

ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ
ร้านโชควัฒนาฟาร์มาซี จังหวัดพะเยา

Customer Satisfaction Towards Services Marketing Mix of

Chokwatthana Pharmacy, Phayao Province

ธวัชรรัตน์ รัตนอภิชาติกุล* และวรทัยา แจ่มกระจ่าง**

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านโชควัฒนาฟาร์มาซี จังหวัดพะเยา โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากลูกค้าที่มาใช้บริการร้านโชควัฒนาฟาร์มาซี จังหวัดพะเยา จำนวน 400 คน นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และ ค่าเฉลี่ย ซึ่งสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี สถานภาพ โสด ระดับการศึกษา สูงสุด ปริญญาตรี หรือสูงกว่าปริญญาตรี อาชีพ ข้าราชการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-60,000 บาท ความถี่ในการมาใช้บริการโดยเฉลี่ย น้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน วันที่มักจะมาซื้อสินค้า วันธรรมดา ช่วงเวลาที่มาซื้อสินค้าบ่อยที่สุด 14.01-17.00 น. สินค้าที่ซื้อ ยา ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าเฉลี่ยต่อครั้ง 101-500 บาท ตัวท่านเอง เป็นบุคคลผู้แนะนำที่มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อสินค้า มากที่สุด รู้จักด้วยตัวเอง/เจอหน้าร้านเอง เป็นแหล่งข้อมูลในการรู้จักร้านโชควัฒนาฟาร์มาซี จังหวัดพะเยา เหตุผลที่เลือกมาซื้อสินค้าจากร้านโชควัฒนาฟาร์มาซี จังหวัดพะเยา มีเภสัชกรให้คำแนะนำตลอดเวลา และการกลับมาซื้อสินค้าจากร้านโชควัฒนาฟาร์มาซี จังหวัดพะเยา คือ กลับมาซื้อ

ผลการศึกษา ระดับความสำคัญของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านโชควัฒนาฟาร์มาซี จังหวัดพะเยา พบว่า ระดับความสำคัญของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และระดับความสำคัญของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ

ผลการศึกษา ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านโชควัฒนาฟาร์มาซี จังหวัดพะเยา พบว่า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านบุคลากร ความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร จังหวัดเชียงใหม่ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

** ดร. อาจารย์ภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ABSTRACT

This independent study aimed to explore customer satisfaction towards services marketing mix of Chokwatthana pharmacy, Phayao province. The data were compiled from 400 questionnaires distributed to customers of Chokwatthana pharmacy, Phayao province. The given data were then analyzed by using descriptive statistics consisted of a frequency, a percentage, and a mean. The research results were summarized as follows.

It was found from the study that most respondents were female aging between 21 to 30 years old. Most of them were single, graduated with Bachelor's Degrees or above, and worked as government officers. Their average income was 40,001 to 60,000 Baht per month. They usually visited Chokwatthana pharmacy, Phayao province, less than once in a month. They usually came to the store on a weekday during 2.01pm to 5.00pm. Most of them purchased medicine. Their average spending was 101 to 500 Baht per visit. They themselves were the ones with the most influence over the decision to purchase. Most of them knew about Chokwatthana pharmacy, Phayao province, by themselves or by seeing the store front. The reason for purchasing from Chokwatthana pharmacy, Phayao province, was because there was a pharmacist giving advice during service hours. They came back to purchase from Chokwatthana pharmacy, Phayao province, because they want more medicine.

Regarding the importance level of the services marketing mix of Chokwatthana pharmacy, Phayao province, it was found that the importance level of the services marketing mix factors with the high significant levels were People, Product, Process, Place, Price and Physical Evidence; whereas the services marketing mix factors with the medium significant level was Promotion, respectively.

According to the study, the customer satisfaction level towards services marketing mix of Chokwatthana pharmacy, Phayao province, it was found that the services marketing mix factors with the high significant level were Product, Process and People; while the services marketing mix factors with the medium significant level were Physical Evidence, Price, Promotion and Place, respectively

บทนำ

เนื่องจากความเจ็บป่วยเป็นภาวะที่มนุษย์ทุกคนไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ การรักษาโรคจึงเป็นหนึ่งในปัจจัยดำรงชีวิตพื้นฐานที่มีความสำคัญ โดยทางเลือกหนึ่งของประชาชนทั่วไปในการบำบัดรักษาอาการเจ็บป่วยที่เกิดขึ้นนั้นคือ การซื้อยาจากร้านขายยา เพื่อรักษาตนเองในเบื้องต้นก่อนการพบแพทย์ ร้านขายยาในชุมชนเป็นสถานที่ให้คำแนะนำด้านการใช้ยา การดูแลสุขภาพของประชาชนในชุมชน ตลอดจนการส่งต่อผู้ป่วยไปยังแพทย์ผู้เชี่ยวชาญได้ตามความเหมาะสมด้วย และยาจึงถือเป็นหนึ่งในสินค้าประเภทปัจจัยที่มีความสำคัญ จึงส่งผลให้ธุรกิจร้านขายยาจึงมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วในปัจจุบันจึงมีร้านขายยาเปิดดำเนินการกันอย่างหนาแน่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริเวณชุมชนที่มีประชากรอาศัยอยู่จำนวนมาก ส่งผลให้สภาพการแข่งขันของธุรกิจร้านขายยาทวีความรุนแรงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ผู้ประกอบการร้านขายยา จึงประสบปัญหาจำนวนลูกค้าลดลงจากการแข่งขันกันเองในธุรกิจที่เพิ่มมากขึ้น และการรุกเข้ามาของร้านค้าเฉพาะอย่าง (Specialty Store) เช่น บูทส์ วัตสัน เป็นต้น ที่มีการนำสินค้าประเภทยา มาจำหน่ายด้วย ดังนั้น ผู้ประกอบการร้านขายยาจึงจำเป็นต้องเริ่มปรับตัว รวมถึงการปรับเปลี่ยนวิธีการบริหารร้านขายยาให้เหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบันมากขึ้น

แนวโน้มในการเติบโตของธุรกิจยา มีการเติบโตขึ้นทุกปี โดยในปี 2555 มูลค่าของตลาดยาที่ขายในโรงพยาบาล และร้านขายยาทั่วประเทศมีมูลค่าถึง 45,246.36 ล้านบาทเพิ่มขึ้นจากปี 2554 ร้อยละ 14.03 สำหรับช่องทางจำหน่ายในประเทศไทย เป็นการบริโภคผ่านตลาดโรงพยาบาลประมาณร้อยละ 80 และผ่านตลาดร้านขายยาประมาณร้อยละ 20 ตามลำดับ

สำหรับธุรกิจร้านขายยาแผนปัจจุบันในจังหวัดพะเยานั้น ก็มีการแข่งขันกันสูงมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยพบว่า ในปี 2554 มีจำนวนร้านขายยาแผนปัจจุบัน เท่ากับ 40 ร้าน ปี 2555 มีจำนวนร้านขายยาแผนปัจจุบัน เท่ากับ 46 ร้าน และ ปี 2556 มีจำนวนร้านขายยาแผนปัจจุบัน เท่ากับ 57 ร้าน หรือ มีการเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละต่อปี โดยเทียบกับปี 2554 ได้ดังนี้ ปี 2555 เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.0 และ ปี 2556 เพิ่มขึ้นร้อยละ 42.5 ยิ่งไปกว่านั้น จากสถิติจำนวนความหนาแน่นของร้านขายยาแผนปัจจุบัน ต่อประชากรในจังหวัดพะเยา พบว่า ในปี 2554 มีความหนาแน่นเท่ากับ 1 ร้านต่อประชากร 12,158 คน ปี 2555 มีความหนาแน่นเพิ่มขึ้นเป็น 1 ร้านต่อจำนวนประชากร 10,627 คน และปี 2556 มีความหนาแน่นเพิ่มขึ้นเป็น 1 ร้านต่อจำนวนประชากร 8,554 คน

ร้านโชควัฒนาฟาร์มมาซี จังหวัดพะเยา เริ่มก่อตั้งในปี พ.ศ. 2524 เพื่อจำหน่าย ยา อาหารเสริมสุขภาพ และอุปกรณ์การแพทย์ ในช่วงประมาณ 10 ปีแรกของการดำเนินงาน กิจกรรมประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีโดยอัตราการเติบโตของยอดขายเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 10 – 15 ในแต่ละปี แต่สถานการณ์การแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นในปัจจุบันทำให้อัตราการเติบโตของยอดขายลดลงในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา รวมถึงจำนวนลูกค้าที่มีแนวโน้มลดลงอย่างชัดเจนและต่อเนื่อง ผู้บริหารได้มีการปรับกลยุทธ์ของร้านโชควัฒนาฟาร์มมาซี โดยเพิ่มจำนวนสินค้าในร้านเพิ่มขึ้น ขยายผลิตภัณฑ์สำหรับผู้ใหญ่ เช่น นมผงบำรุงกระดูก ไม้เท้า วีลแชร์ เป็นต้น และทางร้านยังมีการส่งเสริมการตลาดมากยิ่งขึ้นด้วย เช่น มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, LINE เป็นต้น

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ ร้านโชควัฒนาฟาร์มมาซี จังหวัดพะเยา โดยข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้รวมทั้งข้อคิดเห็นและ ข้อเสนอแนะต่างๆ ผู้ศึกษาจะนำมาปรับปรุง พัฒนาและนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ ทางธุรกิจต่อไปเพื่อสนองตอบต่อความต้องการและความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการร้านโชควัฒนาฟาร์มมาซี อย่างสูงสุด

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ ร้านโชควัฒนาฟาร์มมาซี จังหวัดพะเยา

นิยามศัพท์

ความพึงพอใจ หมายถึง การที่ผู้บริโภคพิจารณาตัดสินใจว่าคุณภาพของสินค้าหรือบริการที่ได้ใช้นั้นมีความสอดคล้องกับการให้ระดับความสำคัญของผู้บริโภคหรือไม่ หากคุณภาพของสินค้าหรือบริการที่ได้ใช้มีความสอดคล้องกับระดับความสำคัญที่ได้ให้ไว้ ผู้บริโภคก็จะมี ความพึงพอใจ แต่หากคุณภาพของสินค้าหรือบริการที่ได้ใช้ไม่สอดคล้องกับระดับความสำคัญที่ได้ให้ไว้ ผู้บริโภคก็จะมีไม่พึงพอใจต่อสินค้าหรือบริการที่ได้ใช้นั้น

ลูกค้า หมายถึง ลูกค้าที่เคยใช้บริการ ร้านโชควัฒนาพาร์มาซี จังหวัดพะเยา

ส่วนประสมการตลาดบริการ หมายถึง เครื่องมือที่ต้องใช้ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ร้านโชควัฒนาพาร์มาซี หมายถึง สถานที่ขายยาแผนปัจจุบัน อาหารเสริมสุขภาพ อุปกรณ์การแพทย์ และเป็นร้านขายยาที่มีเภสัชกรปฏิบัติการตลอดเวลาที่เปิดทำการ ตั้งอยู่ที่ 87 หมู่ 1 ถนนพหลโยธิน ตำบลแม่ใจ อำเภอแม่ใจ จังหวัดพะเยา

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2552) ได้กล่าวถึงการคาดหวัง หรือความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectation) โดยอธิบายไว้ว่าความคาดหวังเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ หรือคาดหวังว่าจะได้รับจากผลิตภัณฑ์

โมเดลวิเคราะห์ความสำคัญและระดับการดำเนินงาน (คอตเลอร์ ฟิลลิป, 2547:596-598) คือ การนำระดับความสำคัญของปัจจัยที่รับรู้โดยผู้บริโภค (Customer importance) และ ระดับการดำเนินงานขององค์กร (Company performance) มาสร้างเป็นแผนภาพ และนำผลการตีความวิเคราะห์ และอธิบายได้จากโมเดล

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2552) ได้กล่าวถึงแนวความคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Services Marketing Mix) ของ Phillip Kotler ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) กระบวนการให้บริการ (Process) การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation)

วิธีการศึกษา

1. ขอบเขตการศึกษา

ผู้ศึกษาได้กำหนดขอบเขตการศึกษาเพื่อศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านโชควัฒนาฟาร์มมาชี จังหวัดพะเยา

2. ขั้นตอนการศึกษา

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการศึกษาดังนี้ 1) รวบรวมข้อมูลเบื้องต้น 2) สร้างแบบสอบถาม 3) เก็บรวบรวมข้อมูล 4) วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล และ 5) จัดทำและนำเสนอรายงาน

3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษานี้ คือ ลูกค้าที่เคยใช้บริการของ ร้านโชควัฒนาฟาร์มมาชี จังหวัดพะเยา

4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามโดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลระดับความพึงพอใจ และระดับความสำคัญของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านโชควัฒนาฟาร์มมาชี จังหวัดพะเยา ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัญหาและข้อเสนอแนะ โดยใช้คำถามแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งได้กำหนดหลักเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ และหลักเกณฑ์การแปลความหมายของระดับค่าเฉลี่ย (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2546: 75) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยนำข้อมูลที่ได้ วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) แล้วสรุปผลการศึกษานำเสนอในรูปลักษณะของการใช้ตารางประกอบ

ผลการศึกษา

แบ่งเป็น 6 ส่วน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาสูงสุด ปริญญาตรี หรือสูงกว่าปริญญาตรี อาชีพ ข้าราชการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,001-60,000 บาท ความถี่ในการมาใช้บริการโดยเฉลี่ย น้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน วันที่มักจะมาซื้อสินค้า วันธรรมดา ช่วงเวลาที่มาซื้อสินค้าบ่อยที่สุด 14.01-17.00 น. สินค้าที่ซื้อ ยา ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าเฉลี่ยต่อครั้ง 101-500 บาท ตัวท่านเอง เป็นบุคคลผู้แนะนำที่มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อสินค้า มากที่สุด รู้จักด้วยตัวเอง/เจ้าหน้าที่ร้านเอง เป็นแหล่งข้อมูลในการรู้จักร้านโชควัฒนาฟาร์มมาชี จังหวัดพะเยา เหตุผลที่เลือกมาซื้อสินค้าจากร้านโชควัฒนาฟาร์มมาชี จังหวัดพะเยา มีเอกลักษณ์ให้คำแนะนำตลอดเวลา และการกลับมาซื้อสินค้าจากร้านโชควัฒนาฟาร์มมาชี จังหวัดพะเยา คือ กลับมาซื้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลระดับความสำคัญของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ ร้านโชควัฒนาฟาร์มาชี จังหวัดพะเยา

ระดับความสำคัญของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผลการศึกษาพบว่า ระดับความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และระดับความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ ร้านโชควัฒนาฟาร์มาชี จังหวัดพะเยา

ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจที่มีผลอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านบุคลากร ความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการ ที่มีผลอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปัญหาที่พบในการใช้บริการ และข้อเสนอแนะ

ปัญหาและข้อเสนอแนะ ที่พบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ ควรอธิบายรายละเอียดหรือให้ข้อมูลรายละเอียดให้มากกว่านี้ หรือ อธิบายข้อเด่นข้อด้อยของยาแต่ละยี่ห้อ รองลงมาคือ ทางร้านควรจัดพนักงานให้มีจำนวนพอเพียงกับการให้บริการในแต่ละช่วงเวลา และควรมีการอธิบายข้อควรระวังของยาที่ลูกค้าซื้อ เช่น หากรับประทานเกินกำหนดจะเป็นอันตรายอย่างไร หรือ หากทางไม่ครบจะเก็บไว้ทานต่อในครั้งหน้าได้หรือไม่ เป็นต้น ตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ข้อมูลระดับความสำคัญของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ ร้านโชควัฒนาฟาร์มาชี จังหวัดพะเยา จำแนกตามวันที่มาซื้อสินค้าเป็นประจำ และช่วงเวลาที่มาซื้อสินค้าบ่อยที่สุด

1. จำแนกตามวันที่มาซื้อสินค้าเป็นประจำ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มาซื้อสินค้าเป็นประจำในวันธรรมดา ให้ระดับความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และระดับความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง คือ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มาซื้อสินค้าเป็นประจำในวันหยุด ให้ระดับความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านราคา และระดับความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

2 จำแนกตามช่วงเวลาที่มาซื้อสินค้าบ่อยที่สุด

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มาซื้อสินค้าเป็นประจำในช่วงเวลา 8.00–11.00 น. ให้ระดับความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัย

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มาซื้อสินค้าเป็นประจำในช่วงเวลา 11.01–14.00 น. ให้ระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านบุคลากร และระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านราคา และ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มาซื้อสินค้าเป็นประจำในช่วงเวลา 14.01–17.00 น. ให้ระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านราคา และระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มาซื้อสินค้าเป็นประจำในช่วงเวลา 17.01–21.00 น. ให้ระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านราคา และระดับความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ส่วนที่ 7 ข้อมูลการวิเคราะห์ความพึงพอใจ ด้วยเทคนิค IPA (Importance-Performance Analysis: IPA) ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant A ต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ ร้านโชควัฒนาฟาร์มอาชี จังหวัดพะเยา

ปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant A ซึ่งองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูง แต่ผู้บริโภคไม่ได้รับการบริการในระดับที่น่าพอใจ ได้แก่ มีที่จอดรถสะดวก เพียงพอ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น ป้ายกลางแจ้ง แผ่นพับ ใบปลิว เป็นต้น เสาะสรุ และพนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ มีการให้ส่วนลดเมื่อซื้อปริมาณ/มูลค่ามาก เสาะสรุ และพนักงานคิดเงินได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว มีการบันทึกประวัติการใช้ยาสำหรับสมาชิก ขนาดของร้านขายยามีความเหมาะสม เวลาเปิด-ปิดของร้าน และภายในร้านมีพื้นที่กว้าง ไม่แออัด

การอภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การอภิปรายผล ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ ร้านโชควัฒนาฟาร์มอาชี จังหวัดพะเยา อภิปรายผลตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Services Marketing Mix) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552) และการวิเคราะห์ความพึงพอใจ ด้วยเทคนิค IPA (Importance-Performance Analysis : IPA) สามารถทำได้โดยนำค่าระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจมาเปรียบเทียบกัน หากข้อมูลอยู่ใน Quadrants 4 ลักษณะจะสามารถอธิบายผลได้ดังต่อไปนี้

Quadrants A. (Concentrate Here) แสดงถึงองค์ประกอบที่ลูกค้าให้ความสำคัญสูงแต่ลูกค้าไม่ได้รับการบริการในระดับที่น่าพอใจ ดังนั้นองค์กรต้องให้ความสำคัญในการแก้ไขปรับปรุงองค์ประกอบในกลุ่มนี้โดยเร่งด่วน

Quadrants B. (Keep up the good Work) แสดงถึงองค์ประกอบที่ลูกค้าให้ความสำคัญสูงและลูกค้าได้รับการบริการในระดับที่น่าพอใจ ดังนั้นองค์กรต้องรักษาคุณภาพให้อยู่ในระดับสูงต่อไป

Quadrants C. (Low Priority) แสดงถึงองค์ประกอบที่ลูกค้าให้ความสำคัญต่ำ และคุณภาพในการบริการอยู่ในระดับที่ไม่น่าพึงพอใจ อย่างไรก็ตามองค์การยังไม่มีเจตจำนงจำเป็นต้องรีบแก้ไข เนื่องจากเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญต่อลูกค้าในระดับต่ำ สามารถเลื่อนการปรับปรุงออกไปก่อนได้

Quadrants D. (Possible Over skill) แสดงถึงองค์ประกอบที่มีความสำคัญต่ำ แต่ลูกค้าได้รับการบริการในระดับที่น่าพึงพอใจ องค์การควรพิจารณาลดทรัพยากรที่จัดสรรในองค์ประกอบนี้เพื่อนำไปปรับปรุงองค์ประกอบอื่นที่ลูกค้าให้ระดับความสำคัญมาก

โดยสามารถนำผลที่ได้ไปอภิปรายผลการศึกษากับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุกัญญา แสงประทีป (2551) ที่ได้ศึกษา ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของร้านขายยาในเขตเทศบาลเมืองจังหวัดนครพนม ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชนปภพ บันทอง (2551) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านยาฟาสซิโนอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกคือ ด้านบุคลากร ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ มยุรฉัตร จิวาลักษณ์ (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่อง กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในการเลือกร้านยา ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านบุคคล ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปัญญาภว อโนดาต (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านขายยา ฟาร์ม่าช้อยซ์ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านบุคลากร และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธีระยุทธ นิยมกุล (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของแผนกผู้ป่วยในทั่วไป โรงพยาบาลลานนา จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกคือ ปัจจัยด้านบริการ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ สินค้ามีให้เลือกครบตามต้องการ ซึ่งเมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA พบว่า ปัจจัยย่อยดังกล่าวอยู่ใน Quadrants B ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทางร้านโชควัฒนาฟาร์ม่าช้อยซ์ จังหวัดพะเยา ต้องรักษาคุณภาพด้านนี้ไว้ แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุกัญญา แสงประทีป (2551) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านความหลากหลายของยา และผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชนปภพ บันทอง (2551) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านสินค้ามีให้เลือกครบตามต้องการ แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ มยุรฉัตร จิวาลักษณ์ (2552) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านมียาและเวชภัณฑ์ที่แสดงจำนวนมาก และมียาหลายยี่ห้อให้เลือก ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปัญญาภว อโนดาต (2553) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านความหลากหลายของยาและเวชภัณฑ์ที่มีจำหน่ายในร้าน และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษา

ของ ชีระยุทธ นิยมกุล (2554) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านบริการตรวจรักษาและให้ คำแนะนำของแพทย์

ปัจจัยด้านราคา จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ ความเหมาะสมของราคากับคุณภาพของสินค้า ซึ่งเมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA พบว่า ปัจจัยย่อยดังกล่าว อยู่ใน Quadrants B ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทางร้านโชควัฒนาฟาร์มาซี จังหวัดพะเยา ต้องรักษาคุณภาพด้านนี้ไว้ แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุกัญญา แสงประทีป (2551) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านสินค้าชนิดเดียวกันมีให้เลือกหลายราคา ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชนปภพ บัณฑอง (2551) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านราคาของสินค้าเหมาะสมกับคุณภาพ แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ มยุรฉัตร จิวาลักษณ์ (2552) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านมีป้ายแสดงราคาชัดเจน ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปัญญาภู อโนดาต (2553) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านความรู้สึกคุ้มค่าเมื่อจ่ายเงินซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านขายยาฟาร์มาซี และ ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชีระยุทธ นิยมกุล (2554) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านค่าธรรมเนียมแพทย์มีความเหมาะสม

และเมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA พบว่า ปัจจัยย่อยด้านราคา ที่อยู่ใน Quadrant A ได้แก่ มีการให้ส่วนลดเมื่อซื้อปริมาณ/มูลค่ามาก ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปัญญาภู อโนดาต (2553) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางในปัจจัยด้านราคาสามารถต่อรองได้สำหรับสินค้าบางประเภทเป็นกรณีๆ ไป เช่นในกรณีที่ถูกค้าซื้อสินค้าในปริมาณมากๆ ในคราวเดียว เป็นต้น

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ การเดินทางมาที่ร้านสะดวก ซึ่งเมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA พบว่า ปัจจัยย่อยดังกล่าว อยู่ใน Quadrants B ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทางร้านโชควัฒนาฟาร์มาซี จังหวัดพะเยา ต้องรักษาคุณภาพด้านนี้ไว้ แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุกัญญา แสงประทีป (2551) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านทำเลที่ตั้งของร้าน ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชนปภพ บัณฑอง (2551) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านช่วงเวลาการเปิดให้บริการของร้าน ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ มยุรฉัตร จิวาลักษณ์ (2552) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านอยู่ใกล้บ้าน ที่ทำงาน ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปัญญาภู อโนดาต (2553) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านการมีหลายสาขาให้เลือกใช้บริการ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชีระยุทธ นิยมกุล (2554) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านสถานที่ตั้งของโรงพยาบาลสะดวกในการมารับบริการ

และเมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA พบว่า ปัจจัยย่อยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ที่อยู่ใน Quadrant A ได้แก่ มีที่จอดรถสะดวก เพียงพอ และเวลาเปิด-ปิดของร้านสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปัญญาภู อโนดาต (2553)

ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางในปัจจัยด้านเวลาเปิด-ปิดของร้านมีความเหมาะสมในการมาใช้บริการ และมีที่จอดรถอย่างเพียงพอสำหรับลูกค้า

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุดคือ การแนะนำและให้ข้อมูลโดยพนักงานขาย ซึ่งเมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA พบว่า ปัจจัยย่อยดังกล่าว อยู่ใน Quadrants B ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทางร้านโซควัฒนาพาร์มาซี จังหวัดพะเยา ต้องรักษาคุณภาพด้านนี้ไว้ แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุกัญญา แสงประทีป (2551) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านสื่อต่างๆ ที่ให้ความรู้ภายในร้าน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชนปภพ บัณฑอง (2551) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านการแนะนำและให้ข้อมูลโดยพนักงานขาย ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ มยุรฉัตร จิวาลักษณ์ (2552) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านมีเภสัชกรประจำร้านตลอดเวลาเปิด ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปัญญาฏ อโนดาต (2553) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านการให้บริการวัดความดันโลหิตฟรีในกรณีมีการร้องขอ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธีระยุทธ นิยมกุล (2554) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การรักษาผู้ป่วย อุบัติเหตุและฉุกเฉินโดยทันทีการดูแลรักษา สิ่งแวดล้อม การบำบัดน้ำเสีย

และเมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA พบว่า ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาด ที่อยู่ใน Quadrant A ได้แก่ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น ป้ายกลางแจ้ง แผ่นพับ ใบปลิว เป็นต้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปัญญาฏ อโนดาต (2553) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางในปัจจัยด้าน การแจกแผ่นพับที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในร้าน นี้ด้วย

ปัจจัยด้านบุคลากร จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านบุคลากรที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ มีเภสัชกรประจำเพื่อให้คำปรึกษาตลอดเวลาที่เปิดทำการ ซึ่งเมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA พบว่า ปัจจัยย่อยดังกล่าว อยู่ใน Quadrants B ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทางร้านโซควัฒนาพาร์มาซี จังหวัดพะเยา ต้องรักษาคุณภาพด้านนี้ไว้ แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุกัญญา แสงประทีป (2551) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านความสามารถของผู้ขาย ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชนปภพ บัณฑอง (2551) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านความกระตือรือร้นในการให้บริการ ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ มยุรฉัตร จิวาลักษณ์ (2552) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านพนักงานขายมีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับยาเป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปัญญาฏ อโนดาต (2553) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านการมีเภสัชกรอยู่ประจำเพื่อให้คำปรึกษาตลอดเวลาที่เปิดทำการ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธีระยุทธ นิยมกุล (2554) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านแพทย์แผนกายสุขภาพ เรียบง่ายและเหมาะสม

และเมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA พบว่า ปัจจัยย่อยด้านบุคลากร ที่อยู่ใน Quadrant A ได้แก่ เกสซ์กร และ พนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปัญญา อโนดาต (2553) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางในปัจจัยด้านดังกล่าวนี้ด้วย

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการที่ ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ การวินิจฉัยอาการป่วยมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งเมื่อทำการวิเคราะห์ด้วย เทคนิค IPA พบว่า ปัจจัยย่อยดังกล่าว อยู่ใน Quadrants B ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทางร้านโชควัฒนาฟาร์มาสี จังหวัดพะเยา ต้องรักษาคุณภาพด้านนี้ไว้ แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุกัญญา แสงประทีป (2551) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านการระบุวิธีการใช้ยานอนหลับ หรือของยา ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชนปภพ บันทอง (2551) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็น อันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านขั้นตอนการให้การแนะนำ ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ มยุรฉัตร จิวาลักษณ์ (2552) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านมีการซักถามอาการและให้ คำแนะนำก่อนจ่ายยา ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปัญญา อโนดาต (2553) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านการซักถามอาการตามขั้นตอนก่อนการจ่ายยา และไม่สอดคล้องกับ ผลการศึกษาของ ชีระยุทธ นิยมกุล (2554) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัย ย่อยด้านกระบวนการพยาบาลมีความเหมาะสม

และเมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA พบว่า ปัจจัยย่อยด้านกระบวนการให้บริการ ที่อยู่ใน Quadrant A ได้แก่ เกสซ์กร และพนักงานคิดเงินได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และมีการบันทึกประวัติการใช้ยาสำหรับสมาชิก สอดคล้องกับ ผลการศึกษาของ ปัญญา อโนดาต (2553) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางใน ปัจจัยด้านดังกล่าวนี้ด้วย

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและ นำเสนอลักษณะทางกายภาพ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดคือ บรรยากาศของร้านเป็นกันเอง และสวยงาม ซึ่งเมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA พบว่า ปัจจัยย่อยดังกล่าว อยู่ใน Quadrants B ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทางร้าน โชควัฒนาฟาร์มาสี จังหวัดพะเยา ต้องรักษาคุณภาพด้านนี้ไว้ แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุกัญญา แสงประทีป (2551) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านการจัดเรียงสินค้าภายใน ร้าน ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชนปภพ บันทอง (2551) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ เป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านการจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่ ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ มยุรฉัตร จิวาลักษณ์ (2552) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านมีการจัดเตรียมร้านให้ สะอาดอยู่เสมอ ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปัญญา อโนดาต (2553) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มี ความพึงพอใจเป็นอันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านแสงสว่างภายในร้านที่เพียงพอและเหมาะสมต่อการรับบริการ และไม่ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชีระยุทธ นิยมกุล (2554) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจเป็น อันดับแรกในปัจจัยย่อยด้านมีการระบุตัวผู้ป่วยทุกขั้นตอนการบริการและสอบถามประวัติแพทย์

และซึ่งเมื่อทำการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA พบว่า ปัจจัยย่อยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่อยู่ใน Quadrant A ซึ่งองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูง แต่ผู้บริโภคไม่ได้รับการบริการในระดับที่น่าพอใจ ได้แก่ ภายในร้านมีพื้นที่กว้าง ไม่แออัด ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปัญญาภู อโนดาต (2553) ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางในปัจจัยด้านการจัดวางผลิตภัณฑ์ภายในร้านที่เป็นหมวดหมู่ ง่ายต่อการเลือกหานี้ด้วย

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ ร้านโชควัฒนาฟาร์มมาชี จังหวัดพะเยา ในครั้งนี้ ผู้ศึกษามีข้อค้นพบดังนี้

ข้อค้นพบระดับความสำคัญของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการ

จากการศึกษาพบว่า ระดับความสำคัญของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ ร้านโชควัฒนาฟาร์มมาชี จังหวัดพะเยา โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ

ข้อค้นพบระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการ

จากการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดบริการของ ร้านโชควัฒนาฟาร์มมาชี จังหวัดพะเยา โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

ข้อค้นพบการวิเคราะห์ความพึงพอใจ ด้วยเทคนิค IPA (Importance-Performance Analysis: IPA)

เมื่อวิเคราะห์ด้วยเทคนิค IPA พบว่า ปัจจัยย่อยใน Quadrant A เป็นสิ่งที่ทางร้านโชควัฒนาฟาร์มมาชี จังหวัดพะเยา ต้องปรับปรุงอย่างเร่งด่วน โดยปัจจัยย่อยที่อยู่ใน Quadrant A ได้แก่ มีที่จอดรถสะดวก เพียงพอ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น ป้ายกลางแจ้ง แผ่นพับ ใบปลิว เป็นต้น เกสซ์กรและพนักงานดูแลเอาใจใส่และมีความกระตือรือร้นในการให้บริการมีการให้ส่วนลดเมื่อซื้อปริมาณ/มูลค่ามาก เกสซ์กร และพนักงานคิดเงินได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว มีการบันทึกประวัติการใช้ยาสำหรับสมาชิก ขนาดของร้านขายยามีความเหมาะสม เวลาเปิด-ปิดของร้าน และภายในร้านมีพื้นที่กว้าง ไม่แออัด

ข้อเสนอแนะ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

- ควรปรับปรุงปัจจัยย่อย เรื่องการมีสินค้าทดลองใช้ก่อนการตัดสินใจซื้อ ก่อนเป็นลำดับแรก โดยเฉพาะสินค้าในกลุ่มเวชสำอาง เพื่อให้ลูกค้ามีโอกาสได้ทดลองตัวสินค้าก่อนซื้อขนาดปกติไปใช้

- ควรจัดหาอุปกรณ์การแพทย์มีคุณสมบัติการใช้งานตรงตามที่ได้ระบุไว้ มาจำหน่ายในร้านเท่านั้น หากทางร้านมีการอธิบายที่ดีและชัดเจนเพียงพอจากบุคลากรที่น่าเชื่อถือ น่าจะช่วยเพิ่มระดับความพึงพอใจ และลดปัญหาเกี่ยวกับอุปกรณ์การแพทย์ของทางร้านได้

- ทางร้านควรอธิบายเงื่อนไขการคืนสินค้าให้กับทางลูกค้าให้ชัดเจน ซึ่งโดยปกติทางร้านไม่มีนโยบายรับคืน หรือ เปลี่ยนสินค้า มีแต่เฉพาะสินค้าประเภท อุปกรณ์การแพทย์ เช่น เครื่องวัดความดัน หากลูกค้านำไปใช้งานแล้วมีปัญหาทางร้านจะยินดีรับเปลี่ยน อย่างไรก็ตามยังมีลูกค้าที่มีความพึงพอใจน้อยในประเด็นนี้ ทางร้านจึงควรมีการชี้แจงให้ลูกค้าทราบถึงวิธีการใช้และผลที่จะได้รับก่อนการจำหน่ายสินค้าให้ลูกค้าเสมอ

ปัจจัยด้านราคา

- ควรปรับปรุงเรื่อง การรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต เนื่องจาก ทางร้านไม่มีนโยบายรับชำระด้วยบัตรเครดิต หากซื้อสินค้าไม่ถึงเกณฑ์ขั้นต่ำของทางร้าน ซึ่งในช่วงที่ผ่านมา ทางร้าน ไม่ได้แจ้งให้ลูกค้าทราบ ดังนั้น เพื่อทำให้เกิดความชัดเจน ควรแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงนโยบายการรับชำระด้วยบัตรเครดิต และควรกำหนดเกณฑ์ขั้นต่ำของการรับชำระด้วยบัตรเครดิต ให้ลูกค้าทราบด้วย เช่น ทางร้าน ยินดีรับชำระด้วยบัตรเครดิต เมื่อมียอดค่าใช้จ่ายตั้งแต่ 500 บาทขึ้นไป เป็นต้น และอาจพิจารณาเพิ่มเติมในการให้บริการระบบการผ่อนศูนย์เปอร์เซ็นต์ ได้แก่ แบ่งชำระเป็นงวดๆ ได้โดยไม่ต้องจ่ายดอกเบี้ย ในการชำระเงินให้กับลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับผลิตภัณฑ์ในร้านที่มีราคาสูงอย่างอุปกรณ์ทางการแพทย์ ตัวอย่างเช่น รถเข็นไฟฟ้าราคา เดียวไฟฟ้า เป็นต้น

- ควรจัดทำป้ายที่แสดงราคาผลิตภัณฑ์ต่างๆ ให้มีความชัดเจน สะดุดตามากยิ่งขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าราคาพิเศษที่มีการจัดรายการโปรโมชั่น

- ควรมีการผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนสินค้ากันไปตามรอบประจำทุก 1 หรือ 2 เดือน นำมาวางจำหน่ายบริเวณโซนด้านหน้าร้าน

- ควรแสดงป้ายราคาให้ชัดเจนว่าเป็นสินค้าที่มีการลดราคาพิเศษเรียบร้อยแล้ว ไม่สามารถลดราคาได้อีก เพื่อแสดงความโปร่งใส และให้ลูกค้าสามารถทำการเปรียบเทียบราคาสินค้ากับร้านอื่นๆ ได้

- ควรมีการให้ส่วนลดเมื่อลูกค้าซื้อสินค้าปริมาณ/มูลค่ามาก ซึ่งเดิมทางร้านไม่ได้มีการกำหนดอย่างชัดเจนแต่ในส่วนลดกับลูกค้าเป็นรายๆ ไปโดยอาจกำหนดเงื่อนไขในการลดราคาสินค้าเมื่อมียอดซื้อครบตามกำหนด เช่น เมื่อมียอดซื้อสินค้ารวมถึง 1,000 บาท ทางร้านจะให้ส่วนลด 5 เปอร์เซ็นต์ และ เมื่อมียอดซื้อสินค้ารวมถึง 2,000 บาท ทางร้านจะให้ส่วนลด 10 เปอร์เซ็นต์ เป็นต้น โดยจัดทำเป็นป้ายแสดงเงื่อนไขและรายละเอียดของส่วนลดให้ชัดเจน เพื่อทดแทนการลดราคาด้วยการต่อรองโดยทั่วไปอีกด้วย

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

- เว็บไซต์ (Web Site) หรือ Facebook ของร้านให้พร้อมใช้งาน โดยเน้นเนื้อหาข้อมูลเกร็ดความรู้เรื่องยา และควร Update ข้อมูลให้ทันสมัยอยู่เสมอด้วย

- ควรแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงบริการให้คำปรึกษา/รับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์ของทางร้านให้ลูกค้าทราบ เพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าในประเด็นดังกล่าวด้วย

- รวมถึง เวลาเปิด-ปิดของร้าน ควรมีการติดป้ายให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ซึ่งป้ายเก่าอาจจะมีการชำรุดเสียหาย จึงทำให้ลูกค้ามองเห็นได้ไม่ชัดเจน

- นอกจากนั้น ในปัจจัยย่อยเรื่อง การมีที่จอดรถสะดวก ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลางเช่นกัน ทางร้าน ควรมีนโยบายจัดสรรพื้นที่ในการจอดรถให้กับลูกค้าโดยเฉพาะ โดยอาจขอความร่วมมือจากร้านค้าหรือสถานที่ใกล้เคียง เพื่อจัดสรรพื้นที่ในการใช้ประโยชน์ร่วมกัน กรณีที่พื้นที่ในการจอดรถมีอย่างจำกัด เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

- จากผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจระดับน้อย ในปัจจัยย่อยเรื่องการแจกของที่ระลึกในโอกาสพิเศษต่างๆ เนื่องจากเดิม ทางร้านมีการแจกของที่ระลึกเป็นเพียงปฏิทินในช่วงเทศกาลปีใหม่เท่านั้น ดังนั้น ควรพิจารณาช่วงเทศกาลอื่นประจำปีร่วมด้วย เช่น วันแม่ วันพ่อ วันคล้ายวันเกิดของลูกค้า เป็นต้น โดยมีการแจกของที่ระลึก หรือให้สิ่งสมนาคุณพิเศษแก่ลูกค้าด้วย เช่น รับฟรีโปรแกรมดูแลสุขภาพจากทางร้านในราคาพิเศษสำหรับลูกค้าในเดือนเกิด เป็นต้น

- และมีความพึงพอใจระดับปานกลาง ในเรื่อง การมีบริการตรวจวัดสุขภาพฟรี เช่น วัดความดัน เป็นต้น ทางร้าน ควรให้บริการเสริมดังกล่าวเป็นพิเศษ เช่น การใช้เครื่องตรวจวัดความดันที่มีคุณภาพดี มีการแสดงผลที่ถูกต้องชัดเจน รวมถึงการรักษาความสะอาดของตัวเครื่องโดยเฉพาะในส่วนที่สัมผัสกับผิวหนังของลูกค้า ให้มีความสะอาด ปลอดภัยอยู่เสมอ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในอนามัยที่ดีของทางร้านให้กับลูกค้าในกรณีมีผู้ขอใช้บริการในส่วนนี้เป็นจำนวนมากด้วย

ปัจจัยด้านบุคลากร

- จากผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจระดับน้อย ในปัจจัยย่อยเรื่อง เกสเซอร์ และพนักงานให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว อาจจะเป็นเพราะบางช่วงเวลามีลูกค้า เข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก ทางให้เกิดความล่าช้าในการให้บริการ ทางร้าน ควรจัดสรรบุคลากรให้เพียงพอ โดยเฉพาะช่วงเวลาเย็นหลังเลิกงาน เป็นช่วงที่ลูกค้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก แต่อย่างไรก็ตาม ปัจจัยด้านดังกล่าวไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันที่เกิดภาวะขาดแคลนเกสเซอร์ที่รับจ้างอยู่ประจำในร้านขายยา เนื่องจากกระแสความนิยมในการเลือกประกอบวิชาชีพของเกสเซอร์ในปัจจุบัน มีความนิยมในการทำงานเป็นตัวแทนขายยาให้กับบริษัทผู้ผลิต หรือ ผู้จัดจำหน่ายมากกว่า แม้กระทั่งในสายงานเภสัชกรรมชุมชนเอง ก็นิยมที่จะรับราชการในโรงพยาบาลหรือเปิดร้านขายยาเป็นของตนเองมากกว่า ดังนั้น การสรรหาบุคลากรจึงเป็นสิ่งที่ท้าทายความสามารถของผู้บริหารของทางร้านโซควัฒนาฟาร์มาซี อย่างมากด้วย

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

- จากผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจระดับปานกลาง ในปัจจัยย่อยเรื่อง ระยะเวลาในการรอรับบริการจากเกสเซอร์หรือพนักงาน ขั้นตอนการชำระค่าสินค้า การทักทายและต้อนรับเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน การแก้ไขของพนักงานในการชำระเงินเมื่อมีข้อผิดพลาด เช่น ราคาไม่ตรงกับป้าย การเปลี่ยนสินค้า หรือ การทอนเงิน มีการบันทึกประวัติการใช้จ่ายสำหรับสมาชิก และเกสเซอร์ และพนักงานคิดเงินได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว ทางร้าน ควรเพิ่มการอบรมพนักงานผู้รับผิดชอบ หรืออำนวยความสะดวกด้านเครื่องมืออุปกรณ์ในการทำงานให้กับพนักงาน โดยจัดทำคู่มือการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการขายหรือค้นหาสินค้า คู่มือการจ่ายยาเบื้องต้นสำหรับเกสเซอร์ใหม่ เพื่อช่วยลดข้อผิดพลาดและความล่าช้าในกระบวนการให้บริการแก่ลูกค้า

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

- จากผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจระดับปานกลาง ในปัจจัยย่อยเรื่อง ลักษณะของอุปกรณ์พลาสติกที่ใช้สำหรับใส่สินค้า เนื่องจากทางร้านมีอุปกรณ์พลาสติกอยู่ 2 แบบ คือ แบบที่ทางบริษัทจัดหามาให้ กับ แบบของทางร้านเอง ซึ่งอาจจะทำให้ลูกค้าสับสนได้ ทางร้านควรปรับให้เป็นแบบเดียวกันทั้งร้าน เพื่อลดการสับสนของทางลูกค้า และเพื่อให้เป็นมาตรฐานเดียวกันอีกด้วย

- เนื่องจากปัจจุบันทางร้านมีบริเวณที่นั่งให้ลูกค้าเข้ารับคำปรึกษาเล็ก หรือแคบเกินไป ในบางกรณีลูกค้าอาจใช้เวลาในการรับคำปรึกษานานเป็นพิเศษ หรือในกรณีที่ลูกค้าที่เป็นผู้สูงอายุ ซึ่งอาจจากข้อจำกัดทางด้านขนาดพื้นที่ของร้านคับแคบ ประกอบกับมีผลิตภัณฑ์ในปริมาณมาก ดังนั้น ควรปรับปรุงเรื่องผังการจัดวางผลิตภัณฑ์ภายในร้านให้เป็นหมวดหมู่ แยกสินค้าที่ต้องการคำปรึกษาออกจากร้านค้าทั่วไปที่สามารถเลือกซื้อได้เองอย่างอิสระให้ชัดเจน

ข้อเสนอแนะ : ปัจจัยย่อยใน Quadrant A

- ควรปรับปรุง ปัจจัยย่อยเรื่องระยะเวลาในการรอรับบริการจากเภสัชกรหรือพนักงาน โดยจัดหาบุคลากรให้เพียงพอกับปริมาณลูกค้า อย่างไรก็ตามการเพิ่มจำนวนเภสัชกรหรือพนักงานประจำของทางร้าน จะส่งผลให้ต้นทุนของร้านสูงขึ้นในระยะยาว ดังนั้น ร้านโชควัฒนาฟาร์มาซี จังหวัดพะเยา ควรพิจารณาประสิทธิภาพในการทำงานของเภสัชกรหรือพนักงานแทน โดยให้เภสัชกรหรือพนักงาน กระชับเวลาในการให้บริการลูกค้าแต่ละรายให้สั้นลง ในช่วงที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก เพื่อให้เภสัชกรหรือพนักงาน สามารถบริการลูกค้าได้มากกว่ารายอื่นด้วย

- ควรปรับปรุงเรื่อง เภสัชกร และพนักงานให้บริการได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว ปัจจัยย่อยด้านนี้ เป็นสิ่งสำคัญต่อความน่าเชื่อถือของการให้บริการ อันจะส่งผลถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าในด้านกระบวนการให้บริการได้ โดยทางร้าน อาจจะใช้วิธีการตั้งทีมงานผู้ตรวจสอบ โดยมีการสุ่มตรวจเป็นครั้งคราว ว่าพนักงานมีการปฏิบัติหน้าที่ถูกต้อง ครบถ้วนตามเกณฑ์มาตรฐานที่ทางร้านกำหนดไว้หรือไม่ และทางร้านควรมีการให้รางวัลเพื่อเป็นขวัญและกำลังใจเมื่อพนักงานปฏิบัติงานได้ถูกต้อง ครบถ้วนดีและมีบทลงโทษตามสมควรหากพนักงานทำงานผิดพลาดหรือบกพร่องต่อหน้าที่ด้วย เป็นต้น

- ควรปรับปรุงเรื่อง ความแตกต่างของป้ายราคาสีแดงที่แสดงราคาสินค้าโปรโมชั่น โดยจัดทำป้ายที่แสดงราคาผลิตภัณฑ์ต่างๆ ให้มีความชัดเจน สะดุดตามากยิ่งขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าราคาพิเศษที่มีการจัดรายการโปรโมชั่น ควรนำสินค้าดังกล่าวมาวางจำหน่ายบริเวณโซนด้านหน้าร้าน และควรแสดงป้ายราคาให้ชัดเจนว่าเป็นสินค้าที่มีการลดราคาพิเศษเรียบร้อยแล้ว ไม่สามารถลดราคาได้อีก เพื่อแสดงความโปร่งใส และให้ลูกค้าสามารถทำการเปรียบเทียบราคาผลิตภัณฑ์กับร้านค้านั้นๆ ได้

- ควรแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงบริการให้คำปรึกษา/รับคำสั่งซื้อทางโทรศัพท์ของทางร้านให้ลูกค้าทราบ เพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้แก่ลูกค้ามากขึ้นด้วย

- ควรมีการแจกแผ่นพับให้ความรู้แก่ลูกค้าในเรื่องที่ลูกค้าสนใจเป็นหลัก เช่น เรื่องการลดความอ้วน เรื่องการดูแลผิว เป็นต้น และทางร้านควรเร่งปรับปรุงเว็บไซต์อย่างเร่งด่วน เพื่อให้สามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์กับลูกค้าได้

- เนื่องจากร้านโชควัฒนาฟาร์มมาซี จังหวัดพะเยา ดำเนินการมากว่า 30 ปี แล้วทำให้รูปแบบร้านไม่ทันสมัยเท่าที่ควร ดังนั้น ร้านโชควัฒนาฟาร์มมาซี จังหวัดพะเยา ควรปรับลักษณะการตกแต่ง และบรรยากาศภายในร้านให้มีความเหมาะสม มีความทันสมัยมากขึ้น สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย

บรรณานุกรม

- กัลยา วิเศษปัญญา. (2547). *หลักสถิติ* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิริติกาญจน์ รัตนอภิชาติกุล. หุ่นส่วนผู้จัดการของร้านโชควัฒนาฟาร์มมาซี. (2558, 20 มกราคม). สัมภาษณ์.
- ค้อตเลอร์ ฟิลลิป. (2547). *การจัดการการตลาด*. แปลและเรียบเรียงโดย ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- จิตตินันท์ นันทโพบูลย์. (2551). *จิตวิทยาการบริการ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชนปภพ ปั่นทอง. (2551). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อบริการส่วนประสมการตลาดของร้านยาฟาสซิโน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. (การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2546). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- โชควัฒนาฟาร์มมาซี. (2557). รายงานข้อมูลจำนวนลูกค้าของ ร้านโชควัฒนาฟาร์มมาซี จังหวัดพะเยา ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2557 [แฟ้มข้อมูลคอมพิวเตอร์]. พะเยา: รัตนโชควัฒนาฟาร์มมาซี.
- ตุลย์ลักษณ์ อุโงจิตร. (2550). *ความพึงพอใจ พฤติกรรม และความจงรักภักดีของผู้บริโภคต่อร้านขายยาที่แอนด์ที่ฟาร์มมาเซตบางแค กรุงเทพมหานคร*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- ธีระยุทธ นิยมกุล. (2554). *ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของแผนกผู้ป่วยในทั่วไป โรงพยาบาลลานนา จังหวัดเชียงใหม่*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- ปัญจนาวุ อโนดาต. (2553). *ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการของร้านขายยาฟาร์มมาเซตในอำเภอเมืองเชียงใหม่*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- ชี้ช่องทางเลี้ยงจ่ายค่ายาหาโหด. (2554). ค้นเมื่อ 21 มกราคม 2558, จาก <http://www.manager.co.th/mgrweekly/viewnews.aspx?NewsID=954000004> 5 800.
- สุมาลี นิมนานิตย์. (2557). *อยู่กับความเจ็บป่วยอย่างไร*. ค้นเมื่อ 23 มกราคม 2558, จาก <http://www.doctor.or.th/article/detail/1094>.
- มยุรฉัตร จิวาลักษณ์. (2552). *กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในการเลือกร้านยา ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่*. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่).
- ศรัณย์ กอสนาน. (2555). บทบาท ลักษณะ และความสามารถของเภสัชกรสำหรับการเป็นผู้มีหน้าที่ปฏิบัติงานในร้านยาที่ได้รับบริการรับรองเป็นร้านยาคุณภาพ. *สถาบันทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, 7(2), 47-52.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ

ศิริลักษณ์ สุวรรณวงศ์. (2538). ทฤษฎีและเทคนิคการสุ่มตัวอย่าง. กรุงเทพฯ: ภาควิชาคณิตศาสตร์

คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.

สุกัญญา แสงประทีป. (2551). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของร้านขายยาในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดนครพนม ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. (การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติจังหวัดสกลนคร).

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2556). สถานภาพ ศักยภาพการผลิต และรูปแบบการแข่งขันในอุตสาหกรรมยางของประเทศไทย. ค้นเมื่อ 12 มกราคม 2558, จาก http://rubber.oie.go.th:93/Detail.aspx?cate_id=15&id=20.