

บทที่ 1

บทนำ

บทนี้ ประกอบไปด้วย หลักการและเหตุผล วัตถุประสงค์ของการศึกษา ขอบเขตของการศึกษา ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ และนิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

หลักการและเหตุผล

ร้านขายยาในรูปแบบลูกโซ่ (Chain Drug Store) เป็นร้านขายยารูปแบบใหม่ที่ไม่ได้เน้นขายยาเพียงอย่างเดียว แต่จะเน้นสินค้าเพื่อการดูแลสุขภาพและความงามเป็นหลักด้วย และยังมีสินค้าอื่นอีกหลายประเภทเข้ามาจำหน่ายเสริม โดยแบ่งสายผลิตภัณฑ์ออกเป็น 5 กลุ่ม คือ ยา สินค้ารักษาความงาม อาหารเสริมและวิตามิน อุปกรณ์เครื่องมือทางการแพทย์และสินค้าเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ ร้านขายยารูปแบบนี้เริ่มจากบริษัท พี แอนด์ เอฟ อินทีเกรต จำกัด เป็นผู้บุกเบิกวงการร้านขายยาในรูปแบบนี้ ต่อมาได้มีนักลงทุนรายอื่น ๆ มองเห็นโอกาสของการเติบโตในธุรกิจนี้ได้เข้ามาลงทุนผลักดันให้ตลาดเติบโตมากยิ่งขึ้น ได้แก่ สยามดรีก เอเพกซ์ พีเพิลเฮลท์สแคร์ และดรีกแคร์ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักลงทุนในประเทศ¹

ปัจจุบันธุรกิจนี้เป็นที่สนใจของนักลงทุนและผู้บริหารชาวต่างประเทศที่จะเข้ามาเป็นเจ้าของหรือมีส่วนร่วมในการพัฒนาและลงทุน เนื่องจากมองเห็นโอกาสการเติบโตของธุรกิจในอนาคต แม้สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันยังคงอยู่ในภาวะตกต่ำอยู่ก็ตาม² บริษัทต่างชาติที่เข้ามาประกอบธุรกิจในประเทศไทยขณะนี้ ได้แก่ วัตสัน (Watson) จากฮ่องกง (ปัจจุบันมีสาขาทั้งหมด 40 แห่ง โดยในจำนวนนี้ยังไม่นับรวมสาขาที่อยู่ตามสถานีบริการรถไฟฟ้า B.T.S. อีก 20 แห่ง³) บู้ทส์ (Boots) จากประเทศอังกฤษ (ปัจจุบันมีสาขาทั้งหมด 65 แห่ง จะมีครบ 70 สาขาภายใน

¹ ทิพภาณี ไชยเสน. “ผู้ยุคคอนวีเนียนครีกส์โตร...คอนเซ็ปต์ใหม่ของร้านขายยา”. นิตยสารรุ่งแห่ง 16, 201(มกราคม 2539):49-52.

² _____ . “ทิศทาง บู้ทส์ ในไทย 100 ร้าน ใน 3-5 ปี”. ประชาชาติธุรกิจ ฉบับวันที่ 10-12 พฤษภาคม 2542: 20.

³ _____ . “วัตสันเพิ่มทุน 90 ล. ผุดโกดังเดินหน้าขายสาขา 10 แห่ง”. ประชาชาติธุรกิจ ฉบับวันที่ 1-3 มีนาคม 2542: 20.

เดือนตุลาคม 2543 นี้⁴ และแผนระยะยาวในช่วง 3-5 ปีข้างหน้า มีโครงการจะเปิดร้านให้ได้ประมาณ 150 สาขา ซึ่งจะเน้นไปเปิดสาขาในต่างจังหวัดเพิ่มมากขึ้น⁵) และล่าสุด คือ เมดิซีนช็อป (The Medicine Shoppe) จากประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งลงทุนในแบบของการขายแฟรนไชส์ (Franchise) ให้แก่ผู้สนใจที่จะลงทุนโดยเน้นพื้นที่ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นเห็นได้ว่าธุรกิจร้านขายยาประเภทนี้ในประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะขยายตัว โดยที่ร้านขายยาในรูปแบบลูกโซ่ ส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในศูนย์การค้า ซึ่งเป็นช่องทางใหม่ในการขายยาที่บรรดาผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึง เพราะนี่คือช่องทางหนึ่งในการจัดจำหน่ายที่เข้าถึงผู้บริโภคมาก เนื่องด้วยในศูนย์ค้านั้นจะมีกลุ่มผู้บริโภคที่เข้ามาจับจ่ายอยู่แล้วในแต่ละวัน ซึ่งต้องการซื้อสินค้าอย่างครบวงจรในศูนย์การค้า

จังหวัดเชียงใหม่เป็นเมืองใหญ่ของภาคเหนือที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญและเป็นศูนย์กลางทางการศึกษา จึงทำให้กลุ่มนักลงทุนธุรกิจประเภทต่าง ๆ ให้ความสนใจที่จะเข้ามาลงทุนรวมทั้งธุรกิจร้านขายยาแบบลูกโซ่ ณ เดือน ตุลาคม 2543 จังหวัดเชียงใหม่มีร้านขายยารูปแบบนี้ทั้งหมด 6 แห่ง ได้แก่ บริษัท พี แอนด์ เอฟ อินทิเกรต จำกัด 1 แห่ง (ตั้งอยู่ที่ศูนย์การค้ากาดสวนแก้ว) บูทส์ 2 แห่ง (ตั้งอยู่ที่ศูนย์การค้ากาดสวนแก้ว และศูนย์การค้าเชียงใหม่พลาซ่า) วัดสัน 2 แห่ง (ตั้งอยู่ที่ศูนย์การค้ากาดสวนแก้ว และศูนย์การค้าเซ็นทรัลเอร์พอร์ตพลาซ่า) และสยามดริค 1 แห่ง (ตั้งอยู่ที่ศูนย์การค้าเชียงใหม่พลาซ่า) โดยที่ร้านขายดังกล่าวข้างต้นนั้น ล้วนแล้วแต่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้าทั้งสิ้น

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าธุรกิจร้านขายยาแบบลูกโซ่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นซึ่งทำให้ลูกค้ามีทางเลือกในการซื้อสินค้าและการบริการเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น การศึกษานี้จึงเป็นการวิเคราะห์ถึงลูกค้าที่เลือกซื้อสินค้าในร้านขายยาแบบลูกโซ่ว่าเป็นบุคคลกลุ่มใด อยู่ที่ไหน ต้องการอะไร ซื้อสินค้าในช่วงเวลาใดและซื้ออย่างไร การวิเคราะห์ดังกล่าวจะทำให้สามารถระบุถึงลักษณะความต้องการของลูกค้า อันจะทำให้สามารถจัดส่วนประสมทางการตลาดต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับลูกค้ามากยิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยกระตุ้นให้เกิดการซื้อตลอดจนสามารถสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้าได้

⁴ การสัมภาษณ์คุณเป็ยะวดี สอนสิงห์ ผู้ช่วยผู้จัดการรายบูทส์ เขตภาคเหนือ วันที่ 1 กันยายน 2543.

⁵ _____ "ทิศทาง บูทส์ ในไทย 100 ร้าน ใน 3-5 ปี". ประชาชาติธุรกิจ ฉบับวันที่ 10-12 พฤษภาคม

วัตถุประสงค์

เพื่อวิเคราะห์ลูกค้าที่ซื้อสินค้าจากร้านขายยาแบบลูกโซ่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาว่าลูกค้าคือใคร ลูกค้าอยู่ที่ไหน ลูกค้าชื่อเมื่อไร มีความต้องการอะไรและซื้ออย่างไร

ประโยชน์ที่ได้รับ

ทำให้ทราบถึงลักษณะ และความต้องการของลูกค้าที่เลือกซื้อสินค้าในร้านขายยาแบบลูกโซ่ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสมของธุรกิจร้านขายยาแบบลูกโซ่

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

ลูกค้า หมายถึง ผู้ที่ซื้อสินค้าในร้านขายยาแบบลูกโซ่

สินค้า หมายถึง สินค้าที่มีขายในร้านขายยาแบบลูกโซ่ ได้แก่ ยา สินค้ารักษาความงาม อาหารเสริมและวิตามิน อุปกรณ์เครื่องมือทางการแพทย์ และสินค้าเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ

ยา หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการรักษาโรค

ผลิตภัณฑ์รักษาความงาม หมายถึง ครีมถนอมผิว โฟมล้างหน้า สบู่ แชมพู ครีมนวด เครื่องสำอางค์ เป็นต้น

อาหารเสริมและวิตามิน หมายถึง โสมสกัด แบรินเนอร์โปรตีน น้ำมันตับปลา รวมถึงวิตามินและแร่ธาตุต่าง ๆ

วัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือทางการแพทย์ หมายถึง สำลี ผ้าพันแผล ผ้าก๊อซ Cotton buds ถุงมือ เป็นต้น

สินค้าเบ็ดเตล็ดอื่น หมายถึง สินค้าที่นอกจากที่กล่าวข้างต้น ได้แก่ หมวก ผ้าเช็ดหน้า การ์ดอวยพร ขนมขบเคี้ยวต่าง ๆ เป็นต้น

การวิเคราะห์ลูกค้า (Customer Analysis) ⁶ หมายถึง การค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับการซื้อสินค้าและการใช้บริการของลูกค้า เพื่อให้ทราบถึงลักษณะและความต้องการของลูกค้า คำถามที่จะ

⁶ Douglas J. Dalrymple & Leonard J. Pansons , Basic Marketing Management. , (USA. :1995),P.43.

ใช้ค้นหาหรือวิเคราะห์ คือ ลูกค้าคือใคร ลูกค้าอยู่ที่ไหน ลูกค้าซื้อเมื่อไร ลูกค้าต้องการอะไรและ ลูกค้าซื้ออย่างไร

ร้านขายยาแบบลูกโซ่ (Chain Drug Store)⁷ หมายถึง ร้านขายยาระดับประเทศที่มีสาขาตั้งแต่ 2 แห่งขึ้นไป มีการบริหารงานโดยส่วนกลางและจำหน่ายสายผลิตภัณฑ์ที่คล้ายคลึงกัน แบ่งเป็น 5 กลุ่ม คือ ยา สิ้นค้ารักษาความงาม อาหารเสริมและวิตามิน อุปกรณ์เครื่องมือทางการแพทย์ และสินค้าเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อของลูกค้า หมายถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดซึ่งประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ สภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน และการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้

⁷ ทิพภาณี ไชยเสน. “สู่ยุคคอนวีเนียนดริคส์...คอนเซ็ปต์ใหม่ของร้านขายยา”. นิตยสารคู่แข่ง 16, 201(มกราคม 2539): 49.