

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้ทำการศึกษาส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบบสอบถามประกอบไปด้วย ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการร้านขายยาของกลุ่มตัวอย่าง ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด ทั้ง 2 ปัจจัย ได้แก่ การขายโดยใช้พนักงาน (Personal selling) และการส่งเสริมการขาย (Sales promotion) และ ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการร้านขายยาของกลุ่มตัวอย่าง โดยเก็บข้อมูลจำนวน 426 ชุด โดยช่วงแรกจะเก็บข้อมูลแบบออนไลน์ได้จำนวน 300 ชุด ได้ข้อมูลที่ใช้ได้ 277 ชุด และ ลงพื้นที่พูดคุยกับกลุ่มตัวอย่าง 126 คน รวมได้ข้อมูลแบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 403 ชุด

ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย โดยแบ่งเป็น 2 ตอน มีผลการศึกษา ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน

4.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม การศึกษาครั้งนี้ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 403 คน โดยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ และร้อยละ ในการอธิบายข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	125	31.02
หญิง	260	64.52
เพศทางเลือก	18	4.47
รวม	403	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 64.52 รองลงมาเป็นเพศชายจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.02 และเพศทางเลือกจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.47 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	28	6.95
21-30 ปี	188	46.65
31-40 ปี	113	28.04
41-50 ปี	38	9.43
51 ปีขึ้นไป	36	8.93
รวม	403	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 46.65 รองลงมาคือกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.04 กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 41-50 ปี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.43 กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 8.93 และกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามช่วงอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 6.95 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ประกาศนียบัตรวิชาชีพ หรือต่ำกว่า	82	20.35
ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง หรืออนุปริญญา	36	8.93
ปริญญาตรี	237	58.81
สูงกว่าปริญญาตรี	48	11.91
รวม	403	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 58.81 รองลงมา คือ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. หรือต่ำกว่า จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.35 กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาอยู่ระดับสูงกว่าปริญญาตรี 48 คน คิดเป็นร้อยละ 11.91 และกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาอยู่ระดับปวส. หรือ อนุปริญญา จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 8.93 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	63	15.63
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	93	23.08
พนักงานบริษัทเอกชน	157	39.96
ธุรกิจส่วนตัว	66	16.38
พ่อบาน/แม่บ้าน	24	5.96
รวม	403	100

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.96 รองลงมา กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามประกอบอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.08 กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.38 กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามประกอบ

อาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.63 และ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 5.96 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	71	17.62
10,001-15,000 บาท	62	15.38
15,001-20,000 บาท	70	17.37
มากกว่า 20,000 บาท	200	49.63
รวม	403	100

จากตารางที่ 4.5 กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 49.63 รองลงมา กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ย น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.62 กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ย 15,001-20,000 บาท จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.37 และ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ เฉลี่ย 10,001-15,000 บาท จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.38 ตามลำดับ

4.1.2 ข้อมูลพฤติกรรมทั่วไปเกี่ยวกับการใช้บริการร้านขายยา โดยใช้คำถามที่เกี่ยวกับ พฤติกรรมของผู้บริโภค (5W1H) ได้แก่ ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What) ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participate) ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When) และ ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How) ซึ่งนำมาวิเคราะห์โดยใช้ความถี่และร้อยละ จากกลุ่ม ตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ดังนี้

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของสินค้าที่ซื้อจากร้านขายยา

สินค้าที่ซื้อจากร้านขายยา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ยารักษาโรค	300	74.44
อาหารเสริม วิตามิน	62	15.38
อุปกรณ์ทางการแพทย์ เวชสำอาง	41	10.18
รวม	403	100

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อยารักษาโรคจากร้านขายยา จำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 74.44 รองลงมา กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามซื้ออาหารเสริม วิตามิน จากร้านขายยาจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.38 และ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามซื้ออุปกรณ์ทางการแพทย์ เวชสำอาง จากร้านขายยา จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.18 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของประเภทกลุ่มยาที่ซื้อ

ประเภทกลุ่มยาที่ซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ยาแก้ปวด ลดไข้	241	59.80
ยารักษาโรคเกี่ยวกับทางเดินหายใจ	44	10.92
ยารักษาโรคเกี่ยวกับทางเดินอาหาร	35	8.68
ยาฮอร์โมน ยารักษาโรคผิวหนัง	48	11.92
ยารักษาอาการติดเชื้อ	35	8.68
รวม	403	100

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อยากกลุ่มยาแก้ปวด ลดไข้ จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 59.80 รองลงมา กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามซื้อยากกลุ่มฮอร์โมน และยารักษาโรคผิวหนัง จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 11.92 กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามซื้อยากกลุ่มยารักษาโรคเกี่ยวกับทางเดินหายใจ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 10.92 ตามลำดับ และ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามซื้อยากกลุ่มยารักษาโรคเกี่ยวกับทางเดินอาหาร และ ยารักษาอาการติดเชื้อ จำนวนเท่ากันคือกลุ่มละ 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.68

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของวัตถุประสงค์ที่ใช้บริการร้านขายยา

วัตถุประสงค์ที่ใช้บริการร้านขายยา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ซื้อยารักษาโรคที่ป่วยอยู่	226	56.08
ซื้อยาหรือสินค้าอื่นให้คนอื่น	102	25.31
สำรองยาไว้ในยามเจ็บป่วย	75	18.61
รวม	403	100

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ที่ใช้บริการร้านขายยาเพื่อซื้อยารักษาโรคที่ป่วยอยู่ จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.08 รองลงมา กลุ่มผู้ตอบ

แบบสอบถามมีวัตถุประสงค์ที่ใช้บริการร้านขายยาเพื่อซื้อยาหรือสินค้าอื่นให้คนอื่น จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.31 และ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมีวัตถุประสงค์ที่ใช้บริการร้านขายยาเพื่อสำรองยาไว้ใช้ในยามเจ็บป่วย จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.61 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการร้านขายยา

บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการร้านขายยา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตัวท่านเอง	221	54.84
เภสัชกร/คนขายยา	52	12.90
สมาชิกครอบครัว	130	32.26
รวม	403	100

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกตนเองมีอิทธิพลต่อการใช้บริการร้านขายยา จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 54.84 รองลงมา กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามเลือกสมาชิกในครอบครัวมีอิทธิพลต่อการใช้บริการร้านขายยา จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.26 และ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเภสัชกร/คนขายยามีอิทธิพลต่อการใช้บริการร้านขายยา จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 12.90 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของแหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านขายยา

แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านขายยา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อินเทอร์เน็ต (สืบค้นเอง)	60	14.89
เพื่อน หรือครอบครัว	33	8.19
เภสัชกร	279	69.23
อื่น ๆ	31	7.69
รวม	403	100

จากตารางที่ 4.10 พบว่า แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านขายยาของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือเภสัชกร จำนวน 279 คน คิดเป็นร้อยละ 69.23 รองลงมา คือ

อินเทอร์เน็ต (สื่อบุคคล) จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 14.89 เพื่อนหรือครอบครัว จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.19 และ อื่น ๆ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.69 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของช่วงเวลาที่มาใช้บริการร้านขายยา

ช่วงเวลาที่มาใช้บริการร้านขายยา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
06.01-10.00 น.	17	4.22
10.01-14.00 น.	45	11.17
14.01-18.00 น.	142	35.24
18.01-22.00 น.	199	49.38
รวม	403	100

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ช่วงเวลาที่กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาใช้บริการร้านขายยาคือ 18.01-22.00 น. จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.38 รองลงมาคือช่วงเวลา 14.01-18.00 น. จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.24 ช่วงเวลา 10.01-14.00 น. จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.17 และ ช่วงเวลา 06.00-10.00 น. จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.22 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละของเหตุผลที่เลือกใช้บริการร้านขายยา

เหตุผลที่ท่านเลือกใช้บริการร้านขายยา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เดินทางสะดวก ระยะทางใกล้บ้านหรือที่ทำงาน	209	51.86
ความน่าเชื่อถือ ความน่าไว้วางใจของเภสัชกร	100	24.81
ราคาประหยัด	94	23.32
รวม	403	100

จากตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเลือกใช้บริการร้านขายยาคือ เดินทางสะดวก ระยะทางใกล้บ้านหรือที่ทำงาน จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 51.86 รองลงมา ความน่าเชื่อถือ ความน่าไว้วางใจของเภสัชกร จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 24.81 และ ราคาประหยัด จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.32 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 จำนวนและร้อยละของความถี่ในการใช้บริการร้านขายยา

ความถี่ในการใช้บริการร้านขายยา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน	145	35.98
1-2 ครั้งต่อเดือน	224	55.58
มากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน	34	8.44
รวม	403	100

จากตารางที่ 4.13 พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าใช้บริการร้านขายยา 1-2 ครั้ง ต่อเดือน จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 55.58 รองลงมา กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านขายยา น้อยกว่า 1 ครั้ง ต่อเดือน จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 35.98 และ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านขายยามากกว่า 3 ครั้งต่อเดือน จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.44 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละของเวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยาในแต่ละครั้ง

เวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยาจากร้านขายยาในแต่ละครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 10 นาที	220	54.59
11-20 นาที	171	42.43
มากกว่า 21 นาที	12	2.95
รวม	403	100

จากตารางที่ 4.14 พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้เวลาเฉลี่ยในการซื้อยาจากร้านขายยาน้อยกว่า 10 นาที จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 54.59 รองลงมา กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามใช้เวลาเฉลี่ยในการซื้อยาจากร้านขายยา 11 – 20 นาที จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.43 และ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามใช้เวลาเฉลี่ยในการซื้อยาจากร้านขายยามากกว่า 21 นาที จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 2.95 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 จำนวนและร้อยละของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อขาย

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อขาย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 100 บาท	58	14.39
100-300 บาท	252	62.53
301-500 บาท	74	18.36
มากกว่า 500 บาท	19	4.72
รวม	403	100

จากตารางที่ 4.15 พบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อขายอยู่ที่ 100-300 บาท จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 62.53 รองลงมา กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ที่ 301-500 บาท จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.36 กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ที่น้อยกว่า 100 บาท จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.39 และ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ที่มากกว่า 500 บาท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.72 ตามลำดับ

4.1.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด ทั้ง 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านขายยาของลูกค้านั้นเขตอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ทำการวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยมีผลการวิจัยดังนี้

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการขายโดยใช้พนักงาน (Personal selling)

การขายโดยใช้พนักงาน (Personal selling)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	แปลผล
เภสัชกร/พนักงานขายยินดีให้คำแนะนำกับ ลูกค้าด้วยความจริงใจและน่าเชื่อถือ	4.71	0.59	มากที่สุด
เภสัชกรมีความรู้และสามารถวิเคราะห์อาการ พื้นฐานของโรคในเบื้องต้นได้	4.67	0.59	มากที่สุด
เภสัชกร/พนักงานขายมีความรู้ความสามารถ	4.64	0.60	มากที่สุด
เภสัชกร/พนักงานขายมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.53	0.65	มากที่สุด
รวม	4.64	0.53	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมเห็นด้วยในระดับมากที่สุด (Mean = 4.64, SD = 0.53) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านเกสชกร/พนักงานขายยินดีให้คำแนะนำกับลูกค้าด้วยความจริงใจและน่าเชื่อถือมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยและระดับความคิดเห็นมากที่สุด (Mean = 4.71, SD = 0.59) รองลงมาคือ ด้านเกสชกรมีความรู้และสามารถวิเคราะห์อาการพื้นฐานของโรคในเบื้องต้นได้มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด (Mean = 4.67, SD = 0.59) ด้านเกสชกร/พนักงานขายมีความรู้ความสามารถ มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด (Mean = 4.64, SD = 0.60) และด้านเกสชกร/พนักงานขายมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด (Mean = 4.53, SD = 0.65) เช่นเดียวกัน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการส่งเสริมการขาย (Sales promotion)

การส่งเสริมการขาย (Sales promotion)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	แปลผล
มีการให้ส่วนลดในการซื้อสินค้าภายในร้าน	3.80	1.15	มาก
มีการแจกสินค้าทดลองให้ใช้ฟรี	3.68	1.24	มาก
มีการสะสมแต้มเพื่อใช้แลกสินค้าภายในร้าน	3.61	1.25	มาก
มีการรับสมัครสมาชิก	3.68	1.22	มาก
รวม	3.69	1.09	มาก

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมเห็นด้วยในระดับมาก (Mean = 3.69, SD = 1.09) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านมีการให้ส่วนลดในการซื้อสินค้าภายในร้านมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (Mean = 3.80, SD = 1.15) รองลงมาคือ ด้านมีการแจกสินค้าทดลองให้ใช้ฟรี มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด (Mean = 3.68, SD = 1.24) ด้านมีการรับสมัครสมาชิก มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดเช่นกัน (Mean = 3.68, SD = 1.22) และด้านมีการสะสมแต้มเพื่อใช้แลกสินค้าภายในร้านมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด (Mean = 3.61, SD = 1.25) ตามลำดับ

4.1.4 การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา

ประมวลผลข้อมูลส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 403 คน โดยการนำเสนอจะใช้สถิติค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีผลการวิจัย ดังนี้

ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจใช้บริการร้านขายยา

การตัดสินใจใช้บริการร้านขายยา	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	แปลผล
การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ	4.59	0.51	มากที่สุด
การหาข้อมูล	4.11	0.80	มาก
การประเมินทางเลือก	4.08	0.80	มาก
การตัดสินใจซื้อ	4.23	0.64	มาก
พฤติกรรมหลังการซื้อ	4.06	0.73	มาก
รวม	4.21	0.51	มาก

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.21, SD = 0.51) โดยขั้นตอนการตัดสินใจใช้บริการร้านขายยาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ (Mean = 4.59, SD = 0.51) รองลงมาผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก คือ การตัดสินใจซื้อ (Mean = 4.23, SD = 0.64) การหาข้อมูล (Mean = 4.11, SD = 0.80) การประเมินทางเลือก (Mean = 4.08, SD = 0.80) และ พฤติกรรมหลังการซื้อ (Mean = 4.06, SD = 0.73) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจใช้บริการร้านขายยาขั้นตอนการตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ

การตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	แปลผล
1. ท่านรู้ดีกว่าร้านขายยาแต่ละร้านให้บริการแตกต่างกัน	4.45	0.78	มาก
2. ท่านตระหนักถึงความเจ็บป่วยของตน	4.66	0.59	มากที่สุด
3. ท่านต้องการร้านขายยาที่มีเภสัชกรประจำอยู่ตลอดเวลาทำการ	4.67	0.60	มากที่สุด
รวม	4.59	0.51	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจใช้บริการร้านขายยา ในขั้นตอนการตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ที่สุด (Mean = 4.59, SD = 0.51) ขั้นตอนการตระหนักถึงปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ต้องการร้านขายยาที่มีเภสัชกรประจำอยู่ตลอดเวลาทำการ (Mean = 4.67, SD = 0.60) รองลงมาคือ การตระหนักถึงความเจ็บป่วยของตน ให้ความสำคัญระดับมาก (Mean = 4.66, SD = 0.59) และรู้สึกว่าร้านขายยาแต่ละร้านให้บริการแตกต่างกัน (Mean = 4.45, SD = 0.78) ให้ความสำคัญระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจใช้บริการร้านขายยาขั้นตอนการหาข้อมูล

การหาข้อมูล	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	แปลผล
1. ท่านจะสอบถามข้อมูลร้านขายยาจากคนอื่น ๆ ก่อนใช้บริการ	3.93	1.14	มาก
2. ท่านจะหาข้อมูลก่อนว่าร้านขายยามีเภสัชกรอยู่หรือไม่	4.06	1.01	มาก
3. ท่านจะหาข้อมูลของสินค้าหรือยาที่ต้องการซื้อก่อนใช้บริการร้านขายยา	4.34	0.82	มาก
รวม	4.11	0.80	มาก

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจใช้บริการร้านขายยา ในขั้นตอนการหาข้อมูลโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.11, SD = 0.80) โดยขั้นตอนการหาข้อมูลที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามจะหาข้อมูลของสินค้าหรือยาที่ต้องการซื้อก่อนใช้บริการร้านขายยา (Mean = 4.34, SD = 0.82) รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามจะหาข้อมูลก่อนว่าร้านขายยามีเภสัชกรอยู่หรือไม่ (Mean = 4.06, SD = 1.01) และ ผู้ตอบแบบสอบถามจะสอบถามข้อมูลร้านขายยาจากคนอื่น ๆ ก่อนใช้บริการ (Mean = 3.93, SD = 1.14) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจใช้บริการร้านขายยาขั้นตอนการประเมินทางเลือก

การประเมินทางเลือก	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	แปลผล
1. ท่านเปรียบเทียบจากระยะทางของร้านขายยาแต่ละร้าน	4.14	1.02	มาก
2. ท่านเปรียบเทียบราคาขายของร้านขายยาแต่ละร้าน	3.97	1.07	มาก
3. ท่านเปรียบเทียบการให้บริการของเภสัชกรของแต่ละร้าน	4.12	1.01	มาก
รวม	4.08	0.80	มาก

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจใช้บริการร้านขายยา ในขั้นตอนการประเมินทางเลือกโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.08, SD = 0.80) โดยขั้นตอนการประเมินทางเลือกที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามจะเปรียบเทียบจากระยะทางของร้านขายยาแต่ละร้าน (Mean = 4.14, SD = 1.02) รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามจะเปรียบเทียบการให้บริการของเภสัชกรของแต่ละร้าน (Mean = 4.12, SD = 1.01) และ ผู้ตอบแบบสอบถามจะเปรียบเทียบราคาขายของร้านขายยาแต่ละร้าน (Mean = 3.97, SD = 1.07) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจใช้บริการร้านขายยาขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ

การตัดสินใจซื้อ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	แปลผล
1. ท่านเจาะจงเลือกร้านขายยาที่มีเภสัชกรเท่านั้น	4.31	0.89	มาก
2. ท่านตัดสินใจเลือกร้านขายยาเพราะได้รับการบริการที่ดี	4.47	0.77	มาก
3. ท่านตัดสินใจเลือกร้านขายยาเพราะราคายา และสินค้ามีความเหมาะสม	4.44	0.75	มาก

ตารางที่ 4.22 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจใช้บริการร้านขายยาขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ (ต่อ)

การตัดสินใจซื้อ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	แปลผล
4. ท่านตัดสินใจใช้บริการร้านยาเพราะพนักงานขายกระตุ้นการซื้อจากท่าน	3.69	1.22	มาก
รวม	4.23	0.64	มาก

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจใช้บริการร้านขายยา ในขั้นตอนการตัดสินใจซื้อโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.23, SD = 0.64) โดยขั้นตอนการตัดสินใจซื้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก คือ ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจเลือกร้านขายยาเพราะได้รับการบริการที่ดี (Mean = 4.47, SD = 0.77) รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจเลือกร้านขายยาเพราะราคายา และสินค้ามีความเหมาะสม (Mean = 4.44, SD = 0.75) ผู้ตอบแบบสอบถามเจาะจงเลือกร้านขายยาที่มีเภสัชกรเท่านั้น (Mean = 4.31, SD = 0.89) และผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจใช้บริการร้านยาเพราะพนักงานขายกระตุ้นการซื้อจากท่าน (Mean = 3.69, SD = 1.22) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.23 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจใช้บริการร้านขายยาขั้นตอนพฤติกรรมหลังการซื้อ

พฤติกรรมหลังการซื้อ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	แปลผล
1. หากต้องการซื้อยาท่านจะกลับมาใช้บริการร้านเดิมอีกครั้ง	4.35	0.77	มาก
2. ท่านจะบอกต่อคนอื่น ๆ ให้เลือกใช้บริการร้านขายยาที่ท่านใช้บริการ	4.02	0.91	มาก
3. เมื่อมีผู้กล่าวถึงร้านขายยาที่ท่านชื่นชอบในทางที่ไม่ดี ท่านจะให้ข้อมูลที่ถูกต้อง	3.80	1.01	มาก
รวม	4.06	0.73	มาก

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในการตัดสินใจใช้บริการร้านขายยา ในขั้นตอนพฤติกรรมหลังการซื้อโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.06, SD = 0.73) โดยขั้นตอนพฤติกรรมหลังการซื้อ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก คือ หากต้องการซื้อยาท่านจะกลับมาใช้บริการร้านเดิมอีกครั้ง (Mean = 4.35, SD = 0.77) รองลงมาคือ ผู้ตอบแบบสอบถามจะบอกต่อคนอื่น ๆ ให้เลือกใช้บริการร้านขายยาที่ท่านใช้บริการ (Mean = 4.02, SD = 0.91) เมื่อมีผู้กล่าวถึงร้านขายยาที่ท่านชื่นชอบในทางที่ไม่ดี ท่านจะให้ข้อมูลที่ถูกต้อง (Mean = 3.80, SD = 1.01) ตามลำดับ

4.2 ผลการวิเคราะห์สมมติฐาน

เนื่องจากตัวแปรพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ (Qualitative Variable) ต้องมีการทำให้เป็นตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) ก่อน จึงจะสามารถนำมาวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณได้ และได้มีการกำหนดกลุ่มอ้างอิง (Reference) โดยใช้ตัวแปรที่เป็นตัวเลือกแรกของแต่ละข้อคำถามเป็นกลุ่มอ้างอิง

การวิเคราะห์ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี เป็นดังนี้

สมมติฐานที่ 1 พฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาของกลุ่มลูกค้ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา

ตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด (Promotion mix) และพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี

ส่วนประสมการส่งเสริม การตลาด และพฤติกรรมผู้บริโภค	B (UC)	Std. Error (UC)	Beta (SC)	t	Sig.	tolerance	VIF
ค่าคงที่	2.270	0.285		7.975	0.000		
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who)							
เพศ							
- เพศหญิง	0.096	0.054	0.087	1.782	0.076	0.852	1.174
- เพศทางเลือก	0.137	0.120	0.056	1.146	0.253	0.855	1.170
- เพศชาย (กลุ่มอ้างอิง)	-	-	-	-	-	-	-
อายุ							
- อายุ 21-30 ปี	-0.005	0.140	-0.005	-0.034	0.973	0.108	9.301
- อายุ 31-40 ปี	-0.048	0.153	-0.042	-0.313	0.754	0.111	9.005
- อายุ 41-50 ปี	-0.002	0.165	-0.001	-0.011	0.991	0.227	4.414
- อายุ 51 ปีขึ้นไป	0.043	0.171	0.024	0.253	0.801	0.221	4.515
- ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี (กลุ่มอ้างอิง)	-	-	-	-	-	-	-
ระดับการศึกษา							
- ปวส./อนุปริญญา	0.165	0.108	0.093	1.525	0.128	0.549	1.823
- ปริญญาตรี	0.016	0.081	0.015	0.192	0.848	0.332	3.012
- ปริญญาโท	-0.020	0.106	-0.012	-0.185	0.853	0.445	2.248
- มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. หรือต่ำกว่า (กลุ่ม อ้างอิง)	-	-	-	-	-	-	-
อาชีพ							
- อาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0.014	0.125	0.011	0.111	0.912	0.189	5.297
- พนักงานบริษัทเอกชน	0.055	0.113	0.053	0.490	0.624	0.174	5.757
- ธุรกิจส่วนตัว							
- พ่อบ้าน/แม่บ้าน	-0.016	0.125	-0.012	-0.128	0.898	0.246	4.058
- นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	0.132	0.140	0.061	0.944	0.346	0.480	2.085
- (กลุ่มอ้างอิง)	-	-	-	-	-	-	-

ตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด (Promotion mix) และพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี (ต่อ)

ส่วนประสมการส่งเสริม การตลาด และพฤติกรรมผู้บริโภค	B (UC)	Std. Error (UC)	Beta (SC)	t	Sig.	tolerance	VIF
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน							
- รายได้ 10,000-15,000 บาท	-0.078	0.107	-0.055	-0.726	0.468	0.352	2.838
- รายได้ 15,001-20,000 บาท	-0.146	0.116	-0.109	-1.264	0.207	0.273	3.656
- รายได้ 20,000 บาทขึ้นไป	-0.052	0.113	-0.051	-0.462	0.644	0.165	6.059
- น้อยกว่า 10,000 บาท (กลุ่ม อ้างอิง)	-	-	-	-	-	-	-
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What)							
สินค้าที่ซื้อจากร้านขายยา							
- อาหารเสริมและวิตามิน	-0.145	0.073	-0.103	-2.001	0.046*	0.763	1.311
- อุปกรณ์ทางการแพทย์และเวช สำอาง	9.418E-5	0.089	0.000	0.001	0.999	0.722	1.384
- ยารักษาโรค (กลุ่มอ้างอิง)	-	-	-	-	-	-	-
ประเภทกลุ่มยาที่ซื้อ							
- ยารักษาโรคเกี่ยวกับทางเดิน หายใจ	-0.019	0.079	-0.011	-0.234	0.815	0.855	1.170
- ยารักษาเกี่ยวกับทางเดินอาหาร	0.034	0.088	0.019	0.386	0.700	0.855	1.169
- ยาฮอร์โมน ยารักษาโรคผิวหนัง	0.015	0.081	0.009	0.182	0.855	0.756	1.323
- ยารักษาอาการติดเชื้อ	0.097	0.089	0.054	1.092	0.276	0.832	1.202
- ยาแก้ปวด ลดไข้ (กลุ่มอ้างอิง)	-	-	-	-	-	-	-
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why)							
วัตถุประสงค์ที่ใช้บริการร้าน ขายยา							
- ซื้อยาหรือสินค้าให้คนอื่น	0.061	0.072	0.052	0.856	0.393	0.540	1.852
- สำรองไว้ใช้ในยามเจ็บป่วย	0.073	0.067	0.056	1.098	0.273	0.776	1.288
- ซื้อยารักษาโรคที่ป่วยอยู่ (กลุ่ม อ้างอิง)	-	-	-	-	-	-	-

ตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด (Promotion mix) และพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี (ต่อ)

ส่วนประสมการส่งเสริม การตลาด และพฤติกรรมผู้บริโภค	B (UC)	Std. Error (UC)	Beta (SC)	t	Sig.	tolerance	VIF
เหตุผลที่ท่านเลือกใช้บริการ ร้านขายยา							
- ราคาประหยัดและสินค้ามี ความหลากหลาย	0.145	0.063	0.121	2.296	0.022*	0.731	1.367
- ความน่าเชื่อถือ ความน่า ไว้วางใจของเภสัชกร	0.103	0.061	0.087	1.687	0.093	0.755	1.324
- เดินทางสะดวก ระยะทางใกล้ บ้านหรือที่ทำงาน (กลุ่มอ้างอิง)	-	-	-	-	-	-	-
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participate)							
บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการ ใช้บริการร้านขายยา							
- สมาชิกในครอบครัว	0.018	0.067	0.016	0.264	0.792	0.537	1.862
- เภสัชกร	0.002	0.077	0.002	0.032	0.974	0.784	1.275
- ตัวท่านเอง (กลุ่มอ้างอิง)	-	-	-	-	-	-	-
แหล่งข้อมูล							
- เพื่อนหรือครอบครัว	0.191	0.107	0.103	1.783	0.075	0.607	1.646
- เภสัชกร	0.145	0.072	0.132	2.008	0.045*	0.469	2.130
- แหล่งข้อมูลอื่น ๆ	0.186	0.106	0.097	1.745	0.082	0.652	1.533
- อินเทอร์เน็ต (กลุ่มอ้างอิง)	-	-	-	-	-	-	-
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When)							
ช่วงเวลาที่มาใช้บริการร้าน ขายยา							
- ช่วงเวลา 10.01-14.00 น.	0.054	0.142	0.033	0.381	0.703	0.262	3.811
- ช่วงเวลา 14.01-18.00 น.	0.104	0.128	0.097	0.810	0.419	0.141	7.114
- ช่วงเวลา 18.01-22.00 น.	0.067	0.127	0.066	0.528	0.598	0.130	7.686
- ช่วงเวลา 06.01-10.00 น. (กลุ่มอ้างอิง)	-	-	-	-	-	-	-

ตารางที่ 4.24 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด (Promotion mix) และพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี (ต่อ)

ส่วนประสมการส่งเสริม การตลาด และพฤติกรรมผู้บริโภค	B (UC)	Std. Error (UC)	Beta (SC)	t	Sig.	tolerance	VIF
6. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How)							
ความถี่ในการใช้บริการร้านขายยา							
- 1-2 ครั้งต่อเดือน	0.135	0.055	0.132	2.440	0.015*	0.691	1.448
- มากกว่าหรือเท่ากับ 3 ครั้งต่อเดือน	0.095	0.095	0.052	1.003	0.317	0.760	1.316
- น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน (กลุ่มอ้างอิง)	-	-	-	-	-	-	-
เวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อยา							
- 11-20 นาที	-0.003	0.055	-0.003	-0.064	0.949	0.716	1.397
- ใช้เวลา 21 นาทีขึ้นไป	-0.229	0.159	-0.076	-1.442	0.150	0.722	1.385
- น้อยกว่า 10 นาที (กลุ่มอ้างอิง)	-	-	-	-	-	-	-
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อยา							
- 100-300 บาท	-0.005	0.074	-0.005	-0.072	0.943	0.404	2.473
- 301-500 บาท	0.047	0.094	0.036	0.502	0.616	0.396	2.528
- มากกว่า 500 บาท	0.171	0.144	0.071	1.181	0.238	0.560	1.785
- น้อยกว่า 100 บาท (กลุ่มอ้างอิง)	-	-	-	-	-	-	-
7. ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด							
- การขายโดยพนักงาน (Personal selling)	0.262	0.048	0.270	5.419	0.000*	0.814	1.228
- การส่งเสริมการขาย (Sales promotion)	0.092	0.023	0.197	3.977	0.000*	0.825	1.212
$R^2 = 0.274$ Adjusted $R^2 = 0.187$; $F = 3.148$ Sig = 0.000*							

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

UC หมายถึง Unstandardized Coefficient

SC หมายถึง Standardized Coefficient

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี คือ พฤติกรรมผู้บริโภคได้แก่ สินค้าที่ผู้บริโภคซื้อ สาเหตุที่ผู้บริโภคซื้อ ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ และการซื้อของผู้บริโภค ในส่วนของปัจจัยส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การขายโดยพนักงานและการส่งเสริมการขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.108-0.855 และค่า VIF อยู่ระหว่าง 1.169-9.301 ซึ่งมีค่าตามเกณฑ์ทุกตัวแปรคือ ค่า Tolerance มากกว่า 0.1 และค่า VIF น้อยกว่า 10 (Hair et al., 2010) แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันโดยเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$Y = 2.270 - 0.145(X_1) + 0.145(X_2) + 0.145(X_3) + 0.135(X_4) + 0.262(X_5) + 0.092(X_6)$$

โดยให้ Y แทน ค่าการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา

X_1 แทน ผู้บริโภคซื้ออะไร (What)

กำหนดให้ $X_1 = 1$ เมื่อซื้ออาหารเสริมและวิตามิน

$X_1 = 0$ เมื่อซื้อยารักษาโรค

X_2 แทน ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why)

กำหนดให้ $X_2 = 1$ เมื่อซื้อเนื่องจากราคาประหยัดและสินค้ามีความหลากหลาย

$X_2 = 0$ เมื่อซื้อเนื่องจากเดินทางสะดวก ระยะทางใกล้บ้านหรือที่ทำงาน

X_3 แทน ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participate)

กำหนดให้ $X_3 = 1$ เมื่อแหล่งข้อมูลคือเภสัชกร

$X_3 = 0$ เมื่อแหล่งข้อมูลคืออินเทอร์เน็ต (สืบค้นเอง)

X_4 แทน ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How)

กำหนดให้ $X_4 = 1$ เมื่อความถี่ในการซื้อน้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน

$X_4 = 0$ เมื่อความถี่ในการซื้อ 1 – 2 ครั้งต่อเดือน

X_5 แทน ปัจจัยส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดด้านการขายโดยพนักงาน

X_6 แทน ปัจจัยส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดด้านการส่งเสริมการขาย

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า มีค่า F เท่ากับ 3.148 และค่า Sig เท่ากับ 0.000 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งแสดงว่า ความแปรปรวนของข้อมูล มีความแปรปรวนเท่ากัน โดยค่าความแปรปรวนของความเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภค จะพิจารณาได้จากค่า Adjusted R^2 แสดงว่า อิทธิพลของพฤติกรรมผู้บริโภคและส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดบริการต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา มีค่าเท่ากับร้อยละ 18.7 หมายความว่า ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ สามารถนำไปพยากรณ์ต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ ร้อยละ 18.7 ส่วนอีกร้อยละ 81.3 เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น โดยสามารถอธิบายตัวแปรต่าง ๆ ได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด (Promotion mix) พบว่า หากปัจจัยส่วนประสมการส่งเสริมการตลาดทั้ง 2 ปัจจัยได้แก่ การขายโดยพนักงาน (Personal selling) และ การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) มีค่าสูงจะทำให้ค่าการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาสูงขึ้น โดยพิจารณาจากค่า standardized coefficient beta คือ 0.270 และ 0.197 ตามลำดับ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาคือ พฤติกรรมผู้บริโภค ได้แก่ สินค้าที่ผู้บริโภคซื้อ สาเหตุที่ผู้บริโภคซื้อ ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ การซื้อของผู้บริโภค และ ปัจจัยส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด ด้านการขายโดยพนักงาน (Personal selling) และด้านการส่งเสริมการขาย (Sales promotion) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพิจารณาจากค่า significant ที่ 0.000 พบว่า ปัจจัยด้านการขายโดยพนักงาน ($Beta = 0.262$) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยามากที่สุด รองลงมาคือ สาเหตุที่ผู้บริโภคซื้อ และ แหล่งข้อมูลที่สืบค้น ($Beta = 0.145$) ความถี่ในการเข้าร้านขายยา ($Beta = 0.135$) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย ($Beta = 0.092$) และ สินค้าที่ซื้อ ($Beta = -0.145$) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ตามลำดับ การวิเคราะห์ค่าสถิติทดสอบ $F = 3.148$ ค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา คือ พฤติกรรมผู้บริโภค ได้แก่ สินค้าที่ผู้บริโภคซื้อ สาเหตุที่ผู้บริโภคซื้อ ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ การซื้อของผู้บริโภค และ ปัจจัยส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด ด้านการขายโดยพนักงาน (Personal selling) และด้านการส่งเสริมการขาย (Sales promotion) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.25 สรุปการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา (ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who))	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 1.2 สินค้าที่ผู้บริโภคซื้อ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา (ผู้บริโภคซื้ออะไร (What))	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 1.3 สาเหตุที่ผู้บริโภคซื้อ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา (ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why))	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 1.4 ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา (Who participate)	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 1.5 เวลาที่ซื้อ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา (ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When))	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 1.6 การซื้อของผู้บริโภค มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา (ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How))	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 2.1 ปัจจัยด้านการขายโดยใช้พนักงาน มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 2.2 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา	ยอมรับ