

**ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อยาสมุนไพรและยาแผนโบราณ  
เพื่อมาจำหน่ายในร้านขายยาแผนปัจจุบันในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์**

**Factors Related to Medicinal Plant and Traditional Medicine Buying Behavior in Drug  
Store in Hua-Hin District Prachuapkhirikhan Province**

**สุพัตรา ปานแก้ว วินัย สยอวรรณ และ ธวัชชัย เหล็กดี**

**Supatra Pranklae Winai Sayorwan and Thawatchai Lekdee**

วิทยาลัยเทคโนโลยีทางการแพทย์และสาธารณสุข กาญจนภิเษก

E-mail: winsayyes@gmail.com โทร. 086-5729771

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาสมุนไพรและยาแผนโบราณเพื่อมาจำหน่ายในร้านขายยาแผนปัจจุบัน โดยมีผู้ประกอบการร้านขายยาแผนปัจจุบัน ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 66 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้ค่าสถิติทดสอบไคสแควร์ ผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อยาสมุนไพรและยาแผนโบราณเพื่อมาจำหน่ายในร้านขายยาแผนปัจจุบัน จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการร้านยาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านนี้อยู่ในระดับมากที่สุดและปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ด้านราคา พบว่า ผู้ประกอบการร้านยาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านนี้อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้ประกอบการร้านยาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านนี้อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ประกอบการร้านยาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านนี้อยู่ในระดับปานกลาง จากการศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อยาสมุนไพรและยาแผนโบราณเพื่อมาจำหน่ายในร้านขายยาแผนปัจจุบัน พบว่าการเคยผ่านการเรียน/การอบรม มีความสัมพันธ์กับด้าน ผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย เกษังกรประจำอยู่ร้าน ตลอดเวลาที่เปิดทำการและผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อยาเข้าร้าน มีความสัมพันธ์กับด้าน ผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย

**คำสำคัญ :** ยาสมุนไพร ยาแผนโบราณ ร้านขายยา

**Abstract**

The purpose of this research was to investigate factors affecting herbal medicine selection behavior for selling in drug store of the pharmacies, Hua Hin District, Prachuap Khiri Khan Province. The samples of this study consisted of 66 participants. The questionnaire has been used as the research instrument in this study. Statistics used in analyzing data were percentage, mean, standard deviation (SD.) and Chi-square test. From this study, founded that certified products by Food and Drug Administration as well as products with research support highly affected the pharmacies' selection of herbal medicine for selling in their drug store. In term of price, the participants focused on this factor at the high level and the credit system was the most important factor. For distribution, the pharmacies focused on this factor at the high level. The shipping quality and preserved products with no damage were the most important factors that affected the participants' decision. However, their focus on the product promotion was moderate and the important factors were requested product and shipping quality with no damage. By analyzing factors relating to pharmacies selection of Thai herbal medicine for selling in drug store at Hua Hin district, it was found that the learning and training experience linked with products, promotion and distribution. Furthermore, the drug store that had either full-time pharmacist or authorized person who could make decision in drug selection also had relationship with products, promotion and distribution.

**Keywords :** Herbal medicine, Traditional medicine, Drug Store.

## 1. บทนำ

ท่ามกลางการพัฒนา ทางวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า อย่างรวดเร็ว การแพทย์ แผนปัจจุบัน ได้รับการพัฒนา ให้เป็นที่พึ่ง ของการแก้ไข ปัญหาสุขภาพของประชาชนจำนวนมาก แต่คุณประโยชน์ของการแพทย์แผนปัจจุบัน ยังมีข้อจำกัดดำรงอยู่ การแพทย์แผนปัจจุบัน มีอาจเป็นรูปแบบที่ประชาชน เข้าถึงได้อย่างเท่าเทียมกัน นอกจากนั้นระบบการแพทย์ และสาธารณสุขแผนปัจจุบัน ยังอยู่ในสถานะที่ต้องพึ่งพิง เทคโนโลยีทางการแพทย์และสาธารณสุข และเวชภัณฑ์จากต่างประเทศแทบทั้งสิ้น (เก็จมาศ, 2544) การพัฒนาในวัฒนธรรมตะวันตก เมื่อนำมาใช้ประโยชน์ นอกสังคมตะวันตก ทำให้เกิดปรากฏการณ์ที่เรียกว่า "ช่องว่างทางวัฒนธรรม" จะมีความแตกต่างกัน ในด้านความเชื่อเกี่ยวกับโรค วิธีปฏิบัติ คุณค่า สัญลักษณ์ของการสื่อสาร และรูปแบบพฤติกรรมของประชาชน ในชุมชน แม้ว่า ระบบการแพทย์ท้องถิ่น / การแพทย์แผนไทย จะถูกจัดให้ระบบ การแพทย์ นอกระบบ ที่เป็นทางการ และขาดการพัฒนา และสนับสนุน โดยรัฐ มาเป็นเวลา เกือบหนึ่งร้อยปี มาแล้ว แต่ก็ยังพบว่า ประชาชน ยังคงอาศัย การดูแลรักษา สุขภาพ แบบแผนไทย โดยอาศัย ประสบการณ์ ที่สืบทอดต่อๆ กันมา งานวิจัยยืนยันว่า ความเจ็บป่วย 70-80% ของจำนวนครั้ง ความเจ็บป่วย ทั้งหมด เป็นการแก้ไขปัญหา นอกระบบ การแพทย์ ที่เป็นทางการ การแก้ปัญหา สุขภาพอนามัย เพื่อนำไปสู่ การส่งเสริม ให้ประชาชน มีสุขภาพดีนั้น ระบบการแพทย์ แผนปัจจุบัน เพียงระบบเดียว ไม่สามารถ แก้ปัญหาสุขภาพ ได้อย่างครอบคลุม แต่ต้องการ วิธีการที่หลากหลาย ในการแก้ปัญหา (องค์การเภสัชกรรม, 2554) โดยเฉพาะ ระบบการแพทย์แผนไทย ซึ่งเป็น ภูมิปัญญา ดั้งเดิม ของสังคมไทย ด้วยการ ตระหนักถึง ความสำคัญ ในแผนการ พัฒนา เศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 โดยระบุว่า การส่งเสริม ให้ประชาชน มีสุขภาพดีนั้น จะต้องส่งเสริม ให้มีการดำเนินการ พัฒนาภูมิปัญญา ทางด้าน การรักษา พยาบาล แบบพื้นบ้าน เช่น แพทย์แผนไทย สมุนไพร และการนวดประสาน เข้ากับ ระบบบริการ แพทย์ปัจจุบัน (วิศิษย์ และอับดุลรอฮิม, 2551)

จึงเห็นความสำคัญของยาสมุนไพรและยาแผนโบราณที่วางจำหน่ายในร้านขายยาแผนปัจจุบัน ประกอบกับ อำเภอหัวหินเป็นอำเภอที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว พักผ่อนทำสปา นวดไทย เป็นจำนวนมาก ธุรกิจร้านขายยาในอำเภอหัวหินมีการเจริญเติบโตสูง มีนักท่องเที่ยวสนใจในยาสมุนไพรและยาแผนโบราณเพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาสมุนไพรและยาแผนโบราณ การบริหารจัดการรวมถึงการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด (ศิริวรรณ, 2546) เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างสูงสุด (วิลยา และกัลทิมา, 2553)

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อยาสมุนไพรและยาแผนโบราณเพื่อมาจำหน่ายในร้านขายยาแผนปัจจุบันใน อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อยาสมุนไพรและยาแผนโบราณเพื่อมาจำหน่ายในร้านขายยาแผนปัจจุบันในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

## 2. วิธีการศึกษา

1. ผู้ประกอบการร้านขายยาแผนปัจจุบัน ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 66 คน คือ จำนวนประชากรทั้งหมด
2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ ตอนที่ 1 เป็นส่วนที่เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของการประกอบการ ในเรื่อง ระยะเวลาที่เปิดดำเนินการ ลักษณะการขายปลีกหรือ ขายปลีก/ส่งเคหะผ่านการเรียน/อบรมเรื่องยาสมุนไพรหรือ ไม่มีเภสัชกรประจำร้านตลอดเวลาหรือไม่ผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อยาเข้าร้าน

ตอนที่ 2 เป็นลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบปลายปิด (Close-ended questions) แบบ Rating scale 5 ระดับ สอบถามเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อตามหลักทฤษฎีส่วนประสมการตลาด (Marketing mix หรือ 4 Ps) คือด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด (ศิริวรรณ, 2546) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปทดลองใช้ (Try-out) กับผู้ประกอบการร้านขายยาแผนปัจจุบันในอำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อศึกษาหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามนำแบบสอบถามที่ได้ไปหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.903

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ทำหนังสือขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม
2. ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองนำแบบสอบถามแจกให้ผู้ประกอบการร้านขายยาแผนปัจจุบัน ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 66 คน แล้วรอเก็บแบบสอบถามคืนด้วยตนเอง
3. ผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาภายในกำหนด 1 เดือน

### การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการศึกษา

นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการนำมาแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ
2. พฤติกรรมกรเลือกซื้อยาสมุนไพรและยาแผนโบราณเพื่อมาจำหน่ายในร้านขายยาแผนปัจจุบัน ในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ นำมาหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
3. ใช้สถิติ ไคสแควร์ (Chi-square) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของการประกอบการ ได้แก่ ระยะเวลาที่เปิดดำเนินการ ลักษณะการขายส่งหรือขายปลีก เคยผ่านการเรียน/อบรมเรื่องยาสมุนไพรหรือไม่ มีเภสัชกรประจำร้านตลอดเวลาหรือไม่ ผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อยาเข้าร้าน กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อตามหลัก ทฤษฎีส่วนประสมการตลาด (Marketing mix หรือ 4 P's) โดยใช้ความเชื่อมั่นในการทดสอบทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญเท่ากับ 0.05 เป็นเกณฑ์ในการยอมรับสมมติฐาน

### 3. ผลการศึกษา

1. ลักษณะการประกอบการสรุปได้จากผู้ตอบแบบสอบถาม 66 ชุด ร้านขายยาส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่เปิดดำเนินการอยู่ในช่วง 6 – 10 ปี จำนวน 21 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 31.8 ลักษณะการขายปลีกหน้าร้านเพียงอย่างเดียว จำนวน 46 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 69.7 เคยผ่านการเรียน/การอบรมเรื่องยาสมุนไพร จำนวน 44 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 66.7 เภสัชกรอยู่ประจำหน้าร้านบางช่วงเวลา จำนวน 40 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 60.6 เภสัชกรประจำร้านเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อยาเข้าร้าน จำนวน 41 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 62.1 ขมิ้นชันแคปซูลเป็นยาสมุนไพรที่ขายดีอันดับ 1 จำนวน 27 คิดเป็นร้อยละ 48.2
2. ระดับการตัดสินใจซื้อยาสมุนไพรและยาแผนโบราณเพื่อมาจำหน่าย ซึ่งร้านขายยาแผนปัจจุบันมีระดับการตัดสินใจซื้อยาสมุนไพรและยาแผนโบราณในคือด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 4.73$ ) ระดับการตัดสินใจ มากที่สุด รองลงมา ด้านราคา ( $\bar{X} = 4.10$ ) ระดับการตัดสินใจ มาก ด้านการจัดจำหน่าย ( $\bar{X} = 3.94$ ) ระดับการตัดสินใจ มาก และให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อ น้อยที่สุด คือด้านการส่งเสริมการตลาด ( $\bar{X} = 3.32$ ) ระดับการตัดสินใจ ปานกลาง
3. ผลการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อยาสมุนไพรและยาแผนโบราณเพื่อมาจำหน่ายในร้านขายยาแผนปัจจุบัน ซึ่งมีปัจจัยที่นำมาหาความสัมพันธ์ได้แก่ ระยะเวลาที่เปิดดำเนินการ ลักษณะการขายส่งหรือขายปลีก เคยผ่านการเรียน/อบรมเรื่องยาสมุนไพรหรือไม่ มีเภสัชกรประจำร้านตลอดเวลาหรือไม่ พบว่า การเคยผ่านการเรียนการอบรม มีความสัมพันธ์กับด้าน ผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย และ พบว่าเภสัชกรประจำร้านตลอดเวลาที่เปิดทำการและเป็น ผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อยาเข้าร้าน มีความสัมพันธ์กับด้าน ผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย

#### 4. สรุปผล

จากการศึกษาวิจัยพบว่าพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกซื้อด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการร้านยาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านนี้อยู่ในระดับมากที่สุดและปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ได้รับการรับรองจาก ออย. หรือมีผลการวิจัยรองรับ รองลงมา คือ โรงงานผลิตมีมาตรฐาน เช่น ISO GMP และ มีฉลากและคำอธิบายวิธีใช้โดยละเอียด เข้าใจง่าย เนื่องจากยาเป็นผลิตภัณฑ์เฉพาะทางใช้รักษาอาการเจ็บป่วยของมนุษย์ ซึ่งหากไม่ถูกต้องหรือผลิตภัณฑ์ไม่มีคุณภาพอาจก่อให้เกิดอันตรายถึงชีวิตได้จึงต้องอาศัยความรู้ความชำนาญของแพทย์หรือเภสัชในการเลือกสรรผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับอาการของผู้ป่วย ผู้ประกอบการร้านยาขนาดใหญ่จึงต้องการให้ผลิตภัณฑ์ มีเอกสารคำอธิบายคุณสมบัติ วิธีใช้ ผลข้างเคียง รวมไปถึงวันผลิต วันหมดอายุ บนฉลากเอกสารกำกับยาให้ชัดเจน (อดิสร, 2550)

ด้านราคา จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการร้านยาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านนี้อยู่ในระดับมากและปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ มีระบบสินเชื่อ หรือ เครดิต รองลงมา คือ ราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น และสามารถนำไปขายทำกำไรได้มากกว่าสามารถนำไปขายทำกำไรได้มาก เนื่องจาก ผู้ประกอบการทำการค้าเพื่อมุ่งหวังผลกำไร ยังมีผลกำไรมาก ข่อมหมายถึงรายได้ที่ผู้ประกอบการจะได้รับ (จิตาภรณ์, 2548) มากขึ้นตามไปด้วย

ด้านการจัดจำหน่าย จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการร้านยาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านนี้อยู่ในระดับมากและปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ คุณภาพในการจัดส่งสินค้าคงสภาพเดิมไม่ชำรุดเสียหาย รองลงมา คือ ระยะเวลาในการจัดส่งสินค้ารวดเร็ว และ สะดวกสบายในการสั่งซื้อสามารถส่งสินค้าทางโทรศัพท์หรือทางจดหมาย เนื่องจากผู้ประกอบการจะต้อง นำผลิตภัณฑ์ที่ได้รับมาไปขายต่อให้กับผู้บริโภค จึงต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีสภาพคงเดิมเหมือน ออกมาจากผู้ผลิตใหม่ ๆ แต่บางครั้งการขนส่งที่บดบอบ ความไม่ระมัดระวังของพนักงานขนส่ง สินค้าที่ส่งผลให้บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์นั้นเสียหายรูปทรงไป บรรจุภัณฑ์บุบเบี้ยวบ้าง หรือ มีรอย ถลอกบ้าง ส่งผลให้ผู้บริโภคไม่แน่ใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ จิตาภรณ์ (2548)

ด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการร้านยาให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านนี้อยู่ในระดับปานกลางและปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในระดับมาก 3 อันดับแรก คือ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีลูกค้านิยม รองลงมา คือ มีการโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ และ มีโปรโมชั่น ลด แลก แจก แถม สินค้า เนื่องจากผู้ประกอบการทำการค้าเพื่อมุ่งแสวงหาผลกำไรข่อมคำนึงถึงผลพลอยได้จากที่ได้ส่วนลดพิเศษ หรือสินค้าสมนาคุณที่แถมให้ ในช่วงระยะเวลาการ จัดรายการส่งเสริมการขาย เพราะส่วนลดที่ได้รับข่อมหมายถึงต้นทุนสินค้าที่ต่ำลง สามารถขายได้ กำไรมากขึ้น และสินค้าสมนาคุณที่ได้รับบางครั้งผู้ประกอบการก็นำสินค้านั้นออกมาขายเพื่อให้ได้ผลกำไรมากขึ้นอีก (เก็จมาศ, 2544)

#### ข้อเสนอแนะ

1. คุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่ทั้งผู้ประกอบการและ ผู้บริโภคคำนึงถึง เนื่องจากยาเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อชีวิตผู้บริโภค ดังนั้นผู้ผลิต นักการตลาด จึงควรมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมาตรฐานสูงมากขึ้นและมีความปลอดภัยต่อ ผู้บริโภคต่อไป

2. ปัจจัยการตัดสินใจเลือกยาสมุนไพรและยาแผนโบราณ ด้านราคา ผู้ประกอบการไม่ได้ให้ น้ำหนักการตัดสินใจในผลิตภัณฑ์ราคาถูกที่สุดเป็นสำคัญ แต่กลับให้น้ำหนักการตัดสินใจกับ มีระบบสินเชื่อ หรือ เครดิต นักการตลาดสามารถนำข้อมูลดังกล่าวใช้ประโยชน์ใน การวางแผนเพื่อกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาผลิตภัณฑ์

3. ผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย และนักการตลาด ยาสมุนไพรและยาแผนโบราณควรมุ่งเน้นในการ ส่งเสริมการตลาดและบริการ โดยถ่ายทอดให้ความรู้ ความเข้าใจและคุณสมบัติของ ยาสมุนไพรและยาแผนโบราณกับผู้ประกอบการและผู้บริโภคมากขึ้น เพื่อเป็นประโยชน์ต่อตัวผู้บริโภคเองที่จะสามารถ เลือกใช้ยาสมุนไพรและยาแผนโบราณได้อย่างถูกต้อง

4. ในอนาคต สภาวะการตลาดยาสมุนไพรและยาแผนโบราณอาจมีการแข่งขันด้านราคาที่สูงขึ้นจากการเปิดเสรีทางการค้า การแข่งขันจากผลิตภัณฑ์ต่างประเทศที่จะเข้ามา นักการตลาดควรมุ่งเน้นการสร้างเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคที่มีต่อ ยาสมุนไพรและยาแผนโบราณของไทยว่ามีคุณภาพดีไม่น้อยไปกว่า ผลิตภัณฑ์จากต่างประเทศ และสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดต่อไป

## 5. เอกสารอ้างอิง

- เก็จมาศ ผดุงกิจ. 2544. รายงานวิจัยเรื่องความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อร้านยาแผนปัจจุบันในเขต อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- จิตาภรณ์ วันใจ. 2548. รายงานวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจจำหน่ายยาสมุนไพรของผู้ประกอบการร้านขายยา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย. จังหวัดเชียงราย.
- วัลยา กองแก้ว และ กัลทิมา พิชัย. 2553. การใช้สารสกัดจากพืชสมุนไพร และแบคทีเรียปฏิชีวนะควบคุมการเจริญของซาเซียว (*Trichoderma spp.*) ในเห็ดโคนญี่ปุ่น. วารสารวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก. 3(2) : 26-37.
- วิเศษ เกตุปัญญาพงศ์ และ อับดุลรอฮิม เปาะอีแคว. 2551. ภูมิปัญญาไทยภาคใต้ตอนล่าง: กรณีศึกษาการใช้สมุนไพรรักษาโรคสัตว์ของหมอพื้นบ้าน จังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส. วารสารวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก. 1(2) : 40-46.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2546. การบริหารตลาดยุคใหม่. ซีรฟิล์มและไซเท็กซ์จำกัด. กรุงเทพฯ.
- องค์กรเภสัชกรรม. 2544. ยาแผนโบราณ. วารสารองค์การเภสัชกรรม ธันวาคม 2544.
- อดิสร กาญจนโสภณ. 2550. รายงานวิจัยเรื่องปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อเวชภัณฑ์ยาของประกอบการร้านขายยาในเขตกรุงเทพมหานคร. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.