

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านขายยาฟาซิโนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างคือลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าในร้านยาฟาซิโน ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ทั้ง 3 แห่ง ได้แก่ สาขาสวนดอก สาขา கடคําที่ขง และสาขาราษฎร์เชียงใหม่อํานวนทั้งสิ้น 400 คน จึงขอรายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลูกค้า

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเบื้องต้นของลูกค้าในการซื้อสินค้าของร้านขายยาฟาซิโนในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านขายยาฟาซิโนในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ส่วนที่ 4 ปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้าต่อร้านขายยาฟาซิโนในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลูกค้า

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของลูกค้า จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	183	45.75
หญิง	217	54.25
รวม	400	100.00

จากตาราง 2 พบว่าลูกค้าทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเพศหญิงมีจำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 54.25 และเพศชายมีจำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.75

ตาราง 3 จำนวนและร้อยละของลูกค้า จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 20 ปี	35	8.75
21 - 35 ปี	189	47.25
36 - 50 ปี	115	28.75
50 ปี ขึ้นไป	61	15.25
รวม	400	100.00

จากตาราง 3 พบว่าลูกค้ามีอายุอยู่ระหว่าง 21 - 35 ปี มีจำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.25 รองลงมาคืออายุอยู่ระหว่าง 36 - 50 ปี มีจำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.75 อายุ 50 ปี ขึ้นไป มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.25 และอายุไม่เกิน 20 ปี มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75

ตาราง 4 จำนวนและร้อยละของลูกค้า จำแนกตามวุฒิการศึกษาสูงสุด

วุฒิการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า	43	10.75
อนุปริญญาหรือเทียบเท่า	61	15.25
ปริญญาตรี	193	48.25
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	103	25.75
รวม	400	100.00

จากตาราง 4 พบว่าลูกค้ามีวุฒิการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี มีจำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.25 รองลงมาคือระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า มีจำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75 ระดับอนุปริญญาหรือเทียบเท่า มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.25 และระดับมัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า มีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75

ตาราง 5 จำนวนและร้อยละของลูกค้ำ จำแนกตามอาชีพหลัก

อาชีพหลัก	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียนหรือนักศึกษา	74	18.50
รับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ	94	23.50
พนักงานบริษัทเอกชน	114	28.50
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	99	24.75
อื่นๆ	19	4.75
รวม	400	100.00

จากตาราง 5 พบว่าลูกค้ำมีอาชีพหลักเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 รองลงมาคือประกอบธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.75 รับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 นักเรียนหรือนักศึกษา มีจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 และอื่นๆ ได้แก่ รับจ้างทั่วไป แม่บ้าน เกษียณ และว่างงาน มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75

ตาราง 6 จำนวนและร้อยละของลูกค้ำ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 10,000 บาท	108	27.00
10,001 - 20,000 บาท	147	36.75
20,001 - 30,000 บาท	83	20.75
มากกว่า 30,000 บาท	62	15.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 6 พบว่าลูกค้ำมีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 10,001 – 20,000 บาท มีจำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.75 รองลงมามีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท มีจำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 มีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 20,001 – 30,000 บาท มีจำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.75 และมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 30,000 บาท มีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.50

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเบื้องต้นของลูกค้าในการซื้อสินค้าจากร้านขายยาฟาซิโนในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ตาราง 7 จำนวนและร้อยละของลูกค้า จำแนกตามจำนวนครั้งที่ซื้อสินค้าจากร้านขายยาฟาซิโน ในหนึ่งเดือน

จำนวนครั้งที่ซื้อสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
1 - 2 ครั้ง	187	46.75
3 - 4 ครั้ง	116	29.00
5 - 6 ครั้ง	40	10.00
มากกว่า 6 ครั้ง	57	14.25
รวม	400	100.00

จากตาราง 7 พบว่าลูกค้าซื้อสินค้าจากร้านขายยาฟาซิโนเดือนละ 1 – 2 ครั้ง มีจำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.75 รองลงมาซื้อสินค้าเดือนละ 3 – 4 ครั้ง มีจำนวน 116 คิดเป็นร้อยละ 29.00 ซื้อสินค้ามากกว่า 6 ครั้ง ในหนึ่งเดือน มีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25 และซื้อสินค้าเดือนละ 5 – 6 ครั้ง มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00

ตาราง 8 จำนวนและร้อยละของลูกค้า จำแนกตามวันที่ซื้อสินค้าจากร้านขายยาฟาซิโน

วันที่ซื้อสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
วันธรรมดา	273	68.25
วันหยุด	127	31.75
รวม	400	100.00

จากตาราง 8 พบว่าลูกค้าทั้งหมด 400 คน ซื้อสินค้าในวันธรรมดามากกว่าวันหยุด โดยวันธรรมดามีจำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 68.25 และวันหยุดมีจำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.75

ตาราง 9 จำนวนและร้อยละของลูกค้า จำแนกตามช่วงเวลาซื้อสินค้าจากร้านขายยาฟาซิโน

ช่วงเวลาซื้อสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
8.00 - 11.00 น.	59	14.75
11.01 - 14.00 น.	72	18.00
14.01 - 17.00 น.	91	22.75
17.01 - 21.00 น.	178	44.50
รวม	400	100.75

จากตาราง 9 พบว่าลูกค้าซื้อสินค้าในช่วงเวลา 17.01 - 21.00 น. มีจำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.50 รองลงมาซื้อในช่วงเวลา 14.01 - 17.00 น. มีจำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.75 ซื้อในช่วงเวลา 11.01 - 14.00 น. มีจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 และซื้อในช่วงเวลา 8.00 - 11.00 น. มีจำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.75

ตาราง 10 จำนวนและร้อยละของลูกค้า จำแนกตามสินค้าที่ซื้อจากร้านขายยาฟาซิโน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

สินค้าที่ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ยา	339	45.56
อาหารเสริมและวิตามิน	179	24.06
เวชสำอาง	119	15.99
อุปกรณ์ผู้ป่วยและเครื่องมือแพทย์	107	14.38

จากตาราง 10 พบว่าลูกค้าเลือกซื้อยา มีจำนวน 339 คน คิดเป็นร้อยละ 45.56 รองลงมาคือซื้ออาหารเสริมและวิตามิน มีจำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 24.06 ซื้อเวชสำอาง มีจำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 15.99 และซื้ออุปกรณ์ผู้ป่วยและเครื่องมือแพทย์ มีจำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 14.38

ตาราง 11 จำนวนและร้อยละของลูกค้า จำแนกตามมูลค่าที่ซื้อสินค้าจากร้านขายยาฟาซิโน

มูลค่าที่ซื้อสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 100 บาท	55	13.75
101 - 500 บาท	142	35.50
501 - 1,000 บาท	110	27.50
มากกว่า 1,000 บาท	93	23.25
รวม	400	100.00

จากตาราง 11 พบว่าลูกค้าซื้อสินค้าครั้งละ 101 – 500 บาท มีจำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 รองลงมาซื้อครั้งละ 501 – 1,000 บาท มีจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 ซื้อครั้งละมากกว่า 1,000 บาท มีจำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.25 และซื้อครั้งละไม่เกิน 100 บาท มีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.75

ตาราง 12 จำนวนและร้อยละของลูกค้า จำแนกตามสื่อที่ให้ข้อมูลข่าวสารจากร้านขายยาฟาซิโน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

สื่อที่ให้ข้อมูลข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
วารสารฟาซิโน	238	46.67
วิทยุ	27	5.29
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	17	3.33
คนรู้จักแนะนำ	228	44.71

จากตาราง 12 พบว่าลูกค้าได้รับข้อมูลข่าวสารจากวารสารฟาซิโน มีจำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 46.67 รองลงมาได้รับจากคนรู้จักแนะนำ มีจำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 44.71 ได้รับจากวิทยุ มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 5.29 และได้รับจากหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 3.33

ตาราง 13 จำนวนและร้อยละของลูกค้า จำแนกตามสาเหตุหลักที่ซื้อสินค้าจากร้านขายยาฟาสซิโน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

สาเหตุหลักที่ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
สินค้ามีคุณภาพ	185	24.03
ราคาสินค้าถูก	248	32.21
ไปมาสะดวก	220	28.57
คนรู้จักแนะนำ	112	14.55
อื่นๆ	5	0.65

จากตาราง 13 พบว่าสาเหตุหลักของลูกค้าที่ซื้อสินค้าคือราคาสินค้าถูก มีจำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 32.21 รองลงมาคือ ไปมาสะดวก มีจำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57 สินค้ามีคุณภาพ มีจำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 24.03 คนรู้จักแนะนำ มีจำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 14.55 และอื่นๆ ได้แก่ การให้บริการที่ดีและการให้คำปรึกษาที่ดี มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 0.65

ตาราง 14 จำนวนและร้อยละของลูกค้า จำแนกตามการตัดสินใจกลับมาซื้อสินค้าจากร้านขายยาฟาสซิโน

การตัดสินใจกลับมาซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
กลับมาซื้อ	359	89.75
ไม่แน่ใจ	40	10.00
ไม่กลับมาซื้อ	1	0.25
รวม	400	100.00

จากตาราง 14 พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ตัดสินใจกลับมาซื้อ มีจำนวน 359 คน คิดเป็นร้อยละ 89.75 รองลงมาคือ ไม่แน่ใจ มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10 และ ไม่กลับมาซื้อ มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25 ทั้งนี้เนื่องจากต้องย้ายไปอยู่ต่างประเทศ

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมการตลาดของร้านขายยาฟาสซิโนในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ตาราง 15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อบัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมการตลาดของร้านขายยาฟาสซิโนในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
ด้านผลิตภัณฑ์	3.72	0.826	มาก
ด้านราคา	3.61	0.878	มาก
ด้านการจัดจำหน่าย	2.81	1.438	ปานกลาง
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.74	1.197	ปานกลาง
ด้านบุคคล	4.23	0.812	มาก
ด้านกระบวนการ	3.39	1.173	ปานกลาง
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	3.42	0.899	ปานกลาง
โดยรวม	3.42	0.518	ปานกลาง

จากตาราง 15 พบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อบัณฑิตวิทยาลัยส่วนประสมการตลาดของร้านขายยาฟาสซิโนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านกระบวนการด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ตาราง 16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
สินค้ามีให้เลือกครบตามต้องการ	3.94	0.642	มาก
สินค้ามีให้เลือกหลากหลายยี่ห้อ	3.92	0.628	มาก
สินค้ามีให้เลือกหลากหลายขนาด	3.90	0.616	มาก
มีสินค้าชนิดใหม่ๆ เข้ามาจำหน่าย	2.93	0.929	ปานกลาง
คุณภาพของสินค้า	3.90	0.771	มาก
โดยรวม	3.72	0.441	มาก

จากตาราง 16 พบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ สินค้ามีให้เลือกครบตามต้องการ สินค้ามีให้เลือกหลากหลายยี่ห้อ สินค้ามีให้เลือกหลากหลายขนาด และคุณภาพของสินค้า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ มีสินค้าชนิดใหม่ๆ เข้ามาจำหน่าย

ตาราง 17 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านราคา

ด้านราคา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
ราคาของสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ	3.92	0.661	มาก
ราคาสินค้ามีให้เลือกหลายระดับ	3.88	0.693	มาก
มีราคาแสดงชัดเจน	3.04	0.949	ปานกลาง
โดยรวม	3.61	0.498	มาก

จากตาราง 17 พบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ราคาของสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ และราคาสินค้ามีให้เลือกหลายระดับ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ มีราคาแสดงชัดเจน

ตาราง 18 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านการจัดจำหน่าย

ด้านการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
ความสะอาดของทำเลที่ตั้งร้าน	3.32	0.943	ปานกลาง
จำนวนสาขา	1.99	0.950	น้อย
สถานที่จอดรถ	1.51	0.813	น้อย
ช่วงเวลาการเปิดให้บริการของร้าน	4.43	0.750	มาก
โดยรวม	2.81	1.324	ปานกลาง

จากตาราง 18 พบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก คือ ช่วงเวลาการเปิดให้บริการของร้าน ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ ความสะอาดของทำเลที่ตั้งร้าน ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับน้อย ได้แก่ จำนวนสาขา และสถานที่จอดรถ

ตาราง 19 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
การโฆษณาผ่านวิทยุ	1.79	0.884	น้อย
การโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	1.79	0.918	น้อย
การโฆษณาผ่านวารสาร	2.20	0.948	น้อย
การแนะนำและให้ข้อมูลโดยพนักงานขาย	4.41	0.724	มาก
การลดราคาสินค้าโปรโมชัน	2.76	0.871	ปานกลาง
การแจกสติ๊กเกอร์สะสมแต้มเพื่อแลกรางวัล	3.25	0.938	ปานกลาง
การแจกของแถมสินค้าโปรโมชัน	2.68	0.891	ปานกลาง
การแจกของที่ระลึกในโอกาสพิเศษต่างๆ	3.04	0.850	ปานกลาง
โดยรวม	2.74	0.867	ปานกลาง

จากตาราง 19 พบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก คือ การแนะนำและให้ข้อมูลโดยพนักงานขาย ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การแจกสติกเกอร์สะสมแต้มเพื่อแลกรางวัล การแจกของที่ระลึกในโอกาสพิเศษต่างๆ การลดราคาสินค้าโปรโมชัน และการแจกของแถมสินค้าโปรโมชัน ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับน้อย ได้แก่ การโฆษณาผ่านวารสาร การโฆษณาผ่านวิทยุ และการโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

ตาราง 20 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านบุคคล

ด้านบุคคล	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
พนักงานมีธยาศัยที่ดีกับลูกค้า	4.53	0.608	มากที่สุด
พนักงานมีความสามารถในการแนะนำข้อมูล	4.53	0.587	มากที่สุด
จำนวนพนักงานในการให้บริการ	4.19	0.657	มาก
การแต่งกายของพนักงาน	3.32	0.882	ปานกลาง
มีเก็สซ์ประจำช่วงเวลาที่เปิดทำการ	4.01	0.841	มาก
เก็สซ์ให้คำแนะนำในการใช้ยา	4.46	0.628	มาก
ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.56	0.614	มากที่สุด
โดยรวม	4.23	0.451	มาก

จากตาราง 20 พบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความกระตือรือร้นในการให้บริการ พนักงานมีธยาศัยที่ดีกับลูกค้า และพนักงานมีความสามารถในการแนะนำข้อมูล ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ เก็สซ์ให้คำแนะนำในการใช้ยา จำนวนพนักงานในการให้บริการ และมีเก็สซ์ประจำช่วงเวลาที่เปิดทำการ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ การแต่งกายของพนักงาน

ตาราง 21 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านกระบวนการ

ด้านกระบวนการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความ พึงพอใจ
ขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้า	3.97	0.742	มาก
ขั้นตอนการให้คำแนะนำ	4.32	0.744	มาก
ขั้นตอนการชำระค่าสินค้า	3.01	0.920	ปานกลาง
ขั้นตอนการแก้ปัญหาภายหลังการขาย	2.24	0.941	น้อย
โดยรวม	3.39	0.943	ปานกลาง

จากตาราง 21 พบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ขั้นตอนการให้คำแนะนำ และขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ ขั้นตอนการชำระค่าสินค้า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับน้อย คือ ขั้นตอนการแก้ปัญหาภายหลังการขาย

ตาราง 22 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความ พึงพอใจ
ชื่อเสียงของร้านขายยาฟาสซิโน	3.21	0.867	ปานกลาง
บรรยากาศการตกแต่งภายในร้าน	3.35	0.848	ปานกลาง
ความสะอาดภายในร้าน	3.21	0.868	ปานกลาง
ป้ายหน้าร้านสังเกตเห็นได้ง่าย	3.08	0.834	ปานกลาง
วารสารฟาสซิโน	3.42	0.941	ปานกลาง
การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่	3.97	0.737	มาก
โดยรวม	3.42	0.318	ปานกลาง

จากตาราง 22 พบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก คือ การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ วารสารฟาสซิโน บรรยากาศการตกแต่งภายในร้าน ชื่อเสียงของร้านขายยาฟาสซิโน ความสะอาดภายในร้าน และป้ายหน้าร้านสังเกตได้ง่าย

ตาราง 23 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านขายยาฟาสซิโนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามสาขา

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ		
	สวนดอก	กาดคำเที่ยง	ราชภัฏเชียงใหม่
ด้านผลิตภัณฑ์	3.51 มาก	3.75 มาก	3.82 มาก
ด้านราคา	3.37 ปานกลาง	3.68 มาก	3.70 มาก
ด้านการจัดจำหน่าย	2.68 ปานกลาง	2.97 ปานกลาง	2.67 ปานกลาง
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.39 น้อย	2.93 ปานกลาง	2.82 ปานกลาง
ด้านบุคคล	4.17 มาก	4.13 มาก	4.33 มาก
ด้านกระบวนการ	3.21 ปานกลาง	3.42 ปานกลาง	3.45 ปานกลาง
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	3.02 ปานกลาง	3.58 มาก	3.41 ปานกลาง
โดยรวม	3.19 ปานกลาง	3.49 ปานกลาง	3.46 ปานกลาง

จากตาราง 23 พบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านขายยาฟาสซิโนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามสาขา มีผลโดยรวมในระดับปานกลาง ได้แก่ สาขากาดคำเที่ยง สาขาราชภัฏเชียงใหม่ และสาขาสวนดอก ตามลำดับ

ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านขายยาฟาสซิโนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ สาขาสวนดอก โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ด้านบุคคล และด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านราคา ด้านกระบวนการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านการจัดจำหน่าย ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับน้อย คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านขายยาฟาสซิโนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ สาขากาดคำเที่ยง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านกระบวนการ ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านขายยาฟาสซิโนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ สาขาราชภัฏเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านกระบวนการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการจัดจำหน่าย

ตาราง 24 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าย ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสาขา

ด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ		
	สวนดอก	กาดคำเที่ยง	ราชภัฏ เชียงใหม่
สินค้ามีให้เลือกครบตามต้องการ	3.87 มาก	3.81 มาก	4.12 มาก
สินค้ามีให้เลือกหลากหลายยี่ห้อ	3.81 มาก	3.78 มาก	4.13 มาก
สินค้ามีให้เลือกหลากหลายขนาด	3.84 มาก	3.80 มาก	4.03 มาก
มีสินค้าชนิดใหม่ๆ เข้ามาจำหน่าย	2.43 น้อย	3.38 ปานกลาง	2.79 ปานกลาง
คุณภาพของสินค้า	3.61 มาก	3.99 มาก	4.03 มาก
โดยรวม	3.51 มาก	3.75 มาก	3.82 มาก

จากตาราง 24 พบว่าลูกค้ายมีระดับความพึงพอใจของลูกค้าย ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามสาขา มีผลโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ สาขาราชภัฏเชียงใหม่ สาขา กาดคำเที่ยง และสาขา สวนดอก ตามลำดับ

ลูกค้ายมีระดับความพึงพอใจของลูกค้าย ด้านผลิตภัณฑ์ สาขา สวนดอก โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ สินค้ามีให้เลือกครบตามต้องการ สินค้ามีให้เลือกหลากหลายขนาด สินค้ามีให้เลือกหลากหลายยี่ห้อ และคุณภาพของสินค้า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับน้อย คือ มีสินค้าชนิดใหม่ๆ เข้ามาจำหน่าย

ลูกค้ายมีระดับความพึงพอใจของลูกค้าย ด้านผลิตภัณฑ์ สาขา กาดคำเที่ยง โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพของสินค้า สินค้ามีให้เลือกครบตามต้องการ สินค้ามีให้เลือกหลากหลายขนาด และสินค้ามีให้เลือกหลากหลายยี่ห้อ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ มีสินค้าชนิดใหม่ๆ เข้ามาจำหน่าย

ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านผลิตภัณฑ์ สาขาราชภัฏเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ สินค้ามีให้เลือกหลากหลายยี่ห้อ สินค้ามีให้เลือกครบตามต้องการ สินค้ามีให้เลือกหลากหลายขนาด และคุณภาพของสินค้า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ มีสินค้าชนิดใหม่ๆ เข้ามาจำหน่าย

ตาราง 25 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านราคา จำแนกตามสาขา

ด้านราคา	ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ		
	สวนดอก	กาดคำเที่ยง	ราชภัฏเชียงใหม่
ราคาของสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ	3.79 มาก	3.81 มาก	4.13 มาก
ราคาสินค้ามีให้เลือกหลายระดับ	3.77 มาก	3.73 มาก	4.12 มาก
มีราคาแสดงชัดเจน	2.56 ปานกลาง	3.50 ปานกลาง	2.85 ปานกลาง
โดยรวม	3.37 ปานกลาง	3.68 มาก	3.70 มาก

จากตาราง 25 พบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านราคา จำแนกตามสาขา มีผลโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ สาขาราชภัฏเชียงใหม่ และสาขากาดคำเที่ยง มีผลโดยรวมในระดับปานกลาง คือ สาขาสวนดอก

ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านราคา สาขาสวนดอก โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ราคาของสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ และราคาสินค้ามีให้เลือกหลายระดับ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ มีราคาแสดงชัดเจน

ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านผลิตภัณฑ์ สาขาภาคค้าปลีก โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ราคาของสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ และราคาสินค้ามีให้เลือกหลายระดับ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ มีราคาแสดงชัดเจน

ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านผลิตภัณฑ์ สาขาราชภัฏเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ราคาของสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ และราคาสินค้ามีให้เลือกหลายระดับ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ มีราคาแสดงชัดเจน

ตาราง 26 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามสาขา

ด้านการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ		
	สวนดอก	ภาคค้าปลีก	ราชภัฏเชียงใหม่
ความสะดวกของทำเลที่ตั้งร้าน	3.66 มาก	3.13 ปานกลาง	3.08 ปานกลาง
จำนวนสาขา	1.41 น้อยที่สุด	2.57 ปานกลาง	1.78 น้อย
สถานที่จอดรถ	1.07 น้อยที่สุด	2.07 น้อย	1.16 น้อยที่สุด
ช่วงเวลาการเปิดให้บริการของร้าน	4.58 มากที่สุด	4.10 มาก	4.63 มากที่สุด
โดยรวม	2.68 ปานกลาง	2.97 ปานกลาง	2.67 ปานกลาง

จากตาราง 26 พบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามสาขา มีผลโดยรวมในระดับปานกลาง ได้แก่ สาขาภาคค้าปลีก สาขาสวนดอก และสาขาราชภัฏเชียงใหม่ ตามลำดับ

ลูกค้ำมีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำ ด้านการจัดจำหน่าย สาขาสวนดอก โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คือ ช่วงเวลาการเปิดให้บริการของร้าน ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คือ ความสะดวกของทำเลที่ตั้งร้าน ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด ได้แก่ จำนวนสาขาและสถานที่จอดรถ

ลูกค้ำมีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำ ด้านการจัดจำหน่าย สาขาภาคคำเที่ยง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คือ ช่วงเวลาการเปิดให้บริการของร้าน ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ความสะดวกของทำเลที่ตั้งร้าน และจำนวนสาขา ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับน้อย คือ สถานที่จอดรถ

ลูกค้ำมีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำ ด้านการจัดจำหน่าย สาขาราชภัฏเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คือ ช่วงเวลาการเปิดให้บริการของ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ ความสะดวกของทำเลที่ตั้งร้าน ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับน้อย คือ จำนวนสาขา ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด คือ สถานที่จอดรถ

ตาราง 27 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามสาขา

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ		
	สวนดอก	ภาคค้าปลีก	ราชภัฏ เชียงใหม่
การโฆษณาผ่านวิทยุ	1.48 น้อยที่สุด	1.94 น้อย	1.89 น้อย
การโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	1.47 น้อยที่สุด	2.00 น้อย	1.83 น้อย
การโฆษณาผ่านวารสาร	1.76 น้อย	2.67 ปานกลาง	1.96 น้อย
การแนะนำและให้ข้อมูลโดยพนักงานขาย	4.55 มากที่สุด	4.12 มาก	4.57 มากที่สุด
การลดราคาสินค้าโปรโมชัน	2.33 น้อย	3.03 ปานกลาง	2.83 ปานกลาง
การแจกสติกเกอร์สะสมแต้มเพื่อแลกรางวัล	2.67 ปานกลาง	3.38 ปานกลาง	3.69 มาก
การแจกของแถมสินค้าโปรโมชัน	2.17 น้อย	3.09 ปานกลาง	2.62 ปานกลาง
การแจกของที่ระลึกในโอกาสพิเศษต่างๆ	2.67 ปานกลาง	3.19 ปานกลาง	3.21 ปานกลาง
โดยรวม	2.39 น้อย	2.93 ปานกลาง	2.82 ปานกลาง

จากตาราง 27 พบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามสาขา มีผลโดยรวมในระดับปานกลาง ได้แก่ สาขาภาคค้าปลีก และสาขา ราชภัฏเชียงใหม่ มีผลโดยรวมในระดับน้อย คือ สาขาสวนดอก

ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด สาขาสวนดอก โดยรวมอยู่ในระดับน้อย โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คือ การแนะนำและให้ข้อมูลโดยพนักงานขาย ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การแจกสติ๊กเกอร์สะสมแต้มเพื่อแลกรางวัล และการแจกของที่ระลึกในโอกาสพิเศษต่างๆ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับน้อย ได้แก่ การลดราคาสินค้าโปรโมชัน การแจกของแถมสินค้าโปรโมชัน และการโฆษณาผ่านวารสาร ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด ได้แก่ การโฆษณาผ่านวิทยุ และการโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด สาขาภาคคำเที่ยง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คือ การแนะนำและให้ข้อมูลโดยพนักงานขาย ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การแจกสติ๊กเกอร์สะสมแต้มเพื่อแลกรางวัล การแจกของที่ระลึกในโอกาสพิเศษต่างๆ การแจกของแถมสินค้าโปรโมชัน การลดราคาสินค้าโปรโมชัน และการโฆษณาผ่านวารสาร ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับน้อย ได้แก่ การโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และการโฆษณาผ่านวิทยุ

ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด สาขาราชภัฏ เชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คือ การแนะนำและให้ข้อมูลโดยพนักงานขาย ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คือ การแจกสติ๊กเกอร์สะสมแต้มเพื่อแลกรางวัล ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การแจกของที่ระลึกในโอกาสพิเศษต่างๆ การลดราคาสินค้าโปรโมชัน และการแจกของแถมสินค้าโปรโมชัน ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับน้อย ได้แก่ การโฆษณาผ่านวารสาร การโฆษณาผ่านวิทยุ และการโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

ตาราง 28 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านบุคคล จำแนกตามสาขา

ด้านบุคคล	ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ		
	สวนดอก	ภาคคำเที่ยง	ราชภัฏ เชียงใหม่
พนักงานมีทัศนคติที่ดีกับลูกค้า	4.55 มากที่สุด	4.30 มาก	4.73 มากที่สุด
พนักงานมีความสามารถในการแนะนำข้อมูล	4.53 มากที่สุด	4.29 มาก	4.76 มากที่สุด
จำนวนพนักงานในการให้บริการ	4.18 มาก	4.04 มาก	4.33 มาก
การแต่งกายของพนักงาน	3.10 ปานกลาง	3.65 มาก	2.99 ปานกลาง
มีเก็สขประจำช่วงเวลาที่เปิดทำการ	3.81 มาก	4.04 มาก	4.10 มาก
เก็สขให้คำแนะนำในการใช้จ่าย	4.45 มาก	4.28 มาก	4.59 มากที่สุด
ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.61 มากที่สุด	4.28 มาก	4.79 มากที่สุด
โดยรวม	4.17 มาก	4.13 มาก	4.33 มาก

จากตาราง 28 พบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านบุคคล จำแนกตามสาขา มีผลโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ สาขาราชภัฏเชียงใหม่ สาขาสวนดอก และสาขาภาคคำเที่ยง ตามลำดับ

ลูกค้ำมีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำ ด้านบุคคล สาขาสวนดอก โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความกระตือรือร้นในการให้บริการ พนักงานมีทัศนคติที่ดีกับลูกค้ำ และพนักงานมีความสามารถในการแนะนำข้อมูล ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ เกสซ์ให้คำแนะนำในการใช้ยา จำนวนพนักงานในการให้บริการ และมีเกสซ์ประจำช่วงเวลาที่เปิดทำการ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ การแต่งกายของพนักงาน

ลูกค้ำมีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำ ด้านบุคคล สาขาภาคคำเที่ยง โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีทัศนคติที่ดีกับลูกค้ำ พนักงานมีความสามารถในการแนะนำข้อมูล เกสซ์ให้คำแนะนำในการใช้ยา ความกระตือรือร้นในการให้บริการ จำนวนพนักงานในการให้บริการ มีเกสซ์ประจำช่วงเวลาที่เปิดทำการ และการแต่งกายของพนักงาน ตามลำดับ

ลูกค้ำมีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำ ด้านบุคคล สาขาราชภัฏเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความกระตือรือร้นในการให้บริการ พนักงานมีความสามารถในการแนะนำข้อมูล พนักงานมีทัศนคติที่ดีกับลูกค้ำ และเกสซ์ให้คำแนะนำในการใช้ยา ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ จำนวนพนักงานในการให้บริการ และมีเกสซ์ประจำช่วงเวลาที่เปิดทำการ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ การแต่งกายของพนักงาน

ตาราง 29 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านกระบวนการ จำแนกตามสาขา

ด้านกระบวนการ	ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ		
	สวนดอก	ภาคคำเที่ยง	ราชภัฏ เชียงใหม่
ขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้า	4.18 มาก	3.59 มาก	4.18 มาก
ขั้นตอนการให้คำแนะนำ	4.49 มาก	3.96 มาก	4.53 มากที่สุด
ขั้นตอนการชำระค่าสินค้า	2.48 น้อย	3.40 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง
ขั้นตอนการแก้ปัญหาภายหลังการขาย	1.70 น้อยที่สุด	2.75 ปานกลาง	2.08 น้อย
โดยรวม	3.21 ปานกลาง	3.42 ปานกลาง	3.45 ปานกลาง

จากตาราง 29 พบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านกระบวนการ จำแนกตามสาขา มีผลโดยรวมในระดับปานกลาง ได้แก่ สาขาราชภัฏเชียงใหม่ สาขาภาคคำเที่ยง และสาขาสวนดอก ตามลำดับ

ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านกระบวนการ สาขาสวนดอก โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ขั้นตอนการให้คำแนะนำ และขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับน้อย คือ ขั้นตอนการชำระค่าสินค้า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด คือ ขั้นตอนการแก้ปัญหาภายหลังการขาย

ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านกระบวนการ สาขาภาคคำเที่ยง โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ขั้นตอนการให้คำแนะนำ และขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ขั้นตอนการชำระค่าสินค้า และขั้นตอนการแก้ปัญหาภายหลังการขาย

ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านกระบวนการ สาขาราชภัฏเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คือ ขั้นตอนการให้คำแนะนำ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก คือ ขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ ขั้นตอนการชำระค่าสินค้า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับน้อย คือ ขั้นตอนการแก้ปัญหาภายหลังการขาย

ตาราง 30 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จำแนกตามสาขา

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ		
	สวนดอก	กาดคำเที่ยง	ราชภัฏเชียงใหม่
ชื่อเสียงของร้านขายยาฟาสซิโน	2.66 ปานกลาง	3.60 มาก	3.22 มาก
บรรยากาศการตกแต่งภายในร้าน	2.91 ปานกลาง	3.71 มาก	3.26 มาก
ความสะอาดภายในร้าน	2.87 ปานกลาง	3.51 มาก	3.09 มาก
ป้ายหน้าร้านสังเกตได้ง่าย	2.87 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง	3.00 มาก
วารสารฟาสซิโน	3.13 ปานกลาง	3.45 ปานกลาง	3.65 มากที่สุด
การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่	3.69 มาก	3.98 มาก	4.21 มากที่สุด
โดยรวม	3.02 ปานกลาง	3.58 มาก	3.41 มาก

จากตาราง 30 พบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จำแนกตามสาขา มีผลโดยรวมในระดับมาก ได้แก่ สาขาภาคคำเที่ยง และสาขาราชภัฏเชียงใหม่ มีผลโดยรวมในระดับปานกลาง คือ สาขาสวนดอก

ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ สาขาสวนดอก โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก คือ การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ วารสารฟาสซิโน บรรยากาศการตกแต่งภายในร้าน ความสะอาดภายในร้าน ป้ายหน้าร้านสังเกตได้ง่าย และชื่อเสียงของร้านขายยาฟาสซิโน

ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ สาขาภาคคำเที่ยง โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ บรรยากาศการตกแต่งภายในร้าน ชื่อเสียงของร้านขายยาฟาสซิโน และความสะอาดภายในร้าน ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ วารสารฟาสซิโน และป้ายหน้าร้านสังเกตได้ง่าย

ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ สาขาราชภัฏเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ และวารสารฟาสซิโน ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ บรรยากาศการตกแต่งภายในร้าน ชื่อเสียงของร้านขายยาฟาสซิโน ความสะอาดภายในร้าน และป้ายหน้าร้านสังเกตได้ง่าย

ตาราง 31 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านขายยา ฟาสซิโนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ	
	ชาย	หญิง
ด้านผลิตภัณฑ์	3.66 มาก	3.77 มาก
ด้านราคา	3.58 มาก	3.64 มาก
ด้านการจัดจำหน่าย	2.80 ปานกลาง	2.83 ปานกลาง
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.68 ปานกลาง	2.79 ปานกลาง
ด้านบุคคล	4.24 มาก	4.22 มาก
ด้านกระบวนการ	3.38 ปานกลาง	3.39 ปานกลาง
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	3.29 ปานกลาง	3.44 ปานกลาง
โดยรวม	3.37 ปานกลาง	3.44 ปานกลาง

จากตาราง 31 พบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านขายยาฟาสซิโนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามเพศ มีผลโดยรวมในระดับปานกลาง ทั้ง เพศหญิง และเพศชาย

ลูกค้าเพศชาย มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านขายยาฟาสซิโนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านกระบวนการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ลูกค้าเพศหญิง มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านขายยาฟาสซิโนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ตาราง 32 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ	
	ชาย	หญิง
สินค้ามีให้เลือกครบตามต้องการ	3.91 มาก	3.96 มาก
สินค้ามีให้เลือกหลากหลายยี่ห้อ	3.87 มาก	3.95 มาก
สินค้ามีให้เลือกหลากหลายขนาด	3.86 มาก	3.94 มาก
มีสินค้าชนิดใหม่ๆ เข้ามาจำหน่าย	2.81 ปานกลาง	3.03 ปานกลาง
คุณภาพของสินค้า	3.84 มาก	3.95 มาก
โดยรวม	3.66 มาก	3.77 มาก

จากตาราง 32 พบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ มีผลโดยรวมในระดับมาก ทั้ง เพศหญิง และเพศชาย

ลูกค้าเพศชาย มีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ สินค้ามีให้เลือกครบตามต้องการ สินค้ามีให้เลือกหลากหลายยี่ห้อ สินค้ามีให้เลือกหลากหลายขนาด และคุณภาพของสินค้า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ มีสินค้าชนิดใหม่ๆ เข้ามาจำหน่าย

ลูกค้าเพศหญิง มีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ สินค้ามีให้เลือกครบตามต้องการ สินค้ามีให้เลือกหลากหลายยี่ห้อ คุณภาพของสินค้า และสินค้ามีให้เลือกหลากหลายขนาด ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ มีสินค้าชนิดใหม่ๆ เข้ามาจำหน่าย

ตาราง 33 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านราคา จำแนกตามเพศ

ด้านราคา	ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ	
	ชาย	หญิง
ราคาของสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ	3.92 มาก	3.91 มาก
ราคาสินค้ามีให้เลือกหลายระดับ	3.83 มาก	3.91 มาก
มีราคาแสดงชัดเจน	2.98 ปานกลาง	3.08 ปานกลาง
โดยรวม	3.58 มาก	3.64 มาก

จากตาราง 33 พบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านราคา จำแนกตามเพศ มีผลโดยรวมในระดับมาก ทั้ง เพศหญิง และเพศชาย

ลูกค้าเพศชาย มีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ราคาของสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ และราคาสินค้ามีให้เลือกหลายระดับ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ มีราคาแสดงชัดเจน

ลูกค้าเพศหญิง มีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ราคาของสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ และราคาสินค้ามีให้เลือกหลายระดับ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ มีราคาแสดงชัดเจน

ตาราง 34 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ

ด้านการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ	
	ชาย	หญิง
ความสะดวกของทำเลที่ตั้งร้าน	3.28 ปานกลาง	3.35 ปานกลาง
จำนวนสาขา	1.91 น้อย	2.06 น้อย
สถานที่จอดรถ	1.45 น้อยที่สุด	1.56 น้อย
ช่วงเวลาการเปิดให้บริการของร้าน	4.55 มากที่สุด	4.34 มาก
โดยรวม	2.80 ปานกลาง	2.83 ปานกลาง

จากตาราง 34 พบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามเพศ มีผลโดยรวมในระดับปานกลาง ทั้ง เพศหญิง และเพศชาย

ลูกค้าเพศชาย มีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คือ ช่วงเวลาการเปิดให้บริการของร้าน ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ ความสะดวกของทำเลที่ตั้งร้าน ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับน้อย คือ จำนวนสาขา ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด คือ สถานที่จอดรถ

ลูกค้าเพศหญิง มีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คือ ช่วงเวลาการเปิดให้บริการของร้าน ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ ความสะดวกของทำเลที่ตั้งร้าน ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับน้อย ได้แก่ จำนวนสาขา และสถานที่จอดรถ

ตาราง 35 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ	
	ชาย	หญิง
การโฆษณาผ่านวิทยุ	1.67	1.88
	น้อย	น้อย
การโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	1.64	1.92
	น้อย	น้อย
การโฆษณาผ่านวารสาร	2.13	2.25
	น้อย	น้อย
การแนะนำและให้ข้อมูลโดยพนักงานขาย	4.45	4.38
	มาก	มาก
การลดราคาสินค้าโปรโมชัน	2.71	2.81
	ปานกลาง	ปานกลาง
การแจกสติ๊กเกอร์สะสมแต้มเพื่อแลกรางวัล	3.17	3.32
	ปานกลาง	ปานกลาง
การแจกของแถมสินค้าโปรโมชัน	2.64	2.71
	ปานกลาง	ปานกลาง
การแจกของที่ระลึกในโอกาสพิเศษต่างๆ	3.02	3.06
	ปานกลาง	ปานกลาง
โดยรวม	2.68	2.79
	ปานกลาง	ปานกลาง

จากตาราง 35 พบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามเพศ มีผลโดยรวมในระดับปานกลาง ทั้ง เพศหญิง และเพศชาย

ลูกค้าเพศชาย มีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คือ การแนะนำและให้ข้อมูลโดยพนักงานขาย ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การแจกสติ๊กเกอร์สะสมแต้มเพื่อแลกรางวัล การแจกของที่ระลึกในโอกาสพิเศษต่างๆ การลดราคาสินค้าโปรโมชัน และการแจกของแถมสินค้าโปรโมชัน ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึง

พอใจในระดับน้อย ได้แก่ การโฆษณาผ่านวารสาร การโฆษณาผ่านวิทยุ และการโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

ลูกค้าเพศหญิง มีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก คือ การแนะนำและให้ข้อมูลโดยพนักงานขาย ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การแจกสติกเกอร์สะสมแต้มเพื่อแลกรางวัล การแจกของที่ระลึกในโอกาสพิเศษต่างๆ การลดราคาสินค้าโปรโมชัน และการแจกของแถมสินค้าโปรโมชัน ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับน้อย ได้แก่ การโฆษณาผ่านวารสาร การโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และการโฆษณาผ่านวิทยุ

ตาราง 36 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านบุคคล จำแนกตามเพศ

ด้านบุคคล	ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ	
	ชาย	หญิง
พนักงานมีอัตราขายที่ดีกับลูกค้า	4.59 มากที่สุด	4.48 มาก
พนักงานมีความสามารถในการแนะนำข้อมูล	4.57 มากที่สุด	4.49 มาก
จำนวนพนักงานในการให้บริการ	4.15 มาก	4.23 มาก
การแต่งกายของพนักงาน	3.28 ปานกลาง	3.35 ปานกลาง
มีเก็ชประจำช่วงเวลาที่เปิดทำการ	3.98 มาก	4.04 มาก
เก็ชให้คำแนะนำในการใช้ยา	4.49 มาก	4.42 มาก
ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.63 มากที่สุด	4.50 มาก
โดยรวม	4.24 มาก	4.22 มาก

จากตาราง 36 พบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านบุคคล จำแนกตามเพศ มีผลโดยรวมในระดับมาก ทั้ง เพศชาย และเพศหญิง

ลูกค้าเพศชาย มีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความกระตือรือร้นในการให้บริการ พนักงานมีอัตราสัปดาห์ที่ติดกับลูกค้า และพนักงานมีความสามารถในการแนะนำข้อมูล ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ เกสซ์ให้คำแนะนำในการใช้ยา จำนวนพนักงานในการให้บริการ และมีเกสซ์ประจำช่วงเวลาที่เปิดทำการ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในปานกลาง คือ การแต่งกายของพนักงาน

ลูกค้าเพศหญิง มีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความกระตือรือร้นในการให้บริการ พนักงานมีความสามารถในการแนะนำข้อมูล พนักงานมีอัตราสัปดาห์ที่ติดกับลูกค้า เกสซ์ให้คำแนะนำในการใช้ยา จำนวนพนักงานในการให้บริการ และมีเกสซ์ประจำช่วงเวลาที่เปิดทำการ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ การแต่งกายของพนักงาน

ตาราง 37 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านกระบวนการ จำแนกตามเพศ

ด้านกระบวนการ	ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ	
	ชาย	หญิง
ขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้า	3.99 มาก	3.95 มาก
ขั้นตอนการให้คำแนะนำ	4.40 มาก	4.25 มาก
ขั้นตอนการชำระค่าสินค้า	2.93 ปานกลาง	3.08 ปานกลาง
ขั้นตอนการแก้ปัญหาภายหลังการขาย	2.19 น้อย	2.29 น้อย
โดยรวม	3.38 ปานกลาง	3.39 ปานกลาง

จากตาราง 37 พบว่าลูกค้ำมีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำ ด้านกระบวนการ
 จำแนกตามเพศ มีผลโดยรวมในระดับปานกลาง ทั้ง เพศหญิง และเพศชาย

ลูกค้ำเพศชาย มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำ ด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ใน
 ระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ขั้นตอนการให้
 คำแนะนำ และขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง
 คือ ขั้นตอนการชำระค่าสินค้า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับน้อย คือ ขั้นตอน
 การแก้ปัญหาภายหลังการขาย

ลูกค้ำเพศหญิง มีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำ ด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ใน
 ระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ขั้นตอนการให้
 คำแนะนำ และขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง
 คือ ขั้นตอนการชำระค่าสินค้า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับน้อย คือ ขั้นตอน
 การแก้ปัญหาภายหลังการขาย

ตาราง 38 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จำแนกตามเพศ

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ	
	ชาย	หญิง
ชื่อเสียงของร้านขายยาฟาสซิโน	3.14 ปานกลาง	3.26 ปานกลาง
บรรยากาศการตกแต่งภายในร้าน	3.27 ปานกลาง	3.42 ปานกลาง
ความสะอาดภายในร้าน	3.07 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง
ป้ายหน้าร้านสังเกตเห็นได้ง่าย	2.97 ปานกลาง	3.16 ปานกลาง
วารสารฟาสซิโน	3.32 ปานกลาง	3.51 มาก
การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่	3.96 มาก	3.98 มาก
โดยรวม	3.29 ปานกลาง	3.44 ปานกลาง

จากตาราง 38 พบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จำแนกตามเพศ มีผลโดยรวมในระดับปานกลาง ทั้ง เพศหญิง และเพศชาย

ลูกค้าเพศชาย มีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก คือ การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ วารสารฟาสซิโน บรรยากาศการตกแต่งภายในร้าน ชื่อเสียงของร้านขายยาฟาสซิโน ความสะอาดภายในร้าน และป้ายหน้าร้านสังเกตเห็นได้ง่าย

ลูกค้าเพศหญิง มีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ และวารสารฟาสซิโน ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ บรรยากาศการตกแต่งภายในร้าน ความสะอาดภายในร้าน ชื่อเสียงของร้านขายยา ฟาสซิโน และป้ายหน้าร้านสังเกตได้ง่าย

ตาราง 39 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านขายยา ฟาสซิโนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ			
	ไม่เกิน 20 ปี	21 - 35 ปี	36 - 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
ด้านผลิตภัณฑ์	3.58 มาก	3.77 มาก	3.73 มาก	3.63 มาก
ด้านราคา	3.62 มาก	3.63 มาก	3.62 มาก	3.52 มาก
ด้านการจัดจำหน่าย	2.91 ปานกลาง	2.83 ปานกลาง	2.76 ปานกลาง	2.82 ปานกลาง
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.70 ปานกลาง	2.83 ปานกลาง	2.67 ปานกลาง	2.63 ปานกลาง
ด้านบุคคล	4.21 มาก	4.20 มาก	4.28 มาก	4.24 มาก
ด้านกระบวนการ	3.36 ปานกลาง	3.40 ปานกลาง	3.40 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	3.24 ปานกลาง	3.49 ปานกลาง	3.29 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง
โดยรวม	3.38 ปานกลาง	3.45 ปานกลาง	3.39 ปานกลาง	3.34 ปานกลาง

จากตาราง 39 พบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านขายยาฟาซิโนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ มีผลโดยรวมในระดับปานกลาง ทั้ง อายุ 21 – 35 ปี อายุ 36 – 50 ปี อายุไม่เกิน 20 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไป ตามลำดับ

ลูกค้าที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านขายยาฟาซิโนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ด้านบุคคล ด้านราคา และด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านกระบวนการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ลูกค้าที่มีอายุ 21 – 35 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านขายยาฟาซิโนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ลูกค้าที่มีอายุ 36 – 50 ปี มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านขายยาฟาซิโนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านกระบวนการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ลูกค้าที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านขายยาฟาซิโนในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านกระบวนการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ตาราง 40 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ

ด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ			
	ไม่เกิน 20 ปี	21 - 35 ปี	36 - 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
สินค้ามีให้เลือกครบตามต้องการ	3.80 มาก	3.95 มาก	3.96 มาก	3.97 มาก
สินค้ามีให้เลือกหลากหลายยี่ห้อ	3.80 มาก	3.94 มาก	3.97 มาก	3.79 มาก
สินค้ามีให้เลือกหลากหลายขนาด	3.80 มาก	3.96 มาก	3.90 มาก	3.79 มาก
มีสินค้าชนิดใหม่ๆ เข้ามาจำหน่าย	2.74 ปานกลาง	3.00 ปานกลาง	2.89 ปานกลาง	2.90 ปานกลาง
คุณภาพของสินค้า	3.77 มาก	3.98 มาก	3.93 มาก	3.69 มาก
โดยรวม	3.58 มาก	3.77 มาก	3.73 มาก	3.63 มาก

จากตาราง 40 พบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ มีผลโดยรวมในระดับมาก ทั้ง อายุ 21 – 35 ปี อายุ 36 – 50 ปี อายุ 51 ปีขึ้นไป และอายุไม่เกิน 20 ปี ตามลำดับ

ลูกค้าที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี มีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ สินค้ามีให้เลือกครบตามต้องการ สินค้ามีให้เลือกหลากหลายยี่ห้อ สินค้ามีให้เลือกหลากหลายขนาด และคุณภาพของสินค้า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ มีสินค้าชนิดใหม่ๆ เข้ามาจำหน่าย

ลูกค้าที่มีอายุ 21 – 35 ปี มีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ คุณภาพของสินค้า สินค้ามีให้เลือกหลากหลายขนาด สินค้ามีให้เลือกครบตามต้องการ สินค้ามีให้เลือกหลากหลายยี่ห้อ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ มีสินค้าชนิดใหม่ๆ เข้ามาจำหน่าย

ลูกค้าที่มีอายุ 36 – 50 ปี มีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ สินค้ามีให้เลือกหลากหลายยี่ห้อ สินค้ามีให้เลือกครบตามต้องการ คุณภาพของสินค้า และสินค้ามีให้เลือกหลากหลายขนาด ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ มีสินค้าชนิดใหม่ๆ เข้ามาจำหน่าย

ลูกค้าที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ สินค้ามีให้เลือกครบตามต้องการ สินค้ามีให้เลือกหลากหลายยี่ห้อ สินค้ามีให้เลือกหลากหลายขนาด และคุณภาพของสินค้า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ มีสินค้าชนิดใหม่ๆ เข้ามาจำหน่าย

ตาราง 41 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านราคา จำแนกตามอายุ

ด้านราคา	ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ			
	ไม่เกิน 20 ปี	21 - 35 ปี	36 - 50 ปี	51 ปี ขึ้นไป
ราคาของสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ	3.97 มาก	3.94 มาก	3.98 มาก	3.70 มาก
ราคาสินค้ามีให้เลือกหลายระดับ	4.00 มาก	3.90 มาก	3.85 มาก	3.75 มาก
มีราคาแสดงชัดเจน	2.89 ปานกลาง	3.04 ปานกลาง	3.03 ปานกลาง	3.11 ปานกลาง
โดยรวม	3.62 มาก	3.63 มาก	3.62 มาก	3.52 มาก

จากตาราง 41 พบว่าลูกค้ำมีระดับความพึงพอใจของลูกค้ำ ด้านราคา จำแนกตามอายุ มีผลโดยรวมในระดับมาก ทั้ง อายุ 21 – 35 ปี อายุไม่เกิน 20 ปี อายุ 36 – 50 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไป ตามลำดับ

ลูกค้ำที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี มีระดับความพึงพอใจของ ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ราคาสินค้ามีให้เลือกหลายระดับ และราคาของสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ มีราคาแสดงชัดเจน

ลูกค้ำที่มีอายุ 21 - 35 ปี มีระดับความพึงพอใจของ ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ราคาของสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ และราคาสินค้ามีให้เลือกหลายระดับ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ มีราคาแสดงชัดเจน

ลูกค้ำที่มีอายุ 36 - 50 ปี มีระดับความพึงพอใจของ ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ราคาของสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ และราคาสินค้ามีให้เลือกหลายระดับ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ มีราคาแสดงชัดเจน

ลูกค้ำที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจของ ด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ราคาสินค้ามีให้เลือกหลายระดับ และราคาของสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ มีราคาแสดงชัดเจน

ตาราง 42 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ

ด้านการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ			
	ไม่เกิน 20 ปี	21 - 35 ปี	36 - 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
ความสะดวกของทำเลที่ตั้งร้าน	3.51 มาก	3.29 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.28 ปานกลาง
จำนวนสาขา	2.09 น้อย	2.17 น้อย	1.71 น้อย	1.90 น้อย
สถานที่จอดรถ	1.54 น้อย	1.58 น้อย	1.37 น้อยที่สุด	1.52 น้อย
ช่วงเวลาการเปิดให้บริการของร้าน	4.51 มากที่สุด	4.26 มาก	4.61 มากที่สุด	4.57 มากที่สุด
โดยรวม	2.91 ปานกลาง	2.83 ปานกลาง	2.76 ปานกลาง	2.82 ปานกลาง

จากตาราง 42 พบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามอายุ มีผลโดยรวมในระดับปานกลาง ทั้ง อายุไม่เกิน 20 ปี อายุ 21 – 35 ปี อายุ 51 ปีขึ้นไป และอายุ 36 – 50 ปี ตามลำดับ

ลูกค้าที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี มีระดับความพึงพอใจของ ด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คือ ช่วงเวลาการเปิดให้บริการของร้าน ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก คือ ความสะดวกของทำเลที่ตั้งร้าน ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับน้อย ได้แก่ จำนวนสาขา และสถานที่จอดรถ

ลูกค้าที่มีอายุ 21 – 35 ปี มีระดับความพึงพอใจของ ด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คือ ช่วงเวลาการเปิดให้บริการของร้าน ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ ความสะดวกของทำเลที่ตั้งร้าน ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับน้อย ได้แก่ จำนวนสาขา และสถานที่จอดรถ

ลูกค้าที่มีอายุ 36 – 50 ปี มีระดับความพึงพอใจของ ด้านการจัดจำหน่าย โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คือ ช่วงเวลา การเปิดให้บริการของร้าน ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ ความ สะดวกของทำเลที่ตั้งร้าน ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับน้อย คือ จำนวนสาขา ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด คือ สถานที่จอดรถ

ลูกค้าที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจของ ด้านการจัดจำหน่าย โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คือ ช่วงเวลา การเปิดให้บริการของร้าน ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ ความ สะดวกของทำเลที่ตั้งร้าน ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับน้อย ได้แก่ จำนวนสาขา และสถานที่จอดรถ

ตาราง 43 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ			
	ไม่เกิน 20 ปี	21 - 35 ปี	36 - 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
การโฆษณาผ่านวิทยุ	1.74 น้อย	1.97 น้อย	1.65 น้อย	1.49 น้อยที่สุด
การโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	1.74 น้อย	1.99 น้อย	1.62 น้อย	1.52 น้อย
การโฆษณาผ่านวารสาร	2.31 น้อย	2.31 น้อย	1.99 น้อย	2.16 น้อย
การแนะนำและให้ข้อมูลโดยพนักงานขาย	4.51 มากที่สุด	4.34 มาก	4.50 มาก	4.41 มาก
การลดราคาสินค้าโปรโมชัน	2.66 ปานกลาง	2.90 ปานกลาง	2.61 ปานกลาง	2.69 ปานกลาง
การแจกสติกเกอร์สะสมแต้มเพื่อแลกรางวัล	3.11 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง	3.13 ปานกลาง
การแจกของแถมสินค้าโปรโมชัน	2.71 ปานกลาง	2.71 ปานกลาง	2.61 ปานกลาง	2.70 ปานกลาง
การแจกของที่ระลึกในโอกาสพิเศษต่างๆ	2.83 ปานกลาง	3.08 ปานกลาง	3.10 ปานกลาง	2.93 ปานกลาง
โดยรวม	2.70 ปานกลาง	2.83 ปานกลาง	2.67 ปานกลาง	2.63 ปานกลาง

จากตาราง 43 พบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามอายุ มีผลโดยรวมในระดับปานกลาง ทั้ง อายุ 21 – 35 ปี อายุไม่เกิน 20 ปี อายุ 36 – 50 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไป ตามลำดับ

ตาราง 44 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านบุคคล จำแนกตามอายุ

ด้านบุคคล	ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ			
	ไม่เกิน 20 ปี	21 - 35 ปี	36 - 50 ปี	51 ปี ขึ้นไป
พนักงานมีทัศนคติที่ดีกับลูกค้า	4.57 มากที่สุด	4.49 มาก	4.59 มากที่สุด	4.51 มากที่สุด
พนักงานมีความสามารถในการแนะนำ ข้อมูล	4.51 มากที่สุด	4.45 มาก	4.64 มากที่สุด	4.56 มากที่สุด
จำนวนพนักงานในการให้บริการ	4.20 มาก	4.17 มาก	4.23 มาก	4.16 มาก
การแต่งกายของพนักงาน	3.31 ปานกลาง	3.33 ปานกลาง	3.24 ปานกลาง	3.41 ปานกลาง
มีเก็สซ์ประจำช่วงเวลาที่เปิดทำการ	3.94 มาก	4.02 มาก	4.03 มาก	4.00 มาก
เก็สซ์ให้คำแนะนำในการใช้จ่าย	4.46 มาก	4.41 มาก	4.53 มากที่สุด	4.44 มาก
ความกระตือรือร้นในการให้บริการ	4.49 มาก	4.49 มาก	4.66 มากที่สุด	4.62 มากที่สุด
โดยรวม	4.21 มาก	4.20 มาก	4.28 มาก	4.24 มาก

จากตาราง 44 พบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านบุคคล จำแนกตามอายุ มีผลโดยรวมในระดับมาก ทั้ง อายุ 36 – 50 ปี อายุ 51 ปีขึ้นไป อายุ 21 – 35 ปี และอายุไม่เกิน 20 ปี ตามลำดับ

ลูก้าที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี มีระดับความพึงพอใจของ ด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ พนักงานมีทัศนคติที่ดีกับลูก้า และพนักงานมีความสามารถในการแนะนำข้อมูล ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ความกระตือรือร้นในการให้บริการ เกสซ์ให้คำแนะนำในการใช้ยา จำนวนพนักงานในการให้บริการ และมีเกสซ์ประจำช่วงเวลาที่เปิดทำการ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับ คือ การแต่งกายของพนักงาน

ลูก้าที่มีอายุ 21 – 35 ปี มีระดับความพึงพอใจของ ด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ พนักงานมีทัศนคติที่ดีกับลูก้า ความกระตือรือร้นในการให้บริการ พนักงานมีความสามารถในการแนะนำข้อมูล เกสซ์ให้คำแนะนำในการใช้ยา จำนวนพนักงานในการให้บริการ และมีเกสซ์ประจำช่วงเวลาที่เปิดทำการ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับ คือ การแต่งกายของพนักงาน

ลูก้าที่มีอายุ 36 – 50 ปี มีระดับความพึงพอใจของ ด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความกระตือรือร้นในการให้บริการ พนักงานมีความสามารถในการแนะนำข้อมูล พนักงานมีทัศนคติที่ดีกับลูก้า และเกสซ์ให้คำแนะนำในการใช้ยา ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ จำนวนพนักงานในการให้บริการ และมีเกสซ์ประจำช่วงเวลาที่เปิดทำการ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับ คือ การแต่งกายของพนักงาน

ลูก้าที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจของ ด้านบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ได้แก่ ความกระตือรือร้นในการให้บริการ พนักงานมีความสามารถในการแนะนำข้อมูล และพนักงานมีทัศนคติที่ดีกับลูก้า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ เกสซ์ให้คำแนะนำในการใช้ยา จำนวนพนักงานในการให้บริการ และมีเกสซ์ประจำช่วงเวลาที่เปิดทำการ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับ คือ การแต่งกายของพนักงาน

ตาราง 45 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านกระบวนการ จำแนกตามอายุ

ด้านกระบวนการ	ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ			
	ไม่เกิน 20 ปี	21 - 35 ปี	36 - 50 ปี	51 ปี ขึ้นไป
ขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้า	3.91 มาก	3.99 มาก	4.00 มาก	3.89 มาก
ขั้นตอนการให้คำแนะนำ	4.40 มาก	4.21 มาก	4.48 มาก	4.31 มาก
ขั้นตอนการชำระค่าสินค้า	2.86 ปานกลาง	3.14 ปานกลาง	2.91 ปานกลาง	2.87 ปานกลาง
ขั้นตอนการแก้ปัญหาภายหลังการขาย	2.29 น้อย	2.28 น้อย	2.19 น้อย	2.20 น้อย
โดยรวม	3.36 ปานกลาง	3.40 ปานกลาง	3.40 ปานกลาง	3.32 ปานกลาง

จากตาราง 45 พบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านกระบวนการ จำแนกตามอายุ มีผลโดยรวมในระดับปานกลาง ทั้ง อายุ 21 – 35 ปี อายุ 36 – 50 ปี อายุไม่เกิน 20 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไป ตามลำดับ

ลูกค้าที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี มีระดับความพึงพอใจของ ด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ขั้นตอนการให้คำแนะนำ และขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ ขั้นตอนการชำระค่าสินค้า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับน้อย คือ ขั้นตอนการแก้ปัญหาภายหลังการขาย

ลูกค้าที่มีอายุ 21 – 35 ปี มีระดับความพึงพอใจของ ด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ขั้นตอนการให้คำแนะนำ และขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ ขั้นตอนการชำระค่าสินค้า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับน้อย คือ ขั้นตอนการแก้ปัญหาภายหลังการขาย

ลูกค้าที่มีอายุ 36 – 50 ปี มีระดับความพึงพอใจของ ด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ขั้นตอนการให้คำแนะนำ และขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลางคือ ขั้นตอนการชำระค่าสินค้า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับน้อย คือ ขั้นตอนการแก้ปัญหาภายหลังการขาย

ลูกค้าที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจของ ด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ขั้นตอนการให้คำแนะนำ และขั้นตอนการสั่งซื้อสินค้า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลางคือ ขั้นตอนการชำระค่าสินค้า ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับน้อย คือ ขั้นตอนการแก้ปัญหาภายหลังการขาย

ตาราง 46 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จำแนกตามอายุ

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ			
	ไม่เกิน 20 ปี	21 - 35 ปี	36 - 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
ชื่อเสียงของร้านขายยาฟาสซิโน	3.00 ปานกลาง	3.41 ปานกลาง	2.97 ปานกลาง	3.13 ปานกลาง
บรรยากาศการตกแต่งภายในร้าน	3.09 ปานกลาง	3.47 ปานกลาง	3.30 ปานกลาง	3.21 ปานกลาง
ความสะอาดภายในร้าน	3.14 ปานกลาง	3.31 ปานกลาง	3.15 ปานกลาง	3.07 ปานกลาง
ป้ายหน้าร้านสังเกตเห็นได้ง่าย	2.94 ปานกลาง	3.21 ปานกลาง	2.97 ปานกลาง	2.93 ปานกลาง
วารสารฟาสซิโน	3.46 ปานกลาง	3.52 มาก	3.35 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง
การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่	3.83 มาก	4.01 มาก	4.00 มาก	3.89 มาก
โดยรวม	3.24 ปานกลาง	3.49 ปานกลาง	3.29 ปานกลาง	3.25 ปานกลาง

จากตาราง 46 พบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจของลูกค้า ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จำแนกตามอายุ มีผลโดยรวมในระดับปานกลาง ทั้ง อายุ 21 – 35 ปี อายุ 36 – 50 ปี อายุ 51 ปีขึ้นไป และอายุไม่เกิน 20 ปี ตามลำดับ

ลูกค้าที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี มีระดับความพึงพอใจของ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก คือ การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ วารสารฟาสซิโน ความสะอาดภายในร้าน บรรยากาศการตกแต่งภายในร้าน ชื่อเสียงของร้านขายยาฟาสซิโน และป้ายหน้าร้านสังเกตได้ง่าย

ลูกค้าที่มีอายุ 21 – 35 ปี มีระดับความพึงพอใจของ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ และวารสารฟาสซิโน ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ บรรยากาศการตกแต่งภายในร้าน ชื่อเสียงของร้านขายยาฟาสซิโน ความสะอาดภายในร้าน และป้ายหน้าร้านสังเกตได้ง่าย

ลูกค้าที่มีอายุ 36 – 50 ปี มีระดับความพึงพอใจของ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก คือ การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ วารสารฟาสซิโน บรรยากาศการตกแต่งภายในร้าน ความสะอาดภายในร้าน ชื่อเสียงของร้านขายยาฟาสซิโน และป้ายหน้าร้านสังเกตได้ง่าย

ลูกค้าที่มีอายุ 51 ปีขึ้นไป มีระดับความพึงพอใจของ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับมาก คือ การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ ปัจจัยย่อยที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ วารสารฟาสซิโน บรรยากาศการตกแต่งภายในร้าน ชื่อเสียงของร้านขายยาฟาสซิโน ความสะอาดภายในร้าน และป้ายหน้าร้านสังเกตได้ง่าย

ส่วนที่ 4 ปัญหาของลูกค้าต่อร้านขายยาฟาซิโนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ตาราง 47 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของปัญหาของลูกค้าต่อร้านขายยาฟาซิโน
ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ปัญหา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับของ ปัญหา
ไม่มีสินค้าตามต้องการ	2.17	0.767	น้อย
คุณภาพของสินค้าไม่ดี	1.56	0.677	น้อย
ราคาสินค้าแพงกว่าที่อื่น	2.07	0.726	น้อย
ไม่มีการรับเปลี่ยนหรือคืนสินค้า	3.90	0.949	มาก
ไม่มีบริการส่งสินค้า	3.89	0.946	มาก
โปรโมชั่นที่จัดไม่น่าสนใจ	3.80	0.944	มาก
พนักงานไม่สุภาพ	1.23	0.491	ไม่มีปัญหา
พนักงานไม่สามารถช่วยเหลือแก้ปัญหาได้	1.56	0.619	น้อย
ขั้นตอนการให้บริการช้า	1.54	0.703	น้อย
วิธีการชำระสินค้ามีจำกัด	1.76	0.779	น้อย
โทรศัพท์ของร้านสายไม่ว่างติดต่อยาก	1.41	0.702	ไม่มีปัญหา
โดยรวม	2.26	1.063	น้อย

จากตาราง 47 พบว่าลูกค้ามีระดับของปัญหาต่อร้านขายยาฟาซิโนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยรวมในระดับน้อย โดยปัญหาที่มีผลในระดับมาก ได้แก่ ไม่มีการรับเปลี่ยนหรือคืนสินค้า ไม่มีบริการส่งสินค้า และ โปรโมชั่นที่จัดไม่น่าสนใจ ปัญหาที่มีผลในระดับน้อย ได้แก่ ไม่มีสินค้าตามต้องการ ราคาสินค้าแพงกว่าที่อื่น วิธีการชำระสินค้ามีจำกัด คุณภาพของสินค้าไม่ดี พนักงานไม่สามารถช่วยเหลือแก้ปัญหาได้ และขั้นตอนการให้บริการช้า ปัญหาที่มีผลในระดับไม่มีปัญหา ได้แก่ โทรศัพท์ของร้านสายไม่ว่างติดต่อยาก และพนักงานไม่สุภาพ

นอกจากนี้ลูกค้ายังได้ให้ความคิดเห็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับร้านขายยา ฟาสซิโน โดยลูกค้าจำนวน 28 ราย ต้องการให้มีสถานที่จอดรถสำหรับลูกค้า โดยเฉพาะสาขาสวนดอกเนื่องจากหาที่จอดรถลำบาก ในขณะที่สาขาราชภัฏเชียงใหม่มีที่จอดรถน้อยเกินไป อยากให้เพิ่มที่จอดรถมากขึ้น ลูกค้าจำนวน 9 ราย บอกว่าสาขาราชภัฏเชียงใหม่มีขนาดของร้านที่เล็กเกินไป อยากจะให้ขยายร้านให้กว้างขึ้น ลูกค้าจำนวน 3 ราย บอกว่าขั้นตอนในการชำระสินค้าด้วยบัตรเครดิตมักจะมีการชาร์จเงินเพิ่มจึงสร้างความไม่พอใจให้กับลูกค้าที่ต้องการชำระสินค้าด้วยบัตรเครดิต ลูกค้าจำนวน 2 ราย บอกว่าการจัดวางสินค้าทั้งสามสาขาไม่เหมือนกัน ทำให้บางครั้งสร้างความสับสนให้แก่ลูกค้าได้ เนื่องจากลูกค้าค้นหาสินค้าที่ต้องการไม่พบ โดยเฉพาะสินค้าชนิดใหม่ๆ ที่เพิ่งวางตลาดบางครั้งไม่สามารถหาได้ในร้านขายยาฟาสซิโน ลูกค้าจำนวน 2 ราย บอกว่าอยากจะให้เพิ่มการประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ มากกว่านี้ ไม่มีโปรโมชั่นที่น่าสนใจพอ ลูกค้าจำนวน 2 ราย บอกว่าป้ายหน้าร้านมองเห็นลำบาก ทำให้จับรถหาร้านไม่พบ และลูกค้าจำนวน 2 ราย บอกว่าอยากให้มีสาขาเพิ่มมากกว่านี้