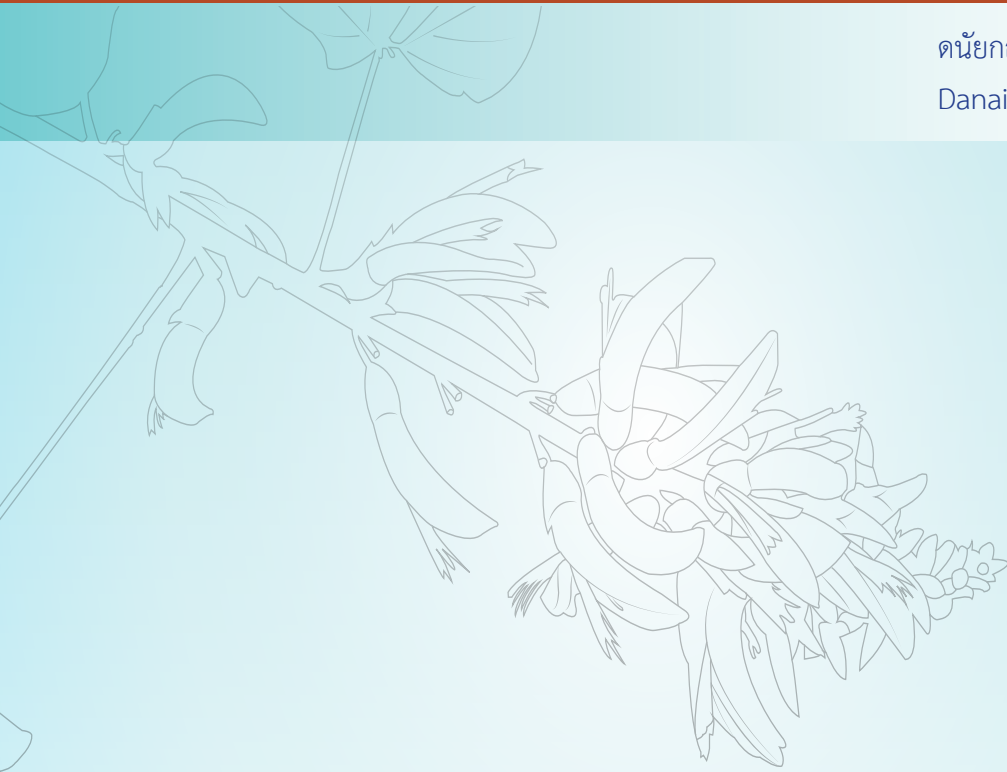


พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อการซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นเมื่อเกิดสถานการณ์
โรคระบาด กรณีศึกษา การระบาดของไวรัสโควิด-19 ในจังหวัดเชียงใหม่
Consumer Behavior towards Primary Medical Supplies in the
Ppandemic. Case Studies of the Covid-19 Virus Pandemic in
Chiang Mai

दनัยกฤต อินทุทธี^{1*}
Danaikrit Inthurit^{1*}



¹ อ.ดร., สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
วิทยาเขตจักรพงษ์ภูวนารถ กรุงเทพฯ 10400

¹ Lecturer, Dr., Economic Department, Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala
University of Technology Tawan-Ok : Chakrabongse Bhuvanarth Campus, Bangkok, 10400, Thailand

* Corresponding author: E-mail: offdanaikrit@gmail.com

(Received: March 12, 2020; Revised: August 23, 2020; Accepted: August 25, 2020)

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นเมื่อเกิดสถานการณ์โรคระบาด ศึกษาจากสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19 หรือไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ โดยเลือกพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่เป็นพื้นที่ศึกษา เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะ นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาเที่ยวเป็นจำนวนมาก งานวิจัยนี้จะพิจารณาพฤติกรรมการซื้อเวชภัณฑ์ผ่านการวิเคราะห์เส้นทางปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นเมื่อเกิดสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19 ด้วยการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามกับประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า อุปสงค์ต่อเวชภัณฑ์เบื้องต้นเป็นทั้งปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อการตัดสินใจซื้อเวชภัณฑ์ในช่วงการเกิดโรคระบาดมากที่สุดโดยมีค่าสัมประสิทธิ์ 0.364 ในทางตรง และ 0.381 ในทางอ้อม ขณะที่ ปัจจัยการแสวงหาข้อมูลและการประเมินทางเลือกที่มีค่าสัมประสิทธิ์ 0.362 เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงที่รองลงมา งานวิจัยนี้มีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายให้หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนต้องสำรองเวชภัณฑ์เบื้องต้นในปริมาณที่มากเพื่อตอบสนองต่อความต้องการการครอบครองเวชภัณฑ์ของประชาชนในช่วงที่เกิดโรคระบาด

คำสำคัญ : พฤติกรรมผู้บริโภค โรคระบาด โควิด-19 การวิเคราะห์เส้นทาง ปัจจัยที่มีอิทธิพล

Abstract

This research article aimed to study consumer behavior towards primary medical supplies in the event of pandemic by taking the situation pandemic of the Covid-19 virus or 2019-new corona virus by choosing Chiang Mai province as the study area because Chiang Mai is a tourist city that has many tourists, especially Chinese tourists traveling a lot. This research considered consumer behavior through path analysis factors influencing the purchase of primary medical supplies in the pandemic of the Covid-19 virus by collecting data from a questionnaire with 400 people in Chiang Mai The results showed that demand for primary medical supplies was both a direct and indirect effect on pharmaceutical purchasing decisions during the pandemic, with a direct coefficient of 0.364 and 0.381 indirectly. While the searching and evaluating information factor was the second direct effect with coefficient 0.362. This research suggested that government and private agencies should reserve large quantities of primary medical supplies for response to the demand for medical supplies of people during the pandemic.

Keywords: Consumer Behavior, Pandemic, COVID-19, Path Analysis, Influence Factors

บทนำ

ปัจจุบันสถานการณ์การระบาดของของไวรัสโควิด-19 หรือไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ ที่เกิดขึ้นทั่วโลก ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม และวงการแพทย์ในระดับโลก โดยการระบาดของไวรัสโควิด-19 เนื่องจากเมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2563 องค์การอนามัยโลก (World Health Organization) หรือ WHO ได้ประกาศให้ยกระดับการเตือนภัยของไวรัสโควิด-19 จากเดิมที่อยู่ในระดับสูงมาเป็นระดับที่สูงมาก ต่อการแพร่ระบาดและเสี่ยงการติดเชื้อไปทั่วโลก เนื่องจากหลายประเทศทั่วโลกในขณะนี้กำลังเผชิญหน้ากับปัญหาในการจัดการกับการระบาดของเชื้อไวรัสดังกล่าว [1] โดยการระบาดที่เกิดขึ้นประเทศจีนที่นับว่าเป็นประเทศแรกที่เกิดการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 และประเทศจีนเป็นประเทศที่ได้รับผลกระทบจากการระบาดมากที่สุด เนื่องจากเป็นประเทศที่มีประชากรติดเชื้อและเสียชีวิตไวรัสโควิด-19 มากอันดับต้น ๆ ของโลก [2] โดยขณะที่ประเทศไทยก็ได้รับผลกระทบจากการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เพราะเริ่มมีจำนวนผู้ติดเชื้อเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ และสถานการณ์ยังต้องเฝ้าระวังอย่างใกล้ชิด โดยเมื่อวันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2563 เว็บไซต์ราชกิจจานุเบกษา ได้ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่องชื่อและอาการสำคัญของโรคติดต่ออันตราย (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2563 มีเนื้อความว่า ที่เป็นการสมควรให้มีการประกาศให้โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโรคโควิด 19 (Coronavirus Disease 2019 (COVID)) เป็นโรคติดต่ออันตรายตามพระราชบัญญัติโรคติดต่อ พ.ศ.2558 [3] จากประกาศดังกล่าวสะท้อนภาพให้เห็นว่า สถานการณ์ในประเทศไทยเกี่ยวกับการระบาดของของไวรัสโควิด-19 รุนแรงขึ้น นอกจากนั้น การระบาดของของไวรัสโควิด-19 ได้ส่งผลให้พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก เพราะประชาชนมีความต้องการเวชภัณฑ์เบื้องต้น เช่น หน้ากากอนามัย แอลกอฮอล์ เจลล้างมือ เป็นต้น ในระดับที่สูงมากและสินค้าเริ่มขาดแคลน จนทำให้เมื่อวันที่ 6 มี.ค. 2563 เว็บไซต์ราชกิจจานุเบกษา ได้เผยแพร่ ประกาศคณะกรรมการกลางว่าด้วยราคาสินค้าและบริการ ฉบับที่ 9, ฉบับที่ 10 และฉบับที่ 11 เกี่ยวกับเรื่องหน้ากากอนามัยและผลิตภัณฑ์ที่มีแอลกอฮอล์เป็นส่วนประกอบใช้ล้างมือ [4] จากประกาศดังกล่าวสะท้อนภาพความต้องการในการซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอย่างมาก

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อการซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นเมื่อเกิดสถานการณ์โรคระบาดโดยใช้กรณีศึกษาจากสถานการณ์การระบาดของของไวรัสโควิด-19 ในปัจจุบัน ตัวแปรตาม เป็นการตัดสินใจซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้น ผ่านการเก็บข้อมูลแบบมาตรวัดเจตคติแบบไลเคิร์ต หาค่าเฉลี่ยนำมาแปรผล และศึกษาผ่านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นเมื่อเกิดสถานการณ์โรคระบาด โดยมีจังหวัดเชียงใหม่เป็นพื้นที่เป้าหมาย เนื่องจากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเป็นอันดับ 2 ของประเทศ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมมาท่องเที่ยวเป็นอันดับ 2 ของประเทศ [5] งานวิจัยนี้จะให้ข้อมูลที่เป็ประโยชน์แก่หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และสาธารณสุข ที่จะนำไปปรับใช้เพื่อเป็นนโยบาย แนวทาง การปฏิบัติตัวเพื่อเตรียมรับมือหากเกิดเหตุการณ์โรคระบาดใด ๆ เกิดขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อการซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นเมื่อเกิดสถานการณ์โรคระบาด

ระเบียบวิธีวิจัย

พื้นที่เป้าหมาย

กลุ่มตัวอย่างเป็นแบบเจาะจง (Purposive Sampling) แล้วนำมาจำแนกในการสุ่มด้วยสูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่างของยามาเน่เพื่อแบ่งสัดส่วน ซึ่งพื้นที่ศึกษาอยู่ใน 5 อำเภอ ของจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ อำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งเป็นศูนย์กลางด้านเศรษฐกิจของจังหวัด อำเภอสันทราย อำเภอแมริ่ม อำเภอดอยสะเก็ด และ อำเภอสันกำแพง ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีการขยายตัวด้านเศรษฐกิจจาก อ.เมืองเชียงใหม่

ทั้งนี้อำเภอทั้งห้าที่ผู้วิจัยเลือกมาเป็นพื้นที่วิจัยเป็นพื้นที่ที่มีการขยายตัวด้านเศรษฐกิจจากอำเภอเมืองเชียงใหม่ ซึ่งหมายถึง มีการกระจุกตัวของผู้คนที่ยากขึ้นโดยพิจารณาจากการขยายตัวของจำนวนบ้านที่ 5 อำเภอดังกล่าวมีร้อยละการขยายตัวสูงสุด [6] การขยายตัวของจำนวนบ้านที่เกิดขึ้นย่อมส่งผลให้ธุรกิจทั้ง 5 อำเภอ เติบโต รวมไปถึงธุรกิจบริการและธุรกิจท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร สถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งการเติบโตดังกล่าวจะดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะ นักท่องเที่ยวชาวจีน (ซึ่งเป็นที่ทราบกันดีว่าไวรัสโควิด-19 เริ่มแพร่ระบาดที่ประเทศจีน และช่วงเวลาก่อนที่จะใช้ พรก. ฉุกเฉิน ประเทศไทยยังคงเปิดรับนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวก็ยังคงเดินทางเข้ามาในประเทศไทยอย่างต่อเนื่องในช่วงเวลาดังกล่าว) จำนวนตัวอย่างที่ให้มีทั้งสิ้น 400 ตัวอย่างผ่านการคำนวณกลุ่มตัวอย่างของยามาเน่เพื่อแบ่งสัดส่วนโดยพิจารณาจากจำนวนประชากรในแต่ละพื้นที่

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรในจังหวัดเชียงใหม่ ตามระบบสถิติทางการทะเบียนกรมการปกครอง ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 1,523,978 คน [7] สาเหตุที่เลือกประชากรกลุ่มนี้ เนื่องจากงานวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค จึงมุ่งเน้นที่ผู้มีรายได้จากทางใดทางหนึ่ง ซึ่งช่วงอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไปเป็นช่วงอายุที่มีความสามารถหารายได้จากทางใดทางหนึ่ง

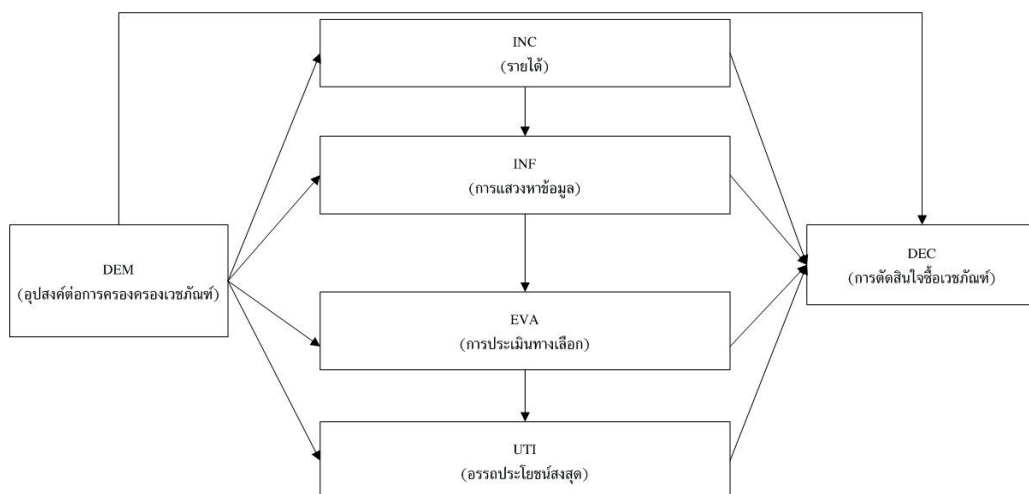
ผู้วิจัยอาศัยข้อมูลที่มีการจำแนกอำเภอในจังหวัดเชียงใหม่จาก 5 อำเภอที่นำเสนอไปแล้วในหัวข้อที่ 3.1 โดยผลกำหนดกลุ่มตัวอย่างการวิจัยใช้การคำนวณของยามาเน่ [8] กำหนดค่าความคาดเคลื่อนไว้ที่ร้อยละ 5 ซึ่งผลการคำนวณเท่ากับ 399.98 คน ปิดเศษให้สะดวกแก่การรวบรวมข้อมูลจึงรวมทั้งสิ้นจำนวน 400 คน จากนั้นคำนวณสัดส่วนตามอำเภอพื้นที่ที่ได้คัดเลือกไว้ ซึ่งผลการคำนวณ ได้แก่ อำเภอเมืองเชียงใหม่ 114 คน อำเภอดอยสะเก็ด 72 คน อำเภอแมริ่ม 77 คน อำเภอสันทราย 71 คน และอำเภอสันกำแพง 66 คน

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้แบบการสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ระดับพฤติกรรมในการซื้อเวชภัณฑ์เมื่อเกิดโรคระบาด และ ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นเมื่อเกิดสถานการณ์โรคระบาด ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทดสอบความเที่ยงของแบบสอบถามผ่านการทดสอบข้อคำถามก่อนวิจัย (Pre-Test) กับผู้บริโภคจังหวัดลำพูน จำนวน 40 คน โดยใช้วิธีการวัดความสอดคล้องภายในแบบ Cronbach's Alpha ข้อคำถามที่มีค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไปซึ่งถือว่ามีความเชื่อถือค่อนข้างสูง [9] จากการทดสอบได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.811 ซึ่งถือว่าเชื่อถือได้ จึงนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ในส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และส่วนที่ 2 คือ ระดับพฤติกรรมในการซื้อเวชภัณฑ์เมื่อเกิดโรคระบาด ซึ่งสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ขณะที่ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นเมื่อเกิดสถานการณ์โรคระบาด เป็นข้อคำถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ แบบไลเคิร์ต (Likert Scale) แล้วนำผลรวมและหาค่าเฉลี่ย เมื่อได้ข้อมูลจากทั้ง 3 ส่วนแล้วนั้น ขั้นตอนต่อไป จะวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ใช้สมการการวิเคราะห์ถดถอย การวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบเส้นทางสัมพันธ์ ซึ่งเป็นเทคนิคการวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัว [9] โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปวิเคราะห์ทางสถิติ AMOS ซึ่งมีรูปแบบของสมการ ลักษณะของเส้นทาง ตัวย่อและความหมาย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แบบจำลองการวิเคราะห์เส้นทางปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้น

แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการสกัดตัวแปร

ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Theory) ในทางเศรษฐศาสตร์นั้น หลักการบริโภค หมายถึง การตัดสินใจเลือกกลุ่มสินค้าหรือบริการที่ดีที่สุด เพื่อให้ได้รับความพึงพอใจหรืออรรถประโยชน์ (Utility) สูงสุด ดังนั้น ความพึงพอใจหรืออรรถประโยชน์สูงสุดของผู้บริโภคจึงถูกจำกัดโดยอำนาจซื้อ (เงิน) และขึ้นอยู่กับรสนิยม (Preferences) ของผู้บริโภค [10]

ทฤษฎีอรรถประโยชน์ (Utility Theory) อรรถประโยชน์ในทางเศรษฐศาสตร์ หมายถึง ผู้บริโภคต้องการที่จะแสวงหาความพอใจสูงสุด ภายใต้รายได้หรืองบประมาณการใช้จ่ายที่มีอยู่จำกัด โดยแนวคิดอรรถประโยชน์แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ [11]

1) **อรรถประโยชน์รวม (Total Utility: TU)** หมายถึง ผลรวมของอรรถประโยชน์ทั้งหมดที่ผู้บริโภคได้รับจากการบริโภคสินค้าหรือ บริการชนิดใดชนิดหนึ่ง ตั้งแต่หน่วยแรกจนถึงหน่วยที่ผู้บริโภคกำลังพิจารณาในขณะนั้น

2) **อรรถประโยชน์เพิ่ม (Marginal Utility: MU)** หมายถึง อรรถประโยชน์หรือความพอใจของ ผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น เมื่อบริโภคสินค้าหรือบริการชนิดนั้นเพิ่มขึ้น 1 หน่วย

การสกัดตัวแปร ทฤษฎีอรรถประโยชน์ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ผู้วิจัยจึงสกัดตัวแปรเป็น **ตัวแปรอรรถประโยชน์ในการบริโภคเวชภัณฑ์เบื้องต้น** เพื่อวิเคราะห์การตัดสินใจซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นเมื่อเกิดโรคระบาด

การแสวงหาข้อมูล การแสวงหาข้อมูลเป็นหนึ่งในขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจที่อยู่ในทฤษฎีผู้บริโภค หมายถึง การที่ผู้บริโภคเกิดปัญหาหรือความต้องการใด ๆ จึงนำมาซึ่งการแสวงหาหนทางแก้ไข โดยหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อช่วยในการตัดสินใจ จากแหล่งข้อมูลต่อไปนี้ ได้แก่ แหล่งบุคคล แหล่งธุรกิจ แหล่งข่าวทั่วไป และประสบการณ์ของผู้บริโภคเอง [11]

การสกัดตัวแปร การแสวงหาข้อมูลเป็นขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจ ผู้วิจัยจึงสกัดตัวแปรเป็น **ตัวแปรการแสวงหาข้อมูล**

การประเมินทางเลือก การประเมินทางเลือกเป็นหนึ่งในขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจที่อยู่ในทฤษฎีผู้บริโภค โดยการประเมินทางเลือก หมายถึง การพิจารณาทางเลือกใด ๆ ที่ดีที่สุดที่นำมาสู่การตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งการประเมินทางเลือกจะประเมินได้จาก คุณสมบัติ ระดับความสำคัญ ความเชื่อถือต่อตราหือความพอใจ และกระบวนการประเมิน [11]

การสกัดตัวแปร การประเมินทางเลือกเป็นขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจ ผู้วิจัยจึงสกัดตัวแปรเป็น **ตัวแปรการประเมินทางเลือก**

แนวคิดความต้องการถือเงิน (Demand for Money) หมายถึง ปริมาณเงินสดที่ผู้ต้องการถือไว้ในขณะหนึ่งขณะใด โดยความต้องการถือเงินในความหมายของเคนส์นั้น แบ่งเป็น 3 ประเภท คือ ความต้องการถือเงินเพื่อใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน ความต้องการถือเงินเพื่อใช้จ่ายเมื่อเกิดเหตุการณ์ที่ไม่ได้คาดคิดไว้ล่วงหน้า และความต้องการถือเงินเพื่อแสวงหากำไร เคนส์เชื่อว่า คนเราจะถือเงินส่วนหนึ่งไว้เพื่อแสวงหากำไร [12] ทั้งนี้ ความต้องการถือเงินขึ้นอยู่กับระยะเวลาที่จะได้รับรายได้แต่ละครั้งแล้ว และยังขึ้นอยู่กับระดับรายได้อีกด้วย

การสกัดตัวแปร ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมจากประวัติศาสตร์และหลาย ๆ แหล่งที่มาพบว่า เมื่อเกิดโรคระบาด สงคราม หรือภาวะการณ์ฉุกเฉินใด ๆ เวชภัณฑ์และยารักษาโรคจะมีมูลค่าสูงและเป็นที่ต้องการของสังคมในระดับกว้าง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนิรนัยเปรียบเทียบให้ เวชภัณฑ์เบื้องต้นเปรียบเสมือนเงินที่มีมูลค่าในภาวะการณ์ฉุกเฉิน ด้วยเหตุผลที่อ้างมา ผู้วิจัยจึงสกัดตัวแปรเป็น **ตัวแปรความต้องการครอบครองเวชภัณฑ์เบื้องต้น และตัวแปรรายได้** เพื่อวิเคราะห์การตัดสินใจซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นเมื่อเกิดโรคระบาดในงานวิจัยนี้

ผลการวิจัย

ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน เป็นเพศชาย จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 51.80 และเป็นเพศหญิง 196 คิดเป็นร้อยละ 48.20 เมื่อตรวจสอบสถานภาพของกลุ่มตัวอย่างพบว่า สถานภาพโสด 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.25 สมรส 216 คิดเป็นร้อยละ 54.00 และ หม้ายหรือหย่าร้าง 24 คน คิดเป็นร้อยละ 5.90 เมื่อสำรวจถึงอายุพบว่า คนกลุ่มช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 กลุ่มช่วงอายุ 21 ถึง 30 ปี จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 กลุ่มช่วงอายุ 31 ถึง 40 ปี จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 กลุ่มช่วงอายุ 41 ถึง 50 ปี จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.75 และกลุ่มช่วงอายุ 51 - 60 ปีขึ้นไป จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.75 และกลุ่มที่อายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.30 เมื่อสำรวจถึงระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างจะพบว่า ได้รับการศึกษามากกว่าปริญญาตรี 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 ระดับ

ปริญญาตรี 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 เมื่อสอบถามถึงอาชีพของกลุ่มตัวอย่างพบว่า เป็นข้าราชการ พนักงาน ลูกจ้างของรัฐจำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 เป็นพนักงาน ลูกจ้างของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 เป็นพนักงาน ลูกจ้างของเอกชน จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 เป็นผู้ประกอบการ เจ้าของธุรกิจ อาชีพอิสระ จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และประกอบอาชีพอื่น ๆ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 และเมื่อสอบถามถึงรายได้ต่อเดือนพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25 รายได้ 10,001–20,000 บาท จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 รายได้ 20,001–30,000 บาท จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 รายได้ 30,001–40,000 บาท จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.25 รายได้สูงกว่า 40,001 บาท จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อเวชภัณฑ์จากสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19

ผู้วิจัยได้สำรวจข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อเวชภัณฑ์จากสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19 หลังจากที่ได้มีการประกาศให้โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโรคโควิด 19 เป็นโรคติดต่ออันตรายตามพระราชบัญญัติโรคติดต่อ พ.ศ.2558 เพื่อประโยชน์ในการเฝ้าระวัง ป้องกัน และควบคุมโรคติดต่ออันตราย เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2563 ได้พบข้อมูลที่น่าสนใจในหลาย ๆ ประการที่จะนำมารายงานผลและวิเคราะห์วิจารณ์ ดังนี้

1) การซื้อสินค้าเวชภัณฑ์เบื้องต้น กลุ่มตัวอย่างจำนวน 174 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 43.5 ได้ซื้อสินค้าเวชภัณฑ์เบื้องต้นมากกว่าปกติและซื้อสะสม ก่อนช่วงการแพร่ระบาด ขณะที่อีก 233 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 58.25 ไม่ได้ซื้อแต่อย่างใด

2) ค่าใช้จ่ายในการซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้น กลุ่มตัวอย่างจำนวน 157 หรือคิดเป็นร้อยละ 39.25 คน มีค่าใช้จ่ายในการซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นน้อยกว่า 100 บาทต่อสัปดาห์ รองลงมา คือ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 105 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 26.25 มีค่าใช้จ่ายในการซื้อ 301–500 บาทต่อสัปดาห์ ขณะที่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 92 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 23.00 มีค่าใช้จ่ายในการซื้อ 101–300 บาทต่อสัปดาห์ และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 46 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 11.50 มีค่าใช้จ่ายในการซื้อมากกว่า 501 บาทต่อสัปดาห์

3) การซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นก่อนมีการระบาดของโรคโควิด-19 ก่อนการระบาดของโรคโควิด-19 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 270 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 67.50 ไม่เคยซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นเลย กลุ่มตัวอย่างจำนวน 124 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 31.00 ซื้อ 1–3 ครั้งต่อสัปดาห์ ขณะที่กลุ่มตัวอย่าง 6 คน ซื้อ 4–6 ครั้งต่อสัปดาห์

4) การซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นเมื่อมีการระบาดของโรคโควิด-19 เกิดการระบาดของโรคโควิด-19 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 50.00 ซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้น 1–3 ครั้งต่อสัปดาห์ รองลงมา คือ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 116 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 29.00 ซื้อ 4–6 ครั้งต่อสัปดาห์ ขณะที่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 80 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 20.00 ไม่เคยซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นเลย และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 4 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 1.00 ซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นมากกว่า 6 ครั้งต่อสัปดาห์

ข้อมูลพฤติกรรมการซื้อเวชภัณฑ์จากสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19 สามารถวิเคราะห์ได้ว่า ผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคไปในหลายทาง ทั้งการเริ่ม囤เวชภัณฑ์เบื้องต้น และการซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นที่มากขึ้น โดยก่อนหน้านี้ผู้บริโภคบางส่วนได้ซื้อหน้ากากอนามัย และเจลล้างมือเป็นประจำอยู่แล้ว เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่ได้รับผลกระทบจากฝุ่น PM 2.5 อยู่ทุก ๆ ปี แต่หลังจากมีการระบาดของไวรัสโควิด-19 ก็มีหลายส่วนที่เพิ่มระดับค่าใช้จ่ายต่อสัปดาห์เพิ่มขึ้น

พฤติกรรมการซื้อขายเวชภัณฑ์เบื้องต้น และการวิจารณ์ผล

ผู้วิจัยได้สำรวจข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้น สามารถแบ่งเป็นหัวข้อสำคัญ ๆ ดังนี้

อุปสงค์ต่อความต้องการครอบครองเวชภัณฑ์เบื้องต้น

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างถึงอุปสงค์ต่อความต้องการครอบครองเวชภัณฑ์เบื้องต้นของผู้บริโภค สามารถอภิปรายผลได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 อุปสงค์ต่อความต้องการครอบครองเวชภัณฑ์เบื้องต้น n=400

ประเภท	คะแนน	การแปลผล
อุปสงค์ต่อความต้องการครอบครองเวชภัณฑ์เบื้องต้นเพื่อใช้ในชีวิตรประจำวัน	3.28	ผู้บริโภคต้องการครอบครองเวชภัณฑ์เบื้องต้นเพื่อใช้ในชีวิตรประจำวันในระดับปานกลาง
อุปสงค์ต่อความต้องการครอบครองเวชภัณฑ์เบื้องต้นเพื่อใช้ในสถานการณฉุกเฉิน	3.48	ผู้บริโภคต้องการครอบครองเวชภัณฑ์เบื้องต้นเพื่อใช้ในสถานการณฉุกเฉินในระดับมาก
อุปสงค์ต่อความต้องการครอบครองเวชภัณฑ์เบื้องต้นเพื่อเก็งกำไร	1.87	ผู้บริโภคต้องการครอบครองเวชภัณฑ์เบื้องต้นเพื่อใช้เก็งกำไรในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย	2.88	ผู้บริโภคเกิดอุปสงค์ต่อความต้องการครอบครองเวชภัณฑ์เบื้องต้นในระดับปานกลาง

ที่มา: จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 1 พบว่า อุปสงค์ต่อความต้องการครอบครองเวชภัณฑ์เบื้องต้นเพื่อใช้ในสถานการณฉุกเฉินที่มีค่าคะแนนเท่ากับ 3.48 เป็นอุปสงค์ต่อความต้องการครอบครองเวชภัณฑ์เบื้องต้นที่มากที่สุด ขณะที่อุปสงค์ต่อความต้องการครอบครองเวชภัณฑ์เบื้องต้นเพื่อเก็งกำไรที่มีค่าคะแนนเท่ากับ 1.87 เป็นอุปสงค์ต่อความต้องการครอบครองเวชภัณฑ์เบื้องต้นที่น้อยที่สุด แต่โดยภาพรวมแล้วอุปสงค์ต่อความต้องการครอบครองเวชภัณฑ์เบื้องต้นมีค่าคะแนนเท่ากับ 2.88 หรืออาจจะกล่าวโดยสรุปได้ว่า ผู้บริโภคเกิดอุปสงค์ต่อความต้องการครอบครองเวชภัณฑ์เบื้องต้นในระดับปานกลาง

จากตารางที่ 1 สามารถวิเคราะห์โดยอุปนัยได้ว่า อุปสงค์ต่อความต้องการครอบครองเวชภัณฑ์เบื้องต้นเพื่อใช้ในสถานการณฉุกเฉินอยู่ในระดับมาก หมายถึง ผู้บริโภคต้องการครอบครองเวชภัณฑ์เบื้องต้นเพราะกังวลกับสถานการณที่อาจจะเลวร้ายมากกว่าเดิม ประกอบกับ สินค้าเวชภัณฑ์เริ่มหาซื้อยากมากขึ้น ผู้บริโภคจึงไม่คิดที่จะเก็งกำไรแต่ขอให้มีเพียงพอใช้ในแต่ละวัน และมีสำรองในกรณีเกิดเหตุการณฉุกเฉิน ผลการวิเคราะห์นี้สอดคล้องกับทฤษฎีอุปสงค์ต่อการถือเงินตามแนวคิดของ Keynes ที่เปรียบเทียบได้ว่า เวชภัณฑ์เบื้องต้นในยามที่เกิดโรคระบาดมีมูลค่าและความสำคัญเหมือนเงินตรา ที่รู้สึกปลอดภัยที่ได้ครอบครอง [12]

การบริโภคเวชภัณฑ์เบื้องต้นที่สัมพันธ์กับรายได้

เมื่อสำรวจจนประเด็นรายได้ในการบริโภคเวชภัณฑ์เบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง สามารถอภิปรายผลได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การบริโภคเวชภัณฑ์เบื้องต้นที่สัมพันธ์กับรายได้ n=400

ประเภท	คะแนน	การแปลผล
การบริโภคแบบรายได้สมบูรณ์	3.42	หากมีรายได้เพิ่มขึ้นจะทำให้ผู้บริโภคซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นมากขึ้นในระดับมาก
การบริโภคแบบรายได้เปรียบเทียบ	1.08	ผู้บริโภคต้องการซื้อหรือครอบครองเวชภัณฑ์เบื้องต้นให้เทียบเท่ากับสังคมหรือคนรอบข้างในระดับน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย	2.25	รายได้มีผลต่อการบริโภคเวชภัณฑ์เบื้องต้นในระดับน้อย

ที่มา: จากการสำรวจและคำนวณ

ตารางที่ 2 พบว่า การบริโภคแบบรายได้สมบูรณ์ที่มีค่าคะแนนเท่ากับ 3.42 เป็นปัจจัยส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นที่มากที่สุด ขณะที่การบริโภคแบบรายได้เปรียบเทียบที่มีค่าคะแนนเท่ากับ 1.08 เป็นปัจจัยส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นในระดับน้อย และโดยภาพรวมรายได้มีผลต่อการบริโภคเวชภัณฑ์เบื้องต้นที่มีค่าคะแนนเท่ากับ 2.08 หรือตีความได้ว่า รายได้มีผลต่อการบริโภคเวชภัณฑ์เบื้องต้นในระดับน้อย

เมื่อพิจารณาประเด็นรายได้ในการบริโภคเวชภัณฑ์เบื้องต้นจากผลสำรวจวิจัย สามารถวิเคราะห์ได้ว่า รายได้ไม่ได้เป็นประเด็นสำคัญในการซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้น เพราะไม่ว่าจะมีรายได้เท่าใด ผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นอยู่ดี ดังที่คะแนนของการบริโภคแบบรายได้สมบูรณ์อยู่ในระดับสูง สะท้อนความหมายว่า หากมีรายได้เพิ่มขึ้นจะทำให้ผู้บริโภคซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นมากขึ้นในระดับมาก สอดคล้องกับทฤษฎีอุปสงค์ต่อการถือเงินตามแนวคิดของ Keynes ที่ระบุว่า ความต้องการที่จะถือเงินจะเพิ่มตามการเพิ่มของรายได้ [12] หากพิจารณาเปรียบเทียบได้ว่า เวชภัณฑ์เบื้องต้นในยามที่เกิดโรคระบาดมีมูลค่าและความสำคัญเหมือนเงินตรา และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Vijay Victor ที่ระบุว่าผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้าแม้จะเกิดราคาแบบ Dynamic Pricing ในยามที่สินค้านั้น ๆ เป็นที่จำเป็นในสังคมจริง ๆ [13]

การแสวงหาข้อมูลในการบริโภค

จากการสำรวจในประเด็นการแสวงหาข้อมูลในการบริโภคเวชภัณฑ์เบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างสามารถอภิปรายผลได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การแสวงหาข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง n=400

แหล่งแสวงหาข้อมูล	คะแนน	การแปลผล
การแนะนำจากครอบครัว เพื่อน หรือ คนรู้จัก	3.39	ผู้บริโภคได้รับการแนะนำสินค้าจากครอบครัว เพื่อน หรือคนรู้จักในระดับปานกลาง
การแนะนำจากผู้ผลิตหรือจัดจำหน่าย	1.67	ผู้บริโภคได้รับการแนะนำสินค้าจากผู้ผลิตหรือจัดจำหน่ายในระดับน้อย
การแนะนำจากข่าวต่าง ๆ	4.65	ผู้บริโภคได้รับการแนะนำสินค้าจากข่าวหรือโฆษณาในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 3 การแสวงหาข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง $n=400$ (ต่อ)

แหล่งแสวงหาข้อมูล	คะแนน	การแปลผล
การแนะนำจากประสบการณ์ของผู้บริโภคเอง	3.71	ประสบการณ์ของผู้บริโภคส่งผลให้เกิดการตัดสินใจในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย	3.35	ปัจจัยการแสวงหาข้อมูลส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นในระดับปานกลาง

ที่มา: จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 3 พบว่า การแสวงหาข้อมูลจากการแนะนำจากข่าวหรือโฆษณาต่าง ๆ ที่มีค่าคะแนนเท่ากับ 4.65 เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นมากที่สุด ขณะที่การแสวงหาข้อมูลจากการแนะนำจากผู้ผลิตหรือจัดจำหน่ายที่มีค่าคะแนนเท่ากับ 1.65 เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นน้อยที่สุด แต่โดยภาพรวมแล้วการแสวงหาข้อมูลมีคะแนนเท่ากับ 3.35 เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับปานกลาง

การแสวงหาข้อมูลจากการแนะนำจากข่าวต่าง ๆ มีค่าคะแนนอยู่ในระดับมากที่สุด วิเคราะห์ได้ว่า ข่าวสารเกี่ยวกับโรคระบาดมีผลกระทบต่อผู้บริโภคและเกิดแรงจูงใจให้ผู้บริโภคแสวงหาข้อมูลเพื่อที่จะซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นเพื่อป้องกันตนเองจากโรคระบาด มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Gina Samaan ที่ระบุว่าเมื่อตอนเกิดโรค H5N1 ข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ จะเป็นการกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับสังคมเพื่อแสวงหาแนวทางในลดความเสี่ยงในด้วยวิธีการต่าง ๆ [14] และมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Jillian C. Sweeney ที่ระบุว่า ข่าวสารจะส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกบริโภคอย่างสูง [15]

การประเมินทางเลือกในการบริโภค

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์การประเมินทางเลือกของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อนำมาประเมินทางเลือกในการบริโภคเวชภัณฑ์เบื้องต้นของผู้บริโภค ผลการวิจัยแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การประเมินทางเลือกของกลุ่มตัวอย่าง $n=400$

แหล่งการประเมินทางเลือก	คะแนน	การแปลผล
แบรนด์หรือตราสินค้า	3.09	แบรนด์หรือตราสินค้าส่งผลให้เกิดการตัดสินใจซื้ออย่างมากในระดับปานกลาง
ร้านค้า	3.05	ร้านค้าที่ผู้บริโภคซื้อส่งผลให้เกิดการตัดสินใจซื้อในระดับปานกลาง
ปริมาณสินค้า	4.55	ปริมาณสินค้าส่งผลให้เกิดการตัดสินใจซื้อในระดับมากที่สุด
ความเชื่อมั่น	4.01	ความเชื่อมั่นในสินค้าให้เกิดการตัดสินใจซื้อในระดับมาก
วิธีการดำเนินการซื้อขาย	2.16	วิธีการดำเนินการซื้อขายส่งผลให้เกิดการตัดสินใจซื้อในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย	3.37	การประเมินทางเลือกส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับปานกลาง

ที่มา: จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 4 เห็นได้ว่า ปริมาณสินค้าที่มีค่าคะแนนเท่ากับ 4.55 ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมากที่สุด ขณะที่วิธีการดำเนินการซื้อขายที่มีค่าคะแนนเท่ากับ 2.16 เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคน้อยที่สุด ขณะที่ ภาพรวมการประเมินทางเลือกที่มีค่าคะแนนเท่ากับ 3.37 ซึ่งหมายถึง การประเมินทางเลือกส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในระดับปานกลาง

การที่ปริมาณสินค้ามีค่าคะแนนที่สูงที่สุด สามารถวิเคราะห์โดยอุปนัยได้ว่า ปริมาณเวชภัณฑ์เบื้องต้น เช่น หน้ากากอนามัย แอลกอฮอล์ เจลล้างมือ เป็นต้น กำลังเป็นที่ขาดแคลนในสถานการณ์ปัจจุบัน จึงทำให้ประชาชนเริ่มประเมินทางเลือกในการเข้าถึงการครอบครองสินค้าดังกล่าวเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งข้อมูลนี้เป็นไปในแนวทางเดียวกับงานวิจัยของ D. Indrawan ที่ระบุว่า ประชาชนจะประเมินทางเลือกในการบริโภคในช่องทางที่หลากหลายมากขึ้นในช่วงที่ใช้หวัดนก H5N1 มีการระบาด [16]

อรรถประโยชน์ในการบริโภค

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์อรรถประโยชน์ในการบริโภคของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อนำมาวิเคราะห์อรรถประโยชน์ในการบริโภคเวชภัณฑ์เบื้องต้นของผู้บริโภค ผลการวิจัยแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 อรรถประโยชน์ในการซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง n=400

ประเภท	คะแนน	การแปลผล
อรรถประโยชน์รวม	3.79	ผู้บริโภครู้สึกได้รับอรรถประโยชน์รวมจากการได้บริโภคเวชภัณฑ์เบื้องต้นในระดับมาก
อรรถประโยชน์หน่วยสุดท้าย	3.93	ผู้บริโภครู้สึกได้รับอรรถประโยชน์รวมจากการได้บริโภคเวชภัณฑ์เบื้องต้นที่มากขึ้นเรื่อยๆ ในระดับมาก
รสนิยมและความพอใจ	3.85	ผู้บริโภครู้สึกได้รับความพอใจที่โดยรวมจากการได้บริโภคเวชภัณฑ์เบื้องต้นที่ ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย	3.86	ผู้บริโภครู้สึกได้รับอรรถประโยชน์จากการซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นในระดับมาก

ที่มา: จากการสำรวจและคำนวณ

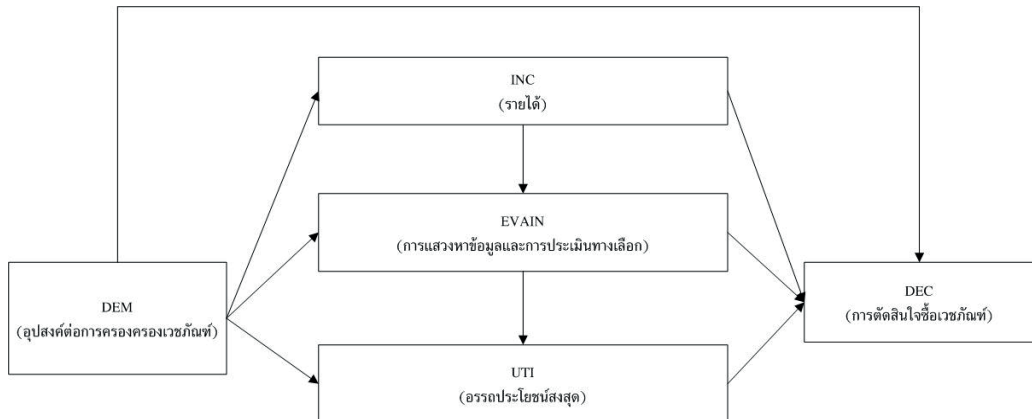
จากตารางที่ 5 จะเห็นได้ว่า อรรถประโยชน์หน่วยสุดท้ายที่มีค่าคะแนนเท่ากับ 3.93 ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นของผู้บริโภคมากที่สุด ขณะที่ อรรถประโยชน์รวมที่มีค่าคะแนนเท่ากับ 3.79 ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นของผู้บริโภคน้อยที่สุด แต่ในภาพรวมอรรถประโยชน์ที่มีค่าคะแนนเท่ากับ 3.86 หมายถึง ผู้บริโภครู้สึกได้รับอรรถประโยชน์จากการซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นในระดับมาก

การที่อรรถประโยชน์ในการบริโภคมีค่าคะแนนในระดับมาก สามารถวิเคราะห์ได้ว่า ผู้บริโภครู้สึกพอใจหากได้ครอบครองเวชภัณฑ์เพื่อป้องกันการติดเชื้อโรคระบาด ซึ่งมีความสอดคล้องงานวิจัยของ D. Indrawan ที่ระบุว่า ประชาชนรู้สึกพอใจเมื่อรัฐบาลมีทางเลือกในการให้เข้ารับบริการทางการแพทย์และการเข้าถึงยารักษาโรคที่หลากหลายในช่วงที่ใช้หวัดนก H5N1 มีการระบาด [16]

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นของผู้บริโภคเมื่อเกิดสถานการณ์โรคระบาด

จากการกำหนดโมเดลเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นของผู้บริโภคเมื่อเกิด

สถานการณ์โรคระบาด ดังภาพที่ 1 ซึ่งเมื่อวิจัยได้ทดสอบโมเดล ปรากฏว่า โมเดลดังกล่าวมีความไม่เหมาะสม เพราะค่าทดสอบทางสถิติไม่มีความเหมาะสมในบางประการ ผู้วิจัยจึงทำการปรับปรุงโมเดลหลายครั้ง โดยอ้างอิงจากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้ทบทวนวรรณกรรมมา ประกอบกับ ปรับปรุงให้ตรงกับแนวคิดทางสถิติและเศรษฐมิติที่สุด [17] โดยผู้วิจัยได้ควมรวมตัวแปร การแสวงหาข้อมูลกับการประเมินทางเลือกเข้าไว้ด้วยกัน ซึ่งปรากฏว่าผลการทดสอบโมเดลมีความเหมาะสม โดยโมเดลที่จะนำมาวิเคราะห์ใหม่มีลักษณะตามภาพที่ 2



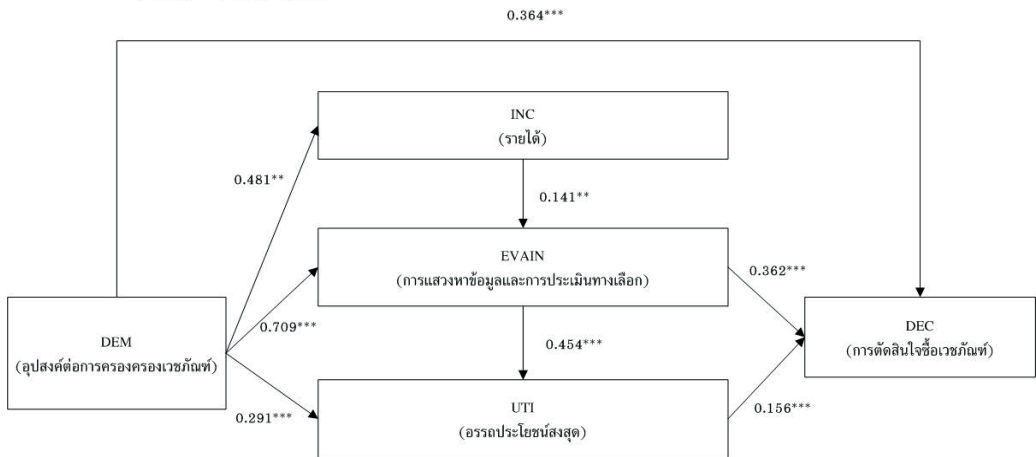
ภาพ 2 แบบจำลองการวิเคราะห์เส้นทางปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเวทกันท์เบื้องต้นที่ปรับปรุงแล้ว

จากโมเดลการวิเคราะห์เส้นทางปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเวทกันท์เบื้องต้นที่ปรับปรุงแล้วในภาพที่ 2 สามารถเขียนรูปแบบสมการความสัมพันธ์ที่ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุ (Regression Analysis) ในรูปสมการ ดังนี้

$$DEC = a + b_1DEM + b_2INC + b_3EVAIN + b_4UTI$$

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องของโมเดล โดยแสดงปรากฏผลว่า มีค่า Chi-square Probability เท่ากับ 0.939 ค่า Chi-square Relative เท่ากับ 0.063 ค่า Goodness of Fit Index เท่ากับ 0.998 และ Root Mean Square Error of Approximation เท่ากับ 0.002 แสดงว่า โมเดลมีความสอดคล้องและความถูกต้องซึ่งจะต้องผ่านเกณฑ์การพิจารณาที่เป็นที่ยอมรับ [18] โดยสามารถแสดงการหาค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางและสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จากการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปร ดังภาพที่ 3

***=p<0.001, **=p<0.01, *=p<0.05



****หมายเหตุ**** p-value หมายถึง ค่าสถิติที่แตกต่างอย่างมีนัยยะสำคัญที่ระดับ 0.05 0.01 และ 0.001

ภาพที่ 3 แสดงโมเดลรูปแบบเส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ

ภาพที่ 3 อธิบายได้ว่า มีสัมประสิทธิ์เส้นทางที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มี 2 เส้นทางซึ่งเส้นทางทั้ง 7 สามารถนำค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของแต่ละสมการโครงสร้างมาเขียนเส้นทางของรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุเพื่ออภิปรายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพร้อมทั้งอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อมและผลรวมอิทธิพลได้ ดังแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และผลรวมอิทธิพล

ประเภทความสัมพันธ์	ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม DEC			
	DEM	INC	EVAIN	UTIL
ผลทางตรง : DE	0.364	0.00	0.362	0.156
ผลทางอ้อม : IE	0.381	0.061	0.071	0.000
ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผล : TE	0.745	0.061	0.432	0.156

ที่มา: จากการสำรวจและคำนวณ

จากตารางที่ 4 เมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผล สามารถอธิบายในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1) ตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรง จากตารางที่ 4 ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการตัดสินใจซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้น คือ อุปสงค์ต่อการครอบครองเวชภัณฑ์เบื้องต้นที่มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.364 เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงที่มากที่สุด ขณะที่ รองลงมา คือ การแสวงหาข้อมูลกับการประเมินทางเลือกที่มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.362 และลำดับสุดท้าย คือ อรรถประโยชน์สูงสุดที่มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.156

2) ตัวแปรที่มีอิทธิพลทางอ้อม จากตารางที่ 4 ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการตัดสินใจซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้น คือ อุปสงค์ต่อการครอบครองเวชภัณฑ์เบื้องต้นที่มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.381 เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทางอ้อมที่มากที่สุด ขณะที่รอง คือ การแสวงหาข้อมูลกับการประเมิน

ทางเลือกที่มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.071 และลำดับสุดท้าย คือ รายได้ที่มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.061

3) ตัวแปรที่มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อม จากตารางที่ 4 ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมต่อการตัดสินใจซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้น คือ อุปสงค์ต่อการครอบครองเวชภัณฑ์เบื้องต้นที่มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.745 เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมมากที่สุด ขณะที่รองลงมา คือ การแสวงหาข้อมูลกับการประเมินทางเลือกที่มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.432

จากตารางที่ 4 สามารถวิเคราะห์ได้ว่า ตัวแปรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นที่สุด คือ อุปสงค์ต่อการครอบครองเวชภัณฑ์เบื้องต้น เนื่องจากเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางในอิทธิพลรวมถึง 0.745 ข้อมูลนี้บ่งชี้ได้ว่า ในยามที่เกิดโรคระบาดผู้บริโภคมีความต้องการที่จะครอบครองเวชภัณฑ์เบื้องต้นจนนำไปสู่การตัดสินใจซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นมากที่สุด และอุปสงค์ต่อการครอบครองเวชภัณฑ์เบื้องต้นเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อตัวแปรทุกตัว จึงสามารถนิยามได้ว่า ในยามที่เกิดโรคระบาดผู้บริโภคมีความต้องการที่จะครอบครองเวชภัณฑ์เพื่อป้องกันตัวเองจนนำไปสู่การแสวงหาข้อมูลให้ได้รับอัตราประโยชน์สูงสุด ซึ่งผลการวิจัยนี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Gina Samaan ที่ระบุว่า เมื่อตอนเกิดโรค H5N1 ข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ จะเป็นการกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับสังคมเพื่อแสวงหาแนวทางในลดความเสี่ยงในด้วยวิธีการต่าง ๆ [14] และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Vijay Victor ที่ระบุว่า ในยามที่สินค้าอื่น ๆ เป็นที่จำเป็นและต้องการต่อผู้คนจริง ๆ ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้าโดยคำนึงถึงการเข้าถึงสินค้ามากกว่าปัจจัยอื่น ๆ ทั้ง ราคา และรายได้ [13]

4) ข้อสังเกตอื่น ๆ จากแบบจำลอง จากภาพที่ 3 แสดงโมเดลรูปแบบเส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ มีข้อสังเกตบางประการที่ควรนำมาอภิปรายผลและวิเคราะห์ผล ดังนี้

4.1) อุปสงค์ต่อการครอบครองเวชภัณฑ์เบื้องต้นมีอิทธิพลต่อการแสวงหาข้อมูลกับการประเมินทางเลือก เนื่องจากมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.709 ซึ่งสามารถอุปนัยได้ว่า เมื่อผู้บริโภคเกิดความต้องการความครอบครองเวชภัณฑ์เบื้องต้น ผู้บริโภคจะแสวงหาข้อมูลและประเมินทางเลือกเพื่อให้ได้เข้าถึงการเป็นเจ้าของเวชภัณฑ์ในระดับสูง โดยเรื่องรายได้และอัตราประโยชน์เป็นเรื่องที่พิจารณารองลงมา เนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางมีค่า 0.481 และ 0.291 ตามลำดับ ดังนั้น เมื่อเกิดความต้องการเวชภัณฑ์เบื้องต้นในยามที่เกิดโรคระบาด รายได้และอัตราประโยชน์เป็นสิ่งที่พิจารณารองลงมาจากการได้เข้าถึงข้อมูลและการประเมินทางเลือกที่จะนำมาสู่การเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ ซึ่งข้อมูลนี้เป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ T. de-Magistris ที่ระบุว่า ความต้องการปกป้องสุขภาพของตนเองจะนำไปสู่การแสวงหาข้อมูลและประเมินทางเลือกอย่างเข้มข้นจนนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้าเพื่อสุขภาพในที่สุด [19]

4.2) รายได้ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้น จากการที่รายได้ไม่มีสัมประสิทธิ์เส้นทางในทางตรงต่อการตัดสินใจซื้อ และมีอิทธิพลทางอ้อมเพียงแค่ว่า 0.061 หรือร้อยละ 6.1 สะท้อนว่า รายได้ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นในยามที่เกิดโรคระบาด ข้อมูลนี้อุปนัยได้ว่า เมื่อเกิดโรคระบาดไม่ว่ารายได้จะมีเท่าใด ผู้บริโภคก็จะต้องการครอบครองเวชภัณฑ์เบื้องต้นอยู่ดี สังเกตได้จากค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางที่อุปสงค์ต่อการครอบครองเวชภัณฑ์เบื้องต้นมีผลต่อรายได้ที่มีค่าสัมประสิทธิ์ 0.481 ซึ่งผู้วิจัยวิเคราะห์ได้ว่า เวชภัณฑ์เบื้องต้นที่ผู้บริโภคต้องการมีราคาที่ไม่ได้สูงมากเกินไปกว่าจะซื้อได้ ดังนั้น รายได้จึงไม่ใช่สิ่งสำคัญที่ผู้บริโภคจะพิจารณาในการซื้อในยามที่เกิดโรคระบาด ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ Vijay Victor

ที่ระบุว่า ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้าแม้จะเกิดราคาแบบ Dynamic Pricing ในยามที่สินค้าขึ้น ๆ เป็นที่จำเป็นในสังคมจริง ๆ [13]

สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคต่อการซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นเมื่อเกิดสถานการณ์โรคระบาด สามารถสรุปผลการวิจัยในประเด็นสำคัญ ดังนี้

1) อุปสงค์ต่อการครอบครองเวชภัณฑ์เบื้องต้นเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นมากที่สุด เพราะมีทั้งอิทธิพลทางตรงและทางอ้อม มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางรวมเท่ากับ 0.745

2) การแสวงหาข้อมูลและการประเมินทางเลือก เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นมากที่สุดรองลงมา เพราะมีทั้งอิทธิพลทางตรงและทางอ้อม มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.432

3) รายได้ไม่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นในภาวะเกิดโรคระบาด เนื่องจากเวชภัณฑ์เบื้องต้นมีอุปสงค์ต่อการครอบครองเวชภัณฑ์เบื้องต้นที่สูงมาก ประกอบกับ ราคาที่ไม่ได้สูงมากเกินไปกว่าผู้บริโภคจะซื้อได้

4) ผู้บริโภครู้สึกได้รับอรรถประโยชน์จากการซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นในระดับมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้บริโภครู้สึกได้รับอรรถประโยชน์รวมมากขึ้นจากการได้บริโภคเวชภัณฑ์เบื้องต้นที่มากขึ้นเรื่อย ๆ

ข้อเสนอแนะงานวิจัย

จากการวิจัยศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคต่อการซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นเมื่อเกิดสถานการณ์โรคระบาด สามารถให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ดังนี้

1) การที่อุปสงค์ต่อการครอบครองเวชภัณฑ์เบื้องต้นมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางรวมสูงสุดที่สุดหน่วยงานภาครัฐควรสำรองและแจกจ่ายเวชภัณฑ์เบื้องต้นให้ทั่วถึง พร้อมทั้งมีมาตรการในการสำรองเวชภัณฑ์เบื้องต้นในยามเกิดโรคระบาดให้มากที่สุด เพราะผลวิจัยชี้ชัดว่าผู้บริโภคมีความต้องการครอบครองเวชภัณฑ์เบื้องต้นมาก

2) การที่อุปสงค์ต่อการครอบครองเวชภัณฑ์เบื้องต้นมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางรวมสูงสุดที่สุด ดังนั้นเมื่อประเมินสถานการณ์แล้วพบว่า การระบาดของโรคใด ๆ หน่วยงานภาคเอกชนควรปรับแนวทางการผลิตให้สามารถผลิตเวชภัณฑ์เบื้องต้นเพื่อจำหน่ายให้ประชาชนได้มากที่สุด เพื่อประโยชน์แก่สาธารณสุขและผลประโยชน์ของหน่วยงาน

3) การที่อุปสงค์ต่อการครอบครองเวชภัณฑ์เบื้องต้นมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางรวมสูงสุดที่สุด ดังนั้นภาคประชาชนควรที่จะจัดเตรียมเวชภัณฑ์เบื้องต้นที่จำเป็นไว้เป็นยาสามัญประจำบ้านในปริมาณที่เหมาะสมเพื่อลดการขาดแคลนของเวชภัณฑ์เบื้องต้น

4) การแสวงหาข้อมูลและการประเมินทางเลือก เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อเวชภัณฑ์เบื้องต้นมากที่สุดรองลงมา ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐและเอกชนควรจะนำข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องเผยแพร่แก่ประชาชนให้มากที่สุด เพื่อเป็นประโยชน์ให้ประชาชนได้เข้าถึงเวชภัณฑ์เบื้องต้น ในการป้องกันตนเอง และการรักษาสุขภาพ

References

- [1] World Health Organization. (2020). *WHO has increased the assessment of the risk of spread and risk of impact of COVID-19 to very high at the global level*. Retrieved 5 March 2020 from <https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200228-sitrep-39-covid-19>.
- [2] World Health Organization. (2020). *Coronavirus disease 2019 (COVID-19) Situation Report 49*. Retrieved 4 March 2020 from <https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200309-sitrep-49-covid-19>.
- [3] The Government Gazette website. (2020). *Notification of the Ministry of Public Health, Names and important symptoms of communicable diseases. Danger (Issue 3) 2020*. Retrieved March 10, 2020, from http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2563/E/048/T_0001.PDF. (In Thai)
- [4] The Government Gazette website. (2020). *Announcement of the Central Committee on Price of Goods and Services No. 9 B.E. 2020, Notification of price information display and allocation or distribution Selling additional masks*. Retrieved March 10, 2020, from http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2563/E/053/T_0006.PDF. (In Thai)
- [5] Chiang Mai Statistical Office. (2019) .*Number of tourists classified by tourists Chiang Mai Provincial Statistical Office*. Retrieved March 3, 2020, from <http://chiangmai.nso.go.th/681>.
- [6] Office of Registration Administration Department of Provincial Administration. (2019). *Performance Report of Population and Houses 2018*. Retrieved 5 March 2020, from <http://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statTDD/views/showDistrictData>).
- [7] Official Statistics Registration Systems, Ministry of Interior (2020). *Population and house statistics Population by age*. Retrieved on March 2, 2020, from http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age.php. (In Thai)
- [8] Yamane, T. 1973. *Statistics: An Introductory Analysis*. 3rd Edition. New York: Harper and Row.
- [9] Prasithrathsint, S. (2003). *Principles Methods and Applications of Multivariate Analysis for social sciences and Behavioral science*, National Institute of Development Administration. Bangkok: Liang-Chaing Printing.
- [10] Mankiw, N. G., Ball, L., & Reis, R. (2005). Monetary policy for inattentive economies. *Journal of Monetary Economics*. 52, 703-725.
- [11] Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). *Consumer behavior*. 5th ed. Englewood Cliffs, N. J. : Prentice-Hall.
- [12] Keynes, J.M. (1936). *The general Theory of Employment, Interest and Money*. 2007 Edition. New York : Harcourt Brace Jovanovich.

- [13] Victor, V. (2018). Factors influencing consumer behavior and prospective purchase decisions in a dynamic pricing environment. *MDPI Open Access Journal*. 7, 1-14.
- [14] Samaan, G. (2011). Critical control points for avian influenza A H5N1 in live bird markets in low resource settings. *Preventive Veterinary Medicine Journal*. 100, 71–78
- [15] Sweeney, J. (2015). Customer effort in value co-creation activities: Improving quality of life and behavioral intentions of health care customers. *Journal of Service Research*. 32, 1-18.
- [16] Indrawan, D. (2018). What drives the choice of poultry market channel and the change of purchase behavior due to highly pathogenic avian influenza outbreaks. *Poultry Science Journal*. 10, 3652-3660.
- [17] Vanichbancha, K. (2013). *Analysis of structural equations with AMOS*. Bangkok: Sam Lada Limited Partnership. (In Thai)
- [18] Suksawang, P. (2004). The basics of structural equation modeling. *Princess of Naradhiwas University Journal*, 6(2), 136-145. (In Thai)
- [19] Magistris, T. (2014). Consumers' willingness to pay for nutritional claims fighting the obesity epidemic: the case of reduced-fat and low salt cheese in Spain. *Public health Journal*. 135, 83-90.