



**ปัจจัยคุณภาพการบริการมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา  
ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง**

**An Influence of Service Quality on Decision Making Process of Selecting  
Drugstore in Mueang Trang, Trang Province**

**ศุกัญญา สรสงวนสกุล**

**Sukanya Sornsanguansakul**

**สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์**

**A Minor Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Business Administration**

**Prince of Songkla University**

**2559**



ชื่อสารนิพนธ์ บัณฑิตศึกษาคุณภาพการบริการมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา  
ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง  
ผู้เขียน นางสาวสุกัญญา ศรีสงวนสกุล  
สาขาวิชา บริหารธุรกิจ  
ปีการศึกษา 2558

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบัณฑิตศึกษาคุณภาพการบริการร้านขายยา กับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง และศึกษาบัณฑิตศึกษาคุณภาพการบริการ มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ประชากรในการศึกษาคั้งนี้ เป็นผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 398 คน และใช้วิธีในการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย มีค่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.929 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและสถิติที่ใช้วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ คือการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และบัณฑิตศึกษาคุณภาพการบริการมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา พบเพียงด้านเดียวที่มีผลต่อการตัดสินใจ คือ ด้านการตอบสนองความต้องการ (Beta = 0.381) ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถอธิบายความผันแปรของกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังได้ 22.20% ( $R^2= 0.222$ )

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย ในด้านที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง คือด้านการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ดังนั้น ทางเภสัชกรควรมีใบประกอบวิชาชีพ และควรอยู่ทำการประจำการร้านตลอดเวลา เพื่อคอยให้คำแนะนำผู้ใช้บริการ และมีความพร้อมที่จะให้บริการอยู่ตลอดเวลา ให้บริการอย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัยครั้งนี้ สามารถนำข้อมูล เป็นแนวทางสำหรับผู้สนใจเปิดร้านขายยา อีกทั้งผู้ประกอบการได้นำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาร้านขายยา และคุณภาพการบริการให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ

**Minor Thesis Title** An Influence of Service Quality on Decision Making Process of  
Selecting Drugstore in Mueang Trang, Trang Province

**Author** Miss.Sukanya Sornsanguansakul

**Major Program** Business Administration

**Academic Year** 2015

## ABSTRACT

The purpose of this research is to study a relationship between the quality of drugstore services and the process of decision making in usage of drugstore in mueang trang, Trang province. Moreover we study the influence of service which has power in selecting the drugstore in mueang trang, Trang province. The population of this study was Trangpeople, Trang province. The sample size was 398 people. Simple random Simple method was used in collecting data. The data was collected from various sources in mueang trand, Trang Province. The reliability of the questionnaire was 0.929 by using frequency, percentage, standard deviation, coefficient of correlation as well as multiple regression as the statistic analyzing tools.

From the study, the quality of service is related to the decision making in using Drugstore in mueang trang, Trang Province. In addition, the respondents focus on 5 factors of service quality which has a power in choosing Drugstore in mueang trang, Trang Province, with the statistical significant level of 0.05. The responsiveness is the only factor that affects the quality of service in selecting Drugstore (Beta = 0.381) with the statistical significant level of 0.05. The variability of the process to selecting drugstore in mueang trang, Trang Province was 22.20% ( $R^2= 0.222$ )

The suggestion of this research in term of effect on the decision making in usage of drugstore in mueang trang, Trang province was responsiveness. Professional license is essential for the pharmacist in order to advise clients, provide prompt service and easy access. The benefits of this research are a guide for the development and service quality with the behavior.

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการร้านขายยา มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง สำเร็จลุล่วงไปด้วยความกรุณาจากบุคคลเหล่านี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ดร.สุมนา ลาภาโรจน์กิจ ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ผศ.ยุพาวดี สมบูรณ์กุล , ดร.สุนันทา เหมทานนท์, รองศาสตราจารย์ ดร.ศศิวิมล สุขบท และ ดร.ณัฐธิดา สุวรรณโณ คณะกรรมการร่วมสอบสารนิพนธ์ ที่ได้สละเวลา ความรู้ คำแนะนำ คำปรึกษา ตรวจสอบ แก้ไขข้อบกพร่อง รวมทั้งข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยครั้งนี้ ให้มีความสมบูรณ์

ผู้วิจัยขอขอบคุณคณาจารย์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่านที่กรุณาให้ความรู้ความเข้าใจได้เป็นอย่างดีตลอดระยะเวลาที่ศึกษา และเพื่อนๆ คณะบริหารธุรกิจและเพื่อนร่วมงานของผู้วิจัยที่มีน้ำใจ คอยช่วยเหลือ ชี้แนะ ให้คำปรึกษา ให้กำลังใจในการศึกษาและการทำงานวิจัยมาโดยตลอดจนจบการศึกษาของผู้วิจัย

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา และครอบครัวที่เป็นกำลังใจ และให้การสนับสนุนในการศึกษาของผู้วิจัยตลอดมา และเป็นแรงผลักดันที่สำคัญที่ทำให้ผู้วิจัยมาถึงในจุดนี้

สุกัญญา ศรสงวนสกุล

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	[3]
Abstract	[4]
กิตติกรรมประกาศ	[5]
สารบัญ	[6]
สารบัญตาราง	[8]
สารบัญรูปภาพ	[12]
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความเป็นมาของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	3
1.3 สมมติฐานการวิจัย	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.5 ขอบเขตของการวิจัย	5
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ	7
2.2 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ	13
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	18
2.4 กรอบแนวคิดงานวิจัย	22
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	27
3.1 แหล่งที่มาของข้อมูล	27
3.2 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง วิธีการสุ่มตัวอย่าง	28
3.3 เครื่องมือในการวิจัย	29
3.4 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ	37
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	37
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์	38

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูล	42
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	42
4.2 การวิเคราะห์ปัจจัยคุณภาพการบริการที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังของผู้ตอบแบบสอบถาม	45
4.3 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ของผู้ตอบแบบสอบถาม	51
4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน	56
บทที่ 5 สรุปผล และอภิปรายผล	67
5.1 สรุปผลการวิจัย	67
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	74
5.3 ข้อเสนอแนะ	80
บรรณานุกรม	83
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	88
ประวัติผู้เขียน	97

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า	
2-1	เกณฑ์ในการประเมินคุณภาพการบริการ 10 ด้าน	10
2-2	ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทั้ง 5 ด้าน ของ SERVQUAL และองค์ประกอบทั้ง 10 ด้าน ของคุณภาพการบริการ	11
2-3	เกณฑ์ในการประเมินคุณภาพบริการ 5 ด้าน	12
3-1	การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการบริการ ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา	32
3-2	การวิเคราะห์ข้อมูลกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา	34
4-1	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถาม	42
4-2	แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับ ความคิดเห็นของการเลือกปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของการบริการ ร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังของผู้ตอบแบบสอบถาม	45
4-3	แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับ ความคิดเห็นของการเลือกปัจจัยด้านการให้ความมั่นใจของการบริการ ร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังของผู้ตอบแบบสอบถาม	47
4-4	แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับ ความคิดเห็นของการเลือกปัจจัยด้านบริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรม ของการบริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังของ ผู้ตอบแบบสอบถาม	48
4-5	แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับ ความคิดเห็นของการเลือกปัจจัยด้านความใส่ใจของการบริการ ร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังของผู้ตอบแบบสอบถาม	49
4-6	แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับ ความคิดเห็นของการเลือกปัจจัยด้านการตอบสนองความต้องการ ของการบริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ของผู้ตอบแบบสอบถาม	50



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-7	51
แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับ ความคิดเห็นของการเลือกกระบวนการตัดสินใจกระบวนการ ตระหนักถึงปัญหาของการบริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังของผู้ตอบแบบสอบถาม	
4.8	52
แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับ ความคิดเห็นของการเลือกกระบวนการตัดสินใจ กระบวนการค้นหา ข้อมูลของการบริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ของผู้ตอบแบบสอบถาม	
4-9	53
แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับ ความคิดเห็นของการเลือกกระบวนการตัดสินใจกระบวนการ การประเมินการเลือกของการบริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังของผู้ตอบแบบสอบถาม	
4-10	54
แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับ ความคิดเห็นของการเลือกกระบวนการตัดสินใจ กระบวน การตัดสินใจเลือกใช้บริการของการบริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรังจังหวัดตรังของผู้ตอบแบบสอบถาม	
4-11	55
แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นของการเลือกกระบวนการตัดสินใจ กระบวนการพฤติกรรมหลังการใช้บริการของการบริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังของผู้ตอบแบบสอบถาม	
4-12	56
ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยคุณภาพการบริการ กับกระบวนการ ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง โดยแยกรายด้านของปัจจัยคุณภาพการบริการ	
4-13	57
ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยคุณภาพการบริการรวม 5 ด้าน กับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขต อำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง	

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-14	58
ความสัมพัทธ์ระหว่าง ปัจจัยคุณภาพการบริการ กับการตัดสินใจ เลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง โดยแยกรายด้านคุณภาพการบริการ ตามกระบวนการตัดสินใจ เลือกใช้บริการทั้ง 5 กระบวนการ	
4-15	60
ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ระหว่างปัจจัยคุณภาพการบริการกับกระบวนการตัดสินใจเลือก ใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง โดยแยกรายด้านของปัจจัยคุณภาพการบริการ	
4-16	61
ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ระหว่างปัจจัยคุณภาพการบริการกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ ในกระบวนการตระหนักถึงปัญหา	
4-17	62
ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ระหว่างปัจจัยคุณภาพการบริการกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ ในกระบวนการค้นหาแหล่งข้อมูลข่าวสาร	
4-18	63
ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ระหว่างปัจจัยคุณภาพการบริการกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ ในกระบวนการประเมินการเลือก	
4-19	64
ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ระหว่างปัจจัยคุณภาพการบริการกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ ในกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ	
4-20	65
ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ระหว่างปัจจัยคุณภาพการบริการกับกระบวนการตัดสินใจซื้อ ในกระบวนการพฤติกรรมหลังการใช้บริการ	
5-1	68
ปัจจัยคุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจ เลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง	
5-2	69
ความคิดเห็นของกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง	

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
5-3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพการบริการกับกระบวนการ ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง	70
5-4 ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพการบริการกับการ ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง	71
5-5 ปัจจัยคุณภาพการบริการ ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ ร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง	72
5-6 ปัจจัยคุณภาพการบริการ ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือก ใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง	73
5-7 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้	81

## สารบัญรูปภาพ

ภาพที่	หน้า	
1-1	กราฟแสดงสัดส่วนจำนวนร้านขายยาแต่ละประเภท	1
1-2	กราฟแสดงสัดส่วนค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับเวชภัณฑ์และ ค่ารักษาพยาบาลเฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน	2
2-1	โมเดล 5 ขั้นตอนในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ใช้บริการ	14
2-2	ขั้นตอนต่างๆ ระหว่างการประเมินทางเลือกและการตัดสินใจ	16
2-3	กรอบแนวคิดในการวิจัย ปัจจัยคุณภาพการบริการ มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง	26

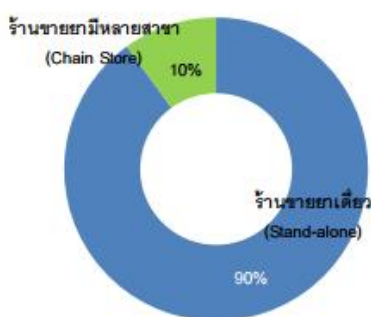
# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ร้านขายยาเป็นร้านที่ให้บริการในเรื่องของสุขภาพ และเป็นร้านที่อยู่ใกล้ชิดเป็นที่พึ่งให้กับผู้ใช้บริการ และเป็นทางเลือกที่ผู้ใช้บริการสามารถเลือกใช้บริการได้เมื่อมีอาการเจ็บป่วยเบื้องต้นไม่ถึงต้องเข้าโรงพยาบาล เช่น ไข้หวัด ท้องเสีย ปวดศีรษะ ท้องผูก ฯลฯ และส่วนมากร้านขายยาจะเปิดให้บริการตลอดทั้งวัน ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงได้ง่ายสามารถซื้อยามาทานรักษาตนเองและคนรอบข้างได้ ทำให้ธุรกิจร้านขายยาเป็นธุรกิจที่มีการปรับตัวและขยายตัวขึ้น โดยในปี 2557 มีจำนวนร้านขายยาแผนปัจจุบันที่มีการขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจเกี่ยวกับยาทั่วทุกพื้นที่กับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) จำนวนทั้งสิ้น 15,359 ร้าน ซึ่งมีจำนวนเพิ่มขึ้นร้อยละ 27 เมื่อมีการเทียบกับปี 2556 ที่มีจำนวนร้านขายยาประมาณ 12,123 ร้าน ในจำนวนร้านขายยาแผนปัจจุบันทั้งหมด และร้านขายยาแบบเชนสโตร์(Chain Store) ประมาณร้อยละ 10 ของจำนวนร้านขายยาแผนปัจจุบัน และอีกร้อยละ 90 เป็นร้านขายยาเดี่ยว (Stand-alone) คือ ร้านขายยาของผู้ประกอบการที่เรียนจบทางด้านเภสัชศาสตร์มาเปิดธุรกิจเอง (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2558)

สัดส่วนจำนวนร้านขายยาแต่ละประเภท

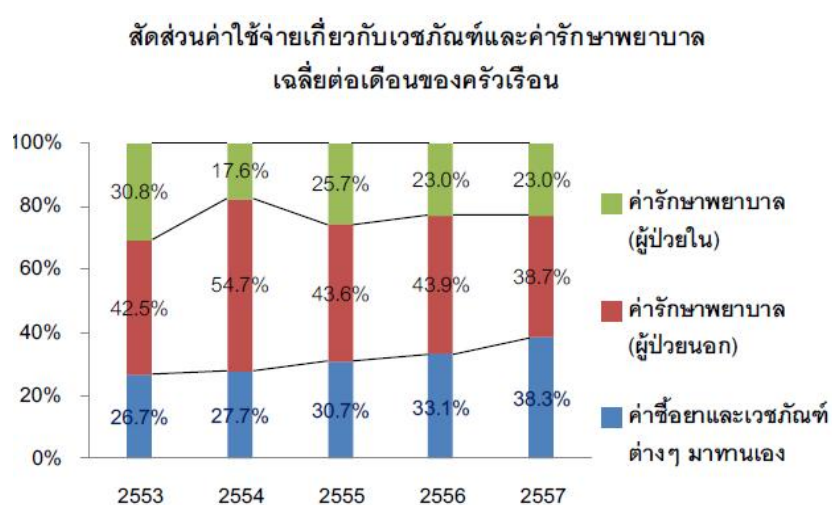


ภาพที่ 1-1 กราฟแสดงสัดส่วนจำนวนร้านขายยาแต่ละประเภท

ที่มา : ศูนย์วิจัยกสิกร (2558) [www.kasikornbank.com/](http://www.kasikornbank.com/)

ความต้องการบริโภคยาของผู้ใช้บริการมีความต้องการเพิ่มขึ้นสอดคล้องกับพฤติกรรมดูแลเอาใจใส่ของผู้ใช้บริการมากขึ้นคนไข้ที่ใช้สิทธิประกันสังคม บัตรประกันสุขภาพถ้วนหน้า (บัตรทอง)

หันมาใช้บริการซื้อยาจากร้านขายยามารับประทานเอง เมื่อมีอาการป่วยเบื้องต้น ไม่รุนแรง ในกรณีของผู้ใช้บริการที่ใช้สิทธิประกันสังคม หรือบัตรทองอาจจะต้องเสียเวลาและเสียค่าใช้จ่าย ในการเดินทาง ใช้เวลาในการรอพบแพทย์ที่โรงพยาบาล ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความไม่สะดวก ก็มีการหันมาใช้บริการซื้อยาจากร้านขายยาแทนการเข้าไปพบแพทย์ที่โรงพยาบาล ซึ่งสัดส่วน ค่าใช้จ่ายในการซื้อยาและเวชภัณฑ์ต่างๆของครัวเรือนมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น แสดงให้เห็นว่า เมื่อผู้ใช้บริการมีอาการเจ็บป่วยขั้นต้นไม่มีอาการร้ายแรง ผู้ใช้บริการสามารถดูแลตนเองได้ ผู้ใช้บริการเลือกที่จะหาซื้อยามารับประทานเองแทนการไปพบแพทย์ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2558)



ภาพที่ 1-2 กราฟแสดงสัดส่วนค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับเวชภัณฑ์และค่ารักษาพยาบาล  
เฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน

ที่มา: ศูนย์วิจัยกสิกร (2558) [www.kasikornbank.com/](http://www.kasikornbank.com/)

ร้านขายยาในจังหวัดตรังมีอัตราการเติบโตขึ้นจากปี 2554 มีจำนวนร้านขายยาใน จังหวัดตรัง จำนวน 134 ร้าน ในส่วนของอำเภอเมืองตรังมีจำนวน 70 ร้าน (ข้อมูลทรัพยากร สาธารณสุข-สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดตรัง, 2554) และในปี 2557 มีจำนวนร้านขายยาในจังหวัด ตรัง จำนวน 159 ร้าน ในส่วนของอำเภอเมืองตรัง มีจำนวน 78 ร้าน (ข้อมูลทรัพยากรสาธารณสุข- สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดตรัง, 2557) อีกทั้งการที่เกษตรกรหันมาเปิดร้านขายยามากขึ้น ทำให้ ธุรกิจร้านขายยามีการแข่งขันเพิ่มขึ้น ดังนั้นการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันจึงต้องมีการปรับตัวให้ ทันสมัย ตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้บริการให้ได้ เพื่อที่จะสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ และ สามารถดำเนินธุรกิจให้อยู่ได้ในระยะยาวจึงต้องมีการพัฒนาร้านขายยาให้มีคุณภาพตามมาตรฐาน ซึ่งทางสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาและทางสภาเภสัชกรรมได้มีการร่วมมือกัน ในการพัฒนาคุณภาพร้านขายยาทั่วประเทศให้มีคุณภาพภายใต้มาตรฐาน จีพีพี (Good Pharmacy Practice

:GPP) หรือ หลักวิธีปฏิบัติที่ดีทางเกษตรกรรม เพื่อความปลอดภัยของผู้ใช้บริการที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้ยาและมีการใช้ยาอย่างสมเหตุสมผล การรับรองคุณภาพร้านขายยาทางร้านขายยาต้องมีเพื่อลดความผิดพลาดที่อาจเกิดกับผู้ใช้บริการได้ ซึ่งการควบคุมร้านขายยาทางร้านขายยาต้องมีเภสัชกรอยู่ประจำร้านตลอดเวลา การควบคุมคุณภาพสถานที่ ยา และการบริการทางเกษตรกรรม รวมทั้งมีการส่งเสริมให้ร้านขายยาเข้ารับการรับรองคุณภาพ โดยมีเกณฑ์มาตรฐานร้านขายยาคุณภาพเพื่อให้ทางร้านเกิดการปรับปรุงและมีการพัฒนาคุณภาพการให้บริการเพื่อประโยชน์ของผู้ใช้บริการ (ภก.ทรงศักดิ์ วิมลกิตติพงษ์, สำนักงานโครงการพัฒนาร้านยา กอควบคุมยา)

จากเหตุผลข้างต้น ทำให้ธุรกิจร้านขายยามีการแข่งขันกันสูงโดยต่างมุ่งเน้นด้านคุณภาพการบริการ การให้บริการที่ดีแก่ผู้ใช้บริการ ส่งมอบสิ่งดีๆบริการที่ดี มีความประทับใจให้แก่ผู้ใช้บริการ เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีส่งมอบบริการที่ดีให้ผู้ใช้บริการได้รับความพึงพอใจ และเป็นการกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการเกิดการกลับมาใช้บริการใหม่อีกครั้งหรือใช้บริการอย่างต่อเนื่อง เป็นการสร้างให้ผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับทางร้านในระยะยาว และก่อให้เกิดความจงรักภักดีกับทางร้านตลอดไป

จากข้อความข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง เพื่อนำผลจากการศึกษามาเป็นแนวทางให้ร้านขายยาต่างๆ และสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการบริการ เพื่อดึงดูดผู้ใช้บริการเข้ามาใช้บริการและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้บริการได้ ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพการบริการ กับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง
2. เพื่อศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการ ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

### สมมติฐานในการวิจัย

**สมมติฐานที่ 1** ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพการบริการกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

1.1 ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

1.2 ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

1.3 ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

1.4 ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการดูแลเอาใจใส่ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

1.5 ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองความต้องการ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

**สมมติฐานที่ 2** ปัจจัยคุณภาพการบริการ ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

2.1 ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

2.2 ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจ ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

2.3 ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

2.4 ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการดูแลเอาใจใส่ ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

2.5 ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองความต้องการ ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

### **ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

สามารถนำข้อมูลจากการวิจัย เป็นแนวทางสำหรับผู้ที่สนใจเปิดร้านขายยา และผู้ประกอบการ ได้นำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาร้านขายยา และคุณภาพการบริการให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้บริการ เพื่อดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถเพิ่มรายได้ให้กับธุรกิจและสามารถสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันกับคู่แข่ง



### ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถาม และได้กำหนดขอบเขตของงานวิจัย คือ

1. ประชากรที่ใช้ศึกษา เป็นประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ที่เข้ามาใช้บริการร้านขายยา

2. ตัวอย่างที่เลือกใช้ศึกษา โดยเลือกวิธีการแบบสุ่ม

3. ตัวแปรที่เกี่ยวข้อง

ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยคุณภาพการบริการ

ตัวแปรตาม คือ กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

4. พื้นที่ที่ศึกษาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ ร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

5.ระยะเวลาในการทำงานวิจัย สิงหาคม 2558 – กรกฎาคม 2559

### นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ร้านขายยา หมายถึง สถานที่จำหน่ายยาแผนปัจจุบันเฉพาะยาบรรจุเสร็จ มีการควบคุมการขายโดยเภสัชกร ซึ่งต้องอยู่ประจำร้านตลอดระยะเวลาที่เปิดทำการ ในอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

2. กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ หมายถึง กระบวนการการตัดสินใจเลือกใช้บริการทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดในการตัดสินใจของผู้ใช้บริการในร้านขายยา โดยใช้หลักการและเหตุผลในการตัดสินใจ

3. ผู้ใช้บริการ หมายถึง ผู้ใช้บริการหรือผู้ที่ได้รับบริการจากร้านขายยาในอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

4. การบริการ หมายถึง การปฏิบัติจากผู้ให้บริการเพื่อเสนอให้อีกฝ่ายหนึ่งได้รับบริการจากร้านขายยา

5. คุณภาพการบริการ หมายถึง ความสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ ระดับความสามารถของบริการในการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ หรือระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการหลังจากได้รับบริการ

5.1. ความน่าเชื่อถือ หมายถึง ผู้ให้บริการสามารถบริการให้ผู้ใช้บริการรู้สึกไว้วางใจได้ ซึ่งเกิดจากการบริการที่มีความถูกต้อง แม่นยำ และตรงต่อเวลา

5.2. การให้ความมั่นใจ หมายถึง เป็นการรับประกันว่าผู้ให้บริการมีทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการ จริยธรรมในการให้บริการ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจต่อผู้ให้บริการและสถานที่บริการ

5.3. ความเป็นรูปธรรมของบริการ หมายถึง เป็นสิ่งที่จับต้องได้ มีความพร้อมของเครื่องมือ และองค์ประกอบต่างๆภายในร้านขายยา รวมทั้งสภาพแวดล้อม การจัดสถานที่ และเครื่องแบบที่สวมใส่

5.4. การดูแลเอาใจใส่ หมายถึง การเอาใจใส่ต่อผู้ใช้บริการแต่ละคนเป็นอย่างดี ผู้ให้บริการสามารถจดจำชื่อผู้ใช้บริการได้ มีความเข้าใจและความต้องการของผู้ใช้บริการ และสามารถให้บริการและแก้ปัญหาแก่ผู้ใช้บริการเฉพาะรายได้

5.5. การตอบสนองความต้องการ หมายถึง ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ทันท่วงที มีความพร้อมที่จะให้บริการได้รวดเร็ว และผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงบริการได้ง่าย

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง วิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นพื้นฐาน แนวทางในการวิจัย และกรอบแนวคิดในการวิจัยประกอบไปด้วยสาระสำคัญดังนี้

- 2.1. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
- 2.2. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ
- 2.3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.4. กรอบแนวคิดงานวิจัย

#### 2.1 แนวความคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ (Service Quality)

คุณภาพการบริการ วีรพงษ์ เถลิงจิระรัตน์ (อ้างถึงในสุธิสา ภาษาประเทศ, 2554) มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจหลังจากได้รับบริการไปแล้ว

คุณภาพการบริการ ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น (อ้างถึงใน ชลธิณี อยู่คง, 2555) กล่าวว่า เป็นการส่งมอบการบริการที่ดีมีความเหมาะสมทั้งเวลา สถานที่ รูปแบบ ลักษณะทางจิตวิทยา เพื่อตอบสนองความต้องการ ความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพอใจสูงสุดจากการใช้บริการ และหันกลับมาใช้บริการ เกิดการบอกต่อในทางที่ดี

คุณภาพการบริการ ปัทมิกา วนากลม (อ้างถึงใน จิตติมา ชีรพันธุ์เสถียร, 2549) ให้ความหมายว่า มีความสอดคล้องกับสิ่งที่ผู้ใช้บริการได้คาดหวังกับบริการนั้นเอาไว้ และมีการรับรู้ในบริการนั้น หากบริการที่ผู้ใช้บริการได้รับจริงเท่ากับหรือมากกว่าที่ผู้ใช้บริการได้คาดหวังไว้ จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้อีก และผู้ใช้บริการจะเกิดการบอกต่อของบริการกับผู้อื่นต่อไป

นัตยาพร เสมอใจ (อ้างถึงใน ชลธิณี อยู่คง, 2555) ได้ให้ความหมายคุณภาพการบริการว่าเป็นความคาดหวังขั้นพื้นฐานของผู้ใช้บริการ ซึ่งบริการเป็นบริการที่ต้องตอบสนองผู้ใช้บริการให้ได้ ตามมาตรฐานที่ผู้ใช้บริการได้วัดไว้จากสิ่งที่มองเห็นได้ในการบริการ ซึ่งอาจมาจากความน่าเชื่อถือจากการตอบสนองเมื่อไปใช้บริการ และการดูแลเอาใจใส่ ซึ่งผู้ใช้บริการจะมีความคาดหวังว่าบริการ

ที่ได้รับต้องได้รับตามที่คาดหวัง คิดเอาไว้ หากบริการที่ได้รับต่ำกว่าเกณฑ์ที่คาดหวัง ผู้ใช้บริการก็จะหันไปใช้บริการของกลุ่มคู่แข่งเพื่อตอบสนองโจทย์ของผู้ใช้บริการ

ประภาวดี สืบสนธิ์ (อ้างถึงใน สุชาฉินิ พยุงกร, 2554) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการว่า เป็นความแตกต่างระหว่างความคาดหวัง และการรับรู้ถึงบริการที่จะได้รับ โดยความคาดหวังของผู้ใช้บริการจะคิดไว้แล้วอยู่ในใจก่อนจะรับบริการ ซึ่งส่วนของการรับรู้การให้บริการจะเกิดขึ้นได้รับบริการแล้ว ซึ่งจะเป็นความรู้สึกของแต่ละคนไม่เหมือนกัน

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (อ้างถึงใน พชร ชอนกลิ่น, 2555) ได้ให้ความหมายของคุณภาพการบริการเป็นบริการที่ดี เมื่อผู้ใช้บริการได้รับบริการ หากเกิดตรงกับสิ่งที่ผู้ใช้บริการคาดหวังไว้หรือเกินความคาดหวัง ก็จะเกิดความพึงพอใจ อาจเกิดการกลับมาใช้ซ้ำ และเกิดความจงรักภักดี ซึ่งบริการที่ตรงกับความต้องการ คือบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้และอาจเกินความคาดหวังที่หวังไว้ ทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกประทับใจ คุ่มค่า คุ่มราคาต่อการตัดสินใจ การวัดคุณภาพการบริการก่อนที่ผู้ใช้บริการจะใช้บริการ ก็จะมี ความคาดหวังไว้ก่อนแล้วซึ่งแต่ละคนก็จะมีเกณฑ์ที่คาดหวังไม่เหมือนกันเมื่อได้ใช้บริการผู้ใช้บริการจะได้รับบริการจากประสบการณ์จริง และก็จะเกิดการเปรียบเทียบสิ่งที่คาดหวังไว้ล่วงหน้ากับสิ่งที่ได้รับจริง โดยการให้บริการที่มีคุณภาพมี 2 กรณี คือ ความคาดหวังไม่แตกต่างจากประสบการณ์จริง ผู้ใช้บริการรู้สึกว่าบริการนั้นผ่านเกณฑ์ที่ตนตั้งไว้ และประสบการณ์จริงเหนือความคาดหวัง ถือเป็น การให้บริการที่มีคุณภาพ ซึ่งทั้งสองกรณีนี้ถือเป็นการบริการที่ดีและมีคุณภาพ แต่ในปัจจุบันมีการแข่งขันกันสูงทำให้ผู้ใช้บริการยอมเลือกบริการที่ดี ยิ่งบริการดีมีโอกาสดีทำให้เกิดความจงรักภักดีต่อผู้ใช้บริการมากขึ้น

จากความหมายข้างต้น สรุปคุณภาพการบริการได้ว่า การบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ตรงตามเป้าหมายที่ผู้ใช้บริการได้คาดหวังไว้ โดยก่อนการให้บริการร้านขายยาผู้ใช้บริการจะมีความคาดหวังที่จะได้รับบริการที่แตกต่างกันไป ซึ่งหากพนักงานสามารถให้บริการกับผู้ใช้บริการได้ตรงกับความคาดหวังหรือมากกว่าเมื่อผู้ใช้บริการคาดหวังไว้ นั่นก็จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ และจะกลับมาใช้บริการร้านขายยาอีกในครั้งต่อไป เมื่อผู้ใช้บริการต้องการใช้บริการ แต่ถ้าหากพนักงานให้บริการต่ำกว่าที่ผู้ใช้บริการคาดหวังไว้ก็จะทำให้ผู้ใช้บริการหันไปใช้บริการร้านขายยาคู่แข่งอื่นในครั้งต่อไป

### การประเมินคุณภาพการบริการ

การประเมินคุณภาพการบริการ Parasuraman et al. (อ้างถึงใน ชลธิชา ชุ่มชื่น, 2553) จะประเมินจากมุมมองของผู้ใช้บริการ ทำให้ผู้ใช้บริการได้ทราบความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ว่ามีความแตกต่างจากการรับรู้ของตนหรือไม่ ดังนั้นผลของการประเมินคุณภาพการบริการจะทำให้ผู้ใช้ให้

บริการทราบข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในด้านการบริหารการวางแผนกลยุทธ์ ด้านการบริการ และการฝึกอบรม พัฒนาบุคลากร

Parasuraman, Zeithaml and Berry (อ้างอิงในสุธิสา ภาษาประเทศ, 2554) ได้ศึกษาพบว่า ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการที่ผู้ใช้บริการประเมินคุณภาพของการบริการที่เขาได้รับ เรียกว่า “คุณภาพของการบริการที่ผู้ใช้บริการรับรู้” (Perceived Service Quality) กับ “บริการที่รับรู้” (Perceived Service) ซึ่งก็คือ ประสบการณ์ที่เกิดขึ้นหลังจากที่เขาได้รับบริการแล้วนั่นเอง ในการประเมินคุณภาพของการบริการดังกล่าวนี้ผู้ใช้บริการมักจะพิจารณาจากเกณฑ์ที่มีความสำคัญ 10 ประการดังต่อไปนี้

ด้านแรกเป็นด้านความไว้วางใจ (Reliability) เป็นด้านที่สามารถให้บริการกับผู้ใช้บริการได้ตามที่สัญญากับผู้ใช้บริการไว้ได้อย่างถูกต้อง ด้านที่สอง ด้านบริการที่เป็นรูปธรรม (Tangibles) เป็นลักษณะทางกายภาพของร้านขายยา อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก พนักงานและวัสดุที่ใช้ในร้านขายยา ด้านที่สาม ด้านการสนองตอบผู้ใช้บริการ (Responsiveness) บริการด้วยความเต็มใจ บริการอย่างรวดเร็ว และยินดีที่จะช่วยเหลือผู้ใช้บริการ ด้านที่สี่ ด้านความน่าเชื่อถือ (Credibility) มีความซื่อสัตย์ ความน่าเชื่อถือได้ของเภสัชกร ต่อมาด้านที่ห้าเป็น ด้านความมั่นคงปลอดภัย (Security) ไม่มีอันตรายหรือความเสี่ยงและความลึกลับ ด้านที่หก ด้านความสะดวก (Access) สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก ด้านที่เจ็ด ด้านการสื่อสาร (Communication) การรับฟังผู้ใช้บริการและให้ข้อมูลที่จำเป็นแก่ผู้ใช้บริการ โดยใช้ภาษาที่ผู้ใช้บริการสามารถเข้าใจ ด้านที่แปด ด้านความเข้าใจผู้ใช้บริการ (Understanding the Customer) พยายามที่จะทำความรู้จักและเรียนรู้ความต้องการของผู้ใช้บริการ ซึ่งด้านที่เก้าเป็นด้านความสามารถ (Competence) ความรู้และทักษะที่จำเป็นของพนักงาน ในการให้บริการ และด้านสุดท้าย ด้านความสุภาพและความเป็นมิตร (Courtesy) คุณลักษณะของพนักงานที่ติดต่อกับผู้ใช้บริการในการแสดงออกถึงความสุขภาพ เป็นมิตร และให้เกียรติผู้ใช้บริการ

ตารางที่ : 2-1 เกณฑ์ในการประเมินคุณภาพการบริการ 10 ด้าน

เกณฑ์	คำจำกัดความ
1. บริการที่เป็นรูปธรรม	สภาพที่ปรากฏให้เห็น หรือที่สามารถจับต้องได้ในบริการที่เป็นรูปธรรม คือ อาคารสถานที่ เครื่องมืออุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวก การแต่งกายของผู้ให้บริการ เอกสารสิ่งพิมพ์ หรืออุปกรณ์ที่นำมาใช้ในการตรวจรักษา หรือเครื่องมือภายในร้านขายยา
2. ความไว้วางใจ	ความสามารถในการให้บริการได้ตามคำสัญญาอย่างมีคุณภาพและมีความถูกต้อง
3. การตอบสนองความต้องการ	การแสดงออกด้วยความเต็มใจ ตั้งใจที่จะช่วยเหลือ พร้อมทั้งจะให้บริการผู้ให้บริการทันทีเมื่อผู้ใช้บริการมาใช้บริการ
4. ความเชี่ยวชาญ	มีความรู้ ความสามารถ ทักษะในการปฏิบัติงานบริการ
5. ความมีอัธยาศัย	มีไมตรี สุภาพให้เกียรติผู้อื่น มีความจริงใจ มีน้ำใจ เป็นมิตรมีมนุษยสัมพันธ์
6. ความน่าเชื่อถือ	มีการสร้างความเชื่อมั่น ความไว้วางใจ ซื่อสัตย์ในการบริการ และมีการเสนอบริการสิ่งที่ดีให้แก่ผู้ใช้บริการ
7. ความปลอดภัย	การสร้างความมั่นใจทำให้เกิดความปลอดภัยจากอันตรายในการมาใช้บริการ และจากสถานการณ์ที่มีความเสี่ยงจากปัญหา
8. การเข้าถึงบริการ	การติดต่อเข้ารับบริการแบบสะดวก ไม่มีความยุ่งยาก
9. การติดต่อสื่อสาร	มีการให้ข้อมูลแก่ผู้ใช้บริการ สื่อสารได้อย่างชัดเจน ใช้ภาษาที่สามารถเข้าใจได้ง่ายแก่ผู้ใช้บริการ
10. ความเข้าใจ	มีความพยายามค้นหาและเข้าใจความต้องการของผู้ใช้บริการ

ที่มา : คัดแปลงมาจาก “Customer Assessment of Service Quality”

Parasuraman, Zeithaml and Berry, (อ้างในชลธิชา ชุ่มชื่น, 2553)

ต่อมา Parasuraman, Zeithaml and Berry (อ้างในชลธิชา ชุ่มชื่น, 2553) ได้ศึกษาต่อ มีการพบว่า มีบางปัจจัยมีการซ้ำซ้อนในบางด้าน ได้รวบรวมปัจจัยในการวัดคุณภาพการบริการเหลือเพียง 5 ด้าน โดยสรุปรวมหมวดที่ 4-7 อยู่ในหมวดเดียวกัน คือ ความน่าเชื่อถือ (Assurance) และหมวดที่ 8-10 อยู่ในหมวดเดียวกัน คือ ด้านความใส่ใจ (Empathy) ดังต่อไปนี้

ตารางที่ : 2-2 ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทั้ง 5 ด้านของ SERVQUAL และองค์ประกอบ  
ทั้ง 10 ด้านของคุณภาพการบริการ

ลำดับ	องค์ประกอบ 10 ประการ	องค์ประกอบ 5 ประการ
1	ความเป็นรูปธรรมของบริการ	1. บริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรม
2	ความน่าเชื่อถือ	2. การให้ความมั่นใจ
3	ความพร้อมในการตอบสนองต่อลูกค้า	3. การสนองตอบความต้องการ
4	ความเชี่ยวชาญ	
5	ความสุภาพ	4. ความน่าเชื่อถือ
6	ความไว้วางใจได้	
7	ความปลอดภัย	
8	การเข้าถึง	
9	การติดต่อสื่อสาร	5. ความใส่ใจ
10	ความเข้าใจในตัวลูกค้า	

ที่มา : Parasuraman, Zeithaml and Berry (อ้างใน ฌัฐพัชร ล้อประดิษฐ์พงษ์, 2549)

ด้านแรก ความไว้วางใจ หรือ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ความสามารถในการให้บริการอย่างถูกต้อง การให้บริการตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้ใช้บริการ และมีความสม่ำเสมอในการบริการ ทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกที่น่าเชื่อถือในมาตรฐานการให้บริการ สามารถให้ความไว้วางใจได้ (สุชาสินี ภาษาประเทศ, 2554)

ด้านที่สอง การให้ความมั่นใจ (Assurance) ผู้ให้บริการมีความรู้และทักษะที่จำเป็นในการบริการ มีความสุภาพและเป็นมิตรมีความซื่อสัตย์ สามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ใช้บริการได้ และมีความมั่นคงปลอดภัย (สุชาสินี ภาษาประเทศ, 2554)

ด้านที่สามคือ ด้านบริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรม (Tangibles) ลักษณะทางกายภาพของอุปกรณ์ เครื่องมือ สิ่งอำนวยความสะดวก มีสถานที่จอดรถเพียงพอ ลักษณะบุคลิกของผู้ให้บริการ และวัสดุที่ใช้ในการสื่อสารต่าง ๆ (สุชาสินี ภาษาประเทศ, 2554)

ด้านที่สี่ ด้านความใส่ใจ (Empathy) สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวกสามารถติดต่อได้ง่าย มีความสามารถในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการเข้าใจได้ มีความเห็นอกเห็นใจ และเข้าใจ

ผู้ใช้บริการ (Customer Understanding) ผู้ให้บริการต้องเข้าถึงจิตใจของผู้ใช้บริการและแสดงพฤติกรรมให้ความสนใจ ดูแลเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ (สุชาติณี ภาษาประเทศ, 2554)

ด้านที่ห้า ด้านสุดท้ายคือ การสนองตอบความต้องการ (Responsiveness) ผู้ให้บริการมีพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการทันที ให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดีเมื่อผู้ใช้บริการมีข้อสงสัยระหว่างใช้บริการหรือเรื่องที่เกี่ยวข้องกับบริการ สามารถอธิบายข้อสงสัยได้ (สุชาติณี ภาษาประเทศ, 2554)

ตารางที่ : 2-3 เกณฑ์ในการประเมินคุณภาพบริการ 5 ด้าน

เกณฑ์	คำจำกัดความ
1. ความไว้วางใจ หรือ ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	ความสามารถในการให้บริการได้ตามคำสัญญาที่ให้ไว้ อย่างมีคุณภาพและถูกต้อง มีความชำนาญ ทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกว่าน่าเชื่อถือในมาตรฐานการให้บริการ
2. การให้ความมั่นใจ (Assurance)	มีความรู้และทักษะที่จำเป็นในการบริการ มีความสุภาพ ตอบข้อสงสัยและเป็นมิตรกับผู้ใช้บริการ
3. ด้านบริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรม (Tangibles)	สภาพที่เห็นเป็นรูปธรรม จับต้องได้ เช่น สถานที่ ความสะอาดของสถานที่ เครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้เพื่ออำนวยความสะดวก เอกสารสิ่งพิมพ์หรืออุปกรณ์ที่ใช้ในการสื่อสาร
4. ด้านความใส่ใจ (Empathy)	การเต็มใจที่จะช่วยเหลือผู้ใช้บริการ แนะนำรายละเอียด มีความเสมอภาค
5. การสนองตอบความต้องการ (Responsiveness)	มีพร้อมแสดงออกด้วยความเต็มใจที่จะช่วยเหลือ และความเต็มใจที่จะให้บริการทันที และมีการบริการอย่างรวดเร็วฉับไว

ที่มา : ดัดแปลงมาจาก Parasuraman, Zeithaml and Berry (อ้างในชวลิตชา ชุ่มชื่น, 2553)

จากความหมายข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า นอกจากตัวผลิตภัณฑ์ที่ตามร้านขายยาวางจำหน่ายแล้ว การบริการในร้านขายยาก็เป็นสิ่งสำคัญอีกอย่างหนึ่งที่จะทำให้ร้านขายยาประสบความสำเร็จได้ ซึ่งพนักงานให้บริการต้องมีความรู้ความเข้าใจ รู้จักผู้ใช้บริการก่อนเพื่อที่จะทราบว่าผู้ใช้บริการมีความต้องการอะไรเพื่อให้นักงนให้บริการสามารถให้บริการตรงกับความต้องการของผู้ใช้บริการ นอกจากนี้พนักงานให้บริการก็มีส่วนสำคัญอีกอย่างหนึ่งที่จะทำให้การบริการนั้นมีคุณภาพ ซึ่งพนักงานให้บริการต้องมีความใส่ใจ ความชำนาญ มีความรู้ความสามารถในงานในตัว



ผลิตภัณฑ์ มีใจรักในงานด้านการบริการ ทำงานได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ตรงเป้าหมาย

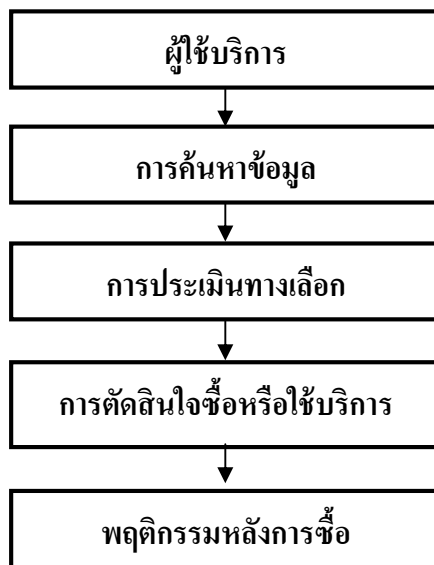
## 2.2. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

การตัดสินใจ เป็นกระบวนการคิดโดยใช้หลักการและเหตุผลในการเลือกสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกหลายๆสิ่งที่ดีที่สุด และตอบสนองความต้องการของตนเองให้มากที่สุด (ลฎาภา พูลเกษม, 2550)

กระบวนการหรือขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ เป็นขั้นตอนของการตัดสินใจซื้อของผู้ใช้บริการ ซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2552)

### ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ

ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ (ธนวรรณ แสงสุวรรณและคณะ, 2547) ผู้ใช้บริการจะผ่านกระบวนการ 5 ขั้นตอน ซึ่งกระบวนการตัดสินใจซื้อจะเกิดขึ้น โดยมีระยะเวลากว่าที่จะตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการ ซึ่งในทางปฏิบัติจริงอาจมีการข้ามบางกระบวนการไปซึ่งไม่จำเป็นต้องผ่านทั้ง 5 กระบวนการเสมอไปโดยเฉพาะในการซื้อหรือการใช้บริการที่มีความสลับซับซ้อนน้อยผู้ให้บริการอาจกระโดดข้ามกระบวนการบางกระบวนการหรือสลับกระบวนการในการตัดสินใจได้



ภาพที่ 2-1 โมเดล 5 กระบวนการ ในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ใช้บริการ  
(ธนวรรธน์ แสงสุวรรณและคณะ, 2547)

ขั้นตอนในภาพ 2-1 เป็นการแสดงถึงตัวผู้ใช้บริการที่ผ่านกระบวนการใช้บริการ 1 บริการ และผ่านกระบวนการตัดสินใจซื้อทั้ง 5 กระบวนการ แต่บางครั้งผู้ใช้บริการอาจข้ามบางกระบวนการไป เช่น แม่บ้านต้องการซื้อยาบำรุงมารับประทานเป็นประจำ แม่บ้านอาจเริ่มต้นจากความต้องการยาบำรุงและไปสู่กระบวนการตัดสินใจซื้อโดยตรง โดยการข้ามกระบวนการหาข้อมูล ข่าวสาร การประเมินทางเลือก ดังนั้นภาพ 2-1 เป็นหลักในการศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อเพราะสามารถครอบคลุมนิสัยและพิจารณาซื้อที่เกิดขึ้นเมื่อผู้ใช้บริการเผชิญหน้ากับการตัดสินใจซื้อใหม่ที่มีความซับซ้อนสูง

**ขั้นตอนที่ 1 การตระหนักถึงปัญหา (Problem Recognition)** กระบวนการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการเกิดขึ้นเมื่อผู้ใช้บริการมีการตระหนักถึงปัญหาและความต้องการโดยผู้ใช้บริการรู้สึกถึงความแตกต่างระหว่างความต้องการที่แท้จริง กับสิ่งที่ปรารถนา ซึ่งความต้องการอาจถูกกระตุ้นจากสิ่งเร้าภายในหรือภายนอกเป็นการรับรู้ความต้องการภายในซึ่งอาจเกิดเองหรือเกิดจากสิ่งกระตุ้น ดังนั้นผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องระบุสถานการณ์ที่กระตุ้นความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งขึ้นมาให้ได้และการเก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการหลายๆคนทำให้ผู้ให้บริการสามารถระบุได้ว่าสิ่งเร้าที่กระตุ้นให้เกิดความสนใจในหมวดสินค้าหนึ่งๆมากที่สุดนั้นมีอะไรบ้างซึ่งทำให้สามารถพัฒนากลยุทธ์การตลาดที่สามารถกระตุ้นความสนใจของผู้ใช้บริการมากที่สุด

**ขั้นตอนที่ 2 การค้นหาข้อมูล (Information Search)** เมื่อผู้ใช้บริการได้รับการกระตุ้นจะมีแนวโน้มที่จะค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้าและบริการนั้นๆ ซึ่งสามารถจำแนกเป็น 2 ระดับ เป็นการค้นหาข้อมูลแบบธรรมดา เรียกว่า การเพิ่มการพิจารณาให้มากขึ้น เช่น การรับข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการมากขึ้น และในระดับถัดมา ผู้ใช้บริการอาจเข้าสู่กระบวนการค้นหาข้อมูลข่าวสารอย่างกระตือรือร้น โดยการอ่านหนังสือ โทรทัศน์ตามคนรอบข้าง และการเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ

ซึ่งแหล่งข้อมูลข่าวสารที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการ

2.1 แหล่งบุคคล เช่น ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน คนรู้จัก

2.2 แหล่งการค้า (Commercial Sources) เช่น สื่อการโฆษณาพนักงานขายตัวแทนการค้าการบรรจุหีบห่อการแสดงสินค้า

2.3 แหล่งชุมชน (Public Sources) เช่น สื่อมวลชนองค์การคุ้มครองผู้ใช้บริการ และหน่วยงานของรัฐ

2.4 แหล่งทดลอง (Experimental Sources) เช่น หน่วยงานที่สำรวจคุณภาพสินค้า

จำนวนอิทธิพลของแหล่งที่มาที่มีความแตกต่างกันไป ตามประเภทของสินค้าหรือบริการและบุคลิกลักษณะเฉพาะของผู้ใช้บริการ โดยทั่วไปผู้ใช้บริการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการส่วนใหญ่จากแหล่งการค้า แต่แหล่งข้อมูลข่าวสารที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดคือ แหล่งข้อมูลบุคคล ซึ่งแหล่งข้อมูลข่าวสารแต่ละแหล่งจะมีความแตกต่างกันไป แต่แหล่งข้อมูลข่าวสารแต่ละแหล่งมีหน้าที่ คือ การให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้แก่ผู้ใช้บริการได้ศึกษา

**ขั้นตอนที่ 3 การประเมินผลทางเลือก (Evaluation of Alternative)** เมื่อได้ข้อมูลต่าง ๆ มาแล้วผู้ใช้บริการจะประมวลข้อมูลเกี่ยวกับตราสินค้า โลโก้ร้านเชิงเปรียบเทียบ และทำการตัดสินใจมูลค่าของตราสินค้านั้นๆ ในขั้นตอนสุดท้ายผู้ใช้บริการจะดึงเอาเกณฑ์การประเมินผล ความเชื่อ ทศนคติ และความสนใจที่จะซื้อซึ่งเป็นสิ่งที่ถูกปลูกฝังอยู่ในจิตใจอยู่ก่อนแล้วมาใช้ในการตัดสินใจ

3.1 เกณฑ์ประเมินผล (Alternative Criteria) ซึ่งแต่ละบุคคลจะมีมาตรฐานและข้อจำกัดในการประเมินสินค้าหรือบริการต่างๆที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งในการประเมินผลทางเลือกว่าจะซื้อสินค้าหรือบริการแบบไหนผู้ใช้บริการจะประเมินผลโดยอาศัยความสนใจในลักษณะสินค้าเนื่องจากสินค้านั้นๆจะมีคุณสมบัติหลายอย่างแต่ผู้ใช้บริการจะพิจารณาเฉพาะคุณสมบัติที่ตนสนใจหรืออาจจะประเมินจากผลประโยชน์ที่จะได้รับจากสินค้านั้น และจะมีการเปรียบเทียบสินค้าแต่ละประเภทว่าแบบไหนดีกว่ากันหรือให้ประโยชน์มากกว่ากันแต่ผู้ใช้บริการก็ไม่ได้ใช้

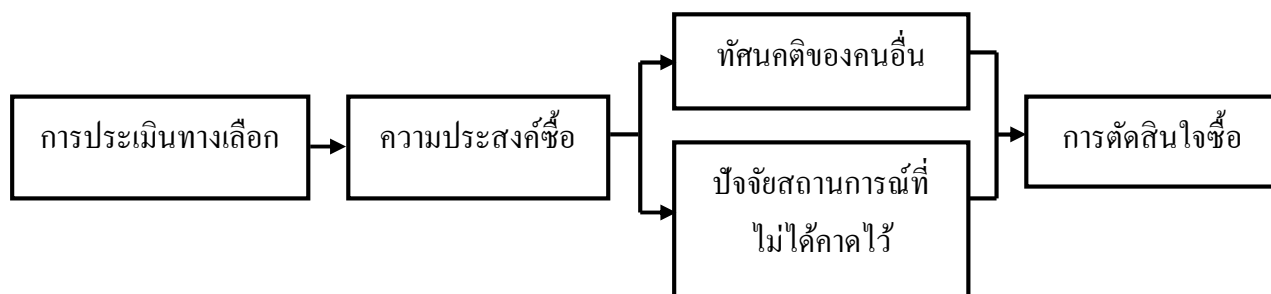
หลักเกณฑ์การประเมินผลนี้กับสินค้าทุกประเภทผู้ใช้บริการมักใช้เกณฑ์ประเมินผลนี้กับสินค้าที่มีราคาแพงมีความเกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ของตัวเองหรือมีความเสี่ยงสูงในการเลือกผลิตภัณฑ์ (High Involvement Product) เกณฑ์ที่นิยมใช้มักเป็นเรื่องของราคาและยี่ห้อ

3.2 ความเชื่อ (Belief) คือ ภาพลักษณ์ดังกล่าวคือเป็นการประเมินผลโดยอาศัยการพัฒนาความเชื่อถือในตราสินค้าเนื่องจากความเชื่อถือของผู้ใช้บริการขึ้นอยู่กับประสบการณ์เฉพาะอย่างของผู้ใช้บริการที่มีต่อตราสินค้า

3.3 ทศนคติ (Attitude) ทศนคติต่อสินค้าซึ่งเป็นผลมาจากความเชื่อถือคือถ้าเชื่อว่าสินค้านั้นดีผู้ใช้บริการจะมีทศนคติที่ดีเกิดความความชอบ ถ้าเกิดความไม่เชื่อถือก็จะไม่ชอบในสินค้านั้น

3.4 ความตั้งใจที่จะซื้อ (Purchase Intention) เมื่อมีความเชื่อแล้วทศนคติที่ดีต่อทางเลือกนั้นก็จะทำให้เกิดความตั้งใจที่จะซื้อสินค้านั้นซึ่งจะนำไปสู่พฤติกรรมการซื้อหรือใช้บริการนั้น

**ขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจเลือกใช้บริการ (Purchase Decision)** เมื่อทำการประเมินแล้วจะช่วยให้ผู้ใช้บริการสามารถกำหนดความพอใจระหว่างสินค้าต่างๆที่เป็นทางเลือก ผู้ใช้บริการอาจสร้างรูปแบบความตั้งใจในการซื้อไว้ที่ตราสินค้าที่ชอบมากที่สุด แต่อาจมีปัจจัย 2 ปัจจัยที่เข้ามาสอดแทรกความตั้งใจและการตัดสินใจซื้อ



ภาพที่ 2-2 ขั้นตอนต่างๆ ระหว่างการประเมินทางเลือกและการตัดสินใจ

(ธนวรรณ แสงสุวรรณและคณะ, 2547)

ปัจจัยตัวแรก คือ ทศนคติของผู้อื่น จะมีผลต่อทางเลือกที่ชอบมาก ชอบน้อยขึ้นอยู่กับ 2 ปัจจัย

- ความรุนแรงของทศนคติในแง่ลบของผู้อื่นที่มีผลต่อทางเลือกที่พอใจของผู้ใช้บริการ

- แรงจูงใจของผู้ใช้บริการที่คล้ายตามผู้อื่น ซึ่งความรุนแรงของทศนคติในแง่ลบของผู้อื่นจะเพิ่มขึ้นในตัวผู้ใช้บริการ หากมีความใกล้ชิดสนิทสนมกันก็จะทำให้ผู้ใช้บริการ

ปรับเปลี่ยนความตั้งใจซื้อของตนเองตามไปด้วย แต่อีกด้านหนึ่ง ความพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อสินค้าจะเพิ่มขึ้นในกรณีที่ใครบางคนที่ใช้บริการชื่นชอบในสินค้าเดียวกันอย่างมาก และอิทธิพลของบุคคลอื่นกลายเป็นสิ่งที่ซับซ้อนยุ่งยาก กรณีที่บุคคลใกล้ชิดของผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นแตกต่างกัน

ปัจจัยตัวที่สอง เป็นปัจจัยสถานการณ์ที่ไม่ได้คาดการณ์ไว้ล่วงหน้า อาจเป็นตัวให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในความตั้งใจซื้อเช่น ฉุกเฉินเป็นพนักงานขาย และการคำสั่งการโอนย้าย ทำให้การซื้อสินค้าอีกอย่างกลายเป็นสิ่งที่เร่งด่วนกว่า คือ ตอนแรกผมแค่ตั้งใจจะซื้อบ้าน แต่มีคำสั่งโอนย้ายทำให้ผมจะต้องเปลี่ยนความตั้งใจซื้อบ้านไปซื้อรถยนต์แทน เพราะต้องใช้ในการทำงาน ดังนั้นความพอใจและความตั้งใจซื้ออาจไม่เป็นตัวคาดการณ์พฤติกรรมการซื้อได้อย่างแน่นอน

**ขั้นตอนที่ 5 พฤติกรรมภายหลังการใช้บริการ (Post-purchase Behavior)** หลังการซื้อหรือทดลองใช้สินค้าผู้ใช้บริการจะมีประสบการณ์ตามระดับเกี่ยวกับความพอใจหรือไม่พอใจในตัวสินค้า ซึ่งความพอใจหรือไม่พอใจจะมีผลต่อความเชื่อทัศนคติและความตั้งใจในการซื้อครั้งต่อไป ดังนั้นความตั้งใจซื้อ คือ ถ้าซื้อมาใช้แล้วดีความรู้สึกพอใจนี้จะถูกเก็บเป็นความเชื่อต่อตัวสินค้าและทำให้เกิดทัศนคติที่ดีผลที่ตามมาคือ ความสนใจซื้อซ้ำและอาจบอกต่อผู้อื่นแต่ถ้าเกิดความไม่พอใจก็จะเกิดการเปลี่ยนแปลงในระบบความเชื่อทัศนคติและทำให้ไม่สนใจซื้อสินค้าประเภทนี้อีกต่อไป การตัดสินใจซื้อก็จะเริ่มต้นกลับไปทำการเริ่มหาข้อมูลใหม่เกี่ยวกับสินค้าอื่นใหม่อีกครั้ง ดังนั้นผู้ให้บริการต้องคอยตรวจสอบความพึงพอใจหลังการซื้อของผู้ใช้บริการได้แก่ กิจกรรมหลังการซื้อขาย การใช้ และการจัดการหลังการซื้อ

- ความไม่พอใจหลังการซื้อ เป็นตัวชี้ให้เห็นว่าผู้ใช้บริการมีความพอใจอย่างมากก่อนข้างพอใจ หรือไม่พอใจกับการซื้อในครั้งหนึ่งๆ ความพอใจของผู้ใช้บริการเป็นการทำงานของความใกล้ชิดระหว่างความคาดหวังในตัวสินค้าของผู้ใช้บริการกับการทำงานของสินค้าที่คาดหวังไว้ ถ้าสินค้าไม่ตรงกับความคาดหวังของผู้บริการก็จะเกิดความรู้สึกผิดหวัง แต่ถ้าตรงกับความคาดหวังจะรู้สึกเฉยๆ และถ้าเกินความคาดหวังจะเกิดความพอใจยิ่งขึ้น ซึ่งความรู้สึกเหล่านี้สร้างความแตกต่างในแง่ของผู้ใช้บริการจะกลับมาซื้อสินค้าใหม่ และจะเกิดการพูดถึงสินค้าในแง่ดีหรือไม่ดีกับบุคคลอื่นต่อไปหรือไม่ ผู้ใช้บริการจะสร้างรูปแบบความคาดหวังจากแหล่งข้อมูลที่ได้รับมา

- กิจกรรมหลังการซื้อ ความพอใจหรือไม่พอใจที่มีต่อสินค้าจะมีผลต่อพฤติกรรมในลำดับถัดมา คือหากผู้ใช้บริการพอใจ มีโอกาสที่จะกลับมาซื้อซ้ำ แต่สำหรับผู้ที่ไม่พอใจก็จะมีปฏิกิริยาที่ต่างกัน ผู้ใช้อาจจะทิ้งหรือส่งสินค้าคืน โดยอาจจะหาข้อมูลข่าวสารมายืนยัน และอาจ

แสดงต่อสาธารณชนหรือมีการตำหนิให้กลุ่มอื่นฟัง ดังนั้นผู้ให้บริการต้องพยายามลดความไม่พอใจ ภายหลังการซื้อของผู้ใช้บริการให้มากที่สุด เพื่อลดผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นภายหลังได้

สรุปกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ จะสรุปได้เป็น 5 ขั้นตอน คือ จะตระหนักถึงความต้องการ ซึ่งผู้ให้บริการแต่ละคนจะมีการคิดไว้ก่อนแล้วว่าตนต้องการอะไร เช่นเนื่องจากต้องการยาบำรุงเพื่อให้ตนเองมีสุขภาพที่ดีแข็งแรงขึ้น เมื่อตระหนักถึงความต้องการแล้ว ก็จะนำไปสู่กระบวนการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเพื่อนำมาใช้ในการประกอบการตัดสินใจ ทั้งแหล่งข้อมูลจากครอบครัว ข้อมูลจากภายนอก และจะนำมาประเมินทางเลือก ก็จะนำมาประมวลใช้ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการว่าจะเลือกใช้บริการร้านไหนดี ทำให้ทางเลือกแคบลง เมื่อผู้ให้บริการประเมินทางเลือกอย่างดีแล้วพร้อมที่จะเลือกใช้บริการร้านขายยานั้น และเมื่อมีการเลือกใช้บริการแล้วผู้ให้บริการจะมีพฤติกรรมหลังการซื้อ ถ้าเกิดความพึงพอใจผู้ให้บริการจะกลับมาใช้บริการซ้ำและอาจเกิดการบอกต่อ แต่ถ้าหากไม่พึงพอใจในการใช้ก็จะไม่กลับมาใช้ ในครั้งต่อไปแล้ว

### 2.3. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุทธาสินี ภาษาประเทศ (2554) ศึกษาคุณภาพการให้บริการของพนักงานขายที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคล คุณภาพการให้บริการของพนักงานขายที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้ใช้บริการ โดยมีลักษณะส่วนบุคคลด้านคุณภาพการให้บริการของพนักงานขาย มี 5 ด้าน ซึ่งกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการที่ซื้อยาจากร้านขายยาในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ไคสแควร์และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 25-34 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาทขึ้นไป ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อ 1-2 ครั้งต่อเดือน เพื่อซื้อยาปฏิชีวนะ ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความน่าเชื่อถือของการบริการ การให้ความมั่นใจ และการดูแลเอาใจใส่ ส่วนพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาด้านประเภทของกลุ่มยาที่ซื้อ มีความสัมพันธ์กับระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความน่าเชื่อถือของบริการและการตอบสนองความต้องการ และพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาด้านประเภทของร้านขายยาที่ใช้บริการมีความสัมพันธ์ในด้านเพศ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความเป็นรูปธรรมของการบริการ การตอบสนองความต้องการและการดูแลเอาใจใส่

ปัทมร ชัยวัฒน์ และคณะ (2555) การศึกษาคุณภาพการบริการของสถานพยาบาลในระบบประกันสังคม พบว่าสถานพยาบาลในระบบประกันสังคมมีคุณภาพอยู่ในระดับสูงและสถานพยาบาลได้จัดให้มีการบริการแก่ผู้ประกันในระดับที่ผู้ประกันตนมีความพึงพอใจมาก ซึ่งคุณภาพการบริการดังกล่าวยังอยู่ในระดับที่น้อยกว่าคุณภาพการบริการที่ผู้ประกันตนคาดหวังแต่มากกว่าคุณภาพการบริการขั้นต่ำที่ยอมรับได้แสดงถึงสถานพยาบาลในระบบประกันสังคมนั้นยังต้องได้รับการพัฒนาด้านคุณภาพการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการการบริการที่มีคุณภาพเพิ่มขึ้นของผู้ประกันตน ดังนั้นผู้บริหารสถานพยาบาลจึงควรมีนโยบายในการปรับปรุงคุณภาพการบริการซึ่งพบว่านโยบายของผู้บริหารสถานพยาบาลยังเป็นแรงจูงใจที่สำคัญที่สุดต่อการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของบุคลากรถึงแม้ว่าจะยังคงพบปัญหาและอุปสรรคที่เป็นสาเหตุของการจัดบริการทางการแพทย์ที่ไม่สามารถตอบสนองผู้ประกันตนได้ก็ตาม

เกษศดา นครศิลป์ (2556) การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทำธุรกิจร้านขายยาในชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบท ศึกษาความเป็นไปได้ทั้งด้านการตลาด ทางด้านเทคนิค ทางด้านการบริหาร และทางด้านการเงินในการลงทุนทำธุรกิจร้านขายยาในชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบท ซึ่งเป็นร้านขายยาแผนปัจจุบันที่มีรูปแบบการดำเนินการที่ทันสมัย และมีการบริการทางด้านเภสัชกรรมบริบาลที่ดี และมีเภสัชกรอยู่ประจำร้านตลอดทั้งวัน มีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามตัวอย่างผู้ใช้บริการพื้นที่เป้าหมายจำนวน 200 ราย เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา พบว่า รูปแบบการลงทุนที่เหมาะสมในการประกอบธุรกิจร้านขายยาในชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบท คือ มีทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชนที่มีประชากรอาศัยอยู่เป็นจำนวนมากและมีกำลังซื้อค่อนข้างสูง มีผู้คนสัญจรไปมาตลอด ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงได้ง่าย และควรจัดมีเภสัชกรประจำร้านตลอดเวลาเปิดทำการเพื่อให้เป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด และให้มีการพัฒนาร้านขายยาให้มีคุณภาพและมาตรฐานทั้งในด้านการบริบาลทางเภสัชกรรม และการมีรูปแบบการดำเนินงานกิจการที่ทันสมัย

กนกกาญจน์ โชคกาญจน์วัฒน์ และอิทธิกร ขำเดช (2555) ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตพระนครศรีอยุธยา เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา พฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้ใช้บริการ เปรียบเทียบจำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด โดยใช้สถิติการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ANOVA, T-Test, F-Test และ Multiple Regression Analysis พบว่าระดับความสำคัญทางด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการร้านขายยา

โดยภาพรวมด้านส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการจัดจำหน่าย ในส่วนของพฤติกรรมการซื้อสินค้า สินค้าที่ซื้อจากร้านขายยา ส่วนใหญ่ซื้อยารักษาโรคโดยตัวเองเป็นผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจ ซึ่งจากการวิเคราะห์ข้อมูลทดสอบสมมติฐาน ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจทางด้านส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีเพียงด้านการจัดจำหน่ายเท่านั้นที่มีความแตกต่างกัน ในส่วนปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อจากร้านขายยาพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านขายยาในเขตพระนครศรีอยุธยา

สมประสงค์ แดงพลอย (2553) พฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้ใช้บริการในอำเภอพระประแดง จ.สมุทรปราการ เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านลักษณะบุคคลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของร้านขายยาที่มีพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้ใช้บริการในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ สถิติไค-สแควร์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีสัญชาติไทย เพศหญิง อายุระหว่าง 26-35 ปี ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่าประกอบอาชีพพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมและมีรายได้ต่อเดือน 5,001-10,000 บาท ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของร้านขายยาในด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ในด้านพฤติกรรมการซื้อพบว่าผู้มีอิทธิพลมากที่สุดได้แก่ ตนเอง โดยมีการซื้ออยู่ในช่วงเวลา 18.01-22.00 น.เวลาโดยเฉลี่ยที่ซื้อน้อยกว่า 10 นาที กลุ่มยาที่ซื้อมากที่สุดคือ ยารักษาโรค ประเภทยาแก้ปวดลดไข้ และมีพฤติกรรมการซื้อซ้ำ

อานนท์ ศรีพงษ์ (2556) พฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้ใช้บริการในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว การศึกษาเพื่อดูพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้ใช้บริการในอำเภอวังสมบูรณ์ จังหวัดสระแก้ว เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยา และศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยากุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ สถิติไค-สแควร์ พบว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้ใช้บริการ แนวโน้มพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยา ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ในด้านสถานที่ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้ใช้บริการ ในด้านบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อยาในแต่ละครั้งมากที่สุด



ช่วงเวลาซื้อขายจากร้านขายยาบ่อยที่สุด เวลาโดยเฉลี่ยที่ใช้ในการซื้อขายจากร้านขายยาในแต่ละครั้ง สินค้าที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด กลุ่มประเภทยาที่ซื้อจากร้านขายยามากที่สุด แนวโน้ม พฤติกรรมการซื้อขายจากร้านขายยา

ศิริกาญจน์ กมลปิยะพัฒน์ (2556) ศึกษาเรื่องการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด คุณภาพการบริการ และการประกันสุขภาพของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน แบบสอบถามที่ใช้วิธีการทางสถิติ คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20-30 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 15,000-30,000 บาท โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้สิทธิในการเข้ารับบริการในโรงพยาบาลเอกชนโดยการใช้สิทธิประกันกลุ่ม/สวัสดิการพนักงาน ผลจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ และการประกันสุขภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ออมทอง ทิพย์ภูวตานนท์ (2557) ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมการตลาด และปัจจัยอิทธิพลด้านสังคม ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านขายยาของผู้บริโภค ในอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบสัญชาติไทย เพศหญิง อายุ 26-35 ปี การศึกษา มัธยมศึกษา/ปวช.หรือเทียบเท่า อาชีพพนักงานบริษัท รายได้ 10,001-15,000 บาท ซื้อในช่วงเวลา 18.01-20.00 น.ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาที่ใกล้เคียงที่อยู่อาศัย/ใกล้ที่ทำงาน/ย่านชุมชน/ตลาด ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการมีความสำคัญมากที่สุด รองลงมา ปัจจัยด้านกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านส่งเสริม ราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านสถานที่ และมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกร้านขายยาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมฤดี ธรรมสุริย (2554) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน คือด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของบริการ ด้านการสร้างเชื่อมั่นให้แก่ผู้มาใช้บริการ และด้านความเห็นอกเห็นใจกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการและความภักดีต่อตราสินค้าของโรงพยาบาลในเขตกรุงเทพมหานคร ตัวอย่างที่ใช้ศึกษาโรงพยาบาลเอกชนชั้นนำ 5 แห่ง กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน

มาตรฐาน และสถิติเชิงอ้างอิง วิเคราะห์เรื่องความสัมพันธ์เพียร์สัน และใช้วิเคราะห์เรื่องปัจจัยเชิงเหตุผล และปัจจัยที่มีผลระหว่างตัวแปร คือ Multiple Regression ซึ่งผลการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 20-30 ปี ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ทดสอบสมมติฐานปัจจัยคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้านมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งการศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือในการให้บริการ ด้านความเห็นอกเห็นใจ ในขณะที่ปัจจัยคุณภาพด้านการสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้มาใช้บริการ ด้านการตอบสนองความต้องการของบริการ ในทางตรงกันข้ามกับด้านความเป็นรูปธรรม ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

#### 2.4 กรอบแนวคิดที่ใช้ศึกษา

จากการศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง เมื่อผู้ใช้บริการมีการเลือกใช้บริการร้านขายยา จะเลือกจากคุณภาพการบริการเป็นเกณฑ์ในการวัด และสามารถนำมาตั้งสมมติฐานการวิจัย ได้ดังนี้

**คุณภาพการบริการในด้านความน่าเชื่อถือ** ผู้ให้บริการมีความสามารถในการปฏิบัติงานทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกไว้วางใจได้ว่าการให้บริการมีความถูกต้องเที่ยงตรงการให้บริการตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้ใช้บริการ และบริการที่ให้ทุกครั้ง มีความสม่ำเสมอ ทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกที่น่าเชื่อถือในมาตรฐานการให้บริการ สามารถให้ความไว้วางใจได้ (ชลธิชา ชุ่มชื่น, 2553) ตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H1a : คุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ใช้บริการ ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ในกระบวนการตระหนักถึงปัญหา

H1b : คุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ใช้บริการ ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ในกระบวนการค้นหาข้อมูล

H1c : คุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ใช้บริการ ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ในกระบวนการประเมินการเลือก

H1d : คุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ใช้บริการ ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ในกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

H1e : คุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ใช้บริการ ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ในกระบวนการพฤติกรรมหลังการใช้บริการ

**คุณภาพการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจ** ผู้ให้บริการมีความรู้และทักษะที่จำเป็นในการบริการ มีความสุภาพและเป็นมิตรกับผู้ใช้บริการ มีความซื่อสัตย์ และสามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ให้บริการได้ และความมั่นคงปลอดภัย (ชลธิชา ชุ่มชื่น, 2553) ตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H2a : คุณภาพการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ใช้บริการ ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังในกระบวนการตระหนักถึงปัญหา

H2b : คุณภาพการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ใช้บริการ ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ในกระบวนการค้นหาข้อมูล

H2c : คุณภาพการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ใช้บริการ ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังในกระบวนการประเมินการเลือก

H2d : คุณภาพการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ใช้บริการ ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังในกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

H2e : คุณภาพการบริการ ด้านการให้ความมั่นใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ใช้บริการ ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังในกระบวนการพฤติกรรมหลังการใช้บริการ

**คุณภาพการบริการ ด้านบริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรม** ลักษณะทางกายภาพของอุปกรณ์ เครื่องมือ สิ่งอำนวยความสะดวก พนักงาน และวัสดุที่ใช้ในการสื่อสารต่างๆ (ชลธิชา ชุ่มชื่น, 2553) ตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H3a : คุณภาพการบริการ ด้านบริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรม ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ใช้บริการ ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ในกระบวนการตระหนักถึงปัญหา

H3b : คุณภาพการบริการ ด้านบริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรมส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ใช้บริการ ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ในกระบวนการค้นหาข้อมูล

H3c : คุณภาพการบริการ ด้านบริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรม ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ใช้บริการ ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังในกระบวนการประเมินการเลือก

H3d : คุณภาพการบริการ ด้านบริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรม ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ใช้บริการ ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ในกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

H3e : คุณภาพการบริการ ด้านบริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรม ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ใช้บริการ ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังในพฤติกรรมหลังการใช้บริการ

**คุณภาพการบริการด้านความใส่ใจ** สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวกและสามารถติดต่อได้ง่าย ความสามารถในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ให้บริการเข้าใจได้ ความเห็นอกเห็นใจ และเข้าใจผู้ให้บริการ (ชลธิชา ชุ่มชื่น, 2553) ตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H4a : คุณภาพการบริการ ด้านความใส่ใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ใช้บริการ ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังในกระบวนการตระหนักถึงปัญหา

H4b : คุณภาพการบริการ ด้านความใส่ใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ใช้บริการ ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังในกระบวนการค้นหาข้อมูล

H4c : คุณภาพการบริการ ด้านความใส่ใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ใช้บริการ ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังในกระบวนการประเมินการเลือก

H4d : คุณภาพการบริการ ด้านความใส่ใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ใช้บริการ ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังในกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

H4e : คุณภาพการบริการ ด้านความใส่ใจ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ใช้บริการ ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังในพฤติกรรมหลังการใช้บริการ

**คุณภาพการบริการด้านการสนองตอบความต้องการ (Responsiveness) ความเต็มใจที่จะให้บริการทันที (Promptness) และให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดี (Helpfulness) (ชลธิชา ชุ่มชื่น, 2553) ตั้งสมมติฐานได้ดังนี้**

H5a : คุณภาพการบริการ ด้านการสนองตอบความต้องการ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ใช้บริการ ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังในกระบวนการตระหนักถึงปัญหา

H5b : คุณภาพการบริการ ด้านการสนองตอบความต้องการ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ใช้บริการ ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังในกระบวนการค้นหาข้อมูล

H5c : คุณภาพการบริการ ด้านการสนองตอบความต้องการ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ใช้บริการ ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังในกระบวนการประเมินการเลือก

H5d : คุณภาพการบริการ ด้านการสนองตอบความต้องการ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ใช้บริการ ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังในกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

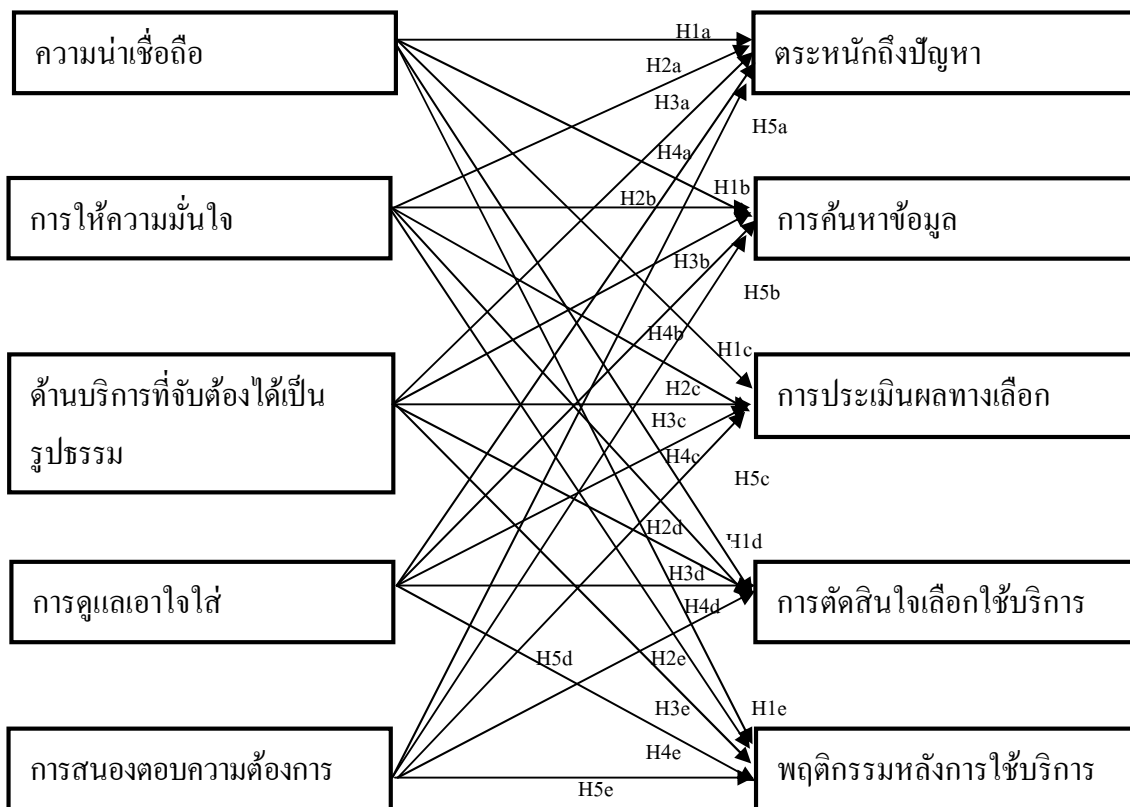
H5e : คุณภาพการบริการ ด้านการสนองตอบความต้องการ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ใช้บริการ ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังในพฤติกรรมหลังการใช้บริการ

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม

คุณภาพการบริการ

กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้  
บริการร้านขายยาในเขตอำเภอ  
เมืองตรัง จังหวัดตรัง



ภาพที่ 2-3 กรอบแนวคิดในการวิจัย ปัจจัยคุณภาพการบริการ ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยคุณภาพการบริการมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้ใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

- 3.1 แหล่งที่มาของข้อมูล
- 3.2 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง วิธีการสุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือในการวิจัย
- 3.4 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ
- 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

#### 3.1 แหล่งที่มาของข้อมูล

##### แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

โดยการเก็บข้อมูล ค้นคว้าจากหนังสือ วารสาร วิชาการ งานวิจัย เอกสารที่เกี่ยวข้อง และเว็บไซต์ต่างๆ

##### แหล่งข้อมูลขั้นปฐมภูมิ (Primary Data)

ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม จากตัวอย่างที่กำหนดไว้ 398 ชุด ขอความอนุเคราะห์ทางร้านขายยา ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เข้าใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

### 3.2 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง วิธีการสุ่มตัวอย่าง

#### ขอบเขตประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จากข้อมูลระบบสถิติทางการทะเบียน มีจำนวนประชากรในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จำนวน 91,104 คน (ระบบสถิติทางการทะเบียน, 2557)

#### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้การคำนวณจำนวนของตัวอย่างโดยใช้สูตร พารามิเตอร์ เพราะทราบจำนวนของประชากร และผู้วิจัยกำหนดความคลาดเคลื่อนระหว่างค่าพารามิเตอร์กับค่าสถิติคำนวณโดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน (Yamane อ้างถึงใน อัจฉรารวรรณ งามญาณ, 2554) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

เมื่อ	n	เป็นจำนวนของตัวอย่าง
	N	เป็นจำนวนของประชากร
	e	เป็น สัด ส่วน ของ ความ คลาด เกลื่อน เทียบ กับ ค่าพารามิเตอร์

ได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ซึ่งจำนวนประชากรในอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จำนวน 91,104 คน (ระบบสถิติทางการทะเบียน, 2557) จะใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 398 ตัวอย่าง จากสูตรคำนวณดังนี้

$$n = \frac{91,104}{1+91,104(0.05)^2}$$

$$= 398$$

ดังนั้นจะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 398 คน



### 3.2.3 วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย (Simple random Simple) สุ่มตัวอย่างจากหน่วยย่อยของประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน โดยทำการศึกษาในกลุ่มตัวอย่าง 398 ตัวอย่าง โดยจะเก็บข้อมูลจากแหล่งต่างๆ โดยเก็บกลุ่มตัวอย่างบริเวณร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

### 3.3 เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวม คือแบบสอบถาม (Questionnaires) โดยคำถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามแบบปลายปิด จำนวน 7 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพและจำนวนเงินที่ซื้อต่อการใช้บริการร้านขายยา 1 ครั้ง

ข้อ 1 เพศ ได้แก่ เพศชาย และเพศหญิง มีระดับการวัดข้อมูลแบบมาตรานามบัญญัติ (Nominal scale)

ข้อ 2 อายุ มีระดับการวัด เป็นแบบมาตราจัดอันดับ (Ordinal Scale) โดยมีเกณฑ์ในการคำนวณ ดังนี้ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (อ้างถึงในสมประสงค์ แต่งพลอย, 2553)

$$\text{ความกว้างของอัตรภาคชั้น} = \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

ซึ่งข้อมูลรายงานผลจากการสำรวจ ภาวการณ์ทำงานของประชากร พ.ศ.2544 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ได้ใช้เกณฑ์การสำรวจผู้มีงานทำงานตั้งแต่ 15 - 65 ปีขึ้นไป การศึกษาในครั้งนี้ได้ใช้ช่วงอายุดังกล่าวเป็นเกณฑ์ในการกำหนดช่วงอายุ โดยแบ่งเป็น 5 ช่วง

$$\text{ความกว้างของอัตรภาคชั้น} = \frac{65 - 15}{5} = 10$$

ดังนั้นช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในแบบสอบถาม

ช่วงอายุ	
1. 15-24ปี	2. 25-34 ปี
3. 35-44 ปี	4. 45-54 ปี
5. 55 ปีขึ้นไป	

ข้อ 3 ระดับการศึกษาขั้นสูงสุดของท่านเป็นแบบสอบถามปลายปิด จะวัดข้อมูลแบบมาตราจัดอันดับ (Ordinal Scale)

ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด	
1. ประถมศึกษา	2. มัธยมศึกษาตอนต้น
3. มัธยมศึกษาตอนปลาย	4. อนุปริญญา
5. ปวช.	6. ปวส.
7.ปริญญาตรี	8. ปริญญาโท
9. ปริญญาเอก	

ข้อ 4 สถานภาพมีระดับการวัด เป็นแบบมาตรานามบัญญัติ (Nominal scale)

สถานภาพ	
1. โสด	2. สถานภาพ
3. หม้าย /หย่า	

ข้อ 5 อาชีพ เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด มีระดับการวัด เป็นแบบนามบัญญัติ (Nominal scale)

อาชีพ	
1. รับราชการ	2. พนักงานบริษัทเอกชน
3. พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4. เจ้าของกิจการ
5. นักเรียน /นักศึกษา	6. อาชีพอิสระ
7. อื่นๆ โปรดระบุ.....	

ข้อ 6 รายได้ต่อเดือน เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด ระดับการวัด เป็นแบบมาตราจัดอันดับ (Ordinal Scale) โดยกำหนดช่วงรายได้ วิเชียร เกตุสิงห์ (อ้างถึงใน สมประสงค์ แต่งพลอย, 2553) คำนวณดังนี้

$$\text{ความกว้างของอัตรภาคชั้น} = \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

การกำหนดรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจากข้อมูลรายงานผลการสำรวจภาวะการทำงานของประชากร พ.ศ.2544 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติได้สำรวจรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้ที่มีงานทำ อยู่ระหว่าง 5,000-30,000 บาท สามารถกำหนดเกณฑ์ได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอัตรภาคชั้น} &= \frac{30,000-5,000}{5} \\ &= 5,000 \end{aligned}$$

รายได้	
1. 1-5,000บาท	2. 5,000 – 10,000บาท
3. 10,001 – 15,000บาท	4. 5,001 –20,000บาท
5. 20,001 ขึ้นไป	

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการบริการ ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ลักษณะคำถามแบบ Rating Scale การให้น้ำหนักคะแนนแบ่งเป็น 5 ลำดับโดยระดับการวัดเป็นอัตรภาค (Interval Scale)

คุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับ ดีมาก	คะแนนเท่ากับ	5
คุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับ ดี	คะแนนเท่ากับ	4
คุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับ ปานกลาง	คะแนนเท่ากับ	3
คุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับ แย่	คะแนนเท่ากับ	2
คุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับ แย่มาก	คะแนนเท่ากับ	1

ตารางที่ 3.1: การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการบริการ ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา

ข้อมูลของแต่ละตัวแปร	รายการข้อคำถาม	แหล่งอ้างอิง
ความน่าเชื่อถือ (Reliability)	1. เกสัชกร/พนักงานขาย มีความชำนาญสามารถชี้แจง ตอบข้อซักถาม และให้คำแนะนำได้อย่างชัดเจน	ปรับจาก Parasuraman, Zeithaml and Berry (อ้างในชลธิชา ชุ่มชื่น, 2553)
	2. เกสัชกร/พนักงานขาย สอบถามประวัติก่อนให้บริการ	ปรับจาก สุธาณี ภาษาประเทศ (2554),
	3. ร้านขายยาที่จะเข้าใช้บริการมีความน่าเชื่อถือ เกสัชกร/พนักงานขาย มีใบประกอบวิชาชีพ	สมฤดี ธรรมสุรดี (2554), วราภรณ์ จุนแสงจันทร์ (2557)
	4. บริการจากเกสัชกร/พนักงานขาย ปฏิบัติงานด้วยความเชี่ยวชาญ เป็นมืออาชีพ	และสิริกานจน์ กมลปิยะพัฒน์ (2556)
ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance)	1. เกสัชกร/พนักงานขาย มีทักษะความรู้ความสามารถในการให้คำแนะนำเรื่องยา/สินค้า	ปรับจาก Parasuraman, Zeithaml and Berry (อ้างในชลธิชา ชุ่มชื่น, 2553)
	2. เกสัชกร/พนักงานขาย จัดยาได้ถูกต้องตามคำสั่งซื้อ	ปรับจาก สุธาณี ภาษาประเทศ (2554),
	3. เกสัชกร/พนักงานขาย สามารถตอบข้อสงสัยให้เข้าใจอย่างชัดเจน	สมฤดี ธรรมสุรดี (2554), วราภรณ์ จุนแสงจันทร์ (2557)
	4. เกสัชกร/พนักงานขาย มีการให้ข้อมูลตรงกับที่ท่านต้องการได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน	และสิริกานจน์ กมลปิยะพัฒน์ (2556)

ข้อมูลของแต่ละตัวแปร	รายการข้อคำถาม	แหล่งอ้างอิง
ด้านบริการที่จับต้องได้เป็น รูปธรรม (Tangibles)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่มีความทันสมัย</li> <li>2. เกสเซอร์/พนักงานขาย มีการแต่งกายเรียบร้อยเหมาะสม มีบุคลิกภาพที่ดี</li> <li>3. มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการพร้อม สะอาดครบถ้วน</li> <li>4. มีการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆเช่น อากาศ ที่นั่ง ห้องน้ำ สถานที่จอดรถ</li> </ol>	<p>ป ร ี บ จ า ก Parasuraman, Zeithaml and Berry (อ้างในชลธิชา ชุ่มชื่น, 2553)</p> <p>ป ร ี บ จ า ก สุ ธ า สึ นี ภาษาประเทศ (2554), สมฤดี ธรรมสุรดี (2554), วราภร์ จุนแสงจันทร์ (2557) และสิริกาญจน์ กมลปิยะพัฒน์ (2556)</p>
ด้านความใส่ใจ (Empathy)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เกสเซอร์/พนักงานขาย มีการแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับการใช้ยา/วิธีการรักษาสุขภาพ/วิธีการปฏิบัติตัวหลังได้รับการรักษา/คำแนะนำ</li> <li>2. เกสเซอร์/พนักงานขาย ให้บริการด้วยความเสมอภาค ได้รับการที่มีมาตรฐานเดียวกันอย่างสม่ำเสมอ</li> <li>3. เกสเซอร์/พนักงานขาย ให้บริการด้วยถ้อยคำ กิริยา ท่าทางด้วยความสุภาพอ่อนน้อม</li> <li>4. เกสเซอร์/พนักงานขาย ใช้คำพูด ศัพท์ (ทางด้านยา/การรักษา/โรค)ที่เข้าใจง่าย</li> </ol>	<p>ป ร ี บ จ า ก Parasuraman, Zeithaml and Berry (อ้างในชลธิชา ชุ่มชื่น, 2553)</p> <p>ป ร ี บ จ า ก สุ ธ า สึ นี ภาษาประเทศ (2554), สมฤดี ธรรมสุรดี (2554), วราภร์ จุนแสงจันทร์ (2557) และสิริกาญจน์ กมลปิยะพัฒน์ (2556)</p>

ข้อมูลของแต่ละตัวแปร	รายการข้อคำถาม	แหล่งอ้างอิง
การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกจาก การใช้บริการ</li> <li>2. เกสเซอร์/พนักงานขาย มีความพร้อม ที่จะให้บริการทุกครั้งที่ได้รับบริการ</li> <li>3. ขั้นตอนการรับบริการไม่ซับซ้อน สามารถเข้ารับบริการได้ง่าย</li> <li>4. เกสเซอร์/พนักงานขายให้บริการที่ รวดเร็วฉับไวต่อผู้ใช้บริการ</li> </ol>	<p>ปรับ จาก Parasuraman, Zeithaml and Berry (อ้าง ในชลธิชา ชุ่มชื่น, 2553)</p> <p>ปรับ จาก สุธา สีนี ภาษาประเทศ (2554), สมฤดี ธรรมสุรดี (2554), วราภร จุนแสงจันทร์ (2557) และสิริกาญจน์ กมลปิยะพัฒน์ (2556)</p>

**ส่วนที่ 3** ข้อมูลกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอ เมืองตรัง จังหวัดตรัง ลักษณะคำถามแบบ Rating Scale การให้น้ำหนักคะแนนแบ่งเป็น 5 ลำดับ คะแนน โดยระดับการวัดเป็นอันตรภาค (Interval Scale)

ระดับ มีความสำคัญมากที่สุด	คะแนนเท่ากับ	5
ระดับ มีความสำคัญมาก	คะแนนเท่ากับ	4
ระดับ มีความสำคัญ	คะแนนเท่ากับ	3
ระดับ มีความสำคัญน้อย	คะแนนเท่ากับ	2
ระดับ มีความสำคัญน้อยที่สุด	คะแนนเท่ากับ	1

**ตารางที่ 3.2 :** การวิเคราะห์ข้อมูลกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา

ข้อมูลของแต่ละตัวแปร	รายการข้อคำถาม	แหล่งอ้างอิง
ตระหนักถึงปัญหา	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เลือกใช้บริการร้านขายยาเมื่อเจ็บป่วย/ประสงค์ซื้อ ยาในกรณีฉุกเฉิน และไม่ต้องการพบแพทย์</li> <li>2. เลือกใช้บริการร้านขายยาเมื่อต้องการดูแลสุขภาพ ซึ่งอาหารเสริม ยาบำรุงร่างกาย</li> <li>3. เลือกใช้บริการร้านขายยาเมื่อต้องการซื้อเวช</li> </ol>	<p>ปรับจากสมฤดี ธรรมสุรดี (2554), ออมทอง ทิพย์ภูวตานนท์ (2557), ณรงค์ศักดิ์ ถึงหนีไพบุลย์พร และคณะ</p>

ข้อมูลของแต่ละตัว แปร	รายการข้อความ	แหล่งอ้างอิง
	<p>สำออง ยารักษาสิว เกี่ยวกับผิวพรรณ ความงาม</p> <p>4. เลือกใช้บริการร้านขายยาเมื่อต้องการซื้ออุปกรณ์ทางการแพทย์</p>	<p>(2550), สิริกาญจน์ กมลปิยะพัฒน์(2556) และวารสาร จूनแสงจันทร์ (2557)</p>
การค้นหาข้อมูล	<p>1. เลือกใช้บริการร้านขายยาโดยจะดูป้ายร้านและลักษณะของร้านก่อนเลือกใช้บริการ</p> <p>2. ค้นหาข้อมูลโดยการปรึกษาเภสัชกร/พนักงานขายก่อนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ</p> <p>3. ค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลภายในเช่นคนในครอบครัว/เพื่อน/ญาติ/ผู้ที่เคยใช้บริการ</p> <p>4. ค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลภายนอก เช่น Internet, facebook, โฆษณา, สื่อสิ่งพิมพ์</p>	<p>ปรับจากสมฤติ ธรรมสุรติ (2554), อมทอง ทิพย์ภูวตานนท์ (2557), ณรงค์ศักดิ์ สิงห์ไพบุลย์พร และคณะ (2550), สิริกาญจน์ กมลปิยะพัฒน์(2556) และวารสาร จूनแสงจันทร์ (2557)</p>
ประเมินการเลือก	<p>1. เปรียบเทียบร้านขายยาหลายๆร้านก่อนเข้าเลือกใช้บริการ</p> <p>2. เปรียบเทียบราคาหลายๆร้านก่อนเลือกใช้บริการ</p> <p>3. ภายในร้านมีสินค้าหลากหลายยี่ห้อ</p> <p>4. ภายในร้านมีสินค้าหลายประเภท เช่นยาปฏิชีวนะ, เวชสำอาง, อุปกรณ์การแพทย์ฯลฯ</p>	<p>ปรับจากสมฤติ ธรรมสุรติ (2554), อมทอง ทิพย์ภูวตานนท์ (2557), ณรงค์ศักดิ์ สิงห์ไพบุลย์พร และคณะ (2550), สิริกาญจน์ กมลปิยะพัฒน์(2556) และวารสาร จूनแสงจันทร์ (2557)</p>

ข้อมูลของแต่ละตัวแปร	รายการข้อคำถาม	แหล่งอ้างอิง
ตัดสินใจเลือกใช้บริการ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เลือกใช้บริการร้านขายยาจากตำแหน่งที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทางใช้บริการ/ใกล้ที่พักอาศัย/ที่ทำงาน</li> <li>2. เลือกใช้บริการร้านขายยาจากความมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก</li> <li>3. เลือกใช้บริการร้านขายยาที่มีเภสัชกรอยู่ประจำร้านตลอดเวลาทำการ</li> <li>4. เลือกใช้บริการร้านขายยาจากคุณภาพการให้บริการของเภสัชกร/พนักงานขาย</li> </ol>	<p>ปรับจากสมฤติ            ธรรมสุรดี (2554),            ออมทอง ทิพย์ภูวานนท์            (2557), ฌรรงค์ศักดิ์            สิงห์ไพบุลย์พร และคณะ            (2550), ลีริกาญจน์            กมลปิยะพัฒน์(2556)            และวารสาร จุฬาสงจันทร            (2557)</p>
พฤติกรรมหลังการ ใช้บริการ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เลือกกลับไปใช้บริการร้านขายยาที่มีเภสัชกร/พนักงานขาย ที่คอยให้คำแนะนำ และให้บริการที่ดี</li> <li>2. เลือกกลับไปใช้บริการร้านขายยาโดยการบอกต่อกับบุคคลรอบข้างให้เลือกใช้บริการร้านขายยาที่ตนเองเคยใช้</li> <li>3. เลือกกลับมาใช้บริการร้านขายยา ที่มีคุณภาพของสินค้าและราคาที่คุ้มค่า</li> <li>4. เลือกกลับมาใช้บริการร้านขายยาที่มีความสะดวกด้านสถานที่จอดรถที่เพียงพอ</li> </ol>	<p>ปรับจากสมฤติ            ธรรมสุรดี (2554),            ออมทอง ทิพย์ภูวานนท์            (2557), ฌรรงค์ศักดิ์            สิงห์ไพบุลย์พร และคณะ            (2550), ลีริกาญจน์            กมลปิยะพัฒน์(2556)            และวารสาร จุฬาสงจันทร            (2557)</p>

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามปลายเปิด ให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นข้อเสนอแนะ โดยมีวิธีการเรียงเรียงข้อเสนอแนะต่างๆ นำเสนอเป็นความเรียง



### 3.4 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

1. สร้างแบบสอบถามปัจจัยคุณภาพการบริการมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง โดยมีการศึกษาจากเอกสาร ทฤษฎีและแนวคิด งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. นำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้อง เพื่อปรับปรุงแก้ไขก่อนแจกแบบสอบถาม

3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขนำไปทดสอบใช้ (Pre-test) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 40 ชุด ซึ่งจากกลุ่มตัวอย่าง 398 ชุด คิดทดสอบใช้ 10 % ของกลุ่มตัวอย่างและนำมาทำการทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามนำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้ไปวิเคราะห์ ใช้สูตรอัลฟาของครอนบัก เพื่อหาสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (Reliability) ซึ่งเครื่องมือที่มีความเชื่อมั่นควรมีค่า  $\alpha$  ระหว่าง 0.70-1.00 มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมาก (ไพศาล หวังพานิช, 2556) และผลที่ได้จากการหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามในภาพรวม  $\alpha = 0.929$  ผลที่ได้จากการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นในด้านคุณภาพการบริการ ได้ความเชื่อมั่นที่ 0.942 และในด้านกระบวนการตัดสินใจใช้บริการ ได้ค่าความเชื่อมั่นที่ 0.892

4. ปรับปรุงแบบสอบถามอีกครั้ง เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์พร้อมที่จะเก็บจริง และจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ และนำไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริง

### 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้จัดทำได้มีการโทรศัพท์ขอความอนุเคราะห์ไปยังทางร้านขายยา ในอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง เพื่อขอความอนุเคราะห์เข้าไปเก็บแบบสอบถามกับผู้ที่ใช้บริการร้านขายยา

2. นัดวันกับทางร้านขายยาเพื่อเข้าไปเก็บแบบสอบถาม โดยมีการแจกแจงรายละเอียดแบบสอบถามให้กับทางกลุ่มตัวอย่างที่เข้าไปใช้บริการร้านขายยา โดยระยะเวลาในการเก็บแบบสอบถาม คือ ช่วงเดือนมิถุนายน 2559

3. จัดทำการตรวจสอบแบบสอบถามที่เก็บมาว่ามีความถูกต้อง ครบถ้วนก่อนนำไปทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีทางสถิติ

### 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

#### 3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมมาได้ มาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปทางสถิติสำหรับการวิจัย ดังนี้

1. แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามแบบปลายปิด จำนวน 7 ข้อประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพจำนวนเงินที่ซื้อต่อการใช้บริการร้านขายยา 1 ครั้ง โดยวิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) และนำมาสรุปเป็นค่าร้อยละ (Percentage)

2. แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการบริการมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ลักษณะคำถามแบบ (Rating Scale) โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean : $\bar{X}$ ) และหาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D) และนำค่าไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์การวิเคราะห์ประเมินความคิดเห็น สามารถแปลความหมายค่าเฉลี่ยวัดตามเกณฑ์ 5 ด้าน โดยการใช้อันตรภาคชั้น (Class Interval) กัลยา วาณิชย์บัญชา (อ้างถึงใน สิริกาญจน์ กมลปิยะพัฒน์, 2556)

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5-1}{5} = 0.8$$

ค่า 4.20 – 5.00 หมายถึง	คุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับ ดีมาก
ค่า 3.40 – 4.19 หมายถึง	คุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับ ดี
ค่า 2.60 – 3.39 หมายถึง	คุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับ ปานกลาง
ค่า 1.80 – 2.59 หมายถึง	คุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับ แย่
ค่า 1.00 – 1.79 หมายถึง	คุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับ แย่มาก

3. แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ลักษณะคำถามแบบ Rating Scale โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean)

และหาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D) และนำค่าไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์การวิเคราะห์ประเมินความคิดเห็น สามารถแปลความหมายค่าเฉลี่ยวัดตามเกณฑ์ 5 ด้าน โดยการใช้ อัตรากว้างชั้น (Class Interval) กัลยา วาณิชย์บัญชา (อ้างถึงใน สิริกาญจน์ กมลปิยะพัฒน์, 2556)

$$\text{ความกว้างของอัตรากว้างชั้น} = \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5-1}{5} = 0.8$$

ค่า 4.20 – 5.00	หมายถึง	ระดับ มากที่สุด
ค่า 3.40 – 4.19	หมายถึง	ระดับ มาก
ค่า 2.60 – 3.39	หมายถึง	ระดับ ปานกลาง
ค่า 1.80 – 2.59	หมายถึง	ระดับ น้อย
ค่า 1.00 – 1.79	หมายถึง	ระดับ น้อยที่สุด

4. วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพการบริการกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง โดยใช้การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ด้วยวิธีของเพียร์สัน (โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05)

5. วิเคราะห์พยากรณ์หาปัจจัยคุณภาพการบริการ ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ใช้การวิเคราะห์แบบความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) (โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05)

### 3.6.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูล จัดทำการวิเคราะห์จากแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมมา เพื่อให้ทราบสถิติดังต่อไปนี้

#### 1. สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบ

1.1 การหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553) ใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟ่า  $\alpha$  = Coefficeient ของครอนบัก ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale )

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right]$$

$\alpha$	แทน	ความเชื่อมั่นของเครื่องมือ
$n$	แทน	จำนวนข้อคำถามของเครื่องมือ
$S_i^2$	แทน	ค่าความแปรปรวนของคำถามแต่ละข้อ
$S_t^2$	แทน	ค่าความแปรปรวนของเครื่องมือทั้งฉบับ

เครื่องมือที่มีความเชื่อมั่นค่า  $\alpha$  ต้องอยู่ระหว่าง 0.70 - 1.00 หมายความว่าค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมาก (ไพศาล หวังพาณิชย์, 2526) ถ้าหากความเชื่อมั่นค่า  $\alpha$  คะแนนมากกว่า 0.70 ขึ้นไป สามารถยอมรับค่าความเชื่อมั่นได้

## 2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553) หากค่าความถี่ของข้อมูลที่เก็บมา โดยจะแสดงเป็นค่าร้อยละ แบบสอบถามที่ใช้ในส่วนที่ 1 บัณฑิต ส่วนบุคคล

$$\text{ร้อยละของรายการ} = \frac{\text{ความถี่ของรายการนั้น} \times 100}{\text{ความถี่ทั้งหมด}}$$

2.2 ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553) หากค่ากลางของข้อมูล เพื่อนำไปใช้แทนข้อมูลทั้งหมด ใช้ในการเปรียบเทียบข้อมูลแต่ละชุด

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

ค่า	$\bar{X}$	แทน	คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
	$\sum X$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	$N$	แทน	จำนวนข้อมูล

2.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553) การวัดการกระจายของข้อมูล ซึ่งจะอธิบายว่าข้อมูลแต่ละค่านี้มีค่าที่ห่างกันเพียงใด

$$S.D = \sqrt{\frac{N \sum X^2 - (\sum X)^2}{N(N-1)}}$$

ค่า	S.D	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	$\sum X^2$	แทน	ผลรวมคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

$$\frac{(\sum x)^2}{N}$$
 แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง  
 แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

2.4 การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553) ใช้ในการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพการบริการกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ว่ามีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันหรือตรงกันข้ามกัน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Coefficient of Correlation :Y) จะมีค่าอยู่ระหว่าง -1 ถึง 1 ค่าสูงสุดมีค่าเป็น 1 หมายถึง ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันมากที่สุด และถ้าค่าเป็น 0 หมายถึง ตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

$$Y = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{n \sum y^2 - (\sum Y)^2}}$$

ค่า	Y	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรx,y
	x	แทน	ตัวแปรที่ 1
	y	แทน	ตัวแปรที่ 2
	n	แทน	จำนวนตัวอย่าง

2.5 การวิเคราะห์พยากรณ์หาปัจจัยคุณภาพการบริการ ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) กัลยา วานิชย์บัญชา (อ้างถึงใน สิริกาญจน์ กมลปิยะพัฒน์, 2556) โดยวิธีการเลือกแบบคัดเลือกเข้า (Enter Selection)

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_k X_k$$

เมื่อ	Y	แทน	คะแนนพยากรณ์ของตัวแปรตาม (ตัวเกณฑ์)
	a	แทน	ค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ
	b1, b2...bk	แทน	ค่าน้ำหนักคะแนนหรือสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ (ตัวพยากรณ์) ตัวที่ 1 ถึงตัวที่ k ตามลำดับ
	X1, X2...Xk	แทน	คะแนนของตัวแปรอิสระ (ตัวพยากรณ์) ตัวที่ 1 ถึงตัวที่ k ตามลำดับ
	k	แทน	จำนวนตัวแปรอิสระ (ตัวพยากรณ์)

## บทที่ 4

### ผลการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง งานวิจัยในครั้งนี้ ได้มีการนำผลการสำรวจความคิดเห็นระดับคุณภาพการบริการของร้านขายยากับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง รวบรวมจากการสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามทั้งหมด 398 ชุด ขึ้นตอนมีดังนี้

#### 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนเงินที่ซื้อต่อการใช้บริการร้านขายยา 1 ครั้ง โดยใช้ค่าสถิติค่าความถี่และค่าร้อยละ

ตารางที่ 4-1 : จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

	ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (n=398)	ร้อยละ
1	เพศ		
	ชาย	198	49.70
	หญิง	200	50.30
2	อายุ		
	15-24 ปี	59	14.80
	25-34 ปี	164	41.20
	35-44 ปี	123	30.90
	55 ปีขึ้นไป	8	2.00

ตารางที่ 4-1 : จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล		จำนวน	ร้อยละ
		(n=398)	
<b>3</b>	<b>ระดับการศึกษาสูงสุด</b>		
	ประถมศึกษา	20	5.00
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	12	3.00
	อนุปริญญา	8	2.00
	ปวส.	4	1.00
	ปริญญาตรี	270	67.80
	ปริญญาโท	84	21.10
<b>4</b>	<b>สถานภาพ</b>		
	โสด	206	51.80
	สมรส	192	48.20
<b>5</b>	<b>อาชีพ</b>		
	รับราชการ	8	2.00
	พนักงานบริษัทเอกชน	184	46.20
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	28	7.00
	เจ้าของกิจการ	51	12.80
	นักเรียน /นักศึกษา	47	11.80
	อาชีพอิสระ	48	12.10
	อื่นๆ โปรดระบุ.....	32	8.00
<b>6</b>	<b>รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของท่าน</b>		
	1-5,000 บาท	35	8.80
	5,001-10,000 บาท	36	9.00
	10,001 – 15,000 บาท	8	2.00
	15,001 – 20,000บาท	53	13.10

ตารางที่ 4-1 : จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม(ต่อ)

	ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (n=398)	ร้อยละ
	20,001 ขึ้นไป	267	67.10
7	จำนวนเงินที่ซื้อต่อกรมาใช้บริการร้านขายยา 1 ครั้ง		
	ต่ำกว่า 500 บาท	270	67.80
	501-1,000 บาท	120	30.20
	1,000 – 1,500 บาท	8	2.00

จากตารางที่ 4-1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล สามารถนำมาอธิบาย ผลการศึกษาได้ดังนี้

1. เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.3 และเพศชายจำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.7

2. อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 25-34 ปี จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.2 รองลงมา คือ อายุ 35-44 ปี จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.9 อายุ 15-24 ปี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 อายุ 45-54 ปี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.1 และอายุ 55 ปีขึ้นไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2

3. ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.8 รองลงมาระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.1 ระดับการศึกษาประถมศึกษา 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5 ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3 ระดับการศึกษานุปริญญา จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2 และระดับการศึกษาวส. จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1

4. สถานภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.8 และมีสถานภาพสมรส จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.2

5. อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.2 รองลงมาอาชีพเจ้าของกิจการ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 อาชีพอิสระ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.1 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 อาชีพอื่นๆ(แม่บ้าน) จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7 และอาชีพรับราชการ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2



6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ 20,001 บาทขึ้นไป จำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 67.1 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ 15,001-20,000 บาท จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.1 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ 5,001-10,000 บาท จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ 1-5,000 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ 10,001 – 15,000 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2

7. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนเงินที่ซื้อต่อการมาใช้บริการร้านขายยา 1 ครั้ง มีจำนวนเงินต่ำกว่า 500 บาทต่อครั้ง จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.8 รองลงมา จำนวนเงิน 501-1,000 บาทต่อครั้ง จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.2 จำนวนเงิน 1,000 – 1,500 บาทต่อครั้ง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2

#### 4.2 การวิเคราะห์ปัจจัยคุณภาพการบริการที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่เก็บรวบรวมได้จำนวน 398 คน เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพการบริการ 5 ด้าน ได้ผลดังนี้

##### ด้านความน่าเชื่อถือ

การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นด้านความน่าเชื่อถือ ที่มีผลกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ซึ่งมีผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4-2

**ตารางที่ 4-2:** แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นของการเลือกปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของการบริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังของผู้ตอบแบบสอบถาม

ความน่าเชื่อถือ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
2.1.1. เกสัชกร/พนักงานขาย มีความชำนาญสามารถชี้แจง ตอบข้อซักถามและให้คำแนะนำได้อย่างชัดเจน	3.93	0.70	มาก
2.1.2. เกสัชกร/พนักงานขาย สอบถามประวัติก่อนให้บริการ	4.24	0.58	มากที่สุด
2.1.3. ร้านขายยาที่จะเข้าใช้บริการมีความน่าเชื่อถือ เกสัชกร/พนักงานขาย มีใบประกอบวิชาชีพ	4.09	0.75	มาก

ตารางที่ 4-2 : แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นของการเลือกปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของการบริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ความน่าเชื่อถือ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
2.1.4. บริการจากเภสัชกร/พนักงานขาย ปฏิบัติงานด้วยความเชี่ยวชาญ เป็นมืออาชีพ	3.89	0.93	มาก
รวม	4.04	0.60	มาก

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4-2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือ โดยรวมมีความสำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 หากพิจารณาในแต่ละข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยรวมมากที่สุด คือ เภสัชกร/พนักงานขาย สอบถามประวัติก่อนให้บริการ รองลงมา ร้านขายยาที่จะเข้าใช้บริการมีความน่าเชื่อถือ เภสัชกร/พนักงานขาย มีใบประกอบวิชาชีพ และเภสัชกร/พนักงานขาย มีความชำนาญสามารถชี้แจง ตอบข้อซักถามและให้คำแนะนำได้อย่างชัดเจน ค่าเฉลี่ย ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ บริการจากเภสัชกร/พนักงานขาย ปฏิบัติงานด้วยความเชี่ยวชาญ เป็นมืออาชีพซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 , 4.09, 3.93 และ 3.89 ตามลำดับ

### ด้านการให้ความมั่นใจ

การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นด้านการให้ความมั่นใจ ที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ซึ่งมีผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4-3

**ตารางที่ 4-3:** แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นของการเลือกปัจจัยด้านการให้ความมั่นใจของการบริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านการให้ความมั่นใจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
2.2.1. เกสัชกร/พนักงานขาย มีทักษะความรู้ความสามารถในการให้คำแนะนำเรื่องยา/สินค้า	4.74	0.48	มากที่สุด
2.2.2. เกสัชกร/พนักงานขาย จัดยาได้ถูกต้องตามคำสั่งซื้อ	4.44	0.67	มากที่สุด
2.2.3. เกสัชกร/พนักงานขาย สามารถตอบข้อสงสัยให้เข้าใจอย่างชัดเจน	4.63	0.50	มากที่สุด
2.2.4. เกสัชกร/พนักงานขาย มีการให้ข้อมูลตรงกับที่ท่านต้องการได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน	4.62	0.56	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.61</b>	<b>0.45</b>	<b>มากที่สุด</b>

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4-3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นต่อปัจจัยความมั่นใจ โดยรวมมีความสำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 หากพิจารณาในแต่ละข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยรวมมากที่สุด คือ เกสัชกร/พนักงานขาย มีทักษะความรู้ความสามารถในการให้คำแนะนำเรื่องยา/สินค้า รองลงมา เกสัชกร/พนักงานขาย สามารถตอบข้อสงสัยให้เข้าใจอย่างชัดเจน และเกสัชกร/พนักงานขาย มีการให้ข้อมูลตรงกับที่ท่านต้องการได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ เกสัชกร/พนักงานขาย จัดยาได้ถูกต้องตามคำสั่งซื้อ ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 4.74, 4.63, 4.62 และ 4.44 ตามลำดับ

### ด้านบริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรม

การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นด้านบริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรม ที่มีผล  
กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ซึ่งมีผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4-4

**ตารางที่ 4-4:** แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นของการ  
เลือกปัจจัยด้านบริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรมของการบริการร้านขายยา ในเขต  
อำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านบริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
2.3.1. มีเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่มีความทันสมัย	4.47	0.63	มากที่สุด
2.3.2. เกสัชกร/พนักงานขาย มีการแต่งกายเรียบร้อยเหมาะสม มีบุคลิกภาพที่ดี	4.48	0.58	มากที่สุด
2.3.3. มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ พร้อม สะอาด ครบถ้วน	4.55	0.56	มากที่สุด
2.3.4. มีการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น อาคาร ที่นั่ง ห้องน้ำ สถานที่จอดรถ	4.30	0.61	มากที่สุด
รวม	4.45	0.51	มากที่สุด

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4-4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัย  
ด้านบริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรมโดยรวมมีความสำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ  
ร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมากที่สุด มี  
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 หากพิจารณาในแต่ละข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยรวมมากที่สุด คือ มีเครื่องมือและ  
อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการพร้อม สะอาด ครบถ้วน รองลงมา เกสัชกร/พนักงานขาย มีการ  
แต่งกายเรียบร้อยเหมาะสม มีบุคลิกภาพที่ดี และมีเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่มีความ  
ทันสมัย ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ มีการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น อาคาร ที่นั่ง  
ห้องน้ำ สถานที่จอดรถ มีค่าเฉลี่ย 4.55, 4.48, 4.47 และ 4.30 ตามลำดับ

## ด้านความใส่ใจ

การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นด้านความใส่ใจ ที่มีผลกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ซึ่งมีผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4-5

**ตารางที่ 4-5:** แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นของการเลือกปัจจัยด้านความใส่ใจของการบริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังของผู้ตอบแบบสอบถาม

ด้านความใส่ใจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
2.4.1. เกสัชกร/พนักงานขาย มีการแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับการใช้ยา/วิธีการรักษาสุขภาพ/วิธีการปฏิบัติตัวหลังได้รับการรักษา/คำแนะนำ	4.41	0.62	มากที่สุด
2.4.2. เกสัชกร/พนักงานขาย ให้บริการด้วยความเสมอภาค ได้รับการที่มีมาตรฐานเดียวกันอย่างสม่ำเสมอ	4.08	0.67	มาก
2.4.3. เกสัชกร/พนักงานขาย ให้บริการด้วยถ้อยคำ กิริยา ท่าทางด้วยความสุภาพอ่อนน้อม	4.07	0.46	มาก
2.4.4. เกสัชกร/พนักงานขาย ใช้คำพูด ศัพท์(ทางด้านยา/การรักษา/โรค)ที่เข้าใจง่าย	4.15	0.67	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.18</b>	<b>0.43</b>	<b>มาก</b>

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4-5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความใส่ใจโดยรวมมีความสำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 หากพิจารณาในแต่ละข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยรวมมากที่สุด คือ เกสัชกร/พนักงานขาย มีการแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับการใช้ยา/วิธีการรักษาสุขภาพ/วิธีการปฏิบัติตัวหลังได้รับการรักษา/คำแนะนำ รองลงมา เกสัชกร/พนักงานขาย ใช้คำพูด ศัพท์(ทางด้านยา/การรักษา/โรค)ที่เข้าใจง่าย และ เกสัชกร/พนักงานขาย ให้บริการด้วยความเสมอภาค ได้รับการที่มีมาตรฐานเดียวกันอย่างสม่ำเสมอ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ เกสัชกร/พนักงานขาย ให้บริการด้วยถ้อยคำ กิริยา ท่าทางด้วยความสุภาพอ่อนน้อม มีค่าเฉลี่ย 4.41, 4.15, 4.08 และ 4.07 ตามลำดับ

### ด้านการตอบสนองความต้องการ

การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นด้านการตอบสนองความต้องการ ที่มีผล  
กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ซึ่งมีผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 4-6

**ตารางที่ 4-6:** แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นของการ  
เลือกปัจจัยด้านการตอบสนองความต้องการของการบริการร้านขายยา ในเขต  
อำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังของผู้ตอบแบบสอบถาม

การตอบสนองความต้องการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
2.5.1. ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกจากการใช้บริการ	4.04	0.42	มาก
2.5.2. เกสัชกร/พนักงานขาย มีความพร้อมที่จะให้บริการ ทุกครั้งที่ได้รับบริการ	4.07	0.48	มาก
2.5.3. ขั้นตอนการรับบริการไม่ซับซ้อน สามารถเข้ารับ บริการได้ง่าย	3.91	0.62	มาก
2.5.4. เกสัชกร/พนักงานขายให้บริการที่รวดเร็วฉับไวต่อ ผู้ให้บริการ	4.05	0.81	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.02</b>	<b>0.45</b>	<b>มาก</b>

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4-6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัย  
ด้านการตอบสนองความต้องการ โดยรวมมีความสำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้าน  
ขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ  
4.02 หากพิจารณาในแต่ละข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยรวมมากที่สุด คือ เกสัชกร/พนักงานขาย มีความพร้อม  
ที่จะให้บริการทุกครั้งที่ได้รับบริการ รองลงมา เกสัชกร/พนักงานขายให้บริการที่รวดเร็วฉับไวต่อ  
ผู้ให้บริการ และผู้ให้บริการได้รับความสะดวกจากการใช้บริการข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ขั้นตอน  
การรับบริการไม่ซับซ้อน สามารถเข้ารับบริการได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.07, 4.05, 4.04 และ 3.91  
ตามลำดับ

#### 4.3 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่เก็บรวบรวมได้จำนวน 398 คน เกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

##### กระบวนการตระหนักถึงปัญหา

ตารางที่ 4-7: แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นของการเลือกกระบวนการตัดสินใจ กระบวนการตระหนักถึงปัญหาของการบริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตระหนักถึงปัญหา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
3.1.1. เลือกใช้บริการร้านขายยาเมื่อเจ็บป่วย/ประสงค์ซื้อยา ในกรณีฉุกเฉิน และไม่ต้องการพบแพทย์	3.92	0.94	มาก
3.1.2. เลือกใช้บริการร้านขายยาเมื่อต้องการดูแลสุขภาพ ซื้อ อาหารเสริม ยาบำรุงร่างกาย	3.42	0.75	มาก
3.1.3. เลือกใช้บริการร้านขายยาเมื่อต้องการซื้อเวชสำอาง ยารักษาผิว เกี่ยวกับผิวพรรณ ความงาม	3.24	0.97	ปานกลาง
3.1.4. เลือกใช้บริการร้านขายยาเมื่อต้องการซื้ออุปกรณ์ ทางการแพทย์	3.10	0.992	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.42</b>	<b>0.65</b>	<b>มาก</b>

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4-7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ในกระบวนการตระหนักถึงปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 หากพิจารณาในแต่ละข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยรวมมากที่สุด คือเลือกใช้บริการร้านขายยาเมื่อเจ็บป่วย/ประสงค์ซื้อยาในกรณีฉุกเฉิน และไม่ต้องการพบแพทย์ รองลงมา เลือกใช้บริการร้านขายยาเมื่อต้องการดูแลสุขภาพ ซื้ออาหารเสริม ยาบำรุงร่างกาย และเลือกใช้บริการร้านขายยาเมื่อต้องการซื้อเวชสำอาง ยารักษาผิว

เกี่ยวกับผิวพรรณ ความงาม ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ เลือกใช้บริการร้านขายยาเมื่อต้องการซื้อ  
อุปกรณ์ทางการแพทย์มีค่าเฉลี่ย 3.92 ,3.42, 3.24 และ 3.10 ตามลำดับ

#### กระบวนการค้นหาข้อมูล

ตารางที่ 4.8: แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นของการ  
เลือกกระบวนการตัดสินใจ กระบวนการค้นหาข้อมูลของการบริการร้านขายยา  
ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังของผู้ตอบแบบสอบถาม

การค้นหาข้อมูล	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความ คิดเห็น
3.2.1. เลือกใช้บริการร้านขายยาโดยจะดูป้ายร้านและ ลักษณะของร้านก่อนเลือกใช้บริการ	3.93	0.71	มาก
3.2.2. ค้นหาข้อมูลโดยการปรึกษาเภสัชกร/พนักงานขาย ก่อนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ	3.70	0.72	มาก
3.2.3. ค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลภายในเช่นคนใน ครอบครัว/เพื่อน/ญาติ/ผู้ที่เคยใช้บริการ	3.84	0.81	มาก
3.2.4. ค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลภายนอก เช่นInternet , facebook, โฆษณา, สื่อสิ่งพิมพ์	3.20	0.88	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.66</b>	<b>0.60</b>	<b>มาก</b>

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4-8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อ  
กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ในกระบวนการ  
ค้นหาข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 หากพิจารณาในแต่ละ  
ข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยรวมมากที่สุด คือเลือกใช้บริการร้านขายยาโดยจะดูป้ายร้านและ ลักษณะของร้าน  
ก่อนเลือกใช้บริการ รองลงมา ค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลภายในเช่นคนในครอบครัว/เพื่อน/ญาติ/  
ผู้ที่เคยใช้บริการ และค้นหาข้อมูล โดยการปรึกษาเภสัชกร/พนักงานขายก่อนการตัดสินใจเลือกใช้  
บริการข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลภายนอก เช่นInternet , facebook ,  
โฆษณา, สื่อสิ่งพิมพ์มีค่าเฉลี่ย 3.93, 3.84, 3.70 และ 3.20 ตามลำดับ



### กระบวนการประเมินการเลือก

ตารางที่ 4-9: แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นของการเลือกกระบวนการตัดสินใจ กระบวนการประเมินการเลือกของการบริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประเมินการเลือก	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
3.3.1. เปรียบเทียบร้านขายยาหลายๆ ร้านก่อนเข้าเลือกใช้บริการ	3.46	1.04	มาก
3.3.2. เปรียบเทียบราคาหลายๆ ร้านก่อนเลือกใช้บริการ	3.49	0.95	มาก
3.3.3. ภายในร้านมีสินค้าหลากหลายี่ห่อ	3.59	0.81	มาก
3.3.4. ภายในร้านมีสินค้าหลายประเภท เช่น ยาปฏิชีวนะ, เวชสำอาง, อุปกรณ์การแพทย์ ฯลฯ	3.61	0.82	มาก
รวม	3.54	0.70	มาก

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4-9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ในกระบวนการประเมินการเลือกของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 หากพิจารณาในแต่ละข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยรวมมากที่สุด คือ ภายในร้านมีสินค้าหลายประเภท เช่น ยาปฏิชีวนะ, เวชสำอาง, อุปกรณ์การแพทย์ ฯลฯ รองลงมา ภายในร้านมีสินค้าหลากหลายี่ห่อและเปรียบเทียบราคาหลายๆ ร้านก่อนเลือกใช้บริการข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ เปรียบเทียบร้านขายยาหลายๆ ร้านก่อนเข้าเลือกใช้บริการมีค่าเฉลี่ย 3.61, 3.59, 3.49 และ 3.46 ตามลำดับ

### กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

ตารางที่ 4-10: แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นของการเลือกกระบวนการตัดสินใจ กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการของการบริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตัดสินใจเลือกใช้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
3.4.1. เลือกใช้บริการร้านขายยาจากตำแหน่งที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทางใช้บริการ/ใกล้ที่พักอาศัย/ที่ทำงาน	4.29	0.65	มากที่สุด
3.4.2. เลือกใช้บริการร้านขายยาจากความมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	4.01	0.66	มาก
3.4.3. เลือกใช้บริการร้านขายยาที่มีเภสัชกรอยู่ประจำร้านตลอดเวลาทำการ	4.37	0.60	มากที่สุด
3.4.4. เลือกใช้บริการร้านขายยาจากคุณภาพการให้บริการของเภสัชกร/พนักงานขาย	3.78	0.72	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.11</b>	<b>0.42</b>	<b>มาก</b>

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4-10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ในกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 หากพิจารณาในแต่ละข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยรวมมากที่สุด คือ เลือกใช้บริการร้านขายยาที่มีเภสัชกรอยู่ประจำร้านตลอดเวลาทำการ รองลงมา เลือกใช้บริการร้านขายยาจากตำแหน่งที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทางใช้บริการ/ใกล้ที่พักอาศัย/ที่ทำงานและเลือกใช้บริการร้านขายยาจากความมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเลือกใช้บริการร้านขายยาจากคุณภาพการให้บริการของเภสัชกร/พนักงานขายมีค่าเฉลี่ย 4.37 ,4.29 ,4.01 และ 3.78 ตามลำดับ

### กระบวนการพฤติกรรมหลังการใช้บริการ

ตารางที่ 4-11 : แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความคิดเห็นของการเลือกกระบวนการตัดสินใจ กระบวนการพฤติกรรมหลังการใช้บริการของการบริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังของผู้ตอบแบบสอบถาม

พฤติกรรมหลังการใช้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
3.5.1. เลือกลงกลับไปใช้บริการร้านขายยาที่มีเภสัชกร/พนักงานขายที่คอยให้คำแนะนำ และให้บริการที่ดี	4.23	0.58	มากที่สุด
3.5.2. เลือกลงกลับไปใช้บริการร้านขายยาโดยการบอกต่อกับบุคคลรอบข้างให้เลือกลงใช้บริการร้านขายยาที่ตนเคยใช้	4.01	0.66	มาก
3.5.3. เลือกลงกลับมาใช้บริการร้านขายยา ที่มีคุณภาพของสินค้าและราคาที่คุ้มค่า	4.43	0.61	มากที่สุด
3.5.4. เลือกลงกลับมาใช้บริการร้านขายยาที่มีความสะดวกด้านสถานที่จอดรถที่เพียงพอ	4.05	0.72	มาก
	<b>4.18</b>	<b>0.44</b>	<b>มาก</b>

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4-11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกลงใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ในกระบวนการพฤติกรรมหลังการใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 หากพิจารณาในแต่ละข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยรวมมากที่สุด คือ เลือกลงกลับมาใช้บริการร้านขายยา ที่มีคุณภาพของสินค้าและราคาที่คุ้มค่า รองลงมา เลือกลงกลับไปใช้บริการร้านขายยาที่มีเภสัชกร/พนักงานขายที่คอยให้คำแนะนำ และให้บริการที่ดี และเลือกลงกลับมาใช้บริการร้านขายยาที่มีความสะดวกด้านสถานที่จอดรถที่เพียงพอ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด เลือกลงกลับไปใช้บริการร้านขายยาโดยการบอกต่อกับบุคคลรอบข้างให้เลือกลงใช้บริการร้านขายยาที่ตนเคยใช้มีค่าเฉลี่ย 4.43, 4.23 ,4.05 และ 4.01 ตามลำดับ

#### 4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการวิเคราะห์หาค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพการบริการ กับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 398 คน ผู้วิจัยได้นำข้อมูลดังกล่าว มาทดสอบสมมติฐานการวิจัย ซึ่งได้ผลการวิจัยดังนี้

**ตารางที่ 4-12:** ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยคุณภาพการบริการ กับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง โดยแยกรายด้านของปัจจัยคุณภาพการบริการ

ปัจจัยคุณภาพการบริการ	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	Sig
2.1 ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)	0.231	0.000*
2.2 ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance)	0.288	0.000*
2.3 ด้านการบริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรม (Tangibles)	0.208	0.000*
2.4 ด้านความใส่ใจ (Empathy)	0.325	0.000*
2.5 ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness)	0.432	0.000*

\*อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลจากการศึกษาตามตารางที่ 4-12 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน มีความสัมพันธ์โดยตรงกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง โดยปัจจัยคุณภาพการบริการที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง มากที่สุด คือ ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองความต้องการ รองลงมาเป็นปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความใส่ใจ ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจ ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ และปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการบริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรม ตามลำดับ โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $\gamma$ ) ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.432, 0.325, 0.288, 0.231 และ 0.208 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-13: ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยคุณภาพการบริการรวม 5 ด้าน กับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

ปัจจัยคุณภาพการบริการ	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	Sig
ปัจจัยคุณภาพการบริการรวม 5 ด้าน	0.413	0.000*

\*อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลจากการศึกษาตามตารางที่ 4-13 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยคุณภาพการบริการรวม 5 ด้าน มีความสัมพันธ์โดยตรงกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $\gamma$ ) เท่ากับ 0.413

**ตารางที่ 4-14:** ความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยคุณภาพการบริการ กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง โดยแยกรายด้านคุณภาพการบริการ ตามกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการทั้ง 5 กระบวนการ

ปัจจัยคุณภาพการบริการ	3.1 ตระหนักถึงปัญหา		3.2 การค้นหาข้อมูล		3.3 ประเมินทางเลือก		3.4 ตัดสินใจเลือกใช้บริการ		3.5 พฤติกรรมหลังการใช้บริการ	
	Y	Sig	Y	Sig	Y	Sig	Y	Sig	Y	Sig
2.1 ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)	0.158	0.002*	0.082	0.104	0.352	0.000*	0.007	0.894	0.220	0.000*
2.2 ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance)	0.201	0.000*	0.285	0.000*	0.142	0.005*	0.329	0.000*	0.189	0.000*
2.3 ด้านการบริการที่จับต้องได้เป็น รูปธรรม (Tangibles)	0.075	0.136	0.146	0.003*	0.096	0.057	0.384	0.000*	0.190	0.000*
2.4 ด้านความใส่ใจ (Empathy)	0.161	0.001*	0.113	0.025*	0.281	0.000*	0.271	0.000*	0.496	0.000*
2.5 ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness)	0.293	0.000*	0.202	0.000*	0.452	0.000*	0.202	0.000*	0.500	0.000*

\*อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลจากการศึกษาตามตารางที่ 4-14 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน มีความสัมพันธ์กันไปในทิศทางเดียวกัน กับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ทั้ง 5 กระบวนการ ดังนี้

3.1 ปัจจัยคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน ที่มีความสัมพันธ์กับ “กระบวนการตระหนักถึงปัญหา” ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง มากที่สุด คือ ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองความต้องการ รองลงมา คือ ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจ ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความใส่ใจ ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ และปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการบริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรม ตามลำดับ โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $\gamma$ ) ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.293, 0.201, 0.161, 0.158 และ 0.075 ตามลำดับ

3.2 ปัจจัยคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน ที่มีความสัมพันธ์กับ “กระบวนการค้นหาข้อมูล” ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง มากที่สุด คือ ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจ รองลงมา คือ ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองความต้องการ ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการบริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรม ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความใส่ใจ และปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ ตามลำดับ โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $\gamma$ ) ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.285, 0.202, 0.146, 0.113 และ 0.082 ตามลำดับ

3.3 ปัจจัยคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน ที่มีความสัมพันธ์กับ “กระบวนการประเมินทางเลือก” ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง มากที่สุด คือ ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองความต้องการ รองลงมา คือ ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความใส่ใจ ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจ และปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการบริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรม ตามลำดับ โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $\gamma$ ) ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.452, 0.352, 0.218, 0.142 และ 0.096 ตามลำดับ

3.4 ปัจจัยคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน ที่มีความสัมพันธ์กับ “กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ” ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง มากที่สุด คือ ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการบริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรม รองลงมา คือ ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจ ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความใส่ใจ ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองความต้องการ และปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ ตามลำดับ โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $\gamma$ ) ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.384, 0.329, 0.274, 0.202 และ 0.007 ตามลำดับ

3.5 ปัจจัยคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน ที่มีความสัมพันธ์กับ “กระบวนการพฤติกรรมหลังการใช้บริการ” ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง มากที่สุด คือ ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการตอบสนองความต้องการ รองลงมา คือ ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความใส่ใจ ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือ ปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการบริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรม และปัจจัยคุณภาพการบริการด้านการให้ความมั่นใจ ตามลำดับ โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $\gamma$ ) ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.500, 0.496, 0.220, 0.190 และ 0.189 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4-15:** ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ระหว่างปัจจัยคุณภาพการบริการกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง โดยแยกรายด้านของปัจจัยคุณภาพการบริการ

ตัวแปรอิสระ	B	Beta ( $\beta$ )	t	Sig
ค่าคงที่	1.523		6.271	0.000
2.1 ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)	0.012	0.017	0.327	0.744
2.2 ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance)	0.121	0.126	1.912	0.057
2.3 ด้านการบริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรม (Tangibles)	0.089	0.105	1.477	0.140
2.4 ด้านความใส่ใจ (Empathy)	-0.121	-0.119	-1.487	0.138
2.5 ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness)	0.438	0.459	6.080	0.000

หมายเหตุ :  $R = 0.471$  ,  $F = 22.347$  ,  $R^2 = 0.222$  ,  $Sig = 0.000$

สามารถนำข้อมูลมาเขียนสมการพยากรณ์ ดังนี้

$$Y = 1.523 + 0.438 (\text{การตอบสนองความต้องการ})$$

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4-15 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยคุณภาพการบริการมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา สามารถอธิบายความผันแปรของกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการได้ 22.20% และมีค่า B ของด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจ



ด้านการบริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรม ด้านความใส่ใจ และด้านการตอบสนองความต้องการมีค่า 0.012, 0.121, 0.089, -0.121 และ 0.438 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าบวกทั้งหมด 4 ด้าน แปลว่า หากคุณภาพการบริการเพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะทำให้กระบวนการตัดสินใจเพิ่มขึ้นตามค่า B และมี 1 ด้านติดลบ แปลว่า หากคุณภาพการบริการเพิ่มขึ้น กระบวนการตัดสินใจลดลง

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ด้านการตอบสนองความต้องการเพียงด้านเดียว มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการบริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรม และด้านความใส่ใจ พบว่า ไม่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา

**ตารางที่ 4-16:** ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ระหว่างปัจจัยคุณภาพการบริการกับกระบวนการตัดสินใจซื้อในกระบวนการตระหนักถึงปัญหา

คุณภาพการบริการ	B	Beta ( $\beta$ )	t	Sig
ค่าคงที่	1.332		3.412	0.001
2.1 ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)	-0.017	-0.016	-0.278	0.781
2.2 ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance)	0.255	0.176	2.510	0.012
2.3 ด้านการบริการที่จับต้องได้เป็น รูปธรรม (Tangibles)	-0.026	-0.020	-0.267	0.790
2.4 ด้านความใส่ใจ (Empathy)	-0.264	-0.173	-2.023	0.044
2.5 ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness)	0.547	0.381	4.724	0.000

หมายเหตุ : R = 0.339 , F = 10.171, R<sup>2</sup> = 0.115, Sig = 0.000

สามารถนำข้อมูลมาเขียนสมการพยากรณ์ ดังนี้

$$Y = 1.332 + 0.255 (\text{ด้านการให้ความมั่นใจ}) - 0.264 (\text{ด้านความใส่ใจ}) + 0.547 (\text{การตอบสนองความต้องการ})$$

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4-16 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยคุณภาพการบริการมีผลต่อกระบวนการตระหนักถึงปัญหาในการเลือกใช้บริการร้านขายยา สามารถอธิบายความผันแปรของ

กระบวนการตระหนักถึงปัญหาได้ 11.50% และมีค่า B ของด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการบริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรม ด้านความใส่ใจ และด้านการตอบสนองความต้องการ มีค่า-0.017, 0.255, -0.026, -0.264 และ 0.547 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าบวกทั้งหมด 2 ตัว แปลว่า หากคุณภาพการบริการเพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะทำให้กระบวนการตัดสินใจเพิ่มขึ้นตามค่า B และมี 3 ด้านติดลบ แปลว่า หากคุณภาพการบริการเพิ่มขึ้น กระบวนการตัดสินใจลดลง

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ด้านการให้ความมั่นใจด้านความใส่ใจและด้านการตอบสนองความต้องการ มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนด้านความน่าเชื่อถือ และด้านการบริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรม พบว่า ไม่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา

**ตารางที่ 4-17:** ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ระหว่างปัจจัยคุณภาพการบริการกับกระบวนการตัดสินใจซื้อในกระบวนการค้นหาแหล่งข้อมูลข่าวสาร

คุณภาพการบริการ	B	Beta ( $\beta$ )	t	Sig
ค่าคงที่	1.743		4.877	0.000
2.1 ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)	-0.092	-0.093	-1.654	0.099
2.2 ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance)	0.412	0.309	4.426	0.000
2.3 ด้านการบริการที่จับต้องได้เป็น รูปธรรม (Tangibles)	-0.012	-0.011	-0.140	0.888
2.4 ด้านความใส่ใจ (Empathy)	-0.273	-0.195	-2.282	0.023
2.5 ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness)	0.396	0.300	3.734	0.000

หมายเหตุ : R = 0.343, F = 10.467, R<sup>2</sup> = 0.118, Sig = 0.000

สามารถนำข้อมูลมาเขียนสมการพยากรณ์ ดังนี้

$$Y = 1.743 + 0.421 (\text{ด้านการให้ความมั่นใจ}) - 0.273 (\text{ด้านความใส่ใจ}) + 0.396 (\text{การตอบสนองความต้องการ})$$

ผลการศึกษาดังกล่าวที่ 4-17 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยคุณภาพการบริการมีผลต่อกระบวนการค้นหาแหล่งข้อมูลข่าวสารในการเลือกใช้บริการร้านขายยา สามารถอธิบายความผันแปรของกระบวนการตระหนักถึงปัญหาได้ 11.80% และมีค่า B ของด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการบริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรมด้านความใส่ใจ และด้านการตอบสนองความต้องการ มีค่า -0.092, 0.421, -0.012, -0.273 และ 0.396 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าบวกทั้งหมด 2 ตัว แปลว่า หากคุณภาพการบริการเพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะทำให้กระบวนการตัดสินใจเพิ่มขึ้นตามค่า B และมี 3 ด้านติดลบ แปลว่า หากคุณภาพการบริการเพิ่มขึ้น กระบวนการตัดสินใจลดลง

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ด้านการให้ความมั่นใจด้านความใส่ใจและด้านการตอบสนองความต้องการ มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนด้านความน่าเชื่อถือ และด้านการบริการที่จับต้องได้เป็น พบว่า ไม่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา

**ตารางที่ 4-18:** ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ระหว่างปัจจัยคุณภาพการบริการกับกระบวนการตัดสินใจซื้อในกระบวนการประเมินการเลือก

คุณภาพการบริการ	B	Beta ( $\beta$ )	t	Sig
ค่าคงที่	0.499		1.291	0.197
2.1 ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)	0.249	0.214	4.138	0.000
2.2 ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance)	-0.178	-0.114	-1.766	0.078
2.3 ด้านการบริการที่จับต้องได้เป็น รูปธรรม (Tangibles)	0.243	0.178	2.538	0.012
2.4 ด้านความใส่ใจ (Empathy)	-0.336	-0.205	-2.603	0.010
2.5 ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness)	0.790	0.512	6.900	0.000

หมายเหตุ : R = 0.500 ,F = 26.153, R<sup>2</sup> = 0.250, Sig = 0.000

สามารถนำข้อมูลมาเขียนสมการพยากรณ์ ดังนี้

$$Y = 0.499 + 0.249 (\text{ด้านความน่าเชื่อถือ}) + 0.243 (\text{ด้านการบริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรม}) - 0.336 (\text{ด้านความใส่ใจ}) + 0.790 (\text{การตอบสนองความต้องการ})$$

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4-18 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยคุณภาพการบริการมีผลต่อกระบวนการประเมินการเลือกใช้บริการร้านขายยา สามารถอธิบายความผันแปรของกระบวนการประเมินการเลือกได้ 25% และมีค่า B ของด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการบริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรม ด้านความใส่ใจ และด้านการตอบสนองความต้องการ มีค่า 0.249, -0.178, 0.243, -0.336 และ 0.790 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าบวกทั้งหมด 3 ตัว แปลว่า หากคุณภาพการบริการเพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะทำให้กระบวนการตัดสินใจเพิ่มขึ้นตามค่า B และมี 2 ด้านติดลบ แปลว่า หากคุณภาพการบริการเพิ่มขึ้น กระบวนการตัดสินใจลดลง

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการบริการที่จับต้องได้ เป็นรูปธรรม ด้านความใส่ใจและด้านการตอบสนองความต้องการ มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนด้านการให้ความมั่นใจ พบว่า ไม่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา

**ตารางที่ 4-19:** ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ระหว่างปัจจัยคุณภาพการบริการกับกระบวนการตัดสินใจซื้อในกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

คุณภาพการบริการ	B	Beta ( $\beta$ )	t	Sig
ค่าคงที่	2.243		9.290	0.000
2.1 ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)	-0.087	-0.125	-2.313	0.021
2.2 ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance)	0.132	0.142	2.105	0.036
2.3 ด้านการบริการที่จับต้องได้เป็น รูปธรรม (Tangibles)	0.222	0.270	3.698	0.000
2.4 ด้านความใส่ใจ (Empathy)	-0.010	-0.010	-0.122	0.903
2.5 ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness)	0.166	0.179	2.312	0.021

หมายเหตุ :R = 0.428, F = 17.546, R<sup>2</sup> = 0.183, Sig = 0.000

สามารถนำข้อมูลมาเขียนสมการพยากรณ์ ดังนี้

$$Y = 2.243 - 0.087 (\text{ด้านความน่าเชื่อถือ}) + 0.132 (\text{ด้านการให้ความมั่นใจ}) + 0.222 (\text{ด้านการบริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรม}) + 0.166 (\text{การตอบสนองความต้องการ})$$

ผลการศึกษาดังกล่าวที่ 4-19 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยคุณภาพการบริการมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา สามารถอธิบายความผันแปรของกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการได้ 18.30% และมีค่า B ของด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการบริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรม ด้านความใส่ใจ และด้านการตอบสนองความต้องการ มีค่า -0.087, 0.132, 0.222, -0.010 และ 0.166 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าบวกทั้งหมด 3 ตัว แปลว่า หากคุณภาพการบริการเพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะทำให้กระบวนการตัดสินใจเพิ่มขึ้นตามค่า B และมี 2 ด้านติดลบ แปลว่า หากคุณภาพการบริการเพิ่มขึ้น กระบวนการตัดสินใจลดลง

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการบริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรม และด้านการตอบสนองความต้องการ มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนด้านความใส่ใจ พบว่า ไม่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา

**ตารางที่ 4-20:** ผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ระหว่างปัจจัยคุณภาพการบริการกับกระบวนการตัดสินใจซื้อในกระบวนการพฤติกรรมหลังการใช้บริการ

คุณภาพการบริการ	B	Beta ( $\beta$ )	t	Sig
ค่าคงที่	1.800		7.520	0.000
2.1 ด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)	0.009	0.012	0.241	0.810
2.2 ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance)	-0.017	-0.017	-0.272	0.786
2.3 ด้านการบริการที่จับต้องได้เป็น รูปธรรม (Tangibles)	0.019	0.022	0.317	0.751
2.4 ด้านความใส่ใจ (Empathy)	0.279	0.268	3.483	0.001
2.5 ด้านการตอบสนองความต้องการ (Responsiveness)	0.292	0.298	4.112	0.000

หมายเหตุ :R = 0.534, F = 31.298, R<sup>2</sup> = 0.285, Sig = 0.000

สามารถนำข้อมูลมาเขียนสมการพยากรณ์ ดังนี้

$$Y = 1.8 + 0.279 (\text{ด้านความใส่ใจ}) + 0.292 (\text{การตอบสนองความต้องการ})$$

ผลการศึกษาตามตารางที่ 4-20 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยคุณภาพการบริการมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา สามารถอธิบายความผันแปรของกระบวนการพฤติกรรมหลังการใช้บริการได้ 28.50% และมีค่า B ของด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการบริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรม ด้านความใส่ใจ และด้านการตอบสนองความต้องการ มีค่า 0.009, -0.017, 0.019, 0.279 และ 0.292 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าบวกทั้งหมด 4 ตัว แปลว่า หากคุณภาพการบริการเพิ่มขึ้น 1 หน่วยจะทำให้กระบวนการตัดสินใจเพิ่มขึ้นตามค่า B และมี 1 ด้านติดลบ แปลว่า หากคุณภาพการบริการเพิ่มขึ้น กระบวนการตัดสินใจลดลง

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ด้านความใส่ใจ และด้านการตอบสนองความต้องการ มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการบริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรม พบว่า ไม่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา

## บทที่ 5

### สรุปผล และอภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพการบริการ กับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง และศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการ ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จากข้อมูลระบบสถิติทางการทะเบียน มีจำนวนประชากรในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จำนวน 91,104 คน คำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร ยามานะ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 398 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย (Simple random Simple) โดยจะเก็บข้อมูลจากแหล่งต่างๆ บริเวณร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัยการศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ดังนี้

5.1.1 ผู้ตอบแบบสอบถาม 398 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25-34 ปี ส่วนมากจบการศึกษาปริญญาตรี มีสถานภาพโสด ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ 20,001 บาทขึ้นไป ซึ่งการใช้บริการแต่ละครั้งผู้ซื้อส่วนใหญ่ซื้อสินค้าจำนวนเงินไม่เกิน 500 บาท

5.1.2 ข้อมูลระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง จากกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจจำนวน 398 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการในแต่ละด้านว่ามีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังอยู่ในระดับมาก-มากที่สุด และปัจจัยคุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังของผู้ตอบแบบสอบถามมีดังนี้

ตาราง 5-1: ปัจจัยคุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

ปัจจัยคุณภาพการบริการ	มีความสำคัญต่อ	
	กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ	ปัจจัยย่อยที่มีความสัมพันธ์มากที่สุด
1.ด้านความน่าเชื่อถือ	ระดับมาก	เภสัชกร/พนักงานขายสอบถามประวัติก่อนให้บริการ
2.ด้านการให้ความมั่นใจ	ระดับมากที่สุด	เภสัชกร/พนักงานขายมีทักษะความรู้ความสามารถในการให้คำแนะนำเรื่องยา/สินค้า, จัดยาได้ถูกต้องตามคำสั่งซื้อ, สามารถตอบข้อสงสัยให้เข้าใจอย่างชัดเจนและมีการให้ข้อมูลตรงกับผู้รับบริการได้อย่างถูกต้องครบถ้วน
3.ด้านบริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรม	ระดับมากที่สุด	มีเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่มีความทันสมัย ,เภสัชกร/พนักงานขาย มีการแต่งกายเรียบร้อยเหมาะสม, มีบุคลิกภาพที่ดี, มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการพร้อมสะอาด ครบถ้วน การให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น อากาศ ที่นั่ง ห้องน้ำ สถานที่จอดรถ
4.ด้านความใส่ใจ	ระดับมาก	เภสัชกร/พนักงานขายมีการแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับการใช้ยา/วิธีรักษาสุขภาพ/วิธีการปฏิบัติตัวหลังได้รับการรักษา/คำแนะนำ
5. ด้านการตอบสนองความต้องการ	ระดับมาก	ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกจากการใช้บริการ, เภสัชกร/พนักงานขาย มีความพร้อมที่จะให้บริการทุกครั้งที่ให้บริการ ,มีขั้นตอนการรับบริการไม่ซับซ้อน สามารถเข้ารับบริการได้ง่าย และเภสัชกร/พนักงานขายให้บริการที่รวดเร็ว นับไวต่อผู้ใช้บริการ



5.1.3 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นของกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาเป็นปัจจัยย่อยได้ดังนี้

ตาราง 5-2: ความคิดเห็นของกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ	มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ	ปัจจัยย่อยที่มีความสัมพันธ์มากที่สุด
1. ตระหนักถึงปัญหา	ระดับมาก	-
2. การค้นหาข้อมูล	ระดับมาก	-
3. กระบวนการประเมินการเลือก	ระดับมาก	-
4. กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ	ระดับมาก	สะดวกต่อการเดินทาง/ใกล้ที่พักและที่ทำงาน และเลือกร้านที่มีเภสัชกรอยู่ประจำร้านตลอดเวลาทำการ
5. พฤติกรรมหลังการใช้บริการ	ระดับมาก	หลังการใช้บริการผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจเลือกกลับไปใช้บริการร้านขายยาที่มีเภสัชกร/พนักงานขายที่คอยให้คำแนะนำและให้บริการที่ดี รวมถึงสินค้าที่มีคุณภาพและราคาที่คุ้มค่านั่น

5.1.4 ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพการบริการกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ได้ผลสรุปดังนี้

**ตาราง 5-3:** ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพการบริการกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

ปัจจัยคุณภาพการบริการ	มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา
1. ด้านความน่าเชื่อถือ	✓
2. ด้านการสร้างความมั่นใจ	✓
3. ด้านการบริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรม	✓
4. ด้านความใส่ใจ	✓
5. ด้านการสนองตอบความต้องการ	✓

(อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 )

5.1.5 จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพการบริการกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง โดยแยกรายด้านคุณภาพการบริการ ตามกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการทั้ง 5 กระบวนการซึ่งจากการทดสอบได้สรุปผลดังนี้

**ตาราง 5-4: ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพการบริการกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังซึ่งจากการทดสอบสมมติฐานได้ข้อสรุปดังนี้**  
(เครื่องหมาย ✓ คือมีความสัมพันธ์, เครื่องหมาย – คือ ไม่มีความสัมพันธ์)

ปัจจัยคุณภาพการบริการ	กระบวนการตัดสินใจ				
	กระบวนการตระหนักถึงปัญหา	กระบวนการค้นหาแหล่งข้อมูลข่าวสาร	กระบวนการประเมินทางเลือก	กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ	กระบวนการพฤติกรรมหลังการใช้บริการ
1. ด้านความน่าเชื่อถือ	✓	-	✓	-	✓
2. ด้านการให้ความมั่นใจ	✓	✓	✓	✓	✓
3. ด้านการบริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรม	-	✓	-	✓	✓
4. ด้านความใส่ใจ	✓	✓	✓	✓	✓
5. ด้านการตอบสนองความต้องการ	✓	✓	✓	✓	✓

(อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05)

5.1.7 จากการวิเคราะห์ผลความถดถอยพหุคูณ ระหว่างปัจจัยคุณภาพการบริการ ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ซึ่งจากการทดสอบได้ผลสรุปดังนี้

ตาราง 5-5: ปัจจัยคุณภาพการบริการ ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

(เครื่องหมาย ✓ คือมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ, เครื่องหมาย – คือ ไม่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ)

ปัจจัยคุณภาพการบริการ	มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา
1. ด้านความน่าเชื่อถือ	-
2. ด้านการสร้างความมั่นใจ	-
3. ด้านการบริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรม	-
4. ด้านความใส่ใจ	-
5. ด้านการสนองตอบความต้องการ	✓

(อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05)

5.1.9 จากการวิเคราะห์ความความถดถอยพหุคูณ ปัจจัยคุณภาพการบริการ ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังโดยแยกรายด้านคุณภาพการบริการ ตามกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการทั้ง 5 กระบวนการซึ่งจากการทดสอบได้สรุปผลดังนี้

ตาราง 5-6 : ปัจจัยคุณภาพการบริการ ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา  
 ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังซึ่งจากการทดสอบสมมติฐานได้ข้อสรุปดังนี้  
 (เครื่องหมาย ✓ คือ มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ, เครื่องหมาย – คือ  
 ไม่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ)

ปัจจัยคุณภาพ การบริการ	กระบวนการตัดสินใจ				
	กระบวนการ ตระหนักถึง ปัญหา	กระบวนการ การค้นหา แหล่งข้อมูล ข่าวสาร	กระบวนการ ประเมิน ทางเลือก	กระบวนการ ตัดสินใจ เลือกใช้บริการ	กระบวนการ พฤติกรรม หลังการใช้ บริการ
1. ด้านความ น่าเชื่อถือ	-	-	✓	✓	-
2. ด้านการให้ ความมั่นใจ	✓	✓	-	✓	-
3. ด้านการบริการ ที่จับต้องได้เป็น รูปธรรม	-	-	-	✓	-
4. ด้านความใส ใจ	✓	✓	✓	-	✓
5. ด้านการ ตอบสนองความ ต้องการ	✓	✓	✓	✓	✓

(อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05)

## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

ประเด็นสำคัญที่ได้พบจากการวิจัยในเรื่องนี้ ผู้วิจัยได้นำมาอภิปรายเพื่อสรุปเป็นข้อ ดังนี้

### 5.2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพการบริการกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

ผลการศึกษาสรุปปัจจัยคุณภาพการบริการ 5 ด้าน คือ พบว่าปัจจัยคุณภาพการบริการทั้ง 5 ด้าน มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ตามแนวคิดของชัชสมพล ชาวประเสริฐ (อ้างถึงใน พชร ช่อนกลิ่น, 2555) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ผู้ใช้บริการมีการคาดหวังก่อนที่จะใช้บริการ เมื่อใช้บริการสิ่งที่ได้รับตรงหรือเกินความคาดหวังที่ตั้งไว้ ผู้ใช้บริการจะเกิดความพึงพอใจ เกิดการกลับมาใช้ซ้ำ การบอกต่อในบริการที่ตนได้รับ และเกิดความจงรักภักดีต่อบริการ อีกทั้งยังมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมฤดี ธรรมสุริตติ (2554) ที่พบว่าปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความเห็นอกเห็นใจ ด้านการสร้างเชื่อมั่น และด้านการตอบสนองความต้องการ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริกาญจน์ กมลปิยะพัฒน์ (2556) ที่พบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร

### 5.2.2 ผลการศึกษาสรุปการวิจัยระดับความคิดเห็นปัจจัยคุณภาพการบริการกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังโดยแยกปัจจัยคุณภาพเป็นรายด้าน

ปัจจัยคุณภาพการบริการ “ด้านความน่าเชื่อถือ” ในการให้บริการมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ การสอบถามประวัติก่อนการให้บริการ การบริการที่มีความน่าเชื่อถือ เกสซ์กร/พนักงานขายมีใบประกอบวิชาชีพ สอดคล้องกับแนวคิดของ Parasuraman (อ้างใน ฌัฐพัชร ลือประดิษฐ์พงษ์, 2549) ที่กล่าวว่า ความน่าเชื่อถือ คือ การบริการที่ถูกต้องแม่นยำ ให้บริการได้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้บริการ มีความสม่ำเสมอในการให้บริการ และทำให้ผู้บริการรู้สึกที่น่าเชื่อถือในมาตรฐาน จากผลการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับ เกสซ์กรสอบถามประวัติก่อนให้บริการ และเกสซ์กรมีใบประกอบวิชาชีพ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจ เช่น เกสซ์กรมีการสอบถามประวัติของผู้ตอบแบบสอบถามว่ามีอาการ และประวัติการแพ้ยา แก่ผู้ตอบ

แบบสอบถาม ก็ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเกิดความเชื่อมั่นในการรับบริการมากขึ้น จึงทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเกิดความต้องการที่จะใช้บริการกับร้านขายยานั้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย สุชาสินี ภาษาประเทศ (2554) ที่กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการของพนักงานขาย ด้านความน่าเชื่อถือ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้บริโภค ในเรื่องของการซักประวัติก่อนจ่ายยา สามารถตอบคำถามเรื่องโรคได้

**ปัจจัยคุณภาพการบริการ “ด้านการสร้างความมั่นใจ”** ให้แก่ผู้มาใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ เกษชกร/พนักงานขาย มีทักษะความรู้ความสามารถในการให้คำแนะนำเรื่องยา/สินค้า สามารถตอบข้อสงสัยให้เข้าใจอย่างชัดเจน และมีการให้ข้อมูลตรงกับที่ท่านต้องการ ได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน จัดยาได้ถูกต้องตามคำสั่งซื้อ สอดคล้องกับแนวคิดของ Parasuraman (อ้างใน ฉัฐพัชร ลือประดิษฐ์พงษ์, 2549) ที่กล่าวไว้ว่า การให้ความมั่นใจ คือ พนักงานควรมีความรู้ ทักษะในการให้บริการ สามารถตอบข้อซักถามของผู้ใช้บริการได้ ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความมั่นคงปลอดภัยกับบริการที่ได้รับ จากผลการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับ เกษชกรมีทักษะ ความรู้ ให้คำปรึกษา และจัดยาได้ถูกต้อง มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจ เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามไปร้านขายยาก็ต้องการความมั่นใจจากการซื้อยามารักษา เกษชกรที่มีความรู้ ความสามารถ ตอบข้อสงสัยได้อย่างชัดเจน ก็สามารถทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเกิดความมั่นใจในร้านขายยานั้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ออมทอง ทิพย์ภูวตานนท์ (2557) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง ควรมีเภสัชกรอยู่ตลอดเวลาทำการและถ้าไม่มีเภสัชกรแต่มีพนักงานขายที่มีความรู้เกี่ยวกับยาเป็นอย่างดีก็สามารถทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามยอมรับได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของสุชาสินี ภาษาประเทศ (2554) กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการของพนักงานขาย ในด้านความมั่นใจ โดยคุณภาพการให้บริการของพนักงาน คือสามารถจัดยาได้ถูกต้องตามคำสั่งซื้อ และพนักงานสามารถตอบคำถามเรื่องยาได้ทุกอย่าง

**ปัจจัยคุณภาพการบริการ “ด้านการบริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรม”** ของการบริการ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการพร้อม สะอาด ครบถ้วน เกษชกร/พนักงานขาย มีการแต่งกายเรียบร้อยเหมาะสม มีบุคลิกภาพที่ดี มีเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่มีความทันสมัย และมีการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น อากาศ ที่นั่ง ห้องน้ำ สถานที่จอดรถ สอดคล้องกับแนวคิดของ Parasuraman (อ้างใน ฉัฐพัชร ลือประดิษฐ์พงษ์, 2549 น. 40-41) ที่กล่าวไว้ว่า การบริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรม คือ สิ่งที่สามารถเห็นเป็นรูปธรรม จับต้องได้ สิ่งที่อำนวยความสะดวกให้กับ

ผู้ใช้บริการเช่น เครื่องมือ อุปกรณ์ทางการแพทย์ มีสถานที่ที่จอตรง ตรวจสอบสุขภาพเบื้องต้น (วัดความดัน) ให้กับผู้ใช้บริการ เพื่อให้เกิดความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัย สมฤดี ธรรมสุริตี (2554) ที่พบว่าปัจจัยคุณภาพการบริการ ด้านความเป็นรูปธรรม มีการให้ความสำคัญกับการมีบัตรนัด และระบบการทำงานชัดเจน สิ่งแวดล้อมภายในโรงพยาบาลสะอาด สวยงาม อากาศถ่ายเท รวมถึงการแต่งกายที่สะอาด บุคลิกภาพที่ดีสุภาพ จากผลการศึกษาด้านการบริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่องของความพร้อม และความทันสมัยของเครื่องมือ อุปกรณ์ และเภสัชกรมีการแต่งกายที่เหมาะสม มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจ ร้านขายยาที่มีเครื่องมือ อุปกรณ์ที่ทันสมัย และมีความสะดวกต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ส่งผลดีต่อการตัดสินใจ เพราะเมื่อผู้ตอบแบบสอบถามเห็นเครื่องมือ อุปกรณ์ การแต่งกายของเภสัชกร และความสะดวกในการรับบริการ เป็นสิ่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถสัมผัสและเห็นได้ จึงทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกที่จะใช้บริการร้านขายยา ซึ่งสอดคล้องกับสิริกาญจน์ กมลปิยะวัฒน์ (2556) กล่าวว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญในด้านกิจกรรมารยาที่ดี และเครื่องมือ อุปกรณ์ทางการแพทย์ที่มีความพร้อม และอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ทันสมัยของโรงพยาบาล

**ปัจจัยคุณภาพการบริการ “ด้านความใส่ใจ”** ในการบริการ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรังผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ เภสัชกร/พนักงานขาย มีการแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับการใช้ยา/วิธีการรักษาสุขภาพ/วิธีการปฏิบัติตัวหลังได้รับการรักษา/คำแนะนำ เภสัชกร/พนักงานขาย ใช้คำพูด ศัพท์ (ทางด้านยา/การรักษา/โรค) ที่เข้าใจง่าย เภสัชกร/พนักงานขาย ให้บริการด้วยความเสมอภาค ได้รับบริการที่มีมาตรฐานเดียวกันอย่างสม่ำเสมอ และเภสัชกร/พนักงานขายให้บริการด้วยถ้อยคำ กิริยาท่าทางด้วยความสุภาพอ่อนน้อม ตามแนวคิดของ Parasuraman (อังกิน ญัฐพัชร สือประดิษฐ์พงษ์, 2549) ที่กล่าวไว้ว่า ความใส่ใจ เป็นการช่วยเหลือ บริการอย่างเสมอภาค ให้คำแนะนำที่ดีแก่ผู้ใช้บริการช่วยให้การบริการมีคุณภาพมากขึ้น จากผลการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับ เภสัชกรแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับยา การรักษาและให้บริการที่เสมอภาค มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจ ถ้าเภสัชกรมีการใส่ใจในการบริการ คอยให้รายละเอียดเรื่องยา การรักษา และให้บริการที่เสมอภาคก็จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย สุธาสินี ภาษาประเทศ (2554) กล่าวว่าไว้ว่า ด้านความเอาใจใส่ดูแลผู้ใช้บริการต้องการให้พนักงานรับฟังคำถามอย่างตั้งใจ พนักงานพูดเข้าใจง่ายซักถามความต้องการอย่างสนใจ เข้าใจความต้องการของลูกค้า และให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคล

**ปัจจัยคุณภาพการบริการ “ด้านการสนองตอบความต้องการ”** การบริการมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง



ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเภสัชกร/พนักงานขาย มีความพร้อมที่จะให้บริการทุกครั้งที่ให้บริการ เภสัชกร/พนักงานขายให้บริการที่รวดเร็วฉับไวต่อผู้ใช้บริการ และผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกจากการใช้บริการ ตามแนวคิดของ Parasuraman (อ้างใน ฉวีพัชร ธี้อประดิษฐ์พงษ์, 2549) ที่กล่าวไว้ว่า การตอบสนองความต้องการ เป็นการเต็มใจที่จะบริการ ให้บริการอย่างรวดเร็ว ได้ทันทั่วถึงตามที่ผู้ใช้บริการได้คาดหวังไว้ จากผลการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับ เภสัชกรมีความพร้อมที่จะรักษา ให้คำแนะนำ และบริการที่รวดเร็ว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจ ถ้าหากเภสัชกรบริการรวดเร็ว พร้อมที่จะรักษา และให้คำแนะนำ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามได้ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย สมฤดี ธรรมสุรดี (2554) กล่าวว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับการบริการที่รวดเร็ว แพทย์อธิบายถึงอาการที่เป็นได้อย่างเข้าใจ คำแนะนำมีความชัดเจน

### 5.2.3 ผลการศึกษาสรุปการวิจัยระดับความคิดเห็นต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง โดยแยกตามกระบวนการ

จากการศึกษาระดับความคิดเห็นของการเลือกกระบวนการตัดสินใจ ใน “กระบวนการตระหนักถึงปัญหา” ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการเลือกใช้บริการร้านขายยาเมื่อเจ็บป่วย/ประสงค์ซื้อยาในกรณีฉุกเฉิน และไม่ต้องการพบแพทย์ เลือกใช้บริการร้านขายยาเมื่อต้องการดูแลสุขภาพ ซื้ออาหารเสริม ยาบำรุงร่างกาย สอดคล้องกับแนวคิดของ ชนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ (2547) กล่าวไว้ว่าการตระหนักถึงปัญหาเป็นความต้องการที่เกิดจากความต้องการจริงและความปรารถนา อาจจะถูกกระตุ้นจากแหล่งภายในและแหล่งภายนอก ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความต้องการที่จะใช้ จากผลการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการเลือกใช้บริการร้านขายยาเมื่อเจ็บป่วย/ประสงค์ซื้อยาในกรณีฉุกเฉินนั้น แสดงให้เห็นว่าเมื่อผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้และตระหนักถึงปัญหา มีความต้องการในการเลือกใช้บริการในกรณีฉุกเฉิน เพื่ออาการเจ็บป่วย ซึ่งอาจถูกกระตุ้นจากปัจจัยต่างๆ เช่น ไม่อยากเสียเวลาไปพบแพทย์ จึงทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเกิดความต้องการที่จะใช้บริการกับร้านขายยา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของออมทอง ทิพย์ภูวดานนท์ (2557) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในเรื่อง ไปร้านขายยาในกรณีเจ็บป่วย ไม่ต้องการเข้าพบแพทย์ ใช้บริการร้านยาเมื่อต้องการดูแลสุขภาพ และไปซื้อเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ดูแลผิวพรรณ

จากการศึกษาระดับความคิดเห็นของการเลือกกระบวนการตัดสินใจ ใน “กระบวนการค้นหาข้อมูล” ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับ การเลือกใช้บริการร้านขายยา

โดยจะดูป้ายร้าน และลักษณะของร้านก่อนเลือกใช้บริการค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลภายใน เช่น คนในครอบครัว/เพื่อน/ญาติ/ผู้ที่เคยใช้บริการค้นหาข้อมูล โดยการปรึกษาเภสัชกร/พนักงานขาย ก่อนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ สอดคล้องกับแนวคิดของชนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ (2547) กล่าวว่าไว้ว่าผู้ให้บริการจะได้รับแรงกระตุ้นในการหาข้อมูลเพิ่มเติม ซึ่งจะหาจากการสอบถามบุคคลรอบข้าง สื่อโฆษณา พนักงานขาย เพื่อให้ได้ข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติมที่ใช้ในการประกอบกับบริการที่จะใช้ จากผลการศึกษา แสดงให้เห็นว่า กระบวนการค้นหาข้อมูล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการเลือกใช้บริการร้านขายยา โดยดูป้ายร้านและลักษณะร้านก่อนเลือกใช้บริการ เมื่อผู้ตอบแบบสอบถามเกิดความต้องการแล้วจะแสวงหาข้อมูลจากแหล่งการค้า ซึ่งในที่นี้ได้แก่ป้ายร้านและลักษณะร้านก่อนเลือกใช้บริการเพื่อเป็นข้อมูลในการประกอบการตัดสินใจ ก่อนการ ค้นหาข้อมูลจากแหล่งบุคคล เช่น คนในครอบครัว เพื่อน ซึ่งอาจเป็นเพราะด้วยชนิดของสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ยาที่ต้องการความถูกต้อง สะดวก ปลอดภัย และมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของออมทอง ทิพย์ภูวดานนท์ (2557) ที่กล่าวไว้ว่าผู้ให้บริการให้ความสำคัญเมื่อเข้าใช้บริการร้านขายยา ผู้ให้บริการสามารถปรึกษาเภสัชก่อนการตัดสินใจซื้อ ดูป้ายร้าน ลักษณะร้าน ก่อนใช้บริการ

จากการศึกษาระดับความคิดเห็นของการเลือกกระบวนการตัดสินใจ ใน **“กระบวนการประเมินทางเลือก”** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับ ภายในร้านมีสินค้าหลายประเภท เช่นยาปฏิชีวนะ, เวชสำอาง, อุปกรณ์การแพทย์ ฯลฯ ภายในร้านมีสินค้าหลากหลายยี่ห้อ เปรียบเทียบราคาหลายๆร้านก่อนเลือกใช้บริการ และ เปรียบเทียบร้านขายยาหลายๆร้านก่อนเข้าเลือกใช้บริการ สอดคล้องกับแนวคิดของชนวรรณ แสงสุวรรณและคณะ (2547) กล่าวว่าไว้ว่า เมื่อได้ข้อมูลมาประกอบในการซื้อ ก่อนที่จะซื้อผู้จะใช้จะประเมินทางเลือกโดยดูคุณสมบัติสินค้า ประโยชน์จากสินค้า และเปรียบเทียบร้านและสินค้าที่จะเข้าใช้บริการก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ จากผลการศึกษา เมื่อผู้ตอบแบบสอบถามได้รับข้อมูลต่างๆ เพียงพอที่จะนำไปใช้เป็นประโยชน์ในการประเมินทางเลือกแล้ว ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับ สินค้าภายในร้านมีหลากหลายประเภทและหลายยี่ห้อ รวมทั้งมีการเปรียบเทียบราคา หรือคุณสมบัติอื่นๆ เพื่อให้เกิดความคุ้มค่า จากการใช้บริการมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของออมทอง ทิพย์ภูวดานนท์ (2557) ได้กล่าวว่ามีการให้ความสำคัญกับการเปรียบเทียบร้านยาหลายๆร้าน และราคาก่อนตัดสินใจซื้อ

จากการศึกษาระดับความคิดเห็นของการเลือกกระบวนการตัดสินใจ ใน **“กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ”** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับ การเลือกใช้บริการร้านขายยาที่มีเภสัชกรอยู่ประจำร้านตลอดเวลาทำการการเลือกใช้บริการร้านขายยาจากตำแหน่งที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทางใช้บริการ/ใกล้ที่พักอาศัย/ที่ทำงานและเลือกใช้บริการร้านขายยา

จากความมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก สอดคล้องกับแนวคิดของชนวรรณ แสงสุวรรณและคณะ (2547) กล่าวไว้ว่า เกิดจากการประเมินทางเลือกการใช้บริการ มี 2 ปัจจัยที่เข้ามามีผลกับการตัดสินใจ คือทัศนคติที่มีต่อบริการ อาจส่งผลต่อการเลือกใช้ หรือไม่เลือกใช้บริการ และแรงจูงใจจากการคล้อยตามผู้อื่นเข้ามาแทรกทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อหรือคล้อยตามจนปรับเปลี่ยนความตั้งใจที่ได้ตัดสินใจตั้งแต่แรก จากการศึกษา เมื่อผู้ตอบแบบสอบถามได้ค้นหาข้อมูลและมีข้อมูลที่เพียงพอ ได้ยี่ห้อสินค้าที่ต้องการแล้ว อาจมีปัจจัยอื่นๆที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามเกิดความลังเล อันเนื่องมาจากการรับรู้ความเสี่ยง ซึ่งในที่นี้ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับร้านขายยาที่มีเภสัชกรอยู่ประจำร้านตลอดเวลา เพื่อสร้างความมั่นใจในการใช้บริการ ว่าได้รับการรักษา คำแนะนำจากเภสัชกรโดยตรง ซึ่งในส่วนนี้จะส่งผลต่อทัศนคติ และแรงจูงใจในการเลือกใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกษสุดา นครศิลป์ (2556) ที่พบว่าธุรกิจร้านขายยาควรมีทำเลที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน มีผู้คนสามารถสัญจรไปมาได้ตลอด และควรมีเภสัชกรประจำร้านตลอดเวลาเปิดทำการเพื่อความสะดวกในการใช้บริการและสอดคล้องกับ พงศธร พึ่งเนตร(2557) ซึ่งศึกษาภาพลักษณ์การบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้โรงพยาบาลเอกชน ซึ่งด้านความสะดวกของทำเลที่ตั้ง คือ โรงพยาบาลอยู่ในทำเลที่เหมาะสม ผู้ใช้ติดต่อได้สะดวก

จากการศึกษาระดับความคิดเห็นของการเลือกกระบวนการตัดสินใจ ใน “กระบวนการพฤติกรรมหลังการใช้บริการ” ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับ การเลือกกลับมาใช้บริการร้านขายยา ที่มีคุณภาพของสินค้าและราคาที่คุ้มค่าเลือกกลับไปใช้บริการร้านขายยาที่มีเภสัชกร/พนักงานขาย ที่คอยให้คำแนะนำ และให้บริการที่ดี เลือกกลับมาใช้บริการร้านขายยาที่มีความสะดวกด้านสถานที่จอดรถที่เพียงพอ และเลือกกลับไปใช้บริการร้านขายยาโดยการบอกต่อกับบุคคลรอบข้างให้เลือกใช้บริการร้านขายยาที่ตนเคยใช้ สอดคล้องกับแนวคิดของชนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ (2547) กล่าวไว้ว่า หลังจากการซื้อผู้ใช้จะมีประสบการณ์ว่าพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ถ้าเกิดความพึงพอใจ ก็จะเกิดการกลับไปซื้อซ้ำ และเกิดการบอกต่อให้กับบุคคลรอบข้างไปใช้ตาม ถ้าหากไม่พึงพอใจก็จะไม่กลับไปใช้ซ้ำ และจะเปลี่ยนหาข้อมูลเพิ่มเติมและตัดสินใจเลือกใช้บริการของกลุ่มแข่งได้ จากผลการศึกษาตัดสินใจ ในกระบวนการพฤติกรรมหลังการใช้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ โดยเลือกกลับมาใช้บริการกับร้านขายยาที่มีคุณภาพ ราคาคุ้มค่า และเลือกร้านที่มีความสะดวก แสดงให้เห็นว่าเมื่อผู้ตอบแบบสอบถามใช้บริการร้านขายยา หากเกิดความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการ จะเกิดพฤติกรรมการกลับมาใช้ซ้ำ และการบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกกาญจน์ โชคกาญจน์วัฒน์ และอิทธิกร ขำเดช (2555) ที่พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านขายยา ซึ่งสอดคล้อง

กับ ออมทอง ทิพย์ภูวตานนท์ (2557) กล่าวว่า ผู้ใช้บริการเลือกกลับไปซื้อร้านขายยาที่มีเภสัช แม้จะมีราคาแพงกว่าที่อื่น และยังบอกต่อกับคนรอบข้างให้มาใช้บริการร้านขายยาที่เคยใช้

#### 5.2.4 ผลการศึกษาสรุปการวิจัยปัจจัยคุณภาพการบริการ 5 ด้านที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

จากผลการวิจัยปัจจัยคุณภาพการบริการ 5 ด้าน โดยใช้วิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) พบว่ามีเพียงด้านเดียวที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา คือ ด้านการตอบสนองความต้องการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แนวคิดของ Parasuraman (อ้างใน ณัฐพัชร ลือประดิษฐ์พงษ์, 2549) ที่กล่าวไว้ว่าการตอบสนองผู้ใช้บริการ เภสัชกรควรแสดงออกถึงความพร้อม ความตั้งใจที่จะให้บริการ เต็มใจที่จะช่วยเหลือ และบริการอย่างรวดเร็ว ตอบสนองทันตามความต้องการของผู้ใช้บริการ จากผลการศึกษา การตอบสนองความต้องการ มีผลต่อการตัดสินใจในบริการ นั่นคือ ผู้ตอบแบบสอบถามจะเลือกใช้บริการร้านขายยาที่สามารถตอบสนองความต้องการได้ เช่น มีผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ มีทางเลือกที่หลากหลาย ราคาคุ้มค่า มีการบริการที่ดี เอาใจใส่ เภสัชกรมีคำแนะนำปรึกษาที่ดี เป็นต้น ถ้าร้านขายยาใดสามารถตอบสนองความต้องการได้ จะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยานั้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมฤดี ธรรมสุริตี (2554) ที่พบว่าปัจจัยคุณภาพการบริการมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

ผลจากการศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ผู้วิจัยจึงเสนอแนวทางสำหรับธุรกิจร้านขายยาสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ได้ดังนี้

ตาราง 5-7 : ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

ข้อเสนอแนะ	คุณภาพการบริการ
<p>1. ทางเภสัชกรควรมีใบประกอบวิชาชีพ อยู่ทำการประจำการ ร้านตลอดเวลาเปิดทำการ เพื่อคอยให้คำแนะนำผู้ใช้บริการ และมีความพร้อมที่จะให้บริการอยู่ตลอดเวลา บริการอย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจเลือกเข้าใช้บริการ ร้านขายยา ดังนั้นทางร้านขายยาควรให้ความสำคัญกับด้านนี้ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ และเป็นสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน</p>	<p>ซึ่งตรงกับคุณภาพการบริการ ด้านการตอบสนองความต้องการ และด้านความน่าเชื่อถือ</p>
<p>2. ก่อนการบริการขายยาให้กับผู้ใช้บริการ ทางเภสัชกรควรจะมีการสอบถามประวัติผู้ใช้บริการก่อนว่าผู้ใช้บริการมีประวัติ และอาการอย่างไรก่อนที่จะจ่ายยาเพื่อจ่ายยาให้กับผู้ใช้บริการ ได้ถูกต้อง ครบถ้วน และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความมั่นใจในการใช้บริการมากยิ่งขึ้น</p>	<p>ซึ่งตรงกับคุณภาพการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านความมั่นใจ</p>
<p>3. เภสัชกรควรมีทักษะ ความรู้ความสามารถในเรื่องของยา และโรค และสามารถให้คำแนะนำเรื่องยาวิธีรักษาสุขภาพ/ วิธีการปฏิบัติตัวหลังได้รับการรักษาให้กับผู้ใช้บริการได้อย่างชัดเจน ถูกต้อง และเภสัชกร สามารถตอบข้อซักถามของผู้ใช้บริการได้อย่างครบถ้วน ชัดเจน ดังนั้นทางเภสัชกรควรมีความรู้ และให้คำแนะนำแก่ผู้ใช้บริการได้</p>	<p>ตรงกับคุณภาพการบริการ ด้านความมั่นใจ และด้านความใส่ใจ</p>
<p>4. เภสัชกรควรแต่งกายเรียบร้อยเหมาะสม มีบุคลิกภาพที่ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีอัธยาศัยที่ดีต่อผู้ใช้บริการ ทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกถึงความเป็นมิตร</p>	<p>ตรงกับคุณภาพการบริการด้าน บริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรม</p>
<p>5. ทางร้านขายยาควรมีเครื่องมืออุปกรณ์ทางการแพทย์ที่มีความทันสมัยสะอาดครบถ้วนและมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่อผู้ใช้บริการ เช่นสถานที่จอดรถ ที่นั่ง น้ำดื่ม เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้เมื่อมาใช้บริการ</p>	<p>ตรงกับคุณภาพการบริการด้าน บริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรม</p>

### 5.3.2 ข้อจำกัดงานวิจัย

เนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง และมีการศึกษาเพียงแค่ช่วงระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น ซึ่งไม่สามารถนำไปใช้กับการอธิบายคุณภาพการบริการกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาที่ขอบเขตที่กว้างกว่านี้ เพราะอาจทำให้ผลการศึกษาดูแตกต่างกัน เนื่องจากการศึกษานี้ศึกษาเฉพาะพื้นที่ที่วิจัยเท่านั้น และอาจมีปัจจัยอื่น นอกเหนือจากปัจจัยที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา

### 5.3.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งถัดไป

1. งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาถึงปัจจัยคุณภาพการบริการ 5 ด้านที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง เท่านั้น ดังนั้นควรทำการศึกษากับร้านขายยาในเขตชุมชนอื่นๆ หรือทำการศึกษากับองค์กรที่ดำเนินงานเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ
2. งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิจัยเพียงช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งดังนั้นควรทำการวิจัยอย่างต่อเนื่อง และอาจจะมีการนำปัจจัยอื่นมาศึกษาเพิ่มเติม เพราะร้านขายยาในปัจจุบัน มีจำนวนเพิ่มขึ้น และบางร้านมีการปรับปรุงคุณภาพการบริการอยู่ตลอดเวลาเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้มาใช้บริการที่เปลี่ยนแปลงไป

## บรรณานุกรม

- กนกกาญจน์ โชคกาญจน์วัฒน์ ผศ. (พิเศษ) และดร.อิทธิกร จำเเข. 2555. ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตพระนครศรีอยุธยา. วารสารThai E Journal. 2,3 (ก.ค.-ก.ย.) : 156-172
- กฤษณะ กสิบุตร. 2554. ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- กานดา เสือจำศีล. (2555). พฤติกรรมการเข้าใช้บริการร้านกาแฟสด อเมซอน ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี.การศึกษาอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- เกษสุดา นครศิลป์. (2556).การศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนทำธุรกิจร้านขายยาในชุมชนกิ่งเมืองกิ่งชนบท.การศึกษาอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ข้อมูลทรัพยากรสาธารณสุข – สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดตรัง.[ระบบออนไลน์].แหล่งที่มา <http://www.tro.moph.go.th/data/data2/Total/2555/material55.xls>. สืบค้นเมื่อ 25 กรกฎาคม 2558
- ข้อมูลทรัพยากรสาธารณสุข – สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดตรัง.[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.tro.moph.go.th/index2.php>. สืบค้นเมื่อ 25 กรกฎาคม2558
- คำหอม เสนะพันธุ์. (2556). คุณภาพการให้บริการของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) สาขา ทวี จังหวัดสงขลา.การค้นคว้าแบบอิสระหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนามนุษย์และสังคม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- จิตติมา ชีร์พันธุ์เสถียร. (2549). การศึกษาคุณภาพบริการแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลบ้านแพ้ว (องค์กรมมหาชน) สาขาพร้อมมิตร.การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการสังคมและการจัดการระบบสุขภาพ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ชลธิชา ชุ่มชื่น. (2553). การประยุกต์ใช้ SERVQUAL ในภาครัฐบาลไทย กรณีศึกษา: ระบบประชุมทางไกลผ่านจอภาพ(VDO Conference)ในสถานพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชนจังหวัดระยอง.การค้นคว้าแบบอิสระหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ชลธิณี อยู่คง. (2555). การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดระนอง. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

��ชวาล อรวงศ์ศุภทัต. (2554). ทฤษฎีของคุณภาพการให้บริการ.[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา [http://www.tpa.or.th/writer/read\\_this\\_book\\_topic.php?pageid=4&bookID=1285&read=true&count=true](http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?pageid=4&bookID=1285&read=true&count=true). สืบค้นเมื่อ 29 ธันวาคม 2558

��ชวาล อรวงศ์ศุภทัต. (2554). การวัดคุณภาพการให้บริการ.[ระบบออนไลน์].แหล่งที่มา [http://www.tpa.or.th/writer/read\\_this\\_book\\_topic.php?bookID=1285&pageid=6&read=true&count=true](http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?bookID=1285&pageid=6&read=true&count=true).สืบค้นเมื่อ 29 ธันวาคม 2558

ญานณี ภูหนองโอง. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของลูกค้า(ชาวพุทธ) ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร.การค้นคว้าอิสระ สาขาวิชา บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.

ณรงค์ศักดิ์ สิงห์ไพบูลย์พร และคณะ .(2550). “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค ในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา”.ว.สงขลานครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์.ปีที่ 13 ฉบับที่ 2 เม.ย. - มิ.ย. 2550

ดร.ปภัศรชัยวัฒน์ และคณะ. (2555). การศึกษาคุณภาพการบริการของสถานพยาบาลในระบบประกันสังคม. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.sso.go.th/wpr/uploads/uploadImages/file/ssqhsso.pdf>.สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2558.

ดร.อัจฉราวรรณ งามญาณ. (2554). อันเนื่องมาแต่สูตรของยามานะ .วารสารบริหารธุรกิจ ปีที่ 34 ฉบับที่ 131 (ก.ค.-ก.ย.) : 46-60.



- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2553). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ : บิซซิเนสอาร์แอนด์ดี,  
 ปัจจัยทางการตลาด พฤติกรรมผู้ใช้บริการ คุณภาพการให้บริการ.[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา  
<http://spssthesis.blogspot.com/>. สืบค้นเมื่อ 4 มกราคม 2559.
- พงศธร พึ่งเนตร์. (2556). ภาพลักษณ์การบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาล  
 เอกชนในจังหวัดกรุงเทพมหานคร 2557. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจ  
 มหาวิทยาลัย มหาวิทาลัยกรุงเทพ
- เพชร ช่อนกลิ่น. (2555). ปัจจัยเชิงสาเหตุของกลยุทธ์การตลาดบริการที่มีผลต่อคุณภาพการให้บริการ  
 และความจงรักภักดีต่อตราสินค้าของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันชัสโก้ในเขต  
 ภูมิภาคภาคกลาง. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราช  
 ภัฏวไลยอลงกรณ์.
- ภก.ทรงศักดิ์ วิมลกิตติพงษ์. ความคับหน้าโครงการพัฒนาร้านยา. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา  
<http://newsser.fda.moph.go.th>. สืบค้นเมื่อ 29 ธันวาคม 2558.
- ภวัต วรรณพิน. (2554). การประเมินคุณภาพการบริการร้าน True Coffee สาขาในมหาวิทยาลัย.  
 การค้นคว้าอิสระหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ภักจิรา บานเพียร,ดวงตา สราญรมย์, วรุณี เขาวนัสสุขุม . (2555) .คุณภาพการให้บริการของธนาคาร  
 กรุงเทพจำกัด(มหาชน).[ระบบออนไลน์].แหล่งที่มา  
<http://www.bus.rmutt.ac.th/journal/pdf/vol7-no1-05.pdf> . สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน  
 2558.
- ระบบสถิติทางการทะเบียน.จำนวนประชากรในเมือง จ.ตรัง.[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา  
[http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat\\_age\\_disp.php](http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age_disp.php) . สืบค้นเมื่อ 24 กรกฎาคม 2558.
- ลฎาดา พูลเกษม. (2550). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยกับ  
 ธนาคารอาคารสงเคราะห์ สาขารังสิต. วิทยานิพนธ์บริการธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการ  
 จัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

- ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และ อัจฉรา ษา นิประศาสน์. (2545). *ระเบียบวิธีการวิจัย*. กรุงเทพมหานคร  
พิมพ์ดีดการพิมพ์.
- วารภรณ์ จุนแสงจันทร์. (2557). *ภาพลักษณ์ของร้านและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ  
ของลูกค้าที่ใช้บริการร้าน Pets' Ville*. การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม  
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิชชาธิยา เรืองโพธิ์ .2553. *ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการศูนย์การค้า  
สยามพารากอน*. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชา  
การตลาด. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ.(2538). *พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับมาตรฐาน*. กรุงเทพฯ :วิสิทธิ์พัฒนา.
- ศูนย์วิจัยกสิกร.(2558). *ธุรกิจร้านขายยา (Pharmacy หรือ Drug Store)*. [ระบบออนไลน์].แหล่งที่มา  
[http://www.kasikornbank.com/SME/Documents/KSMEAnalysis/IndustrySolution\\_PharmaceuticalAndHospital\\_2015.pdf](http://www.kasikornbank.com/SME/Documents/KSMEAnalysis/IndustrySolution_PharmaceuticalAndHospital_2015.pdf) . สืบค้นเมื่อ 24 ธันวาคม 2558.
- สมฤดี ธรรมสุรติ. (2554). *ศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ  
และความภักดีต่อตราสินค้าของโรงพยาบาลเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร*.การค้นคว้า  
อิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สมประสงค์ แดงพลอย. (2553). *พฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้ใช้บริการในอำเภอพระ  
ประแดง จังหวัดสมุทรปราการ*.การค้นคว้าอิสระหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สิริกาญจน์ กมลปิยะพัฒน์. (2556). *การตัดสินใจเลือกใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชนใน  
กรุงเทพมหานคร*.การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัย  
กรุงเทพ.
- สุชาฉินี พยุภร. (2554). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้ให้บริการถึงคุณภาพการให้บริการด้าน  
ศูนย์บริการตอบรับข้อมูลทางโทรศัพท์(Call Center)ของระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่*. การ  
ค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สุชาติณี ภาษาประเทศ . (2554). *ศึกษาคุณภาพการให้บริการของพนักงานขายที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้ใช้บริการในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*

สำนักงานโครงการพัฒนาร้านยา.[ระบบออนไลน์].แหล่งที่มา

<http://newsser.fda.moph.go.th/advancepharmacy/2009/> . สืบค้นจาก 25 ธันวาคม 2558.

อาจารย์ ดร.ภก.ลีรัตน์ อนุรัตน์พานิช . *บทความเผยแพร่ความรู้สู่ประชาชน.* [ระบบออนไลน์].

แหล่งที่มา<http://www.pharmacy.mahidol.ac.th> . สืบค้นจาก 25 ธันวาคม 2558.

อานนท์ ศรีพงษ์ .(2556). *พฤติกรรมการซื้อยาจากร้านขายยาของผู้ใช้บริการในอำเภอวังสมบูรณ์*

*จังหวัดสระแก้ว . การค้นคว้าอิสระหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยบูรพา.*

อรรถสิทธิ์ ลอติเลิศ และคณะ. (2556). *คุณภาพการให้บริการของหอพักเอกชนในเขตเทศบาลนคร*

*อุบลราชธานีจังหวัดอุบลราชธานี. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.*

ออมทอง ทิพย์ภูวานนท์. (2557). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านขายยาของผู้บริโภค :กรณีศึกษา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ.การค้นคว้า*

*อิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตศึกษาเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยเนชั่น.*

Phillip Kotler แปลและเรียบเรียงโดย ชนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. (2547). *การจัดการ*

*การตลาด (Marketing Management).* พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ ฯ : เพียร์สัน เอดูเคชั่น อิน โดไชน่า

ภาคผนวก ก  
แบบสอบถาม



### แบบสอบถาม

## เรื่อง ปัจจัยคุณภาพการบริการที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

แบบสอบถามนี้จัดทำเพื่อประกอบการทำสารนิพนธ์ของนักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยคุณภาพการบริการกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง และปัจจัยคุณภาพการบริการ ที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง ผู้วิจัยขอใคร่ความร่วมมือจากท่านในการช่วยตอบแบบสอบถาม ซึ่งแบบสอบถามประกอบไปด้วย 4 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

**ส่วนที่ 2** ปัจจัยคุณภาพการบริการที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

**ส่วนที่ 3** กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ใช้บริการ ในเขตอำเภอเมืองตรัง จังหวัดตรัง

**ส่วนที่ 4** ข้อเสนอแนะ

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  หน้าคำตอบที่ท่านเลือกในช่องว่างให้ตรงกับความเป็นจริง (เลือกเพียงคำตอบเดียว)

#### 1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

#### 2. อายุ

1. 15 – 24 ปี

2. 25 – 34 ปี

3. 35 – 44 ปี

4. 45 – 54 ปี

5. 55 ปีขึ้นไป

#### 3. ระดับการศึกษาขั้นสูงสุดของท่าน

1. ประถมศึกษา

2. มัธยมศึกษาตอนต้น

3. มัธยมศึกษาตอนปลาย

4. อนุปริญญา

5. ปวช.

6. ปวส.

7.ปริญญาตรี

8.ปริญญาโท

9.ปริญญาเอก

#### 4. สถานภาพ

1. โสด

2. สมรส

3. หม้าย /หย่า

#### 5. อาชีพ

1. รับราชการ

2. พนักงานบริษัทเอกชน

3. พนักงานรัฐวิสาหกิจ

4. เจ้าของกิจการ

5. นักเรียน /นักศึกษา

6. อาชีพอิสระ

7. อื่นๆ โปรดระบุ.....

#### 6. รายได้ต่อเดือนของท่าน

1. 1-5,000 บาท

2. 5,001 – 10,000 บาท

3. 10,001 – 15,000บาท

4. 15,001 – 20,000บาท

5. 20,001ขึ้นไป

## 7.จำนวนเงินที่ซื้อต่อการมาใช้บริการร้านขายยา 1 ครั้ง

1. ต่ำกว่า 500 บาท
2. 501-1,000 บาท
3. 1,000 – 1,500 บาท
4. 1,501 – 2,000บาท
5. 2,001ขึ้นไป

## ส่วนที่ 2 ปัจจัยคุณภาพการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยา

**คำชี้แจง** โปรดพิจารณาเลือกคำตอบให้ตรงกับความคิดเห็นของท่านที่สุด ทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง

ท่านคิดว่าคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ มีระดับความสำคัญดังต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

คุณภาพการบริการ	ผลการประเมิน				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<b>2.1 ความน่าเชื่อถือ (Reliability)</b>					
2.1.1. เกสัชกร/พนักงานขาย มีความชำนาญ สามารถชี้แจง ตอบข้อซักถามและให้คำแนะนำได้อย่างชัดเจน					
2.1.2. เกสัชกร/พนักงานขาย สอบถามประวัติก่อนให้บริการ					
2.1.3. ร้านขายยาที่จะเข้าใช้บริการมีความน่าเชื่อถือ เกสัชกร/พนักงานขาย มีใบประกอบวิชาชีพ					
2.1.4. บริการจากเภสัชกร/พนักงานขาย ปฏิบัติงานด้วยความเชี่ยวชาญ เป็นมืออาชีพ					
<b>2.2 ด้านการให้ความมั่นใจ (Assurance)</b>					
2.2.1. เกสัชกร/พนักงานขาย มีทักษะความรู้ความสามารถในการให้คำแนะนำเรื่องยา/สินค้า					

คุณภาพการบริการ	ผลการประเมิน				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
2.2.2. เกสเซอร์/พนักงานขาย จัดยาได้ถูกต้องตามคำสั่งซื้อ					
2.2.3. เกสเซอร์/พนักงานขาย สามารถตอบข้อสงสัยให้เข้าใจอย่างชัดเจน					
2.2.4. เกสเซอร์/พนักงานขาย มีการให้ข้อมูลตรงกับที่ท่านต้องการได้อย่างถูกต้องครบถ้วน					
<b>2.3 ด้านบริการที่จับต้องได้เป็นรูปธรรม (Tangibles)</b>					
2.3.1. มีเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่มีความทันสมัย					
2.3.2. เกสเซอร์/พนักงานขาย มีการแต่งกายเรียบร้อยเหมาะสม มีบุคลิกภาพที่ดี					
2.3.3. มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการพร้อม สะอาด ครบถ้วน					
2.3.4. มีการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆเช่น อากาศ ที่นั่ง ห้องน้ำ สถานที่จอดรถ					
<b>2.4 ด้านความใส่ใจ (Empathy)</b>					
2.4.1. เกสเซอร์/พนักงานขาย มีการแนะนำรายละเอียดเกี่ยวกับการใช้ยา/วิธีการรักษา สุขภาพ/วิธีการปฏิบัติตัวหลังได้รับการรักษา/คำแนะนำ					
2.4.2. เกสเซอร์/พนักงานขาย ให้บริการด้วยความเสมอภาค ได้รับบริการที่มีมาตรฐานเดียวกันอย่างสม่ำเสมอ					
2.4.3. เกสเซอร์/พนักงานขาย ให้บริการด้วย					



คุณภาพการบริการ	ผลการประเมิน				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ถ้อยคำ กิริยา ท่าทางด้วยความสุภาพอ่อน น้อม					
2.4.4. เกสัชกร/พนักงานขาย ใช้คำพูด ศัพท์ (ทางด้านยา/การรักษา/โรค)ที่เข้าใจง่าย					
<b>2.5 การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness)</b>					
2.5.1. ผู้ใช้บริการได้รับความสะดวกจากการ ใช้บริการ					
2.5.2. เกสัชกร/พนักงานขาย มีความพร้อมที่ จะให้บริการทุกครั้งที่ใช้บริการ					
2.5.3. ขั้นตอนการรับบริการไม่ซับซ้อน สามารถเข้ารับบริการได้ง่าย					
2.5.4. เกสัชกร/พนักงานขายให้บริการที่ รวดเร็วฉับไวต่อผู้ใช้บริการ					

ส่วนที่ 3 กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านขายยาของผู้ใช้บริการ ในเขตอำเภอเมืองตรัง  
จังหวัดตรัง

คำชี้แจง โปรดพิจารณาเลือกคำตอบให้ตรงกับความคิดเห็นของท่านที่สุด ทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  
ช่องว่าง

กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<b>3.1 ตระหนักถึงปัญหา</b>					
3.1.1. เลือกใช้บริการร้านขายยาเมื่อ เจ็บป่วย/ประสงค์ซื้อยาในกรณีฉุกเฉิน และไม่ต้องการพบแพทย์					
3.1.2. เลือกใช้บริการร้านขายยาเมื่อ					

กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ต้องการดูแลสุขภาพ ซึ่งอาหารเสริม ยา บำรุงร่างกาย					
3.1.3. เลือกใช้บริการร้านขายยาเมื่อ ต้องการซื้อเวชสำอาง ยารักษาสิว เกี่ยวกับ ผิวพรรณ ความงาม					
3.1.4. เลือกใช้บริการร้านขายยาเมื่อ ต้องการซื้ออุปกรณ์ทางการแพทย์					
<b>3.2 การค้นหาข้อมูล</b>					
3.2.1. เลือกใช้บริการร้านขายยาโดยจะดู ป้ายร้านและ ลักษณะของร้านก่อนเลือกใช้ บริการ					
3.2.2. ค้นหาข้อมูล โดยการปรึกษาเภสัชกร/ พนักงานขายก่อนการตัดสินใจเลือกใช้ บริการ					
3.2.3. ค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลภายใน เช่นคนในครอบครัว/เพื่อน/ญาติ/ผู้ที่เคยใช้ บริการ					
3.2.4. ค้นหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูล ภายนอก เช่นInternet ,facebook, โฆษณา ,สื่อสิ่งพิมพ์					
<b>3.3 ประเมินการเลือก</b>					
3.3.1. เปรียบเทียบร้านขายยาหลายๆร้าน ก่อนเข้าเลือกใช้บริการ					
3.3.2. เปรียบเทียบราคาหลายๆร้านก่อน เลือกใช้บริการ					
3.3.3. ภายในร้านมีสินค้าหลากหลายยี่ห้อ					

กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
3.3.4. ภายในร้านมีสินค้าหลายประเภท เช่นยาปฏิชีวนะ, เวชสำอาง, อุปกรณ์การแพทย์ ฯลฯ					
<b>3.4 ตัดสินใจเลือกใช้บริการ</b>					
3.4.1. เลือกใช้บริการร้านขายยาจากตำแหน่งที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการเดินทางใช้บริการ/ใกล้ที่พักอาศัย/ที่ทำงาน					
3.4.2. เลือกใช้บริการร้านขายยาจากความมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก					
3.4.3. เลือกใช้บริการร้านขายยาที่มีเภสัชกรอยู่ประจำร้านตลอดเวลาทำการ					
3.4.4. เลือกใช้บริการร้านขายยาจากคุณภาพการให้บริการของเภสัชกร/พนักงานขาย					
<b>3.5 พฤติกรรมหลังการใช้บริการ</b>					
3.5.1. เลือกกลับไปใช้บริการร้านขายยาที่มีเภสัชกร/พนักงานขาย ที่คอยให้คำแนะนำและให้บริการที่ดี					
3.5.2. เลือกกลับไปใช้บริการร้านขายยา โดยการบอกต่อกับบุคคลรอบข้างให้เลือกใช้บริการร้านขายยาที่ตนเคยใช้					
3.5.3. เลือกกลับมาใช้บริการร้านขายยา ที่มีคุณภาพของสินค้าและราคาที่คุ้มค่า					
3.5.4. เลือกกลับมาใช้บริการร้านขายยาที่มีความสะดวกด้านสถานที่จอดรถที่เพียงพอ					

**ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ**

.....

.....

.....

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ และสกุลผู้ศึกษา นางสาวสุกัญญา ศรสงวนสกุล  
รหัสประจำตัวนักศึกษา 5710522047

### วุฒิการศึกษา

วุฒิ	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
ปริญญาตรี บธ.บ(การตลาด)	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (วิทยาเขตตรัง)	2554

### ตำแหน่งงานและสถานที่ทำงาน

พ.ศ.2554-ปัจจุบัน

ตำแหน่ง

เจ้าหน้าที่ประสานงานขาย

สถานที่ทำงาน

บริษัท เบทาโกรจำกัด (มหาชน)

47/1-3 ถ.โชติวิทชะกุล 3 ต.หาดใหญ่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา