

การศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภค ต่อร้านขายยาแผนปัจจุบันในอำเภอเมือง จังหวัดพังงา

The Study of consumer behavior and attitude toward drugstore
in Mueang District, Phang Nga Province

พรศักดิ์ มธุรส

สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพังงา

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบัน เปรียบเทียบคุณลักษณะส่วนบุคคลกับทัศนคติของผู้บริโภคต่อร้านขายยาแผนปัจจุบัน และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของผู้บริโภคกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบันในอำเภอเมือง จังหวัดพังงา โดยศึกษาในกลุ่มคนวัยทำงานอายุ 15-59 ปี จำนวน 400 ราย วิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ตั้งแต่วันที่ 1 - 31 มีนาคม 2556 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน Student's t-test One-way ANOVA และ Chi-square ผลการศึกษาพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบันมีความถี่เดือนละครั้งหรือน้อยกว่าร้อยละ 70.7 ช่วงเวลาที่ใช้บริการบ่อยที่สุดคือ 18.01-24.00 น. ร้อยละ 52.7 การใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบันร้านเดิมเป็นบางครั้ง ร้อยละ 38.5 ผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบัน ส่วนใหญ่จะซื้อยา ร้อยละ 56.89 รองลงมาคือปรึกษาเรื่องการไข้ ร้อยละ 18.85 วิธีการซื้อยาจะบอกอาการให้เภสัชกรจ่ายยา ร้อยละ 69.3 ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านขายยา เป็นยารักษาโรค ร้อยละ 88.3 กลุ่มยาประเภทที่ซื้อจากร้านขายยาแผนปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นประเภทยาแก้ปวดลดไข้ ร้อยละ 77.0 รองลงมาคือ ยารักษาโรคผิวหนัง ร้อยละ 4.8 ยารักษาโรคเกี่ยวกับทางเดินหายใจ ร้อยละ 4.2 ยารักษาโรคเกี่ยวกับทางเดินอาหาร ร้อยละ 4.0 ตามลำดับ ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อร้านขายยาแผนปัจจุบันภาพรวมในระดับ 5 จากคะแนนเต็ม 5 เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่าระดับทัศนคติ อันดับ 1 คือ ทัศนคติด้านบุคลากร อันดับ 2 คือ ด้านสถานที่ อันดับ 3 คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อันดับ 4 คือ ด้านราคา และอันดับ 5 คือ ด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.74, 4.57, 4.43, 4.32 และ 4.13 ตามลำดับ เปรียบเทียบทัศนคติกับคุณลักษณะส่วนบุคคล พบว่า เพศต่างกันจะมีทัศนคติของผู้บริโภคต่อร้านขายยาแผนปัจจุบันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($t=2.489$, $p=0.013$) การใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบันแห่งเดิมของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับระดับทัศนคติที่มีต่อร้านขายยาแผนปัจจุบันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\chi^2=9.672$, $df.=2$, $p=.008$) ประเภทสินค้าที่ซื้อจากร้านขายยาแผนปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับระดับทัศนคติที่มีต่อร้านขายยาแผนปัจจุบันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\chi^2=11.885$, $df.=2$, $p=.003$) ส่วนความถี่ ช่วงเวลา วิธีการซื้อยาไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อร้านขายยาแผนปัจจุบัน

คำสำคัญ: ร้านขายยาแผนปัจจุบัน พฤติกรรม ทัศนคติ ผู้บริโภค

Abstract

This research aims to study consumer behavior toward drugstore, comparative study of personnel characteristic with consumer attitude toward drugstore and relationship study between consumer behavior and attitude toward drugstore in Mueang District, Phang Nga Province. Data was collected from 400 working age people between 15 – 59 years old by convenience sampling from 1 – 31 March 2013 by using questionnaires that the researcher created. Statistics used were mean, percentage, standard deviation, student's t-test, One way ANOVA and Chi-square. Result of the study revealed consumer behavior for drugstore service usage that the most frequency of service usage per month is once or less than equal to 70.7 percents. Period of the most service usage is 18.01–24.00 pm equal to 52.7 percents. Percentage of service usage in the same drugstore for sometimes is equal to 38.5 percents. The service usage of consumers is medicine purchasing equal to 56.89 percents, medicine usage consulting equal to 18.85 percents respectively. The most purchasing method is dispensing by the patients inform pharmacist about their symptoms equal to 69.3 percents. The most purchasing item is medicine equal to 88.3 percents, most of medicine is analgesic and antipyretic drug equal to 77.0 percent. Next group is medicine for skin disease equal to 4.8 percents, respiratory medicine for 4.2 percents and gastrointestinal medicine for 4.0 percents respectively. Attitude of the consumers in the samples are found that there are five levels of attitude, the first level is personnel, the second is location, the third is facilities, the fourth is price, the fifth is products and those level's mean are 4.74, 4.57, 4.43, 4.32 and 4.13 respectively. By the way, comparing between attitude and personnel characteristics found that different gender have different attitude toward drugstore with statistical significance level at 0.05 ($t=2.489$, $p=.013$). Relationship between the same drugstore service usage and attitude toward drugstore of the consumers is that statistical significance ($\chi^2=9.672$, $df.=2$, $p=.008$). Also, type of products which purchasing from drugstore is related to attitude toward pharmacy with statistical significance ($\chi^2=11.885$, $df.=2$, $p=.003$). However, frequency, period, purchasing method are not related to attitude toward drugstore with statistical significance.

Keywords: Drug store, Behaviour, Attitude, Consumer

บทนำ

ธุรกิจเกี่ยวกับร้านขายยาในปัจจุบันมีลักษณะการขยายสาขาและเครือข่ายของร้านขายยาจากต่างประเทศ (ร้านบู๊ตส์และร้านวัตสัน) เข้ามาเปิดให้บริการในเขตชุมชนเมือง จึงเป็นเหตุให้ร้านขายยาแผนปัจจุบันทั้งเก่าและใหม่จะต้องดำเนินการปรับปรุงหรือพัฒนาร้านขายยาให้ดีขึ้น เพราะการที่จะประสบความสำเร็จในด้านการขยายท่ามกลางกระแสแห่งการแข่งขันที่นับวันจะรุนแรงมากขึ้น จำเป็นจะต้องมีการเลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจนและทำการปรับปรุงสภาพร้านขายยาแผนปัจจุบันด้านต่างๆ เพื่อให้ร้านขายยาของตนสามารถที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่าร้านอื่นๆ

จังหวัดพังงามีร้านขายยาแผนปัจจุบันทั้งสิ้น 53 แห่ง กระจายอยู่ใน 8 อำเภอ ในอำเภอเมืองพังงามีร้านขายยาแผนปัจจุบันจำนวน 13 แห่ง ซึ่งทั้ง 13 แห่งมีรูปแบบของร้านและลักษณะของการให้บริการแตกต่างกัน กลุ่มผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นประชาชนในเขตอำเภอเมืองและเป็นกลุ่มบุคคลที่อยู่ในวัยทำงาน ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภค ต่อร้านขายยาแผนปัจจุบัน เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงการดำเนินงานของร้านขายยาให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้เหมาะสมต่อไป อีกทั้งเป็นแนวทางสำหรับผู้สนใจทั่วไปด้วย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบันของผู้บริโภคอำเภอเมือง จังหวัดพังงา
2. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคต่อร้านขายยาแผนปัจจุบันอำเภอเมือง จังหวัดพังงา
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกับทัศนคติของผู้บริโภคต่อร้านขายยาแผนปัจจุบัน
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อร้านขายยาแผนปัจจุบันกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบันของผู้บริโภค

สมมติฐานการวิจัย

1. พฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบันแตกต่างกันตามทัศนคติ
2. ทัศนคติของผู้บริโภคต่อร้านขายยาแผนปัจจุบันแตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคล

นิยามศัพท์เฉพาะ

ทัศนคติ หมายถึง ความคิดเห็น ความเข้าใจ ความรู้สึก และท่าทีของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งมีอิทธิพลต่อการแสดงออกของบุคคลนั้น โดยอาจแสดงออกในทางที่เห็นด้วย โดยในงานวิจัยนี้หมายถึงทัศนคติของคณวิทย์ทำงานอายุ 15-59 ปี ที่มีต่อร้านขายยาแผนปัจจุบัน พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นหาซื้อ ใช้ ประเมินผลและใช้จ่ายในผลิตภัณฑ์และบริการ โดยคาดหวังว่าจะตอบสนองความต้องการของเขาหรือหมายถึงกระบวนการตัดสินใจและลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคลเมื่อทำการประเมินผลการจัดการใช้จ่ายเกี่ยวกับสินค้าและบริการ โดยในงานวิจัยนี้หมายถึง การตัดสินใจเลือกใช้บริการในร้านขายยาแผนปัจจุบัน

วิธีการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ ณ จุดเวลาใดเวลาหนึ่งแบบตัดขวาง (Cross- Sectional Descriptive Study) โดยศึกษาในกลุ่มวัยทำงานอายุ 15-59 ปี ที่อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง จังหวัดพังงา ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 26,402 ราย คำนวณกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yamane ได้จำนวน 400 คน การเลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นไปตามสถิติ (Probability Sampling) โดยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลกำหนด 1 เดือน ตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม - 31 มีนาคม 2556 วิเคราะห์ประมวลผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้คือค่าเฉลี่ยร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน student's t-test, One way ANOVA และ Chi-square

ผลการศึกษา

1. ข้อมูลทั่วไป

ผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 53.8 อายุส่วนใหญ่ น้อยกว่า หรือเท่ากับ 30 ปี ร้อยละ 35.8 รองลงมาคืออายุอยู่ใน ช่วง 31-40 ปี ร้อยละ 28.0 การศึกษาส่วนใหญ่ระดับ ปริญญาตรี ร้อยละ 56.5 รองลงมาคือ ระดับต่ำกว่า ปริญญาตรี ร้อยละ 33.0 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 33.8 รองลงมา คือ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 20.0 รายได้ต่อเดือน ส่วนใหญ่ประมาณ 10,000-20,000 บาท ร้อยละ 44.5 รองลงมาคือรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 26.3

2. พฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยา แผนปัจจุบันของผู้บริโภค

ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 70.7 ใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบันมีความถี่เดือนละครั้ง หรือน้อยกว่า โดยช่วงเวลาที่ใช้บริการบ่อยที่สุดคือเวลา

18.01 ถึง 24.00 น. ร้อยละ 52.7 และใช้บริการร้านขายยา แผนปัจจุบันแห่งเดิมเป็นบางครั้ง ร้อยละ 38.5 ใกล้เคียงกัน กับการใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบันแห่งเดิม แบบไม่แน่นอน ร้อยละ 37.7 ลักษณะการให้บริการร้านขายยา แผนปัจจุบัน ส่วนใหญ่จะซื้อยา ร้อยละ 56.89 รองลงมา คือปรึกษาเรื่องการไ้ยา ร้อยละ 18.85 วิธีการซื้อยา ส่วนใหญ่จะบอกอาการให้เภสัชกรจ่ายยา ร้อยละ 69.3 ประเภทยาที่ซื้อส่วนใหญ่เป็นยารักษาโรค ร้อยละ 88.3 ยารักษาโรคที่ซื้อส่วนใหญ่เป็นประเภทยาแก้ปวดลดไข้ ร้อยละ 77.0 รองลงมาคือ ยารักษาโรคผิวหนัง ร้อยละ 4.8 ยารักษาโรคเกี่ยวกับทางเดินหายใจ ร้อยละ 4.2 ยารักษาโรคเกี่ยวกับทางเดินอาหาร ร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

3. ทศนคติของผู้บริโภคต่อร้านขายยา แผนปัจจุบัน

ผลการศึกษาทัศนคติของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ที่มีต่อร้านขายยาแผนปัจจุบัน 5 ด้าน ได้แก่ สถานที่ผลิตภัณฑ์ ราคา บุคลากรและสิ่งอำนวยความสะดวก อื่นๆ มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1 ทศนคติของผู้บริโภคต่อร้านขายยาแผนปัจจุบันในภาพรวมและรายด้าน

หัวข้อรายด้าน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับทัศนคติ	อันดับ
1. ด้านสถานที่	4.57	0.500	มากที่สุด	2
2. ด้านผลิตภัณฑ์	4.13	0.563	มาก	5
3. ด้านราคา	4.32	0.678	มาก	4
4. ด้านบุคลากร	4.74	0.454	มากที่สุด	1
5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ	4.43	0.592	มาก	3
รวม	4.57	0.500	มากที่สุด	

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อร้านขายยาแผนปัจจุบันในภาพรวมในระดับ มากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้านผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติจากระดับมากที่สุดไปน้อย ดังนี้ อันดับ 1 ด้านบุคลากร อันดับ 2 ด้านสถานที่ อันดับ 3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อันดับ 4 ด้านราคา และอันดับ 5 ด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.74, 4.57, 4.43, 4.32 และ 4.13 ตามลำดับ

แยกรายละเอียดรายด้าน

(1) ด้านสถานที่

ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อร้านขายยาในด้านสถานที่อยู่ในระดับเห็นด้วย เรียงลำดับตามข้อน้อยจากมากไปน้อย 5 อันดับ ดังนี้ คือ ภายในร้านขายยาต้องมีความสะอาด อยู่ในทำเลที่ไปใช้บริการได้สะดวกมีการจัดเรียงสินค้าเป็นหมวดหมู่ที่ชัดเจนดูสบายตา การจัดทางเดินเข้าออกภายในร้านมีความสะดวกและมีที่จอดรถไว้บริการลูกค้า โดยมีค่าเฉลี่ยตามลำดับดังนี้ คือ 4.50, 4.36, 4.33, 4.24 และ 4.21

(2) ด้านผลิตภัณฑ์

ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อร้านขายยาในด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับเห็นด้วย เรียงลำดับตามข้อน้อยจากมากไปน้อย 5 อันดับ ดังนี้ คือ มีรายการยาที่ครอบคลุมโรคทั่วไป ยาที่จำหน่ายมีความหลากหลายของยี่ห้อ มีการจำหน่ายเครื่องมือแพทย์ใช้ได้เองที่บ้าน เช่น ปวดหัวใช้ เครื่องวัดความดันโลหิต เครื่องชั่งน้ำหนัก มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์นมและอาหารเลี้ยงทารก และมีการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น แปรงสีฟัน ยาสีฟัน สบู่ เป็นต้น โดยมีค่าเฉลี่ยตามลำดับ ดังนี้ 4.18, 4.11, 3.92, 3.66 และ 3.32

(3) ด้านราคา

ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อร้านขายยาในด้านราคาอยู่ในระดับเห็นด้วย เรียงลำดับตามข้อน้อยจากมากไปน้อย 3 อันดับ ดังนี้ คือ มีป้ายแสดงราคาให้เห็นชัดเจนก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ ขยายราคาต่ำกว่าราคาป้ายที่ผู้ผลิตกำหนด ผู้บริโภคสามารถต่อรองราคาได้โดยมีค่าเฉลี่ยตามลำดับ ดังนี้ 4.44, 3.93 และ 3.66

(4) ด้านบุคลากร

ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อร้านขายยาในด้านบุคลากรอยู่ในระดับเห็นด้วย เรียงลำดับตามข้อน้อยจากมากไปน้อย 4 อันดับ ดังนี้ เภสัชกรมีความสามารถในการให้คำแนะนำปรึกษา มีเภสัชกรอยู่ประจำร้านตลอดเวลาที่เปิดทำการ มีการรับให้คำปรึกษาเรื่องยาและปัญหาสุขภาพโดยไม่คิดค่าบริการ และเภสัชกร แต่งกายสุภาพเรียบร้อย มีเอกลักษณ์ที่บอกถึงความเป็นเภสัชกร โดยมีค่าเฉลี่ยตามลำดับ ดังนี้ 4.66, 4.62, 4.54 และ 4.51

(5) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ

ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อร้านขายยาในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ อยู่ในระดับเห็นด้วย โดยเห็นด้วยว่าควรมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ ตามที่ร้านขายยาควรจะมีไว้ให้บริการฟรี เช่น เครื่องชั่ง น้ำหนัก วัดส่วนสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านขายยาในอำเภอเมืองจังหวัดพังงา จำแนกตามเพศ

ทัศนคติที่มีต่อร้านขายยา ในอำเภอเมือง จังหวัดพังงา	ชาย (n = 161)		หญิง (n = 239)		t	p-value
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ด้านสถานที่	4.49	0.501	4.63	0.491	-2.792*	0.005
2. ด้านผลิตภัณฑ์	4.07	0.565	4.17	0.559	-1.763	0.079
3. ด้านราคา	4.26	0.702	4.36	0.659	-1.55	0.121
4. ด้านบุคลากร	4.71	0.480	4.76	0.436	-1.00	0.318
5. ด้านอื่นๆ	4.34	0.615	4.48	0.571	-2.289*	0.023
รวม	4.49	0.501	4.62	0.494	-2.489*	0.013

* แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

4. เปรียบเทียบระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคล กับทัศนคติของผู้บริโภคต่อร้านขายยาแผนปัจจุบันในอำเภอเมือง จังหวัดพังงา

จากตารางที่ 2 เปรียบเทียบทัศนคติของผู้บริโภคต่อร้านขายยาในอำเภอเมืองจังหวัดพังงา จำแนกตามเพศ พบว่า ในภาพรวมเพศต่างกันทัศนคติของผู้บริโภคต่อร้านขายยาแผนปัจจุบันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ($t=2.489$, $p=0.013$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่เพศต่างกันทัศนคติของผู้บริโภคต่อร้านขายยาแผนปัจจุบันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ ด้านสถานที่ ($t=2.792$, $p=0.005$) และด้านอื่นๆ ($t=2.489$, $p=0.023$) ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านบุคลากร เพศต่างกันทัศนคติต่อร้านขายยา ไม่แตกต่างกัน

ผลการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อร้านขายยาแผนปัจจุบัน จำแนกตามอายุ โดยการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) พบว่าผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อร้านขายยาแผนปัจจุบันในภาพรวมไม่แตกต่างกัน สำหรับรายด้านผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อร้านขายยาแผนปัจจุบันทั้ง 5 ด้าน ไม่มีความแตกต่างกัน

5. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบันกับระดับทัศนคติที่มีต่อร้านขายยาแผนปัจจุบันของผู้บริโภค

การใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบันแห่งเดิม ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการในบางครั้ง มีทัศนคติต่อร้านขายยาในระดับมากที่สุด ร้อยละ 66.9 รองลงมา คือ กลุ่มที่ใช้บริการแบบไม่แน่นอน ร้อยละ 53.6 และกลุ่มที่ใช้บริการทุกครั้ง ร้อยละ 48.4 เมื่อทดสอบความสัมพันธ์พบว่า การใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบันแห่งเดิมมีความสัมพันธ์กับระดับทัศนคติ ที่มีต่อร้านขายยาแผนปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\chi^2=9.672$, $df=2$, $p=0.008$) และความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของสินค้าที่ซื้อจากร้านขายยาแผนปัจจุบันกับระดับทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านขายยาแผนปัจจุบัน พบว่าประเภทของสินค้าที่ซื้อจากร้านขายยาแผนปัจจุบันกลุ่มอุปกรณ์ทางการแพทย์และอื่นๆ อยู่ในระดับมากที่สุด ร้อยละ 81.3 รองลงมาคือ กลุ่มอาหารเสริม ร้อยละ 80.6 และ

กลุ่มยารักษาโรค ร้อยละ 54.4 โดยมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\chi^2=11.885$, $df=2$, $p=0.003$)

สรุปผลการศึกษา

ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 53.8 อายุส่วนใหญ่ไม่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี ร้อยละ 35.8 รองลงมา คือ 31–40 ปี ร้อยละ 28.0 การศึกษาส่วนใหญ่ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 56.5 รองลงมา คือระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 33.0 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 33.8 รองลงมา คือ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 20.0 รายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่ประมาณ 10,000 – 20,000 บาท ร้อยละ 44.5 รองลงมาต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 26.3

ความถี่ในการใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบันของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เดือนละครึ่งหรือน้อยกว่า ร้อยละ 70.7 โดยช่วงเวลาที่ใช้บริการบ่อยที่สุดคือ เวลา 18.01–24.00 น. ร้อยละ 52.7 และใช้บริการร้านขายยา แผนปัจจุบันแห่งเดิมเป็นบางครั้ง ร้อยละ 38.5 ใกล้เคียงกันกับการใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบันแห่งเดิมแบบ ไม่แน่นอน ร้อยละ 37.7 ลักษณะการใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบัน ส่วนใหญ่จะซื้อยา ร้อยละ 56.89 รองลงมา คือปรึกษาเรื่องการไต่ยา ร้อยละ 18.85 วิธีการซื้อยา ส่วนใหญ่จะบอกอาการให้เภสัชกรจ่ายยา ร้อยละ 69.3 ประเภทสินค้า ที่ซื้อจากร้านขายยา ส่วนใหญ่เป็นยา รักษาโรค ร้อยละ 88.3 กลุ่มยาประเภทที่ซื้อจากร้านขายยาแผนปัจจุบัน ส่วนใหญ่เป็นประเภทยาแก้ปวดลดไข้ ร้อยละ 77.0 รองลงมา คือ ยารักษาโรคผิวหนัง ร้อยละ 4.8 ยารักษาโรคเกี่ยวกับทางเดินหายใจ ร้อยละ 4.2 ยารักษาโรคเกี่ยวกับทางเดินอาหาร ร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อร้านขายยาแผนปัจจุบันในภาพรวมในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าทัศนคติที่มีต่อร้านขายยาแผนปัจจุบัน ในระดับมากที่สุดคือด้านสถานที่ และด้านบุคลากร ส่วนในระดับเห็นด้วยคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาและด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลทดสอบสมมติฐานพบว่าพฤติกรรมการใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบันของผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อร้านขายยาแผนปัจจุบัน ในขณะที่ความถี่ วิธีการซื้อยา และช่วงเวลาที่ใช้บริการร้านขายยา แผนปัจจุบันไม่มีความสัมพันธ์กับระดับทัศนคติที่มีต่อร้านขายยาแผนปัจจุบัน แต่การใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบันแห่งเดิม มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อร้านขายยาแผนปัจจุบันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\chi^2=9.672$, $df=2$, $p=0.008$) ประเภทของสินค้าที่ซื้อจากร้านขายยาแผนปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อร้านขายยาแผนปัจจุบันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\chi^2=11.885$, $df=2$, $p=0.003$) ในภาพรวมเพศต่างกัน จะมีทัศนคติต่อร้านขายยาแผนปัจจุบันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($t=2.489$, $p=0.013$) แต่ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ อาชีพและรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน มีทัศนคติต่อร้านขายยาแผนปัจจุบันในภาพรวมไม่แตกต่างกัน รวมทั้งมีทัศนคติต่อร้านขายยาแผนปัจจุบันรายด้านทั้ง 5 ด้านไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผล

เมื่อผู้บริโภคเกิดการเจ็บป่วยจะชวนหาวิธีการดูแลรักษาเพื่อให้หายจากอาการป่วย สิ่งที่เกิดขึ้นอันดับแรกคือ รับประทานยาจึงจะหาย แต่ปัจจุบันการไปพบแพทย์บางคนอาจคิดว่าใช้เวลานานไม่สะดวกมีขั้นตอนมาก ผู้บริโภคจึงเลือกใช้วิธีการซื้อยารับประทานเองโดยใช้ประสบการณ์เดิมที่มี ดังนั้น หากร้านขายยาแผนปัจจุบันมีเภสัชกรที่มีความรู้ความสามารถด้านยาอยู่ประจำร้าน คอยดูแลให้คำปรึกษาจะเป็นร้านขายยาที่ผู้บริโภคต้องการในการศึกษานี้จึงพบว่าผู้บริโภคมีทัศนคติต่อร้านขายยาในส่วนบุคคลสูงในระดับมากที่สุด เป็นอันดับที่ 1 รองลงมาเป็นด้านสถานที่ อาจเนื่องจากด้วยคุณลักษณะทั่วไปของบุคคลจะชอบความสะดวกสบาย การที่ร้านขายยา มีการจัดสถานที่สวยงาม น่าเข้าไปใช้บริการ การจัดเรียงยา

สะดวกง่ายในการหยิบ ทำให้ทัศนคติของผู้บริโภคต่อร้านขายยาแผนปัจจุบันในเขตอำเภอเมืองพังงาอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับข้อกำหนดของมาตรฐานของร้านยาข้อที่ 1 ที่กล่าวว่า ความมุ่งหมายของมาตรฐานนี้เพื่อให้มีองค์ประกอบทางกายภาพที่เหมาะสมและสนับสนุนให้เกิดการบริการที่มีคุณภาพ โดยมีการจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วนที่เพียงพอและเหมาะสมสำหรับการให้บริการ แสดงให้เห็นอย่างเด่นชัดระหว่างพื้นที่ที่ต้องปฏิบัติการโดยเภสัชกร และพื้นที่บริการอื่นๆ มีการจัดหมวดหมู่ของยา ผลิตภัณฑ์สุขภาพ และการเก็บรักษาที่เอื้อต่อการรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ตลอดจนต้องจัดหาอุปกรณ์และสิ่งสนับสนุนการให้บริการที่ดีแก่ประชาชน

เมื่อเปรียบเทียบทัศนคติกับคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค พบว่า เพศต่างกันทัศนคติของผู้บริโภคต่อร้านขายยาแผนปัจจุบันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($t=2.489$, $p=0.013$) เมื่อพิจารณาร้านขายยาแผนปัจจุบันรายด้านพบว่า เพศที่ต่างกันทัศนคติของผู้บริโภคต่อร้านขายยาแผนปัจจุบันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ประกอบด้วยด้านสถานที่ ($t=2.792$, $p=0.005$) และด้านอื่นๆ ($t=2.489$, $p=0.023$) ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านบุคลากร ทัศนคติ ของผู้บริโภคต่อร้านขายยาไม่แตกต่างกัน ส่วนอายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือนของผู้บริโภคที่ต่างกัน ทัศนคติต่อร้านขายยาแผนปัจจุบันไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ พบว่าเพศหญิง มีคะแนนเฉลี่ยทัศนคติต่อร้านขายยาแผนปัจจุบันสูงกว่าเพศชายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อาจเนื่องจากเพศหญิงมีความละเอียดอ่อน มีความรอบคอบ และชื่นชอบความสวยงามของสถานที่ ความเป็นระเบียบเรียบร้อยมากกว่าเพศชาย ดังนั้นเพศหญิงจึงมีคะแนนเฉลี่ยทัศนคติต่อร้านขายยาแผนปัจจุบันสูงกว่าเพศชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นกลุ่มข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ รองลงมาคืออาชีพค้าขาย การใช้บริการร้านขายยา

แผนปัจจุบันส่วนใหญ่จึงอยู่ในช่วงเวลา 18.00–24.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาหลังเลิกงาน ยาที่ซื้อส่วนใหญ่จะเป็นยาแก้ปวด ลดไข้ ยาโรคผิวหนัง เนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีความรู้ในระดับปริญญาตรี สามารถตัดสินใจใช้ยาแก้ปวด ลดไข้ ยารักษาโรคผิวหนัง รักษาโรคต่างๆ ให้กับตนเองได้ โดยต้องการคำแนะนำจากเภสัชกรเพิ่มเติม ยาที่ซื้อส่วนใหญ่จะสอดคล้องกับโรคที่พบมากในท้องถิ่น เช่น โรคไข้หวัด โรคทางเดินหายใจ โรคผิวหนัง และโรคระบบทางเดินอาหาร เป็นต้น

การใช้บริการร้านขายยาแผนปัจจุบันแห่งเดิมของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับระดับทัศนคติที่มีต่อร้านขายยาแผนปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\chi^2=9.672$, $df=2$, $p=0.008$) ประเภทสินค้าที่ผู้บริโภคซื้อจากร้านขายยา แผนปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับระดับทัศนคติที่มีต่อร้านขายยาแผนปัจจุบันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\chi^2=11.885$, $df=2$, $p=0.003$) โดยสินค้าในกลุ่มอุปกรณ์ทางการแพทย์และอื่นๆ ทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านขายยาแผนปัจจุบันอยู่ในระดับมากที่สุดคือร้อยละ 81.3 รองลงมาได้แก่ กลุ่มอาหารเสริมคือร้อยละ 80.6 เนื่องจากอุปกรณ์ทางการแพทย์มีราคาค่อนข้างแพง ทัศนคติของผู้บริโภค ที่มีต่อร้านขายยาแผนปัจจุบัน จึงมีส่วนในการตัดสินใจ ซื้อสินค้าจากร้านขายยาแผนปัจจุบันประเภทนี้มากที่สุด รองลงมาคืออาหารเสริม เพราะต้องการคำแนะนำจากเภสัชกรในการใช้ผลิตภัณฑ์ร่วมด้วย ส่วนความถี่ ช่วงเวลา วิธีการซื้อยา ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้บริโภค ที่มีต่อร้านขายยาแผนปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ เพื่อการนำไปใช้และสำหรับการศึกษารุ่นต่อไป ดังนี้

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้

1) ทัศนคติที่มีต่อร้านขายยาแผนปัจจุบันด้านสถานที่ เรื่องภายในร้านขายยาเปิดเครื่องปรับอากาศตลอดเวลาที่เปิดให้บริการ และมีการจัดวางสินค้าที่ผู้ซื้อ

สามารถเลือกซื้อเองได้ ได้รับการประเมินทัศนคติในระดับต่ำสุดเป็นอันดับสุดท้าย ดังนั้น ควรดำเนินการพัฒนาสถานที่ในร้านขายยาให้สามารถเปิดให้บริการแบบร้านสะดวกซื้อ เปิดเครื่องปรับอากาศ มีการจัดวางของเป็นระเบียบ มีป้ายราคายาให้เลือกหยิบซื้อได้เอง เป็นต้น พร้อมทั้งติดตั้งป้ายชื่อร้านขายยาให้มีขนาดใหญ่และมีสีสันสะดุดตา เด่นเห็นชัดเจน มีสัญลักษณ์ที่เป็นเอกลักษณ์ แสดงให้เห็นและรู้ว่าคือ ร้านขายยา เด่นเห็นไกล และมีสีสันทันเป็นเอกลักษณ์ เช่น สีของธนาคารแต่ละแห่ง เป็นต้น

2) ทัศนคติที่มีต่อร้านขายยาแผนปัจจุบันด้านผลิตภัณฑ์ มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง น้ำหอม สินค้าอุปโภคบริโภค เช่น แปรงสีฟัน ยาสีฟัน สบู่ เป็นต้น ผลิตภัณฑ์นมและอาหารเลี้ยงทารก ได้รับการประเมินทัศนคติในระดับต่ำสุดเป็นอันดับสุดท้ายเรียงตามลำดับ ดังนั้น ควรดำเนินการเพิ่มผลิตภัณฑ์ เหล่านี้เข้าไปในร้านขายยาเพิ่มขึ้น ปรับเพิ่มเป็นร้านสะดวกซื้อเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ด้านการแพทย์

3) ทัศนคติที่มีต่อร้านขายยาแผนปัจจุบันด้านราคา คือ ผู้บริโภคสามารถต่อรองราคาได้ และขายยาราคาต่ำกว่าราคาป้ายที่ผู้ผลิตกำหนด ได้รับการประเมินทัศนคติในระดับต่ำสุดเป็นอันดับสุดท้ายเรียงตามลำดับ ดังนั้นควรมีการติดป้ายราคายาที่ชัดเจนที่ขวดยา และราคาควรต่ำกว่าราคาข้างขวดที่ผู้ผลิตกำหนดไว้

4) ทัศนคติที่มีต่อร้านขายยาแผนปัจจุบันด้านบุคลากร เภสัชกรแต่งกายสุภาพเรียบร้อย มีเอกลักษณ์ที่บอกถึงความเป็นเภสัชกร ได้รับการประเมินทัศนคติในระดับต่ำสุดเป็นอันดับสุดท้าย ดังนั้น เภสัชกรหรือเจ้าหน้าที่ขายยาควรมีแบบฟอร์มการแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์และควรใส่ทุกครั้งที่ปฏิบัติงาน เป็นต้น

5) ทัศนคติที่มี ต่อร้านขายยาแผนปัจจุบันด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ได้แก่ มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ ตามที่ร้านขายยาควรมีไว้ให้บริการฟรี เช่น เครื่องชั่งน้ำหนัก วัดส่วนสูง ได้รับการประเมินทัศนคติในระดับเห็นด้วย ดังนั้น ควรมีอุปกรณ์ด้านสุขภาพ เช่น เครื่องชั่งน้ำหนัก เครื่องวัดส่วนสูง วัดรอบเอวไว้บริการ

ลูกค้าเพิ่มเติมเป็นสิ่งกระตุ้น ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจต้องพยายามสร้างสิ่งกระตุ้นทางการตลาดเหล่านี้ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไป

ควรทำการศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องเกี่ยวกับอิทธิพลของกระบวนการในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ด้านยาและเวชภัณฑ์ เพื่อประเมินและติดตามผลหลังการให้บริการ อันอาจส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการร้านขายยาซ้ำในโอกาสต่อไปได้อีกทางหนึ่ง

บรรณานุกรม

- กัมพล ล้อตระกานนท์ ฉัตรารณณ์ ชุ่มจิต และชนัญชิตา สมจิตร. (2547) “การสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการ ร้านยาแผนปัจจุบันในเขตสาธารณสุขที่ 4 ในการนำเกณฑ์มาตรฐานร้านยามาตรฐานที่ 3 ไปปฏิบัติ” การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เภสัชศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ทัศนัย ชันตยาภรณ์ ศิริพร ยงพานิชกุล และพัชรีย์ ตั้งตุลยางกูร. (2542) บทเรียนและประสบการณ์ในการเสริมสร้างศักยภาพร้านยา กรุงเทพมหานคร องค์การพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อการสาธารณสุข.
- ธีรวรรณ ปัญญาสว่างจิตร. (2549) “ทัศนคติของผู้ประกอบการร้านยาในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อโครงการพัฒนาและรับรองคุณภาพร้านยา” การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ภิญญา เปลี่ยนบางช้าง และดวงทิพย์ หงส์สมุทร. (2549) “ความคิดเห็นของเจ้าของร้านยาทั่วประเทศต่อมาตรฐานร้านยาของสภาเภสัชกรรม” วารสารวิชาการสาธารณสุข 15, 1 (มกราคม-กุมภาพันธ์): 111-122.

วันชัย คุปต์วาทินกุล และสุมนา หวังนิพนานโต. (2549) “4 กลยุทธ์รุดสร้างร้านยาคุณภาพ” วารสารฟาร์มาไทม์ 4, 47 (พฤศจิกายน): 15-18.

สำนักงานโครงการพัฒนาร้านยา. (2548) หนทางสู่ร้านยาคุณภาพ กรุงเทพมหานคร องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.

สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดพังงา. (2552) สรุปตัวชี้วัดและแนวทางการตรวจราชการและนิเทศงานกรณีปกติ ระดับกระทรวง กระทรวงสาธารณสุข ประจำปีงบประมาณ 2552 พังงา กลุ่มพัฒนายุทธศาสตร์สาธารณสุข.

อริสรา นกตลลดาภรณ์. (2548) “ศักยภาพความพร้อมและการให้ความสำคัญของผู้ประกอบการร้านยาแผนปัจจุบันที่มีต่อเกณฑ์มาตรฐานร้านยาของสภาเภสัชกรรม : กรณีศึกษาร้านยาแผนปัจจุบันในอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานีที่ยังไม่เข้าร่วมโครงการพัฒนาและรับรองคุณภาพร้านยา” รายงานการศึกษานิพนธ์ ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการผลิตภัณฑ์สุขภาพ บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยขอนแก่น.

Andress, Burton G. (1970). Experimental Psychology. 2nd ed. New York: John Willey & Sons.

Guilford, John S. and Gray, David E. (1970). Motivation and Modern Management. London: Harper and Row, Publishers.

Hicks, Herbert B. (1967). Management of Organization. New York: Mc Graw-Hill Book.

Maslow, A. H. (1954). Motivation and Personality. New York: Harper & Brothers.

Vroom, Victor H. (1970). Industrial Social Psychology in Vroom, Victor H. and Deci, Edward L.(eds.) Management and Motivation. Harmondworth: Penguin Book.

