

คุณภาพและการบริการที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่ใช้บริการ
ร้านขายยาในจังหวัดลพบุรี

QUALITY AND SERVICE THAT AFFECT THE CHOICE OF
PRODUCTS OF THOSE WHO USE DRUG STORE
SERVICES IN LOPBURI PROVINCE

นิภาพรรณ แก้วทอง

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาเปรียบเทียบการเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่ใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดลพบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ (2) ศึกษาคุณภาพและการบริการที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่ใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดลพบุรี

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนวัยทำงานในจังหวัดลพบุรี จำนวน 472,932 คน กำหนดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาโดยใช้ สูตรของทาร์โร ยามาเน่ ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน วิธีการสุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่สถิติเชิงพรรณนา ใช้ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบ ค่าที วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และ การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ด้วยสถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า (1) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และ ประสบการณ์ในการทำงานต่างกัน จะมีการเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่ใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดลพบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ (2) คุณภาพและการบริการส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่ใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดลพบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้านพบว่า คุณภาพการบริการของร้านขายยาในจังหวัดลพบุรี ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และ ด้านการรู้จักและเข้าใจต่อลูกค้า มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจการเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่ใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดลพบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทางบวก ในระดับค่อนข้างต่ำ

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ การเลือกซื้อสินค้า ร้านขายยาในจังหวัดลพบุรี

ABSTRACT

The objectives of this research were: (1) to study and compare the selection of products by people using drugstore services in Lopburi Province. Classified according to personal factors; and (2) to study the quality and service that affect the product selection of people who use drugstore services in Lopburi Province.

This research was quantitative research. The population used in this research is 472,932 people of working age in Lopburi Province. The sample in the study, according to 400 formula. Sampling method used in the study using a simple random sampling method. A questionnaire was used as a tool to collect data. Statistics use percentage, mean, standard deviation, test statistics, t-values, one-way analysis of variance, and simple Pearson's correlation coefficient statistics.

Major findings: (1) respondents with age, status, and educational level and different work experiences There will be a difference in product selection by people who use drugstore services in Lopburi province, with statistical significance at the 0.05 level; and (2) Quality and service affect product selection by people who use drugstore services. Medicine in Lopburi Province is statistically significant at the 0.05 level. When analyzed in each aspect, it was found that Service quality of pharmacies in Lopburi Province Concrete aspect of the service Reliability and trustworthiness Response to customers in giving confidence to customers and in knowing and understanding customers It has a relationship with the decision to choose products of people who use drugstore services in Lopburi province with statistical significance at the 0.05 level, which has a positive relationship. at a relatively low level

Keywords: Service Quality, Product Selection, Drug Stores in Lopburi Province

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

“คุณภาพการบริการ” เป็นความประทับใจในภาพรวมของประชาชนผู้รับบริการ ดังนั้นผู้บริหารและพนักงานที่เกี่ยวข้อง จึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญใส่ใจในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการให้มีคุณภาพ มีประสิทธิภาพ และมีการพัฒนา เพื่อให้คุณภาพการให้บริการเป็นเลิศอย่าง

ต่อเนื่อง โดยยึดตามหลักวัฒนธรรมองค์กรของหน่วยงานภาครัฐแห่งหนึ่ง เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร และยกระดับคุณภาพการบริหารงาน โดยมุ่งผลสัมฤทธิ์ เพื่อประโยชน์สุขของประชาชน การบริการให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่น การบริการที่ดี ผู้รับบริการก็จะได้รับความประทับใจและชื่นชมองค์กร ซึ่งเป็นผลดีต่อองค์กร เบื้องหลังความสำเร็จทุกงาน พบว่างานบริการเป็นเครื่องมือช่วยสนับสนุนงานด้าน ต่าง ๆ ดังนั้น ถ้าการบริการดีผู้รับบริการเกิดความประทับใจ ซึ่งการบริการถือเป็นหน้าเป็นตาขององค์กร ภาพลักษณ์ขององค์กรก็จะดีไปด้วย

“เวชภัณฑ์ยา” นั่นคือยารักษาโรคซึ่งนับว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งในปัจจัยสี่ที่มนุษย์มีความจำเป็นที่ต้องใช้ในเมื่อยามเจ็บไข้ได้ป่วยจากโรคร้ายที่เกิดขึ้น เพื่อให้หายเป็นปกติและให้ร่างกายกลับมาแข็งแรงเหมือนเดิม โดยในปัจจุบันนี้ประชาชนทั่วไปได้หันมาให้ความสำคัญและสนใจเรื่องสุขภาพกันมากขึ้น ต้องการมีอายุที่ยืนยาวปราศจากโรคร้ายไข้เจ็บต่าง ๆ เป็นอะไรก็ต้องรีบรักษาทันที ไม่ปล่อยให้มีการเรื้อรังตลอดจนหาวิธีการบำบัดรักษาโรคไม่ว่าจะเป็นวิธีการแบบแผนโบราณ แพทย์แผนไทย หรือแผนปัจจุบัน (ธนชพันธ์ มโนสิทธิศักดิ์, 2565) ธุรกิจร้านขายยาจึงถือกำเนิดขึ้นเพื่อตอบโจทย์ที่ว่า “ยาคือปัจจัยสำคัญ 1 ใน 4 ของมนุษย์ เพราะเมื่อใดที่มีการเจ็บป่วยเล็กน้อยๆคนทั่วไปจะเลือกไปที่ร้านขายยาก่อนเป็นอันดับแรก เราจึงเห็นร้านขายยาเกิดขึ้นมากมาย ไม่ว่าจะเป็นร้านที่มีเจ้าของร้านเปิดเอง หรือร้านในระบบแฟรนไชส์ ยิ่งในแหล่งชุมชนใหญ่ร้านขายยายิ่งมากขึ้น หลายครั้งที่เราเห็นในซอยเดียวกันที่มีคนพลุกพล่าน จะมีร้านขายยาตั้งอยู่หลายร้าน และแม้ว่าจะมีร้านขายยาอยู่ก่อนแล้ว ก็มีโอกาสเห็นร้านขายยาเกิดขึ้นใหม่อยู่เรื่อย ๆ นั้นแสดงให้เห็นว่าร้านขายยายังเป็นธุรกิจที่อยู่ได้และ มีแนวโน้มที่ยังไปต่อได้ในอนาคต (นภัฐพร กาญจนมกุล, 2562)

ร้านยาของผู้วิจัย เป็นร้านขายยาที่เปิดมาเป็นระยะเวลา 4 ปี ตั้งอยู่ที่อำเภอโคกสำโรง จังหวัดลพบุรี เป็นร้านขายยาที่ยึดการให้บริการกับลูกค้าเป็นหลัก มีเภสัชกรอยู่ประจำร้านตลอดเวลา ตลอดระยะเวลา 4 ปีที่ผ่านมาทางร้านใส่ใจการให้บริการแก่ลูกค้าเป็นหลัก และให้คำปรึกษาแนะนำแก่ลูกค้าได้อย่างชัดเจน เพื่อให้ลูกค้าได้มั่นใจในการเลือกซื้อยากับทางร้าน การดำเนินธุรกิจบริการแก่ประชาชน จะกระทำได้ง่ายหรือยากขึ้นอยู่กับการบริการของ เภสัชกรและพนักงานภายในร้าน เช่น การต้อนรับลูกค้า การจ่ายยาที่ถูกต้องตามโรค และการอธิบายการรักษาให้กับลูกค้า การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการของร้านขายยา จังหวัดลพบุรี เพื่อนำผลไปปรับกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อสร้างศักยภาพในการแข่งขันและสร้างความแตกต่างในการแข่งขันในตลาดต่อไป

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาคุณภาพและการบริการที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่ใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดลพบุรี เพื่อศึกษาระดับคุณภาพและการบริการของร้านขายยาในจังหวัดลพบุรี เพื่อศึกษาการเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่ใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดลพบุรี เพื่อศึกษา

เปรียบเทียบการเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่ใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดลพบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และเพื่อศึกษาคุณภาพและการบริการที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่ใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดลพบุรี ซึ่งสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนาการบริการของร้านขายยาในจังหวัดลพบุรีได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่ใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดลพบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
2. เพื่อศึกษาคุณภาพและการบริการที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่ใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดลพบุรี

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่ใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดลพบุรี แตกต่างกัน
2. คุณภาพและการบริการส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่ใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดลพบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

ด้านเนื้อหา

เนื้อหาในการศึกษาได้แก่ ความพึงพอใจของลูกค้าผู้มาใช้บริการ ความพึงพอใจต่อการใช้บริการของร้านขายยา จังหวัดลพบุรี

- คุณภาพการบริการ ประกอบด้วย

1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ
2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า
4. ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า
5. ด้านการรู้จักและเข้าใจต่อลูกค้า

- การตัดสินใจการเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่ใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดลพบุรี

ด้านพื้นที่

จังหวัดลพบุรี

ด้านประชากร

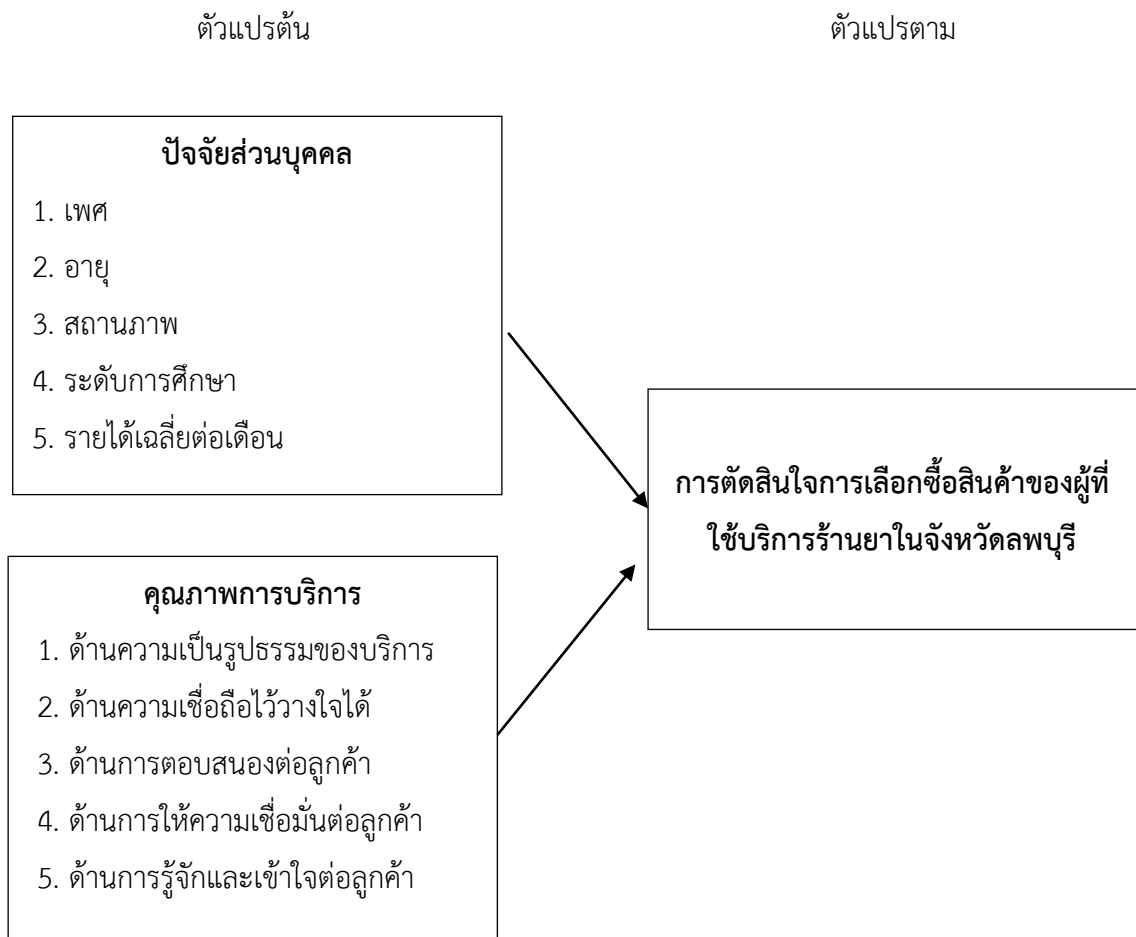
ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือประชาชนวัยทำงานในจังหวัดลพบุรี จำนวน 472,932 คน (กรมอนามัย, 2566)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ประชาชนวัยทำงานในจังหวัดลพบุรี จำนวน 400 คน โดยใช้สูตร ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane. 1973 : 125) วิธีการสุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling)

ด้านเวลา

การศึกษานี้ใช้เวลาในการศึกษา ตั้งแต่เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2566 ถึงเดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ.2567

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาเรื่อง คุณภาพและการบริการที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่ใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดลพบุรี มีวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.75 และเป็นเพศชาย จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 47.25 มีอายุ 41-50 ปี จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 รองลงมาคืออายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.25 และน้อยที่สุดคือ อายุ 20-30 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 มีสถานภาพสมรส จำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 67.25 รองลงมาคือ สถานภาพโสด จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.25 และน้อยที่สุดคือ สถานภาพหม้าย/หย่าร้าง จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 243 คน คิดเป็นร้อยละ 60.75 รองลงมาคือ ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 และมีประสบการณ์ในการทำงาน 6-10 ปี จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 รองลงมาคือ มีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 10 ปี จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 และน้อยที่สุดคือ มีประสบการณ์ในการทำงานน้อยกว่า 1 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพการบริการของร้านขายยาในจังหวัดลพบุรี พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการของร้านขายยาในจังหวัดลพบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.45$, S.D = 0.202) เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า มีระดับความคิดเห็นสูงสุด ($\bar{x} = 4.53$, S.D = 0.273) รองลงมาคือ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ($\bar{x} = 4.51$, S.D = 0.257) และน้อยที่สุดคือ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ($\bar{x} = 4.30$, S.D = 0.346) โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 คุณภาพการบริการของร้านขายยาในจังหวัดลพบุรี ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.30$, S.D = 0.346) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ในข้อที่ว่า “ร้านขายยามีความเป็นระเบียบเรียบร้อย และมีความสะอาด” มีระดับความคิดเห็นสูงสุด ($\bar{x} = 4.57$, S.D = 0.501) รองลงมาคือในข้อ “พนักงานแต่งกายสุภาพเรียบร้อย เป็นระเบียบ” ($\bar{x} =$

4.53, S.D = 0.520) และน้อยที่สุดคือในข้อ “ร้านขายยาที่มีสำหรับจอดรถเพียงพอสำหรับประชาชนที่เข้ามาติดต่อ” (\bar{x} = 3.79, S.D = 0.645)

2.2 คุณภาพการบริการของร้านขายยาในจังหวัดลพบุรี ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 4.48, S.D = 0.268) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ในข้อที่ว่า “พนักงานใช้ความเชี่ยวชาญในการให้บริการ” มีระดับความคิดเห็นสูงสุด (\bar{x} = 4.57, S.D = 0.495) รองลงมาคือในข้อ “พนักงานจัดลำดับการให้บริการตามลำดับผู้มาติดต่อก่อน - หลัง” (\bar{x} = 4.51, S.D = 0.530) และน้อยที่สุดคือในข้อ “พนักงานสามารถให้คำแนะนำอย่างถูกต้องและชัดเจน” (\bar{x} = 4.34, S.D = 0.526)

2.3 คุณภาพการบริการของร้านขายยาในจังหวัดลพบุรี ด้านการตอบสนอง โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 4.51, S.D = 0.257) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ในข้อที่ว่า “พนักงานมีความกระตือรือร้นในการตอบคำถามและให้การช่วยเหลือเป็นอย่างดี” มีระดับความคิดเห็นสูงสุด (\bar{x} = 4.63, S.D = 0.489) รองลงมาคือในข้อ “พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว” (\bar{x} = 4.53, S.D = 0.500) และน้อยที่สุดคือในข้อ “ร้านขายยามีขั้นตอนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน” (\bar{x} = 4.36, S.D = 0.487)

2.4 คุณภาพการบริการของร้านขายยาในจังหวัดลพบุรี ด้านการให้ความเชื่อมั่นในการบริการ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 4.53, S.D = 0.273) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ในข้อที่ว่า “พนักงานมีความรู้ ทักษะและความสามารถพร้อมสำหรับการปฏิบัติงาน” มีระดับความคิดเห็นสูงสุด (\bar{x} = 4.66, S.D = 0.474) รองลงมาคือในข้อ “พนักงานสามารถให้บริการที่ดีด้วยความคล่องแคล่ว ว่องไว” (\bar{x} = 4.58, S.D = 0.510) และน้อยที่สุดคือในข้อ “พนักงานสามารถแก้ไขปัญหาได้ตรงจุด” (\bar{x} = 4.34, S.D = 0.516)

2.5 คุณภาพการบริการของร้านขายยาในจังหวัดลพบุรี ด้านการรู้จักและเข้าใจบริการ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 4.56, S.D = 0.511) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ในข้อที่ว่า “พนักงานมีความอดทน และรับฟังปัญหาเป็นอย่างดี” มีระดับความคิดเห็นสูงสุด (\bar{x} = 4.56, S.D = 0.511) รองลงมาคือในข้อ “พนักงานมีความเต็มใจรับฟังข้อร้องเรียน” (\bar{x} = 4.53, S.D = 0.505) และน้อยที่สุดคือในข้อ “พนักงานมีความเข้าใจความต้องการของผู้ใช้บริการเป็นอย่างดี” (\bar{x} = 4.35, S.D = 0.497)

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจการเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่ใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดลพบุรี พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจการเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่ใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดลพบุรี โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 4.41, S.D = 0.261) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ในข้อที่ว่า “ร้านขายยาตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน ทำให้สะดวกในการใช้

บริการ” มีระดับความคิดเห็นสูงสุด ($\bar{x} = 4.54$, S.D = 0.509) รองลงมาคือในข้อ “ท่านมีความเชื่อมั่นใจตัวบุคลากรที่ให้บริการภายในร้านขายยา” ($\bar{x} = 4.52$, S.D = 0.500) และน้อยที่สุดคือในข้อ “เมื่อท่านรู้สึกเจ็บป่วย ท่านจะเลือกเข้าร้านขายยาเป็นอันดับแรก” ($\bar{x} = 4.27$, S.D = 0.720)

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่ใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดลพบุรี แตกต่างกัน การพิสูจน์สมมติฐานพบว่า

4.1.1 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกัน จะมีการเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่ใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดลพบุรี ไม่แตกต่างกัน

4.1.2 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่างกัน จะมีการเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่ใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดลพบุรี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี จะมีการเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่ใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดลพบุรีสูงกว่า ผู้ที่มีอายุ 41-50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ ผู้ที่มีอายุ 20-30 ปี อายุ 31-40 ปี และอายุ 41-50 ปี จะมีการเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่ใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดลพบุรีสูงกว่า ผู้ที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.1.3 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพต่างกัน จะมีการเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่ใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดลพบุรี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ผู้ที่มีสถานภาพโสด และ สมรส จะมีการเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่ใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดลพบุรีสูงกว่า ผู้ที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.1.4 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีการเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่ใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดลพบุรี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จะมีการเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่ใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดลพบุรีสูงกว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.1.5 ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์ในการทำงานต่างกัน จะมีการเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่ใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดลพบุรี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานน้อยกว่า 1 ปี, 1-5 ปี และ 6-10 ปี จะมีการเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่ใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดลพบุรีสูงกว่า ผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงาน มากกว่า 10 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2 คุณภาพและการบริการส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่ใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดลพบุรี ผลจากการวิเคราะห์การพิสูจน์สมมติฐานพบว่า โดยภาพรวม คุณภาพและการบริการส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่ใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดลพบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง (Pearson Correlation = 0.472, Sig = 0.000) เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า คุณภาพการบริการของร้านขายยาในจังหวัดลพบุรี ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจการเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่ใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดลพบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทางบวก ในระดับค่อนข้างต่ำ (Pearson Correlation = 0.354, Sig = 0.000)

คุณภาพการบริการของร้านขายยาในจังหวัดลพบุรี ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจการเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่ใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดลพบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทางบวก ในระดับค่อนข้างต่ำ (Pearson Correlation = 0.296, Sig = 0.000)

คุณภาพการบริการของร้านขายยาในจังหวัดลพบุรี ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจการเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่ใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดลพบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทางบวก ในระดับค่อนข้างต่ำ (Pearson Correlation = 0.260, Sig = 0.000)

คุณภาพการบริการของร้านขายยาในจังหวัดลพบุรี ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจการเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่ใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดลพบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทางบวก ในระดับค่อนข้างต่ำ (Pearson Correlation = 0.321, Sig = 0.000)

คุณภาพการบริการของร้านขายยาในจังหวัดลพบุรี ด้านการรู้จักและเข้าใจต่อลูกค้า มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจการเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่ใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดลพบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทางบวก ในระดับค่อนข้างต่ำ (Pearson Correlation = 0.364, Sig = 0.000)

อภิปรายผลการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน ส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่ใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดลพบุรี แตกต่างกัน การพิสูจน์สมมติฐานพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงานต่างกัน จะมีการเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่ใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดลพบุรี แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกัน จะมีการเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่ใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดลพบุรี ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรพร ลอยฟ้า (2565) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบันของผู้บริโภค จังหวัดฉะเชิงเทรา ผลการศึกษาพบว่า ได้แก่ อายุ อาชีพ และ ระดับการศึกษา มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการ ร้านขายยาแผนปัจจุบันของผู้บริโภคที่

แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อารียา มั่นอ่วม และ ชิต ตะวัน ชนะกุล (2565) ได้ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มี อายุ ระดับการศึกษา และระดับการศึกษา ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. คุณภาพและการบริการส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่ใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดลพบุรี ผลจากการวิเคราะห์การพิสูจน์สมมติฐานพบว่า โดยภาพรวม คุณภาพและการบริการส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่ใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดลพบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน ในระดับปานกลาง เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า คุณภาพการบริการของร้านขายยาในจังหวัดลพบุรี ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจต่อลูกค้า มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจการเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่ใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดลพบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อารยา ลิ้มทวีสมเกียรติ (2563) ได้ทำการศึกษาคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Nail Spa ของผู้บริโภค Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการให้บริการ ด้านการเอาใจใส่ของพนักงาน ด้านความไว้วางใจ ด้านการตอบสนองของพนักงาน และด้านคุณภาพสิ่งที่จับต้องได้ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉันทธร ดิณภพ (2565) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพการให้บริการกับการตัดสินใจใช้บริการขนส่งเอกชนของผู้ขายสินค้าออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ด้านรูปธรรม ความไว้วางใจ และ การประกันคุณภาพ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งเอกชนของผู้ขายสินค้าออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ .05 และปัจจัยคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย ด้านการตอบสนองและความเข้าใจลูกค้า มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการขนส่งเอกชนในด้านการรับรู้ถึงความต้องการ การประเมินทางเลือก การตัดสินใจใช้บริการและความรู้สึกภายหลังการซื้อของผู้ขายสินค้าออนไลน์ในกรุงเทพมหานคร อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ .05

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

1) เกสซ์กรควรมีทักษะ ความรู้ความสามารถในเรื่องของยาและโรค และสามารถให้คำแนะนำเรื่องยา วิธีรักษาสุขภาพ วิธีการปฏิบัติตัวหลังได้รับการรักษาให้กับผู้ใช้บริการได้อย่างชัดเจน ถูกต้อง และเกสซ์กร สามารถตอบข้อซักถามของผู้ใช้บริการได้อย่างครบถ้วน ชัดเจน ดังนั้นทางเกสซ์กร ควรมีความรู้ และให้ข้อแนะนำแก่ผู้ใช้บริการได้

2) ผู้ประกอบการร้านขายยาแผนปัจจุบันควรให้ความสำคัญและใช้กลยุทธ์การตลาดเกี่ยวกับปัจจัยเหล่านี้ ซึ่งมีผลพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภค เนื่องจากปัจจัยเหล่านี้มีโอกาทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจใช้บริการที่มากขึ้นหรือน้อยลงได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1) งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยคุณภาพการบริการ 5 ด้านที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของผู้ที่ใช้บริการร้านขายยาในจังหวัดลพบุรี เท่านั้น ดังนั้น ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบกับร้านขายยาในเขตชุมชนอื่นๆ หรือทำการศึกษาเกี่ยวกับองค์กรที่ดำเนินงานเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

2) งานวิจัยนี้ เป็นการศึกษาวิจัยเพียงช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งดังนั้นควรทำการวิจัยอย่างต่อเนื่อง และอาจจะมีการนำปัจจัยอื่นมาศึกษาเพิ่มเติม เพราะร้านขายยาในปัจจุบัน มีจำนวนเพิ่มขึ้น และบางร้านมีการปรับปรุงคุณภาพการบริการอยู่ตลอดเวลาเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้มาใช้บริการที่เปลี่ยนแปลงไป

บรรณานุกรม

กรมอนามัย. (2566). **กองการเจ้าหน้าที่**. สืบค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2566, จาก

<https://person.anamai.moph.go.th/th>

กฤตานนท์ แก้วกล้า. (2564). **ทำไมต้องมีการค้าระหว่างประเทศ**. สืบค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2566,

จาก <https://www.econdata.nu.ac.th/?p=7153>

ธธีร์ธร ธีร์ขวัญโรจน์ และสุพจน์ กฤษณาธาร. (2563). **การตลาดบริการ**. (พิมพ์ครั้งที่ 12).

กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด(มหาชน).

พัชรพร ลอยฟ้า. (2563). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบันของผู้บริโภค**

จังหวัด ฉะเชิงเทรา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

อารยา ลิ้มทวีสมเกียรติ. (2563). **คุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Nail**

Spa ของผู้บริโภค Gen Y ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อารียา มั่นอ่วม และ ชิตตะวัน ชนะกุล (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชัยนาท. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Taro Yamane. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. 3rd ed. New York: Harper and Row Publications.