



**พฤติกรรมและปัจจัยในการเลือกใช้บริการ สถานปฏิบัติการเภสัชกรรมชุมชน คณะเภสัชศาสตร์
สาขานามมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ของนักศึกษาและบุคลากรมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี**
สุทธาสินี สุวรรณกุล¹, สิริ ندا บัวสาย², ศรัณย์รัชต์ รัตนดาวเรือง², วรางคณา อยู่เย็น², ชนะพล ป้อมสุวรรณ²,
เจษฎา กาญจนวงษา², จีรสุตา คำสีเขียว¹, เบญจภรณ์ เศรษฐบุปผา³

บทคัดย่อ

**พฤติกรรมและปัจจัยในการเลือกใช้บริการสถานปฏิบัติการเภสัชกรรมชุมชน คณะเภสัชศาสตร์ สาขานามมหาวิทยาลัย
อุบลราชธานีของนักศึกษาและบุคลากรมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี**

สุทธาสินี สุวรรณกุล¹, สิริ ندا บัวสาย², ศรัณย์รัชต์ รัตนดาวเรือง², วรางคณา อยู่เย็น², ชนะพล ป้อมสุวรรณ², เจษฎา กาญจนวงษา²,
จีรสุตา คำสีเขียว¹, เบญจภรณ์ เศรษฐบุปผา²

ว. เภสัชศาสตร์อีสาน, มีนาคม 2558; 11(ฉบับพิเศษ) : 197-202

บทนำ: งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านยา ความคิดเห็นต่อการประชาสัมพันธ์ร้านยา ปัจจัยในการเลือกใช้บริการร้านยาของนักศึกษาและบุคลากรมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี เพื่อการปรับปรุงการให้บริการของสถานปฏิบัติการเภสัชกรรมชุมชน สาขานามมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี **วิธีการดำเนินการวิจัย:** เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 508 ชุด จากนักศึกษาและบุคลากรมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี จำนวน 508 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ วิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงพรรณนา **ผลการศึกษาวิจัย:** กลุ่มตัวอย่างทราบตำแหน่งของร้านยาคิดเป็น 93.7 % และไม่เคยใช้บริการคิดเป็น 52.2 % ส่วนแนวทางที่ทำให้ทราบว่าร้านยา คือ ติดป้ายประชาสัมพันธ์คิดเป็น 49% ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านยาที่สำคัญ คือ ความน่าเชื่อถือของการให้บริการตามหลักวิชาการคิดเป็น 44.9 % โดยต้องการเพิ่มผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อสุขภาพคิดเป็น 76 % นอกจากนั้นควรเพิ่มกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยมีส่วนลดให้แก่สมาชิกคิดเป็น 72.6 % **สรุปผลการวิจัย:** หากต้องการปรับปรุงการให้บริการของร้านยา ควรมีการประชาสัมพันธ์ มีกิจกรรมส่งเสริมการขายและเพิ่มผลิตภัณฑ์ภายในร้านให้มีความหลากหลาย พร้อมทั้งยึดหลักการให้บริการตามหลักวิชาการ

คำสำคัญ: พฤติกรรม, ปัจจัย, ความคิดเห็น, ร้านยา, สถานปฏิบัติการเภสัชกรรมชุมชน

Abstract

**Factor Affecting Selection Criteria and Behavior of Students and Staffs of Uon Ratchathani University in
Using Services from Ubon Ratchathani University Drug Store**

Suttasinee Suwannakul¹, Sirinda Buasa², Saranrat Rattanadaoruang², Warangkana Yooyen², Chanapon Pomsuwan², Jetsada Kanchanawongsa², Jeerisuda Khumsikiew¹, Benjabhorn Sethaboppha¹

IJPS, March 2015; 11(Supplement) : 197-202

Introduction: This research was aimed to study about Ubon Ratchathani University (UBU) students and staffs behavior and opinion about using service provided by community pharmacy, Faculty of Pharmaceutical Sciences, UBU (UBU-drug store). Factors that influence customer decision to select drug store were also investigated. **Materials and Method:** The 508 samples were randomly selected from students and staffs of UBU. The data was collected by using questionnaires. Descriptive statistic was used to analyze data. **Results:** Our findings from 508 samples, most of them are students without underlying disease. None of them regularly used drugs or healthcare products. The subjects account for merely 93.7% knows the location of drug store, but half of all subjects (52.2 %) never went toward UBU-drug store. The 49% of subjects knows



where the drug store location by public relations and 44.9% selected where to buy drug based on reliability of the drug store. Majority of subjects (76%) suggested that increasing in items of health supplementary products would increase number of their UBU-drug store visiting. In addition, most of subjects (72.6%) think that promotional activity by discount for members should be done. In conclusion, to improve service, UBU- drug store should do more public relations activities. Providing promotional activities and products items should be increased.

Keywords: Behavior, Factor, Opinion, Drug Store, Community Pharmacy

1 Department of Pharmacy Practice, Faculty of Pharmaceutical Sciences, Ubon Ratchathani University

2 Faculty of Pharmaceutical Sciences, Ubon Ratchathani University

* **Corresponding author:** Department of Pharmaceutical Chemistry and Pharmaceutical Technology, Faculty of Pharmaceutical Sciences, Ubon Ratchathani University, Thailand. E-mail: benjabhorn.s@ubu.ac.th

บทนำ

คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานีได้ก่อตั้งร้านยาของคณะขึ้น 2 สาขา คือ สาขา 1 ณ บริเวณตรงข้ามวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี สรรพสิทธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี สาขา 2 ณ บริเวณหน้ามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ตำบลศรีไค อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านยา ความคิดเห็นต่อการประชาสัมพันธ์ร้านยา ปัจจัยในการเลือกใช้บริการร้านยาของนักศึกษาและบุคลากรมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี เพื่อการปรับปรุงการให้บริการของสถานปฏิบัติการเภสัชกรรมชุมชน สาขา มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่เป็นนักศึกษาและบุคลากร ภายในบริเวณมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่จะเป็นผู้รับบริการหรือลูกค้าของสถานปฏิบัติการเภสัชกรรมชุมชน คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี สาขาหน้ามหาวิทยาลัย โดยทำการสุ่มเป็นเวลา 2 เดือนในปีงบประมาณ 2555 ณ ชั้นเรียน อาคารสำนักงานคณะต่างๆ โรงอาหาร ภายในมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม ขั้นตอนการวิจัยประกอบด้วย คือ การสร้างแบบสอบถาม และนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างกลุ่มเล็ก จากนั้นขอความเห็นจากผู้เชี่ยวชาญในการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับแนวคิด นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วแจกให้กลุ่มตัวอย่างที่ถูกสุ่มและเต็มใจให้ความร่วมมือกรอกข้อมูลแล้วส่งคืนแก่ผู้สำรวจ

แบบสอบถามที่ใช้แบ่งเป็น 3 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการสถานปฏิบัติการฯ สาขาหน้ามหาวิทยาลัย และส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่ต้องการให้สถานปฏิบัติการฯ ปรับปรุง นำข้อมูลฉบับที่มีคำตอบครบถ้วนสมบูรณ์มาทำการลงรหัสเพื่อนำไปกรอกข้อมูล วิเคราะห์และแปลผลข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistic)

ผลการศึกษวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม เป็นนักศึกษาและบุคลากรของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี จำนวนทั้งหมด 508 คน เป็นเพศหญิง 364 คน และเพศชาย 144 คน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-25 ปี (ร้อยละ 46.2) และมีสถานภาพโสด (ร้อยละ 93.5) ส่วนใหญ่ไม่มีโรคประจำตัว (ร้อยละ 90.4) ไม่มียาหรือผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ใช้เป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 94.3 และ 85.6 ตามลำดับ

ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการ ณ สถานปฏิบัติการเภสัชกรรมชุมชน คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี สาขาหน้ามหาวิทยาลัย แสดงดังในตารางที่ 1 พบว่า ร้อยละ 93.7 ของกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามว่าทราบว่ามีร้านยาของคณะเภสัชศาสตร์ เปิดให้บริการที่หน้ามหาวิทยาลัย แต่ส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการที่ร้านยา คิดเป็นร้อยละ 52.2 สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการที่ร้านยา ส่วนใหญ่เคยใช้น้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน (ร้อยละ 61.8) และร้อยละ 88.2 ไม่ทราบว่าร้านยาเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี มีส่วนลด 5% สำหรับนักศึกษาและบุคลากรมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี



ตารางที่ 1 พฤติกรรมการใช้บริการที่ร้านยา

คำถาม	จำนวน	ร้อยละ
ทราบหรือไม่ว่ามีร้านยาของคณะเภสัชศาสตร์ ม.อุบลฯ		
ทราบ	476	93.7
ไม่ทราบ	32	6.3
รวม	508	100
เคยมาใช้บริการร้านยา ม.อุบลฯ หรือไม่		
เคย		
ไม่เคย	243	47.8
รวม	265	52.8
	508	100
ความถี่ของการใช้บริการในกรณีที่เคยมาใช้บริการ		
น้อยกว่า 1 ครั้ง/เดือน	314	61.8
1 ครั้ง/เดือน	26	5.1
2 ครั้ง/เดือน	12	2.4
อื่นๆ	156	30.7
รวม	508	100
ทราบหรือไม่ว่า ร้านยา ม. อุบลฯ มีส่วนลด 5% สำหรับนักศึกษาและบุคลากร ม.อุบลฯ		
ทราบ	60	11.8
ไม่ทราบ	448	88.2
รวม	508	100

สำหรับแนวทางการประชาสัมพันธ์การให้บริการของสถานปฏิบัติการเภสัชกรรมชุมชนของคณะเภสัชศาสตร์ สาขาหน้ามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ควรเลือกใช้วิธีการติดป้ายประกาศ (ร้อยละ 49.0) หรือ จัดกิจกรรม/แคมเปญโดยนักศึกษาคณะเภสัชศาสตร์ (ร้อยละ 26.6) เพื่อให้ให้นักศึกษาและบุคลากรในมหาวิทยาลัยทราบว่า มีร้านยาของคณะเภสัชศาสตร์ เปิดให้บริการอยู่ ณ บริเวณหน้ามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ส่วนวิธีการอื่นๆ ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกรองลงมา ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ทางสถานีวิทยุ ม.อุบลฯ และแจกใบปลิว/แผ่นพับ ตามลำดับ นอกจากนี้ยังมีคำแนะนำอื่นๆ เช่น ย้ายทำเลที่ตั้ง ปรับปรุงหน้าร้านให้สังเกตง่าย จัดกิจกรรมเชิงรุก เช่น คัดกรองผู้ป่วยโรคเรื้อรัง ส่งเสริมให้บริการร้านเป็นแหล่งชุมชน เป็นต้น (ดังแสดงในตารางที่ 2)

เมื่อสอบถามถึงสาเหตุสำคัญที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเข้ารับบริการร้านยา ส่วนใหญ่ตอบว่า เพื่อรักษาโรคหรืออาการที่เป็น มากที่สุด รองลงมาคือ ความน่าเชื่อถือของการให้บริการตามหลักวิชาการ และมาซื้อผลิตภัณฑ์อย่างเฉพาะเจาะจงตามลำดับ (ดังแสดงในตารางที่ 3)

ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มตัวอย่างในการเลือกใช้บริการที่ร้านยา กลุ่มตัวอย่างทั้งที่เคยและไม่เคยมาใช้บริการที่ร้านยามาก่อน ให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือของการให้บริการตามหลักวิชาการมากที่สุด (ร้อยละ 54.7 และ 36.2 ตามลำดับ) รองลงมา ได้แก่ การเป็นร้านยาคุณภาพ ความสะดวกในการจอดรถ และราคาสินค้าตามลำดับ (ดังแสดงในตารางที่ 4)



ตารางที่ 2 ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับแนวทางประชาสัมพันธ์ร้านยาคณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
สาขานามมหาวิทยาลัย

อันดับ	แนวทาง	จำนวน	ร้อยละ
1	ติดป้ายประกาศ	249	49.0
2	จัดกิจกรรม/แคมเปญโดยนักศึกษาคณะเภสัชศาสตร์	135	26.6
3	แจกใบปลิว/แผ่นพับ	53	10.4
4	ทางสถานีวิทยุ ม.อุบลฯ	36	7.1
5	อื่นๆ เช่น ย้ายทำเลที่ตั้ง ปรับปรุงหน้าร้านให้สังเกตง่าย จัดกิจกรรมเชิงรุก ส่งเสริมให้บริเวณร้านเป็นแหล่งชุมชน เป็นต้น	32	6.3

ตารางที่ 3 เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเข้ารับบริการที่ร้านยา

สาเหตุที่มาใช้บริการที่ร้านยา	ร้อยละของกลุ่มที่เคยมาใช้ บริการ (N=243 คน)		ร้อยละของกลุ่มที่ไม่เคยมาใช้ บริการ (N=265 คน)	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. รักษาโรค/อาการ	95	39.1	53	20.0
2. มาซื้อผลิตภัณฑ์อย่างเฉพาะเจาะจง	75	30.9	16	6.0
3. นำเชื้อมือ/การให้ บริการตามหลักวิชาการ	94	38.7	43	16.2
4. อื่นๆ (ระบุ)... เช่น บังเอิญผ่านแถวร้านยา เป็นต้น	16	6.6	0	0

ตารางที่ 4 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในร้านยาในพื้นที่ใกล้ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ	กลุ่มที่เคยมาใช้บริการ (N=243 คน)		กลุ่มที่ไม่เคยมาใช้บริการ (N=265 คน)	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ความน่าเชื่อถือของการให้บริการตามหลักวิชาการ	133	54.7	96	36.2
2. เป็นร้านยาคุณภาพ	65	26.7	47	17.7
3. ความสะดวกในการจอดรถ	39	16.0	38	14.3
4. ราคาสินค้า	23	9.5	22	8.3

สำหรับกิจกรรมส่งเสริมการขายที่สนใจจะเข้าร่วมในกลุ่มที่เคยใช้บริการมากที่สุด คือ การลดราคาสำหรับสมาชิก รองลงมาได้แก่ ตรวจวัดความดันฟรี จัดโปรโมชั่นลดบางรายการทุกเดือน บริการให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ตามลำดับ ส่วนกิจกรรมส่งเสริมการขายในกลุ่มที่ไม่

เคยใช้บริการสนใจจะเข้าร่วมมากที่สุด คือ การลดราคาสำหรับสมาชิก รองลงมาได้แก่ จัดโปรโมชั่นลดบางรายการทุกเดือน ตรวจวัดความดันฟรี และบริการให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ตามลำดับ (ดังแสดงในตารางที่ 5)



ตารางที่ 5 กิจกรรมส่งเสริมการขายที่สนใจจะเข้าร่วม

กิจกรรมส่งเสริมการขาย ที่สนใจจะเข้าร่วม	กลุ่มที่เคยมาใช้บริการ (N=243 คน)		กลุ่มที่ไม่เคยมาใช้ บริการ (N=265 คน)	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. ตรวจวัดความดันฟรี	157	64.6	146	55.1
2. ตรวจวัดระดับน้ำตาลฟรี	137	56.4	138	52.1
3. สมาชิกมีส่วนลด 5%	189	77.8	180	67.9
4. จัดโปรโมชั่นลดบางรายการทุกเดือน	154	63.4	162	61.1
5. บริการให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร	141	58	141	53.2
6. อื่นๆ (ระบุ)...	11	4.5	7	2.6

ส่วนผลิตภัณฑ์อื่นๆ นอกจากยาที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าควรมีเพิ่มเติมในร้านยามากที่สุด คือ อาหารเสริมเพื่อสุขภาพ รองลงมาได้แก่ ผลิตภัณฑ์ความสวยความงาม ยา

รักษาโรคเรื้อรัง และ วิตามินสำหรับเด็ก และอื่นๆ เช่น ผลิตภัณฑ์สำหรับคอนแทคเลนส์ เวชภัณฑ์ทางการแพทย์ เป็นต้น ตามลำดับ (ดังแสดงในตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 ผลิตภัณฑ์ที่ควรมีเพิ่มในร้านยา

ผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
อาหารเสริมเพื่อสุขภาพ	386	76
ผลิตภัณฑ์ความสวยความงาม	338	66.5
ยารักษาโรคเรื้อรัง	102	20.1
วิตามินสำหรับเด็ก	101	19.9
อื่นๆ....เช่น ผลิตภัณฑ์สำหรับคอนแทคเลนส์ เวชภัณฑ์ทางการแพทย์ เป็นต้น	18	3.5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยในการเลือกใช้บริการร้านยาของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาและบุคลากรมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี จำนวนทั้งหมด 508 คน พบว่าส่วนใหญ่ทราบตำแหน่งที่ตั้งของร้านยาคณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี คิดเป็นร้อยละ 93.7 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่า แนวทางที่จะทำให้มีผู้รับบริการทราบว่าร้านยาคณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี คือ การติดป้ายประกาศ จัดกิจกรรม/แคมเปญ โดยนักศึกษาคณะเภสัชศาสตร์ และแจกใบปลิว/แผ่นพับตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการจากร้านยา คือ ความน่าเชื่อถือของการให้บริการตามหลักวิชาการ ความสะดวกในการจด

รถ และเป็นร้านยาคุณภาพ ตามลำดับ สำหรับด้านกิจกรรมส่งเสริมการขายพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งที่เคยใช้บริการและไม่เคยใช้บริการมาก่อน ตอบว่ากิจกรรมที่สนใจจะเข้าร่วมมากที่สุด คือ ระบบสมาชิกเพื่อซื้อสินค้าในราคาพิเศษ รองลงมาได้แก่ จัดโปรโมชั่นลดบางรายการทุกเดือน บริการตรวจวัดความดันฟรี บริการตรวจวัดระดับน้ำตาลในเลือด และบริการให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับ การศึกษาวิจัยของมนชัย แก้วหลวง (2543) ซึ่งได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการจากร้านยาในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่ พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ต้องการให้ร้านยามีสถานที่จอดรถที่สะดวกและปลอดภัย ต้องการให้มีเภสัชกรประจำการตลอดเวลาทำการ ต้องการให้ยาที่จำหน่ายมีราคาถูกและคุณภาพเหมาะสม และต้องการให้ร้านยา มีการส่งเสริมการขายมีรูปแบบหลากหลายมากขึ้น



ดังนั้นจากผลการศึกษา คณะเภสัชศาสตร์ ควรมีการประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น เพื่อให้นักศึกษาคนอื่น ๆ และบุคลากรมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี รวมถึงประชาชนทั่วไปได้ทราบว่า คณะเภสัชศาสตร์ มีร้านยาที่เปิดให้บริการด้านยาและสุขภาพสำหรับนักศึกษา บุคลากรมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี และประชาชนทั่วไป โดยอาจเลือกใช้ช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เช่น การแจกแผ่นพับ ติดป้ายประชาสัมพันธ์ หรือจัดกิจกรรมโดยนักศึกษาคณะเภสัชศาสตร์ เป็นต้น นอกจากนี้อาจเพิ่มช่องทางส่งเสริมการขายโดยเน้นกิจกรรมที่เหมาะสมกับพันธกิจของคณะและเป็นที่ต้องการของผู้รับบริการ เช่น ระบบสมาชิกเพื่อรับทราบข้อมูลข่าวสารทางยาและสุขภาพรวมถึงสามารถซื้อสินค้าในราคาพิเศษ การจัดบริการด้านสุขภาพต่างๆ เช่น บริการตรวจวัดความดันฟรี ตรวจวัดระดับน้ำตาลในเลือด และการให้คำแนะนำปรึกษาด้านยาและสุขภาพ นอกจากนี้ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชนที่อยู่อาศัยรอบๆ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานีด้วย เพื่อให้ครอบคลุมและเป็นตัวแทนของกลุ่มประชากรผู้ใช้บริการของสถานปฏิบัติการเภสัชกรรมชุมชน คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี สาขา 2 ทั้งหมด

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณคณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี สำหรับการสนับสนุนการวิจัยนี้

References

1. มนต์ชัย แก้วหลวง. (2543). ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการร้านขายยาอำเภอเมืองจังหวัด เชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (เศรษฐศาสตร์เกษตร). เชียงใหม่; บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
2. สมประสงค์ แต่งพลอย.(2553). พฤติกรรมการซื้อยา จากร้านขายยาของผู้บริโภคใน อำเภอพระแสง จังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ; บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
3. กมลวรรณ ปัญญามงคล และ ศุทธิณี ฉายดิลก (2543). การรับรู้ประโยชน์และอุปสรรคของประชาชนที่เข้ารับบริการร้านยา จ.อุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์เภสัชศาสตร์บัณฑิต ;บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

4. Kotler;& Armstrong. Gary. (1999). *Principles of marketing*. 8th ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler,& Philip. (2000). *Marketing Management : Analysis, Planning, Implementation and Control*. 9th ed. New Jersey: Prentice Hall.
5. Levy :& Weitz: (2001) . *Retailing Management, 4th ed.* New Jersey: Prentice –Hall, Inc. Schiffman;& Kanuk. 1994 : 659. *Consumer Behavior*. New Jersey: Prentice–Hall, Inc. Schiffman, Leon G ; & Leslie Lazar Kanuk. (2000). *Consumer Behavior*. 5th ed. New Jersey: Prentice –Hall, Inc.