

พฤติกรรมการเลือกซื้อยาแก้ไอของผู้บริโภคใน 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้
CONSUMER'S CHOICE BEHAVIAR OF COUGH MEDICINE
IN 5 SOUTHERN BORDER PROVINCES OF THAILAND.

ศุภันตา เชื้อชาติ
ศรัณยา บุณนาค

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

2550

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	(ก)
สารบัญตาราง	(ค)
สารบัญแผนภาพ	(ง)
บทคัดย่อ	(จ)
Abstract	(ฉ)
1. บทนำ	1
ความสำคัญและที่มาของการศึกษา	1
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและกรอบแนวความคิดในการวิจัย	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
2. ระเบียบวิธีวิจัย	5
3. ผลการวิจัย	6
ลักษณะด้านเศรษฐกิจ – สังคมของกลุ่มตัวอย่าง	6
พฤติกรรมสุขภาพเกี่ยวกับอาการไอ/หวัด	7
พฤติกรรมในการเลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัด	7
ปัญหาการใช้ยาแก้ไอผสมโคเดอีน	10
วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อยาแก้ไอ/หวัด	
โดยการตัดสินใจด้วยตนเอง หรือตามคำแนะนำของบุคลากรด้านการแพทย์	11
วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ซื้อยาแก้ไอ/หวัด	13
วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มผู้บริโภคที่เลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัด	
ด้วยรูปแบบของยาแตกต่างกัน	14
4. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	16
บรรณานุกรม	21
ภาคผนวก ก. ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	23
ภาคผนวก ข. ตารางสถิติ	27
ภาคผนวก ค. แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย	51
ภาคผนวก ง. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโคเดอีน	61

สารบัญตาราง

	หน้า	
ตาราง 1	จำนวนตัวอย่างจำแนกตามจังหวัดที่อยู่อาศัยและศาสนา	27
ตาราง 2	ลักษณะทั่วไปด้านเศรษฐกิจ – สังคมของกลุ่มตัวอย่าง	28
ตาราง 3	งานอดิเรกและการใช้เวลาว่าง	31
ตาราง 4	พฤติกรรมการรักษาสุขภาพของกลุ่มตัวอย่างเมื่อมีอาการไอ หรือเป็นไข้หวัด	32
ตาราง 5	พฤติกรรมในการเลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัด	34
ตาราง 6	การเลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัด ด้วยรูปแบบและลักษณะของยี่ห้อแตกต่างกัน	37
ตาราง 7	คุณสมบัติ รูปแบบ และลักษณะบรรจุภัณฑ์ของยาแก้ไอและ/หรือยาแก้หวัด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ	39
ตาราง 8	ปัญหาการแพร่ระบาดของยาแก้ไอผสมโคเคอิน	41
ตาราง 9	การวิเคราะห์การผันแปรเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การตัดสินใจซื้อ ยาแก้ไอ/หวัดด้วยตนเอง หรือตามคำแนะนำของบุคลากรด้านการแพทย์	42
ตาราง 10	การวิเคราะห์การจำแนกหมู่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การตัดสินใจซื้อ ยาแก้ไอ/หวัดด้วยตนเอง หรือตามคำแนะนำของบุคลากรด้านการแพทย์	43
ตาราง 11	Factor Summary	44
ตาราง 12	Model Goodness of Fit	44
ตาราง 13	เมตริกส์สหสัมพันธ์ (Correlation Matrix)	45
ตาราง 14	ตัวแปรและค่าสถิติต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การเลือกสถานที่ซื้อยาแก้ไอ/หวัด	46
ตาราง 15	Classification Table	46
ตาราง 16	Model Summary	47
ตาราง 17	แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปร ระหว่างกลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อยาแก้ไอ/หวัดแบบยาเม็ด แคปซูล และยาน้ำ	47
ตาราง 18	Eigenvalues	48
ตาราง 19	Wilks' Lambda	48
ตาราง 20	ค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานของตัวแปรอิสระในการวิเคราะห์การจำแนก (Standardized Canonical Discriminant Function Coefficients)	49
ตาราง 21	Functions at Group Centroids	49
ตาราง 22	Classification Results	50

(ง)

สารบัญแผนภาพ

	หน้า
แผนภาพ 1 แบบจำลองแสดงแนวความคิดในการวิจัย (Conceptual Framework) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ การเลือกสถานที่ซื้อ และรูปแบบของ ยาแก้ไอ/หวัดที่ผู้บริโภคซื้อ	4

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ต้องการศึกษาพฤติกรรมสุขภาพเกี่ยวกับอาการไอ/หวัดและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อยาแก้ไอ/หวัด การเลือกสถานที่ซื้อยาแก้ไอ/หวัด และเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างผู้บริโภคที่เลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัดแบบยาเม็ด แคปซูล และยาน้ำ ตลอดจนปัญหาการแพร่ระบาดของยาแก้ไอผสมโคเคอิน โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) ได้กลุ่มตัวอย่างในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส จำนวน 1,200 ราย มาทำการสัมภาษณ์ด้วยแบบสอบถามในช่วงเดือนมกราคม-เมษายน พ.ศ. 2549 ผลการวิจัยพบว่า ร้อยละ 54.7 ของกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 37.43 ปี ได้รับการศึกษาโดยเฉลี่ยชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ร้อยละ 68 ของกลุ่มตัวอย่าง กำลังอยู่กับคู่สมรส มีจำนวนบุตรเฉลี่ย 2.69 คน ประกอบอาชีพทำกิจการส่วนตัวมากที่สุด มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ย 17,791 บาท/เดือน เมื่อเป็นไข้หวัดกลุ่มตัวอย่างจะมีอาการไอบ่อยที่สุด รองลงมามีไข้ ปวดศีรษะ มีน้ำมูก มีเสมหะ และเจ็บคอ ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างจะไปพบแพทย์เพื่อให้วินิจฉัยและรักษามากที่สุด รองลงมารับประทานอาหารที่มีประโยชน์และใช้วิธีการรักษาแบบดั้งเดิม เช่น ดมน้ำร้อนดื่ม และซื้อยากินเองจากร้านขายยา ตามลำดับ โดยซื้อยี่ห้อทิฟฟี่มากที่สุด รองลงมาเป็นติลคอดเจน พารา นูตา และซาร่า ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อยาแก้ไอ/หวัดจากร้านขายยาทั่วไป รูปแบบของยาแก้ไอ/หวัดที่กลุ่มตัวอย่างชอบเป็นยาเม็ดมากที่สุด รองลงมาเป็นยาน้ำ และแคปซูล ทั้งนี้บรรจุภัณฑ์ของยาเม็ดที่กลุ่มตัวอย่างชอบเป็นแบบแผงคู่ (2 x 4) แบบยาน้ำจะชอบขวดทรงกลม และแบบแคปซูลจะชอบแบบแผงเดี่ยว นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังให้ข้อมูลว่า ร้อยละ 7.2 ของเพื่อนบ้านมีการใช้ยาแก้ไอผสมโคเคอินมาดื่ม เพื่อความสนุกสนาน จึงเป็นการแพร่ระบาดของยาเสพติดอีกรูปแบบหนึ่งในจังหวัดชายแดนภาคใต้ จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อยาแก้ไอ/หวัด พบว่าผู้ที่ตัดสินใจด้วยตนเองแทนการไปขอคำแนะนำจากแพทย์/เภสัชกร จะเป็นเพศชาย มีอายุมากกว่า 34 ปี มีระดับการศึกษาสูงกว่า กำลังอยู่กับคู่สมรส ไม่มีบุตรหลานอายุ 6-12 ปี อยู่ในครอบครัว อาศัยอยู่ในเขตเมือง ประกอบอาชีพที่ไม่ใช่การรับจ้างใช้แรงงาน เกษตรกร และประมง มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน 15,000 บาท และน้อยกว่า และเป็นกลุ่มที่ไม่มีอาการไอเมื่อเป็นหวัด เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มที่มีลักษณะตรงกันข้าม ดังนั้นในการส่งเสริมให้ประชาชนมีพฤติกรรมทางสุขภาพของที่ถูกต้อง มีความเป็นอยู่ที่ดี สังคมเข้มแข็ง จึงควรให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายซึ่งทำการตัดสินใจซื้อยาแก้ไอ/หวัดด้วยตนเอง ให้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมมาเป็นการซื้อยาตามคำแนะนำของบุคลากรด้านการแพทย์ และเลือกซื้อจากสถานที่ที่มีความรับผิดชอบสูง นอกจากนี้พนักงานเจ้าหน้าที่ของรัฐที่มีบทบาทเกี่ยวข้อง ควรเข้มงวดในการจับกุมทั้งผู้เสพและผู้จำหน่ายยาแก้ไอผสมโคเคอินมาลงโทษ เพื่อป้องกันมิให้นำมาใช้เป็นสารเสพติดอีกรูปแบบหนึ่ง

Abstract

The objectives of this study was to examine health behavior of coughing and having a common cold, to analyze factors that affected people's decisions to buy cough syrup and medicines to relieve a common cold, choose a drugstore to buy medicines, and to compare the differences between choosing to buy different types of medicine: tablet, capsule and syrup, and the spread of using cough syrup mixed with cocaine. Multi-stage sampling was used in this study. The semi-structure interviews were used to gather 1,200 samples' views in Pattani, Yala and Narathiwat during January – April, 2006. It was found that 54.7% of the sample group was females. The average age was 37.43. The education level in average was Matthayom 4. Sixty-eight percent of the sample group was living with their spouse. On average, the sample group had 2.69 children. Most of them owned their business. The average income was 17,791 baht per month. When the sample group had a cold, they mostly cough, had a fever, headache, running nose, phlegm and sore throat respectively. The most favorite way to cure was going to see the doctor to have diagnosis. The second favorite way was to eat healthy food and use traditional treatments such as drinking warm water, and buying medicine from a drugstore respectively. The brands of medicines which were bought included Tiffy, Decolgen, Para, Nuta, and Sara respectively. Most sample group bought cough syrup from a drugstore. The preferable forms of medicine were tablet, syrup, and capsule respectively. A strip of 8 tablets was the most favorite. For syrup, the round bottles were the most favorite one. It was also found that 7.2% of their neighbors took syrup mixed with cocaine for fun. This led to the spread of another kind of drug addiction in the provinces at the borderline in the south of Thailand. Regarding factors affecting samples' decisions to buy cough syrup and medicine to relieve common cold, the results showed that the sample group who decided to buy medicines from a drug store instead of going to see the doctors were males, age above 34 years old, had higher educational level, were living with their spouse, had no children age between 6-12 in their family, lived in the city, had a job which was not a laborer, farmer, and fisherman, had average income about 15,000 baht or less per month, and did not cough when they had a common cold when compared with the other group that had opposite characteristics. Therefore, to boost people's appropriate health behaviors, people's better living, and strong social, the emphasis should be on a practice which helps change people's decisions on buying medicines to relieve a common cold by themselves into buying medicines according to medical practitioners' recommendations, and buying medicines from a store which has high responsibilities. In addition, one way to avoid using addictive substance is the government officials who are involved with this matter must be strict about capturing both people who buy and people who sell drugs mixed with cocaine.

1. บทนำ

ความสำคัญและที่มาของการศึกษา

ปัญหาของการใช้ยาแก้ไอผสมโคเดอีน พบมากที่จังหวัดต่าง ๆ บริเวณชายแดนของประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางภาคใต้ แหล่งจำหน่ายยาส่วนใหญ่จะเป็นร้านขายเครื่องดื่มน้ำ กลุ่มที่ใช้ยาแก้ไอผสมโคเดอีนส่วนใหญ่จะเป็นวัยรุ่น โดยนิยมนำยาแก้ไอผสมกับเครื่องดื่มประเภทน้ำอัดลม แล้วดื่มเพื่อความสนุกสนานคล้ายกับการดื่มน้ำหวาน แหล่งจำหน่ายยาส่วนใหญ่มีการลักลอบจำหน่ายเพื่อบริการให้แก่ลูกค้า ปัจจุบันพบว่าแนวโน้มของการใช้ยาแก้ไอที่มีโคเดอีนเป็นส่วนผสม เริ่มขยายไปสู่จังหวัดตามภาคต่าง ๆ ของประเทศ ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาการติดยาและขาดสติ เป็นต้นเหตุแห่งการก่ออาชญากรรมร้ายแรง ได้ (<http://www.sudyord.com/health/medicine/b3.htm>)

ดังนั้นนางสุภารัตน์ เกตุราพันธ์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขในขณะนั้น จึงได้จัดประชุมหน่วยงานผู้เกี่ยวข้องทั้งส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค เพื่อแก้ไขปัญหาของการใช้ยาแก้ไอผสมโคเดอีน เมื่อวันที่ 24 มกราคม 2546 ณ โรงแรมโรยัลซิตี จังหวัดภูเก็ต โดยมีผู้บริหารระดับสูง มาร่วมการประชุม ได้แก่ ผู้ว่าราชการจังหวัด ใน 14 จังหวัดภาคใต้ และภาคอื่นบางจังหวัดที่มีปัญหาโคเดอีน ผู้ช่วยปลัดกระทรวงมหาดไทย รองผู้บัญชาการตำรวจภูธรภาค 8 รองเลขาธิการ ป.ป.ส. เลขาธิการ ป.ป.ง. และ นพ.สสจ. และหัวหน้ากลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค สสจ.

(<http://www.fda.moph.go.th/fda-net/html/product/other/kbs3/codeine46.htm>)

ความจริงอาการไอเป็นสิ่งที่มิมีประโยชน์ต่อร่างกาย ในการกำจัดสิ่งแปลกปลอมที่เข้าสู่ร่างกายทางหลอดอาหารหรือทางเดินหายใจ แต่อาการไอที่ทำให้คอแห้งและระคายคอ ก็เป็นเรื่องน่ารำคาญที่ทำให้เกิดธุรกิจการผลิตยาแก้ไอที่ทำกำไรมหาศาลไม่เพียงแก้หวัดทั่วไป ทั้งที่ยาแก้ไอส่วนใหญ่จะมีส่วนผสมของตัวยาเฉพาะโรคเพียงน้อยชนิด แต่ผู้ใช้ยาแก้ไอจะคิดใจในกลิ่น และรสชาติที่แข่งขันกันปรุงแต่งเพิ่มเติม วัตถุประสงค์หลักของยารักษาอาการไอจึงอาจแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ยาแก้ไอและยาขับเสมหะ โดยยาแก้ไอไม่ว่าจะอยู่ในรูปของยาน้ำ ยาหยอด ยาจิบ ยาเม็ด ยาลูกอมแบบลูกกวาด ซึ่งมักผสมด้วยยาฆ่าเชื้อที่มีปริมาณเล็กน้อยจนแทบจะไม่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากถ้ามีประสิทธิภาพมากพอก็อาจจะเป็นอันตรายต่อผู้ใช้ยาได้

อาการเจ็บไข้บางอย่าง พ่อแม่สามารถซื้อยามารักษาลูกเองได้ โดยไม่ต้องพาลูกไปหาหมอเมื่อกินยาก็จะหาย แต่ก็อาจมีอันตรายถึงชีวิตได้ ถ้าใช้ยาไม่ถูกต้อง การใช้ยากับเด็กจึงต้องระมัดระวังเป็นพิเศษ สำหรับประเทศไทย พญ. พรรณวดี วิโรจน์วงศ์ (20/11/2546) รายงานว่าเด็กไทยไม่ถึง 2 ใน 3 ที่ได้รับยาถูกต้องครบถ้วน โดยพ่อ-แม่ ปู่-ย่า ตา-ยาย หรือคนเลี้ยงเด็ก ขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องการใช้ยา ซึ่งมักเป็นการใช้ยาผิด ๆ เช่น ยาแก้ไอ หรือยาลดไข้หวัด

1.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและกรอบแนวความคิดในการวิจัย

วิภา คำนธำรงกูร และคณะ (2548) รายงานว่าในปี พ.ศ.2534 ได้เริ่มมีการบริโภคยาน้ำแก้ไอที่มีโคเดอีนเป็นส่วนผสมในจังหวัดชายแดนภาคใต้ และจากสถิติข้อมูลการจับกุมคดีที่เกี่ยวข้องกับยา

แก๊สไอที่มีโคเคอินเป็นส่วนผสมในพื้นที่ดังกล่าว บ่งว่าสภาพเป็นไปอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในกลุ่มประชากรวัยรุ่น และขยายไปในจังหวัดอื่น ๆ ในพื้นที่ภาคใต้ เช่น สงขลา นครศรีธรรมราช พัทลุง และภูเก็ต ทั้งนี้ผู้บริโภคสามารถซื้อหาได้โดยทั่วไปจากร้านขายยา ร้านขายน้ำชา/เครื่องดื่ม ร้านคาราโอเกะ ร้านขายอาหารเครื่องดื่มบริเวณสถานที่ท่องเที่ยวตามชายหาด ตลอดจนร้านขายข้าวแกง/สถานที่ท่องเที่ยว/สวนสาธารณะ ซึ่งกลุ่มวัยรุ่นมีการนัดหมายมาพบกัน และอาจก่อให้เกิดพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม อันเป็นพื้นฐานไปสู่การกระทำผิดด้านอื่น ๆ รวมทั้งการเข้าถึงสารเสพติดชนิดอื่นได้ง่ายขึ้น

วรลักษณ์ ปรีชาสุชาติ (2546) สุ่มตัวอย่างนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา ในจังหวัดปัตตานี จำนวน 944 ราย มาทำการสัมภาษณ์ด้วยแบบสอบถาม พบว่า เพศ อายุ ศาสนา ระดับชั้นเรียน เกรดเฉลี่ย ระดับความรู้เกี่ยวกับการเสพยาเสพติดให้โทษ และประสบการณ์การเสพยาแก๊สไอที่มีส่วนประกอบโคเคอิน มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการเสพยาแก๊สไอที่มีส่วนประกอบโคเคอิน และนักเรียนยังได้เสนอแนะวิธีการป้องกัน ของยาแก๊สไอ ได้แก่ การไม่คบเพื่อนที่เสพยา พ่อแม่ควรดูแลเอาใจใส่ลูก และการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์

กนิษฐา ไทยกล้า และคณะ (2545) ศึกษาสถานการณ์ตลาดยาไอในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อขายและการบริโภคสารเสพติด โดยใช้วิธีการสังเกต และการสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง กลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 ราย จากผู้ใช้บริการสถานบันเทิงในช่วงเดือนมกราคม – สิงหาคม พ.ศ.2546 พบว่าสถานที่ที่ซื้อขายยาเสพติดกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะซื้อ ณ ที่เสพ วิธีการในการซื้อขายยาเสพติดจะโทรศัพท์หาเพื่อนเพื่อถามสถานที่ปาร์ตี้พร้อมสั่งยา ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อคือกลุ่มเพื่อนที่ร่วมปาร์ตี้ โอกาสในการซื้อของกลุ่มตัวอย่างจะหาซื้อในช่วงเทศกาล วันหยุด หรือช่วงที่มีเพื่อนมาจากต่างจังหวัด แหล่งที่กลุ่มเป้าหมายไปซื้อยาไอจะได้มาจากการที่ผู้จำหน่ายฝากเพื่อนมาให้ที่บ้าน หรือตามจุดนัดพบต่าง ๆ เช่น ร้านทำผม ที่ทำงาน บริษัท หรือบริเวณสถานบันเทิงทั้งในและนอก รวมถึงบริเวณที่จอดรถ บางครั้งผู้จัดจำหน่ายจะเป็นผู้นำมาให้เอง ทั้งนี้รูปลักษณะลักษณะของเม็ดยา และสี ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของกลุ่มผู้เสพ

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2549) ศึกษาพฤติกรรมในการซื้ออาหารเสริมเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค พบว่ากลุ่มตัวอย่างรับประทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริมชนิดเม็ดมากที่สุด โดยแหล่งสถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์เป็นร้านขายยา และผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริม คือ ตัวเองมากที่สุด ทั้งนี้ ลักษณะบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อสุขภาพ

นิตยารวรรณ กุลฉาววรรณ (2546) สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคของศูนย์ฯ มจก. 403 ราย จำแนกเป็นประชาชนทั่วไป 158 ราย บุคลากรมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ 94 ราย และนักศึกษาของมหาวิทยาลัย 151 ราย เกี่ยวกับพฤติกรรมในการซื้อยา พบว่าร้อยละ 75.9 ของกลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อยาจากร้านยาที่มีเภสัชกรประจำเท่านั้น

จิรพัฒน์ โพธิ์พ่วง (2541) ระบุว่าช่องทางการจำหน่ายยารักษาโรคหรือป้องกันโรค สำเร็จรูป ได้แก่ องค์กรเภสัชกรรม โรงพยาบาลชุมชน ศูนย์การแพทย์และอนามัย สถานอนามัย สถานผดุงครรภ์ โรงพยาบาลเอกชน คลินิกเอกชน ร้านขายยา ฯลฯ ทั้งนี้ร้านขายยามียอดจำหน่ายในการขายปลีกยาสูงกว่าแหล่งอื่น ๆ โดยมียอดขาย 1 ใน 3 ของยอดขายทั่วประเทศ คนขายยา ควรต้องมีความรับผิดชอบสูง การจ่ายยาที่เพิ่มปริมาณ และเพิ่มชนิดจนเกินความจำเป็น จะทำให้ผู้บริโภคต้องเสียค่ายาเพิ่มขึ้น และทำให้ผู้บริโภคเกิดการติดยาได้ในภายหลัง นอกจากคนขายยาแล้ว ผู้ประกอบวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง เช่น แพทย์ เภสัชกร ก็มีส่วนสำคัญไม่ให้มีการสั่งยา และจ่ายยาเกินความจำเป็น

นันทินี พันธวงศ์(2543) ศึกษาปัญหาการแพร่ระบาดของสารเสพติด โดยการเก็บข้อมูลนักเรียนในโรงเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลายจำนวน 209 คน พบว่ารุ่นพี่ที่เสพยาเสพติดบังคับนักเรียนที่เคยเสพยาเสพติดให้เป็นผู้จำหน่าย ผู้ที่เสพยาเสพติดถึงขั้นติดจะชักชวนให้คนอื่น ๆ เสพยาเสพติดด้วย ทั้งนี้ เพศ ระดับชั้นเรียน และลำดับที่ในการเป็นบุตรของบิดามารดา มีผลต่อประสบการณ์การใช้สารเสพติด วิธีการเสพยาเสพติด และชนิดของสารเสพติดที่เริ่มต้นใช้แตกต่างกัน

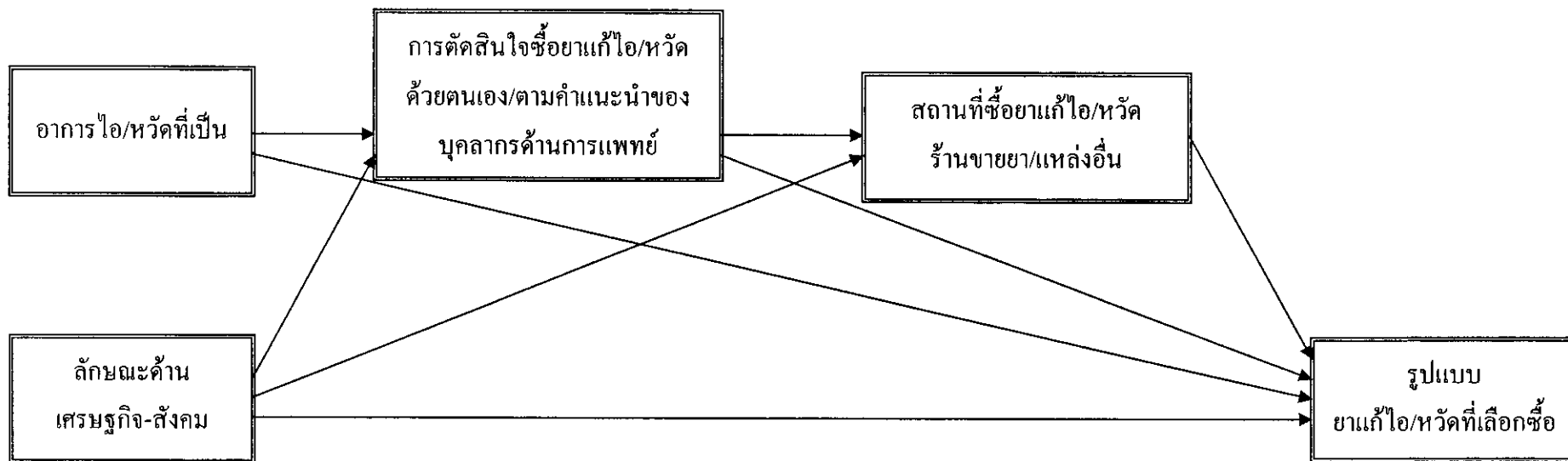
จิรวัดน์ มูลศาสตร์, อินทิรา เรื่องสิทธิ และ รัชณี วีระสุขสวัสดิ์ (2544) ศึกษาพฤติกรรมการใช้สารเสพติดในนักเรียนมัธยม : กรณีศึกษาในโรงเรียนมัธยมศึกษาแห่งหนึ่ง จ.อุบลราชธานี โดยเน้นยาบ้าหรือแอมเฟตามีน โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกนักเรียน 10 คนที่มีประสบการณ์การใช้สารเสพติด ที่ทดลองใช้ และผู้ที่ใกล้ชิดกับการใช้ และใช้วิธีการสนทนากลุ่มครู อาจารย์ประจำชั้น/ที่ปรึกษาจำนวน 18 คน พบว่ากลุ่มนักเรียนเริ่มต้นด้วยการดื่มเหล้าเบียร์ ตามมาด้วยการสูบบุหรี่ในช่วงเวลาใกล้เคียงกัน โดยริเริ่มเมื่อเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ส่วนยาบ้ามานั้นช่วงเวลาในการเริ่มต้นไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับโอกาสในการพบเห็นและการอยู่รวมกลุ่มกับเพื่อนที่มีการใช้(เที่ยวกลางคืน งานเลี้ยง วงเหล้า ขาดเรียน โครตเรียน) มีการพบเห็นจากเพื่อนหรือพี่ที่ใช้อยู่แล้ว จากนั้นจึงชักชวนกันทดลองหรือขอทดลองเอง

กรอบแนวความคิด ในการวิจัย (Conceptual Framework)

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ในแผนภาพ 1 ลักษณะด้านเศรษฐกิจ-สังคม อาการไอ/หวัค มีผลต่อการตัดสินใจซื้อยาแก้ไอ/หวัคด้วยตนเอง หรือซื้อยาตามคำแนะนำของบุคลากรด้านการแพทย์ (แพทย์ เภสัชกร)

การเลือกสถานที่ซื้อยา เช่น จากร้านขายยาทั่วไป หรือสถานที่อื่น ๆ ขึ้นอยู่กับลักษณะด้านเศรษฐกิจ-สังคมของประชากรตัวอย่าง และการซื้อยาตามคำแนะนำของบุคลากรด้านการแพทย์

รูปแบบ (ยาเม็ด , แคปซูล , ยาน้ำ) ที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ ขึ้นอยู่กับสถานที่ซื้อยา อาการไอ/หวัคที่เป็น การซื้อยาตามคำแนะนำของบุคลากรด้านการแพทย์ และลักษณะด้านเศรษฐกิจ-สังคมของประชากรตัวอย่าง



แผนภาพ 1 แบบจำลองแสดงแนวความคิดในการวิจัย(Conceptual Framework) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ
การเลือกสถานที่ซื้อ และรูปแบบของยาแก้ไอ/หวัดที่ผู้บริโภคซื้อ

1.3 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. ศึกษาลักษณะด้านเศรษฐกิจ-สังคม พฤติกรรมสุขภาพเกี่ยวกับอาการไอ/หวัคของประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้
2. ศึกษาปัญหาของการใช้ยาแก้ไอผสมโคเดอีน ซึ่งผู้บริโภคมบางส่วนไม่ได้มีวัตถุประสงค์ในการใช้รักษาอาการไอ/หวัค
3. วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการใช้ยาแก้ไอ/หวัคด้วยตนเอง หรือตามคำแนะนำของบุคลากรด้านการแพทย์
4. วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ซื้อยาแก้ไอ/หวัค
5. วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มผู้บริโภคที่เลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัคด้วยรูปแบบของยาแตกต่างกัน

2. ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ(Survey Research) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) มีรายละเอียดดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 สุ่มตัวอย่างธรรมดาแบบง่าย (Simple Random Sampling) จาก 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้ 3 จังหวัดที่ตกเป็นตัวอย่างคือ จังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส

ขั้นตอนที่ 2 จัดทำบัญชีรายชื่ออำเภอในแต่ละจังหวัดของ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ที่ตกเป็นตัวอย่าง จากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) อำเภอที่เข้าไปจัดเก็บข้อมูลได้โดยรู้สึกปลอดภัยจากปัญหาห่วงววยทางการเมือง จังหวัดละ 2 อำเภอ ได้ 6 อำเภอ ตัวอย่างดังนี้ อำเภอตากใบ และอำเภอเมือง จังหวัดนราธิวาส อำเภอสาขบุรี และอำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี อำเภอรามัน และอำเภอเมือง จังหวัดยะลา

ขั้นตอนที่ 3 ในแต่ละอำเภอที่ตกเป็นตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างธรรมดาแบบง่าย 2 ตำบล/อำเภอ ได้ 12 ตำบลตัวอย่างดังนี้ อำเภอตากใบ(ต.เกาะสะท้อน,ต.ศาลาใหม่) และอำเภอเมือง(ต.กะลุวอ,ต.บางปอ)จังหวัดนราธิวาส อำเภอสาขบุรี(ต.เดระบอน,ต.ปะเสยะวอ) และอำเภอเมือง(ต.สะบารัง,ต.บานา) จังหวัดปัตตานี อำเภอรามัน(ต.วังพญา,ต.กะรอ)และอำเภอเมือง(ต.พร่อน,ต.สะเตงนอก) จังหวัดยะลา

ขั้นตอนที่ 4 ในแต่ละตำบลที่ตกเป็นตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ได้ 100 ครั้วเรือน/ตำบลเป็นครั้วเรือนตัวอย่างรวม 1,200 ครั้วเรือน โดยเลือกครั้วเรือนที่นับถือศาสนาพุทธและอิสลามในแต่ละจังหวัดจำนวนเท่า ๆ กัน ตามจำนวนประชากรตัวอย่างเป้าหมายใน ตาราง 1 มาทำการสัมภาษณ์ด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) (ดูภาคผนวก ค.)ในช่วงเดือนมกราคม-เมษายน พ.ศ. 2549

ทั้งนี้ในแต่ละครัวเรือนที่ตกเป็นตัวอย่าง ให้ทำการสัมภาษณ์บุคคลเพียง 1 รายที่มีคุณสมบัติ ดังนี้

- 1) มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 10,000 บาท
- 2) เมื่อเป็นไข้หวัด จะซื้อยากินเองโดยไม่มีคนอื่นไปซื้อแทนให้
- 3) ต้องเคยซื้อยาแก้ไอหรือแก้ไข้หวัดในระยะเวลาไม่เกิน 1 ปีที่ผ่านมา

3. ผลการวิจัย (คุณภาพผนวก ข.)

3.1 ลักษณะด้านเศรษฐกิจ – สังคมของกลุ่มตัวอย่าง (ตาราง 2) พบว่าร้อยละ 54.7 ของกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง กลุ่มตัวอย่างมีอายุเฉลี่ย 37.43 ปี ได้รับการศึกษาโดยเฉลี่ย 9.95 ปี หรือเทียบเท่าชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ทั้งนี้ร้อยละ 24.2 ของกลุ่มตัวอย่างได้รับการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่า ร้อยละ 52.1 ของกลุ่มตัวอย่างอาศัยอยู่ในเขตเมือง ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 68 ของกลุ่มตัวอย่างกำลังอยู่กับคู่สมรส ร้อยละ 27.1 เป็นโสด ที่เหลืออีกร้อยละ 4.9 ของกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่หย่าร้าง เป็นหม้ายหรือแยกกันอยู่กับคู่สมรส ในบรรดาผู้ที่ทำการสมรสแล้วนั้น พบว่าร้อยละ 7.1 ยังไม่มีบุตร สำหรับผู้มีบุตร 1 คน 2 คน 3 คน 4 คน และมากกว่า มีจำนวนร้อยละ 15.3 31.6 21.5 และ 24.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ตามลำดับ หรือมีบุตรโดยเฉลี่ย 2.69 คน กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนสมาชิกครอบครัวที่อาศัยอยู่ในบ้านเดียวกันโดยเฉลี่ย 4.95 คน ในจำนวนนี้เป็นผู้มีอายุระหว่าง 13 – 19 ปี โดยเฉลี่ย 1.54 คน

สำหรับการประกอบอาชีพพบว่ากลุ่มตัวอย่างทำกิจการส่วนตัวมากที่สุด (ร้อยละ 24.4) รองลงมาเป็นข้าราชการ (ร้อยละ 14) นักศึกษา (ร้อยละ 13.9) รับจ้างใช้แรงงาน (ร้อยละ 13.5) เกษตรกร (ร้อยละ 10.7) ทำประมง (ร้อยละ 5.2) ลูกจ้างบริษัทเอกชน (ร้อยละ 3.8) พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 2.2) เป็นผู้อยู่ในระหว่างการหางานทำ (ร้อยละ 1.7) เกษียณอายุ (ร้อยละ 0.2) ที่เหลือร้อยละ 10.4 ของกลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพอื่น ๆ นอกเหนือจากข้างต้น เช่น เป็นกลุ่ม OTOP เป็นต้น กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ครัวเรือนโดยเฉลี่ย 17,791.40 บาทต่อเดือน

สำหรับงานอดิเรกที่ชอบ (ตาราง 3) พบว่ากลุ่มตัวอย่างชอบดูโทรทัศน์มากที่สุด (ร้อยละ 26.7) รองลงมาเป็นการเล่นหนังสือ (ร้อยละ 18) ทำอาหาร (ร้อยละ 13) ปลูกต้นไม้ (ร้อยละ 9.5) เล่นกีฬา (ร้อยละ 9.3) ฟังเพลง (ร้อยละ 9.3) เล่นอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 1.5) ดูภาพยนตร์ (ร้อยละ 0.5) และพบว่าร้อยละ 0.5 ของกลุ่มตัวอย่างไม่มีงานอดิเรกที่ชอบ

มากกว่าครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 52.8) ของกลุ่มตัวอย่างชอบดูรายการโทรทัศน์ช่อง 7 รองลงมาชอบดูรายการของช่อง 3 (ร้อยละ 3) ไอทีวี (ร้อยละ 12.8) ช่อง 9 (ร้อยละ 12.1) ยูบีซี (ร้อยละ 4.4) ช่อง 11 (ร้อยละ 2) ช่อง 5 (ร้อยละ 0.8) และที่เหลือร้อยละ 1.3 ของกลุ่มตัวอย่างชอบดูโทรทัศน์นอกเหนือจากช่องดังกล่าวข้างต้น เช่น รายการโทรทัศน์ของมาเลเซีย เป็นต้น

ช่วงเวลาที่ชอบดูโทรทัศน์เป็นประจำเป็นเวลา 18.01 – 20.00 น. มากที่สุด (ร้อยละ 44.7) รองลงมาคือตัวอย่างชอบดูโทรทัศน์เวลา 20.01 – 22.00 น. (ร้อยละ 29.8) สำหรับช่วงเวลาอื่น ๆ กลุ่มตัวอย่างมีการกระจายการดูโทรทัศน์ใกล้เคียงกัน

หนังสือหรือนิตยสารที่กลุ่มตัวอย่างชอบอ่านมากที่สุด ได้แก่ หนังสือพิมพ์รายวัน (ร้อยละ 58.8) รองลงมาเป็นนิตยสารรถยนต์ (ร้อยละ 21.8) นิตยสารสำหรับผู้หญิง (ร้อยละ 11.8) หนังสือพิมพ์ธุรกิจ (ร้อยละ 3.4) นิตยสารสำหรับผู้ชาย (ร้อยละ 3) นิตยสารกีฬา (ร้อยละ 0.5) ที่เหลืออีกร้อยละ 1.5 ของกลุ่มตัวอย่างอ่านหนังสือหรือนิตยสารอื่น ๆ

3.2 พฤติกรรมสุขภาพเกี่ยวกับอาการไอ/หวัด (ตาราง 4)

เมื่อเป็นไข้หวัด กลุ่มตัวอย่างจะมีอาการหลาย ๆ อย่างเกิดขึ้น โดยมีอาการไอมากที่สุด (ร้อยละ 70.6) รองลงมามีไข้ (ร้อยละ 65.7) ปวดศีรษะ (ร้อยละ 62.1) มีน้ำมูก (ร้อยละ 52.4) มีเสมหะ (ร้อยละ 49.2) เจ็บคอ (ร้อยละ 45.5) คัดจมูก (ร้อยละ 43.3) จาม (ร้อยละ 42.9) รู้สึกรู้นานเพราะมีไข้ (ร้อยละ 25.1) ปวดหัว ปวดกล้ามเนื้อ (ร้อยละ 18) มีอาการท้องเสีย (ร้อยละ 16.9) รู้สึกคลื่นเหียน (ร้อยละ 12.5) มีอาการอื่น ๆ นอกเหนือจากข้างต้น (ร้อยละ 3.6) และร้อยละ 4.9 ของกลุ่มตัวอย่างไม่ปรากฏอาการใด ๆ เลยเมื่อเป็นไข้หวัด

สำหรับวิธีการรักษาสุขภาพที่กลุ่มตัวอย่างปฏิบัติบ่อย ๆ หรือปฏิบัติเป็นประจำมากที่สุด เมื่อมีอาการไอ หรือเป็นไข้หวัด ได้แก่ การพบแพทย์เพื่อให้วินิจฉัยและรักษา (ร้อยละ 43.7) รองลงมาเป็นการพยายามทานอาหารที่มีประโยชน์ และใช้วิธีการรักษาแบบดั้งเดิมโดยไม่ใช้ยาแผนปัจจุบัน (ร้อยละ 39.2) เช่น การดื่มน้ำร้อนคั้น การอาบน้ำอุ่นจัดโดยน้ำนั้นมีการใส่หัวหอมและสมุนไพรบางชนิด เป็นต้น ใช้วิธีการซื้อยากินเองจากร้านขายยา (ร้อยละ 38.7) และใช้วิธีการอื่น ๆ นอกเหนือจากข้างต้น (ร้อยละ 31.1) และยังพบว่าบ่อยครั้งหรือได้ปฏิบัติเป็นประจำที่ร้อยละ 7.4 ของกลุ่มตัวอย่างไม่ทำอะไรเลย แต่จะรอให้อาการดีขึ้นเอง

พฤติกรรมในการเลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัด (ตาราง 5)

ยี่ห้อของยาแก้ไอและ/หรือยาแก้หวัดที่กลุ่มตัวอย่างซื้อในครั้งล่าสุด เป็นยี่ห้อที่พบบ่อยที่สุด (ร้อยละ 33.4) รองลงมาเป็นคิคอลเจน (ร้อยละ 8.2) พารา (ร้อยละ 5.9) นูตา (ร้อยละ 4.5) ซาร่า (ร้อยละ 3.5) ที่เหลือจะเป็นยี่ห้ออื่น ๆ ทั้งที่เป็นยารับประทานแก้หวัด แพ้อากาศ ลดไข้ ขับเสมหะ และเป็นยาอม ยาอม หรือขี้ผึ้ง เป็นต้น

ระยะเวลาที่ซื้อยาแก้ไอและ/หรือยาแก้หวัดครั้งสุดท้าย ร้อยละ 22.2 ของกลุ่มตัวอย่างได้ซื้อยาดังกล่าวไม่เกินระยะเวลา 1 เดือนที่ผ่านมา สำหรับผู้ที่ซื้อยาแก้ไอและ/หรือยาแก้หวัดในระยะเวลา 1 – 3 เดือนที่ผ่านมา 3 – 6 เดือนที่ผ่านมา 6 เดือน – 1 ปีที่ผ่านมา มีร้อยละ 36.2 22.5 และ 19.1 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ตามลำดับ

สถานที่ซื้อขายแก้ไอและ/หรือแก้ไข้หวัดบ่อยที่สุด ร้อยละ 45.1 ของกลุ่มตัวอย่างซื้อจากร้านขายยาทั่วไปมากที่สุด รองลงมาร้อยละ 44.7 ซื้อจากโรงพยาบาล คลินิก หรือสถานต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับทางการแพทย์ ร้อยละ 4.2 ของกลุ่มตัวอย่างซื้อจากร้านขายของชำ ที่เหลือซื้อจากแหล่งอื่น ๆ ได้แก่ ร้านขายยาที่อยู่ในห้างสรรพสินค้า ร้านขายยาที่มีหลายสาขา เช่น บูทส์ วัตสัน ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ เช่น เซเว่น อีเลฟเว่น และอื่น ๆ นอกเหนือจากแหล่งข้างต้น

วิธีการเลือกซื้อยาแก้ไอและ/หรือยาแก้ไข้หวัดในครั้งล่าสุด พบว่าร้อยละ 39.8 ของกลุ่มตัวอย่างซื้อโดยการตัดสินใจด้วยตนเอง รองลงมาร้อยละ 33.3 ซื้อตามคำแนะนำของแพทย์ ร้อยละ 25.9 ซื้อตามคำแนะนำของเภสัชกร อีกร้อยละ 1 ของกลุ่มตัวอย่างซื้อด้วยวิธีการอื่น ๆ นอกเหนือจากข้างต้น เช่น เพื่อน ๆ แนะนำ เป็นต้น

สำหรับการซื้อยาแก้ไอและ/หรือแก้ไข้หวัดให้แก่ใครในการซื้อครั้งล่าสุดนั้นพบว่าเป็นการซื้อให้ตนเองมากที่สุด (ร้อยละ 78.5) รองลงมาซื้อให้บุตร (ร้อยละ 38.2) ให้คู่สมรส (ร้อยละ 28.9) ให้สมาชิกอื่น ๆ ในครอบครัว (ร้อยละ 18) ให้บิดา-มารดา (ร้อยละ 13.2) ซื้อเก็บไว้เป็นยาสามัญประจำบ้าน (ร้อยละ 5) และซื้อเพื่อให้บุคคลอื่น ๆ นอกเหนือจากข้างต้น (ร้อยละ 2.8) เช่น ซื้อถวายพระ ให้อุทิศ เป็นต้น

ประเภทของยาแก้ไอและ/หรือแก้ไข้หวัดที่ซื้อครั้งล่าสุด พบว่าส่วนใหญ่ (ร้อยละ 72) ของกลุ่มตัวอย่างซื้อยาที่มีชื่อ ร้อยละ 4.3 ของกลุ่มตัวอย่างซื้อยาชุด ร้อยละ 8.2 ของกลุ่มตัวอย่างซื้อทั้งสองประเภท (เป็นยาชุดที่มีชื่อ) อีกร้อยละ 15.5 ของกลุ่มตัวอย่างซื้อยาแก้ไอและ/หรือแก้ไข้หวัดประเภทอื่น ๆ เช่น เป็นยาหม้อแผนโบราณ เป็นต้น

การเลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัด ด้วยรูปแบบและลักษณะของยา (ตาราง 6)

ยาแก้ไอ/หวัด 3 ยี่ห้อ ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อนั้น เมื่อศึกษารายละเอียดการเลือกซื้อด้วยรูปแบบและลักษณะของยา พบว่า

ทิฟฟี่ ร้อยละ 64.5 ของกลุ่มตัวอย่างทานยาชียี่ห้อนี้ 2 เม็ด/ครั้ง รองลงมาร้อยละ 35 ทานยา 1 เม็ด/ครั้ง เมื่อทานยานี้สำหรับแก้ไอ/หวัดจะมีระยะเวลาในการรักษาจนหายขาดจากอาการไอ/หวัดเฉลี่ย 3.24 วัน โดยร้อยละ 68.5 ของกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการใช้ยาทิฟฟี่ อีกร้อยละ 6.1 รู้สึกพึงพอใจมาก หรือกลุ่มตัวอย่างให้คะแนนความพึงพอใจในยาทิฟฟี่โดยเฉลี่ย 3.8 คะแนน (คะแนนความพึงพอใจในยาดำสุด = 1 คะแนน และสูงสุด = 5 คะแนน) เหตุผลที่มีความพึงพอใจในยาทิฟฟี่อันดับแรกคือการใช้ได้ผลดี (ร้อยละ 56.6) รองลงมาราคาไม่แพง (ร้อยละ 23.4) รับประทานง่าย (ร้อยละ 6.2) หาซื้อได้ง่าย (ร้อยละ 4.1) ไม่มีผลข้างเคียง (ร้อยละ 3.4) พกพาสะดวก (ร้อยละ 2.1) มีแผงหรือขนาดบรรจุที่เล็ก (ร้อยละ 1.4) ไม่จำเป็นต้องรับประทานบ่อย ๆ (ร้อยละ 1.4) ได้ผลหลายอย่างในยาตัวเดียว (ร้อยละ 0.7) และมีของแถม (ร้อยละ 0.7)

สำหรับปัจจัยสำคัญที่มีส่วนให้ตัดสินใจเลือกซื้อที่ฟี่มากที่สุด ได้แก่ การเคยมีประสบการณ์ในการใช้ยาตัวนี้มาก่อน (ร้อยละ 36.1) รองลงมาเป็นเรื่องราคา (ร้อยละ 14.4) ชื่อเสียงของยา (ร้อยละ 13.3) แพทย์แนะนำ (ร้อยละ 11.7) เกสักรแนะนำ (ร้อยละ 8.5) เป็นยาที่รับประทานได้ง่าย (ร้อยละ 5.3) เป็นยาที่หาซื้อได้ง่ายมีจำหน่ายทั่วไป (ร้อยละ 5.3) เพื่อนหรือญาติแนะนำ (ร้อยละ 2.7) ชื่อเสียงของบริษัทผู้ผลิต (ร้อยละ 1.1) เป็นยาที่รับประทานได้ทั้งเด็กและผู้ใหญ่ (ร้อยละ 1.1) และเห็นจากโฆษณา (ร้อยละ 0.5) สำหรับสื่อโฆษณาของที่ฟี่ที่เคยเห็น พบว่าร้อยละ 86.4 ของกลุ่มตัวอย่างเห็นโฆษณาที่ฟี่จากโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาร้อยละ 13.6 ของกลุ่มตัวอย่างฟังจากวิทยุ

ดีคอลเจน ร้อยละ 57.4 ของกลุ่มตัวอย่างทานยาชนิดนี้ 2 เม็ด/ครั้ง รองลงมาร้อยละ 42.6 ทานยาชนิดนี้ 1 เม็ด/ครั้ง โดยใช้เวลาเฉลี่ย 2.79 วันในการรักษาจนหายขาดจากอาการ ทั้งนี้ ร้อยละ 67.4 ของกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในยาดีคอลเจน และอีกร้อยละ 2.2 ของกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในยาดีคอลเจนมาก กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนความพึงพอใจในยาดีคอลเจนเฉลี่ย 3.72 คะแนน (คะแนนความพึงพอใจในยาดีคอลเจนจะอยู่ในช่วง 1-5 คะแนน) ทั้งนี้ร้อยละ 56.2 ของกลุ่มตัวอย่างให้เหตุผลว่าการพึงพอใจในยาดีคอลเจนเนื่องจากใช้ได้ดีผลดี รองลงมาให้เหตุผลว่ารับประทานง่าย (ร้อยละ 12.4) และราคาไม่แพง (ร้อยละ 9.4) สำหรับปัจจัยสำคัญที่มีส่วนให้ตัดสินใจเลือกซื้อยาดีคอลเจน เนื่องจากเคยมีประสบการณ์ในการใช้ยาตัวนี้มาก่อนมากที่สุด (ร้อยละ 31.1) รองลงมาเนื่องจากแพทย์แนะนำ (ร้อยละ 17.8) และชื่อเสียงของยาดีคอลเจน (ร้อยละ 11.1) สำหรับสื่อโฆษณายาดีคอลเจน กลุ่มตัวอย่างระบุว่าเคยเห็นโฆษณาจากแหล่งโทรทัศน์ วิทยุ และนิตยสารรถยนต์ เท่า ๆ กันทุกแหล่ง

นูด้า ร้อยละ 75.9 ของกลุ่มตัวอย่างทานยานูด้า 2 เม็ด/ครั้ง รองลงมาร้อยละ 24.1 ทาน 1 เม็ด/ครั้ง และใช้เวลาเฉลี่ย 2.32 วันในการรักษาจนหายขาดจากอาการ ทั้งนี้ร้อยละ 67.9 ของกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในยานูด้า และอีกร้อยละ 7.1 พึงพอใจมาก หรือกลุ่มตัวอย่างมีคะแนนความพึงพอใจในยานูด้า 3.82 คะแนน (คะแนนความพึงพอใจในยานูด้าจะอยู่ในช่วง 1-5 คะแนน) เหตุผลหลักในการพอใจยานูด้าเนื่องจากใช้ได้ดีผลดีมากที่สุด (ร้อยละ 44.3) รองลงมาเนื่องจากราคาไม่แพง (ร้อยละ 16.7) รับประทานง่าย (ร้อยละ 11.1) ไม่มีผลข้างเคียง (ร้อยละ 11.1) สำหรับปัจจัยสำคัญที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อยานูด้า นั้น ได้แก่ การเคยมีประสบการณ์ในยาตัวนี้มาก่อนมากที่สุด (ร้อยละ 38.5) รองลงมาเป็นเรื่องชื่อเสียงของยานูด้า (ร้อยละ 15.4) เป็นยาที่รับประทานได้ง่าย (ร้อยละ 15.4) เป็นยาที่หาซื้อได้ง่าย (มีจำหน่ายทั่วไป) ร้อยละ 11.5 โดยสื่อโฆษณาทางวิทยุ และนิตยสารรถยนต์ เป็นสื่อโฆษณาเท่า ๆ กันที่ร้อยละ 50 ของกลุ่มตัวอย่างเคยเห็น

คุณสมบัติ รูปแบบ และลักษณะบรรจุภัณฑ์ของยาแก้ไอ/หวัดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ (ตาราง 7)

ร้อยละ 62.6 ของกลุ่มตัวอย่างให้คุณสมบัติของยาแก้ไอและ/หรือยาแก้หวัดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ การใช้ได้ผลดีมากที่สุด รองลงมาเป็นเรื่องราคา (ร้อยละ 13.6) รับประทานง่าย (ร้อยละ 7.8) ไม่มีผลข้างเคียง (ร้อยละ 6.9) หาซื้อง่าย (ร้อยละ 3.7) ไม่จำเป็นต้องรับประทานบ่อย ๆ (ร้อยละ 1.9) มีแผงหรือขนาดบรรจุที่เล็ก (ร้อยละ 1.3) ไม่ต้องทานยาอื่นในเวลาเดียวกัน (ร้อยละ 1.2) สะดวกในการพกพา (ร้อยละ 0.8) และคุณสมบัติอื่น ๆ นอกเหนือจากข้างต้น (ร้อยละ 0.2)

สำหรับพฤติกรรมการซื้อยาแก้ไอและ/หรือแก้หวัดในอนาคต ถ้าตัวเองหรือสมาชิกในครอบครัวมีอาการไอและ/หรือมีไข้หวัดนั้น พบว่าร้อยละ 42.4 ของกลุ่มตัวอย่างไม่ต้องการซื้อยาจากร้านขายยา แต่ต้องการไปพบแพทย์หรือซื้อยาตามคำสั่งแพทย์ รองลงมาจะซื้อยาโดยปรึกษาเภสัชกร (ร้อยละ 29.5) ซื้อยี่ห้อเดิม โดยการตัดสินใจเอง (ร้อยละ 25.4) ซื้อยาที่มีผลใกล้เคียงกัน แต่เปลี่ยนยี่ห้อหรือบริษัทผู้ผลิตโดยการตัดสินใจเอง (ร้อยละ 2.5) และอื่น ๆ นอกเหนือจากข้างต้น (ร้อยละ 0.2)

ร้อยละ 56.9 ของกลุ่มตัวอย่างมีเด็ก (บุตร หลาน) ที่มีอายุ 6 – 12 ปี อยู่ในครอบครัว และเมื่อบุตรหลานมีอาการไอและ/หรือเป็นไข้หวัด ร้อยละ 66.6 ของกลุ่มตัวอย่างจะพาไปพบแพทย์ รองลงมาจะซื้อยาให้โดยปรึกษาเภสัชกร (ร้อยละ 19.1) ซื้อยาให้โดยการตัดสินใจเลือกเอง (ร้อยละ 13.4) และอื่น ๆ นอกเหนือจากข้างต้น (ร้อยละ 0.9)

สำหรับรูปแบบหรือลักษณะบรรจุภัณฑ์ของยาแก้ไอและ/หรือยาแก้หวัดที่ชอบมากที่สุดนั้น ร้อยละ 69.1 ของกลุ่มตัวอย่างระบุว่า เป็นยาเม็ด รองลงมาเป็นยาน้ำ (ร้อยละ 24.8) และเป็นแคปซูล (ร้อยละ 6.1) ทั้งนี้ร้อยละ 51.1 ของกลุ่มตัวอย่างชอบรูปแบบหรือลักษณะบรรจุภัณฑ์ของยาเม็ดแบบแผงคู่ (2 x 4) รองลงมาชอบแบบแผงเดี่ยว (ร้อยละ 46.5) สำหรับแคปซูลยาแก้ไอและ/หรือยาแก้หวัด ร้อยละ 57.1 ของกลุ่มตัวอย่างชอบแบบแผงเดี่ยว ที่เหลืออีกร้อยละ 42.9 ชอบแบบแผงคู่ ส่วนยาน้ำพบว่าร้อยละ 87.1 ของกลุ่มตัวอย่างชอบขวดทรงกลม ที่เหลือร้อยละ 12.9 ชอบขวดทรงเหลี่ยม

ปัญหาของการใช้ยาแก้ไอผสมโคเคอีน (ตาราง 8)

มีการนำยาแก้ไอผสมโคเคอีนมาดัด (ดูภาคผนวก ง.) โดยไม่ได้มีวัตถุประสงค์ในการใช้รักษาอาการไอ/หวัด โดยร้อยละ 0.3 ของกลุ่มตัวอย่างระบุว่าเคยนำยาแก้ไอมาผสมกับเครื่องดัดประเภทน้ำอัดลมมาดัดเพื่อความสนุกสนาน ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวระบุว่าใช้ยาแก้ไอมาดัดเพื่อความสนุกสนานเฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง และจ่ายเงินซื้อยาแก้ไอมาดัดเพื่อความสนุกสนานเฉลี่ยครั้งละ 20 บาท โดยครั้งสุดท้ายได้ดัดมาเป็นเวลานานเฉลี่ย 21 เดือน อย่างไรก็ตามร้อยละ 7.2 ของกลุ่ม

ตัวอย่างระบุว่าเพื่อนบ้านหรือสมาชิกในครอบครัวของเพื่อนบ้าน เคยซื้อยาแก้ไอมาดื่มเพื่อความสนุกสนาน (อนึ่งในประเด็นนี้เป็นเรื่องละเอียดอ่อนจึงอาจเป็นไปได้ที่ผู้ให้ข้อมูลไม่ได้ให้ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับตนเองหรือสมาชิกในครอบครัว และถึงแม้ผู้วิจัยจะเล็งไปสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับเพื่อนบ้านหรือสมาชิกในครอบครัวของเพื่อนบ้าน ก็อาจมีการให้ข้อมูลซ้ำซ้อนเป็นรายเดียวกันได้ เนื่องจากผู้ให้ข้อมูลต่างอาศัยอยู่ในหมู่บ้านเดียวกัน)

วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อยาแก้ไอ/หวัด โดยการตัดสินใจด้วยตนเอง หรือตามคำแนะนำของบุคลากรด้านการแพทย์

ด้วยการใช้เทคนิคการวิเคราะห์การจำแนกหมู่ (Multiple Classification Analysis หรือ MCA) ประกอบกับสถิติการวิเคราะห์การผันแปร (Analysis of Variance) กำหนดให้วิธีการเลือกซื้อยาแก้ไอและ/หรือยาแก้หวัดในครั้งสุดท้าย (VAR11) เป็นตัวแปรตาม โดยมีระดับการวัดข้อมูล (Level of Measurement) เป็นตัวแปรทวิ (Dichotomous Variable) มีรหัส

0 = ซื้อยาตามคำแนะนำของแพทย์/เภสัชกร

1 = ซื้อยาโดยการตัดสินใจด้วยตนเอง

สำหรับตัวแปรอิสระ (Main Effect) มี 9 ตัวแปร มีระดับการวัดข้อมูลเป็นตัวแปรกลุ่ม (Nominal Scale) และตัวแปรทวิ ดังรายละเอียดในภาคผนวก ก. ได้แก่

- 1) เพศ (VAR131)
- 2) อายุ (VAR132)
- 3) การศึกษา (VAR133)
- 4) สถานภาพสมรส (VAR134)
- 5) การมีบุตร หลาน ที่มีอายุ 6 – 12 ปี อยู่ในครอบครัว (VAR116)
- 6) เขตที่อยู่อาศัย (VAR146)
- 7) อาชีพ (VAR138)
- 8) รายได้เฉลี่ยของครัวเรือน/เดือน (VAR139)
- 9) การมีอาการไอเมื่อเป็นหวัด (VAR20)

ส่วนตัวแปรผันร่วม (Covariates) ได้แก่ จำนวนสมาชิกครัวเรือนซึ่งเป็นตัวแปรช่วง (Interval Scale)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตาราง 9 พบว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายการผันแปรของวิธีการเลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัดได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ.ระดับ 0.00 โดยตัวแปรผันร่วมไม่สามารถอธิบายการผันแปรของตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายการผันแปรของวิธีการเลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัดได้ร้อยละ 4.8 และภายหลังจากการปรับอัตราความ เป็นอิสระอธิบายได้ร้อยละ 4.9 (ตาราง 12)

เมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระแต่ละตัวในตาราง 9 พบว่าการมีอาการไอเมื่อเป็นหวัด อธิบายการผันแปรของวิธีการเลือกซื้อยาแก้ไอได้ดีที่สุด รองลงมาเป็นอาชีพ เขตที่อยู่อาศัย และสถานภาพสมรส ตามลำดับ

ในตาราง 10 เป็นการวิเคราะห์การจำแนกหมู่ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อยาแก้ไอ/หวัด พบว่าเพศมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัดแตกต่างกัน โดยเมื่อนำตัวแปรอิสระอื่น ๆ และตัวแปรผันร่วมเข้ามาพิจารณาพร้อม ๆ กัน พบว่าเพศชายจะตัดสินใจซื้อยาแก้ไอ/หวัดด้วยตนเองมากกว่าเพศหญิง โดยอัตราความสัมพันธ์ระหว่างเพศและวิธีการเลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัดเท่ากับ .04 (ตาราง 11)

อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัดด้วย โดยกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 34 ปี จะซื้อยาตามคำแนะนำของแพทย์/เภสัชกรมากกว่ากลุ่มที่มีอายุ 34 ปี และน้อยกว่า

ระดับการศึกษา พบว่ากลุ่มที่มีการศึกษาสูงขึ้นไปจะตัดสินใจเลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัดด้วยตนเองมากกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาน้อยกว่า

สถานภาพการสมรสมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัด โดยกลุ่มที่กำลังอยู่กินกับคู่สมรสจะตัดสินใจซื้อยาแก้ไอ/หวัดด้วยตนเองมากกว่ากลุ่มที่เป็นโสด หม้าย หย่าร้าง และแยกกันอยู่กับคู่สมรส

การมีบุตรหลานที่มีอายุ 6 – 12 ปี อยู่ในครอบครัว ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อยาแก้ไอ/หวัด โดยกลุ่มที่มีบุตรหลานอายุ 6 – 12 ปี อยู่ในครอบครัว จะซื้อยาตามคำแนะนำของแพทย์/เภสัชกรมากกว่ากลุ่มที่ไม่มีบุตรหลานอายุ 6 – 12 ปี อยู่ในครอบครัว

เขตที่อยู่อาศัย พบว่ากลุ่มที่อาศัยอยู่ในเขตเมืองจะตัดสินใจเลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัดด้วยตนเองมากกว่ากลุ่มที่อาศัยอยู่ในเขตชนบท

อาชีพ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัด โดยกลุ่มที่มีอาชีพรับจ้าง ไร่แรงงาน เกษตรกร ประมง จะเลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัด ตามคำแนะนำของแพทย์/เภสัชกรมากกว่ากลุ่มที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ เช่น ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน ทำกิจการส่วนตัว เป็นต้น

รายได้ครัวเรือนเฉลี่ย/เดือน พบว่ากลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาท/เดือน จะเลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัดตามคำแนะนำของแพทย์/เภสัชกรมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ 15,000 บาท และต่ำกว่า

การมีอาการไอ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัด โดยกลุ่มที่มีอาการไอ จะตัดสินใจเลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัดตามคำแนะนำของแพทย์และเภสัชกรมากกว่ากลุ่มที่ไม่มีอาการไอ

วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ซื้อยาแก้ไอ/หวัด

เพื่อทราบว่าปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อการเลือกแหล่งในการซื้อยาแก้ไอและ/หรือแก้หวัด จึงได้ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ Logistic Regression มาหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยกำหนดให้ แหล่งหรือสถานที่ซื้อยาแก้ไอ/หวัด (VAR8) เป็นตัวแปรอิสระ มีระดับการวัดข้อมูลเป็นตัวแปรวิ กำหนดรหัส

0 = โรงพยาบาล คลินิก หรือสถาบันต่างๆ เกี่ยวกับทางการแพทย์

1 = ร้านขายยา (ร้านขายยาทั่วไป ร้านขายยาที่อยู่ในห้างสรรพสินค้า ร้านขายยาที่มีหลายสาขา เช่น บุกส์ วัตสัน ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ เช่น เซเว่น อีเลฟเว่น ร้านขายของชำ)

ส่วนตัวแปรอิสระมี 10 ตัวแปร ได้แก่ (ภาคผนวก ก.)

- 1) เพศ (VAR131)
- 2) อายุ (Y132)
- 3) จำนวนปีที่ศึกษา (Y133)
- 4) สถานภาพสมรส (VAR134)
- 5) การมีบุตร หลาน ที่มีอายุ 6 – 12 ปี อยู่ในครอบครัว (VAR116)
- 6) เขตที่อยู่อาศัย (VAR146)
- 7) อาชีพ (VAR8)
- 8) รายได้ครัวเรือนเฉลี่ย (บาท)/เดือน
- 9) จำนวนสมาชิกครัวเรือน (Y136)
- 10) การมีอาการไอเมื่อเป็นหวัด (VAR20)

ตาราง 13 เป็นเมตริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระแต่ละคู่ พบว่ามีค่าสูงสุดเท่ากับ .46 ระหว่างตัวแปรอายุ และตัวแปรระดับการศึกษา จึงไม่มีปัญหาเรื่อง Multicollinearity ในการวิเคราะห์ด้วย Logistic Regression ในตาราง 14 ตัวแปรเพศ อายุ สถานภาพสมรส ศาสนา และการมีอาการไอเมื่อเป็นหวัด มีความสัมพันธ์กับการเลือกสถานที่ซื้อยาแก้ไอ/หวัดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่าการทำนายกลุ่มที่ซื้อยาแก้ไอ/หวัดจากสถาบันด้านการแพทย์ และกลุ่มที่ซื้อยาแก้ไอ/หวัดจากร้านขายยา มีความถูกต้องร้อยละ 54.3 (ตาราง 15) และตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถทำนายการผันแปรของตัวแปรตามได้ ร้อยละ 7.9 (ตาราง 16)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตาราง 15 พบว่า เพศหญิงช้อยาแก้ไอ/หวัดที่โรงพยาบาล คลินิก หรือสถาบันที่เกี่ยวกับทางการแพทย์มากกว่าเพศชาย กลุ่มที่มีอายุมากกว่า 34 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าเป็นผู้ที่ไม่ได้กำลังอยู่กับคู่สมรส (โสด หม้าย หย่าร้าง และแยกกันอยู่) กลุ่มที่อาศัยอยู่ในเขตเมือง ประกอบอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน ทำกิจการส่วนตัว เกษียณอายุราชการ นักศึกษา มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน 15,000 บาทและต่ำกว่า มีจำนวนสมาชิกครัวเรือนมากกว่า นับถือศาสนาอิสลาม มีอาการไอเมื่อเป็นหวัด จะเลือกช้อยาแก้ไอ/หวัดที่โรงพยาบาล คลินิก หรือสถาบันที่เกี่ยวกับการแพทย์มากกว่า กลุ่มที่มีอายุ 34 ปี และน้อยกว่า กลุ่มที่ระดับการศึกษาสูงกว่า กลุ่มที่กำลังอยู่กับคู่สมรส อาศัยอยู่ในเขตชนบท ประกอบอาชีพรับจ้างใช้แรงงาน เกษตรกร ประมง มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 15,000 บาท มีจำนวนสมาชิกครัวเรือนน้อยกว่า นับถือศาสนาพุทธ ไม่มีอาการไอเมื่อเป็นหวัดซึ่งจะนิยมเลือกช้อยาแก้ไอ/หวัดจากร้านขายยาทั่วไป ร้านขายยาที่อยู่ในห้างสรรพสินค้า ร้านขายยาที่มีหลายสาขา เช่น บุหลัน วัตสัน ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ เช่น เซเว่น อีเลฟเว่น ร้านขายของชำ เป็นต้น

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มผู้บริโภคที่เลือกช้อยาแก้ไอ/หวัด ด้วยรูปแบบต่างกัน (ยาเม็ด แคปซูล และยาน้ำ)

ผลการวิเคราะห์การจำแนก (Discriminant Analysis) ในตาราง 18 , 19 และ 21 แสดงค่าสถิติ Eigenvalue, Wilks' Lambda และ Group Centroids ในการจำแนกกลุ่มผู้บริโภคที่เลือกช้อยาแก้ไอ/หวัดแบบยาเม็ด ให้แตกต่างจากกลุ่มที่เลือกช้อยาแก้ไอ/หวัดแบบแคปซูล และกลุ่มที่เลือกช้อยาแก้ไอ/หวัดแบบยาน้ำได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ.ระดับ 0.00 สำหรับฟังก์ชัน 1 และ ณ.ระดับ 0.01 สำหรับฟังก์ชัน 2 โดยตาราง 22 แสดงความสามารถในการจำแนกกลุ่มแบบ Original Grouped ได้ถูกต้องร้อยละ 47.4 และแบบ Cross-Validated Grouped ได้ถูกต้องร้อยละ 45.6

ตาราง 17 เป็นค่าเฉลี่ยมัธยฐานเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรอิสระต่าง ๆ (ดูภาคผนวก ก.) ในการจำแนกกลุ่มที่ช้อยาแก้ไอ/หวัดด้วยรูปแบบยาเม็ด แคปซูล และยาน้ำ พบว่า ร้อยละ 45.7 43.8 และ 42.8 ของเพศชายชอบยาแก้ไอ/หวัดในรูปแบบของยาเม็ด แคปซูล และยาน้ำ ตามลำดับ กลุ่มที่ชอบยาแก้ไอ/หวัดในรูปแบบของยาเม็ด แคปซูล และยาน้ำ มีอายุเฉลี่ย 36.3 ปี 34.2 ปี และ 41.9 ปี ตามลำดับ มีระดับการศึกษาเฉลี่ย 10.7 ปี 12.0 ปี และ 7.9 ปี ตามลำดับ ร้อยละ 36.6 46.9 และ 16.7 ของผู้ที่กำลังอยู่กับคู่สมรสชอบยาแก้ไอ/หวัดแบบยาเม็ด แคปซูล และยาน้ำ ตามลำดับ ร้อยละ 56.1 37.5 และ 65.2 ของกลุ่มที่มีบุตรหลานอายุ 6 – 12 ปี อยู่ในครอบครัวชอบยาแก้ไอ/หวัดแบบยาเม็ด แคปซูล และยาน้ำ ตามลำดับ ร้อยละ 59.5 59.4 และ 33.3 ของผู้อาศัยอยู่ในเขตเมือง ชอบยาแก้ไอ/หวัดแบบยาเม็ด แคปซูล และยาน้ำ ตามลำดับ

ร้อยละ 73.9 81.3 และ 64.5 ของกลุ่มที่ประกอบอาชีพไม่ใช้การรับจ้างใช้แรงงาน เกษตรกร ประมง (ได้แก่ ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ เกษียณอายุ นักศึกษา ทำกิจการส่วนตัว และลูกจ้างบริษัทเอกชน) ชอบยาแก้ไอ/หวัดแบบยาเม็ด แคปซูล และยาน้ำ ตามลำดับ

กลุ่มที่ชอบยาแก้ไอ/หวัดแบบยาเม็ด แคปซูล และยาน้ำ มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ย/เดือน 18,703 บาท 17,265 บาท และ 15,514 บาท ตามลำดับ มีจำนวนสมาชิกครัวเรือนเฉลี่ย 4.9 คน 4.4 คน และ 5.2 คน ตามลำดับ ร้อยละ 49.4 46.9 55.1 ของกลุ่มที่นับถือศาสนาพุทธ ชอบยาแก้ไอ/หวัดแบบยาเม็ด แคปซูล และยาน้ำ ตามลำดับ ร้อยละ 66.1 71.9 และ 83.3 ของกลุ่มที่มีอาการไอชอบยาแก้ไอ/หวัดแบบยาเม็ด แคปซูล และยาน้ำ ตามลำดับ ร้อยละ 52.5 75.0 และ 52.2 ของกลุ่มที่ซื้อยาแก้ไอจากร้านขายยา ชอบยาแก้ไอ/หวัดแบบยาเม็ด แคปซูล และยาน้ำ ตามลำดับ ท้ายที่สุดร้อยละ 43.9 46.9 และ 23.2 ของกลุ่มที่ตัดสินใจด้วยตนเองในการเลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัด ชอบยาแก้ไอ/หวัดแบบยาเม็ด แคปซูล และยาน้ำ ตามลำดับ

สำหรับตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อการจำแนกกลุ่มผู้บริโภคที่เลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัดแบบยาเม็ดให้แตกต่างจากกลุ่มที่เลือกยาแก้ไอ/หวัดแบบแคปซูล และกลุ่มที่เลือกยาแก้ไอ/หวัดแบบยาน้ำ พิจารณาได้จากค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานของสมการความแตกต่าง (Standardized Canonical Discriminant Function Coefficients) ได้ดังนี้ (ตาราง 20)

พียงัน 1 แสดงอิทธิพลของตัวแปรอิสระ 13 ตัว ที่สามารถจำแนกกลุ่มที่เลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัดแบบยาเม็ดให้แตกต่างจากกลุ่มที่เลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัดแบบแคปซูลและยาน้ำ โดยเขตที่อยู่อาศัย มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาเป็นจำนวนปีที่ศึกษา สถานภาพสมรส วิธีการเลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัดในครั้งสุดท้าย (ซื้อตามคำแนะนำของแพทย์/เภสัชกร หรือซื้อโดยการตัดสินใจด้วยตนเอง) การมีอาการไอเมื่อเป็นหวัด สถานที่ซื้อยาแก้ไอ/หวัดบ่อยที่สุด อาชีพ การมีบุตรหลานที่มีอายุ 6 – 12 ปีอยู่ในครอบครัว ศาสนา จำนวนสมาชิกครัวเรือน เพศ รายได้ครัวเรือนเฉลี่ย/เดือน และอายุ ตามลำดับ โดยกลุ่มที่อาศัยอยู่ในเขตเมืองจะเลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัดแบบยาเม็ดมากกว่ากลุ่มที่อาศัยในเขตชนบท ซึ่งจะเลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัดแบบแคปซูลและยาน้ำ กลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าจะเลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัดแบบยาเม็ดมากกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาน้อยกว่า กลุ่มที่กำลังอยู่กับคู่สมรสจะเลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัดแบบยาเม็ดมากกว่ากลุ่มที่เป็นโสด หม้าย หย่าร้าง แยกกันอยู่ กลุ่มที่ตัดสินใจเลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัดด้วยตนเองจะเลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัดแบบยาเม็ดมากกว่ากลุ่มที่ซื้อยาตามคำแนะนำของแพทย์/เภสัชกร กลุ่มที่มีอาการไอเมื่อเป็นหวัดจะตัดสินใจเลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัดแบบยาเม็ดมากกว่ากลุ่มที่ไม่มีอาการไอ/หวัด กลุ่มที่ซื้อยาแก้ไอ/หวัดจากโรงพยาบาล คลินิก หรือสถาบันต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับทางการแพทย์จะเลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัดแบบยาเม็ดมากกว่ากลุ่มที่ซื้อยาแก้ไอ/หวัดจากร้านขายยา กลุ่มที่ประกอบอาชีพรับจ้างใช้แรงงาน เกษตรกร ประมง จะซื้อยาแก้ไอ/หวัดมากกว่ากลุ่มที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ นอกเหนือจากข้างต้น กลุ่มที่ไม่มี

บุตรหลานอายุ 6 – 12 ปีอยู่ในครอบครัว จะเลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัดแบบยาเม็ดมากกว่ากลุ่มที่มีบุตรหลานอายุ 6 – 12 ปีอยู่ในครอบครัว กลุ่มที่นับถือศาสนาอิสลามจะซื้อยาแก้ไอ/หวัดแบบเม็ดมากกว่ากลุ่มที่นับถือศาสนาพุทธ กลุ่มที่มีจำนวนสมาชิกครัวเรือนน้อยกว่าจะซื้อยาแก้ไอ/หวัดแบบเม็ดมากกว่ากลุ่มที่มีจำนวนสมาชิกครัวเรือนมากกว่า และเพศชายจะซื้อยาแก้ไอ/หวัดแบบยาเม็ดมากกว่าเพศหญิง กลุ่มที่มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ย/เดือนสูงกว่า จะเลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัดแบบยาเม็ดมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ย/เดือนน้อยกว่า และกลุ่มที่มีอายุมากกว่าจะเลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัดแบบยาเม็ดมากกว่ากลุ่มที่มีอายุน้อยกว่า

พิกซ์ 2 ตัวแปรที่มีอิทธิพลในการจำแนกกลุ่มที่เลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัดแบบแคปซูล ให้แตกต่างจากกลุ่มที่เลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัดแบบยาเม็ดและยาน้ำมากที่สุด ได้แก่ สถานที่เลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัด รองลงมา ได้แก่ การมีบุตรหลานที่มีอายุ 6 – 12 ปี อยู่ในครอบครัว รายได้ครัวเรือนเฉลี่ย/เดือน การมีอาการไอเมื่อเป็นหวัด จำนวนปีที่ศึกษา อาชีพ จำนวนสมาชิกครัวเรือน วิธีการเลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัด เขตที่อยู่อาศัย เพศ ศาสนา อายุ และสถานภาพสมรส ตามลำดับ โดยกลุ่มที่เลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัดจากร้านขายยา ไม่มีบุตรหลานที่มีอายุ 6 – 12 ปีอยู่ในครอบครัว มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ย/เดือนน้อยกว่า มีอาการไอเมื่อเป็นหวัด มีจำนวนปีที่ได้รับการศึกษามากกว่า ประกอบอาชีพที่ไม่ใช่รับจ้างใช้แรงงาน เกษตรกร ประมง มีจำนวนสมาชิกครัวเรือนน้อยกว่า เลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัดตามคำแนะนำแพทย์/เภสัชกร อาศัยอยู่ในเขตชนบท เป็นเพศหญิง นับถือศาสนาอิสลาม มีอายุมากกว่า และเป็นผู้ที่กำลังอยู่กับคู่สมรส มากกว่ากลุ่มที่มีลักษณะตรงกันข้าม ซึ่งจะเลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัดแบบยาเม็ดและยาน้ำ

4. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ได้ประชากรตัวอย่างรวม 1,200 ราย จากผู้ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส มาทำการสัมภาษณ์ในช่วงเดือนมกราคม ถึงเดือน เมษายน พ.ศ. 2549 พบว่าร้อยละ 54.7 ของกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 37.43 ปี และได้รับการศึกษาโดยเฉลี่ย 9.95 ปี หรือเทียบเท่าชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ร้อยละ 52.1 ของกลุ่มตัวอย่างอาศัยอยู่ในเขตเมือง ร้อยละ 68 ของกลุ่มตัวอย่างกำลังอยู่กับคู่สมรส โดยมีจำนวนบุตรเฉลี่ย 2.69 คน กลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพทำกิจการส่วนตัวมากที่สุด รองลงมา เป็นข้าราชการ นักศึกษา รับจ้างใช้แรงงาน เกษตรกร ทำประมง ตามลำดับ และมีรายได้ครัวเรือนโดยเฉลี่ย 17,791 บาท/เดือน สำหรับงานอดิเรกและการใช้เวลาว่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างชอบดูโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาเป็นการอ่านหนังสือ ทำอาหาร ปลูกต้นไม้ และเล่นกีฬาตามลำดับ

พฤติกรรมสุขภาพเกี่ยวกับอาการไอ/หวัค เมื่อเป็นไข้หวัค กลุ่มตัวอย่างจะมีอาการไอมากที่สุด รองลงมามีไข้ ปวดศีรษะ มีน้ำมูก มีเสมหะ และเจ็บคอ ตามลำดับ ส่วนวิธีการรักษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างจะไปพบแพทย์เพื่อให้วินิจฉัยและรักษามากที่สุด รองลงมาเป็นการพยายามรับประทานอาหารที่มีประโยชน์และใช้วิธีการรักษาแบบดั้งเดิม เช่น ดื่มน้ำร้อนคั้น และชื้อยากินเองจากร้านขายยา ตามลำดับ สำหรับยี่ห้อของยาแก้ไอและ/หรือยาแก้ไข้หวัคที่กลุ่มตัวอย่างชื้อเมื่อมีอาการไอ/หวัคครั้งล่าสุดเป็นยี่ห้อที่พบบ่อยมากที่สุด รองลงมาเป็นคิลคอลเจน พารา นูตา และซาร่า ตามลำดับ

สถานที่ชื้อยาแก้ไอและ/หรือยาแก้ไข้หวัคบ่อยที่สุด ได้แก่ ร้านขายยาทั่วไป รองลงมาเป็นโรงพยาบาล คลินิก หรือสถาบันต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับทางการแพทย์ ร้านขายของชำ รวมทั้งร้านสะดวกชื้อ เช่น เซเว่น อีเลฟเว่น ตามลำดับ วิธีการเลือกชื้อยาแก้ไอและ/หรือยาแก้ไข้หวัค พบว่ากลุ่มตัวอย่างชื้อโดยการตัดสินใจด้วยตนเองมากที่สุด รองลงมาชื้อตามคำแนะนำของแพทย์หรือเภสัชกร และเพื่อน ๆ ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างชื้อยาแก้ไอและ/หรือยาแก้ไข้หวัคให้ตนเองมากที่สุด รองลงมาเป็นการชื้อให้บุตร และคู่สมรส ตามลำดับ สำหรับประเภทยาแก้ไอและ/หรือยาแก้ไข้ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชื้อยาที่มียี่ห้อ รองลงมาเป็นการชื้อยาชุด

รูปแบบและลักษณะของยาแก้ไอ และ/หรือยาแก้ไข้ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกชื้อ ในกรณีของทิฟฟี่ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะทานยา 2 เม็ด/ครั้ง ใช้ระยะเวลาในการรักษาจนหายขาดจากอาการไอ/หวัค โดยเฉลี่ย 3.24 วัน โดยกลุ่มตัวอย่างให้คะแนนความพึงพอใจในยาทิฟฟี่เฉลี่ย 3.8 คะแนน (คะแนนความพึงพอใจในยาค่าสุด = 1 คะแนน และสูงสุด = 5 คะแนน) ทั้งนี้เหตุผลที่พึงพอใจในยาทิฟฟี่ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ใช้ได้ผลดี ราคาไม่แพง และรับประทานง่าย ตามลำดับ ส่วนปัจจัยสำคัญที่มีส่วนให้ตัดสินใจเลือกชื้อทิฟฟี่ 3 ลำดับแรก ได้แก่ การเคยมีประสบการณ์ในการชื้อยาคือนี้มาก่อน ราคา และชื้อเสียงของยา ตามลำดับ

รูปแบบหรือลักษณะของบรรจุภัณฑ์ของยาแก้ไอ และ/หรือยาแก้หวัคที่กลุ่มตัวอย่างชอบเป็นยาเม็ดมากที่สุด รองลงมาเป็นยาน้ำ และแคปซูล ตามลำดับ ทั้งนี้บรรจุภัณฑ์ของยาเม็ดที่กลุ่มตัวอย่างชอบเป็นแบบแผงคู่ (2 x 4) แบบยาน้ำกลุ่มตัวอย่างจะชอบขวดทรงกลม และแบบแคปซูลกลุ่มตัวอย่างชอบแบบแผงเดี่ยว

ปัญหาของยาแก้ไอผสมโคเคอิน พบว่าร้อยละ 0.3 ของกลุ่มตัวอย่างระบุว่าเคยนำยาแก้ไอมาผสมกับน้ำอัดลมสำหรับใช้ดื่มเพื่อความสนุกสนาน โดยเฉลี่ยเดือนละ 1 ครั้ง แต่ครั้งจ้บยเงินชื้อยาแก้ไอดังกล่าวโดยเฉลี่ย 20 บาท และครั้งสุดท้ายที่ดื่มยาแก้ไอดังกล่าว เป็นเวลานานมาแล้วโดยเฉลี่ย 21 เดือน อย่างไรก็ตามร้อยละ 7.2 ของกลุ่มตัวอย่าง ระบุว่าเพื่อนบ้านหรือสมาชิกในครอบครัวของเพื่อนบ้านได้ชื้อยาแก้ไอผสมโคเคอินมาดื่มเพื่อความสนุกสนาน จึงอาจกล่าวได้ว่าการชื้อยาแก้ไอบางชนิดที่มีส่วนผสมของโคเคอิน เป็นของยาเสพติดอีกรูปแบบหนึ่งใน 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้

สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อยาแก้ไอ/หวัด โดยการตัดสินใจด้วยตนเอง หรือตามคำแนะนำของบุคลากรด้านการแพทย์ พบว่ากลุ่มที่ตัดสินใจด้วยตนเองจะเป็นเพศชาย มีอายุมากกว่า 34 ปี มีระดับการศึกษาสูงกว่า กำลังอยู่กินกับคู่สมรส ไม่มีบุตรหลาน อายุ 6-12 ปีอยู่ในครอบครัว อาศัยอยู่ในเขตเมือง ประกอบอาชีพที่ไม่ใช่การรับจ้างใช้แรงงาน เกษตรกร และประมง มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน 15,000 บาทและน้อยกว่า และเป็นกลุ่มที่ไม่มีอาการไอเมื่อเป็นหวัด เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มที่มีลักษณะตรงกันข้าม

เมื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ซื้อยาแก้ไอ/หวัด พบว่ากลุ่มที่ซื้อยาแก้ไอ/หวัดจากโรงพยาบาล คลินิก หรือสถาบันต่าง ๆ เกี่ยวกับการแพทย์จะเป็นเพศหญิง มีอายุมากกว่า 34 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่า เป็นผู้ที่ไม่ได้อยู่กินกับคู่สมรส อาศัยอยู่ในเขตเมือง ประกอบอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน ทำกิจการส่วนตัว เกษียณอายุราชการ เป็นนักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 บาทและน้อยกว่า มีจำนวนสมาชิกครัวเรือนมากกว่า มีอาการไอเมื่อเป็นหวัด เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มที่มีลักษณะตรงกันข้าม

ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มผู้บริโภคที่เลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัดด้วยรูปแบบของยาที่แตกต่างกัน พบว่ากลุ่มที่เลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัดแบบเม็ด เป็นผู้อาศัยอยู่ในเขตเมือง มีระดับการศึกษาสูงกว่า กำลังอยู่กินกับคู่สมรส ตัดสินใจเลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัดด้วยตนเอง มีอาการไอเมื่อเป็นหวัด เป็นกลุ่มที่ซื้อยาแก้ไอ/หวัดจากโรงพยาบาล คลินิก หรือสถาบันต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับทางการแพทย์ ประกอบอาชีพรับจ้างใช้แรงงาน มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ย/เดือนสูงกว่า นับถือศาสนาอิสลาม มีจำนวนสมาชิกครัวเรือนน้อยกว่า เป็นเพศชาย และมีอายุมากกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มที่มีลักษณะตรงกันข้ามซึ่งเลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัดแบบแคปซูลและยาน้ำ

ดังนั้นในการส่งเสริมพฤติกรรมทางสุขภาพของประชาชนที่ถูกต้อง จึงควรให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายที่ทำการตัดสินใจซื้อยาแก้ไอ/หวัดด้วยตนเอง ให้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมมาเป็นการซื้อตามคำแนะนำของบุคลากรด้านการแพทย์ ได้แก่ กลุ่มที่เป็นเพศชาย มีอายุมากกว่า 34 ปี มีระดับการศึกษาสูงกว่า กำลังอยู่กินกับคู่สมรส ไม่มีบุตรหลานอายุ 6-12 ปีอยู่ในครอบครัว อาศัยอยู่ในเขตเมือง ประกอบอาชีพที่ไม่ใช่การรับจ้างใช้แรงงาน เกษตรกร และประมง มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน 15,000 บาท และน้อยกว่า และเป็นกลุ่มที่ไม่มีอาการไอเมื่อเป็นหวัด

นอกจากนี้ควรรณรงค์ให้ประชาชนเลือกซื้อยาจากสถานที่ที่มีความรับผิดชอบสูง เพื่อป้องกันการที่ผู้บริโภคต้องจ่ายค่ายาที่เพิ่มปริมาณหรือเพิ่มชนิดจนเกินความจำเป็น จึงควรสนับสนุนให้มีสถานจำหน่ายยาของรัฐมากขึ้น นอกเหนือจากการจำหน่ายในสถานพยาบาลของรัฐ เช่น มีร้านขายยาของโรงพยาบาลที่สังกัดมหาวิทยาลัยของรัฐ เปิดสาขาในย่านชุมชน ในจังหวัดที่มีมหาวิทยาลัยแห่งนั้น ๆ ตั้งอยู่ เนื่องจากแต่ละภูมิภาคจะมีมหาวิทยาลัยของรัฐตั้งอยู่ในจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางของภูมิภาคแต่ละแห่งอยู่แล้ว ทั้งนี้กลุ่มเป้าหมายที่จะกระตุ้นให้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมมาซื้อยาแก้ไอ/หวัดจากโรงพยาบาล คลินิก หรือสถาบันต่าง ๆ เกี่ยวกับการแพทย์ จะเป็นเพศหญิง มีอายุมากกว่า

34 ปี มีระดับการศึกษาน้อย เป็นผู้ที่ไม่ได้อยู่กินกับคู่สมรส อาศัยอยู่ในเขตเมือง ประกอบอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ ลูกจ้างบริษัทเอกชน ทำกิจการส่วนตัว เกษียณอายุราชการ นักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 บาท และน้อยกว่า มีจำนวนสมาชิกครัวเรือนมาก และมีอาการไอเมื่อเป็นหวัด

สำหรับการป้องกันการใช้จ่ายแก่ไอ/หวัดเป็นสารเสพติด สถาบันการศึกษาโดยครู สถาบันครอบครัวโดยบิดา-มารดาและผู้ปกครอง ควรช่วยกันสอดส่อง อบรม ดูแลพฤติกรรมของบุตรหลาน และวัยรุ่นโดยทั่วไป เพื่อป้องกันการใช้จ่ายแก่ไอผสมโคเคอินซึ่งเป็นสารเสพติดอีกรูปแบบหนึ่ง ที่มีอยู่ในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ทั้งนี้สถาบันครอบครัวมีบทบาทที่สำคัญยิ่งในการให้ความรัก ความอบอุ่น ดูแลเอาใจใส่สมาชิกในครอบครัว การสนับสนุนให้สมาชิกในครอบครัวใช้เวลาว่างในการออกกำลังกายและสนใจในเรื่องกีฬา จะช่วยให้สมาชิกในครอบครัวมีสุขภาพกาย-ใจที่ดีและห่างไกลพ้นภัยจากการเสพติด

อเนิงภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและจำหน่ายยาแก้ไอ/หวัด สามารถนำผลการวิจัยไปปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตน โดยยาแก้ไอ/หวัดที่กลุ่มตัวอย่างชอบจะเป็นยาเม็ดแบบแผงคุ้มครองลงมาเป็นยาน้ำแบบขวดทรงกลม และแบบแคปซูลแผงเดี่ยว ตามลำดับ การปรับปรุงยาแก้ไอ/หวัดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค จะนำไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินกิจการของตน ผลการวิจัยยังเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจยาแก้ไอ/หวัดให้สามารถจัดตำแหน่งกิจการของตนว่าเป็นอันดับที่เท่าไรในตลาดของยาแก้ไอ/หวัด เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจกำหนดนโยบายและมาตรการต่าง ๆ ตลอดจนกลยุทธ์ด้านการตลาดของกิจการตนเอง

บรรณานุกรม

- กนิษฐา ไทยกล้า, อภินันท์ อร่ามรัตน์ และจรรยา ค้วงทรง. 2545. “โครงการศึกษาสถานการณ์ตลาดยาอีในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- กองส่งเสริมงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพในส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น, สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข มาตรการควบคุมยาแก้ไอผสมโคเดอีน <http://www.fda.moph.go.th/fda-net/html/product/other/kbs3/codeine46.htm> 10/11/2546
- จิรพัฒน์ โพธิ์พ่วง “ยาชุด” ความสูญเสียทางด้านเศรษฐกิจที่ป้องกันได้ หนังสือพิมพ์มติชนรายวัน ฉบับวันอาทิตย์ที่ 23 สิงหาคม พ.ศ. 2541
- จิรวัดน์ มูลศาสตร์, อินทิรา เรื่องสิทธิ และ รัชณี วีระสุขสวัสดิ์. 2544. พฤติกรรมการใช้สารเสพติดในนักเรียนมัธยม : กรณีศึกษาในโรงเรียนมัธยมศึกษาแห่งหนึ่ง จ.อุบลราชธานี : โรงพิมพ์สรรพสิทธิประสงค์
- นิตยารวรรณ กุลฉนวนวรรณ การศึกษารูปแบบการปฏิบัติงานเภสัชกรรมชุมชนที่พึงประสงค์ในกลุ่มผู้บริโภค : กรณีศึกษา ณ ศูนย์ยา มอก. วารสาร มจร. วิชาการ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ปีที่ 7, ฉบับที่ 13 (กรกฎาคม – ธันวาคม 2546), หน้า 2-16.
- นันทินี พันธวงศ์ .2543. ปัจจัยการแพร่ระบาดของสารเสพติดในโรงเรียนระดับมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ในกรุงเทพมหานคร วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต (ศึกษาศาสตร์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- พรรณฉวี จิโรจน์วงศ์ ใช้ไม่ดี.....ยานี้อันตราย! <http://www.elib-online.com/doctors/drug-child02.html> 10/11/2546
- ยาแก้ไอ....สำคัญไฉน? <http://www.sudyord.com/health/medicine/b3.htm> 10/11/2546
- วชิระ อ่าพันธ์ “การใช้ยาน้ำแก้ไอผสมโคเดอีนในทางที่ผิด” วารสารอาหารและยา, ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 (มกราคม – เมษายน 2543), หน้า 63-65.
- วราลักษณ์ อนุวิชาสุชาติ “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการเสพยาแก้ไอที่มีส่วนประกอบโคเดอีน ของนักเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา ในจังหวัดปัตตานี พ.ศ. 2546” วารสารสมาคมนักวิจัย ปีที่ 8 ฉบับที่ 1-2 (มกราคม – ธันวาคม 2546), หน้า 51-66.
- วิภา ค่านธำรุงกูร, เพิ่มพันธ์ สุขชีพ และกัลยา ชาพวง “สถานภาพการบริโภคยาน้ำแก้ไอที่มีส่วนผสมโคเดอีน ในจังหวัดชายแดนภาคใต้” วารสารสำนักงาน ป.ป.ส. ปีที่ 20 ฉบับที่ 2 (ก.ย. 47 – ก.พ. 48) หน้า 64-75.
- สิวลุทธิ์ พงศกรรังศิลป์. 2549. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้ออาหารเสริมเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต (การจัดการ) มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

สำนักพัฒนาการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด, สำนักงาน ป.ป.ส. สถานการณ์ยาเสพติดประเทศไทย 2544 (มกราคม – มิถุนายน) อุปสงค์อุปทานและรายงานการสำรวจพื้นที่แพร่ระบาด ตัวอย่างระดับตำบล <http://www.thai.net.ioc4th/sit.htm> 10/11/2546

ภาคผนวก ก.

ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ภาคผนวก ก.

ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีระดับการวัดข้อมูล (Level of Measurement) และรหัส (Code) ดังนี้

- VAR 11 **วิธีการเลือกซื้อยาแก้ไอ และ/หรือแก้หวัดในครั้งสุดท้าย เป็นตัวแปรทวิ**
(Dichotomous Variable) มีรหัส
0 = ซื้อยาตามคำแนะนำของแพทย์/เภสัชกร
1 = ซื้อโดยการตัดสินใจด้วยตนเอง
- VAR 8 **สถานที่ซื้อยาแก้ไอและ/หรือแก้หวัดบ่อยที่สุด เป็นตัวแปรทวิ มีรหัส**
0 = โรงพยาบาล คลินิก หรือสถาบันต่างๆ ที่เกี่ยวกับทางการแพทย์
1 = ร้านขายยา
- V 118 **รูปแบบของยาแก้ไอและ/หรือยาแก้หวัดที่ชอบ เป็นตัวแปรกลุ่ม**
(Nominal Scale) มีรหัส
1 = ยามีด
2 = แคปซูล
3 = ยาน้ำ
- VAR 131 **เพศ เป็นตัวแปรทวิ มีรหัส**
0 = หญิง
1 = ชาย
- VAR 132 **อายุ เป็นตัวแปรกลุ่ม มีรหัส**
0 = 34 ปีและน้อยกว่า
1 = มากกว่า 34 ปี
- Y 132 **อายุ (ปี) เป็นตัวแปรช่วง (Interval Scale)**
- VAR 133 **ระดับการศึกษา เป็นตัวแปรกลุ่ม มีรหัส**
0 = ประถมศึกษา (ป.1 – ป.7)
1 = มัธยมศึกษา (ม.1 – ม.6) , ปวช. , ปวส.
2 =ปริญญาตรี และสูงกว่า
- Y 133 **จำนวนปีที่ศึกษา เป็นตัวแปรช่วง**

- Y 130 ศาสนา เป็นตัวแปรทวิ มีรหัส
 0 = อิสลาม
 1 = พุทธ
- YAR 134 สถานภาพสมรส เป็นตัวแปรทวิ มีรหัส
 0 = โสด หม้าย หย่าร้าง และแยกกันอยู่
 1 = กำลังอยู่กินกับคู่สมรส
- VAR 116 การมีบุตรหลานที่มีอายุ 6 – 12 ปี อยู่ในครอบครัว เป็นตัวแปรทวิ มีรหัส
 0 = ไม่มี
 1 = มี
- VAR 146 เขตที่อยู่อาศัย เป็นตัวแปรทวิ มีรหัส
 0 = เขตชนบท
 1 = เขตเมือง
- VAR 138 อาชีพ เป็นตัวแปรทวิ มีรหัส
 0 = รับจ้างใช้แรงงาน เกษตรกร ประมง
 1 = อาชีพอื่นๆ
- VAR 139 รายได้ครัวเรือนเฉลี่ย (บาท) /เดือน เป็นตัวแปรทวิ มีรหัส
 0 = 15,000 บาท และต่ำกว่า
 1 = มากกว่า 15,000 บาท
- Y 139 รายได้ครัวเรือนเฉลี่ย (บาท) /เดือน เป็นตัวแปรช่วง
- VAR 20 การมีอาคารไอเมื่อเป็นหวัด เป็นตัวแปรทวิ มีรหัส
 0 = ไม่มีอาคารไอ
 1 = มีอาคารไอ
- Y 136 จำนวนสมาชิกครัวเรือน (คน) เป็นตัวแปรช่วง

ภาคผนวก ข.

ตารางสถิติ

ตาราง 1 จำนวนตัวอย่างจำแนกตามจังหวัดที่อยู่อาศัยและศาสนา(ราย)

จังหวัด	ศาสนา		รวม
	พุทธ	อิสลาม	
ปัตตานี	200	200	400
ยะลา	200	200	400
นราธิวาส	200	200	400
รวม	600	600	1,200

ตาราง 2 ลักษณะทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจ – สังคมของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะข้อมูล	จำนวน	อัตราส่วนร้อยละ
เพศ		
ชาย	544	45.3
หญิง	656	54.7
รวม	1,200	100.0
อายุ		
13 – 24 ปี	218	18.2
25 – 34 ปี	340	28.3
35 – 44 ปี	312	26.0
45 ปีและมากกว่า	330	27.5
รวม	1,200	100.0
อายุเฉลี่ย (ปี) \bar{x}	37.43	
ระดับการศึกษา		
ไม่ได้เรียน	74	6.2
ป. 1 – ป. 4	218	18.5
ป. 6	128	10.8
ม. 1 – ม. 3	108	9.1
ม. 4 – ม. 6	282	23.8
ปวช.	88	7.4
ปริญญาตรี	284	23.9
สูงกว่าปริญญาตรี	4	0.3
รวม	1,186	100.0
ระดับการศึกษาเฉลี่ย (ปี) \bar{x}	9.95	
เขตที่อยู่อาศัย		
เขตเมือง	620	52.1
เขตชนบท	570	47.9
รวม	1,190	100.0

ตาราง 2 ลักษณะทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจ – สังคมของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

ลักษณะข้อมูล	จำนวน	อัตราส่วนร้อยละ
สถานภาพสมรส		
โสด	326	27.1
กำลังอยู่กินกันคู่สมรส	816	68.0
หย่าร้าง	18	1.5
หม้าย	26	2.2
แยกกันอยู่	14	1.2
รวม	1,200	100.0
จำนวนบุตร		
ไม่มีบุตร	62	7.1
1 คน	134	15.3
2 คน	276	31.6
3 คน	188	21.5
4 คน และมากกว่า	214	24.5
รวม	874	100.0
จำนวนบุตรเฉลี่ย (คน) \bar{x}	2.69	
จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่พักอาศัยอยู่ในบ้านเดียวกัน		
อยู่ลำพังคนเดียว	14	1.2
2 – 3 คน	242	20.5
4 – 5 คน	540	45.6
6 คนและมากกว่า	386	32.7
รวม	1,182	100.0
จำนวนสมาชิกครัวเรือนเฉลี่ย (คน) \bar{x}	4.95	
จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่พักอาศัยอยู่ในบ้านเดียวกันซึ่งมีอายุ 13 – 19 ปี		
ไม่มี	474	39.6
1 คน	420	35.1
2 คน	228	19.1
3 คน	62	5.2
4 คน	12	1.0
รวม	1,196	100.0
จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่มีอายุ 13-19 ปีเฉลี่ย (คน) \bar{x}	1.54	

ตาราง 2 ลักษณะทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจ – สังคมของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

ลักษณะข้อมูล	จำนวน	อัตราส่วนร้อยละ
อาชีพ		
ทำกิจการส่วนตัว	294	24.4
ข้าราชการ	168	14.0
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	26	2.2
ลูกจ้างบริษัทเอกชน	46	3.8
เกษตรกร	128	10.7
ประมง	62	5.2
รับจ้างให้แรงงาน	162	13.5
เกษียณอายุ	2	0.2
นักศึกษา	166	13.9
อยู่ระหว่างหางานทำ	20	1.7
อื่น ๆ	124	10.4
รวม	1,198	100.0
รายได้ครัวเรือน/เดือน		
10,000 บาท และน้อยกว่า	312	26.0
10,001 – 15,000 บาท	352	29.4
15,001 – 20,000 บาท	284	23.7
20,001 บาท และมากกว่า	250	20.9
รวม	1,198	100.0
รายได้ครัวเรือนเฉลี่ย/เดือน (บาท) \bar{x}	17,791.40	

ตาราง 3 งานอดิเรกและการใช้เวลาว่าง

ลักษณะข้อมูล	จำนวน	อัตราส่วนร้อย
งานอดิเรกที่ชอบ		
อ่านหนังสือ	216	18.0
ดูโทรทัศน์	320	26.7
เล่นกีฬา	112	9.3
ฟังเพลง	112	9.3
ปลูกต้นไม้	114	9.5
เล่นอินเทอร์เน็ต	18	1.5
ทำอาหาร	156	13.0
ดูภาพยนตร์	6	0.5
ท่องเที่ยว	66	5.5
ซื้อปิ้ง	74	6.2
ไม่มีงานอดิเรก	6	0.5
รวม	1,200	100.0
รายการโทรทัศน์ที่ชอบดู		
ช่อง 3	164	13.8
ช่อง 5	10	0.8
ช่อง 7	630	52.8
ช่อง 9	144	12.1
ช่อง 11	24	2.0
ไอทีวี	152	12.8
ยูบีซี	52	4.4
อื่น ๆ	16	1.3
รวม	1,192	100.0
ช่วงเวลาที่ชอบดูโทรทัศน์เป็นประจำ		
ก่อนเวลา 08.00 น.	46	3.8
08.01 – 12.00 น.	54	4.5
12.01 – 16.00 น.	68	5.7
16.01 – 18.00 น.	66	5.5
18.01 – 20.00 น.	534	44.7
20.01 – 22.00 น.	356	29.8
22.01 – 24.00 น.	56	4.7
หลังเวลา 24.00 น.	16	1.3
รวม	1,196	100.0

ตาราง 3 งานอดิเรกและการใช้เวลาว่าง (ต่อ)

ลักษณะข้อมูล	จำนวน	อัตราส่วนร้อย
หนังสือหรือนิตยสารประเภทที่ชอบอ่าน		
หนังสือพิมพ์รายวัน	690	58.0
หนังสือพิมพ์ธุรกิจ	40	3.4
นิตยสารสำหรับผู้หญิง	140	11.8
นิตยสารสำหรับผู้ชาย	36	3.0
นิตยสารรถยนต์	260	21.8
นิตยสารกีฬา	6	0.5
อื่น ๆ	18	1.5
รวม	1,190	100.0

ตาราง 4 พฤติกรรมการรักษาสุขภาพของกลุ่มตัวอย่าง เมื่อมีอาการไอหรือเป็นไข้หวัด

ลักษณะข้อมูล	จำนวน	อัตราส่วนร้อย
ลักษณะของผู้เป็นไข้หวัดที่มีอาการ		
ไข้	776	65.7
ไอ	834	70.6
ปวดศีรษะ	734	62.1
มีเสมหะ	582	49.2
เจ็บคอ	538	45.5
รู้สึกหนาว เพราะมีไข้	296	25.1
ปวดหัว ปวดกล้ามเนื้อ	212	18.0
มีอาการท้องเสีย	200	16.9
มีน้ำมูก	618	52.4
รู้สึกคลื่นเหียน	148	12.5
จาม	506	42.9
ไม่มีอาการใด ๆ เลย	58	4.9
คัดจมูก	510	43.3
อื่น ๆ	42	3.6

ตาราง 4 พฤติกรรมการรักษาสุขภาพของกลุ่มตัวอย่าง เมื่อมีอาการไอหรือเป็นไข้หวัด (ต่อ)

พฤติกรรม	ไม่เคย	นาน ๆ ครั้ง	บางครั้ง	บ่อย ๆ	เป็นประจำ	รวม
1. ซื้อยากินเองจากร้านขายยา	0 (0)	0 (0)	61.3 (522)	30.0 (256)	8.7 (74)	100 (852)
2. พบแพทย์เพื่อให้วินิจฉัยและรักษา	3.0 (32)	14.9 (158)	38.4 (408)	33.1 (352)	10.6 (112)	100.0 (1062)
3. พยายามทานอาหารที่มีประโยชน์และใช้วิธีการรักษาคั้งเดิมโดยไม่ใช้ยาแผนปัจจุบัน	6.1 (52)	19.0 (164)	35.7 (306)	30.8 (264)	8.4 (72)	100.0 (858)
4. ไม่ทำอะไรเลย แต่จะรอให้อาการดีขึ้นเอง	41.9 (328)	27.9 (218)	22.8 (178)	6.1 (48)	1.3 (10)	100.0 (782)
5. วิธีการอื่น ๆ	24.1 (14)	24.1 (14)	20.7 (12)	20.7 (12)	10.4 (6)	100.0 (58)

ตาราง 5 พฤติกรรมในการเลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัด

ลักษณะข้อมูล	จำนวน	อัตราส่วนร้อย
ยี่ห้อของยาแก้ไอ และ/หรือยาแก้หวัดที่ซื้อครั้งล่าสุด		
ทีพีพี (แก้หวัด / แพ้อากาศ / ลดไข้)	398	33.4
คิลอลเจน (แก้หวัด / แพ้อากาศ / ลดไข้)	98	8.2
นูตา (แก้หวัด / แพ้อากาศ / ลดไข้)	54	4.5
ยาแก้ไอน้ำคำ (แก้ไอ ขับเสมหะ)	22	1.8
โรติวซ์ (ไอแห้ง)	8	0.7
ไฮเป็กซ์ (ยาน้ำใช้ดม)	2	0.2
กิวเฟนิเซนค (ยาน้ำ ใช้ละลายเสมหะ)	2	0.2
ซอพโก (ZOPCO)	4	0.3
ซอมปอยใหม่ (ยาน้ำ ละลายเสมหะ)	4	0.3
ซาร่า (ลดไข้ / แก้ปวด)	42	3.5
เสตรีปซิล (ยาอม)	22	1.8
NASSISED (ลดน้ำมูก / คัดจมูก)	4	0.3
ชวนปวยปี่แป้โหลว (ยาน้ำแก้ไอ / ลดเสมหะ)	2	0.2
พารา (ลดไข้)	70	5.9
พิมเสน (ยาอม)	4	0.3
โป๊ยเซียน (ยาอม)	2	0.2
วิก (ขี้ผึ้ง ยาอม / ทาหน้าอก สำหรับเด็ก)	2	0.2
พานาโด (ลดไข้ / แก้ปวด)	8	0.7
เบนาคิว (แก้ไอ / แพ้อากาศ / ละลายเสมหะ)	4	0.3
ตรางู (แก้ไอ / ขับเสมหะ)	2	0.2
นุรา (ลดไข้ / แก้ปวด)	2	0.2
เชอนาคิว (ยาน้ำแก้ไอ / ละลายเสมหะ)	2	0.2
โยที (ไอแห้ง)	10	0.8
ไอคอลลิกซ์ (ยาน้ำแก้ไอ / ละลายเสมหะ)	6	0.5
เสือดาว (ยาน้ำแก้ไอ / ละลายเสมหะ)	18	1.5
ชวนปวยปี่แป้กอ (ยาน้ำแก้ไอ / ละลายเสมหะ)	4	0.3
ยาแก้ไอครามะขบ (ยาอม)	4	0.3
อื่นๆ	392	32.9

ตาราง 5 พฤติกรรมในการเลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัด (ต่อ)

ลักษณะข้อมูล	จำนวน	อัตราส่วนร้อยละ
ระยะเวลาที่ซื้อยาแก้ไอ และ/หรือแก้หวัดครั้งสุดท้าย		
น้อยกว่า 1 เดือนที่ผ่านมา	260	22.2
1-3 เดือนที่ผ่านมา	424	36.2
3-6 เดือนที่ผ่านมา	264	22.5
6 เดือน - 1 ปีที่ผ่านมา	224	19.1
รวม	1,172	100.0
สถานที่ซื้อยาแก้ไอ และ/หรือแก้หวัดบ่อยที่สุด		
ร้านขายยาทั่วไป	540	45.1
ร้านขายยาที่อยู่ในห้างสรรพสินค้า	20	1.7
ร้านขายยาที่มีหลายสาขา เช่น บูทส์ วัตสัน	14	1.1
ซูเปอร์มาร์เก็ต	14	1.1
ร้านสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น	12	1.0
ร้านขายของชำ	50	4.2
โรงพยาบาล คลินิก หรือสถานต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับทางการแพทย์	534	44.7
อื่น ๆ	14	1.1
รวม	1,198	100.0
วิธีการเลือกซื้อยาแก้ไอและ/หรือแก้หวัดในครั้งล่าสุด		
ซื้อโดยการตัดสินใจด้วยตนเอง	474	39.8
ซื้อตามคำแนะนำของเภสัชกร	308	25.9
ซื้อตามคำแนะนำของแพทย์	396	33.3
อื่น ๆ	12	1.0
รวม	1,190	100.0
ร้อยละของการซื้อยาแก้ไอและ/หรือแก้หวัดครั้งล่าสุดเพื่อให้		
ตนเอง	934	78.5
คู่สมรส	346	28.9
บิดา มารดา	158	13.2
บุตร	458	38.2
สมาชิกอื่น ๆ ในครอบครัว	216	18.0
ซื้อเก็บไว้เป็นยาสามัญประจำบ้าน	60	5.0
อื่น ๆ	34	2.8

ตาราง 5 พฤติกรรมในการเลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัด (ต่อ)

ลักษณะข้อมูล	จำนวน	อัตราส่วนร้อย
ประเภทของยาแก้ไอและ/หรือแก้หวัดที่ซื้อครั้งล่าสุด		
ยาชุด	52	4.3
ยาที่มียี่ห้อ	862	72.0
ทั้งสองประเภท (เป็นยาชุดที่มียี่ห้อ)	98	8.2
อื่นๆ	186	15.5
รวม	1,198	100.0

ตาราง 6 การเลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัดด้วยรูปแบบและลักษณะของยาที่หือแตกต่างกัน

ลักษณะข้อมูล	ยี่ห้อ		
	ทีพีพี	ดีคอลเจน	นูตา
ปริมาณยาที่ทานต่อครั้ง			
1 เม็ด	35.0 (138)	42.6 (40)	24.1 (14)
2 เม็ด	64.5 (254)	57.4 (54)	75.9 (44)
3 เม็ด	0.5 (2)	0.0 (0)	0.0 (0)
รวม	100.0 (394)	100.0 (94)	100.0 (58)
ระยะเวลาในการรักษาจนหายขาดจากอาการเฉลี่ย (\bar{x}) วัน	3.24	2.79	2.32
ความพึงพอใจในยา			
ไม่พอใจมาก	0.0 (0)	0.0 (0)	0.0 (0)
ไม่พอใจ	0.5 (2)	0.0 (0)	0.0 (0)
ปานกลาง	24.9 (98)	30.4 (28)	25.0 (14)
พอใจ	68.5 (270)	67.4 (62)	67.9 (38)
พอใจมาก	6.1 (394)	2.2 (2)	7.1 (4)
รวม	100.0 (806)	100.0 (92)	100.0 (56)
คะแนนความพึงพอใจในยาเฉลี่ย (\bar{x})	3.80	3.72	3.82
เหตุผลที่พอใจในยา			
ราคาไม่แพง	23.4 (68)	9.4 (6)	16.7 (6)
ใช้ได้ผลดี	56.6 (164)	56.2 (36)	44.3 (16)
รับประทานง่าย	6.2 (18)	12.4 (8)	11.1 (4)
มีแผงหรือขนาดบรรจุที่เล็ก	1.4 (4)	3.1 (2)	0.0 (0)
ไม่มีผลข้างเคียง	3.4 (10)	6.3 (4)	11.1 (4)
พกพาสะดวก	2.1 (6)	0.0 (0)	5.6 (2)
ได้ผลหลายอย่างในยาตัวเดียว	0.7 (2)	6.3 (4)	5.6 (2)
มีซองแถม	0.7 (2)	0.0 (0)	0.0 (0)
ไม่จำเป็นต้องรับประทานบ่อย ๆ	1.4 (4)	0.0 (0)	0.0 (0)
หาซื้อได้ง่าย	4.1 (12)	6.3 (4)	5.6 (0)
รวม	100.0 (290)	100.0 (64)	100.0 (36)

ตาราง 6 การเลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัดด้วยรูปแบบและลักษณะของยาแก้ไอที่แตกต่างกัน (ต่อ)

ลักษณะข้อมูล	ยี่ห้อ		
	ทิฟฟี่	ดีคอลเจน	บูตา
ปัจจัยสำคัญที่สุดที่มีส่วนให้ตัดสินใจเลือกซื้อยาแก้หวัดชนิดนี้			
ชื่อเสียงของยี่ห้อยา	13.3 (50)	11.1 (10)	15.4 (8)
ชื่อเสียงของบริษัทผู้ผลิต	1.1 (4)	2.2 (2)	0.0 (0)
ราคา	14.4 (54)	8.9 (8)	0.0 (0)
แพทย์แนะนำ	11.7 (44)	17.8 (16)	7.7 (4)
เภสัชกรแนะนำ	8.5 (32)	8.9 (8)	7.7 (4)
เพื่อนหรือญาติแนะนำ	2.7 (10)	8.9 (8)	0.0 (0)
เคยมีประสบการณ์ใช้ยาตัวนี้มาก่อน	36.1 (136)	31.1 (28)	38.5 (20)
เป็นยาที่รับประทานได้ง่าย	5.3 (20)	6.7 (6)	15.4 (8)
เป็นยาที่หาซื้อได้ง่าย (มีจำหน่ายทั่วไป)	5.3 (20)	0.0 (0)	11.5 (6)
เห็นจากโฆษณา	0.5 (2)	0.0 (0)	3.8 (2)
เป็นยาที่รับประทานได้ทั้งเด็กและผู้ใหญ่	1.1 (4)	4.4 (4)	0.0 (0)
รวม	100.0 (376)	100.0 (90)	100.0 (52)
สื่อโฆษณาที่เคยเห็น			
โทรทัศน์	86.4 (38)	33.3 (2)	0.0 (2)
วิทยุ	13.6 (6)	33.3 (2)	50.0 (2)
นิตยสารรถยนต์	0.0 (0)	33.3 (2)	50.0 (0)
รวม	100.0 (44)	100.0 (6)	100.0 (4)

ตาราง 7 คุณสมบัติ รูปแบบ และลักษณะบรรจุก้นท์ของยาแก้ไอและ/หรือยาแก้หวัดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

ลักษณะข้อมูล	จำนวน	อัตราส่วนร้อย
คุณสมบัติที่ดีของยาแก้ไอ และ/หรือยาแก้หวัด		
ราคา	162	13.6
ได้ผลดี	744	62.6
รับประทานง่าย	92	7.8
มีแฉงหรือขนาดบรรจุที่เล็ก	16	1.3
ไม่มีผลข้างเคียง	82	6.9
สะดวกในการพกพา	10	0.8
ไม่ต้องทานยาอื่นในเวลาเดียวกัน	14	1.2
ไม่จำเป็นต้องรับประทานบ่อย ๆ	22	1.9
หาซื้อง่าย	44	3.7
อื่น ๆ	2	0.2
รวม	1,188	100.0
พฤติกรรมการซื้อยาแก้ไอและ/หรือแก้ไข้หวัดในอนาคต ถ้าตัวเองหรือสมาชิกในครอบครัวมีอาการไอและ/หรือมีไข้หวัด		
ซื้อยาที่หือเคิม โดยการตัดสินใจเอง	302	25.4
ซื้อยาที่มีผลใกล้เคียงกัน แต่เปลี่ยนยี่ห้อหรือบริษัทผู้ผลิตโดยตัดสินใจเอง	30	2.5
ซื้อยาโดยปรึกษาเภสัชกร	30	29.5
ไม่ต้องการซื้อยาจากร้านขายยา แต่ต้องการไปพบแพทย์หรือซื้อยาตามคำสั่งแพทย์	504	42.4
อื่นๆ	2	0.2
รวม	1,190	100.0
การมีเด็ก (บุตร หลาน) ที่มีอายุ 6 -12 ปี อยู่ในครอบครัว		
มี	672	56.9
ไม่มี	508	43.1
รวม	1,180	100.0

ตาราง 7 คุณสมบัติ รูปแบบ และลักษณะบรรจุภัณฑ์ของยาแก้ไอและ/หรือยาแก้หวัดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ (ต่อ)

ลักษณะข้อมูล	จำนวน	อัตราส่วนร้อย
พฤติกรรมในการรักษาพยาบาลบุตรหลานที่มีอายุ 6 – 12 ปี ในครอบครัว เมื่อบุตรหลานมีอาการไอและ/หรือเป็นไข้หวัด		
ซื้อยาให้ โดยการตัดสินใจเลือกเอง	94	13.4
ซื้อยาให้ โดยปรึกษาเภสัชกร	134	19.1
พาไปพบแพทย์	468	66.6
อื่น ๆ	6	0.9
รวม	702	100.0
รูปแบบหรือลักษณะบรรจุภัณฑ์ของยาแก้ไอและ/หรือยาแก้หวัดที่ชอบมากที่สุด		
ยาเม็ด	818	69.1
แคปซูล	72	6.1
ยาน้ำ	294	24.8
รวม	1,200	100.0
รูปแบบหรือลักษณะบรรจุภัณฑ์ของยาเม็ดแก้ไอและ/หรือยาแก้หวัดที่ชอบ		
แผงคู่ (2 x 4)	508	51.1
แผงเดี่ยว (1 x 4)	462	46.5
อื่น ๆ	24	2.04
รวม	994	100.0
รูปแบบหรือลักษณะบรรจุภัณฑ์ของแคปซูลแก้ไอและ/หรือยาแก้หวัดที่ชอบ		
แผงคู่ (2 x 4)	30	42.9
แผงเดี่ยว (1 x 4)	40	57.1
รวม	70	100.0
รูปแบบหรือลักษณะบรรจุภัณฑ์ของยาน้ำแก้ไอและ/หรือยาแก้หวัดที่ชอบ		
ขวดทรงกลม	108	87.1
ขวดทรงเหลี่ยม	16	12.9
รวม	124	100.0

ตาราง 8 ปัญหาของยาแก้ไอผสมโคเคอิน

ลักษณะข้อมูล	จำนวน	อัตราส่วนร้อย
ตนเองและสมาชิกในครอบครัวนำยาแก้ไอ (อาจนำมาผสมกับเครื่องดื่มประเภทน้ำอัดลม) มาดื่มเพื่อความสนุกสนาน		
ไม่เคย	1,172	99.7
เคย	4	0.3
รวม	1,176	100.0
ในรอบระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา ได้ซื้อยาแก้ไอมาดื่มเพื่อความสนุกสนานเฉลี่ย (ครั้ง/เดือน) \bar{x}	1.00	
ในรอบระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา ได้ซื้อยาแก้ไอมาดื่มเพื่อความสนุกสนานเป็นเงินเฉลี่ย (บาท/ครั้ง) \bar{x}	20.00	
ระยะเวลาที่ตนเองหรือสมาชิกในครอบครัวดื่มยาแก้ไอเพื่อความสนุกสนานเป็นเวลานานเฉลี่ย (เดือน) \bar{x}	21.00	
เพื่อนบ้านหรือสมาชิกในครอบครัวเพื่อนบ้านเคยซื้อยาแก้ไอมาดื่มเพื่อความสนุกสนาน		
ไม่เคย	1,112	92.8
เคย	86	7.2
รวม	1,200	100.0

ตาราง 9 การวิเคราะห์การผันแปรเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อยาแก้ไอ/หวัดด้วยตนเอง หรือตามคำแนะนำของบุคลากรด้านการแพทย์

ที่มาของการผันแปร	ผลรวมกำลังสอง (Sum of Squares)	อัตราอิสระ (df)	ค่าเฉลี่ยของผลรวมกำลังสอง (Mean Square)	F	ระดับนัยสำคัญ (Sig.)
ผลหลักของตัวแปรอิสระ (Main Effects)	12.770	10	1.277	6.194	.000
เพศ	.443	1	.443	2.149	.143
อายุ	.551	1	.551	2.673	.102
ระดับการศึกษา	.849	2	.425	2.059	.128
สถานภาพสมรส	.893	1	.893	4.334	.038
การมีบุตรหลานที่มีอายุ 6-12 ปีอยู่ในครอบครัว	.006	1	.006	.028	.867
เขตที่อยู่อาศัย	1.667	1	1.667	8.084	.005
อาชีพ	2.087	1	2.087	10.121	.002
รายได้ครัวเรือนเฉลี่ย (บาท)/เดือน	.018	1	.018	.089	.766
การมีอาการไอ เมื่อเป็นหวัด	3.493	1	3.493	16.943	.000
ตัวแปรผันร่วม (Covariates)					
จำนวนสมาชิกครัวเรือน (คน)	.094	1	.094	.458	.499
ค่าปฏิกริยา 2 ทาง (2-Way Interactions)	34.481	44	.784	3.801	.000
การผันแปรที่อธิบายได้ (Model)	47.345	55	.861	4.176	.000
การผันแปรที่เหลือ (Residual)	217.705	1056	.206		
การผันแปรทั้งหมด (Total)	265.050	1111	.239		

ตาราง 10 การวิเคราะห์การจำแนกพหุเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อยาแก้ไอ/หวัดด้วยตนเอง หรือตามคำแนะนำของบุคลากรด้านการแพทย์

ตัวแปรและกลุ่มย่อย	จำนวน ตัวอย่าง N	ประมาณการค่าเฉลี่ย (Predicted Mean)			ค่าเบี่ยงเบน (Deviation)			
		ยังไม่ปรับ (Unadjusted)	ปรับตัวแปรอิสระ (Adjusted for Factors)	ปรับตัวแปรอิสระและ ตัวแปรร่วม (Adjusted for Factors and Covariates)	ยังไม่ปรับ (Unadjusted)	ปรับตัวแปรอิสระ (Adjusted for Factors)	ปรับตัวแปรอิสระและตัว แปรร่วม (Adjusted for Factors and Covariates)	
เพศ	.00	616	.3734	.3740	.3747	-.0187	-.0181	-.0174
	1.00	496	.4153	.4145	.4137	.0232	.0225	.0216
อายุ	.00	512	.4531	.4221	.4209	.0610	.0300	.0288
	1.00	600	.3400	.3665	.3675	-.0521	-.0256	-.0246
ระดับการศึกษา	.00	390	.3231	.3497	.3490	-.0690	-.0424	-.0431
	1.00	442	.4208	.4013	.4021	.0287	.0093	.0101
	2.00	280	.4429	.4365	.4363	.0508	.0444	.0442
สถานภาพสมรส	.00	754	.3554	.3689	.3692	-.0366	-.0232	-.0228
	1.00	358	.4693	.4409	.4402	.0772	.0488	.0481
การมีบุตรหลานที่มีอายุ 6-12 ปี อยู่ในครอบครัว	.00	476	.4076	.3948	.3978	.0155	.0027	.0057
	1.00	636	.3805	.3901	.3878	-.0116	-.0020	-.0043
เขตที่อยู่อาศัย	.00	524	.3473	.3466	.3449	-.0448	-.0455	-.0472
	1.00	588	.4320	.4327	.4342	.0399	.0406	.0421
อาชีพ	.00	312	.4103	.4714	.4698	.0182	.0793	.0777
	1.00	800	.3850	.3612	.3618	-.0071	-.0309	-.0303
รายได้ครัวเรือนเฉลี่ย (บาท) /เดือน	.00	606	.3795	.3962	.3975	-.0125	.0041	.0055
	1.00	506	.4071	.3872	.3855	.0150	-.0049	-.0065
การมีอาการไอเมื่อเป็นหวัด	.00	326	.4908	.4816	.4829	.0987	.0895	.0908
	1.00	786	.3511	.3550	.3544	-.0409	-.0371	-.0377

ตาราง 11 Factor Summary

ตัวแปร	Eta	Beta	
		ปรับตัวแปรอิสระ (Adjusted for Factors)	ปรับตัวแปรอิสระและตัวแปรผันร่วม (Adjusted for Factors and Covariates)
เพศ	.043	.041	.040
อายุ	.115	.057	.055
ระดับการศึกษา	.105	.070	.070
สถานภาพสมรส	.109	.069	.068
การมีบุตรหลานที่มีอายุ 6 – 12 ปี อยู่ในครอบครัว	.027	.005	.010
เขตที่อยู่อาศัย	.087	.088	.091
อาชีพ	.023	.101	.099
รายได้ครัวเรือนเฉลี่ย (บาท) /เดือน	.028	.009	.012
การมีอาคารไอเมือเป็นหวัด	.130	.118	.120

ตาราง 12 Model Goodness of Fit

	Factors		Factors and Covariates	
	R	R Squared	R	R Squared
สมการในการวิเคราะห์การจำแนกหมู่	.220	.048	.220	.049

ตาราง 14 ตัวแปรและค่าสถิติต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ซื้อยาแก้ไอ/หวัด

ตัวแปร	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 เพศ	.293	.127	5.340	1	.021	1.340
อายุ	-.015	.006	5.980	1	.014	.985
จำนวนปีที่ศึกษา	.003	.016	.045	1	.832	1.003
สถานภาพสมรส	.508	.157	10.497	1	.001	1.661
การมีบุตรหลานที่มีอายุ 6-12 ปี อยู่ในครอบครัว	-.061	.132	.213	1	.644	.941
เขตที่อยู่อาศัย	-.128	.138	.867	1	.352	.880
อาชีพ	-.188	.157	1.439	1	.230	.829
รายได้ครัวเรือนเฉลี่ย (บาท)/เดือน	.001	.001	1.002	1	.317	1.001
จำนวนสมาชิกครัวเรือน	-.020	.037	.298	1	.585	.980
ศาสนา	.390	.131	8.893	1	.003	1.477
การมีอาคารโฮมเมอเป็นหวัด	-.385	.141	7.489	1	.006	.681
ค่าคงที่ (Constant)	.307	.451	.462	1	.497	1.359

ตาราง 15 Classification Table

ค่าสังเกต (Observed)	ค่าคาดประมาณ (Predicted)		
	สถานที่เลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัด		Percentage Correct
	โรงพยาบาล	ร้านขายยา	
Step 0 สถานที่เลือกซื้อยาแก้ไอ/หวัด			
โรงพยาบาล คลินิก สถาบันทางการแพทย์	0	518	.0
ร้านขายยา	0	616	100.0
Overall Percentage			54.3

ตาราง 16 Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	1494.263	.059	.079

ตาราง 17 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปร ระหว่างกลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อยาแก้ไอ/หวัดแบบยาเม็ด แคปซูล และยาน้ำ

ตัวแปร/รูปแบบยาแก้ไอ/หวัด	กลุ่มยาเม็ด		กลุ่มแคปซูล		กลุ่มยาน้ำ		รวม	
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.
เพศ	.4569	.49847	.4375	.50000	.4275	.49562	.4485	.49756
อายุ	36.2872	12.90837	34.1875	11.27559	41.9130	14.55646	37.5696	13.48527
จำนวนปีที่ศึกษา	10.7441	4.84827	11.9688	3.63828	7.8551	5.16851	10.0940	5.04228
สถานภาพสมรส	.3655	.48189	.4688	.50297	.1667	.37335	.3219	.46741
การมีบุตรหลานที่มีอายุ 6-12 ปีอยู่ในครอบครัว	.5614	.49655	.3750	.48795	.6522	.47715	.5732	.49483
เขตที่อยู่อาศัย	.5953	.49115	.5938	.49501	.3333	.47226	.5298	.49933
อาชีพ	.7389	.43952	.8125	.39340	.6449	.47940	.7197	.44934
รายได้ครัวเรือนเฉลี่ย (บาท) / เดือน	18703.7859	9794.37841	17265.6250	8147.43545	15514.4928	9862.12856	17824.6835	9812.73729
จำนวนสมาชิกครัวเรือน (คน)	4.8982	1.76311	4.4375	2.10724	5.2101	1.96867	4.9494	1.84493
ศาสนา	.4935	.50028	.4688	.50297	.5507	.49832	.5063	.50019
การมีอาการไอเมื่อเป็นหวัด	.6606	.47382	.7188	.45316	.8333	.37335	.7071	.45532
สถานที่ซื้อยาแก้ไอและ/หรือแก้หวัดบ่อยที่สุด	.5248	.49971	.7500	.43644	.5217	.50043	.5371	.49885
วิธีการเลือกซื้อยาแก้ไอและ/หรือแก้หวัดในครั้งสุดท้าย	.4386	.49655	.4688	.50297	.2319	.42280	.3888	.48770

ตาราง 18 Eigenvalues

Function	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %	Canonical Correlation
1	.183	86.0	86.0	.394
2	.030	14.0	100.0	.170

ตาราง 19 Wilks' Lambda

Test of Function(s)	Wilks' Lambda	Chi-square	df	Sig.
1 through 2	.820	217.125	26	.000
2	.971	32.337	12	.001

ตาราง 20 ค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานของตัวแปรอิสระในการวิเคราะห์การจำแนก (Standardized Canonical Discriminant Function Coefficients)

ตัวแปร	Function	
	1	2
เพศ	.085	-.061
อายุ (ปี)	-.063	.031
จำนวนปีที่ศึกษา	.420	.277
สถานภาพสมรส	.393	.001
การมีบุตรหลานที่มีอายุ 6-12 ปี อยู่ในครอบครัว	-.116	-.461
เขตที่อยู่อาศัย	.422	-.145
อาชีพ	-.149	.245
รายได้ครัวเรือนเฉลี่ย (บาท)/เดือน	.070	-.413
จำนวนสมาชิกครัวเรือน (คน)	-.088	-.216
ศาสนา	-.115	-.041
การมีอาคารโอเมือเป็นวัด	-.241	.323
สถานที่ซื้อยาแก้ไอและ/หรือแก้หวัดบ่อยที่สุด	-.183	.695
วิธีการเลือกซื้อยาแก้ไอและ/หรือแก้หวัดในครั้งสุดท้าย	.378	-.189

ตาราง 21 Functions at Group Centroids

รูปแบบยาแก้ไอ/หวัด	Function	
	1	2
ยาเม็ด	.235	-.065
แคปซูล	.380	.680
ยาน้ำ	-.739	.024

ตาราง 22 Classification Results

รูปแบบยาแก้ไอ/หวัด			Predicted Group Membership			Total	
			ยาเม็ด	แคปซูล	ยาน้ำ		
Original	จำนวน	ยาเม็ด	312	240	214	766	
		แคปซูล	14	36	14	64	
		ยาน้ำ	52	48	176	276	
		Ungrouped cases	2	4	0	6	
	%	ยาเม็ด	40.7	31.3	27.9	100.0	
		แคปซูล	21.9	56.3	21.9	100.0	
		ยาน้ำ	18.8	17.4	63.8	100.0	
		Ungrouped cases	33.3	66.7	.0	100.0	
	Cross-validated	จำนวน	ยาเม็ด	302	244	220	766
			แคปซูล	22	28	14	64
ยาน้ำ			54	48	174	276	
%		ยาเม็ด	39.4	31.9	28.7	100.0	
		แคปซูล	34.4	43.8	21.9	100.0	
		ยาน้ำ	19.6	17.4	63.0	100.0	

47.4% of original grouped cases correctly classified.

45.6% of cross-validated grouped cases correctly classified.

ภาคผนวก ค.

แบบสอบถามสำหรับผู้บริโภคยาแก้ไข้/หวัด

ภาคผนวก ก.

แบบสอบถามสำหรับผู้บริโภคยาแก้ไอ/หัด

สวัสดิ์ค๊ะ/ครับ คิฉัน/กระผม เป็นพนักงานสัมภาษณ์โครงการวิจัย ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ซึ่งกำลังทำการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภค ในเรื่องของการเลือกซื้อยาแก้ไอและ/หรือแก้หัด” จึงใคร่ขอรบกวนเวลาของท่านสักครู่นะคะ/ครับ

คำถามเบื้องต้น :

1. งบประมาณขอทราบรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนต่อเดือนของครอบครัวท่าน

< 10,000 บาท เปิดการสัมภาษณ์และกล่าวขอบคุณ

> 10,000 บาท [สัมภาษณ์ต่อ]

ส่วนที่ 1 : พฤติกรรมและทัศนคติโดยทั่วไป

2. จากประสบการณ์ของท่าน ท่านจะทำสิ่งใดต่อไปนี้เมื่อท่านมีอาการไอและ/หรือเป็นไข้หัด

	ไม่เคย	นาน ๆ ครั้ง	บางครั้ง	บ่อยๆ	เป็นประจำ
ก. ซื้อยากินเองจากร้านขายยา	1	2	3	4	5
ข. พบแพทย์เพื่อให้วินิจฉัยและรักษา	1	2	3	4	5
ค. พยายามทานอาหารที่มีประโยชน์และใช้วิธีการรักษาดั้งเดิม โดยไม่ใช้ยาแผนปัจจุบัน	1	2	3	4	5
ง. ไม่ทำอะไรเลย แต่จะรอให้อาการดีขึ้นเอง	1	2	3	4	5
จ. อื่น ๆ ระบุ _____	1	2	3	4	5

ถ้าตอบว่าไม่เคยซื้อยากินเองหรือนาน ๆ ครั้ง ให้หยุดสัมภาษณ์

3. ท่านซื้อยาแก้ไอและ/หรือแก้ไข้หัดครั้งสุดท้ายเมื่อไหร่?

1. น้อยกว่า 1 เดือนที่ผ่านมา

2. 1-3 เดือนที่ผ่านมา

3. 3 – 6 เดือนที่ผ่านมา

4. 6 เดือน- 1 ปีที่ผ่านมา

5. มากกว่า 1 ปีที่ผ่านมา เปิดการสัมภาษณ์

6. ไม่เคยซื้อยาแก้ไอหรือแก้ไข้หัด เปิดการสัมภาษณ์

7. อื่น ๆ ระบุ _____

4. (ถ้าท่านซื้อยาทานเอง กรุณาตอบคำถามต่อไปนี้) กรุณาเรียงลำดับสถานที่ 3 แห่ง ที่คุณซื้อยาแก้อาไอและ/หรือแก้หวัดบ่อยที่สุด

- ก. ร้านขายยาทั่วไป
 ข. ร้านขายยาที่อยู่ในห้างสรรพสินค้า
 ค. ร้านขายยาที่มีหลายสาขา เช่น บุษบาศรี, วัตสัน
 ง. ซูเปอร์มาร์เก็ต
 จ. ร้านสะดวกซื้อ เช่น เซเว่น อีเลฟเว่น
 ฉ. ร้านขายของชำ
 ช. โรงพยาบาล, คลินิก หรือสถาบันต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับทางการแพทย์
 ซ. อื่น ๆ ระบุ _____

5. ครั้งสุดท้ายที่ท่านซื้อยาไอและ/หรือแก้หวัดนั้น ท่านเลือกซื้อด้วยวิธีการใด

1. ซื้อ โดยการตัดสินใจด้วยตนเอง
 2. ซื้อตามคำแนะนำของเภสัชกร
 3. ซื้อตามคำแนะนำของแพทย์
 4. อื่น ๆ ระบุ _____

6. ท่านซื้อยาแก้อาไอและ/หรือแก้หวัดครั้งล่าสุดนั้นเพื่อใครบ้าง (ตอบทุกข้อที่เกี่ยวข้อง)

1. ตนเอง
 2. คู่สมรส
 3. บิดา มารดา
 4. บุตร
 5. สมาชิกในครอบครัวท่านอื่นนอกเหนือจากข้อ 2-4
 6. ซื้อเก็บไว้เป็นยาสามัญประจำบ้าน (ข้ามไปข้อ 6)
 7. อื่น ๆ ระบุ _____

7. ท่านมีอาการอย่างไรบ้างในครั้งนั้น (ตอบทุกข้อที่มีอาการ)

1. ไข้
 2. ไอ
 3. ปวดศีรษะ
 4. มีเสมหะ
 5. เจ็บคอ
 6. รู้สึกลมหนาว เพราะมีไข้
 7. ปวดข้อ ปวดกล้ามเนื้อ
 8. มีอาการท้องเสีย
 9. น้ำมูก
 10. รู้สึกคลื่นเหียน
 11. จาม
 12. ไม่มีอาการใด ๆ เลย
 13. คัดจมูก
 14. อื่น ๆ _____

8. ท่านซื้อยาแก้ไอและ/หรือแก้หวัดครั้งล่าสุดจากที่ใด

1. <input type="radio"/> ร้านขายยาทั่วไป	2. <input type="radio"/> ร้านขายยาในห้างสรรพสินค้า
3. <input type="radio"/> ร้านขายยาที่มีหลายสาขา เช่น บูทส์ วัตสัน	4. <input type="radio"/> ซูเปอร์มาร์เก็ต
5. <input type="radio"/> ร้านสะดวกซื้อ เช่น เซเว่น อีเลฟเว่น	6. <input type="radio"/> ร้านขายของชำ
7. <input type="radio"/> สั่งซื้อทางไปรษณีย์	8. <input type="radio"/> ซื้อกับพนักงานขายตรงที่ขายถึงบ้านท่าน
9. <input type="radio"/> โรงพยาบาล, คลินิก หรือสถาบันต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับทางการแพทย์	10. <input type="radio"/> อื่น ๆ ระบุ _____

9. ยาแก้ไอและ/หรือแก้หวัดที่ท่านซื้อครั้งล่าสุดนั้น เป็นประเภทใด

1. ยาชุด 2. เป็นยาที่มีขี้หื้อ 3. ทั้งสองประเภท (เป็นยาชุดที่มีขี้หื้อ) 4. อื่น ๆ (ระบุ) _____

10. กรุณาระบุรายละเอียดเกี่ยวกับ ยาแก้ไอหรือแก้หวัด ที่ท่านซื้อครั้งล่าสุด ดังต่อไปนี้

ยี่ห้อ	รูปแบบของยา	ปริมาณ / หน่วย (เม็ด/แผง)	ปริมาณที่ซื้อ (แผง/ครั้ง)	ราคา / หน่วย	ปริมาณที่ท่านต่อครั้ง	ปริมาณที่ท่านต่อวัน	ระยะเวลาในการรักษาจนหายจากอาการ (วัน)
<input type="checkbox"/> ทิฟฟี่	<input type="checkbox"/> ยาเม็ด						
<input type="checkbox"/> ดิคอลเจน	<input type="checkbox"/> ยาน้ำ						
<input type="checkbox"/> นูดา	<input type="checkbox"/> ขาอม (เม็ดเหลี่ยม)						
<input type="checkbox"/> อื่น ๆ _____	<input type="checkbox"/> ขาอม (เม็ดกลม)						
	<input type="checkbox"/> พ่นผ่านจมูก						
	<input type="checkbox"/> แบบหยด						
	<input type="checkbox"/> อื่น ๆ _____						
<input type="checkbox"/> ทิฟฟี่	<input type="checkbox"/> ยาเม็ด						
<input type="checkbox"/> ดิคอลเจน	<input type="checkbox"/> ยาน้ำ						
<input type="checkbox"/> นูดา	<input type="checkbox"/> ขาอม (เม็ดเหลี่ยม)						
<input type="checkbox"/> อื่น ๆ _____	<input type="checkbox"/> ขาอม (เม็ดกลม)						
	<input type="checkbox"/> พ่นผ่านจมูก						
	<input type="checkbox"/> แบบหยด						
	<input type="checkbox"/> อื่น ๆ _____						
<input type="checkbox"/> ทิฟฟี่	<input type="checkbox"/> ยาเม็ด						
<input type="checkbox"/> ดิคอลเจน	<input type="checkbox"/> ยาน้ำ						
<input type="checkbox"/> นูดา	<input type="checkbox"/> ขาอม (เม็ดเหลี่ยม)						
<input type="checkbox"/> อื่น ๆ _____	<input type="checkbox"/> ขาอม (เม็ดกลม)						
	<input type="checkbox"/> พ่นผ่านจมูก						
	<input type="checkbox"/> แบบหยด						
	<input type="checkbox"/> อื่น ๆ _____						

14. ถ้าพอใจ กรุณาระบุ 3 เหตุผลหลักที่ท่านพอใจ (โดยที่ 1 = พอใจอันดับ 1, 2 = พอใจอันดับ 2, 3 = พอใจอันดับ 3)

เหตุผล	ยี่ห้อ _____	ยี่ห้อ _____	ยี่ห้อ _____
1. ราคาไม่แพง			
2. ใช้ได้ผลดี			
3. รับประทานง่าย			
4. มีแพคเกจหรือขนาดบรรจุที่เล็ก			
5. ไม่มีผลข้างเคียง			
6. พกพาสะดวก			
7. ได้ผลหลายอย่างในยาตัวเดียว			
8. มีช่องแถม			
9. ไม่จำเป็นต้องรับประทานบ่อย ๆ			
10. หาซื้อได้ง่าย			
11. อื่น ๆ ระบุ _____			

15. กรุณาระบุ ปัจจัยที่สำคัญที่สุด 5 ปัจจัย ที่มีส่วนให้ท่านตัดสินใจเลือกชื่อยาแก้หวัดนั้น (ทวนคำตอบจากข้อ 10)

โดย 1 = สำคัญมากที่สุด และ 5 = สำคัญน้อยที่สุด

ปัจจัย	ยี่ห้อ _____	ยี่ห้อ _____	ยี่ห้อ _____
1. ชื่อเสียงของยี่ห้อยา			
2. ชื่อเสียงของบริษัทผู้ผลิต			
3. ราคา			
4. แพทย์แนะนำ			
5. เกสเซอร์แนะนำ			
6. เพื่อนหรือญาติแนะนำ			
7. เคยมีประสบการณ์ใช้ยาตัวนี้มาก่อน			
8. มีแพคเกจขนาดเล็กซึ่งสะดวกสำหรับลูกค้า เช่น บรรจุเพียงหนึ่งหรือไม่กี่เม็ด			
9. เป็นยาที่รับประทานได้ง่าย			
10. เป็นยาที่หาซื้อได้ง่าย (มีจำหน่ายทั่วไป)			
11. เห็นจากโฆษณา (กรุณาระบุสื่อ เช่น โทรทัศน์ วิทยุฯ (_____))			
12. เป็นยาที่รับประทานได้ทั้งเด็กและผู้ใหญ่			
13. อื่น ๆ ระบุ _____			

16. ในวันข้างหน้าท่านจะทำอย่างไร ถ้าท่าน (หรือสมาชิกในครอบครัว) มีอาการไอและ/หรือมีไข้หวัด (ระบุเพียงคำตอบเดียว)

1. ซื้อยาซื้อหือเดิม โดยการตัดสินใจเอง
2. ซื้อยาที่ให้ผลใกล้เคียงกันแต่เปลี่ยนยี่ห้อหรือบริษัทผู้ผลิต โดยการตัดสินใจเอง
3. ซื้อยาโดยปรึกษาเภสัชกร
4. ไม่ต้องการซื้อยาจากร้านขายยา แต่ต้องการไปพบแพทย์หรือซื้อยาตามแพทย์สั่ง
5. อื่น ๆ ระบุ _____

17. ท่านมีเด็ก (บุตร หลาน) ที่อายุ 6 – 12 ปีอยู่ในครอบครัวหรือไม่

1. มี (ถามต่อ)
2. ไม่มี (ข้ามไปข้อ 19)

18. ท่านทำอย่างไรเมื่อบุตรหลานที่อายุ 6-12 ปีในครอบครัวของท่าน มีอาการไอและ/หรือเป็นไข้หวัด

1. ซื้อยาให้ โดยการตัดสินใจเลือกเอง
2. ซื้อยา โดยปรึกษาเภสัชกร
3. พาไปพบแพทย์
4. อื่น ๆ ระบุ _____

19. กรุณาระบุรูปแบบหรือลักษณะของยาแก้ไอและ/หรือยาแก้หวัดที่ท่านชอบมากที่สุด

รูปแบบ (เลือกเพียงข้อเดียว)	ลักษณะบรรจุภัณฑ์ (เลือกเพียงข้อเดียว)
1. <input type="radio"/> ยามีด	<ol style="list-style-type: none"> 1. <input type="radio"/> แผงคู่ (2x4) 2. <input type="radio"/> แผงเดี่ยว (1x4) 3. <input type="radio"/> อื่น ๆ ระบุ _____
2. <input type="radio"/> แคปซูล	<ol style="list-style-type: none"> 1. <input type="radio"/> แผงคู่ (2x4) 2. <input type="radio"/> แผงเดี่ยว (1x4) 3. <input type="radio"/> อื่น ๆ ระบุ _____
3. <input type="radio"/> ยาน้ำ	<ol style="list-style-type: none"> 1. <input type="radio"/> ขวดทรงกลม 2. <input type="radio"/> ขวดทรงเหลี่ยม 3. <input type="radio"/> อื่น ๆ ระบุ _____

20. ท่านหรือสมาชิกในครอบครัว เคยนำยาแก้ไอ (อาจนำมาผสมกับเครื่องดื่มประเภทน้ำอัดลม) มาดื่มเพื่อความสนุกสนานบ้างหรือไม่ 1. ไม่เคย (ข้ามถามข้อ 24) 2. เคย

21. ในรอบระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมา ท่านหรือสมาชิกในครอบครัว ซื้อยาแก้ไอ (อาจนำมาผสมกับเครื่องดื่มประเภทน้ำอัดลม) มาดื่มเพื่อความสนุกสนาน เฉลี่ยเดือนละกี่ครั้งครั้ง และใช้จ่ายเงินซื้อเฉลี่ย บาท/เดือน

22. ในครอบครัวของท่านมีผู้ขายแก๊อ (อาจนำมาผสมกับเครื่องดีมีประเภทน้ำอัดลม) มาดื่มเพื่อความสุขสนาน
จำนวนกี่คน
23. ท่านหรือสมาชิกในครอบครัว ดื่มน้ำอัดลม (อาจนำมาผสมกับเครื่องดีมีประเภทน้ำอัดลม) เพื่อความสุขสนาน
มาเป็นระยะเวลาานเท่าไรแล้ว
คนที่ 1 เป็นระยะเวลาาน ปีเดือน เริ่มดื่มเป็นประจำเมื่อมีอายุ ปี
คนที่ 2 เป็นระยะเวลาาน ปีเดือน เริ่มดื่มเป็นประจำเมื่อมีอายุ ปี
คนที่ 3 เป็นระยะเวลาาน ปีเดือน เริ่มดื่มเป็นประจำเมื่อมีอายุ ปี
24. เพื่อนบ้านของท่านมีสมาชิกในครอบครัว ซื้อยาแก๊อ (อาจนำมาผสมกับเครื่องดีมีประเภทน้ำอัดลม) มาดื่มเพื่อ
ความสุขสนานหรือไม่ 1. ไม่มี 2. มี

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้สัมภาษณ์

1. นับถือศาสนา 1. พุทธ 2. อิสลาม
2. เพศ (ไม่ต้องถาม) 1. ชาย 2. หญิง
3. อายุ (ระบุ) _____ ปี
4. ระดับการศึกษาสูงสุดของท่าน (ระบุ) _____
5. สถานภาพ
1. โสด (ข้ามไปถามข้อ 7) 2. แต่งงาน 3. หย่า
4. หม้าย 5. แยกกันอยู่
6. ท่านมีบุตรหรือไม่
1. มี (ระบุ) _____ คน 2. ไม่มี 3. ไม่เข้าข่าย (เป็นโสด)
7. จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่พักอาศัยอยู่ในบ้านเดียวกัน : _____ คน
8. ท่านมีสมาชิกภายในบ้านอายุ 13-19 หรือไม่
1. มี _____ คน 2. ไม่มี
9. อาชีพปัจจุบัน
1. ทำกิจการส่วนตัว 2. ข้าราชการ
3. พนักงานรัฐวิสาหกิจ 4. ลูกจ้างบริษัทเอกชน
5. เกษตรกร 6. ประมง
7. รับจ้างใช้แรงงาน 8. เกษียณอายุ
9. นักศึกษา 10. อยู่ระหว่างหางานทำ
11. อื่น ๆ ระบุ _____
10. รายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือน (ระบุ) _____ บาท/เดือน

11. งานอดิเรก (กรุณาเรียงลำดับงานอดิเรกที่ชอบมากที่สุด เรียงตามลำดับ 3 อันดับแรก)

- | | | | |
|---|--------------|---|--------------|
| 1. <input type="radio"/> อ่านหนังสือ | อันดับ | 2. <input type="radio"/> ดูโทรทัศน์ | อันดับ |
| 3. <input type="radio"/> เล่นกีฬา | อันดับ | 4. <input type="radio"/> ฟังเพลง | อันดับ |
| 5. <input type="radio"/> ปลูกต้นไม้ | อันดับ | 6. <input type="radio"/> เล่นอินเทอร์เน็ต | อันดับ |
| 7. <input type="radio"/> ทำอาหาร | อันดับ | 8. <input type="radio"/> ดูภาพยนตร์ | อันดับ |
| 9. <input type="radio"/> ท่องเที่ยว | อันดับ | 10. <input type="radio"/> ซ้อมปิ้ง | อันดับ |
| 11. <input type="radio"/> อื่น ๆ ระบุ _____ | อันดับ | | |

10. โดยปกติท่านชอบดูโทรทัศน์ช่องใดมากที่สุด (ตอบเพียง 1 ช่อง)

- | | |
|----------------------------------|--|
| 1. <input type="radio"/> ช่อง 3 | 2. <input type="radio"/> ช่อง 5 |
| 3. <input type="radio"/> ช่อง 7 | 4. <input type="radio"/> ช่อง 9 |
| 5. <input type="radio"/> ช่อง 11 | 6. <input type="radio"/> ไอทีวี |
| 7. <input type="radio"/> ยูบีซี | 8. <input type="radio"/> อื่น ๆ ระบุ _____ |

13. ช่วงเวลาใดที่ท่านจะดูโทรทัศน์เป็นประจำมากที่สุด (ตอบเพียง 1 ช่อง)

- | | |
|---|---|
| 1. <input type="radio"/> ก่อน 8.00 น. | 2. <input type="radio"/> 8.00-12.00 น. |
| 3. <input type="radio"/> 12.00-16.00 น. | 4. <input type="radio"/> 16.00-18.00 น. |
| 5. <input type="radio"/> 18.00-20.00 น. | 6. <input type="radio"/> 20.00-22.00 น. |
| 7. <input type="radio"/> 22.00-24.00 น. | 8. <input type="radio"/> หลัง 24.00 น. |

14. โดยปกติท่านชอบอ่านหนังสือหรือนิตยสารประเภทใดมากที่สุด (ตอบเพียง 1 ข้อ)

- | | |
|---|--|
| 1. <input type="radio"/> หนังสือพิมพ์รายวัน | 2. <input type="radio"/> หนังสือพิมพ์ธุรกิจ |
| 3. <input type="radio"/> นิตยสารสำหรับผู้หญิง | 4. <input type="radio"/> นิตยสารสำหรับผู้ชาย |
| 5. <input type="radio"/> อื่น ๆ ระบุ _____ | |

ที่อยู่ผู้ให้สัมภาษณ์ บ้านเลขที่ _____ ถนน _____ หมู่ที่ _____
ตำบล _____ อำเภอ _____ จังหวัด _____

เขตที่ตั้งบ้านเรือน 1. ในเขตเทศบาล/สุขาภิบาล 2. นอกเขตเทศบาล/สุขาภิบาล

ชื่อ-นามสกุล ผู้สัมภาษณ์ _____

วัน/เดือน/ปี ที่สัมภาษณ์ _____ พ.ศ.2549

ภาคผนวก ง.

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโคเคอิน

ภาคผนวก ง.

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโคเดอิน

- โคเดอินเป็นสารประกอบจำพวกอัลคาลอยด์ (Alkaloid) ที่มีอยู่ในฝิ่น (Opium) ประมาณร้อยละ 0.7-2.5 โดยน้ำหนัก ซึ่งเป็นปริมาณที่น้อยมากจนไม่สามารถผลิตเพื่อใช้ในเชิงพาณิชย์ได้ โคเดอินส่วนใหญ่ที่ใช้ในทางการแพทย์เป็น โคเดอินที่สังเคราะห์มาจากมอร์ฟีน (Morphine) เนื่องจากมีสูตรโครงสร้างโมเลกุลต่างกันเพียงเล็กน้อย โคเดอินจึงมีคุณสมบัติทางเภสัชวิทยาคล้ายกับกับมอร์ฟีน โคเดอินออกฤทธิ์ที่ระบบประสาทส่วนกลาง มีฤทธิ์แก้ปวดและระงับอาการไอ โดยออกฤทธิ์ที่ก้านสมองซึ่งทำหน้าที่ควบคุมการไอ
- เนื่องจากโคเดอินจัดเป็นยาเสพติดให้โทษเช่นเดียวกับฝิ่น ดังนั้น การใช้ยาแก้ไอที่มีโคเดอินเป็นส่วนผสมติดต่อกันเป็นเวลานาน จะทำให้เกิดการติดยา ต้องใช้ขนาดของยาสูงขึ้นเรื่อยๆ และจะทำให้เกิดภาวะติดยาได้
- โคเดอินจัดเป็นยาเสพติดให้โทษในประเภท 2 ตามพระราชบัญญัติยาเสพติดให้โทษ พ.ศ. 2522 เนื่องจากออกฤทธิ์ที่ระบบประสาทส่วนกลาง ทำให้บรรเทาอาการปวดหรือระงับอาการไอได้ จึงมีการนำมาใช้ในทางการแพทย์ โดยใช้เป็นส่วนผสมในยาแก้ไอ ในรูปแบบทางเภสัชภัณฑ์ต่างๆ เช่น ยาแก้ไอชนิดเม็ด ชนิดแคปซูล และชนิดน้ำ

ประเภทของยาแก้ไอ

- กลไกการออกฤทธิ์ของสารที่มีฤทธิ์ระงับหรือบรรเทาอาการไอนั้น แตกต่างกันไปตามคุณสมบัติของสารแต่ละชนิด เช่น ออกฤทธิ์ระงับหรือบรรเทาอาการไอโดยกดศูนย์ควบคุมการไอที่สมองส่วน Medulla หรือส่วนอื่นของสมองที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการไอออกฤทธิ์ระงับ หรือบรรเทาอาการไอที่ประสาทส่วนปลายบริเวณอวัยวะที่มีการตอบสนองทำให้เกิดอาการไอ หรือออกฤทธิ์โดยการกำจัดสิ่งทำให้เกิดอาการไอ คือ เสมหะ สำหรับยาแก้ไอที่ออกฤทธิ์กดศูนย์อาการไอ นั้น มีทั้งชนิดที่มียาเสพติดเสพติดและไม่มียาเสพติดเป็นส่วนผสม
- ยาแก้ไอที่มียาเสพติดเป็นส่วนผสมซึ่งมีฤทธิ์ทำให้เกิดการเสพติด สารออกฤทธิ์ที่เป็นส่วนประกอบสำคัญ ได้แก่ โคเดอิน(Codeine) และฝิ่นยา(Tincture Opium) เป็นต้น สำหรับชนิดของยาแก้ไอที่กลุ่มวัยรุ่นนิยมนำไปใช้ดื่มเพื่อความสนุกสนาน เป็นปัญหาในปัจจุบัน คือ ยาแก้ไอที่มี โคเดอินเป็นส่วนผสม

ผลข้างเคียงของยา

- ภาวะเป็นพิษเฉียบพลัน โคลเดอินอาจทำให้เกิดการชัก เพื่อคลั่ง ซึ่พจรเต้นช้า หัวใจเต้นเร็ว ไม่รู้สึกตัว กล้ามเนื้ออ่อนแรง ระบบการหมุนเวียนภายในร่างกายล้มเหลว ระบบการหายใจเป็นอัมพาต ภาวะหยุดการหายใจและตายได้

ปัญหาการใช้ยาในทางที่ผิด

- จากการใช้โคเดอินมีฤทธิ์กดระบบประสาทส่วนกลาง อาการไม่พึงประสงค์อย่างหนึ่งที่เกิดขึ้นคือ การมึนงง ถ้าใช้ยาในขนาดสูงจะทำให้มีอาการเคลิบเคลิ้ม (EUPHORIA) ด้วยเหตุนี้จึงพบว่ามีการนำยาน้ำแก้ไอที่มีโคเดอินเป็นส่วนผสมไปใช้ในทางที่ผิด

การระบาคในลักษณะนี้พบมากที่จังหวัดต่างๆ บริเวณชายแดนของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางภาคใต้ แหล่งจำหน่ายยาส่วนใหญ่จะเป็นร้านขายเครื่องดื่ม กลุ่มที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่น โดยนิยมนำยาแก้ไอผสมกับเครื่องดื่มประเภทน้ำอัดลมแล้วดื่มเพื่อความสนุกสนานคล้ายกับการดื่มเหล้า แหล่งจำหน่ายยาเพื่อบริการลูกค้า ส่วนใหญ่มีการลักลอบจำหน่ายเพื่อบริการให้แก่ลูกค้า ปัจจุบันพบว่าแนวโน้มของยาแก้ไอที่มีโคเดอินเป็นส่วนผสมเริ่มขยายไปสู่จังหวัดตามภาคต่างๆ ของประเทศ

ที่มา : <http://www.fda.moph.go.th/fda-net/html/product/other/kbs3/codeine46.htm> 20/11/2546