

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

การเจ็บไข้ได้ป่วยเป็นสิ่งธรรมดาของมนุษย์ทุกคน และเมื่อมีความเจ็บป่วยมนุษย์ก็ต้องพยายามหาทางแก้ไขบำบัดเพื่อความอยู่รอด จึงทำให้อุตสาหกรรมยามีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง ข้อมูลปัจจุบันพบว่า อุตสาหกรรมยาในประเทศประกอบด้วยบริษัทผู้ผลิตยาในประเทศและบริษัทยาต่างประเทศที่นำเข้ามา ซึ่งรวมมูลค่าตลาดยาโดยรวมประมาณ 56,000 ล้านบาทต่อปี โดยในแต่ละปีบริษัทในประเทศจะมีการผลิตยาใหม่ๆ ที่หลุดสิทธิบัตรประมาณ 1,000 รายการ และบริษัทต่างประเทศก็จะนำยาใหม่ๆ ประมาณ 800 ชนิด โดยบริษัทเวชภัณฑ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ จะนำยาใหม่ๆ ขึ้นจดทะเบียนกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาประมาณ 2,000 รายการ (<http://www.thannews.th.com/detailnews.php?Id=M2022134&issue=2213,2550>)

จากพระราชบัญญัติยา (ที่จะออกฉบับใหม่ ซึ่งยังไม่ประกาศใช้ เนื่องจากยังไม่สามารถหาข้อสรุปได้) ในมาตราที่ 14 (3) ที่ให้อำนาจกับเภสัชกรมากยิ่งขึ้น ด้วยการให้แพทย์ทำหน้าที่ตรวจและเขียนใบสั่งแพทย์เพียงอย่างเดียว และให้เภสัชกรทำหน้าที่จ่ายยา มีนักการตลาดหลายคนเชื่อว่า จากพระราชบัญญัติฉบับดังกล่าวหากออกมาแล้วจะมีส่วนทำให้ตลาดยาของเมืองไทยเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งแพทย์ที่ทำงานตามโรงพยาบาลอาจจะไม่มีผลกระทบมากนัก เพราะเภสัชกรตามโรงพยาบาลต้องจ่ายยาตามใบสั่งของแพทย์อยู่แล้ว แต่ผู้ที่จะได้รับผลกระทบมากที่สุดคือหมอที่เปิดคลินิกส่วนตัว ซึ่งมีอยู่จำนวนมาก หากคิดเฉพาะมูลค่าของยาที่ส่งผ่านคลินิกยาทั่วประเทศจะมีทั้งสิ้นราว 5 พันล้านบาท ซึ่งจะทำให้แพทย์ที่เป็นเจ้าของคลินิกไม่สามารถจัดเก็บยาไว้ในร้านของตนเองได้อีกต่อไป อาจจะมีได้เพียงแค่อายุ๊กเงิน หรือยาที่จำเป็นสำหรับคลินิกจริงๆ เท่านั้น ทำให้ต่อไปในอนาคตยาสั่งซื้อที่เคยมาจากทางคลินิกจะต้องถูกโยนมาให้ทางร้านขายยาจนเกือบหมด ทำให้ช่องทางยาที่ขายผ่านเคาน์เตอร์ยา (Over the Counter: OTC) จากที่เคยมีส่วนในตลาดยาราว 1.2 หมื่นล้านบาท ขยับขึ้นมาเป็น 2 หมื่นล้านบาท (<http://www.Nidambe11.net/ekonomiz/2003q4/article2003oct24p4.htm,2546>)

องค์การเภสัชกรรมมีผลิตภัณฑ์ในด้านการรักษาโรคมมากกว่า 2,000 รายการ ในทุกหมวด การผลิต (ยาเม็ด ยาน้ำ ยาฉีด ขี้ผึ้ง ครีม วัคซีน เซรัม เคมีภัณฑ์ และยาจากสมุนไพร) ทั้งในบัญชียาหลักแห่งชาติและนอกบัญชี รวมถึงยาที่ใช้ในโครงการรณรงค์ของทางการ โดยมีสัดส่วนการจำหน่ายภาครัฐ 90% และภาคเอกชน 10% (<http://www.gpo.or.th/aboutus/mission.htm>,

2550) เนื่องจากองค์การเภสัชกรรมได้รับสิทธิพิเศษตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ ตั้งแต่ปี พ.ศ.2508 ให้นำหน่วยงานของรัฐซื้อขายทุกชนิดที่องค์การเภสัชกรรมผลิตได้ก่อน ต่อมาในปี 2529 สำนักนายกรัฐมนตรีได้แก้ไขปรับปรุงให้นำหน่วยงานของรัฐซื้อขายจากองค์การเภสัชกรรมถ้ายาที่องค์การเภสัชกรรมผลิตมีราคาไม่เกินร้อยละ 3 ของราคากลาง ดังนั้นยอดขายยาขององค์การเภสัชกรรมส่วนใหญ่จึงเป็นยอดที่ขายให้แก่หน่วยงานของรัฐเป็นหลัก จะเห็นได้ว่าตลาดขององค์การเภสัชกรรมเกือบทั้งหมดเป็นลูกค้าในภาคราชการ ส่วนภาคเอกชนซึ่งมียอดขายน้อยอยู่แล้ว ยังมีอัตราการเติบโตของตลาดที่ช้ามาก โดยเฉพาะในช่วงหลังวิกฤตเศรษฐกิจ แนวโน้มขององค์การเภสัชกรรมดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า รายได้หลักขององค์การเภสัชกรรมยังเป็นรายได้ที่เกิดจากสิทธิผูกขาดตามระเบียบพัสดุ ซึ่งกระแสการผลักดันให้เกิดการยกเลิกการผูกขาดจากกลุ่มผู้ผลิตยาจะเป็นปัจจัยคุกคามต่อองค์การเภสัชกรรมอย่างมากในอนาคต (<http://www.pharm.chula.ac.th/social>, 2544) โดยถ้ามีการยกเลิกระเบียบพัสดุนี้ จะทำให้องค์การเภสัชกรรมขาดลูกค้ารายใหญ่ที่เป็นส่วนราชการไปเป็นจำนวนมาก ดังนั้น องค์การเภสัชกรรมจึงต้องขยายฐานลูกค้าเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับสถานการณ์เมื่อถึงคราวยกเลิกระเบียบพัสดุนั้นมาจริงๆ โดยองค์การเภสัชกรรมได้มีแผนกลยุทธ์ทางการตลาดรองรับ คือ เตรียมเปิดร้านขายยาทันสมัย (GPO shop) เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาดยาจาก 470 ล้านบาท ให้เป็น 500 ล้านบาท โดยมีเป้าหมายที่จะพัฒนาให้เป็นร้านยาที่ได้มาตรฐานได้รับการรับรองเป็นร้านยาคุณภาพจากสภาเภสัชกรรม เพื่อเป็นร้านยาต้นแบบสำหรับการขยายสาขา โดยทำในรูปแบบแฟรนไชส์ต่อไป ซึ่งองค์การเภสัชกรรมมีแผนที่จะขยายแฟรนไชส์ของร้านสะดวกซื้อ GPO ให้ได้ 100 แห่งทั่วประเทศภายในระยะเวลา 3 ปี โดยการที่องค์การเภสัชกรรมที่ผลิตทั้งยาเองและสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายเองด้วยนั้น ก็เพื่อสร้างความแข็งแกร่งและเพิ่มประสิทธิภาพของระบบการกระจายยาด้วยตัวเอง (องค์การเภสัชกรรม, ปีที่ 5, ฉบับที่ 13:1, 2550)

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงเลือกศึกษาทัศนคติของผู้บริโภครวมที่มีต่อยาที่ผลิตโดยองค์การเภสัชกรรมในกรุงเทพมหานคร เพื่อทำให้ทราบถึงทัศนคติของผู้บริโภครวมที่มีต่อยาที่ผลิตโดยองค์การเภสัชกรรมในกรุงเทพมหานคร เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการนำไปปรับปรุงพัฒนาขององค์การเภสัชกรรมให้เป็นที่พึงพอใจของผู้บริโภค

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อยาที่ผลิตโดยองค์การเภสัชกรรมใน กรุงเทพมหานคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อยาที่ผลิตโดยองค์การเภสัชกรรมใน กรุงเทพมหานคร
2. ทำให้ทราบแนวโน้มของผู้บริโภคที่จะมาซื้อยาขององค์การเภสัชกรรมในอนาคต เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการนำไปปรับปรุงพัฒนาขายขององค์การเภสัชกรรมให้เป็นที่พึงพอใจของผู้บริโภคต่อไป

นิยามศัพท์

ทัศนคติ หมายถึง ความรู้ความเข้าใจ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อยาที่ผลิตโดยองค์การเภสัชกรรม

ผู้บริโภค หมายถึง ประชาชนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และเป็นผู้มาซื้อยาตามร้านขายยาทั่วไป

ยา หมายถึง สารที่ใช้เพื่อการป้องกัน บำบัดรักษา หรือตรวจวินิจฉัยโรค ซึ่งอาจจะได้มาจากการสังเคราะห์หรือจากแหล่งธรรมชาติก็ได้

องค์การเภสัชกรรม หมายถึง รัฐวิสาหกิจอยู่ในสังกัดกระทรวงสาธารณสุข จัดตั้งขึ้นเพื่อดำเนินการตามนโยบายด้านสาธารณสุขของรัฐ ซึ่งมีภารกิจหลักในการผลิตยาและเวชภัณฑ์ต่างๆ เพื่อสนองความต้องการของประเทศ ถือกำเนิดขึ้นเมื่อวันที่ 5 สิงหาคม 2509 ตามพระราชบัญญัติองค์การเภสัชกรรม พ.ศ. 2509 โดยการรวมกิจการของกองโอสถศาลา (ก่อตั้ง พ.ศ. 2444) และโรงงานเภสัชกรรม (ก่อตั้ง พ.ศ. 2482) เข้าด้วยกัน