

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในการเลือกร้านขายยาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ได้ทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 280 ราย ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถแบ่งได้เป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพปัจจุบัน รายได้ต่อเดือน สถานภาพสมรส การเป็นสมาชิกร้านขายยา ท่าเลที่ตั้งร้านขายยาที่นิยมใช้บริการ ความถี่ในการใช้บริการร้านขายยาในเดือนที่ผ่านมา และค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการใช้บริการร้านขายยา (ตารางที่ 2-11)

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในการเลือกร้านขายยา ประกอบด้วย สาเหตุที่มาใช้บริการร้านขายยา การค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับร้านขายยา แหล่งข้อมูล การประเมินทางเลือกตามระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านกระบวนการ การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ความพึงพอใจหลังจากการใช้บริการร้านขายยา (ตารางที่ 12-28)

ส่วนที่ 3 : ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในการเลือกร้านขายยาในเรื่องการประเมินทางเลือกตามระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ จำแนกตาม เพศ อายุ และรายได้ต่อเดือน (ตารางที่ 29-49)

ส่วนที่ 4 : ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ปัญหาที่พบในการใช้บริการร้านขายยา ข้อเสนอแนะอื่นๆ (ตารางที่ 50-51)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	108	38.57
หญิง	172	61.43
รวม	280	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงร้อยละ 61.43 และเพศชายร้อยละ 38.57

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	25	8.93
21-30 ปี	176	62.86
31-40 ปี	54	19.29
40 ปีขึ้นไป	25	8.93
รวม	280	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ร้อยละ 62.86 รองลงมา คืออายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 19.29 อายุไม่เกิน 20 ปี และอายุ 40ปีขึ้นไป ร้อยละ 8.93 เท่ากัน

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาขั้นสูงสุด

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกินมัธยมศึกษา/ปวช./หรือเทียบเท่า	84	30.00
อนุปริญญา/ปวส./หรือเทียบเท่า	29	10.35
ปริญญาตรี	131	46.79
สูงกว่าปริญญาตรี	36	12.86
รวม	280	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี ร้อยละ 46.79 รองลงมาคือ ไม่เกินมัธยมศึกษา/ปวช./หรือเทียบเท่า ร้อยละ 30.00 และสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 12.86

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	32	11.43
เจ้าของกิจการส่วนตัว	51	18.21
พนักงานเอกชน/ห้างร้าน	84	30.00
ประกอบวิชาชีพอิสระ	24	8.57
นักศึกษา	71	25.36
อื่นๆ	18	6.43
รวม	280	100.00

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ เกษียณ นักเรียน ว่างาน แม่บ้าน รับจ้าง

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพ พนักงานเอกชน/ห้างร้าน ร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ นักศึกษา ร้อยละ 25.36 และ เจ้าของกิจการส่วนตัว ร้อยละ 18.21

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน (บาท)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	125	44.64
10,001 – 20,000 บาท	82	29.29
20,001 – 30,000 บาท	41	14.64
มากกว่า 30,000 บาท	32	11.43
รวม	280	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ร้อยละ 44.64 รองลงมาคือ รายได้ 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 29.29 และรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 14.64

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	216	77.14
สมรส	64	22.86
รวม	280	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพโสด ร้อยละ 77.14 รองลงมาคือ สมรส ร้อยละ 22.86

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเป็นสมาชิกของร้านขายยา

การเป็นสมาชิกร้านขายยา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เป็นสมาชิก	261	93.21
เป็นสมาชิก	19	6.79
รวม	280	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้เป็นสมาชิกร้านขายยา ร้อยละ 93.21 และเป็นสมาชิกร้านขายยา ร้อยละ 6.79

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามที่ตั้งของร้านขายยาที่นิยมไปใช้บริการ

ที่ตั้งร้านขายยา	จำนวน	ร้อยละ
ห้างสรรพสินค้า	68	24.29
ไฮเปอร์มาร์เก็ต	25	8.93
ตลาดสด	31	11.07
ย่านชุมชน/ที่อยู่อาศัย	156	55.71
รวม	280	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมไปใช้บริการร้านขายยาย่านชุมชน/ที่อยู่อาศัย ร้อยละ 55.71 รองลงมาคือ ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 24.29 และตลาดสด ร้อยละ 11.07

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการใช้บริการ
ในเดือนที่ผ่านมา

ความถี่ในการใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้ใช้บริการเลย	94	33.57
1 ครั้ง	88	31.43
2 ครั้ง	79	28.21
3 ครั้งขึ้นไป	19	6.79
รวม	280	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้ใช้บริการร้านขายยาเลยในเดือนที่ผ่านมา ร้อยละ 33.57 รองลงมาคือไป 1 ครั้ง ร้อยละ 31.43 และไป 2 ครั้ง ร้อยละ 28.21

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ
ต่อ 1 ครั้ง

ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อ 1 ครั้ง (บาท)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 100 บาท	100	35.71
101-300 บาท	141	50.36
301-500 บาท	27	9.64
501 บาทขึ้นไป	12	4.29
รวม	280	100.00

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าใช้จ่ายในการใช้บริการต่อ 1 ครั้ง
101-300 บาท ร้อยละ 50.36 รองลงมาคือใช้ไม่เกิน 100 บาท ร้อยละ 35.71 และใช้ 301-500 บาท
ร้อยละ 9.64

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในการเลือกร้านขายยา

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน คะแนน และอันดับของสาเหตุที่ผู้ตอบแบบสอบถามมาใช้บริการในร้านขายยา

สาเหตุที่มาใช้บริการ	จำนวนผู้เลือกและคะแนนในแต่ละอันดับ						ค่าเฉลี่ย ถ่วง น้ำหนัก	อันดับ
	อันดับที่ 1		อันดับที่ 2		อันดับที่ 3			
	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน		
มีอาการป่วยแต่ยังไม่ต้องการพบแพทย์	199	597	43	86	15	15	2.72	1
ต้องการคำปรึกษาจากเภสัชกร	25	75	99	198	70	70	1.77	3
ต้องการซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพเพื่อความสวยงาม	24	72	27	54	44	44	1.79	2
ต้องการซื้ออุปกรณ์ทางการแพทย์ที่นอกเหนือจากยา	3	9	21	42	45	45	1.39	5
ต้องการซื้อยาเก็บไว้ใช้เมื่อยามจำเป็น	29	87	82	164	90	90	1.70	4

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ตอบในอันดับ 2 และ 3 จำนวน 8 คนและ 16 คน ตามลำดับ

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจัดอันดับสาเหตุที่มาใช้บริการร้านขายยา โดยเรียงอันดับตามค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ดังนี้ อันดับที่ 1 ได้แก่ มีอาการป่วยแต่ยังไม่ต้องการพบแพทย์ มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 2.72 อันดับที่ 2 ได้แก่ ต้องการซื้อผลิตภัณฑ์สุขภาพเพื่อความสวยงาม มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 1.79 และอันดับที่ 3 ได้แก่ ต้องการคำปรึกษาจากเภสัชกร มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 1.77

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับ
ร้านขายยา

ข้อมูลที่ค้นหา	จำนวน	ร้อยละ
การมีเภสัชกรประจำร้านตลอดเวลา	167	59.64
ช่วงเวลาในการให้บริการ	90	32.14
ราคาของสินค้า	142	50.71
เรื่องความสะดวก	78	27.86
สถานที่ตั้งร้านขายยา	205	73.21
มีสถานที่จอดรถ	82	29.29
การตกแต่งร้านสะดวก	49	17.50

หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ จากผู้ตอบแบบสอบถาม 280 ราย

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องสถานที่ตั้งร้านขายยามากที่สุด ร้อยละ 73.21 รองลงมา คือ การมีเภสัชกรประจำร้านตลอดเวลา ร้อยละ 59.64 และราคาของสินค้า ร้อยละ 50.71

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน คะแนน และอันดับของแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับร้านขายยาที่ผู้ตอบแบบสอบถามค้นหาข้อมูล

แหล่งข้อมูล	จำนวนเลือกและคะแนนในแต่ละอันดับ						ค่าเฉลี่ย ถ่วง น้ำหนัก	อันดับ
	อันดับที่ 1		อันดับที่ 2		อันดับที่ 3			
	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน	จำนวน	คะแนน		
เพื่อนบ้าน เพื่อนที่ทำงาน คนรู้จักที่เคยเข้าร้าน ขายยา	109	327	84	168	39	39	2.30	1
บุคลากรทางการแพทย์ เช่น แพทย์ เภสัชกร พยาบาล	46	138	51	102	49	49	1.98	3
ญาติพี่น้อง	42	126	58	116	56	56	1.91	4
พนักงานประจำร้าน	7	21	22	44	37	37	1.55	6
แผ่นพับ หรือใบปลิว	2	6	11	22	24	24	1.41	7
คนสะดวกแถวร้าน	5	15	16	32	25	25	1.57	5
ป้ายหน้าร้าน	68	204	34	68	41	41	2.19	2

หมายเหตุ : ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ตอบอันดับ 1 อันดับ 2 และอันดับ 3 เป็นจำนวน 1 คน 4 คน และ 9 คน ตามลำดับ

จากตารางที่ 14 ผู้ตอบแบบสอบถามจัดอันดับแหล่งข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามค้นหาข้อมูลโดยเรียงอันดับตามค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ดังนี้ อันดับที่ 1 ได้แก่ เพื่อนบ้าน เพื่อนที่ทำงาน คนรู้จักที่เคยเข้าร้านขายยา มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 2.30 อันดับที่ 2 ได้แก่ ป้ายหน้าร้าน มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 2.19 และอันดับที่ 3 ได้แก่ บุคลากรทางการแพทย์ เช่น แพทย์ เภสัชกร พยาบาล มีค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 1.98

การประเมินทางเลือก

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ จำแนกตามความสำคัญของปัจจัย
ด้านผลิตภัณฑ์ในการประเมินเพื่อเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญในการประเมินทางเลือก					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
มียาและเวชภัณฑ์ที่แสดง จำนวนมาก	65 (23.21)	158 (56.43)	48 (17.14)	8 (2.86)	1 (0.36)	3.99 (มาก)
มียาหลายยี่ห้อให้เลือก	61 (21.79)	161 (57.50)	52 (18.57)	6 (2.14)	-	3.99 (มาก)
มียาที่มีการโฆษณาจำหน่าย	30 (10.71)	129 (46.07)	99 (35.36)	18 (6.43)	4 (1.43)	3.58 (มาก)
สามารถเลือกซื้อสินค้าได้เอง	65 (23.21)	128 (45.71)	70 (25.00)	16 (5.71)	1 (0.36)	3.86 (มาก)
มีเครื่องมือแพทย์ที่ใช้เองได้ที่ บ้านจำหน่าย เช่น เครื่องวัด ปรอท ความดัน	34 (12.14)	95 (33.93)	111 (39.64)	40 (14.29)	-	3.44 (ปานกลาง)
มีสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น ลูกอม หมากฝรั่ง แปรงสีฟัน จำหน่าย	23 (8.21)	63 (22.50)	106 (37.86)	64 (22.86)	24 (8.57)	2.99 (ปานกลาง)
มีผลิตภัณฑ์นมผงสำหรับเด็ก, ผู้ใหญ่จำหน่าย	15 (5.36)	50 (17.86)	104 (37.14)	77 (27.50)	34 (12.14)	2.77 (ปานกลาง)
สามารถเปลี่ยนหรือคืนสินค้า ได้	75 (26.79)	113 (40.36)	57 (20.36)	22 (7.86)	13 (4.64)	3.77 (มาก)
มีอาหารเสริมสุขภาพจำหน่าย	46 (16.43)	96 (34.29)	97 (34.64)	28 (10.00)	13 (4.64)	3.48 (ปานกลาง)

ตารางที่ 15 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ จำแนกตามความสำคัญของ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการประเมินเพื่อเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญในการประเมินทางเลือก					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
มีเครื่องสำอางจำหน่าย	22 (7.89)	60 (21.51)	118 (42.29)	54 (19.35)	25 (8.96)	3.00 (ปานกลาง)
มีบัตรเติมเงินโทรศัพท์จำหน่าย	7 (2.51)	39 (13.98)	100 (35.84)	77 (27.60)	56 (20.07)	2.51 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.40 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับปานกลาง(3.40) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่ในระดับปานกลาง ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มียาและเวชภัณฑ์ตั้งแสดงจำนวนมาก (3.99) และมียาหลายยี่ห้อให้เลือก (3.99) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือสามารถเลือกซื้อสินค้าได้เอง (3.86) มีผลในระดับมากเช่นกัน

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการประเมินเพื่อเลือกร้านขายยาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความสำคัญในการประเมินทางเลือก					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ราคาใกล้เคียงกับที่อื่นๆ	77 (27.60)	154 (55.20)	45 (16.13)	3 (1.08)	-	4.09 (มาก)
มีป้ายแสดงราคาชัดเจน	102 (36.56)	137 (49.10)	34 (12.19)	6 (2.15)	-	4.20 (มาก)
ราคาต่อรองได้	61 (21.86)	81 (29.03)	93 (33.33)	34 (12.19)	10 (3.58)	3.53 (มาก)
รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	34 (12.19)	66 (23.66)	106 (37.99)	43 (15.41)	30 (10.75)	3.11 (ปานกลาง)
มีขาให้เลือกหลายราคา	55 (19.71)	151 (54.12)	62 (22.22)	10 (3.58)	1 (0.36)	3.89 (มาก)
มีการให้ส่วนลดเมื่อซื้อปริมาณ/ มูลค่ามาก	61 (21.86)	116 (41.58)	66 (23.66)	31 (11.11)	5 (1.79)	3.71 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.76 (มาก)

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคาในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (3.76) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีป้ายแสดงราคาชัดเจน (4.20) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ ราคาใกล้เคียงกับที่อื่นๆ (4.09) มีผลในระดับมากเช่นกัน

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ในการประเมินเพื่อเลือกร้านขายยาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านสถานที่	ระดับความสำคัญในการประเมินทางเลือก					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
อยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน	156 (55.91)	97 (34.77)	24 (8.60)	2 (0.72)	-	4.46 (มาก)
เป็นทางผ่าน	120 (43.01)	127 (45.52)	29 (10.39)	3 (1.08)	-	4.30 (มาก)
ร้านตั้งอยู่ในศูนย์การค้า ห้างสรรพสินค้า	71 (25.45)	114 (40.86)	81 (29.03)	9 (3.23)	4 (1.43)	3.86 (มาก)
มีที่จอดรถ	107 (38.35)	111 (39.78)	49 (17.56)	10 (3.58)	2 (0.72)	4.11 (มาก)
มีบริการให้คำปรึกษาทาง โทรศัพท์	32 (11.47)	63 (22.58)	111 (39.78)	52 (18.64)	21 (7.53)	3.12 (ปานกลาง)
มีบริการ โทรสั่ง และจัดส่งถึง บ้าน	25 (8.96)	48 (17.20)	103 (36.92)	61 (21.86)	42 (15.05)	2.83 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.78 (มาก)

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านสถานที่ในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (3.78) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ อยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน (4.46) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ เป็นทางผ่าน (4.30) มีผลในระดับมากเช่นกัน

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในการประเมินเพื่อเลือกร้านขายยาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญในการประเมินทางเลือก					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
มีเกษตรกรประจำร้านตลอดเวลา เปิด	142 (50.90)	106 (37.99)	25 (8.96)	5 (1.79)	1 (0.36)	4.37 (มาก)
มีบริการตรวจวัดสุขภาพฟรี เช่น วัดความดัน	73 (26.16)	115 (41.22)	65 (23.30)	21 (7.53)	5 (1.79)	3.82 (มาก)
มีแผ่นพับให้ความรู้แจก	43 (15.41)	123 (44.09)	88 (31.54)	21 (7.53)	4 (1.43)	3.65 (มาก)
มีบัตรสมาชิกให้ส่วนลด	48 (17.20)	106 (37.99)	86 (30.82)	29 (10.39)	10 (3.58)	3.55 (มาก)
มีการจัดซุ้มส่งเสริมการขาย	25 (8.96)	95 (34.05)	114 (40.86)	34 (12.19)	11 (3.94)	3.32 (ปานกลาง)
มีการสะสมแต้มค่าใช้จ่าย เพื่อแลกรางวัล	29 (10.39)	85 (30.47)	104 (37.28)	37 (13.26)	24 (8.60)	3.21 (ปานกลาง)
มีการโฆษณาผ่าน สื่อสารมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์, วิทยุ, โทรทัศน์	26 (9.32)	71 (25.45)	120 (43.01)	49 (17.56)	13 (4.66)	3.17 (ปานกลาง)
การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ของ ร้านส่งตรงถึงท่านเช่นส่งรายการ ยาที่มีการลดราคาเดือนนี้มาให้ ท่าน	27 (9.68)	83 (29.75)	108 (38.71)	44 (15.77)	17 (6.09)	3.21 (ปานกลาง)
การแจกแผ่นปลิวโฆษณาที่ ร้านขายยาเมื่อท่านแวะเข้าใช้ บริการ	14 (5.02)	71 (25.45)	150 (53.76)	36 (12.90)	9 (3.23)	3.16 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.49 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับปานกลาง (3.49) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่ในระดับปานกลาง ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีเภสัชกรประจำร้านตลอดเวลาเปิด (4.37) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือมีบริการตรวจวัดสุขภาพฟรี (3.82) มีผลในระดับมากเช่นกัน

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยจำแนกตามความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลในการประเมินเพื่อเลือกร้านขายยาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านบุคคล	ระดับความสำคัญในการประเมินทางเลือก					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
พนักงานขายมีกิริยามารยาท และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	159 (56.79)	99 (35.36)	18 (6.43)	4 (1.43)	-	4.47 (มาก)
พนักงานขายมีความรู้ความ สามารถเกี่ยวกับยาเป็นอย่างดี	180 (64.29)	82 (29.29)	14 (5.00)	4 (1.43)	-	4.56 (มากที่สุด)
พนักงานขายมีความพร้อมใน การให้บริการอยู่เสมอ	166 (59.29)	95 (33.93)	16 (5.71)	3 (1.07)	-	4.51 (มากที่สุด)
พนักงานขายมีการแต่งกาย เหมาะสมน่าเชื่อถือ	120 (42.86)	115 (41.07)	42 (15.00)	2 (0.71)	1 (0.36)	4.25 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						4.45 (มาก)

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านบุคคลในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (4.45) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยในระดับมากที่สุดและมากเท่ากัน ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ พนักงานมีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับยาเป็นอย่างดี (4.56) มีความสำคัญในระดับมากที่สุด รองลงมาคือพนักงานมีความพร้อมในการให้บริการอยู่เสมอ (4.51) มีความสำคัญในระดับมากที่สุดเช่นกัน

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ย จำแนกตามความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในการประเมินเพื่อเลือกร้านขายยาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	ระดับความสำคัญในการประเมินทางเลือก					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
จัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่และเป็นระเบียบ	113 (40.36)	139 (49.64)	26 (9.29)	2 (0.71)	-	4.30 (มาก)
มีระบบปรับอากาศ,ร้านดูสว่าง	96 (34.29)	147 (52.50)	32 (11.43)	3 (1.07)	2 (0.71)	4.19 (มาก)
ร้านสะอาด/ตกแต่งสวยงาม	110 (39.29)	142 (50.71)	24 (8.57)	4 (1.43)	-	4.28 (มาก)
ร้านขายยามีขนาดใหญ่	50 (17.86)	92 (32.86)	113 (40.36)	21 (7.50)	4 (1.43)	3.58 (มาก)
มีการจัดเตรียมร้านให้สะอาดอยู่เสมอ	114 (40.71)	142 (50.71)	24 (8.57)	-	-	4.32 (มาก)
ติดป้ายบอกเวลาทำการของเภสัชกร	92 (32.86)	132 (47.14)	46 (16.43)	7 (2.50)	3 (1.07)	4.08 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						4.13 (มาก)

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก(4.13) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยทั้งหมดอยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีการจัดเตรียมร้านให้สะอาดอยู่เสมอ (4.32) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือจัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่และเป็นระเบียบ (4.30) มีความสำคัญระดับมากเช่นกัน

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความสำคัญของ ปัจจัยด้านกระบวนการในการประเมินเพื่อเลือกร้านขายยาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านกระบวนการ	ระดับความสำคัญในการประเมินทางเลือก					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
ความรวดเร็วในการให้บริการ	129 (46.07)	118 (42.14)	32 (11.43)	1 (0.36)	-	4.34 (มาก)
มีระบบการจัดเก็บเงินด้วย คอมพิวเตอร์	59 (21.07)	101 (36.07)	97 (34.64)	18 (6.43)	5 (1.79)	3.68 (มาก)
เวลาเปิด-ปิดของร้านขายยา สะดวกต่อการใช้บริการ	125 (44.64)	130 (46.43)	23 (8.21)	2 (0.71)	-	4.35 (มาก)
มีการซักถามอาการและให้ คำแนะนำก่อนจ่ายยา	164 (58.57)	95 (33.93)	20 (7.14)	1 (0.36)	-	4.51 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						4.22 (มาก)

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (4.22) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีการซักถามอาการและให้คำแนะนำก่อนจ่ายยา (4.51) มีความสำคัญในระดับมากที่สุด รองลงมาคือเวลาเปิด-ปิดของร้านขายยาสะดวกต่อการใช้บริการ (4.35) มีความสำคัญในระดับมาก

การซื้อและการบริโภค

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจเลือกร้านขายยา

การตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
ตนเอง	203	72.50
เพื่อน/คนรู้จัก	11	3.93
เภสัชกร	60	21.43
พนักงานประจำร้าน	6	2.14
รวม	280	100.00

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตัดสินใจด้วยตนเองในการเลือกร้านขายยามากที่สุด ร้อยละ 72.50 รองลงมาคือเภสัชกร ร้อยละ 21.43 และเพื่อน/คนรู้จัก ร้อยละ 3.93

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการซื้อยาจากร้านขายยา

ลักษณะการซื้อยา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีร้านประจำ	141	50.36
ซื้อจากร้านประจำเพียง 1 ร้าน	36	12.86
ซื้อจากร้านประจำ 2-3 ร้าน	103	36.79
รวม	280	100.00

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีร้านขายยาที่ซื้อประจำ ร้อยละ 50.36 รองลงมาคือ ซื้อจากร้านประจำ 2-3 ร้าน ร้อยละ 36.79 และซื้อจากร้านประจำเพียง 1 ร้าน ร้อยละ 12.86

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับระยะเวลาในการเป็นลูกค้าร้านขายยาที่กำลังใช้บริการอยู่

ระยะเวลา	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 6 เดือน	142	50.71
6 เดือน – 1 ปี	64	22.86
เกิน 1 ปี แต่ไม่เกิน 2 ปี	26	9.29
มากกว่า 2 ปีขึ้นไป	48	17.14
รวม	280	100.00

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นลูกค้าร้านขายยาที่กำลังใช้บริการอยู่น้อยกว่า 6 เดือน ร้อยละ 50.71 รองลงมาคือใช้บริการร้านขายยา 6 เดือน – 1 ปี ร้อยละ 22.86 และใช้บริการมากกว่า 2 ปีขึ้นไป ร้อยละ 17.14

การประเมินหลังการบริโภค

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านขายยาที่กำลังใช้บริการอยู่

ความพึงพอใจ	จำนวน	ร้อยละ
มากที่สุด	39	13.93
มาก	157	56.07
ปานกลาง	82	29.29
น้อย	1	0.36
น้อยมาก	1	0.36
รวม	280	100.00

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านขายยาที่กำลังใช้บริการอยู่ในระดับมาก ร้อยละ 56.07 รองลงมาคือ มีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านขายยาที่กำลังใช้บริการอยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 29.29 และมีความพึงพอใจในการใช้บริการร้านขายยาที่กำลังใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 13.93

ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่จะกลับมาใช้บริการร้านขายยาครั้งต่อไป

การกลับมาใช้บริการร้านขายยา	จำนวน	ร้อยละ
กลับมา	270	96.43
ไม่กลับมา	10	3.57
รวม	280	100.00

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะกลับมาใช้บริการร้านขายยาในครั้งต่อไป ร้อยละ 96.43 และผู้ตอบแบบสอบถามจะไม่กลับมาใช้บริการร้านขายยาในครั้งต่อไป ร้อยละ 3.57 เหตุผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่กลับมาใช้บริการอีกมีดังนี้ ไม่ได้ผ่านมาร้านนี้อีก ไกลบ้าน จำนวน 3 ราย ไม่ประทับใจ จำนวน 3 ราย ซื้อมาใช้ไม่ได้ จำนวน 1 ราย ไม่แน่ใจ จำนวน 1 ราย

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้เหตุผลว่าจะกลับมาใช้บริการร้านขายยาในครั้งต่อไป

เหตุผลที่กลับมาใช้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ทำเลที่ตั้งสะดวก	81	30.00
ใกล้ที่พัก/ที่ทำงาน	69	25.56
เภสัชกรมีความรู้ น่าเชื่อถือให้คำแนะนำดี จ่ายยาตรงกับโรค มนุษย์สัมพันธ์ดี สุภาพ	56	20.74
มียาให้เลือกเยอะ ได้สินค้าตามต้องการ	19	7.04
เป็นทางผ่าน	17	6.30
พนักงานบริการดี รวดเร็ว เอาใจใส่ลูกค้า	17	6.30
ประทับใจ	14	5.19
สินค้าราคาไม่แพง สมเหตุสมผล ราคาถูกกว่าป้ายและร้านทั่วไป	13	4.81
ใช้บริการเป็นประจำมีความคุ้นเคย	13	4.81
มีที่จอดรถสะดวก	11	4.07
อื่นๆ	7	2.59

หมายเหตุ : อื่นๆ ได้แก่ ดิคราคาชัดเจน จำนวน 2 ราย เลือกสินค้าเองได้ จำนวน 2 ราย ยามีคุณภาพ จำนวน 2 ราย สะอาด จำนวน 1 ราย

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ในการแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการ
ร้านขายยา

การแนะนำ	จำนวน	ร้อยละ
แนะนำ	242	86.43
ไม่แนะนำ	38	13.57
รวม	280	100.00

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะแนะนำผู้อื่นมาใช้บริการ
ร้านขายยา ร้อยละ 86.43 และผู้ตอบแบบสอบถามที่จะไม่แนะนำให้ผู้อื่นมาใช้บริการร้านขายยา
ร้อยละ 13.57

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในการเลือกร้านขายยา จำแนกตาม เพศ อายุ และรายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มียาและเวชภัณฑ์ที่แสดงจำนวนมาก	3.97 (มาก)	4.01 (มาก)
มียาหลายยี่ห้อให้เลือก	3.96 (มาก)	4.01 (มาก)
มียาที่มีการโฆษณาจำหน่าย	3.59 (มาก)	3.58 (มาก)
สามารถเลือกซื้อสินค้าได้เอง	3.81 (มาก)	3.88 (มาก)
มีเครื่องมือแพทย์ที่ใช้เอง ได้ที่บ้านจำหน่าย เช่น เครื่องวัดปรอท ความดัน	3.51 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)
มีสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น ลูกอม หมากฝรั่ง แปรงสีฟันจำหน่าย	3.06 (ปานกลาง)	2.94 (ปานกลาง)
มีผลิตภัณฑ์นมผงสำหรับเด็ก,ผู้ใหญ่จำหน่าย	2.75 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)
สามารถเปลี่ยนหรือคืนสินค้าได้	3.83 (มาก)	3.73 (มาก)
มีอาหารเสริมสุขภาพจำหน่าย	3.44 (ปานกลาง)	3.50 (มาก)
มีเครื่องสำอางจำหน่าย	2.92 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)
มีบัตรเติมเงินโทรศัพท์จำหน่าย	2.38 (น้อย)	2.60 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.38 (ปานกลาง)	3.41 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับปานกลาง (3.38) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มียาและเวชภัณฑ์ที่แสดงจำนวนมาก (3.97) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ มียาหลายยี่ห้อให้เลือก (3.96) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับปานกลาง (3.41) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มียาและเวชภัณฑ์ที่แสดงจำนวนมาก (4.01) และมียาหลายยี่ห้อให้เลือก (4.01) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ สามารถเลือกซื้อสินค้าได้เอง (3.88) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านราคา	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาใกล้เคียงกับที่อื่นๆ	4.04 (มาก)	4.13 (มาก)
มีป้ายแสดงราคาชัดเจน	4.20 (มาก)	4.20 (มาก)
ราคาต่อรองได้	3.41 (ปานกลาง)	3.61 (มาก)
รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	3.04 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
มียาให้เลือกหลายราคา	3.92 (มาก)	3.88 (มาก)
มีการให้ส่วนลดเมื่อซื้อปริมาณ/มูลค่ามาก	3.65 (มาก)	3.74 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.71 (มาก)	3.79 (มาก)

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (3.71) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีป้ายแสดงราคาชัดเจน (4.20) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ ราคาใกล้เคียงกับที่อื่นๆ (4.04) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (3.79) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีป้ายแสดงราคาชัดเจน (4.20) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ ราคาใกล้เคียงกับที่อื่นๆ (4.13) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ในการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านสถานที่	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน	4.44 (มาก)	4.47 (มาก)
เป็นทางผ่าน	4.35 (มาก)	4.27 (มาก)
ร้านตั้งอยู่ในศูนย์การค้า, ห้างสรรพสินค้า	3.85 (มาก)	3.86 (มาก)
มีที่จอดรถ	4.16 (มาก)	4.09 (มาก)
มีบริการให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์	3.04 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)
มีบริการโทรสั่งและจัดส่งถึงบ้าน	2.81 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.78 (มาก)	3.78 (มาก)

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (3.78) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ อยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน (4.44) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ เป็นทางผ่าน (4.35) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (3.78) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ อยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน (4.47) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ เป็นทางผ่าน (4.27) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีเภสัชกรประจำร้านตลอดเวลาเปิด	4.30 (มาก)	4.42 (มาก)
มีบริการตรวจวัดสุขภาพฟรี เช่น วัดความดัน	3.69 (มาก)	3.91 (มาก)
มีแผ่นพับให้ความรู้แจก	3.50 (มาก)	3.74 (มาก)
มีบัตรสมาชิกให้ส่วนลด	3.48 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)
มีการจัดซุ้มส่งเสริมการขาย	3.23 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)
มีการสะสมแต้มค่าใช้จ่ายเพื่อแลกรางวัล	3.14 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
มีการโฆษณาผ่านสื่อสารมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์, วิทยุ, โทรทัศน์	3.09 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)
การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ของร้านส่งตรงถึงท่านเช่นส่งรายการยาที่มีการลดราคาเดือนนี้มาให้ท่าน	3.16 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)

ตารางที่ 32 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
การแจกแผ่นปลิวโฆษณาที่ร้านขายยาเมื่อท่านแวะเข้าใช้บริการ	3.13 (ปานกลาง)	3.18 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.41 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับปานกลาง (3.41) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีเภสัชกรประจำร้านตลอดเวลาเปิด (4.30) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ มีบริการตรวจวัดสุขภาพฟรี เช่น วัดความดัน (3.69) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (3.55) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีเภสัชกรประจำร้านตลอดเวลาเปิด (4.42) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ มีบริการตรวจวัดสุขภาพฟรี เช่น วัดความดัน (3.91) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลในการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านบุคคล	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานขายมีกิริยามารยาทและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.46 (มาก)	4.48 (มาก)
พนักงานขายมีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับยาเป็นอย่างดี	4.55 (มากที่สุด)	4.58 (มากที่สุด)
พนักงานขายมีความพร้อมในการให้บริการอยู่เสมอ	4.47 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)
พนักงานขายมีการแต่งกายเหมาะสมน่าเชื่อถือ	4.24 (มาก)	4.26 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.43 (มาก)	4.47 (มาก)

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (4.43) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ พนักงานขายมีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับยาเป็นอย่างดี (4.55) มีความสำคัญในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ พนักงานขายมีความพร้อมในการให้บริการเสมอ (4.47) มีความสำคัญในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (4.47) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยอยู่ในระดับมากและมากที่สุด ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ พนักงานขายมีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับยาเป็นอย่างดี (4.58) มีความสำคัญในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ พนักงานขายมีความพร้อมในการให้บริการเสมอ (4.54) มีความสำคัญในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
จัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่และเป็นระเบียบ	4.25 (มาก)	4.33 (มาก)
มีระบบปรับอากาศ,ร้านดูสว่าง	4.19 (มาก)	4.19 (มาก)
ร้านสะอาด/ตกแต่งสวยงาม	4.26 (มาก)	4.29 (มาก)
ร้านขายยามีขนาดใหญ่	3.56 (มาก)	3.59 (มาก)
มีการจัดเตรียมร้านให้สะอาดอยู่เสมอ	4.31 (มาก)	4.33 (มาก)
คิดป้านบอกรเวลาทำการของเภสัชกร	3.96 (มาก)	4.16 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.09 (มาก)	4.15 (มาก)

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (4.09) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยทั้งหมดอยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีการจัดเตรียมร้านให้สะอาดอยู่เสมอ (4.31) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ ร้านสะอาด/ตกแต่งสวยงาม (4.26) มีความสำคัญในระดับมาก เช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (4.15) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยทั้งหมดอยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีการจัดเตรียมร้านให้สะอาดอยู่เสมอ (4.33) และจัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่และเป็นระเบียบ (4.33) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ ร้านสะอาด/ตกแต่งสวยงาม (4.29) มีความสำคัญในระดับมาก เช่นกัน

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการในการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	เพศ	
	ชาย	หญิง
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความรวดเร็วในการให้บริการ	4.31 (มาก)	4.36 (มาก)
มีระบบการจัดเก็บเงินด้วยคอมพิวเตอร์	3.58 (มาก)	3.74 (มาก)
เวลาปิด-เปิดของร้านขายยาสะดวกต่อการใช้บริการ	4.31 (มาก)	4.38 (มาก)
มีการซักถามอาการและให้คำแนะนำก่อนจ่ายยา	4.39 (มาก)	4.58 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.15 (มาก)	4.27 (มาก)

จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายให้ความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (4.15) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยทั้งหมดอยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีการซักถามอาการและให้คำแนะนำก่อนจ่ายยา (4.39) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ ความรวดเร็วในการให้บริการ(4.31)และเวลาปิด-เปิดของร้านขายยาสะดวกต่อการใช้บริการ (4.31) มีความสำคัญในระดับมาก เช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงให้ความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (4.27) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีการซักถามอาการและให้คำแนะนำก่อนจ่ายยา (4.58) มีความสำคัญในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ เวลาปิด-เปิดของร้านขายยาสะดวกต่อการใช้บริการ (4.38) มีความสำคัญในระดับมาก

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ			
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	40 ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มียาและเวชภัณฑ์ที่แสดงจำนวนมาก	3.84 (มาก)	4.05 (มาก)	3.93 (มาก)	3.92 (มาก)
มียาหลายยี่ห้อให้เลือก	4.12 (มาก)	3.97 (มาก)	4.02 (มาก)	3.96 (มาก)
มียาที่มีการโฆษณาจำหน่าย	3.84 (มาก)	3.62 (มาก)	3.56 (มาก)	3.12 (ปานกลาง)
สามารถเลือกซื้อสินค้าได้เอง	4.20 (มาก)	3.81 (มาก)	3.83 (มาก)	3.88 (มาก)
มีเครื่องมือแพทย์ที่ใช้งานได้ที่บ้านจำหน่าย เช่น เครื่องวัดปรอท ความดัน	3.36 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.60 (มาก)
มีสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น ลูกอม หมากฝรั่ง แปรงสีฟันจำหน่าย	3.56 (มาก)	2.97 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)
มีผลิตภัณฑ์นมผงสำหรับเด็ก,ผู้ใหญ่จำหน่าย	3.48 (ปานกลาง)	2.68 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	2.48 (น้อย)
สามารถเปลี่ยนหรือคืนสินค้าได้	4.04 (มาก)	3.81 (มาก)	3.93 (มาก)	2.88 (ปานกลาง)
มีอาหารเสริมสุขภาพจำหน่าย	3.88 (มาก)	3.53 (มาก)	3.41 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)
มีเครื่องสำอางจำหน่าย	3.52 (มาก)	3.02 (ปานกลาง)	2.91 (ปานกลาง)	2.52 (ปานกลาง)
มีบัตรเติมเงิน โทรศัพท์จำหน่าย	3.20 (ปานกลาง)	2.46 (น้อย)	2.48 (น้อย)	2.28 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.73 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (3.73) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ สามารถเลือกซื้อสินค้าได้เอง (4.20) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ มียาหลายยี่ห้อให้เลือก (4.12) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-30 ปี ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับปานกลาง (3.39) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มียาและเวชภัณฑ์ตั้งแสดงจำนวนมาก (4.05) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ มียาหลายยี่ห้อให้เลือก (3.97) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับปานกลาง (3.40) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มียาหลายยี่ห้อให้เลือก (4.02) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ มียาและเวชภัณฑ์ตั้งแสดงจำนวนมาก (3.93) และสามารถเปลี่ยนหรือคืนสินค้าได้ (3.93) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับปานกลาง (3.11) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มียาหลายยี่ห้อให้เลือก (3.96) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ มียาและเวชภัณฑ์ตั้งแสดงจำนวนมาก (3.92) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ			
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	40 ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาใกล้เคียงกับที่อื่นๆ	4.12 (มาก)	4.07 (มาก)	4.22 (มาก)	3.96 (มาก)
มีป้ายแสดงราคาชัดเจน	4.28 (มาก)	4.20 (มาก)	4.26 (มาก)	4.00 (มาก)
ราคาต่อรองได้	3.68 (มาก)	3.58 (มาก)	3.50 (มาก)	3.16 (ปานกลาง)
รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	3.24 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.07 (ปานกลาง)	3.08 (ปานกลาง)
มีขาให้เลือกหลายราคา	3.84 (มาก)	3.89 (มาก)	4.04 (มาก)	3.64 (มาก)
มีการให้ส่วนลดเมื่อซื้อปริมาณ/มูลค่ามาก	3.64 (มาก)	3.69 (มาก)	3.98 (มาก)	3.28 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.80 (มาก)	3.76 (มาก)	3.85 (มาก)	3.52 (มาก)

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปีให้ความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก(3.80) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีป้ายแสดงราคาชัดเจน (4.28) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ ราคาใกล้เคียงกับที่อื่นๆ (4.12) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-30 ปี ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (3.76) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีป้ายแสดงราคาชัดเจน (4.20) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ ราคาใกล้เคียงกับที่อื่นๆ (4.07) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (3.85) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีป้ายแสดงราคาชัดเจน (4.26) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ ราคาใกล้เคียงกับที่อื่นๆ (4.22) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 40ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (3.52) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยอยู่ในระดับปานกลางและมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีป้ายแสดงราคาชัดเจน (4.00) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ ราคาใกล้เคียงกับที่อื่นๆ (3.96) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ในการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านสถานที่	อายุ			
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	40 ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน	4.28 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.16 (มาก)
เป็นทางผ่าน	4.32 (มาก)	4.31 (มาก)	4.35 (มาก)	4.16 (มาก)
ร้านตั้งอยู่ในศูนย์การค้า, ห้างสรรพสินค้า	3.88 (มาก)	3.92 (มาก)	3.67 (มาก)	3.80 (มาก)
มีที่จอดรถ	3.80 (มาก)	4.15 (มาก)	4.17 (มาก)	4.08 (มาก)
มีบริการให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์	3.52 (มาก)	3.07 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)
มีบริการโทรสั่งและจัดส่งถึงบ้าน	3.40 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	2.56 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.87 (มาก)	3.79 (มาก)	3.80 (มาก)	3.61 (มาก)

จากตารางที่ 38 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (3.87) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ เป็นทางผ่าน (4.32) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ อยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน (4.28) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-30 ปี ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (3.79) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ อยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน (4.50) มีความสำคัญในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ เป็นทางผ่าน (4.31) มีความสำคัญในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปี ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (3.80) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ อยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน (4.56) มีความสำคัญในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ เป็นทางผ่าน (4.35) มีความสำคัญในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (3.61) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ อยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน (4.16) และเป็นทางผ่าน (4.16) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ มีที่จอดรถ (4.08) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	อายุ			
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	40 ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีเภสัชกรประจำร้านตลอดเวลาเปิด	4.32 (มาก)	4.35 (มาก)	4.46 (มาก)	4.36 (มาก)
มีบริการตรวจวัดสุขภาพฟรี เช่น วัดความดัน	4.16 (มาก)	3.78 (มาก)	3.80 (มาก)	3.88 (มาก)
มีแผ่นพับให้ความรู้แจก	3.88 (มาก)	3.59 (มาก)	3.67 (มาก)	3.72 (มาก)
มีบัตรสมาชิกให้ส่วนลด	3.76 (มาก)	3.58 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
มีการจัดหุ้มส่งเสริมการขาย	3.60 (มาก)	3.26 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
มีการสะสมแต้มค่าใช้จ่ายเพื่อแลกรางวัล	3.44 (ปานกลาง)	3.23 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	2.92 (ปานกลาง)
มีการโฆษณาผ่านสื่อสารมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์, วิทยุ, โทรทัศน์	3.76 (มาก)	3.10 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.04 (ปานกลาง)
การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ของร้าน ส่งตรงถึงท่านเช่นส่งรายการยาที่มีการลดราคาเดือนนี้มาให้ท่าน	3.48 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	2.96 (ปานกลาง)
การแจกแผ่นปลิวโฆษณาที่ร้าน ขยายยาเมื่อท่านแวะเข้าใช้บริการ	3.36 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.12 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.75 (มาก)	3.47 (ปานกลาง)	3.52 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 39 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปีให้ความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (3.75) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีเภสัชกรประจำร้านตลอดเวลาเปิด (4.32) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ มีบริการตรวจวัดสุขภาพฟรีเช่นวัดความดัน (4.16) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-30 ปีให้ความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับปานกลาง (3.47) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีเภสัชกรประจำร้านตลอดเวลาเปิด (4.35) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ มีบริการตรวจวัดสุขภาพฟรีเช่นวัดความดัน (3.78) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปีให้ความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (3.52) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีเภสัชกรประจำร้านตลอดเวลาเปิด (4.46) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ มีบริการตรวจวัดสุขภาพฟรีเช่นวัดความดัน (3.80) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับปานกลาง (3.40) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีเภสัชกรประจำร้านตลอดเวลาเปิด (4.36) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ มีบริการตรวจวัดสุขภาพฟรีเช่นวัดความดัน (3.88) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลในการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านบุคคล	อายุ			
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	40 ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานขายมีกิริยามารยาทและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.28 (มาก)	4.50 (มากที่สุด)	4.59 (มากที่สุด)	4.24 (มาก)
พนักงานขายมีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับยาเป็นอย่างดี	4.32 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)	4.69 (มากที่สุด)	4.36 (มาก)
พนักงานขายมีความพร้อมในการให้บริการอยู่เสมอ	4.28 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	4.65 (มากที่สุด)	4.24 (มาก)
พนักงานขายมีการแต่งกายเหมาะสมน่าเชื่อถือ	4.32 (มาก)	4.32 (มาก)	4.17 (มาก)	3.88 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.30 (มาก)	4.49 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)	4.18 (มาก)

จากตารางที่ 40 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปีให้ความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (4.30) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยทั้งหมดอยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ พนักงานขายมีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับยาเป็นอย่างดี (4.32) และพนักงานขายมีการแต่งกายเหมาะสมน่าเชื่อถือ (4.32) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ พนักงานขายมีกิริยามารยาท และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (4.28) และพนักงานขายมีความพร้อมในการให้บริการเสมอ (4.28) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-30 ปีให้ความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (4.49) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ พนักงานขายมีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับยาเป็นอย่างดี (4.59) มีความสำคัญในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ พนักงานขายมีความพร้อมในการให้บริการเสมอ (4.55) มีความสำคัญในระดับมากที่สุดเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปีให้ความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมากที่สุด (4.53) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ พนักงานขายมีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับยาเป็นอย่างดี (4.69) มีความสำคัญในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ พนักงานขายมีความพร้อมในการให้บริการเสมอ (4.65) มีความสำคัญในระดับมากที่สุดเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (4.18) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยทั้งหมดอยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ พนักงานขายมีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับยาเป็นอย่างดี (4.36) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ พนักงานขายมีความพร้อมในการให้บริการเสมอ (4.24) และ พนักงานขายมีกิจกรรมรยาท และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (4.24) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	อายุ			
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	40 ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
จัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่และเป็นระเบียบ	4.32 (มาก)	4.28 (มาก)	4.41 (มาก)	4.16 (มาก)
มีระบบปรับอากาศ,ร้านดูสว่าง	4.16 (มาก)	4.20 (มาก)	4.09 (มาก)	4.28 (มาก)
ร้านสะอาด/ตกแต่งสวยงาม	4.24 (มาก)	4.30 (มาก)	4.22 (มาก)	4.28 (มาก)
ร้านขายยามีขนาดใหญ่	3.60 (มาก)	3.59 (มาก)	3.57 (มาก)	3.52 (มาก)
มีการจัดเตรียมร้านให้สะอาดอยู่เสมอ	4.32 (มาก)	4.35 (มาก)	4.26 (มาก)	4.28 (มาก)
ติดป้ายบอกเวลาทำการของเภสัชกร	4.28 (มาก)	4.06 (มาก)	4.02 (มาก)	4.20 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.15 (มาก)	4.13 (มาก)	4.10 (มาก)	4.12 (มาก)

จากตารางที่ 41 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปีให้ความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (4.15) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยทั้งหมดอยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ จัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่และเป็นระเบียบ (4.32) และมีการจัดเตรียมร้านให้สะอาดอยู่เสมอ (4.32) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ ติดป้ายบอกเวลาทำการของเภสัชกร(4.28) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-30 ปีให้ความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (4.13) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยทั้งหมดอยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีการจัดเตรียมร้านให้สะอาดอยู่เสมอ (4.35) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ ร้านสะอาด/ตกแต่งสวยงาม (4.30) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปีให้ความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (4.10) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยทั้งหมดอยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ จัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่และเป็นระเบียบ (4.41) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ มีการจัดเตรียมร้านให้สะอาดอยู่เสมอ (4.26) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (4.12) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยทั้งหมดอยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีระบบปรับอากาศ, ร้านดูสว่าง (4.28) ร้านสะอาด/ตกแต่งสวยงาม (4.28) และมีการจัดเตรียมร้านให้สะอาดอยู่เสมอ (4.28) มีความสำคัญในระดับมาก

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการในการเลือกใช้บริการ
ร้านขายยาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านกระบวนการ	อายุ			
	ไม่เกิน 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	40 ปีขึ้นไป
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความรวดเร็วในการให้บริการ	4.40 (มาก)	4.36 (มาก)	4.26 (มาก)	4.28 (มาก)
มีระบบการจัดเก็บเงินด้วย คอมพิวเตอร์	3.92 (มาก)	3.70 (มาก)	3.61 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)
เวลาเปิด-ปิดของร้านขายยา สะดวกต่อการใช้บริการ	4.32 (มาก)	4.36 (มาก)	4.43 (มาก)	4.16 (มาก)
มีการซักถามอาการและให้ คำแนะนำก่อนจ่ายยา	4.60 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)	4.36 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.31 (มาก)	4.23 (มาก)	4.22 (มาก)	4.07 (มาก)

จากตารางที่ 42 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 20 ปีให้ความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (4.31) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีการซักถามอาการและให้คำแนะนำก่อนจ่ายยา (4.60) มีความสำคัญในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ความรวดเร็วในการให้บริการ (4.40) มีความสำคัญในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 21-30 ปีให้ความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (4.23) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีการซักถามอาการและให้คำแนะนำก่อนจ่ายยา (4.50) มีความสำคัญในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ความรวดเร็วในการให้บริการ (4.36) และ เวลาเปิด-ปิดของร้านขายยาสะดวกต่อการใช้บริการ (4.36) มีความสำคัญในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 31-40 ปีให้ความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (4.22) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีการซักถามอาการและให้คำแนะนำก่อน

จ่ายยา (4.56) มีความสำคัญในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ เวลาปิด-เปิดของร้านขายยาสะดวกต่อการใช้บริการ (4.43) มีความสำคัญในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 40 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (4.07) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีการซักถามอาการและให้คำแนะนำก่อนจ่ายยา (4.36) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ ความรวดเร็วในการให้บริการ (4.28) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000บาท	10,001- 20,000บาท	20,001- 30,000บาท	มากกว่า 30,000บาท
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มียาและเวชภัณฑ์ตั้งแสดงจำนวนมาก	3.90 (มาก)	4.09 (มาก)	4.02 (มาก)	4.06 (มาก)
มียาหลายยี่ห้อให้เลือก	3.92 (มาก)	4.01 (มาก)	4.12 (มาก)	4.03 (มาก)
มียาที่มีการโฆษณาจำหน่าย	3.66 (มาก)	3.55 (มาก)	3.39 (ปานกลาง)	3.59 (มาก)
สามารถเลือกซื้อสินค้าได้เอง	3.82 (มาก)	3.89 (มาก)	3.78 (มาก)	4.00 (มาก)
มีเครื่องมือแพทย์ที่ใช้เองได้ที่บ้านจำหน่าย เช่นเครื่องวัดปรอท ความดัน	3.41 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.56 (มาก)	3.59 (มาก)
มีสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น ลูกอม หมาก ฝรั่ง แปรงสีฟันจำหน่าย	3.10 (ปานกลาง)	2.99 (ปานกลาง)	2.83 (ปานกลาง)	2.78 (ปานกลาง)
มีผลิตภัณฑ์นมผงสำหรับเด็ก,ผู้ใหญ่ จำหน่าย	2.85 (ปานกลาง)	2.57 (ปานกลาง)	2.93 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)
สามารถเปลี่ยนหรือคืนสินค้าได้	3.72 (มาก)	3.83 (มาก)	3.88 (มาก)	3.66 (มาก)

ตารางที่ 43 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการเลือกใช้บริการ
ร้านขายยาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000บาท	10,001- 20,000บาท	20,001- 30,000บาท	มากกว่า 30,000บาท
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีอาหารเสริมสุขภาพจำหน่าย	3.50 (มาก)	3.51 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)
มีเครื่องสำอางจำหน่าย	3.05 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)	2.95 (ปานกลาง)	2.72 (ปานกลาง)
มีบัตรเติมเงินโทรศัพท์จำหน่าย	2.66 (ปานกลาง)	2.54 (ปานกลาง)	2.34 (น้อย)	2.06 (น้อย)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.42 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.32 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 43 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000บาทให้ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับปานกลาง (3.42) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มียาหลายยี่ห้อให้เลือก (3.92) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ มียาและเวชภัณฑ์ตั้งแสดงจำนวนมาก (3.90) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาทให้ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับปานกลาง (3.40) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มียาและเวชภัณฑ์ตั้งแสดงจำนวนมาก (4.09) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ มียาหลายยี่ห้อให้เลือก (4.01) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับปานกลาง (3.39) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลางและมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด

ได้แก่ มียาหลายยี่ห้อให้เลือก (4.12) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ มียาและเวชภัณฑ์ตั้งแสดงจำนวนมาก (4.02) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000บาท ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับปานกลาง (3.32) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มียาและเวชภัณฑ์ตั้งแสดงจำนวนมาก (4.06) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ มียาหลายยี่ห้อให้เลือก (4.03) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านราคา	รายได้ต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	มากกว่า 30,000บาท
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ราคาใกล้เคียงกับที่อื่นๆ	4.03 (มาก)	4.22 (มาก)	4.02 (มาก)	4.09 (มาก)
มีป้ายแสดงราคาชัดเจน	4.20 (มาก)	4.25 (มาก)	4.10 (มาก)	4.22 (มาก)
ราคาต่อรองได้	3.54 (มาก)	3.67 (มาก)	3.56 (มาก)	3.16 (ปานกลาง)
รับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	2.87 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.47 (ปานกลาง)
มียาให้เลือกหลายราคา	3.82 (มาก)	3.90 (มาก)	4.02 (มาก)	3.97 (มาก)
มีการให้ส่วนลดเมื่อซื้อปริมาณ/มูลค่ามาก	3.50 (มาก)	3.89 (มาก)	3.83 (มาก)	3.88 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.66 (มาก)	3.86 (มาก)	3.82 (มาก)	3.80 (มาก)

จากตารางที่ 44 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาทให้ความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (3.66) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีป้ายแสดงราคาชัดเจน (4.20) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ ราคาใกล้เคียงกับที่อื่นๆ (4.03) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (3.86) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีป้ายแสดงราคาชัดเจน (4.25) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ ราคาใกล้เคียงกับที่อื่นๆ (4.22) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (3.82) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีป้ายแสดงราคาชัดเจน (4.10) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ ราคาใกล้เคียงกับที่อื่นๆ (4.02) และมีมาให้เลือกหลายราคา (4.02) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านราคาในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (3.80) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีป้ายแสดงราคาชัดเจน (4.22) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ ราคาใกล้เคียงกับที่อื่นๆ (4.09) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ในการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านสถานที่	รายได้ต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
อยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน	4.42 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.34 (มาก)	4.47 (มาก)
เป็นทางผ่าน	4.24 (มาก)	4.38 (มาก)	4.34 (มาก)	4.31 (มาก)
ร้านตั้งอยู่ในศูนย์การค้า, ห้างสรรพสินค้า	3.70 (มาก)	3.91 (มาก)	4.00 (มาก)	4.16 (มาก)
มีที่จอดรถ	3.86 (มาก)	4.27 (มาก)	4.34 (มาก)	4.41 (มาก)
มีบริการให้คำปรึกษาทางโทรศัพท์	3.10 (ปานกลาง)	3.11 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.16 (ปานกลาง)
มีบริการโทรสั่งและจัดส่งถึงบ้าน	2.86 (ปานกลาง)	2.86 (ปานกลาง)	2.66 (ปานกลาง)	2.88 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.70 (มาก)	3.85 (มาก)	3.81 (มาก)	3.90 (มาก)

จากตารางที่ 45 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาทให้ความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (3.70) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ อยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน (4.42) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ เป็นทางผ่าน (4.24) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (3.85) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ อยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน (4.57) มีความสำคัญในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ เป็นทางผ่าน (4.38) มีความสำคัญในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (3.81) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ อยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน (4.34) เป็นทางผ่าน (4.34) และมีที่จอดรถ (4.34) มีความสำคัญในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านสถานที่ในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (3.90) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ อยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน (4.47) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ มีที่จอดรถ (4.41) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้ต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000บาท	10,001- 20,000บาท	20,001- 30,000บาท	มากกว่า 30,000บาท
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีเกษตรกรประจำร้านตลอดเวลาเปิด	4.30 (มาก)	4.36 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)
มีบริการตรวจวัดสุขภาพฟรี เช่น วัดความดัน	3.75 (มาก)	3.90 (มาก)	4.02 (มาก)	3.66 (มาก)
มีแผ่นพับให้ความรู้แจก	3.61 (มาก)	3.68 (มาก)	3.76 (มาก)	3.56 (มาก)
มีบัตรสมาชิกให้ส่วนลด	3.47 (ปานกลาง)	3.62 (มาก)	3.66 (มาก)	3.53 (มาก)
มีการจัดซุ้มส่งเสริมการขาย	3.24 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.34 (ปานกลาง)
มีการสะสมแต้มค่าใช้จ่ายเพื่อแลกรางวัล	3.11 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.44 (ปานกลาง)	3.06 (ปานกลาง)

ตารางที่ 46 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในการ
เลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	รายได้ต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000บาท	10,001- 20,000บาท	20,001- 30,000บาท	มากกว่า 30,000บาท
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
มีการโฆษณาผ่านสื่อสารมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์, วิทยุ, โทรทัศน์	3.14 (ปานกลาง)	3.19 (ปานกลาง)	3.15 (ปานกลาง)	3.28 (ปาน กลาง)
การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ของร้านส่งตรงถึง ท่านเช่นส่งรายการยาที่มีการลดราคาเดือนนี้มาให้ ท่าน	3.07 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.39 (ปานกลาง)	3.34 (ปาน กลาง)
การแจกแผ่นปลิวโฆษณาที่ร้านขายยาเมื่อท่าน แวะเข้าใช้บริการ	3.15 (ปานกลาง)	3.22 (ปานกลาง)	3.17 (ปานกลาง)	3.03 (ปาน กลาง)
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	3.43 (ปานกลาง)	3.55 (มาก)	3.62 (มาก)	3.48 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 46 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาทให้
ความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยา
โดยรวมในระดับปานกลาง (3.43) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง
ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีเภสัชกรประจำร้านตลอดเวลาเปิด (4.30) มีความสำคัญในระดับมาก
รองลงมาคือ มีบริการตรวจวัดสุขภาพฟรี เช่น วัดความดัน (3.75) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน
ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาทให้ความสำคัญของปัจจัย
ด้านการส่งเสริมการตลาดในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (3.55)
โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มี
เภสัชกรประจำร้านตลอดเวลาเปิด (4.36) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ มีบริการตรวจวัด
สุขภาพฟรี เช่น วัดความดัน (3.90) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาทให้ความสำคัญของปัจจัย
ด้านการส่งเสริมการตลาดในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (3.62)

โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มี
 เกษตรกรประจำร้านตลอดเวลาเปิด (4.54) มีความสำคัญในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ มีบริการ
 ตรวจวัดสุขภาพฟรี เช่น วัดความดัน (4.02) มีความสำคัญในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญของปัจจัย
 ด้านการส่งเสริมการตลาดในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับปานกลาง
 (3.48) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด
 ได้แก่ มีเกษตรกรประจำร้านตลอดเวลาเปิด (4.50) มีความสำคัญในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ มี
 บริการตรวจวัดสุขภาพฟรี เช่น วัดความดัน (3.66) มีความสำคัญในระดับมาก

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลในการเลือกใช้บริการร้านขายยา
 ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านบุคคล	รายได้ต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000	10,001-20,000	20,001-30,000	มากกว่า 30,000
	บาท	บาท	บาท	บาท
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
พนักงานขายมีกิริยามารยาทและมี มนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.46 (มาก)	4.51 (มากที่สุด)	4.49 (มาก)	4.41 (มาก)
พนักงานขายมีความรู้ความ สามารถเกี่ยวกับยาเป็นอย่างดี	4.48 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)	4.68 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)
พนักงานขายมีความพร้อมในการ ให้บริการอยู่เสมอ	4.47 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.61 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)
พนักงานขายมีการแต่งกายเหมาะสม น่าเชื่อถือ	4.30 (มาก)	4.23 (มาก)	4.15 (มาก)	4.28 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.43 (มาก)	4.48 (มาก)	4.48 (มาก)	4.44 (มาก)

จากตารางที่ 47 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (4.43) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยทั้งหมดอยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่

พนักงานมีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับยาเป็นอย่างดี (4.48) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ พนักงานขายมีความพร้อมในการให้บริการเสมอ (4.47) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาทให้ความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (4.48) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ พนักงานมีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับยาเป็นอย่างดี (4.63) มีความสำคัญในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ พนักงานขายมีความพร้อมในการให้บริการเสมอ (4.54) มีความสำคัญในระดับมากที่สุดเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาทให้ความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (4.48) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยอยู่ในระดับมากและมากที่สุด ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ พนักงานมีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับยาเป็นอย่างดี (4.68) มีความสำคัญในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ พนักงานขายมีความพร้อมในการให้บริการเสมอ (4.61) มีความสำคัญในระดับมากที่สุดเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านบุคคลในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (4.44) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยอยู่ในระดับมากและมากที่สุด ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ พนักงานมีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับยาเป็นอย่างดี (4.56) มีความสำคัญในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ พนักงานขายมีความพร้อมในการให้บริการเสมอ (4.50) มีความสำคัญในระดับมากที่สุด เช่นกัน

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ	รายได้ต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	มากกว่า 30,000 บาท
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
จัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่และเป็นระเบียบ	4.25 (มาก)	4.24 (มาก)	4.49 (มาก)	4.38 (มาก)
มีระบบปรับอากาศ,ร้านดูสว่าง	4.17 (มาก)	4.13 (มาก)	4.27 (มาก)	4.28 (มาก)
ร้านสะอาด/ตกแต่งสวยงาม	4.27 (มาก)	4.20 (มาก)	4.34 (มาก)	4.44 (มาก)
ร้านขายยามีขนาดใหญ่	3.58 (มาก)	3.49 (ปานกลาง)	3.63 (มาก)	3.78 (มาก)
มีการจัดเตรียมร้านให้สะอาดอยู่เสมอ	4.30 (มาก)	4.28 (มาก)	4.39 (มาก)	4.41 (มาก)
ติดป้ายบอกเวลาทำการของเภสัชกร	4.07 (มาก)	4.07 (มาก)	4.22 (มาก)	3.97 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.11 (มาก)	4.07 (มาก)	4.22 (มาก)	4.21 (มาก)

จากตารางที่ 48 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาทให้ความสำคัญของปัจจัยลักษณะทางกายภาพในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (4.11) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยทั้งหมดอยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีการจัดเตรียมร้านให้สะอาดอยู่เสมอ (4.30) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ ร้านสะอาด/ตกแต่งสวยงาม (4.27) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาทให้ความสำคัญของปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (4.07) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีการจัดเตรียมร้านให้สะอาดอยู่เสมอ (4.28) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ จัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่และเป็นระเบียบ (4.24) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาทให้ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (4.22) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยทั้งหมดอยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ จัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่และเป็นระเบียบ (4.49) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ มีการจัดเตรียมร้านให้สะอาดอยู่เสมอ (4.39) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก(4.21) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยทั้งหมดอยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ร้านสะอาด/ตกแต่งสวยงาม (4.44) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ มีการจัดเตรียมร้านให้สะอาดอยู่เสมอ (4.41) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการในการเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัยด้านกระบวนการ	รายได้ต่อเดือน			
	ไม่เกิน 10,000 บาท	10,001-20,000 บาท	20,001-30,000 บาท	มากกว่า 30,000บาท
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
ความรวดเร็วในการให้บริการ	4.30 (มาก)	4.29 (มาก)	4.46 (มาก)	4.47 (มาก)
มีระบบการจัดเก็บเงินด้วยคอมพิวเตอร์	3.71 (มาก)	3.55 (มาก)	3.73 (มาก)	3.84 (มาก)
เวลาเปิด-ปิดของร้านขายยาสะดวกต่อการใช้บริการ	4.25 (มาก)	4.35 (มาก)	4.61 (มากที่สุด)	4.41 (มาก)
มีการซักถามอาการและให้คำแนะนำก่อนจ่ายยา	4.46 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.61 (มากที่สุด)	4.50 (มากที่สุด)
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	4.18 (มาก)	4.18 (มาก)	4.35 (มาก)	4.31 (มาก)

จากตารางที่ 49 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาทให้ความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (4.18) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยทั้งหมดอยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีการซักถามอาการและให้คำแนะนำก่อนจ่ายยา (4.46) มีความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือ ความรวดเร็วในการให้บริการ (4.30) มีความสำคัญในระดับมากเช่นกัน

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาทให้ความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก(4.18) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีการซักถามอาการและให้คำแนะนำก่อนจ่ายยา (4.52) มีความสำคัญในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ เวลาปิด-เปิดของร้านขายยาสะดวกต่อการใช้บริการ (4.35) มีความสำคัญในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาทให้ความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (4.35) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยอยู่ในระดับมากและมากที่สุด ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีการซักถามอาการและให้คำแนะนำก่อนจ่ายยา (4.61) และเวลาปิด-เปิดของร้านขายยาสะดวกต่อการใช้บริการ (4.61) มีความสำคัญในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ความรวดเร็วในการให้บริการ (4.46) มีความสำคัญในระดับมาก

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000บาท ให้ความสำคัญของปัจจัยด้านกระบวนการในการประเมินทางเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยรวมในระดับมาก (4.31) โดยให้ความสำคัญในปัจจัยย่อยส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีการซักถามอาการและให้คำแนะนำก่อนจ่ายยา (4.50) มีความสำคัญในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ความรวดเร็วในการให้บริการ (4.47) มีความสำคัญในระดับมาก

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบถาม ประกอบด้วยปัญหาที่พบในการใช้
บริการร้านขายยา ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ตารางที่ 50 แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัญหาที่พบในการใช้บริการร้าน
ขายยา

ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่พบในการใช้บริการร้านขายยา	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
พนักงานขายไม่มีความรู้/ไม่ให้คำแนะนำในเรื่องโรคและยา	100	35.71
ไม่มียาที่ท่านต้องการซื้อ	135	48.21
ไม่ทราบราคาก่อนตัดสินใจซื้อ	129	46.07
ราคาแพง	105	37.50
พนักงานขายมีกิริยาไม่ดี	48	17.14
ยามีลักษณะเก่า/หมดอายุ	39	13.93
ร้านอยู่ไกล/ไม่มีที่จอดรถ	91	32.50
อื่นๆ	8	2.86

หมายเหตุ : จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 280ราย ผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อหรือไม่ตอบก็ได้

จากตารางที่ 50 พบว่า ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการใช้บริการร้านขายยามาก
ที่สุด คือไม่มียาที่ต้องการซื้อ ร้อยละ 48.21 รองลงมาคือ ไม่ทราบราคาก่อนตัดสินใจซื้อ ร้อยละ
46.07 และราคาแพง ร้อยละ 37.50

ตารางที่ 51 แสดงจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน (ราย)
ควรมีป้ายบอกราคาชัดเจน	12
พนักงานควรต้อนรับลูกค้าดี พูดยิ้มแย้มแจ่มใส มีกิริยาที่ดี เอาใจใส่ลูกค้า มีน้ำใจ	10
เก็ชกรควรให้ข้อมูลที่ต้องการ แก้ปัญหาให้ลูกค้าได้ ให้คำแนะนำดี ให้คำปรึกษาที่ดี	9
ร้านต้องสะอาด ปลอดภัย แต่งร้านน่าเชื่อถือ จัดร้านให้น่าสนใจ	9
ควรมียาให้เลือกหลากหลาย	8
ควรมีเก็ชกรประจำร้าน ตลอดเวลา	7
พนักงานบริการดี มีความรู้ ให้ข้อมูลกับผู้ป่วยที่ดีพอ	6
ควรจัดโปรโมชั่น ส่วนลดและของแถมสำหรับอาหารเสริม	5
ควรเปิดใกล้ที่อยู่อาศัย	3
ควรจัดแยกยาอันตรายให้ชัดเจนเพราะบางครั้งพนักงานอธิบายการใช้ยาอันตรายไม่ชัดเจน บอกอาการข้างเคียงที่ใช้ยาดังนั้นๆ	3
ควรมีร้านขายยาเปิด 24 ชั่วโมงเพราะหาซื้อตอนกลางคืนไม่ได้หรือขยายเวลาเปิดทำการ เพื่อกลุ่มคนที่ทำงานกลางคืน	3
มียาที่แตกต่างจากร้านอื่น	2
ควรวางยาให้เป็นหมวดหมู่	2
ควรเปิดให้ตรงเวลามากที่สุด เท่าที่จะทำได้	1
ร้านที่มีขนาดใหญ่ควรจัดพนักงานให้เพียงพอ	1
พนักงานควรแต่งตัวสะอาดเรียบร้อย	1
ยาควรมีราคามาตรฐานเท่ากันทุกร้าน	1
ควรคิดเวลาที่เก็ชกรอยู่ให้บริการ	1
อยากให้แนะนำยา original และ trade name ให้เลือกซื้อ	1
เก็ชกรควรซักถามคร่าวๆก่อนจ่ายยาให้ลูกค้า	1

จากตารางที่ 51 พบว่า ข้อเสนอแนะที่ผู้ตอบแบบสอบถามเสนอแนะให้แก่ร้านขายยา มากที่สุดคือ ควรมีป้ายบอกราคาชัดเจน มีจำนวน 12 ราย รองลงมาคือ พนักงานควรต้อนรับลูกค้าดี พุดจาสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส มีกิริยาที่ดี เอาใจใส่ลูกค้า มีน้ำใจ มีจำนวน 10 ราย



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved