

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

ธุรกิจทางด้านเวชภัณฑ์เป็นธุรกิจที่มีความสำคัญเนื่องจากเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยสี่ในการดำรงชีวิตของมนุษย์ ในประเทศไทยธุรกิจทางด้านเวชภัณฑ์เป็นธุรกิจที่มีมูลค่าสูงมาก โดยในปี 2543 มีมูลค่ารวมของตลาดยาแผนปัจจุบัน 37,696.269 ล้านบาท (กองควบคุมยา, 2545: ออนไลน์) สำหรับการกระจายยาและเวชภัณฑ์สู่ประชาชนนั้น ช่องทางหนึ่งคือการกระจายผ่านร้านขายยาที่มีอยู่ทุกพื้นที่ทั่วประเทศ

การจัดจำหน่ายยาและเวชภัณฑ์ของบริษัทต่าง ๆ จะใช้พนักงานขายเป็นหลักในการจัดจำหน่าย ซึ่งพนักงานขายเหล่านี้ต้องเป็นผู้ที่มีการศึกษาและความรู้พอสมควร เนื่องจากต้องเข้าใจผลิตภัณฑ์ที่ขาย ดังนั้นค่าใช้จ่ายในส่วน of พนักงานขายของบริษัทยาและบริษัทเวชภัณฑ์ต่างๆจึงมีสูง บริษัทเหล่านี้จึงมีพนักงานขายจำนวนจำกัดทำให้มีการบริการแก่ร้านขายยาไม่ทั่วถึง โดยพบว่าร้านขายยาที่อยู่นอกชุมชนใหญ่หรือตลาดของจังหวัดหรืออำเภอมักไม่ได้รับการบริการจากพนักงานขายเหล่านี้ ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาแก่ทั้งสองฝ่าย คือบริษัทยาและบริษัทเวชภัณฑ์ที่เสียลูกค้าบางส่วนไป ขณะที่ร้านขายยาเหล่านี้ก็มีความลำบากในการจัดซื้อยาและเวชภัณฑ์ที่ต้องการ (พรพจน์ สิริสาธิต, 2545: สัมภาษณ์)

เมื่อพิจารณาทางเลือกทางแก้ปัญหา พบว่าการนำการจัดจำหน่ายยาแก่ร้านขายยาโดยผ่านอินเทอร์เน็ตน่าจะเป็นการแก้ปัญหาที่ดี เนื่องจากสามารถให้บริการได้ทุกพื้นที่และให้บริการได้ตลอดเวลา ประกอบกับปัจจุบันนี้ประชาชนรู้จักอินเทอร์เน็ตและมีการใช้อย่างแพร่หลายจากการศึกษาพบว่าเดือนมกราคมปี 2544 มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในไทยประมาณ 3.5 ล้านคน โดยส่วนใหญ่จะเป็นประชาชนในกรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียง (Somnuk Keretho and Paisan Limstit, 2545: Online) และทั่วโลกมีการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจต่อธุรกิจมูลค่าถึง 2 ล้านล้านเหรียญสหรัฐในปี 2545 และจะเพิ่มเป็น 10 ล้านล้านเหรียญสหรัฐในปี 2547 ขณะที่การทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบธุรกิจต่อผู้บริโภคปี 2545 มีมูลค่า 200 ล้านเหรียญสหรัฐ และจะเพิ่มเป็น 2,000 ล้านเหรียญสหรัฐในปี 2547 (Somnuk Keretho and Paisan Limstit, 2545: Online)

จังหวัดสมุทรสาคร เป็นจังหวัดขนาดเล็กที่อยู่ติดกับกรุงเทพมหานครและมีเศรษฐกิจดี ประชาชนมีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปีเท่ากับ 216,207 บาท ซึ่งสูงเป็นอันดับ 4 ของประเทศ (สำนักงานจังหวัดสมุทรสาคร, 2545) ในจังหวัดมีร้านขายยาเปิดดำเนินงานเป็นจำนวน

มาก กระจายอยู่ทั่วพื้นที่ของจังหวัดโดยมีร้านขายยาแผนปัจจุบัน 150 ร้าน แบ่งเป็นร้านขายยาแผนปัจจุบันที่มีเภสัชกร 115 ร้าน และร้านขายยาแผนปัจจุบันบรรจุน้ำยาสำเร็จที่ไม่ใช่ยาอันตรายและยาควบคุมพิเศษ 35 ร้าน และมีร้านขายยาแผนโบราณอีก 14 ร้านรวม 164 ร้าน (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสมุทรสาคร, 2545) แต่เนื่องจากเป็นจังหวัดขนาดเล็กจึงมักไม่ค่อยได้รับความสนใจจากพนักงานขายจากบริษัทยาและบริษัทเวชภัณฑ์มากนัก ทำให้ร้านขายยาที่อยู่นอกตลาดมักไม่ได้รับการบริการจากพนักงานขายของบริษัทยาและบริษัทเวชภัณฑ์ต่าง ๆ (ศนิ จันทร์สัญชาลัย, 2545: สัมภาษณ์) ดังนั้นการนำการจัดจำหน่ายเวชภัณฑ์แก่ร้านขายยา ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตน่าจะแก้ปัญหาเหล่านี้ได้ แต่ก็ขึ้นกับความพร้อมและการยอมรับของผู้ประกอบการร้านขายยาในจังหวัดต่อวิธีการดังกล่าว จึงเป็นเหตุให้สนใจที่จะศึกษาทัศนคติของผู้ประกอบการร้านขายยาในจังหวัดสมุทรสาครต่อการจัดซื้อเวชภัณฑ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีต่อการจัดซื้อเวชภัณฑ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้ประกอบการร้านขายยาในจังหวัดสมุทรสาคร

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบทัศนคติที่มีต่อการจัดซื้อเวชภัณฑ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้ประกอบการร้านขายยาในจังหวัดสมุทรสาคร
2. เพื่อเป็นประโยชน์ในการเป็นข้อมูลประกอบการพิจารณาจัดทำเว็บไซต์ เพื่อจัดจำหน่ายเวชภัณฑ์แก่ร้านขายยาต่อไป

นิยามศัพท์

ทัศนคติ หมายถึง การที่บุคคลประเมินว่ามีความรู้ความเข้าใจ มีอารมณ์ความรู้สึก และแนวโน้มพฤติกรรมกระทำต่อการจัดซื้อเวชภัณฑ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

การจัดซื้อเวชภัณฑ์ หมายถึง การที่ร้านขายยาจัดหาและอุปกรณ์ทางการแพทย์มาใช้เพื่อจำหน่ายในร้านของตน

เวชภัณฑ์ หมายถึง ยา วัคซีน วัคซีนและอุปกรณ์ทางการแพทย์

ระบบอินเทอร์เน็ต หมายถึง ระบบเครือข่ายที่สามารถส่งและรับข้อมูลข่าวสารระหว่างเครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องข่ายคอมพิวเตอร์ต่างๆ และอุปกรณ์เชื่อมต่ออื่นๆได้ทั่วโลก โดยผ่านระบบโทรคมนาคมต่างๆ

ผู้ประกอบการร้านขายยา หมายถึง ประกอบการที่มีร้านสำหรับจำหน่ายเวชภัณฑ์
และได้รับใบอนุญาตขายยาแผนปัจจุบันหรือ ใบอนุญาตขายยาแผนปัจจุบันบรรจุเสร็จที่ไม่ใช่ยา
อันตรายและยาควบคุมพิเศษ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved