่า ทางเลือกแรกของคนเจ็บป่วยไม่รุนแรง คือ ร้านขายยา ซึ่งมากถึง 32% ขณะที่คนจะเลือกไปโรงพยาบาลเอกชน 25% และเลือกไปโรงพยาบาลรัฐเป็นตัวเลือกรายแรกเพียง 16% เท่านั้น และคนไทยจะเสียค่ายาในร้านขายยา เฉลี่ยแล้วครั้งละ 150-200 บาท ข้อมูลจากวิจัยกรุงศรี เรื่อง แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2563-2565: อุตสาหกรรมยา (Narin Tunpaiboon, 2563) พบว่า สัดส่วนของมูลค่าการจำหน่ายยาผ่านร้านขายยาอยู่ที่ประมาณ 19-20% ของมูลค่าตลาดยา รวม ซึ่งมีอยู่ 1.84 แสนล้านบาท ดังนั้น จึงส่งผลให้การขายยาไปยังร้านยามีมูลค่าที่สูงเช่นเดียวกัน

การขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์จึงเป็นช่องทางที่น่าสนใจ เพื่อช่วยเพิ่มช่องทางการขายยาไปยังร้านยา ถึงแม้ว่าในปัจจุบันมีจำนวนผู้ประกอบการขายส่งยาน้อยรายที่เลือกใช้ช่องทางออนไลน์ในการขายส่งยา จึงทำให้มีผู้ประกอบการร้านขายยาซื้อยาโดยใช้ช่องทางนี้น้อย แต่เชื่อว่าการในอนาคตช่องทางออนไลน์จะเป็นช่องทางการขายส่งยาที่สำคัญ ดังนั้น เมื่อมีผู้ประกอบการขายส่งยาใช้ช่องทางออนไลน์ที่ค่อนข้างน้อย จึงมีความน่าสนใจในแง่ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้ประกอบการขายส่งยาของผู้รับอนุญาตขายยาแผนปัจจุบันหรือเภสัชกรร้านขายยาเพื่อนำไปขายต่อในร้านขายยา เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์

ภาคใต้ นับว่าเป็นภูมิภาคหนึ่งของประเทศไทยที่มีความโดดเด่นในเศรษฐกิจหลายด้านด้วยกัน อาจเนื่องมาจากภาคใต้เป็นภูมิภาคที่มีการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างมากภูมิภาคหนึ่งของประเทศ ภาคใต้ประกอบด้วย 14 จังหวัด มีประชากรทั้งสิ้น 9.5 ล้านคน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2563) โดยมีภูเก็ต สงขลา กระบี่ และสุราษฎร์ธานี เป็นจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปมากที่สุดในระดับต้นของประเทศไทย ส่งผลให้ในพื้นที่ภาคใต้มีการเติบโตในด้านธุรกิจร้านขายยา โดยมีร้านขายยามากถึง 2,610 ร้าน (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา,

2564) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาธุรกิจขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ในเขตภาคใต้ เพื่อเป็นประโยชน์และเป็นแนวทางแก่ผู้ประกอบการธุรกิจด้านยา รวมถึงส่วนงานอื่นที่เกี่ยวข้องต่อไป

การค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ โดยปัจจัยที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ปัจจัยคุณลักษณะธุรกิจของร้านขายยา ได้แก่ ระยะเวลาดำเนินกิจการร้านขายยา ผลประกอบการต่อเดือน ทำเลที่ตั้งของร้านขายยา รูปแบบกิจการของร้านขายยา และลักษณะการซื้อยา และปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก และความน่าไว้วางใจ ว่าปัจจัยดังกล่าวข้างต้นมีผลต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์อย่างไร โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผ่านทางแบบสอบถาม และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ผลค่าทางสถิติตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาความแตกต่างของความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ จำแนกตามปัจจัยคุณลักษณะธุรกิจของร้านขายยา

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ ของร้านขายยาในภาคใต้

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

ขอบเขตของการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ ประกอบด้วย

1.3.1 ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งเป็นผู้ประกอบการที่ได้รับอนุญาตขายยาแผนปัจจุบัน (ข.ย. 1) หรือร้านขายยาประเภท ข.ย. 1 หรือเภสัชกรผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการในร้านขายยาในภาคใต้ ซึ่งในทันทันนี้มีทั้งสิ้น 2,610 ร้าน (กองยา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข, 2564)

1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ จำแนกออกเป็นตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.3.2.1 ตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้น (Independent Variables) ได้แก่

1. ปัจจัยคุณลักษณะธุรกิจของร้านขายยา

- 1) ระยะเวลาดำเนินการกิจการร้านขายยา
- 2) ผลประกอบการต่อเดือน
- 3) ท่าเลที่ตั้งของร้านขายยา
- 4) รูปแบบกิจการของร้านขายยา
- 5) ลักษณะการชื้อยา

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจชื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์

- 1) การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน
- 2) การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน
- 3) สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก
- 4) ความน่าไว้วางใจ

1.3.2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ความตั้งใจชื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยา ในภาคใต้

1.3.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล คือ ผู้รับอนุญาตขายยาแผนปัจจุบัน (ข.ย. 1) หรือร้านขายยาประเภท ข.ย. 1 ในภาคใต้

1.3.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลาในการทำวิจัยระหว่างเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2564 ถึง มกราคม พ.ศ. 2565

1.4 สมมติฐานของการศึกษา

จากกรอบแนวคิดของการศึกษาได้กำหนดปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจชื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ คือ ปัจจัยคุณลักษณะธุรกิจของร้านขายยา และปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจชื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำองค์ประกอบดังกล่าวมากำหนดเป็นตัวแปรในสมมติฐานการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

1.4.1 สมมติฐานที่ 1 ร้านขายยาที่มีปัจจัยคุณลักษณะธุรกิจแตกต่างกัน จะมีความตั้งใจชื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ที่แตกต่างกัน

1.4.1.1 สมมติฐานที่ 1.1 ร้านขายยาที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการร้านขายยาแตกต่างกัน จะมีความตั้งใจชื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ที่แตกต่างกัน

1.4.1.2 สมมติฐานที่ 1.2 ร้านขายยาที่มีผลประกอบการต่อเดือนแตกต่างกัน จะมีความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ที่แตกต่างกัน

1.4.1.3 สมมติฐานที่ 1.3 ร้านขายยาที่มีทำเลที่ตั้งของร้านขายยาแตกต่างกัน จะมีความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ที่แตกต่างกัน

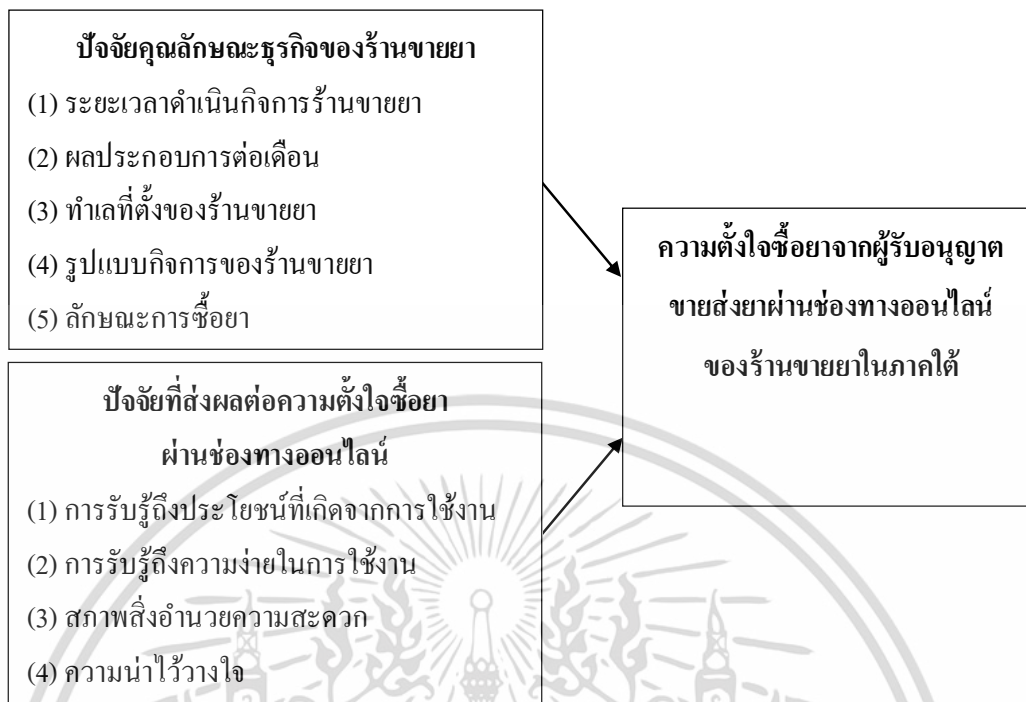
1.4.1.4 สมมติฐานที่ 1.4 ร้านขายยาที่มีรูปแบบกิจการของร้านขายยาแตกต่างกัน จะมีความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ที่แตกต่างกัน

1.4.1.5 สมมติฐานที่ 1.5 ร้านขายยาที่มีลักษณะการซื้อยาแตกต่างกัน จะมีความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ที่แตกต่างกัน

1.4.2 สมมติฐานที่ 2 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก และความน่าไว้วางใจ ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้

1.5 กรอบแนวคิดของการศึกษา

งานวิจัยนี้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้การประมวลผลจากโปรแกรมสำเร็จรูป จากนั้นจึงทำการสรุปผลการวิจัย เพื่อนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบของตาราง และการบรรยายประกอบ โดยมีกรอบแนวคิดของการศึกษา ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดสำหรับการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้

1.6 นิยามศัพท์

1.6.1 ผู้รับอนุญาตขายส่งยา หมายถึง ร้านยาที่ขายตรงต่อผู้รับอนุญาตขายยา ผู้รับอนุญาตขายส่งยา กระทรวง ทบวง กรม สภากาชาดไทย องค์การเภสัชกรรม ผู้รับอนุญาตให้ดำเนินการสถานพยาบาล ผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรม ผู้ประกอบวิชาชีพการพยาบาล ผู้ประกอบวิชาชีพการผดุงครรภ์ ผู้ประกอบวิชาชีพการพยาบาลและการผดุงครรภ์ ผู้ประกอบโรคศิลปะแผนปัจจุบัน หรือผู้ประกอบการบำบัดโรคสัตว์ โดยตามพระราชบัญญัติยา พุทธศักราช 2510 ให้ถือว่า ผู้ที่ได้รับอนุญาตให้ผลิตยาแผนปัจจุบันและผู้ที่ได้รับอนุญาตให้นำหรือส่งยาแผนปัจจุบันเข้ามาในราชอาณาจักรสามารถขายส่งยาแผนปัจจุบันได้โดยอัตโนมัติ

1.6.2 ระยะเวลาดำเนินการกิจการร้านขายยา หมายถึง การแบ่งประเภทของร้านขายยาตามระยะเวลาที่เปิดดำเนินการ โดยแบ่งออกเป็น ไม่เกิน 10 ปี, 11-20 ปี และมากกว่า 20 ปี

1.6.3 ผลประกอบการต่อเดือน หมายถึง รายได้หรือยอดขายจากการขายยาเฉลี่ยต่อเดือน โดยแบ่งออกเป็น ไม่เกิน 150,000 บาท, 150,001-300,000 บาท, 300,001-450,000 บาท และมากกว่า 450,000 บาท

1.6.4 ท่าเลที่ตั้งของร้านขายยา หมายถึง แหล่งที่สามารถประกอบกิจกรรมทางด้านธุรกิจได้ โดยควรพิจารณาถึงกำไร ต้นทุน ค่าใช้จ่าย ความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยลูกค้าสามารถมาใช้บริการได้ง่าย โดยต้องเลือกทำเลที่เหมาะสมเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์โดยรวมสูงสุด โดยเสียค่าใช้จ่ายต่ำสุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ลักษณะท่าเลที่ตั้งสามารถแบ่งออกได้ 3 ประเภท ได้แก่ ท่าเลที่ตั้งที่เป็นร้านค้าย่านชานเมือง ท่าเลที่ตั้งที่เป็นร้านค้าย่านชุมชนหรือตัวเมือง และท่าเลที่ตั้งที่เป็นร้านค้าในย่านธุรกิจการค้า เช่น ห้างสรรพสินค้า

1.6.5 รูปแบบกิจการของร้านขายยา หมายถึง ตัวชี้แบ่งลักษณะการดำเนินงาน ธุรกิจร้านขายยา โดยสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ ร้านขายยาเดี่ยว (Standalone) และร้านขายยาที่มีหลายสาขา (Chain Store)

1.6.6 ลักษณะการซื้อยา หมายถึง รูปแบบช่องทางที่ร้านขายยาใช้ในการสั่งซื้อยามาขายในร้านขายยา โดยแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ ลักษณะการซื้อแบบออนไลน์อย่างเดียว แบบออฟไลน์อย่างเดียว และออนไลน์และออฟไลน์ผสมกัน

1.6.7 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน หมายถึง ระดับความคาดหวังหรือความเชื่อของแต่ละบุคคลที่มีต่อการใช้เทคโนโลยีหรือระบบใดระบบหนึ่ง ว่าสามารถเพิ่มศักยภาพในการทำงานของบุคคลนั้นได้ ซึ่งส่งผลโดยตรงกับทัศนคติที่มีต่อการใช้งานและความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรม

1.6.8 การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน หมายถึง ระดับที่ผู้ใช้งานเชื่อว่าเทคโนโลยีที่นำมาใช้เป็นระบบที่สามารถเรียนรู้ได้ง่าย สามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องอาศัยความพยายามอย่างมาก ซึ่งส่งผลโดยตรงกับการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งานและทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน

1.6.9 สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง ความพร้อมของสภาพแวดล้อมที่อำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้งานเกิดความสะดวกในการใช้งานเทคโนโลยีหรือระบบ

1.6.10 ความน่าไว้วางใจ หมายถึง ลักษณะของผู้ซึ่งได้รับความไว้วางใจ โดยอาจเกิดจากความน่าเชื่อถือ มีความสม่ำเสมอ การได้รับบริการที่ถูกต้องแม่นยำ ตรงตามสัญญาที่ให้ไว้

1.6.11 ความตั้งใจซื้อ หมายถึง การที่บุคคลประเมินสินค้าหรือบริการใดบริการหนึ่งเพื่อเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งที่ดีที่สุดให้สอดคล้องกับการแก้ไขปัญหา ความตั้งใจซื้อเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้า โดยความตั้งใจซื้อเป็นเพียงโอกาสที่จะเกิดการซื้อจริงเท่านั้น แต่เป็นสิ่งสำคัญที่จะนำไปสู่การซื้อจริง

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูล รวบรวมแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความเข้าใจในหัวข้อวิจัยรวมถึงทฤษฎีที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ โดยมีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดและข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะธุรกิจของร้านขายยา
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความน่าไว้วางใจ
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อ
- 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับตลาดธุรกิจ
- 2.6 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะธุรกิจของร้านขายยา

แสงสุข พิทยานุกุล (2560) กล่าวว่า ร้านขายยา เป็นหนึ่งธุรกิจในระบบบริการสุขภาพที่อยู่ใกล้ชีวิตประชาชน ไม่เพียงแต่ทำหน้าที่ด้านการกระจายยาเท่านั้น แต่ยังมีบทบาทสำคัญเปรียบเสมือนเป็นที่พึ่งด้านสุขภาพของชุมชน และเป็นอีกหนึ่งทางเลือกของประชาชนในการเลือกใช้บริการเมื่อมีอาการเจ็บป่วยเบื้องต้นหรือไม่รุนแรงถึงขั้นต้องไปโรงพยาบาล

รจนา สันติภานุโสภณ และคณะ (2560) กล่าวว่า ร้านขายยา เป็นสถานที่กระจายสินค้าสุขภาพต่าง ๆ ทั้งที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต อีกทั้งยังให้บริการปรึกษาด้านสุขภาพที่ใกล้ชิดชุมชน มีความสะดวก รวดเร็ว และค่าใช้จ่ายที่ไม่สูงมาก ทำให้ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคมาเลือกใช้บริการเป็นลำดับต้น ๆ

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง สำนักการคลัง (2564) ได้ให้ความหมายร้านขายยาว่าเป็นหน่วยบริการทางสาธารณสุขหน่วยหนึ่งซึ่งช่วยในการให้คำปรึกษาเรื่องยากกับผู้ที่ไม่รู้ หรือผู้ที่เจ็บไข้ได้ป่วยเบื้องต้น ร้านขายยา เป็นธุรกิจบริการที่มีกฎหมายควบคุม การเปิดให้บริการต้องขอใบอนุญาตขายยา ซึ่งผู้ขอใบอนุญาตจะต้องมีเภสัชกรที่มีใบประกอบโรคศิลป์เป็นผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการ

จากความหมายข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ร้านขายยา หมายถึง สถานที่ในการกระจายผลิตภัณฑ์สุขภาพต่าง ๆ และให้คำปรึกษาและแนะนำการใช้ยาแก่ผู้ป่วยหรือผู้ที่มีความจำเป็นต้องใช้ยา ร้านขายยาจะสามารถดำเนินการได้ต่อเมื่อมีใบอนุญาตในการเปิดร้านขายยา โดยพระราชบัญญัติยา พุทธศักราช 2510 ได้กำหนดใบอนุญาตที่เกี่ยวกับการขายยาไว้ 4 ประเภท คือ

1) ใบอนุญาตขายยาแผนปัจจุบัน หรือ ข.ย. 1 คือ ร้านขายยาที่ขายยาอันตราย หรือยาควบคุมพิเศษบางประเภทที่อนุญาตให้เภสัชกรร้านขายยาได้ โดยต้องมีใบสั่งแพทย์ ร้านขายยาประเภทนี้ต้องมีเภสัชกรเป็นผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการในร้านขายยา ทำหน้าที่ในการควบคุมการขายยา รวมถึงให้คำแนะนำการใช้ยาแก่ผู้มารับบริการตลอดระยะเวลาทำการ

2) ใบอนุญาตขายยาแผนปัจจุบันเฉพาะยาบรรจสุเสร็จที่ไม่ใช่ยาอันตราย หรือยาควบคุมพิเศษ หรือ ข.ย. 2 คือ ร้านขายยาที่ขายยาได้เฉพาะยาที่ไม่ใช่ยาอันตราย หรือยาควบคุมพิเศษ ซึ่งยาเหล่านี้ไม่จำเป็นต้องมีใบสั่งแพทย์ และร้านขายยาประเภทนี้ไม่จำเป็นต้องมีเภสัชกรประจำร้านขายยา จากสถิติจำนวน ใบอนุญาตประกอบธุรกิจเกี่ยวกับยาทั่วประเทศ พุทธศักราช 2564 พบว่า ผู้ประกอบการร้านขายยาตามใบอนุญาตขายยาแผนปัจจุบัน เฉพาะยาบรรจสุเสร็จที่ไม่ใช่ยาอันตราย หรือยาควบคุมพิเศษ หรือ ข.ย. 2 มีจำนวนเหลืออยู่น้อยมาก

3) ใบอนุญาตขายยาแผนปัจจุบันเฉพาะยาบรรจสุเสร็จสำหรับสัตว์ หรือ ข.ย. 3 คือ ร้านขายยาที่ขายยาแผนปัจจุบันเฉพาะยาบรรจสุเสร็จสำหรับสัตว์ ซึ่งไม่ต้องใช้ใบสั่งสัตวแพทย์ โดยร้านขายยาประเภทนี้จะต้องมีเภสัชกร หรือผู้ประกอบการบำบัดโรคสัตว์ชั้น 1 หรือชั้น 2 ประจำอยู่ตลอดเวลาที่เปิดทำการ

4) ใบอนุญาตขายส่งยาแผนปัจจุบัน หรือ ข.ย. 4 คือ ร้านยาที่ขายตรงต่อผู้รับอนุญาตขายยา ผู้รับอนุญาตขายส่งยา กระทรวง ทบวง กรม สภากาชาดไทย องค์การเภสัชกรรม ผู้รับอนุญาตให้ดำเนินการสถานพยาบาล ผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรม ผู้ประกอบวิชาชีพการพยาบาล ผู้ประกอบวิชาชีพการผดุงครรภ์ ผู้ประกอบวิชาชีพการพยาบาลและการผดุงครรภ์ ผู้ประกอบโรคศิลปะแผนปัจจุบัน หรือผู้ประกอบการบำบัดโรคสัตว์ โดยตามพระราชบัญญัติยา พุทธศักราช 2510 ให้ถือว่าผู้ที่ได้รับอนุญาตให้ผลิตยาแผนปัจจุบัน และผู้ที่ได้รับอนุญาตให้นำหรือส่งยาแผนปัจจุบันเข้ามาในราชอาณาจักรสามารถขายส่งยาแผนปัจจุบันได้โดยอัตโนมัติ

ชัยสิทธิ์ ใหม่รุ่งโรจน์ (2546) กล่าวว่า ลักษณะทั่วไปของร้านขายยา อันประกอบด้วย ระยะเวลาที่ดำเนินกิจการ ปริมาณการสั่งซื้อยาความพร้อมของกิจการ ความพร้อมของผู้ประกอบการ และลักษณะทั่วไปของผู้ประกอบการร้านขายยา ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในกิจการร้านขายยา จากข้อมูลข้างต้นผู้วิจัยจึงได้สรุปคุณลักษณะธุรกิจของร้านขายยาที่มีความสำคัญ ดังนี้

1) ระยะเวลาดำเนินกิจการร้านขายยา คือ การแบ่งประเภทของร้านขายยาตามระยะเวลาที่เปิดดำเนินการ ระยะเวลาดำเนินกิจการร้านยาที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อศักยภาพการดำเนินงานและ

ความพร้อมของร้านขายยา โดยระยะเวลาดำเนินการร้านขายยาถูกนำมาใช้จัดกลุ่มธุรกิจร้านขายยาประเภท ข.ย. 1 (นพมาศ อัครจันทโชติ และคณะ, 2561) ด้วยความแตกต่างของระยะในการดำเนินงานนี้ จึงอาจส่งผลต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ที่แตกต่างกัน

2) ผลประกอบการต่อเดือน คือ รายได้หรือยอดขายต่อเดือนของร้านขายยาที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อศักยภาพการดำเนินงานและความพร้อมของร้านขายยา รายได้เป็นตัวแปรสำคัญขั้นต้นในการขับเคลื่อนธุรกิจ เมื่อการประกอบการมีรายได้จะส่งผลให้มีกำไรเกิดขึ้น เกิดการขยายตัวของขนาดธุรกิจ การมีผลประกอบการที่ต่างกันจึงอาจส่งผลต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ที่แตกต่างกัน

3) ทำเลที่ตั้งของร้านขายยา คือ หัวใจของธุรกิจร้านขายยา เป็นแหล่งที่สามารถประกอบกิจกรรมทางด้านธุรกิจได้ ควรพิจารณาถึงกำไร ต้นทุน ค่าใช้จ่าย ความสัมพันธ์กับลูกค้าซึ่งลูกค้าสามารถมาใช้บริการได้ง่าย โดยต้องเลือกทำเลที่เหมาะสมเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์โดยรวมสูงสุด โดยเสียค่าใช้จ่ายต่ำสุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ทำเลที่ตั้งเป็นสิ่งที่คุณค่าคำนึงถึงมากที่สุดเมื่อต้องการที่จะเลือกซื้อสินค้า และทำเลที่ตั้งยังสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (ชาวลิต เกียรติโพธา, 2556) ลักษณะทำเลที่ตั้งสามารถแบ่งออกได้ 3 ประเภท (Kotler, 2012) ได้แก่

3.1) ทำเลที่ตั้งย่านชานเมือง เป็นทำเลที่ตั้งที่เปิดให้บริการลูกค้าเป็นวงแคบ ขายสินค้าในราคาถูก

3.2) ทำเลที่ตั้งย่านชุมชนหรือตัวเมือง เป็นทำเลที่มีลูกค้าและการสัญจรไปมาหนาแน่น

3.3) ทำเลที่ตั้งในย่านธุรกิจการค้า เช่น ห้างสรรพสินค้า เป็นทำเลที่ตั้งที่ต้องเสียค่าเช่าราคาสูง ไม่เหมาะที่จะทำการค้าขนาดเล็ก

4) รูปแบบกิจการของร้านขายยา เป็นตัวชี้แจงลักษณะการดำเนินงานธุรกิจร้านขายยา โดยสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท (อรรถชัย แซ่จิว, 2560)

4.1) ร้านขายยาเดี่ยว (Standalone) เป็นของผู้ประกอบการรายย่อยหรือ SME โดยมักมีเภสัชกรเป็นเจ้าของและเป็นผู้ให้บริการเอง บริการหลัก คือ ให้คำปรึกษาปัญหาการใช้ยาสินค้าส่วนใหญ่จึงมียาและเวชภัณฑ์ทางการแพทย์เป็นสินค้าหลัก และมีจำนวนรายการยาครอบคลุมกลุ่มอาการต่าง ๆ มากกว่าร้านขายยาที่มีหลายสาขา ทำเลที่ตั้งส่วนใหญ่อยู่ในชุมชนให้บริการประชาชนที่อาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียงเท่านั้น

4.2) ร้านยาที่มีหลายสาขา (Chain Store) มักเป็นของผู้ประกอบการรายใหญ่ ซึ่งจะมีรูปแบบการบริการ การตกแต่งร้าน การจัดวางสินค้า ระยะเวลาทำการที่เหมือนกันทุกสาขา มีพนักงานให้บริการจำนวนมาก มีเภสัชกรคอยให้บริการผลัดเปลี่ยนกัน ตลอดเวลาที่เปิดทำการ

สินค้าหลากหลายประเภท โดยร้านมักตั้งอยู่ในศูนย์การค้าชั้นนำ มีรูปแบบการตกแต่งร้านที่ทันสมัย ตอบสนองต่อพฤติกรรมและไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน

5) ลักษณะการชื้อยา เป็นรูปแบบช่องทางที่ร้านขายยาใช้ในการสั่งซื้อยามาขายในร้านขายยา โดยแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ ลักษณะการซื้อแบบออนไลน์อย่างเดียว แบบออฟไลน์อย่างเดียว และออนไลน์และออฟไลน์ผสมกัน

จากแนวความคิดด้านคุณลักษณะธุรกิจของร้านขายยาที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ปัจจัยคุณลักษณะธุรกิจของร้านขายยา เป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ร้านขายยามีลักษณะที่แตกต่างกัน ซึ่งอาจช่วยในการกำหนดตลาดของกลุ่มเป้าหมายได้ ซึ่งตัวแปรทางด้านคุณลักษณะธุรกิจของร้านขายยาที่สำคัญ ประกอบด้วย ระยะเวลาดำเนินกิจการร้านขายยา ผลประกอบการต่อเดือน ทำเลที่ตั้งของร้านขายยา รูปแบบกิจการของร้านขายยา และลักษณะการชื้อยา ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดนี้มาใช้ประกอบเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาถึงปัจจัยคุณลักษณะธุรกิจของร้านขายยาที่แตกต่างกัน จะมีความตั้งใจชื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ที่แตกต่างกัน

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี

2.2.1 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี หรือ TAM นำเสนอโดย Davis, Bagozzi & Warshaw ซึ่งเอาแนวคิดพื้นฐานของแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีมาผนวกกับทฤษฎีการกระทำอย่างมีเหตุผลของ (The Theory of Reasoned Action: TRA) สร้างเป็นแบบจำลองสำหรับอธิบายพฤติกรรมของผู้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ โดยการประเมินระดับการรับรู้ของผู้ใช้ที่มีต่อระบบ โดย TAM จะมุ่งเน้นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ ภายนอก (External Variables) ที่ส่งผลต่อการยอมรับหรือการตัดสินใจที่จะใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ ซึ่งปัจจัยหลักที่ส่งผลโดยตรงต่อการยอมรับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมของผู้ใช้มีทั้งสิ้น 3 ปัจจัย ได้แก่ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) การรับรู้ประโยชน์ที่เกิดจากการใช้ (Perceived Usefulness) และทัศนคติ (Attitude toward Using) ซึ่งในท้ายที่สุดความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้เทคโนโลยีจะส่งอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้และใช้งานจริงของเทคโนโลยี (Actual Use) ทั้งนี้สามารถอธิบายถึงตัวแปรต่าง ๆ ของ TAM ได้ดังนี้ (ปราโมทย์ ลือนาม, 2554)

1) อิทธิพลของตัวแปรภายนอก (External Variable) เป็นตัวแปรที่เข้ามาสร้างผลกระทบต่อ การรับรู้ให้แต่ละบุคคลเกิดการรับรู้ที่แตกต่างกัน ซึ่งได้แก่ ประสบการณ์ ความรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อ และพฤติกรรมทางสังคม เป็นต้น

2) การรับรู้ประโยชน์ของการใช้งาน (Perceived Usefulness) หมายถึง ระดับความคาดหวัง หรือความเชื่อของแต่ละบุคคลที่มีต่อการใช้เทคโนโลยีหรือระบบใดระบบหนึ่ง ว่าสามารถเพิ่ม

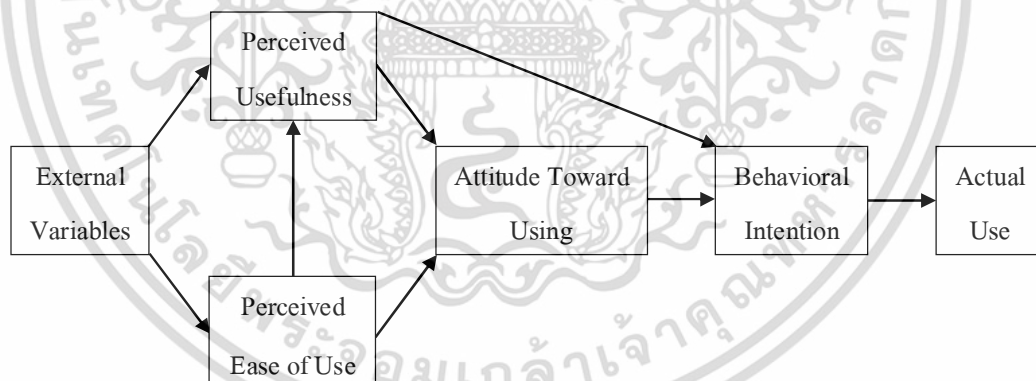
ศักยภาพในการทำงานของบุคคลนั้น ได้ ซึ่งส่งผลโดยตรงกับทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude toward Using) และความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรม (Behavioral Intention)

3) การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) คือ ระดับที่ผู้ใช้งานเชื่อว่าเทคโนโลยีที่นำมาใช้เป็นระบบที่สามารถเรียนรู้ได้ง่าย สามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องอาศัยความพยายามอย่างมาก ซึ่งส่งผลโดยตรงกับการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน (Perceived Usefulness) และทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude toward Using)

4) ทัศนคติต่อการใช้งาน (Attitude toward Using) คือ ผลรวมทั้งหมดของความรู้สึกหรือความคิดเห็นที่มีต่อการใช้งานเทคโนโลยีหรือระบบของแต่ละบุคคล ซึ่งเกิดจากการรับรู้ประโยชน์ในการใช้งาน (Perceived Usefulness) และการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ซึ่งจะส่งผลไปยังพฤติกรรมความตั้งใจ (Behavioral Intention) และนำไปสู่การใช้งานจริง (Actual Use)

5) พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งาน (Behavioral Intention) หมายถึง การแสดงออกตามทัศนคติหรือตามความเชื่อของผู้ใช้ที่มีต่อเทคโนโลยีนั้น ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากการรับรู้ถึงประโยชน์และทัศนคติที่มีผลต่อการใช้เทคโนโลยีนั้น

6) การใช้งานระบบจริง (Actual Use) การที่บุคคลนำเทคโนโลยีหรือระบบมาใช้งานจริง หรือการปฏิบัติตามรายละเอียดการใช้งานของเทคโนโลยีนั้น ๆ



ภาพที่ 2.1 แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

ที่มา: Davis (1989)

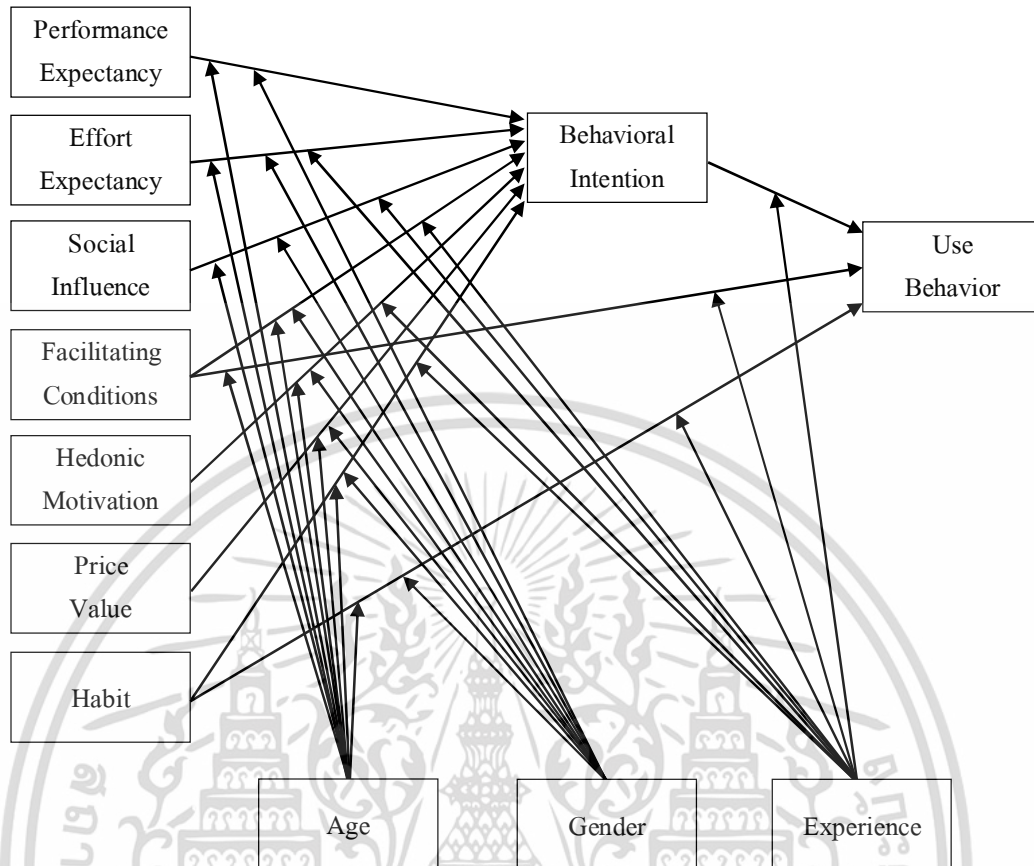
จากแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) สามารถสรุปได้ว่าการรับรู้ประโยชน์ของการใช้งานและการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติต่อการใช้งานและพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งาน ซึ่งจะส่งผลต่อการใช้งานระบบจริง ดังนั้น หากผู้ใช้งานระบบรับรู้ได้ถึงประโยชน์และความง่ายในการใช้งาน จะส่งผลให้เกิดการยอมรับเทคโนโลยีและเกิดความตั้งใจที่จะใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.2 ทฤษฎีการพัฒนาทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT2)

ทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT2) เป็นทฤษฎีที่พัฒนาต่อมาจากทฤษฎี Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) นำเสนอโดย Venkatesh, Morris, Davis and Davis (2003) เป็นทฤษฎีที่เป็นการรวมแบบจำลองทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีของแต่ละบุคคลที่กระจายอยู่ 8 ทฤษฎีไปเป็นแบบจำลองทฤษฎีเอกภาพ ซึ่ง Venkatesh et al. (2003) ได้นำพื้นฐานความสัมพันธ์ของแต่ละทฤษฎีมารวมเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้เทคโนโลยี และจากการศึกษาเพิ่มเติม Venkatesh et al. (2012) พบว่า ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมมี 7 ปัจจัยดังต่อไปนี้

- 1) ความคาดหวังในประสิทธิภาพ (Performance Expectation) หมายถึง ทักษะหรือความเชื่อส่วนบุคคลว่าการใช้เทคโนโลยีจะสามารถช่วยก่อให้เกิดประโยชน์ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินกิจกรรม ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานเทคโนโลยี ความสามารถของระบบที่บุคคลเชื่อว่าจะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงานได้
 - 2) ความคาดหวังในความพยายาม (Effort Expectation) หมายถึง ความสะดวกในการเข้าใช้งานเทคโนโลยีหรือระบบ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการรับรู้ต่อความง่ายในการใช้งาน ทั้งในด้านความซับซ้อนของเทคโนโลยี ความง่ายในการทำความเข้าใจ และระยะเวลาในการเรียนรู้เทคโนโลยี
 - 3) อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) หมายถึง การรับรู้ถึงปัจจัยทางสังคมหรือบรรทัดฐานทางสังคม เป็นกลุ่มบุคคลที่มีความใกล้ชิดหรือเป็นบุคคลสำคัญของผู้ใช้งานระบบ เช่น ครอบครัว เพื่อน เป็นต้น ซึ่งเป็นผลให้บุคคลต้องใช้งานเทคโนโลยี
 - 4) สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Facilitating Conditions) หมายถึง ความพร้อมของสภาพแวดล้อมที่อำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้งานเกิดความสะดวกในการใช้งานเทคโนโลยีหรือระบบ
 - 5) แรงจูงใจด้านความชอบ (Hedonic Motivation) หมายถึง ความพึงพอใจที่ผู้ใช้งานมีต่อระบบก่อให้เกิดความชื่นชอบในการใช้งานระบบ
 - 6) มูลค่าราคา (Price Value) หมายถึง การเปรียบเทียบต้นทุนทางการเงินที่เกิดขึ้นจากการใช้งานระบบกับประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้งาน
 - 7) ความเคยชิน (Habit) หมายถึง แนวโน้มการแสดงพฤติกรรมโดยอัตโนมัติจากสิ่งที่ได้เรียนรู้มาในอดีตและได้เคยปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอจนกลายเป็นอุปนิสัยส่วนตัวของบุคคลนั้น
- นอกจากนี้ยังมี เพศ อายุ และประสบการณ์ ที่เป็นตัวแปรเสริม จึงสรุปได้เป็นแบบจำลองดังภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 ทฤษฎีการพัฒนาทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี
(Modified Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT2)

ที่มา: ดิงเหะ นวิสุข และสุนันทา วงศ์ศุภภัทร (2555)

จากทฤษฎีการพัฒนาทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (UTAUT2) สามารถสรุปได้ว่า ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในความพยายาม อิทธิพลทางสังคม สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน แรงจูงใจด้านความชอบ มูลค่าราคา และความเคยชิน ส่งผลต่อความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมในการใช้งาน ทั้งนี้สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งานและความเคยชินจะส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมในการใช้งาน

จากการศึกษาทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ TAM และ UTAUT2 ซึ่งอธิบายให้เห็นถึงความสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรต่าง ๆ ที่อาจเกิดจากการใช้งาน ได้สัมผัสด้วยตนเอง หรือการรับรู้มาจากบุคคลอื่น จนส่งผลให้เกิดการใช้งานจริงในที่สุด ตัวแปรต่าง ๆ ในด้านการยอมรับเทคโนโลยี อันได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก จึงอาจส่งผลต่อความตั้งใจซื้อจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness)

Buttner และ Goritz (2008) ได้ให้ความหมายของความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) ไว้ว่าเป็นลักษณะของผู้ที่ได้รับ ความไว้วางใจที่บ่งบอกว่าคน ๆ นั้นมีคุณค่าที่สามารถไว้วางใจได้ การสร้างความไว้วางใจระหว่างบุคคลเป็นกระบวนการที่ต้องการการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่มอบความไว้วางใจและผู้ที่ได้รับความไว้วางใจ

Alam และ Yasin (2010) เสนอว่า ความน่าไว้วางใจของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์นั้นเกิดจากความน่าเชื่อถือของผู้ค้าทางออนไลน์ ความน่าเชื่อถือของช่องทางในการซื้อสินค้า การขาดความไว้วางใจมักเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้ผู้คนไม่ซื้อสินค้าออนไลน์

ผดุงศักดิ์ สายสระตรง (2012) กล่าวถึง การให้บริการอย่างถูกต้องแม่นยำ (Accurate Performance) การให้บริการตรงตามสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้า และการให้บริการในทุก ๆ ครั้งมีความสม่ำเสมอ ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่ามี ความน่าเชื่อถือในมาตรฐานการให้บริการ มีความน่าไว้วางใจ

จากความหมายข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ความน่าไว้วางใจ คือ ลักษณะของผู้ซึ่งได้รับความไว้วางใจ โดยอาจเกิดจากความน่าเชื่อถือ มีความสม่ำเสมอ การได้รับบริการที่ถูกต้องแม่นยำ ตรงตามสัญญาที่ให้ไว้ โดยคุณสมบัติในการสร้างความไว้วางใจในการขายหรือการให้บริการประกอบด้วย (Neil Kokemuller, 2021)

1) ความซื่อสัตย์ (Honesty) เป็นความรู้สึกพื้นฐานซึ่งเป็นส่วนประกอบที่จำเป็นในการสร้างความไว้วางใจ ไม่เพียงแต่การพูดความจริงเท่านั้น แต่รวมถึงการเปิดเผยข้อเท็จจริงที่สำคัญ ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ซื้ออย่างเปิดเผย โดยต้องให้รายละเอียดผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดแก่ผู้มีโอกาสเป็นลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจได้อย่างมีข้อมูล

2) การเอาใจใส่ (Empathy) คือ ความสามารถของผู้ขายในการทำให้เหมือนว่าตัวเองอยู่ในตำแหน่งผู้ซื้อ หากกระทำเช่นนี้ จะทำให้มีความรู้สึกตรงไปตรงมาและซื่อสัตย์เสมอ นอกจากนี้ ผู้ขายที่เอาใจใส่จะถามคำถามที่ถูกต้อง รับฟังอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อทำความเข้าใจและทำงานเพื่อแก้ไขปัญหาของผู้ซื้อแต่ละรายอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งรวมถึงการดำเนินการให้เหนือกว่าความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมายในบางครั้ง เพื่อมอบแนวทางที่เหมาะสมให้กับลูกค้าแต่ละราย

3) การเป็นประโยชน์ (Helpfulness) คือ การที่ผู้ขายเน้นความสัมพันธ์ สร้างความไว้วางใจ โดยแสดงทัศนคติที่เป็นประโยชน์ เมื่อผู้ซื้อเชื่อว่าวัตถุประสงค์หลักของผู้ขายคือช่วยเหลือผู้ซื้อแก้ปัญหา มากกว่าที่จะทำยอดขาย ผู้ซื้อจะมีความคิดว่าผู้ขายสามารถมอบประสบการณ์ที่ดี และจะซื้อสินค้าหรือบริการอีกครั้งในอนาคต

4) ความรับผิดชอบ (Accountability) คือ การกระทำที่ทำให้ผู้ซื้อเชื่อมั่นใจว่าหากผู้ขายทำผิดพลาด ไม่ปฏิบัติตามคำมั่นสัญญา หรือผลิตภัณฑ์ไม่มีคุณสมบัติตามที่สัญญาไว้ ผู้ขายจะทำทุกอย่างเพื่อให้ถูกต้อง ความรู้สึกมั่นใจในความรับผิดชอบมีความสำคัญสูงสุดต่อความภักดีของลูกค้า

ในระยะยาว

จากการศึกษาทฤษฎีเกี่ยวกับความน่าไว้วางใจ ซึ่งอธิบายให้เห็นลักษณะต่าง ๆ ของผู้ขาย หรือผู้ให้บริการ ในการสร้างความน่าไว้วางใจ อันได้แก่ ความซื่อสัตย์ การเอาใจใส่ การเป็นประโยชน์ และความรับผิดชอบ ซึ่งส่งผลให้ผู้ซื้อหรือผู้รับบริการเกิดความมั่นใจจนมีความภักดีในอนาคต ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำปัจจัยด้านความน่าไว้วางใจมาประกอบในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention)

ณัฐกฤษณ์ รัตนเหม (2561) ได้ให้ความหมายของความตั้งใจซื้อไว้ว่า เจตนาหรือความตั้งใจที่จะพยายามทำพฤติกรรมนั้น เจตนาหรือความตั้งใจเป็นปัจจัยการจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรม เจตนาจะเป็นตัวบ่งชี้ว่าบุคคลได้ทุ่มเทความพยายามมากน้อยเพียงใดที่จะกระทำพฤติกรรมนั้น ยังมีเจตนาหรือมีความตั้งใจมากเพียงใดการแสดงพฤติกรรมจะเป็นไปได้มากยิ่งขึ้น

ชญรรค์กร ทิพย์มณี (2559) ได้ให้ความหมายของความตั้งใจซื้อไว้ว่า สิ่งที่สามารถแสดงออกได้ถึงความภักดีต่อตราสินค้า ซึ่งความตั้งใจซื้อเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค

กังสตาล ศิษย์ชานนท์ (2558) ได้ให้ความหมายของความตั้งใจซื้อไว้ว่า การที่บุคคลได้ประเมินสินค้าและบริการใดบริการหนึ่งและมีแนวโน้มปรารถนาที่จะซื้อสินค้าหรือใช้บริการดังกล่าว

John และ Jagsish (1969) ได้ให้ความหมายของความตั้งใจซื้อไว้ว่า ทศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อพฤติกรรมซื้อที่เฉพาะเจาะจงและระดับความเต็มใจจ่ายของผู้บริโภค ซึ่งโดยพื้นฐานแล้วเป็นสัญญาณของพฤติกรรมซื้อของผู้บริโภค

ศุภนิฐา ภู่งศ์พันธ์ (2555) ได้ให้ความหมายของความตั้งใจซื้อไว้ว่า เป็นช่วงที่ผู้บริโภคพร้อมที่จะเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งที่ดีที่สุดให้สอดคล้องกับการแก้ไขปัญหา ความตั้งใจซื้อเป็นเพียงโอกาสที่จะเกิดการซื้อจริงเท่านั้น การซื้อสินค้าของผู้บริโภค ไม่ได้ซื้อตัวสินค้าเพียงอย่างเดียว หากแต่เป็นการซื้อผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการซื้อสินค้านั้นด้วย ดังนั้น การตั้งใจซื้อจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะนำไปสู่การซื้อจริงโดยการพิจารณาข้อดีของตราสินค้า คุณภาพ และผลประโยชน์ทั้งหมดของสินค้าเพื่อเปรียบเทียบกัน และสรุปเป็นทางเลือกที่สอดคล้องกับความต้องการที่เกิดขึ้น

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) คือ การที่บุคคลประเมินสินค้าหรือบริการใดบริการหนึ่งเพื่อเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งที่ดีที่สุดให้สอดคล้องกับการแก้ไขปัญหา ความตั้งใจซื้อเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้า โดยความตั้งใจซื้อเป็นเพียงโอกาสที่จะเกิดการซื้อจริงเท่านั้น แต่เป็นสิ่งสำคัญที่จะนำไปสู่การซื้อจริง

ทั้งนี้นักวิชาการได้ให้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมความตั้งใจซื้อในหลากหลาย

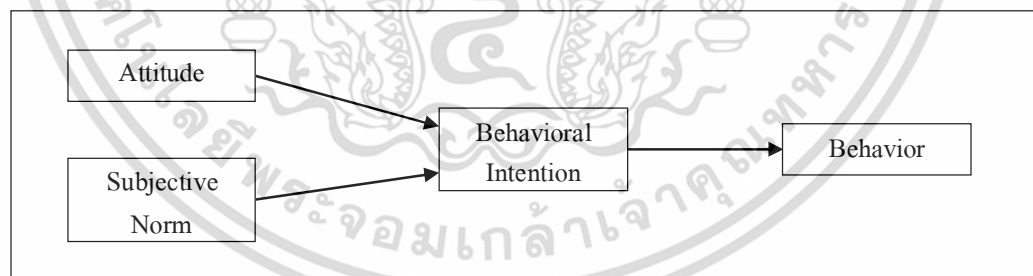
มุมมองด้วยกัน ได้แก่

2.4.1 แนวคิดและทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA)

ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลเป็นทฤษฎีที่ถูกคิดค้นขึ้นโดย Icek Ajzen และ Martin Fishbein ในปี ค.ศ. 1975 เพื่อใช้ศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับปัจจัยความตั้งใจและพฤติกรรมของบุคคลที่จะกระทำออกมา โดยทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลได้อธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อและทัศนคติต่อพฤติกรรมว่า การเปลี่ยนแปลงความเชื่อจะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคล โดยบุคคลจะคำนึงถึงเหตุผลก่อนถ้าบุคคลมีความเห็นว่าเป็นสิ่งที่ควรกระทำ บุคคลจะแสดงพฤติกรรม ทั้งนี้ประกอบไปด้วย 2 ปัจจัย (Madden, Ellen, & Ajzen, 1992) ได้แก่

1) ทัศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude) เป็นความเชื่อหรือเป็นการประเมินของบุคคลซึ่งจะส่งผลต่อพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งมีทั้งด้านบวกและด้านลบ โดยเมื่อบุคคลประเมินแล้วได้ผลในทางบวก จะสะท้อนถึงทัศนคติที่ดีในการแสดงพฤติกรรม แต่หากบุคคลประเมินแล้วได้ผลในทางลบ จะสะท้อนทัศนคติที่ไม่ดีในการแสดงพฤติกรรม (ชารินทร์ สมจรรยา, 2563)

2) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) คือ การรับรู้ของบุคคลเกี่ยวกับความต้องการหรือความคาดหวังที่มีผลต่อบุคคล ทั้งบุคคลที่มีความใกล้ชิดและไม่มีความใกล้ชิดที่มีอิทธิพลต่อบุคคลนั้นในการที่จะแสดงหรือไม่แสดงพฤติกรรมใด ๆ โดยที่หากบุคคลรู้ว่าบุคคลที่มีอิทธิพลต่อเขามีความต้องการให้แสดงพฤติกรรมใด ๆ บุคคลจะมีโอกาสที่จะแสดงพฤติกรรมนั้น ๆ มากขึ้น ในทางตรงกันข้ามหากบุคคลรับรู้ว่าบุคคลที่มีอิทธิพลต่อเขาไม่ต้องการให้แสดงพฤติกรรมใด ๆ บุคคลจะไม่แสดงพฤติกรรม (ชารินทร์ สมจรรยา, 2563)



ภาพที่ 2.3 แบบจำลองทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA)

ที่มา: Madden, Ellen, & Ajzen (1992)

จากแบบจำลองการกระทำด้วยเหตุผล สามารถสรุปได้ว่า ทัศนคติต่อพฤติกรรมและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้บุคคลเกิดความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรม และแสดงพฤติกรรมออกมาดังนั้น เมื่อบุคคลเกิดการประเมินและรับทราบในด้านดีและด้านลบของระบบและอาจมีผลจากความต้องการของบุคคลที่มีอิทธิพล จะทำให้บุคคลมีความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรม

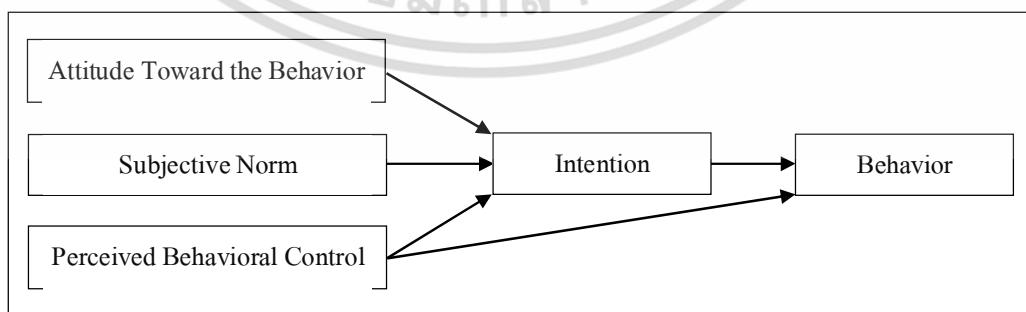
2.4.2 ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB)

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) เป็นทฤษฎีจิตวิทยาสังคม (Social psychology) ได้รับการพัฒนาโดย Icek Ajzen ขึ้นในปี ค.ศ. 1985 โดยพัฒนามาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) โดยเพิ่มปัจจัยด้านการรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรมของตนเอง (Perceived Behavioral Control) ซึ่งทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนได้อธิบายว่า ความตั้งใจ (Intention) ซึ่งเป็นสิ่งบ่งบอกถึงความเต็มใจ ความพยายามของบุคคล จะส่งผลให้เกิดพฤติกรรม (Madden, Ellen, & Ajzen, 1992) โดยสิ่งที่ทำให้เกิดความตั้งใจประกอบด้วย 3 ปัจจัยที่สำคัญ ได้แก่

1) ทัศนคติต่อพฤติกรรม (Attitude Toward the Behavior) เป็นความเชื่อหรือเป็นการประเมินของบุคคลซึ่งจะส่งผลต่อพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งมีทั้งด้านบวกและด้านลบ โดยเมื่อบุคคลประเมินแล้วได้ผลในทางบวก จะสะท้อนถึงทัศนคติที่ดีในการแสดงพฤติกรรม แต่หากบุคคลประเมินแล้วได้ผลในทางลบ จะสะท้อนทัศนคติที่ไม่ดีในการแสดงพฤติกรรม (ธารินี สมจรรยา, 2563)

2) การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective Norm) คือ การรับรู้ของบุคคลเกี่ยวกับความต้องการหรือความคาดหวังที่มีผลต่อบุคคล ทั้งบุคคลที่มีความใกล้ชิดและไม่มีความใกล้ชิดที่มีอิทธิพลต่อบุคคลนั้น ในการที่จะแสดงหรือไม่แสดงพฤติกรรมใด ๆ โดยที่หากบุคคลรับรู้ว่าคุณค่าที่มีอิทธิพลต่อเขามีความต้องการให้แสดงพฤติกรรมใด ๆ บุคคลจะมีโอกาสที่จะแสดงพฤติกรรมนั้น ๆ มากขึ้น ในทางตรงกันข้ามหากบุคคลรับรู้ว่าคุณค่าที่มีอิทธิพลต่อเขาไม่ต้องการให้แสดงพฤติกรรมใด ๆ บุคคลจะไม่แสดงพฤติกรรม (ธารินี สมจรรยา, 2563)

3) การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control) คือ ความเชื่อของบุคคลที่มีต่อการแสดงพฤติกรรม และสามารถควบคุมพฤติกรรมนั้นให้เป็นไปอย่างที่ตั้งใจได้ ถ้าบุคคลมีความเชื่อว่าสามารถกระทำพฤติกรรมได้โดยง่ายและสามารถควบคุมผลที่ออกมาอย่างที่ตั้งใจไว้บุคคลจะมีแนวโน้มจะแสดงพฤติกรรม แต่ถ้าบุคคลมีความเชื่อว่าการกระทำพฤติกรรมทำได้ยากและไม่สามารถควบคุมผลที่ออกมาได้อย่างที่ตั้งใจไว้แนวโน้มที่บุคคลจะแสดงพฤติกรรมจะลดลง



ภาพที่ 2.4 แบบจำลองทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB)

ที่มา: Madden, Ellen, & Ajzen (1992)

จากแบบจำลองทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) พบว่า ปัจจัยทั้ง 3 ด้าน อันประกอบด้วยทัศนคติต่อพฤติกรรม การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อความตั้งใจและก่อให้เกิดการแสดงพฤติกรรม

สรุปได้ว่า ถ้าบุคคลมีทัศนคติที่เห็นด้วยต่อพฤติกรรม ได้รับรู้ความต้องการของกลุ่มอ้างอิง และเชื่อว่าสามารถควบคุมพฤติกรรมนั้นได้ ความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรมของบุคคลจะมากขึ้น และนำไปสู่การแสดงพฤติกรรมนั้น อีกทั้งถ้าบุคคลมีระดับความสามารถที่จะควบคุมปัจจัยต่าง ๆ และเชื่อมั่นในความสามารถที่จะแสดงพฤติกรรมนั้นได้ ความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมจะเพิ่มขึ้น นำไปสู่การแสดงพฤติกรรมที่เพิ่มขึ้น

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับตลาดธุรกิจ

ชนิษฐา อรุณโรจนวุฒิ (2555) ได้ให้ความหมายของตลาดธุรกิจไว้ว่า ตลาดที่ผู้ซื้อต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ไปเพื่อการผลิตต่อ การจำหน่าย หรือการดำเนินงานในธุรกิจผู้ซื้อในตลาดธุรกิจจะมีจำนวนน้อยกว่าผู้ซื้อในตลาดผู้บริโภค

ศุภกร เขียรนนทพิสูทธิ์ และคณะ (2562) ได้ให้ความหมายของตลาดธุรกิจไว้ว่า ธุรกิจกับธุรกิจมีการทำการค้าระหว่างผู้ประกอบการที่เป็นองค์กรหรือบริษัทด้วยกัน ปริมาณการซื้อขายต่อครั้งจะมีมากและมีความซับซ้อนในระดับต่าง ๆ กัน

ปรีดีสุดา ไชยจันทร์ (2560) ได้ให้ความหมายของตลาดธุรกิจไว้ว่า ประเภทธุรกิจที่ติดต่อซื้อขายกับองค์กรธุรกิจ ซึ่งจะช่วยให้การค้าดำเนินธุรกิจเป็นไปได้อย่างดีขึ้น เช่น การจัดซื้อ การจัดการต้นทุนสินค้า การจัดการด้านเวลา การจัดการสินค้าคงคลัง การจัดส่งสินค้า การจัดการช่องทางการขายสินค้าและการจัดการด้านการเงิน

สุพัชรา กาญจนโณภาส (2554) ได้ให้ความหมายของตลาดธุรกิจไว้ว่า ธุรกิจที่มุ่งเน้นการให้บริการแก่ผู้ประกอบการด้วยกัน โดยอาจเป็นผู้ประกอบการในระดับเดียวกัน หรือต่างระดับกันก็ได้ อาทิ ผู้ผลิตกับผู้ผลิต ผู้ผลิตกับผู้ส่งออก ผู้ผลิตกับผู้นำเข้า ผู้ผลิตกับผู้ค้าส่งและค้าปลีก เป็นต้น

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ตลาดธุรกิจ (Business market) คือ ตลาดที่เป็นการติดต่อกันระหว่างผู้ประกอบการด้วยกัน เพื่อวัตถุประสงค์ในการซื้อผลิตภัณฑ์ไปผลิตต่อ ซื้อผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายต่อ ซึ่งจะช่วยให้การค้าดำเนินธุรกิจเป็นไปได้อย่างดีขึ้น

ผู้ซื้อในภาคธุรกิจจะได้รับอิทธิพลต่าง ๆ เมื่อทำการตัดสินใจซื้อ โดยอิทธิพลที่มีผลต่อผู้ซื้อในภาคธุรกิจ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยภายในองค์กร ปัจจัยระหว่างบุคคล และปัจจัยเฉพาะบุคคล (Philip Kotler, 2012) ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ปัจจัยสภาพแวดล้อม (Environments factors) ผู้ซื้อภาคธุรกิจได้รับอิทธิพลอย่างมากจาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สภาพแวดล้อม และสภาพเศรษฐกิจที่คาดหวัง เช่น ภาวะทางเศรษฐกิจ ค่าเงิน การขาดแคลนปัจจัยทางการผลิต เทคโนโลยี การเมือง และสภาพการแข่งขัน ดังนั้นผู้ซื้อในภาคธุรกิจจะต้องคอยติดตามสภาพแวดล้อมเหล่านี้ และควรมีผลต่อผู้ซื้ออย่างไร

ปัจจัยภายในองค์กร (Organization factors) องค์กรแต่ละองค์กรจะมีนโยบาย วัตถุประสงค์ กระบวนการจัดซื้อ โครงสร้างองค์กรที่แตกต่างกัน ดังนั้น นักการตลาดในภาคธุรกิจจะต้องเข้าใจปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ให้ดี เช่น จะต้องทราบว่าคนที่มามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเป็นใครหรือประกอบด้วยใครบ้าง นโยบายและข้อจำกัดเกี่ยวกับผู้ซื้อคืออะไรบ้าง

ปัจจัยระหว่างบุคคล (Interpersonal factors) โดยทั่วไปศูนย์กลางการซื้อจะประกอบด้วย ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจมากมายที่มีอิทธิพลต่อกันและกัน ดังนั้นปัจจัยปัจจัยระหว่างบุคคลจึงยังคงมีอิทธิพลต่อกระบวนการซื้อในภาคธุรกิจ แต่ก็เป็นเรื่องยากที่จะประเมินปัจจัยระหว่างบุคคลและความเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาของกลุ่ม ปัจจัยระหว่างบุคคลนั้นเป็นเรื่องละเอียดอ่อนมากเมื่อไหร่ก็ตามที่เป็นไปได้ นักการตลาดภาคธุรกิจต้องพยายามเข้าใจปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ รวมถึงออกแบบกลยุทธ์ที่คำนึงถึงปัจจัยดังกล่าวด้วย

ปัจจัยเฉพาะบุคคล (Individual factors) ผู้มีส่วนร่วมแต่ละคนในการตัดสินใจซื้อในภาคธุรกิจนั้น จะมีแรงจูงใจส่วนบุคคล การรับรู้ ความพึงพอใจเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ปัจจัยส่วนบุคคลจะได้รับผลกระทบมาจากลักษณะของบุคคล เช่น อายุ เพศ รายได้ การศึกษา ตำแหน่งงาน บุคลิกภาพ และทัศนคติต่อความเสี่ยง นอกจากนี้ผู้ซื้อก็อาจจะมีลักษณะการซื้อที่แตกต่างกันไป นักการตลาดภาคธุรกิจจึงต้องพยายามเข้าใจปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ให้ดี

สรุปได้ว่า การดำเนินธุรกิจในภาคธุรกิจหรือตลาดธุรกิจ จะต้องมีความเข้าใจปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อผู้ซื้อในภาคธุรกิจ อันได้แก่ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยภายในองค์กร ปัจจัยระหว่างบุคคล และปัจจัยเฉพาะบุคคล เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์และแผนทางการตลาดในภาคธุรกิจ

2.6 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์

ตามพระราชบัญญัติยา พุทธศักราช 2510 มาตราที่ 4 กำหนดนิยามของการ “ขายส่ง” ไว้ว่า ขายตรงต่อผู้รับอนุญาตขายยา ผู้รับอนุญาตขายส่งยา กระทรวง ทบวง กรม สภากาชาดไทย องค์การเภสัชกรรม ผู้รับอนุญาตให้ดำเนินการสถานพยาบาล ผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรม ผู้ประกอบวิชาชีพการพยาบาล ผู้ประกอบวิชาชีพการผดุงครรภ์ ผู้ประกอบวิชาชีพการพยาบาลและการผดุงครรภ์ ผู้ประกอบโรคศิลปะแผนปัจจุบัน หรือผู้ประกอบการบำบัดโรคสัตว์

การขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์จึงเป็นการขายยาผ่านช่องทางออนไลน์ที่ขายส่งตรงต่อผู้รับใบอนุญาต ซึ่งได้แก่ แพทย์ ทันตแพทย์ สัตวแพทย์ เภสัชกร และพยาบาล ซึ่งมีความรู้และมี

ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับยา โดยที่การขายส่งยาแผนปัจจุบันจะต้องได้รับอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาหรือหน่วยงานที่กำกับดูแลในแต่ละจังหวัด โดยส่วนใหญ่การขายส่งยาจะเป็นการขายให้กับผู้รับอนุญาตขายยาแผนปัจจุบัน (ข.ย. 1) หรือร้านขายยา

ประเภทของการขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ โดยการขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์จะต้องมีการยืนยันตัวตนของผู้ซื้อหรือลูกค้าว่าเป็นผู้รับอนุญาตที่สามารถซื้อขายผ่านช่องทางออนไลน์ได้ถูกต้องตามกฎหมาย โดยอาจจัดให้มีระบบลงชื่อเข้าใช้และมีรหัสยืนยันตัวตน ช่องทางออนไลน์ที่ผู้ประกอบการขายส่งยาใช้มี 2 ช่องทางหลัก ดังต่อไปนี้

1) การขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ที่เป็นช่องทางของผู้รับอนุญาตขายส่งยาเอง โดยการทำเว็บไซต์ของธุรกิจ เพื่อสร้างแหล่งข้อมูลรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ยา ได้แก่ ชื่อผลิตภัณฑ์ยา ขนาดความแรงของยา คุณสมบัติข้อบ่งใช้ ขนาดบรรจุ ราคา ส่วนลด ผู้ซื้อสามารถติดต่อสั่งซื้อผ่านผู้ดูแลเว็บไซต์ ตัวอย่างของการขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ประเภทนี้ เช่น CLINICYA.com, worldwide-pharma.com (ภาพที่ 2.5) เป็นต้น (คลินิกยา, 2564)



ภาพที่ 2.5 การขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ที่เป็นช่องทางของผู้รับอนุญาตขายส่งยาเอง
ที่มา: CLINICYA.com, worldwide-pharma.com (2564)

2) การขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ที่เป็นช่องทางมาร์เก็ตเพลส (Market Place) ลักษณะคล้ายกับตลาดนัดหรือห้างสรรพสินค้า แต่จะเป็นในรูปแบบตลาดนัดออนไลน์ โดยทาง E-Marketplace จะมีบริการรวมถึงการจ่ายเงินซื้อขายผลิตภัณฑ์ยา การจัดส่งผลิตภัณฑ์จากร้านค้าไปยังผู้ซื้อ นอกจากนี้ยังมีการทำการตลาด การส่งเสริมการตลาด (Narongyod Mahittivanicha, 2020)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัวอย่างของการขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ประเภทนี้ เช่น eZRx application ของบริษัทซิลลิค ฟาร์มา, DKSH Connect ของบริษัทดีเคเอสเอช (ภาพที่ 2.6) เป็นต้น



ภาพที่ 2.6 การขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ที่เป็นช่องทางมาร์เก็ตเพลส

ที่มา: Zuellig pharma, DKSH Thailand (2564)

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สมทบ แก้วเชื้อ และคณะ (2562) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล และศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ในการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ จำนวน 360 คน ผลการวิจัยพบว่า ระดับตัวแปรที่เป็นปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล ซึ่งประกอบด้วย ความคิดสร้างสรรค์ ความซื่อสัตย์ ความมุ่งมั่น ความเชื่อมั่น และการกระหายความสำเร็จอยู่ในระดับมาก และปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ เทคโนโลยีสารสนเทศ กลยุทธ์ทางธุรกิจและนวัตกรรมการจัดการ ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พัชราภรณ์ มาทรัพย์ (2560) ศึกษาเรื่อง การส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ตามนโยบายของรัฐ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางส่งเสริมให้มีจำนวนผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพิ่มมากขึ้นให้เป็นไปตามนโยบายของภาครัฐ การวิจัยนี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีบทบาทสำคัญเกี่ยวกับการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการอิเล็กทรอนิกส์ประกอบด้วยกลุ่มภาครัฐ ได้แก่ เจ้าหน้าที่กรมพัฒนาธุรกิจการค้า 4 คน ตัวแทนกลุ่มผู้ประกอบการ 10 คนรวม 14 คน และมีการวิเคราะห์ข้อมูลทฤษฎีที่เกี่วข้อง ผลการวิจัยพบว่า การประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยมีการเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ ในปัจจุบันผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทั้งที่จดทะเบียนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และไม่จดทะเบียน ผู้ประกอบการที่จดทะเบียนแล้วจะได้รับเครื่องหมาย DBD Registered ซึ่งสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้ใช้บริการ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่สามารถทำให้ผู้บริโภคสนใจและสั่งซื้อสินค้า สามารถสร้างรายได้เป็นที่พอใจและมีความสะดวกสบายไม่ต้องเสียเวลาไปพบลูกค้า พร้อมทั้งมีบริการจัดส่งสินค้าเพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้ประกอบการ อีกทั้งไม่ต้องมีหน้าร้านเป็นการประหยัดค่าใช้จ่าย

ณัฐกฤษณ์ รัตนเหม (2561) ศึกษาเรื่อง ความน่าไว้วางใจของธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความน่าไว้วางใจของธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้แบบสอบถามปลายปิด จำนวน 400 ชุด ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้อเฟอร์นิเจอร์ผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผลการวิจัยพบว่า ความน่าไว้วางใจของธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ความตั้งใจซื้อสินค้าเฟอร์นิเจอร์ผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ความน่าไว้วางใจของธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ปัจจัยที่เกิดขึ้นจากการรับรู้ สังเกต การได้รับอิทธิพลจากผู้อื่นและปัจจัยที่เกิดขึ้นจากลักษณะของธุรกิจมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

มัสติน ใจคุณ (2561) ศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยี ความไว้วางใจ และการตลาดผ่านสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook LIVE) ของกลุ่มผู้บริโภค Generations X, Y, Z การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการยอมรับเทคโนโลยี ความไว้วางใจ และการตลาดผ่านสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook LIVE) ของกลุ่มผู้บริโภค Generations X, Y, Z กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคือผู้บริโภคออนไลน์อายุตั้งแต่ 18-52 ปี จำนวน 424 คน ผลการวิจัยพบว่า ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์และด้านความง่ายในการใช้งานมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการใช้ ความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook LIVE) ของกลุ่มผู้บริโภค Generations X, Y, Z ได้รับอิทธิพลทางตรงจากความไว้วางใจ การตลาดสังคมออนไลน์ด้านการตลาดปากต่อปาก ด้านความบันเทิง

และด้านความเฉพาะเจาะจง ในขณะที่การยอมรับเทคโนโลยีประกอบด้วย ด้านความง่ายในการใช้งาน และด้านการรับรู้ถึงประโยชน์มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านทัศนคติที่มีต่อการใช้ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้า



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นวิธีการค้นหาความรู้และข้อเท็จจริงด้วยวิธีการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านทางแบบสอบถาม (Questionnaire) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติที่ใช้ในการศึกษาผ่าน โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งจะนำมาวิเคราะห์และสรุปผลในเชิงสถิติของการหาผลการวิจัยในครั้งนี้โดยที่ทางผู้วิจัยได้ทำการศึกษาตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ ผู้ประกอบการที่ได้รับอนุญาตขายยาแผนปัจจุบัน (ข.ย. 1) หรือร้านขายยาประเภท ข.ย. 1 หรือเภสัชกรผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการในร้านขายยาในภาคใต้ ซึ่งในนี้มีทั้งสิ้น 2,610 ร้าน (กองยา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข, 2564)

3.1.2 ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการที่ได้รับอนุญาตขายยาแผนปัจจุบัน (ข.ย. 1) หรือร้านขายยาประเภท ข.ย. 1 หรือเภสัชกรผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการในร้านขายยาในภาคใต้ ซึ่งมีทั้งสิ้น 2,610 ร้าน ดังนั้นผู้วิจัยได้ใช้วิธีการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยใช้สูตรของ Taro Yamane (1973) (กิ่งสาดล ศิษย์ชานนท์, 2558) โดยกำหนดค่าคลาดเคลื่อนที่ 5% ($e = 0.05$) และค่าความเชื่อมั่นที่ 95% โดยมีรายละเอียดในการคำนวณดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad (3.1)$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| | | | |
|-------|---|-----|--------------------------|
| เมื่อ | n | แทน | ขนาดของตัวอย่าง |
| | N | แทน | ขนาดของประชากรทั้งหมด |
| | e | แทน | ความคาดเคลื่อนของการสุ่ม |

$$\text{แทนค่า} \quad n = \frac{2,610}{1 + 2,610(0.05)^2}$$

$$n = 347$$

จากสูตรการคำนวณข้างต้น ได้ขนาดตัวอย่างจำนวนประชากร 347 ตัวอย่าง และได้เพิ่มจำนวนตัวอย่างอีก 53 ตัวอย่าง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ดังนั้น งานวิจัยนี้จะใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวนทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

3.1.3 การสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) จำนวน 400 ชุด ผ่านช่องทาง Social Media ได้แก่ Facebook และ Line โดยเลือกเพจ Facebook ของสมาคมร้านขายยาซึ่งมีสมาชิกเป็นผู้ประกอบการหรือเภสัชกรร้านขายยามากที่สุดในประเทศไทย และเพจ Facebook กลุ่ม Line ของชมรมร้านขายยาภาคใต้และจังหวัดที่มีร้านขายยามากเป็นลำดับต้น ๆ ของภาคใต้ ได้แก่ สงขลา ภูเก็ต และสุราษฎร์ธานี กระบี่ ตรัง พัทลุง สตูล และระนอง และยังเพิ่มเติมกลุ่มศิษย์เก่าคณะเภสัชศาสตร์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ กลุ่มประชุมวิชาการของเภสัชกรภาคใต้ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีสมาชิกเป็นเภสัชกรที่ทำงานกระจายอยู่ทั่วทุกจังหวัดในพื้นที่ภาคใต้ โดยผู้วิจัยทำการกระจายแบบสอบถามให้มีเพศของผู้ประกอบการร้านขายยา ช่วงอายุของผู้ประกอบการร้านขายยา ระยะเวลาดำเนินงานของร้านขายยา และผลประกอบการของร้านขายยา ตามปัจจัยด้านลักษณะทั่วไปของร้านขายยาและผู้ประกอบการร้านขายยาที่แตกต่างกัน ซึ่งจะเป็นตัวแทนของประชากรที่ดี โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 จำนวนของการสุ่มตัวอย่างในแต่ละช่องทาง Social Media

| ลำดับ | ช่องทาง | จำนวน (คน) |
|-------|---|------------|
| 1 | Application Facebook ได้แก่ ผู้ที่กดถูกใจเพจ - สมาคมร้านขายยา (ผู้กดถูกใจ 38,687 คน) - ชมรมร้านขายยาจังหวัดสงขลา (ผู้กดถูกใจ 1,749 คน) - ชมรมเภสัชกรชุมชนจังหวัดภูเก็ต (ผู้กดถูกใจ 508 คน) | 200 |

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

| ลำดับ | ช่องทาง | จำนวน (คน) |
|-------|---|------------|
| | - ชมรมร้านขายยาภาคใต้ (ผู้กดถูกใจ 600 คน) - ชมรมร้านขายยาจังหวัดสุราษฎร์ธานี (ผู้กดถูกใจ 433 คน) - อื่น ๆ | |
| 2 | Application Line ได้แก่ - กลุ่ม Surat Pharmacist (สมาชิก 323 คน) - กลุ่มชมรมร้านขายยาภูเก็ต (สมาชิก 312 คน) - กลุ่มประชุมวิชาการเภสัชศาสตร์ 2021 (สมาชิก 240 คน) - กลุ่มเภสัชกรกระบี่ (สมาชิก 208 คน) - กลุ่มเภสัชกร จ.ตรัง (สมาชิก 194 คน) - กลุ่มชมรมร้านขายยาพัทลุง (สมาชิก 155 คน) - กลุ่มชมรมเภสัชกรภาคใต้ (สมาชิก 136 คน) - กลุ่มเพื่อนเภสัชศาสตร์ มอ. รุ่น 30 (สมาชิก 131 คน) - กลุ่มกรรมการ ที่ปรึกษา ศิษย์เก่าเภสัชศาสตร์ มอ. (สมาชิก 119 คน) - กลุ่ม Drug Stores Satun (สมาชิก 87 คน) - กลุ่มร้านยาจังหวัดระนอง (สมาชิก 58 คน) - อื่น ๆ | 200 |
| | รวม | 400 |

เมื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้ตามตารางที่ 3.1 ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยการส่งหรือโพสต์ข้อความเพื่อขอความร่วมมือ และส่ง Google Form แบบสอบถามเข้าไปในกลุ่มใน Application Line หรือ Facebook หรือส่งข้อความโดยตรงไปยังสมาชิกที่อยู่ในกลุ่มของ Application Line หรือ Facebook และเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่สมัครใจให้ข้อมูล

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 ลักษณะเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 400 ชุด โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามคัดกรองของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อที่ 1 ท่านเป็นผู้ประกอบการที่ได้รับอนุญาตขายยาแผนปัจจุบัน (ข.ย. 1) หรือร้านขายยาประเภท ข.ย. 1 หรือเภสัชกรผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการในร้านขายยาหรือไม่

ข้อที่ 2 ร้านยาของท่านหรือที่ท่านทำงานอยู่ ตั้งอยู่ในพื้นที่ภาคใดหรือไม่

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะธุรกิจของร้านขายยา ประกอบด้วยระยะเวลาดำเนินกิจการร้านขายยา ผลประกอบการต่อเดือน ทำเลที่ตั้งของร้านขายยา รูปแบบกิจการของร้านขายยา และลักษณะการชื้อยา ซึ่งเป็นแบบสอบถามในลักษณะแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) มีจำนวน 5 ข้อ

ข้อที่ 1 ระยะเวลาดำเนินกิจการร้านขายยา Multiple Choice Question
เป็นมาตรวัดแบบ Ordinal Scale

ข้อที่ 2 ผลประกอบการต่อเดือน Multiple Choice Question
เป็นมาตรวัดแบบ Ordinal Scale

ข้อที่ 3 ทำเลที่ตั้งของร้านขายยา Multiple Choice Question
เป็นมาตรวัดแบบ Nominal Scale

ข้อที่ 4 รูปแบบกิจการของร้านขายยา Two-way Question
เป็นมาตรวัดแบบ Nominal Scale

ข้อที่ 5 ลักษณะการชื้อยา Multiple Choice Question
เป็นมาตรวัดแบบ Nominal Scale

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจชื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์ ประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก และความน่าไว้วางใจ โดยเป็นลักษณะคำถามแบบแสดงระดับความคิดเห็น (Likert Scale) มีจำนวน 20 ข้อ คำถามแต่ละข้อจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ (Rating Scale) หรือ 5 ตัวเลือก

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความตั้งใจชื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ โดยเป็นลักษณะคำถามแบบแสดงระดับความคิดเห็น (Likert Scale) มีจำนวน 5 ข้อ คำถามแต่ละข้อจะมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ (Rating Scale) หรือ 5 ตัวเลือก

ส่วนที่ 3 และ 4 ในแบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือนี้ มีวิธีการวัดความคิดเห็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Likert Scale) ดังนี้

| | | |
|---|---------|-------------------|
| 5 | หมายถึง | เห็นด้วยมากที่สุด |
| 4 | หมายถึง | เห็นด้วยมาก |
| 3 | หมายถึง | เห็นด้วยปานกลาง |
| 2 | หมายถึง | เห็นด้วยน้อย |

1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ในการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้เกณฑ์ในการแบ่งระดับการหาความกว้างของอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ใช้สูตรในการหาความกว้างของชั้น (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2560) ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned} \quad (3.2)$$

เกณฑ์การแปลความหมายจัดลำดับค่าเฉลี่ยในการวัดระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษานี้ ได้กำหนดอันตรภาคชั้นเท่ากัน คือ 0.80 ดังนี้

| | | | |
|------------------|-------------|---------|--------------------|
| ระดับคะแนนเฉลี่ย | 4.21 - 5.00 | หมายถึง | เห็นด้วยมากที่สุด |
| ระดับคะแนนเฉลี่ย | 3.41 - 4.20 | หมายถึง | เห็นด้วยมาก |
| ระดับคะแนนเฉลี่ย | 2.61 - 3.40 | หมายถึง | เห็นด้วยปานกลาง |
| ระดับคะแนนเฉลี่ย | 1.81 - 2.60 | หมายถึง | เห็นด้วยน้อย |
| ระดับคะแนนเฉลี่ย | 1.00 - 1.80 | หมายถึง | เห็นด้วยน้อยที่สุด |

3.2.2 การตรวจสอบเครื่องมือ

การวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของตัวแปร ทดสอบแบบสอบถามโดยการทำการทดสอบ (Tryout) โดยการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด แล้วนำไปหาค่าโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัก (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ควรมีค่ามากกว่า 0.70 (เกียรติสุดา ศรีสุข, 2552) แสดงค่าดังตารางที่ 3.2 ต่อไปนี้

ตารางที่ 3.2 ค่าการทดสอบความเชื่อมั่น ด้วยวิธีของ Cronbach's Alpha

| ตัวแปร | จำนวนคำถาม | ค่าความเชื่อมั่น (30 ชุด) |
|---|------------|---------------------------|
| การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน | 5 | 0.78 |
| การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน | 5 | 0.79 |
| สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก | 5 | 0.76 |
| ความน่าไว้วางใจ | 5 | 0.87 |
| ความตั้งใจซื้อจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ | 5 | 0.89 |
| รวม | | 0.82 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 3.2 พบว่า แบบสอบถามฉบับนี้มีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยรวมเท่ากับ 0.82 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 จึงถือว่าแบบสอบถามฉบับนี้มีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เป็นข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของผู้ประกอบการที่ได้รับอนุญาตขายยาแผนปัจจุบัน (ข.ย. 1) หรือร้านขายยาประเภท ข.ย. 1 หรือเภสัชกรผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการในร้านขายยาในภาคใต้ โดยใช้ Google form กระจายในสื่อ Social Media จำนวน 400 ชุด

3.3.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ไม่มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ เนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยที่มีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เฉพาะกลุ่มเป้าหมายจึงต้องเก็บข้อมูลโดยตรง

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ครั้งนี้ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

- 1) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยคุณลักษณะธุรกิจของร้านขายยา ได้แก่ ระยะเวลาดำเนินกิจการร้านขายยา ผลประกอบการต่อเดือน ท่าเลที่ตั้งของร้านขายยา รูปแบบกิจการของร้านขายยา และลักษณะการซื้อยาด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)
- 2) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์ ประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก และความน่าไว้วางใจ ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
- 3) การทดสอบสมมติฐานร้านขายยาที่มีปัจจัยคุณลักษณะธุรกิจแตกต่างกัน จะมีความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ที่แตกต่างกัน ได้แก่ การวิเคราะห์โดยใช้สถิติทดสอบค่า t-test และสถิติทดสอบค่า F-test ในการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) โดยกำหนดที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ 0.05
- 4) การทดสอบสมมติฐานการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก และความน่าไว้วางใจ ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อยาจาก

ผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์เชิงถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) โดยกำหนดที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 3.3 สมมติฐานและสถิติที่ใช้ในการทดสอบ

| สมมติฐานการวิจัย | สถิติที่ใช้ในการทดสอบ |
|---|----------------------------|
| สมมติฐานที่ 1 ร้านขายยาที่มีปัจจัยคุณลักษณะธุรกิจแตกต่างกัน จะมีความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ที่แตกต่างกัน | |
| 1.1 ร้านขายยาที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการร้านขายยาแตกต่างกัน จะมีความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ที่แตกต่างกัน | One-way ANOVA |
| 1.2 ร้านขายยาที่มีผลประกอบการต่อเดือนแตกต่างกัน จะมีความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ที่แตกต่างกัน | One-way ANOVA |
| 1.3 ร้านขายยาที่มีทำเลที่ตั้งของร้านขายยาแตกต่างกัน จะมีความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ที่แตกต่างกัน | One-way ANOVA |
| 1.4 ร้านขายยาที่มีรูปแบบกิจการของร้านขายยา แตกต่างกัน จะมีความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ที่แตกต่างกัน | T-Test |
| 1.5 ร้านขายยาที่มีลักษณะการซื้อยาแตกต่างกัน จะมีความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ที่แตกต่างกัน | One-way ANOVA |
| สมมติฐานที่ 2 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก และความน่าไว้วางใจ ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ | Multiple Linear Regression |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.5.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

แบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

แบบสอบถาม ส่วนที่ 3 และ 4 ได้แก่ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ค่าเฉลี่ย (Mean)

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n} \quad (3.3)$$

เมื่อ \bar{x} แทน ค่าเฉลี่ย
 $\sum x$ แทน ผลรวมทั้งหมด
 n แทน จำนวนคน

2) ค่าร้อยละ (Percentage)

$$\text{ค่าร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนของข้อมูลแต่ละข้อ}}{\text{จำนวนรวมทั้งหมด}} \times 100 \quad (3.4)$$

3) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n\sum(x^2) - (\sum x)^2}{n(n-1)}} \quad (3.5)$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
 x แทน คะแนนแต่ละตัว
 $\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 n แทน จำนวนคนทั้งหมด

3.5.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

การวิเคราะห์โดยใช้การทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ Independent Sample T-Test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์เชิงถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) โดยกำหนดที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ระดับ 0.05 โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1) สถิติ T-test

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{(N_1 - 1)S_1^2 + (N_2 - 1)S_2^2}{N_1 + N_2 - 2} \left(\frac{1}{N_1} + \frac{1}{N_2} \right)}} \quad (3.6)$$

โดยมีค่าความอิสระเท่ากับ $df = n_1 + n_2 - 2$

| | | | |
|-------|------------------------|-----|--|
| เมื่อ | \bar{X}_1, \bar{X}_2 | แทน | ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 1 และ 2 |
| | S_1^2, S_2^2 | แทน | ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่าง 1 และ 2 |
| | N_1, N_2 | แทน | ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 1 และ 2 |
| | df | แทน | ค่าความอิสระ (degree of freedom) |

2) สถิติ F-test

$$F = \frac{MS_b}{MS_w} \quad (3.7)$$

| | | | |
|-------|--------|-----|----------------------------------|
| เมื่อ | F | แทน | อัตราส่วนของความแปรปรวน |
| | MS_b | แทน | ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม |
| | MS_w | แทน | ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนภายในกลุ่ม |

3) การวิเคราะห์เชิงถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้นที่ทำหน้าที่พยากรณ์ตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป กับตัวแปรตาม 1 ตัว เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้นกับตัวแปรตามว่ามีความสัมพันธ์กันเช่นใด โดยอาศัยความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างตัวแปรมาใช้ในการทำนาย โดยเมื่อทราบค่าตัวแปรหนึ่งจะสามารถทำนายอีกตัวแปรหนึ่งได้ (ฉัฐกฤษณ์ รัตนเหม, 2561) ซึ่งมีสมการพยากรณ์ ดังนี้

สถิติทดสอบในนัยสำคัญของ b_i หรือ β_i

$$t = \frac{b}{SE(b)}, df = n - k - 1 \quad (3.8)$$

สถิติทดสอบในนัยสำคัญของ R^2

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}, df = k, n - k - 1 \quad (3.9)$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1) เพื่อศึกษาความแตกต่างของความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ จำแนกตามปัจจัยคุณลักษณะธุรกิจของร้านขายยา

2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้

จากการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลข้อมูล ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

4.1 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามคุณลักษณะธุรกิจของร้านขายยา

ข้อมูลคุณลักษณะธุรกิจของร้านขายยาของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-Ended Response Question) มีจำนวน 5 ข้อ ได้แก่ ระยะเวลาดำเนินกิจการร้านขายยา ผลประกอบการต่อเดือน ทำเลที่ตั้งของร้านขายยา รูปแบบกิจการของร้านขายยา ลักษณะการซื้อยา ได้ผลวิเคราะห์ ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามคุณลักษณะธุรกิจของร้านขายยา

| ปัจจัยคุณลักษณะธุรกิจของร้านขายยา | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-----------------------------------|------------|--------|
| 1. ระยะเวลาดำเนินกิจการร้านขายยา | | |
| ไม่เกิน 10 ปี | 331 | 82.75 |
| 11 - 20 ปี | 34 | 8.50 |
| มากกว่า 20 ปี | 35 | 8.75 |
| รวม | 400 | 100.00 |
| 2. ผลประกอบการต่อเดือน | | |
| ไม่เกิน 150,000 บาท | 149 | 37.25 |
| 150,001 - 300,000 บาท | 136 | 34.00 |
| 300,001 - 450,000 บาท | 42 | 10.50 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

| ปัจจัยคุณลักษณะธุรกิจของร้านขายยา | จำนวน (คน) | ร้อยละ |
|-----------------------------------|------------|--------|
| มากกว่า 450,000 บาท | 73 | 18.25 |
| รวม | 400 | 100.00 |
| 3. ทำเลที่ตั้งของร้านขายยา | | |
| ทำเลที่ตั้งย่านชานเมือง | 212 | 53.00 |
| ทำเลที่ตั้งย่านตัวเมือง | 154 | 38.50 |
| ทำเลที่ตั้งในห้างสรรพสินค้า | 34 | 8.50 |
| รวม | 400 | 100.00 |
| 4. รูปแบบกิจการของร้านขายยา | | |
| ร้านยาเดี่ยวไม่มีสาขา | 308 | 77.00 |
| ร้านขายยาที่มีหลายสาขา | 92 | 23.00 |
| รวม | 400 | 100.00 |
| 5. ลักษณะการซื้อยา | | |
| ออนไลน์อย่างเดียว | 29 | 7.25 |
| ออฟไลน์อย่างเดียว | 115 | 28.75 |
| ออนไลน์และออฟไลน์ผสมกัน | 256 | 64.00 |
| รวม | 400 | 100.00 |

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามมีข้อมูลจำแนกตามคุณลักษณะธุรกิจของร้านขายยา ดังต่อไปนี้

ระยะเวลาดำเนินกิจการร้านขายยา จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาดำเนินกิจการร้านขายยาไม่เกิน 10 ปี มีจำนวน 331 คน คิดเป็นร้อยละ 82.75 รองลงมา มีระยะเวลาดำเนินกิจการร้านขายยามากกว่า 20 ปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 และมีระยะเวลาดำเนินกิจการร้านขายยา 11 - 20 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50

ผลประกอบการต่อเดือน จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีผลประกอบการต่อเดือนไม่เกิน 150,000 บาท มีจำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.25 รองลงมามีผลประกอบการต่อเดือน 150,001 - 300,000 บาท จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 มีผลประกอบการต่อเดือนมากกว่า 450,000 บาท จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 และมีผลประกอบการต่อเดือน 300,001 - 450,000 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50

ทำเลที่ตั้งของร้านขายยา จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทำเลที่ตั้งของร้านขายยาเป็นทำเลที่ตั้งย่านชานเมือง มีจำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 รองลงมามีทำเลที่ตั้งย่าน

ตัวเมือง จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50 และมีทำเลที่ตั้งในห้างสรรพสินค้า จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50

รูปแบบกิจการของร้านขายยา จากการศึกษพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรูปแบบกิจการเป็นร้านยาเดี่ยวไม่มีสาขา มีจำนวน 308 คน คิดเป็นร้อยละ 77.00 และรองลงมาเป็นร้านขายยาที่มีหลายสาขา จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00

ลักษณะการชื้อยา จากการศึกษพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการชื้อยาแบบชื้อออนไลน์และออฟไลน์ผสมกัน มีจำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64.00 รองลงมามีลักษณะการชื้อออฟไลน์อย่างเดียว จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.75 และลักษณะการชื้อออนไลน์อย่างเดียว จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25

4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจชื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์

จากการวิเคราะห์ระดับของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจชื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์ จากด้านต่าง ๆ ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก และความน่าไว้วางใจ ได้ผลวิเคราะห์ดังตารางที่ 4.2 - 4.6

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และลำดับที่ของภาพรวมปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจชื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์

| ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจชื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์ | ค่าเฉลี่ย | S.D. | ระดับความคิดเห็น | ลำดับที่ |
|---|-----------|------|------------------|----------|
| การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน | 4.32 | 0.71 | มากที่สุด | 1 |
| การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน | 4.04 | 0.76 | มาก | 3 |
| สิ่งอำนวยความสะดวก | 4.21 | 0.67 | มากที่สุด | 2 |
| ความน่าไว้วางใจ | 3.84 | 0.86 | มาก | 4 |
| โดยรวม | 4.10 | 0.75 | มาก | |

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ระดับความคิดเห็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจชื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมมีค่าเท่ากับ 4.10 และระดับของปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อความตั้งใจชื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์ไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วน

เบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.75 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน พบว่า ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งานอยู่ในระดับมากที่สุด โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 4.32 และระดับของด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งานไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.71

ลำดับที่ 2 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมากที่สุด โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 4.21 และระดับของด้านสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.67

ลำดับที่ 3 ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน พบว่า ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานอยู่ในระดับมากที่สุด โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 4.04 และระดับของด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.76

ลำดับที่ 4 ด้านความน่าไว้วางใจ พบว่า ด้านความน่าไว้วางใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 3.84 และระดับของด้านความน่าไว้วางใจไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.86

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และลำดับที่ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน

| ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน | ค่าเฉลี่ย | S.D. | ระดับความคิดเห็น | ลำดับที่ |
|---|-----------|------|------------------|----------|
| 1. ท่านคิดว่าการซื้อผ่านช่องทางออนไลน์จะทำให้ท่านมีความสะดวกในการชื้อามากยิ่งขึ้น | 4.39 | 0.83 | มากที่สุด | 2 |
| 2. ท่านคิดว่าการซื้อผ่านช่องทางออนไลน์จะทำให้ท่านประหยัดเวลามากยิ่งขึ้น | 4.32 | 0.90 | มากที่สุด | 3 |
| 3. ท่านคิดว่าการซื้อผ่านช่องทางออนไลน์จะทำให้ท่านสามารถเลือกซื้อสินค้าได้หลากหลายและครบถ้วน | 4.12 | 0.96 | มาก | 5 |
| 4. ท่านคิดว่าการซื้อผ่านช่องทางออนไลน์จะทำให้ท่านทราบราคาสินค้าและรายละเอียดเงื่อนไขการขายก่อนการสั่งซื้อสินค้า | 4.27 | 0.94 | มากที่สุด | 4 |

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

| ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ ที่เกิดจากการใช้งาน | ค่าเฉลี่ย | S.D. | ระดับความคิดเห็น | ลำดับที่ |
|---|-----------|------|------------------|----------|
| 5. ท่านคิดว่าการชื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์ทำให้ลดความเสี่ยงในสภาวะปัจจุบันได้ เช่น ลดการเดินทางและลดการพบปะกับพนักงานขายหรือตัวแทนขาย | 4.50 | 0.80 | มากที่สุด | 1 |
| โดยรวม | 4.32 | 0.71 | มากที่สุด | |

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ระดับความคิดเห็นของด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งานไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.89 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับจากมาก ไปน้อยได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าการชื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์ทำให้ลดความเสี่ยงในสภาวะปัจจุบันได้ เช่น ลดการเดินทางและลดการพบปะกับพนักงานขายหรือตัวแทนขาย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 ซึ่งเห็นด้วยในระดับมากที่สุด และระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งานไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.80

ลำดับที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าการชื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์จะทำให้ท่านมีความสะดวกในการชื้อยามากยิ่งขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ซึ่งเห็นด้วยในระดับมากที่สุด และระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งานไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.83

ลำดับที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าการชื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์จะทำให้ท่านประหยัดเวลามากยิ่งขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ซึ่งเห็นด้วยในระดับมากที่สุด และระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งานไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.90

ลำดับที่ 4 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าการชื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์จะทำให้ท่านทราบราคาสินค้าและรายละเอียดเงื่อนไขการขายก่อนการสั่งสินค้า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ซึ่งเห็นด้วยในระดับมากที่สุด และระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งานไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.94

ลำดับที่ 5 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าการชื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์จะทำให้ท่านสามารถเลือกซื้อสินค้าได้หลากหลายและครบถ้วน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ซึ่งเห็นด้วยในระดับ

มาก และระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน ไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.96

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และลำดับที่ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน

| ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน | ค่าเฉลี่ย | S.D. | ระดับความคิดเห็น | ลำดับที่ |
|---|-----------|------|------------------|----------|
| 1. ท่านคิดว่าการซื้อผ่านช่องทางออนไลน์จะมีขั้นตอนการสั่งซื้อที่สามารถทำได้ง่าย | 4.23 | 0.87 | มากที่สุด | 3 |
| 2. ท่านคิดว่าการซื้อผ่านช่องทางออนไลน์จะมีการชำระเงินที่ง่ายและไม่ยุ่งยาก | 4.24 | 0.92 | มากที่สุด | 2 |
| 3. ท่านคิดว่าการซื้อผ่านช่องทางออนไลน์จะมีขั้นตอนในการตรวจสอบสถานะของการสั่งซื้อได้ง่าย | 4.28 | 0.91 | มากที่สุด | 1 |
| 4. ท่านคิดว่าการซื้อผ่านช่องทางออนไลน์จะสามารถซื้อในปริมาณมากได้โดยง่าย | 3.89 | 1.07 | มาก | 4 |
| 5. ท่านคิดว่าการซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ไม่จำเป็นต้องใช้ทักษะเฉพาะทางด้านเทคโนโลยี | 3.53 | 1.07 | มาก | 5 |
| โดยรวม | 4.04 | 0.76 | มาก | |

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ระดับความคิดเห็นของด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 และระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.76 เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าการซื้อผ่านช่องทางออนไลน์จะมีขั้นตอนในการตรวจสอบสถานะของการสั่งซื้อได้ง่าย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ซึ่งเห็นด้วยในระดับมากที่สุด และระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.91

ลำดับที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าการซื้อผ่านช่องทางออนไลน์จะมีการชำระเงินที่ง่ายและไม่ยุ่งยาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ซึ่งเห็นด้วยในระดับมากที่สุด และระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.92

ลำดับที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าการซื้อผ่านช่องทางออนไลน์จะมีขั้นตอนการสั่งซื้อที่สามารถทำได้ง่าย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ซึ่งเห็นด้วยในระดับมากที่สุด และระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.87

ลำดับที่ 4 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าการซื้อผ่านช่องทางออนไลน์จะสามารถซื้อได้ในปริมาณมากได้โดยง่าย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ซึ่งเห็นด้วยในระดับมาก และระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานแตกต่างกันเล็กน้อย โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.07

ลำดับที่ 5 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าการซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ไม่จำเป็นต้องใช้ทักษะเฉพาะทางด้านเทคโนโลยี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 ซึ่งเห็นด้วยในระดับมาก และระดับความคิดเห็นด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานแตกต่างกันเล็กน้อย โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.07

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และลำดับที่ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

| สิ่งอำนวยความสะดวก | ค่าเฉลี่ย | S.D. | ระดับความคิดเห็น | ลำดับที่ |
|---|-----------|------|------------------|----------|
| 1. ท่านมีอุปกรณ์ เช่น สมาร์ทโฟนหรือเครื่องคอมพิวเตอร์ชนิดใดก็ได้ ที่จะใช้ซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ | 4.74 | 0.55 | มากที่สุด | 1 |
| 2. ท่านสามารถเข้าถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ได้อย่างสะดวกสบาย | 4.73 | 0.58 | มากที่สุด | 2 |
| 3. ร้านขายส่งผ่านช่องทางออนไลน์ มีคู่มือการใช้งานระบบที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย | 3.95 | 0.99 | มาก | 3 |
| 4. ระบบการซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ มีระบบคอลเซ็นเตอร์ที่สนับสนุนและช่วยแก้ไขปัญหาตลอดเวลา | 3.69 | 1.11 | มาก | 5 |
| 5. ระบบการซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ มีระบบแจ้งเตือน หรือติดตามสถานะการสั่งซื้อและรับสินค้า | 3.92 | 1.01 | มาก | 4 |
| โดยรวม | 4.21 | 0.67 | มากที่สุด | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ระดับความคิดเห็นของด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 และระดับความคิดเห็นด้านสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.67 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่ามีอุปกรณ์ เช่น สมาร์ทโฟนหรือเครื่องคอมพิวเตอร์ชนิดใดก็ได้ ที่จะใช้ซื้อขายผ่านทางออนไลน์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.74 ซึ่งเห็นด้วยในระดับมากที่สุด และระดับความคิดเห็นด้านสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.55

ลำดับที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นที่สามารถเข้าถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อซื้อขายผ่านทางออนไลน์ได้อย่างสะดวกสบาย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73 ซึ่งเห็นด้วยในระดับมากที่สุด และระดับความคิดเห็นด้านสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.58

ลำดับที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าร้านขายส่งยาผ่านทางออนไลน์ มีคู่มือการใช้งานระบบที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ซึ่งเห็นด้วยในระดับมาก และระดับความคิดเห็นด้านสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.99

ลำดับที่ 4 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าการซื้อขายผ่านทางออนไลน์ มีระบบแจ้งเตือน หรือติดตามสถานะการสั่งซื้อและรับสินค้า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ซึ่งเห็นด้วยในระดับมาก และระดับความคิดเห็นด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกันเล็กน้อย โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.01

ลำดับที่ 5 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าการซื้อขายผ่านทางออนไลน์ มีระบบคอลเซ็นเตอร์ที่สนับสนุนและช่วยแก้ไขปัญหาตลอดเวลา โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ซึ่งเห็นด้วยในระดับมาก และระดับความคิดเห็นด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกันเล็กน้อย โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.11

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และลำดับที่ของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อขายช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ด้านความน่าไว้วางใจ

| ความน่าไว้วางใจ | ค่าเฉลี่ย | S.D. | ระดับความคิดเห็น | ลำดับที่ |
|---|-----------|------|------------------|----------|
| 1. ท่านคิดว่าการซื้อขายผ่านทางออนไลน์จะมีระบบที่สามารถตรวจสอบและยืนยันตัวตนผู้ซื้อได้เพื่อความปลอดภัย | 3.90 | 1.08 | มาก | 2 |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

| ความน่าไว้วางใจ | ค่าเฉลี่ย | S.D. | ระดับความคิดเห็น | ลำดับที่ |
|--|-----------|------|------------------|----------|
| 2. ท่านคิดว่าการชื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์จะมีการชำระเงินที่มีความปลอดภัยน่าเชื่อถือ | 3.99 | 0.96 | มาก | 1 |
| 3. ท่านคิดว่าการชื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์จะได้รับสินค้าครบถ้วน ถูกต้องตามที่ท่านสั่งซื้อ | 3.84 | 0.95 | มาก | 3 |
| 4. ท่านคิดว่าการชื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์จะมีการจัดส่งสินค้าที่ตรงตามระยะเวลาที่กำหนด | 3.80 | 0.97 | มาก | 4 |
| 5. ท่านคิดว่าผู้ขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์จะมีระบบที่มีมาตรฐาน และมีความปลอดภัยในการเก็บข้อมูลการชื้อสินค้าและข้อมูลส่วนตัวของท่าน | 3.65 | 1.04 | มาก | 5 |
| โดยรวม | 3.70 | 0.50 | มาก | |

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อความน่าไว้วางใจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 และระดับความคิดเห็นด้านความน่าไว้วางใจไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.86 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าการชื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์จะมีการชำระเงินที่มีความปลอดภัยน่าเชื่อถืออยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 3.99 และระดับความคิดเห็นด้านความน่าไว้วางใจไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.96

ลำดับที่ 2 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าการชื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์จะมีระบบที่สามารถตรวจสอบและยืนยันตัวตนผู้ชื้อได้เพื่อความปลอดภัยอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 3.90 และระดับความคิดเห็นด้านความน่าไว้วางใจแตกต่างกันเล็กน้อย โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.08

ลำดับที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าการชื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์จะได้รับสินค้าครบถ้วน ถูกต้องตามที่ท่านสั่งซื้ออยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 3.84 และระดับความคิดเห็นด้านความน่าไว้วางใจไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.95

ลำดับที่ 4 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าการซื้อผ่านช่องทางออนไลน์จะมีการจัดส่งสินค้าที่ตรงตามระยะเวลาที่กำหนดอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 3.80 และระดับความคิดเห็นด้านความน่าไว้วางใจไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.97

ลำดับที่ 5 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าคุณขายส่งผ่านช่องทางออนไลน์จะมีระบบที่มีมาตรฐาน และมีความปลอดภัยในการเก็บข้อมูลการซื้อสินค้าและข้อมูลส่วนตัวของท่านอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 3.65 และระดับความคิดเห็นด้านความน่าไว้วางใจแตกต่างกันเล็กน้อย โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.04

4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อความตั้งใจซื้อจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้

จากการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อความตั้งใจซื้อจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ ซึ่งใช้การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ได้ผลวิเคราะห์ดังแสดงในตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับ และลำดับที่ของความตั้งใจซื้อจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้

| ความตั้งใจซื้อจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ | ค่าเฉลี่ย | S.D. | ระดับความคิดเห็น | ลำดับที่ |
|--|-----------|------|------------------|----------|
| 1. ท่านตั้งใจเปิดรับระบบการตั้งซื้อจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ | 4.22 | 0.89 | มากที่สุด | 2 |
| 2. ท่านมีความตั้งใจที่จะซื้อจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ | 4.18 | 0.92 | มาก | 3 |
| 3. ท่านวางแผนและเตรียมอุปกรณ์สำหรับที่จะใช้ซื้อจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ | 4.08 | 0.94 | มาก | 4 |
| 4. หากท่านมีความต้องการซื้อจากผู้รับอนุญาตขายส่งยา ท่านจะนึกถึงการซื้อจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์เป็นอันดับแรก | 3.80 | 1.12 | มาก | 5 |

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

| ความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ | ค่าเฉลี่ย | S.D. | ระดับความคิดเห็น | ลำดับที่ |
|--|-----------|------|------------------|----------|
| 5. เมื่อมีข้อมูลเกี่ยวกับการซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ท่านจะศึกษาเพิ่มเติมอย่างแน่นอน | 4.25 | 0.85 | มากที่สุด | 1 |
| โดยรวม | 4.11 | 0.81 | มาก | |

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมมีค่าเท่ากับ 4.11 และระดับความคิดเห็นต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.81 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้

ลำดับที่ 1 เมื่อมีข้อมูลเกี่ยวกับการซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ท่านจะศึกษาเพิ่มเติมอย่างแน่นอนอยู่ในระดับมากที่สุด โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 4.25 และระดับความคิดเห็นต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.85

ลำดับที่ 2 ท่านตั้งใจเปิดรับระบบการสั่งซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์อยู่ในระดับมากที่สุด โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 4.22 และระดับความคิดเห็นต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.89

ลำดับที่ 3 ท่านมีความตั้งใจที่จะซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 4.18 และระดับความคิดเห็นต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.92

ลำดับที่ 4 ท่านวางแผนและเตรียมอุปกรณ์สำหรับที่จะใช้ซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 4.08 และระดับความคิดเห็นต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ไม่ต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.94

ลำดับที่ 5 หากท่านมีความต้องการซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยา ท่านจะนึกถึงการซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์เป็นอันดับแรกอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยมีค่าเท่ากับ 3.80 และระดับความคิดเห็นต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่าน

ช่องทางออนไลน์แตกต่างกันเล็กน้อย โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.12

4.4 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์จำแนกตามปัจจัยคุณลักษณะธุรกิจของร้านขายยา

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ตั้งสมมติฐานว่าร้านขายยาที่มีปัจจัยคุณลักษณะธุรกิจแตกต่างกัน จะมีความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ที่แตกต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบแบบ Independent Samples T-Test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์จำแนกตามปัจจัยคุณลักษณะธุรกิจของร้านขายยาในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

4.4.1 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์จำแนกตามระยะเวลาดำเนินกิจการร้านขายยา

ในการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์จำแนกตามระยะเวลาดำเนินกิจการร้านขายยา ได้ใช้สถิติทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ซึ่งผลจากการทดสอบพบว่า ร้านขายยาที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการร้านขายยาแตกต่างกัน จะมีความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์จำแนกตามระยะเวลาดำเนินกิจการร้านขายยา

| แหล่งความแปรปรวน | SS | df | MS | F | Sig. |
|------------------|--------|-----|------|------|------|
| ระหว่างกลุ่ม | 2.49 | 2 | 1.24 | 1.88 | 0.15 |
| ภายในกลุ่ม | 262.21 | 397 | 0.66 | | |
| รวม | 264.70 | 399 | | | |

4.4.2 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์จำแนกตามผลประกอบการต่อเดือน

ในการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์จำแนกตามผลประกอบการต่อเดือน ได้ใช้สถิติทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ซึ่งผลจากการทดสอบพบว่า ร้านขายยาที่มีผลประกอบการต่อเดือนแตกต่าง

กัน จะมีความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์จำแนกตามผลประกอบการต่อเดือน

| แหล่งความแปรปรวน | SS | df | MS | F | Sig. |
|------------------|--------|-----|------|------|------|
| ระหว่างกลุ่ม | 1.24 | 3 | 0.41 | 0.62 | 0.60 |
| ภายในกลุ่ม | 263.45 | 396 | 0.66 | | |
| รวม | 264.70 | 399 | | | |

4.4.3 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์จำแนกตามทำเลที่ตั้งของร้านขายยา

ในการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์จำแนกตามทำเลที่ตั้งของร้านขายยา ได้ใช้สถิติทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ซึ่งผลจากการทดสอบพบว่า ร้านขายยาที่มีทำเลที่ตั้งของร้านขายยาแตกต่างกัน จะมีความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์จำแนกตามทำเลที่ตั้งของร้านขายยา

| แหล่งความแปรปรวน | SS | df | MS | F | Sig. |
|------------------|--------|-----|------|------|------|
| ระหว่างกลุ่ม | 0.18 | 2 | 0.09 | 0.14 | 0.87 |
| ภายในกลุ่ม | 264.52 | 397 | 0.67 | | |
| รวม | 264.70 | 399 | | | |

4.4.4 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์จำแนกตามรูปแบบกิจการของร้านขายยา

ในการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์จำแนกตามรูปแบบกิจการของร้านขายยา โดยใช้สถิติทดสอบแบบ Independent Samples T-Test เนื่องจากตัวแปรรูปแบบกิจการของร้านขายยามีเพียง 2 กลุ่ม โดยจากการทดสอบพบว่า ร้านขายยาที่มีรูปแบบกิจการของร้านขายยาแตกต่างกัน จะมีความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาต

ขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ไม่แตกต่างกัน โดยร้านยาเดี่ยวไม่มีสาขามีค่าเฉลี่ยสูงกว่าร้านขายยาที่มีหลายสาขาเพียงเล็กน้อย ดังตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์จำแนกตามรูปแบบกิจการของร้านขายยา

| รูปแบบกิจการของร้านขายยา | จำนวน | ค่าเฉลี่ย | S.D. | T | Sig. |
|--------------------------|-------|-----------|------|------|------|
| ร้านยาเดี่ยวไม่มีสาขา | 308 | 4.11 | 0.82 | 0.73 | 0.39 |
| ร้านขายยาที่มีหลายสาขา | 92 | 4.09 | 0.78 | | |

4.4.5 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์จำแนกตามลักษณะการซื้อยา

ในการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์จำแนกตามลักษณะการซื้อยา ได้ใช้สถิติทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ซึ่งผลจากการทดสอบพบว่า ร้านขายยาที่มีลักษณะการซื้อยาแตกต่างกัน จะมีความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังตารางที่ 4.12 จึงได้ทดสอบเพื่อเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD ต่อไป

ตารางที่ 4.12 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์จำแนกตามลักษณะการซื้อยา

| แหล่งความแปรปรวน | SS | df | MS | F | Sig. |
|------------------|--------|-----|-------|-------|--------|
| ระหว่างกลุ่ม | 22.76 | 2 | 11.38 | 18.67 | 0.00** |
| ภายในกลุ่ม | 241.94 | 397 | 0.61 | | |
| รวม | 264.70 | 399 | | | |

หมายเหตุ: ** ค่าที่มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01

จากการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD พบว่า ร้านขายยาที่มีลักษณะการซื้อแบบออนไลน์อย่างเดียวมีระดับความคิดเห็นต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์แตกต่างกันกับร้านขายยาที่มีลักษณะการซื้อแบบออฟไลน์อย่างเดียว และออนไลน์และออฟไลน์ผสมกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยร้านขายยาที่มีลักษณะการซื้อแบบออนไลน์อย่างเดียวมีระดับความคิดเห็นต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์มากกว่าร้าน

ขายยาที่มีลักษณะการซื้อแบบออฟไลน์อย่างเดียว และออนไลน์และออฟไลน์ผสมกัน ส่วนร้านขายยาที่มีลักษณะการซื้อแบบออฟไลน์อย่างเดียวมีระดับความคิดเห็นต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์แตกต่างกันกับร้านขายยาที่มีลักษณะการซื้อแบบออนไลน์และออฟไลน์ผสมกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยร้านขายยาที่มีลักษณะการซื้อแบบออฟไลน์อย่างเดียวมีระดับความคิดเห็นต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์น้อยกว่าร้านขายยาที่มีลักษณะการซื้อแบบออนไลน์และออฟไลน์ผสมกัน ดังตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 การเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์จำแนกตามลักษณะการซื้อยา

| ลักษณะการซื้อยา | ค่าเฉลี่ย | ออนไลน์ อย่างเดียว n = 29 | ออฟไลน์ อย่างเดียว n = 115 | ออนไลน์และ ออฟไลน์ผสมกัน n = 256 |
|-----------------------------|-----------|---------------------------------|----------------------------------|--|
| ลักษณะการซื้อยา | ค่าเฉลี่ย | 4.63 | 3.77 | 4.20 |
| ออนไลน์อย่างเดียว | 4.63 | - | 0.85 (0.00)** | 0.43 (0.00)** |
| ออฟไลน์อย่างเดียว | 3.77 | - | - | -0.42 (0.00)** |
| ออนไลน์และ ออฟไลน์ผสมกัน | 4.20 | - | - | - |

หมายเหตุ: ** ค่าที่มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01

4.5 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก และความน่าไว้วางใจ โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น (Multiple Regression Analysis) จากการศึกษาพบว่า มีค่า R^2 เท่ากับ 0.57 แสดงว่าตัวแปรอิสระสามารถอธิบายความผันแปรของความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ได้ร้อยละ 57 โดยปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งานมีผล

ทางบวกต่อความตั้งใจซื้อจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์โดยรวมเชิงเส้นตรงมากที่สุด ($\beta = 0.44$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 รองลงมา คือ ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานและความน่าไว้วางใจ โดยมีผลทางบวกต่อความตั้งใจซื้อจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์โดยรวมเชิงเส้นตรง ($\beta = 0.20, \beta = 0.15$) ตามลำดับ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ดังตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้

| ปัจจัย | B | Std. error | Beta (β) | t | p-value |
|---|------|------------|------------------|------|---------|
| ค่าคงที่ | 0.17 | 0.19 | | 0.87 | 0.38 |
| การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน | 0.50 | 0.06 | 0.44 | 8.96 | 0.00** |
| การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน | 0.21 | 0.06 | 0.20 | 3.57 | 0.00** |
| สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก | 0.09 | 0.06 | 0.07 | 1.48 | 0.14 |
| ความน่าไว้วางใจ | 0.14 | 0.05 | 0.15 | 3.12 | 0.00** |

$R^2 = 0.57$; $SEE = 0.54$; $F = 131.11$; $Sig = 0.00^{**}$

หมายเหตุ: ** ค่าที่มีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยจะกล่าวถึง การสรุปผล การอภิปราย และข้อเสนอแนะ การวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ โดยระยะเวลาในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัย คือ ระหว่างเดือนสิงหาคม 2564 ถึงเดือนพฤศจิกายน 2564 โดยใช้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา จำนวน 400 ตัวอย่าง และเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งสถิติที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) และสถิติที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์โดยใช้สถิติทดสอบค่า t-test และสถิติทดสอบค่า F-test ในการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และสถิติการวิเคราะห์เชิงถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis)

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย และมีการวิเคราะห์ผลการวิจัยในบทที่ 4 จึงสามารถสรุปผลการวิจัย โดยเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 อภิปรายผลการวิจัย
- 5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามคุณลักษณะธุรกิจของร้านขายยา

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามคุณลักษณะธุรกิจของร้านขายยาจากร้านขายยาในเขตภาคใต้ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีร้านขายยาที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการร้านขายยาไม่เกิน 10 ปี มีผลประกอบการต่อเดือนไม่เกิน 150,000 บาท มีทำเลที่ตั้งของร้านขายยาย่านชานเมือง เป็นร้านยาเดี่ยวไม่มีสาขา และมีลักษณะการซื้อยาแบบออนไลน์และออฟไลน์ผสมกัน

5.1.2 ผลการวิเคราะห์ระดับของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อผ่านช่องทางออนไลน์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลระดับของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านแล้วพบว่า ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งานและด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีระดับความคิดเห็นในระดับมากที่สุด ส่วนด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานและด้านความน่าไว้วางใจ มีระดับความคิดเห็นในระดับมาก

5.1.3 สรุปผลการวิเคราะห์ระดับของความตั้งใจซื้อจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า กลุ่มตัวอย่างของประชากรร้านขายยาในเขตภาคใต้มีความตั้งใจซื้อจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก

5.1.4 สรุปผลการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อความตั้งใจซื้อจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ จำแนกตามปัจจัยคุณลักษณะธุรกิจของร้านขายยา

สมมติฐานที่ 1 ร้านขายยาที่มีปัจจัยคุณลักษณะธุรกิจแตกต่างกัน จะมีความตั้งใจซื้อจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 5.1 ผลการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน

| สมมติฐานการวิจัย | ผลการทดสอบสมมติฐาน | |
|---|--------------------|------------|
| | แตกต่าง | ไม่แตกต่าง |
| 1.1 ร้านขายยาที่มีระยะเวลาดำเนินการร้านขายยาแตกต่างกัน จะมีความตั้งใจซื้อจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ที่แตกต่างกัน | | ✓ |
| 1.2 ร้านขายยาที่มีผลประกอบการต่อเดือนแตกต่างกัน จะมีความตั้งใจซื้อจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ที่แตกต่างกัน | | ✓ |
| 1.3 ร้านขายยาที่มีทำเลที่ตั้งของร้านขายยาแตกต่างกัน จะมีความตั้งใจซื้อจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ที่แตกต่างกัน | | ✓ |
| 1.4 ร้านขายยาที่มีรูปแบบกิจการของร้านขายยาแตกต่างกัน จะมีความตั้งใจซื้อจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ที่แตกต่างกัน | | ✓ |

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

| สมมติฐานการวิจัย | ผลการทดสอบสมมติฐาน | |
|--|--------------------|------------|
| | แตกต่าง | ไม่แตกต่าง |
| 1.5 ร้านขายยาที่มีลักษณะการชื้อยาแตกต่างกัน จะมีความตั้งใจชื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ที่แตกต่างกัน | ✓ | |

จากตารางที่ 5.1 พบว่า ร้านขายยาที่มีปัจจัยคุณลักษณะธุรกิจแตกต่างกัน จะมีความตั้งใจชื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ที่แตกต่างกัน ได้แก่ ลักษณะการชื้อยา สำหรับร้านขายยาที่มีปัจจัยคุณลักษณะธุรกิจแตกต่างกัน จะมีความตั้งใจชื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ที่ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ ระยะเวลาดำเนินกิจการร้านขายยา ผลประกอบการต่อเดือน ทำเลที่ตั้งของร้านขายยา และรูปแบบกิจการของร้านขายยา

5.1.5 สรุปผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจชื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้

สมมติฐานที่ 2 การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก และความน่าไว้วางใจ ส่งผลต่อความตั้งใจชื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ประกอบการที่ได้รับอนุญาตขายยาแผนปัจจุบัน (ข.ย. 1) หรือร้านขายยาประเภท ข.ย. 1 หรือเภสัชกรผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการในร้านขายยาในภาคใต้ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจชื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ความน่าไว้วางใจ โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น (Multiple Regression Analysis) ซึ่งจากการศึกษาพบว่า มีค่า $R^2 = 0.57$ นั้นหมายความว่า ตัวแปรอิสระนั้นสามารถอธิบายถึงความผันแปรเชิงเส้นตรงของความตั้งใจชื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ได้ร้อยละ 57 โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจชื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน ($\beta = 0.44$) ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ($\beta = 0.20$) ด้านความน่าไว้วางใจ ($\beta = 0.15$) ที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ตามลำดับ

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้” สามารถนำผลการวิจัยมาอภิปรายได้ดังนี้

5.2.1 อภิปรายผลการศึกษาข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณลักษณะธุรกิจของร้านขายยากับระดับความคิดเห็นต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ร้านขายยาที่มีลักษณะการซื้อยาแตกต่างกัน จะมีความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้แตกต่างกัน ซึ่งสามารถอภิปรายได้ดังนี้

ปัจจัยคุณลักษณะธุรกิจของร้านขายยา ด้านลักษณะการซื้อยา พบว่า ร้านขายยาที่มีลักษณะการซื้อแบบออนไลน์อย่างเดียวมีระดับความคิดเห็นต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์แตกต่างกันกับร้านขายยาที่มีลักษณะการซื้อแบบออฟไลน์อย่างเดียวและออนไลน์และออฟไลน์ผสมกัน โดยร้านขายยาที่มีลักษณะการซื้อแบบออนไลน์อย่างเดียวนั้นมีระดับความคิดเห็นมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ เนื่องจากร้านขายยาที่มีลักษณะการซื้อแบบออนไลน์อย่างเดียวนั้นซื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์อยู่แล้ว และไม่ได้มีการซื้อผ่านช่องทางอื่น ๆ เลย

ร้านขายยาที่มีลักษณะการซื้อแบบออฟไลน์อย่างเดียว เป็นกลุ่มที่ไม่เคยซื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์มาก่อน โดยอาจเป็นร้านขายยาที่เปิดทำการมานานในช่วง 11-20 ปี หรือมากกว่า 20 ปี ซึ่งจะมีความรู้สึกว่าการซื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์มีกระบวนการที่ยุ่งยากและมีความคุ้นชินกับช่องทางออฟไลน์ จึงมีระดับความคิดเห็นต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์น้อยกว่ากลุ่มอื่น ๆ และอาจเนื่องมาจากร้านขายส่งยายังมีไม่มากพอ มีเฉพาะร้านขายส่งยาใหญ่ ๆ ที่สามารถจัดทำช่องทางออนไลน์ได้เต็มรูปแบบ อีกทั้งร้านขายยาทั่วไปนิยมซื้อยาจากร้านขายส่งยาในพื้นที่จังหวัดที่ร้านขายยาตั้งอยู่ เพื่อความรวดเร็วในการได้รับสินค้า แต่ในบางจังหวัดอาจไม่มีร้านขายส่งยาที่ขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์

ในส่วนร้านขายยาที่มีลักษณะการซื้อแบบออนไลน์และออฟไลน์ผสมกัน ที่มีระดับความคิดเห็นต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์แตกต่างกันกับร้านขายยาที่มีลักษณะการซื้อแบบออนไลน์อย่างเดียวและร้านขายยาที่มีลักษณะการซื้อแบบออฟไลน์อย่างเดียว เนื่องจากในกลุ่มนี้ร้านขายยาจะซื้อยาผ่านทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ผสมกัน โดยที่ร้านขายยาในกลุ่มนี้อาจเป็นร้านขายยาที่เปิดทำการมาในระยะเวลานึงไม่นานเกินไป ผู้ประกอบการร้านขายยาจึงอาจพร้อมที่จะเปิดรับการซื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์แต่ก็ยังมีความคุ้นชินกับช่องทางออฟไลน์ รวมถึงร้านขายส่งยาที่ร้านขายยาซื้อยาอยู่ประจำบางร้านอาจยังไม่มี

ระบบการขายยาผ่านช่องทางออนไลน์ และอาจสรุปได้ว่าร้านขายยาที่มีการซื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์อย่างเดียวนั้นอาจจะเป็นร้านขายยาที่ผู้ประกอบการเป็นเกษตรกรรุ่นใหม่ที่มีการเปิดทำการในระยะเวลาที่น้อยกว่า 10 ปี ซึ่งมีความรู้ดีกว่าการซื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์สามารถทำได้ง่ายและมีประโยชน์ต่อธุรกิจ

5.2.2 อภิปรายผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้

จากผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ พบว่า ตัวแปรอิสระ ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน สภาพสิ่งแวดล้อมความสะดวก และความน่าไว้วางใจ โดยรวมสามารถอธิบายความผันแปรของความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ได้ร้อยละ 57 ซึ่งปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน และด้านความน่าไว้วางใจ ส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ โดยรวมในเชิงเส้นตรงที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ตามลำดับ ซึ่งสามารถอภิปรายได้ดังนี้

ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน พบว่า มีค่า β สูงสุดและมีผลทางบวกต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ในระดับมากที่สุด เพราะผู้ประกอบการร้านขายยารับรู้ว่า การซื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์ ทำให้มีความสะดวกในการซื้อและประหยัดเวลามากยิ่งขึ้น ทำให้ทราบราคาสินค้าและรายละเอียดเงื่อนไขการขายก่อนการสั่งซื้อสินค้า และลดความเสี่ยงในสถานะปัจจุบันได้ เช่น ลดการเดินทางและลดการพบปะกับพนักงานขายหรือตัวแทนขาย โดยการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งานนั้นส่งผลทำให้มีความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ตามทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Davis, 1989) กล่าวไว้ว่า เมื่อบุคคลมีความเชื่อหรือความคาดหวังว่าการใช้เทคโนโลยีหรือระบบใดระบบหนึ่งจะสามารถเพิ่มศักยภาพในการทำงานของบุคคลนั้นได้ จะก่อให้เกิดความตั้งใจในการใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุชาติณี ตูลานนท์ (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้สูงอายุ พบว่า การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานเป็นปัจจัยที่กำหนดการรับรู้ในแต่ละบุคคลว่าเทคโนโลยีสารสนเทศมีส่วนช่วยพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน และเป็นปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมการใช้ด้วย การแสดงถึงระดับที่ผู้ใช้สามารถรับรู้ได้ว่าเทคโนโลยีสารสนเทศมีส่วนช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน เป็นการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการนำเทคโนโลยีมาใช้มีส่วนช่วยในการปรับปรุงการใช้เดิมให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น การรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน จึงมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้สูงอายุ

ดังนั้น ผู้รับอนุญาตขายส่งยาหรือผู้ประกอบการร้านขายยาควรที่จะออกแบบช่องทางออนไลน์ที่ใช้ในการสั่งซื้อยาให้ผู้ประกอบการร้านขายยามีความรู้สึกว่ามีความสะดวกและประหยัดเวลาในการสั่งซื้อ ให้สามารถเลือกซื้อสินค้าได้หลากหลายและครบถ้วน ให้ผู้ประกอบการร้านขายยาทราบราคาสินค้าและรายละเอียดเงื่อนไขการขายก่อนการสั่งซื้อสินค้า

ปัจจัยด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน พบว่า มีผลทางบวกต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ในระดับมาก เพราะผู้ประกอบการร้านขายยารับรู้ว่าการซื้อผ่านช่องทางออนไลน์จะมีขั้นตอนการสั่งซื้อ การชำระเงิน การตรวจสอบสถานะของการสั่งซื้อ ซื้อยาในปริมาณมาก ที่สามารถทำได้ง่ายและไม่ยุ่งยาก และการซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ไม่จำเป็นต้องใช้ทักษะเฉพาะทางด้านเทคโนโลยี โดยการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งานนั้นส่งผลทำให้มีความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ ซึ่งสามารถอธิบายได้ตามแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี หรือ TAM (Davis, 1989) กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้งานเชื่อว่าเทคโนโลยีที่นำมาใช้เป็นระบบที่สามารถเรียนรู้ได้ง่าย สามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องอาศัยความพยายามอย่างมาก จะส่งผลโดยตรงกับทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน และนำไปสู่ความตั้งใจในการใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มัสลิน ใจคุณ (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยี ความไว้วางใจ และการตลาดผ่านสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook LIVE) ของกลุ่มผู้บริโภค Generations X, Y, Z พบว่า การรับรู้ว่าการใช้งานง่าย มีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีอิทธิพลทางตรงกับทัศนคติที่มีต่อการซื้อส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทาง เฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook LIVE) อย่างมีนัยสำคัญ และงานวิจัยของ ศรารุช คำจำ (2560) ทำการศึกษาเรื่อง ตัวแบบความตั้งใจใช้เอ็มคอมเมิร์ซแบบธุรกิจกับธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการร้านค้าส่งค้าปลีกแบบดั้งเดิมในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความตั้งใจใช้ B2B M-Commerce ในทุกกลุ่มผู้ประกอบการ แต่อย่างไรก็ตามการพัฒนาระบบสารสนเทศให้ผู้ใช้งานสามารถใช้ได้อย่างง่ายโดยไม่ต้องใช้ความพยายามนั้นเป็นหลักการขั้นต้นที่ควรปฏิบัติ ถ้าหากผู้ใช้งานรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ก็จะรับรู้ได้ถึงประโยชน์ของ B2B M-Commerce ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานที่นำไปสู่ความตั้งใจใช้ B2B M-Commerce ได้ ในส่วนของผลระดับคะแนนความคิดเห็นของข้อคำถามที่สอบถามว่า “ท่านคิดว่าการซื้อผ่านช่องทางออนไลน์จะสามารถซื้อยาในปริมาณมากได้โดยง่าย” มีค่า S.D. เท่ากับ 1.07 ซึ่งเป็นค่าการกระจายตัวของระดับคะแนนที่กว้าง ผู้วิจัยมีความคิดว่าเกิดจากร้านขายยาในแต่ละร้านจะมีปริมาณการสั่งซื้อที่ไม่เท่ากัน บางร้านอาจจะสั่งเป็นปริมาณมาก บางร้านอาจสั่งซื้อปริมาณน้อย ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามมีประสบการณ์การสั่งซื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์ที่แตกต่างกัน และอีกข้อคำถามที่สอบถามว่า “ท่านคิดว่าการซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ไม่จำเป็นต้องใช้ทักษะเฉพาะทางด้านเทคโนโลยี” มีค่า S.D. เท่ากับ 1.07 ผู้วิจัยมีความคิดว่าเกิดจากผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคนจะมีความรู้พื้นฐานในเรื่องเทคโนโลยีที่

ต่างกันทำให้มีความคิดถึงความจำเป็นของทักษะเฉพาะทางด้านเทคโนโลยีที่แตกต่างกัน

ดังนั้น ผู้รับอนุญาตขายส่งยาหรือผู้ประกอบการร้านขายส่งยาควรที่จะออกแบบช่องทางออนไลน์ในการสั่งซื้อยาให้มีขั้นตอนการสั่งซื้อที่สามารถทำได้ง่าย มีการชำระเงินที่ง่ายและไม่ยุ่งยาก สามารถตรวจสอบสถานะของการสั่งซื้อ อำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบการร้านขายยาสามารถซื้อขายในปริมาณมาก ๆ รวมทั้งจัดให้มีการอบรมหรือสอนวิธีการใช้งานช่องทางออนไลน์ในการสั่งซื้อยาอย่างสม่ำเสมอ

ปัจจัยด้านความน่าไว้วางใจ พบว่า มีผลทางบวกต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้ในระดับมาก เพราะผู้ประกอบการร้านขายยามีความคิดว่า การซื้อขายผ่านช่องทางออนไลน์จะมีระบบที่สามารถตรวจสอบและยืนยันตัวตนผู้ซื้อได้เพื่อความปลอดภัย มีการชำระเงินที่มีความปลอดภัยน่าเชื่อถือ การซื้อขายผ่านช่องทางออนไลน์จะได้รับสินค้าครบถ้วน ถูกต้องตามที่สั่งซื้อ มีการจัดส่งสินค้าที่ตรงตามระยะเวลาที่กำหนด และคิดว่าผู้ขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์จะมีระบบที่มีมาตรฐาน และมีความปลอดภัยในการเก็บข้อมูลการซื้อสินค้าและข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิศุทธิ์ อุปถัมภ์ (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความไว้วางใจและลักษณะธุรกิจผ่านสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ความไว้วางใจต่อบริษัทหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจผ่านสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมของผู้บริโภค เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่น เชื่อถือข้อมูล และติดตามบริษัทหรือผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจผ่านสื่อสังคมออนไลน์อยู่เสมอ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภรณ์ยา เปรมสวัสดิ์ (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความไว้วางใจ การรับรู้ด้านราคา และประสิทธิภาพของเว็บไซต์ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์จากห้างสรรพสินค้าที่มีชื่อเสียงโดยผู้ซื้อในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร พบว่า ความไว้วางใจส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์จากห้างสรรพสินค้าที่มีชื่อเสียงของผู้ใช้ในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร โดยที่ความไว้วางใจจะเป็นความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกันและได้มีการติดต่อระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ เมื่อเกิดความสัมพันธ์ที่ดีมีความใกล้ชิดมักจะเกิดความไว้วางใจ ซึ่งส่งผลต่อความรู้สึกมั่นใจต่อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ความไว้วางใจจึงเป็นตัววัดทางสัมพันธภาพที่จับต้องได้ยากระหว่างผู้ให้บริการกับลูกค้า ในส่วนของผลระดับคะแนนความคิดเห็นของข้อคำถามที่สอบถามว่า “ท่านคิดว่า การซื้อขายผ่านช่องทางออนไลน์จะมีระบบที่สามารถตรวจสอบและยืนยันตัวตนผู้ซื้อได้เพื่อความปลอดภัย” มีค่า S.D. เท่ากับ 1.08 ซึ่งเป็นค่าการกระจายตัวของระดับคะแนนที่กว้าง ผู้วิจัยมีความคิดว่าเกิดจากร้านขายยาในแต่ละร้านจะมีประสิทธิภาพการซื้อขายผ่านช่องทางออนไลน์จากร้านขายส่งยาที่มีความหลากหลาย ซึ่งในแต่ละร้านขายส่งยาอาจมีระบบในเรื่องความปลอดภัยที่มีความแตกต่างกัน และอีกข้อคำถามที่สอบถามว่า “ท่านคิดว่าผู้ขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์จะมีระบบที่มีมาตรฐาน และมีความปลอดภัยในการเก็บข้อมูลการซื้อสินค้าและข้อมูลส่วนตัวของท่าน” มีค่า S.D. เท่ากับ 1.04 ผู้วิจัยมีความคิดว่าเกิดจากผู้ตอบแบบ

สอบถามอาจไม่ทราบหรือไม่มีข้อมูลในเรื่องการจัดการเก็บข้อมูลของลูกค้า

ดังนั้น ผู้รับอนุญาตขายส่งยาหรือผู้ประกอบการร้านขายส่งยาควรที่จะออกแบบช่องทางออนไลน์ในการสั่งซื้อยาให้มีระบบที่สามารถตรวจสอบและยืนยันตัวตนผู้ซื้อได้ มีการชำระเงินที่มีความปลอดภัยน่าเชื่อถือ และให้ลูกค้ามั่นใจว่าจะได้รับสินค้าครบถ้วน ถูกต้องตามที่สั่งซื้อภายในระยะเวลาที่กำหนด รวมถึงการจัดการให้มีระบบที่มีมาตรฐาน และมีความปลอดภัยในการเก็บข้อมูลการซื้อสินค้าและข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้

1) ปัจจัยด้านคุณลักษณะธุรกิจของร้านขายยา ได้แก่ ระยะเวลาดำเนินกิจการร้านขายยา ผลประกอบการต่อเดือน ท่าเลที่ตั้งของร้านขายยา รูปแบบกิจการของร้านขายยา ลักษณะการซื้อยาจากการศึกษาพบว่า ยังมีร้านขายยาที่ยังไม่เคยใช้ช่องทางออนไลน์ในการซื้อยา โดยใช้เฉพาะช่องทางออฟไลน์ในการสั่งซื้อยาเท่านั้น ซึ่งอาจเกิดจากการมีจำนวนร้านขายส่งยาที่นำระบบออนไลน์มาใช้ในการขายยาก่อนข้างน้อย แต่จากการวิจัยจะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการร้านขายยาส่วนใหญ่มีความพร้อมที่จะซื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์ ดังนั้น จึงน่าจะเป็น โอกาสที่ดีสำหรับผู้รับอนุญาตขายส่งยาในการนำระบบออนไลน์มาใช้เพื่อขยายฐานลูกค้าได้กว้างและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้อาจจะเริ่มต้นนำเสนอไปยังร้านขายยาที่มีระยะเวลาดำเนินกิจการน้อยกว่า 10 ปีซึ่งผู้ประกอบการเป็นคนรุ่นใหม่ ซึ่งมีโอกาสที่จะพร้อมรับการซื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์ ส่วนร้านขายยาที่มีการดำเนินกิจการในระยะเวลาานาน ในช่วง 11-20 ปีหรือมากกว่า 20 ปี อาจนำเสนอรูปแบบการซื้อยาที่เป็นลักษณะการซื้อซ้ำ ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการไม่มีความรู้สึกว่าการซื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์นั้นทำได้ยากและไม่อยากใช้งาน

2) ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน ผู้รับอนุญาตขายส่งยาควรจัดให้ระบบการขายยาผ่านช่องทางออนไลน์มีผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย มีรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ รวมถึงข้อมูลที่เป็นจำเป็นในการซื้ออย่างครบถ้วน เช่น ราคาผลิตภัณฑ์ การแลกเปลี่ยนสินค้า การคืนสินค้าเมื่อสินค้าหมดอายุ เป็นต้น

3) ด้านการรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน ผู้รับอนุญาตขายส่งยาอาจต้องคำนึงถึงความรู้พื้นฐานในเรื่องเทคโนโลยีของลูกค้าแต่ละราย เนื่องจากอาจมีพื้นฐานในเรื่องของเทคโนโลยีที่ไม่เท่ากัน ดังนั้น จึงควรจัดให้มีการอบรมหรือสอนวิธีการใช้งานระบบสั่งซื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกว่าการสั่งซื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์ทำได้ง่ายไม่มีความยุ่งยาก นอกจากนี้ผู้ประกอบการขายส่งยาอาจต้องมีการออกแบบรูปแบบวิธีการขายยาผ่านช่องทางออนไลน์ให้ลูกค้าสามารถซื้อยาได้ง่ายและสะดวกสบาย เช่น สามารถชำระเงิน โดยบัตรเครดิตได้

4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ผู้รับอนุญาตขายส่งยาอาจต้องจัดให้มีระบบคอลเซ็นเตอร์ หรือระบบที่สามารถช่วยเหลือลูกค้าในกรณีที่มีปัญหาในการใช้งานระบบสั่งซื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์ หรือมีปัญหาในการสั่งซื้อยา รวมถึงอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าในการแจ้งเตือน หรือติดตามสถานะการสั่งซื้อและรับสินค้า

5) ด้านความน่าไว้วางใจ ลูกค้าหรือผู้ประกอบการร้านขายยาแต่ละรายอาจไม่มีความมั่นใจว่าข้อมูลการสั่งซื้อหรือข้อมูลส่วนตัวจะมีระบบการเก็บที่มีมาตรฐานและมีความปลอดภัย ดังนั้น ผู้รับอนุญาตขายส่งยาอาจต้องแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงระบบการเก็บข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับตัวของลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจมากยิ่งขึ้น

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1) ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาถึงปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยา นอกเหนือจากการยอมรับการใช้งานระบบการสั่งซื้อยาแล้ว อาจต้องศึกษาถึงปัจจัยทางการตลาดอื่น ๆ เนื่องจากในปัจจุบันการขายส่งยามีการแข่งขันที่ค่อนข้างสูง ผู้รับอนุญาตขายส่งยาพยายามพัฒนาร้านขายส่งยาให้สามารถขายได้ทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์

2) ในการศึกษาครั้งต่อไปอาจมีการศึกษาช่องทางออนไลน์อื่น ๆ ที่นอกเหนือจากช่องทางออนไลน์ในงานวิจัยฉบับนี้ เช่น การขายส่งยาหรือสั่งยาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Line เป็นต้น

3) ควรมีการขยายขอบเขตพื้นที่และกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาเพิ่มขึ้น โดยอาจขยายไปยังภูมิภาคอื่น ๆ เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างของความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ในแต่ละพื้นที่ และในแต่ละพื้นที่ควรมีการพัฒนาปรับปรุงระบบการสั่งซื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์ให้เหมาะสมหรือไม่อย่างไร

บรรณานุกรม

- กังสดาล ศิษย์ชานนท์. 2558. “รูปแบบการดำเนินชีวิต รูปแบบการใช้สื่อออนไลน์ และความตั้งใจซื้อสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย.” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- เกียรติสุตา ศรีสุข. 2552. ระเบียบวิธีวิจัย. เชียงใหม่: ครองช่าง.
- กองยา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข. 2564. จำนวนใบอนุญาตประกอบธุรกิจเกี่ยวกับยาทั่วประเทศ พ.ศ. 2563. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <https://www.fda.moph.go.th/sites/drug/SitePages/Statistic.aspx>.
- ขนิษฐา อรุณ โรจนวุดิ. 2555. “การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนธุรกิจจำหน่ายอุปกรณ์สำหรับสระว่ายน้ำในกรุงเทพมหานคร.” การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชญรรักษ์กร ทิพย์มณี. 2559. “การสื่อสารการตลาดที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา.” สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ชวลิต เกียรติโพธา. 2556. “รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจร้านขายยาบนถนนวัชรพล เขตบางเขน จังหวัดกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ณัฐกฤษณ์ รัตนเหม. 2561. “ความน่าไว้วางใจของธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.” วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นิฎฐา กุ๋พงศ์พันธ์. 2555. “ทัศนคติ และความตั้งใจซื้อ อุปกรณ์ส่วนบุคคลค่าสินค้าและบริการผ่านเว็บไซต์พาณิชย์กรรมทางสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพ.” สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นฤมล ชีมะลี. 2560. “การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน การรับรู้ประโยชน์ และการสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-word of Mouth) ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการแอปพลิเคชันชมภาพยนตร์และซีรีส์ของผู้บริโภคกลุ่ม Gen Y ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร.” การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- นรินทร์ ต้นไพบูลย์. 2563. **แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2563-2565: อุตสาหกรรมยา.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/Chemicals/pharmaceuticals/IO/io-pharmaceuticals-20-th>.
- ปรีดีสุตา ไชยพันธุ์. 2560. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งซื้อและนำเข้าสินค้าจากประเทศจีนของธุรกิจ B2B: กรณีศึกษาบริษัท วิแคนบาย จำกัด.” การค้นคว้าอิสระ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปราโมทย์ ลือนาม. 2554. **แนวความคิด และวิวัฒนาการของแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี.** วารสารการจัดการสมัยใหม่. 9(1) : 9-17.
- ผดุงศักดิ์ สายสระสง. 2555. “ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของงานซ่อมบำรุงระบบสื่อสารของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 1 (ภาคใต้).” วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พัชราภรณ์ มาทรัพย์. 2560. **การส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ตามนโยบายของรัฐ.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <http://bpa.siamtechu.net/images/thesis4.pdf>.
- พิศุทธิ อุบัติมภ์. 2556. “ความไว้วางใจและลักษณะธุรกิจผ่านสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์.” การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ภัทรศยา. 2564. **โพรซ์ซ่าเผย 5 เทรนด์อีคอมเมิร์ซปี 2021 แพลตฟอร์มขยายตัวเกินครึ่งตั้งแต่ต้นน้ำยันปลายน้ำ.** [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <https://www.priceza.com/insights/business/b52021.html>.
- ภรณ์ยา เปรมสวัสดิ์. 2561. “ความไว้วางใจ การรับรู้ด้านราคาและประสิทธิภาพของเว็บไซต์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์จากห้างสรรพสินค้าที่มีชื่อเสียงโดยผู้ซื้อในเขตสาทร กรุงเทพมหานคร.” การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- มัสดิน ใจคุณ. 2561. “การยอมรับเทคโนโลยี ความไว้วางใจ และการตลาดผ่านสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook LIVE) ของกลุ่มผู้บริโภค Generations X, Y, Z.” วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.
- รจนา สันติทานุโสภณ, วณิชชา เทพสวัสดิ์ และศักร์ระเกียรติ วรรณะปริญญา. 2560. การศึกษาพฤติกรรมและการเลือกร้านขายยาของผู้บริโภคในจังหวัดระยอง. **วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต.** 12(1) : 1-13.
- ศุภกร เกียรติทิพย์, ศุภฤกษ์ ชัยวงศ์วุฒิกุล, สุทธิดา เอกสินินท์กุล, ศุภชัย เหมือนโพธิ์ และรุ่งทิพย์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ไทยสม. 2562. แนวโน้มตลาดธุรกิจสินค้าออนไลน์ที่ต้องมีระยะเวลาในการสั่งซื้อในอนาคต. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์. 3(1) : 9-18.
- ศราวฑู คำจำ. 2560. “ตัวแบบความตั้งใจใช้เอ็มคอมเมิร์ซแบบธุรกิจกับธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการร้านค้าส่งค้าปลีกแบบดั้งเดิมในประเทศไทย.” วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สิงหะ จวีสุข และสุนันทา วงศ์ตุรภัทร. 2555. ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก http://www.it.kmitl.ac.th/~journal/index.php/main_journal/article/download/2/4.
- สมทบ แก้วเชื้อ, บัณฑิต ผังนิรันดร์ และชนพล ก่อฐานะ. 2562. ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ในยุคดิจิทัล. วารสารวิชาการเทคโนโลยีอุตสาหกรรม. 15(2) : 33-44.
- ศุชาติณี ตูลานนท์. 2562. “การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้สูงอายุ.” วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- สุพัตรา กาญจนภาส. 2554. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปใช้เพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <http://ssruir.ssru.ac.th/bitstream/ssruir/473/1/045-54.pdf>.
- สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า. 2564. สกค. เผยผลสำรวจซื้อออนไลน์ ม.ค.-มี.ค.64 ยอดพุ่ง 75,000 ล้านต่อเดือน เพิ่ม 45.05%. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <http://www.tpsa.moc.go.th/th/node/11098>.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2563. สถิติประชากรศาสตร์ ประชากรและเคหะ. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/01.aspx>.
- สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง สำนักการคลัง. 2564. ธุรกิจร้านขายยา. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก http://203.155.220.117:8080/BMAWWW/upload/module_cms/title_cms/file_7cba1097519f0196c304fead07bffb4c.pdf.
- แสงสุข พิทยานุกุล. 2560. การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคไทย. วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ. 6(2) : 135-145.
- อรทัย แซ่จิว. 2560. “ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านขายยาที่มีหลายสาขา (CHAIN STORES) ในเขตกรุงเทพมหานคร.” การศึกษาค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Clinicya.com. 2564. คลินิกยา “จ่ายยาปลอดภัย ห่วงใยสุขภาพคุณ”. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <https://www.clinicya.com/>.

- Davis, F.D., Bagozzi, R.P., and Warshaw, P.R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. **Management Science**. 35(8) : 982-1003.
- DKSH. 2564. **DKSH Connect**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <https://connect-udp.dksh.com/thec/th/login>.
- eZRx. 2564. **Connect with us anytime anywhere with eZRx**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <https://ezrx.com/>.
- John and Jagsish. 1969. The Theory of Buyer Behavior. **Journal of the American Statistical Association**. 65(329) : 467-487.
- Neil Kokemuller. 2021. **Qualities for Building Trust in Sales**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <https://work.chron.com/qualities-building-trust-sales-10374.html>.
- Oliver B. Buttner and Anja S. Goritz. 2008. Perceived trustworthiness of online shops. **Journal of Consumer Behaviour**. 7(1) : 35-50.
- Philip Kotler and Kevin Lane Keller. 2012. **Marketing Management**. New York : Pearson.
- Syed Shah Alam and Norjaya Mohd Yasin. 2010. What factors influence online brand trust: evidence from online tickets buyers in Malaysia. **Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research**. 5(3) : 78-89.
- Thomas J. Madden, Pamela Scholder Ellen, and Icek Ajzen. 1992. A Comparison of the Theory of Planned Behavior and the Theory of Reasoned Action. **Personality and Social Psychology Bulletin**. 18(1) : 3-9.
- Venkatesh, V., Thong Y.L.Jame, and Xin Xu. 2012. Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology. **MIS Quarterly**. 36(1) : 157-178.
- W&W Health and Beauty Minimart. 2564. **เกี่ยวกับเรา Worldwide pharma**. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <https://worldwide-pharma.com/about-us/>.
- Yamane, T. 1973. **Statistics: An introductory analysis**. 3rd ed. New York : Harper and Row.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เลขที่แบบสอบถาม.....

แบบสอบถามเพื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ
เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยา
ผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้

คำชี้แจง: แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ประกอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ จัดทำโดย นายวิริยะ แซ่หลี นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ของร้านขายยาในภาคใต้

ผู้ศึกษาขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถาม และแสดงความคิดเห็นเพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนางานด้านวิชาการครั้งนี้ โดยผู้ศึกษาจะเก็บข้อมูลของท่านไว้เป็นความลับเพื่อประโยชน์ในการศึกษาเท่านั้น ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านเป็นอย่างดี และขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงที่ได้สละเวลาอันมีค่าของท่านในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

คำชี้แจง : แบบสอบถามฉบับนี้มีทั้งหมด 5 หน้า แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามคัดกรองของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยลักษณะทั่วไปของร้านขายยาและผู้ประกอบการร้านขายยา

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามคัดกรองของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. ท่านเป็นผู้ประกอบการที่ได้รับอนุญาตขายยาแผนปัจจุบัน (ข.ย. 1) หรือร้านขายยาประเภท ข.ย. 1 หรือเภสัชกรผู้มีหน้าที่ปฏิบัติการในร้านขายยาหรือไม่

1. ใช่ 2. ไม่ใช่ (จบแบบสอบถาม)

2. ร้านยาของท่านหรือที่ท่านทำงานอยู่ ตั้งอยู่ในพื้นที่ภาคใดหรือไม่

1. ใช่ 2. ไม่ใช่ (จบแบบสอบถาม)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยลักษณะทั่วไปของร้านขายยาและผู้ประกอบการร้านขายยา

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. ระยะเวลาดำเนินกิจการร้านขายยา

1. ไม่เกิน 10 ปี 2. 11 - 20 ปี
 3. มากกว่า 20 ปี

2. ผลประกอบการหรือยอดขายต่อเดือน

1. ไม่เกิน 150,000 บาท 2. 150,001 - 300,000 บาท
 3. 300,001 - 450,000 บาท 4. มากกว่า 450,000 บาท

3. ทำเลที่ตั้งของร้านขายยา

1. ทำเลที่ตั้งย่านชานเมือง 2. ทำเลที่ตั้งย่านตัวเมือง
 3. ทำเลที่ตั้งในห้างสรรพสินค้า

4. รูปแบบสาขาของร้านขายยา

1. ร้านยาเดียวไม่มีสาขา 2. ร้านขายยาที่มีหลายสาขา

5. ลักษณะการซื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์

1. ซื้อผ่านช่องทางออนไลน์อย่างเดียว
 2. ซื้อผ่านช่องทางออฟไลน์อย่างเดียว
 3. ซื้อผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ผสมกัน

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อผ่านช่องทางออนไลน์
คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยมี
 รายละเอียดดังนี้

| | | |
|---|---------|--------------------|
| 5 | หมายถึง | เห็นด้วยมากที่สุด |
| 4 | หมายถึง | เห็นด้วยมาก |
| 3 | หมายถึง | เห็นด้วยปานกลาง |
| 2 | หมายถึง | เห็นด้วยน้อย |
| 1 | หมายถึง | เห็นด้วยน้อยที่สุด |

| ปัจจัย | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|---|------------------|---|---|---|---|
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| การรับรู้ถึงประโยชน์ที่เกิดจากการใช้งาน | | | | | |
| 1. ท่านคิดว่าการซื้อผ่านช่องทางออนไลน์จะทำให้ท่านมีความสะดวกในการชื้อมากยิ่งขึ้น | | | | | |
| 2. ท่านคิดว่าการซื้อผ่านช่องทางออนไลน์จะทำให้ท่านประหยัดเวลามากยิ่งขึ้น | | | | | |
| 3. ท่านคิดว่าการซื้อผ่านช่องทางออนไลน์จะทำให้ท่านสามารถเลือกซื้อสินค้าได้หลากหลายและครบถ้วน | | | | | |
| 4. ท่านคิดว่าการซื้อผ่านช่องทางออนไลน์จะทำให้ท่านทราบราคาสินค้าและรายละเอียดเงื่อนไขการขายก่อนการสั่งซื้อ | | | | | |
| 5. ท่านคิดว่าการซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ทำให้ลดความเสี่ยงในสภาวะปัจจุบันได้ เช่น ลดการเดินทางและลดการพบปะกับพนักงานขายหรือตัวแทนขาย | | | | | |
| การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน | | | | | |
| 1. ท่านคิดว่าการซื้อผ่านช่องทางออนไลน์จะมีขั้นตอนการสั่งซื้อที่สามารถทำได้ง่าย | | | | | |
| 2. ท่านคิดว่าการซื้อผ่านช่องทางออนไลน์จะมีการชำระเงินที่ง่ายและไม่ยุ่งยาก | | | | | |
| 3. ท่านคิดว่าการซื้อผ่านช่องทางออนไลน์จะมีขั้นตอนในการตรวจสอบสถานะของการสั่งซื้อได้ง่าย | | | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

| ปัจจัย | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|--|------------------|---|---|---|---|
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 4. ท่านคิดว่าการชื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์จะสามารถชื้อยาในปริมาณมากได้โดยง่าย | | | | | |
| 5. ท่านคิดว่าการชื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์ไม่จำเป็นต้องใช้ทักษะเฉพาะทางด้านเทคโนโลยี | | | | | |
| สิ่งอำนวยความสะดวก | | | | | |
| 1. ท่านมีอุปกรณ์ เช่น สมาร์ทโฟนหรือเครื่องคอมพิวเตอร์ชนิดใดก็ได้ ที่จะใช้ชื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์ | | | | | |
| 2. ท่านสามารถเข้าถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อชื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์ได้อย่างสะดวกสบาย | | | | | |
| 3. ร้านขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ มีคู่มือการใช้งานระบบที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย | | | | | |
| 4. ระบบการชื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์ มีระบบคอลเซ็นเตอร์ที่สนับสนุนและช่วยแก้ไขปัญหาตลอดเวลา | | | | | |
| 5. ระบบการชื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์ มีระบบแจ้งเตือน หรือติดตามสถานะการสั่งซื้อและรับสินค้า | | | | | |
| ความน่าไว้วางใจ | | | | | |
| 1. ท่านคิดว่าการชื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์จะมีระบบที่สามารถตรวจสอบและยืนยันตัวตนผู้ซื้อ ได้เพื่อความปลอดภัย | | | | | |
| 2. ท่านคิดว่าการชื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์จะมีการชำระเงินที่มีความปลอดภัยน่าเชื่อถือ | | | | | |
| 3. ท่านคิดว่าการชื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์จะได้รับสินค้าครบถ้วน ถูกต้องตามที่ท่านสั่งซื้อ | | | | | |
| 4. ท่านคิดว่าการชื้อยาผ่านช่องทางออนไลน์จะมีการจัดส่งสินค้าที่ตรงตามระยะเวลาที่กำหนด | | | | | |
| 5. ท่านคิดว่าผู้ขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์จะมีระบบที่มีมาตรฐาน และมีความปลอดภัยในการเก็บข้อมูลการชื้อสินค้าและข้อมูลส่วนตัวของท่าน | | | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยมีรายละเอียดดังนี้

| | | |
|---|---------|--------------------|
| 5 | หมายถึง | เห็นด้วยมากที่สุด |
| 4 | หมายถึง | เห็นด้วยมาก |
| 3 | หมายถึง | เห็นด้วยปานกลาง |
| 2 | หมายถึง | เห็นด้วยน้อย |
| 1 | หมายถึง | เห็นด้วยน้อยที่สุด |

| ความตั้งใจซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ | ระดับความคิดเห็น | | | | |
|--|------------------|---|---|---|---|
| | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 1. ท่านตั้งใจเปิดรับระบบการสั่งซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ | | | | | |
| 2. ท่านมีความตั้งใจที่จะซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ | | | | | |
| 3. ท่านวางแผนและเตรียมอุปกรณ์สำหรับที่จะใช้ซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ | | | | | |
| 4. หากท่านมีความต้องการซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยา ท่านจะนึกถึงการซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์เป็นอันดับแรก | | | | | |
| 5. เมื่อมีข้อมูลเกี่ยวกับการซื้อยาจากผู้รับอนุญาตขายส่งยาผ่านช่องทางออนไลน์ ท่านจะศึกษาเพิ่มเติมอย่างแน่นอน | | | | | |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล นายวิริยะ แซ่หลี่
วัน เดือน ปีเกิด 15 สิงหาคม 2532
ที่อยู่ 100/131 ถนนบางนา-ตราด หมู่ 12 ตำบลบางพลีใหญ่
อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540
ประวัติการศึกษา 2556 เกษศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
ประวัติการทำงาน ผู้ช่วยผู้จัดการแผนกทะเบียนผลิตภัณฑ์ บริษัท โปลิฟาร์ม จำกัด
โทรศัพท์ 080-523-3629



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้