

ทัศนคติที่มีต่อยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่ของผู้ป่วยติดบุหรี่ ที่เข้ารับการบำบัดรักษา ในคลินิกเลิกบุหรี่ ของสถาบันธัญญารักษ์ จังหวัดปทุมธานี

The Attitude to Drugs and Helping Products for Quit Cigarette of Cigarette Addict Patients in Quit Cigarette Clinic of Thanyarat Institute, Pathumthani

นภนัท หอมสุต¹, ยุคตธร หิรัญเนตร¹, นิชามน อัสครไพธานตี¹

NoppanonHomsud¹, Yukhontorn Hirunnet¹, Nichamon Asdornphaisan¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดเกี่ยวกับยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่ และศึกษาระดับความรู้เกี่ยวกับยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่ ของผู้ป่วยติดบุหรี่ที่เข้ารับการบำบัดรักษาในสถาบันธัญญารักษ์ จังหวัดปทุมธานี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ ผู้ป่วยนอกที่เข้ารับการบำบัดรักษาโรคติดบุหรี่ ในคลินิกเลิกบุหรี่ของสถาบันธัญญารักษ์ จำนวน 28 คนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติ F-Test ผลการศึกษาพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง 2) กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเกี่ยวกับยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และ 3) กลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้เกี่ยวกับยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่แตกต่างกัน จะมีทัศนคติเกี่ยวกับยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่ แตกต่างกันในด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาด

คำสำคัญ : การเลิกบุหรี่, ทัศนคติ, สถาบันธัญญารักษ์

Abstract

The purpose of this research was to study the attitude in marketing mixes about drugs and helping products for quit cigarette and to study the knowledge level about drugs and helping products for quit cigarette of patients who were treat at Thanyarat Institute, Pathumthani. The sample of this research was 28 people from out-patient department in quit cigarette clinic of Thanyarat Institute. The usage statistical techniques are frequency, percentage, mean, standard deviation, and F-Test. It is found that 1) the sample had knowledge about drugs and helping products for quit cigarette in moderate level; 2) the attitudes of sample about drugs and helping products for quit cigarette were also in moderate level and 3) the different samples in knowledge were differ in the attitudes about drugs and helping products for quit cigarette in price and promotion.

Keywords : Quit Cigarette Smoking, Attitude, Thanyarat Institute

¹ หลักสูตรการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร โทร 085-9643320E-mail: yu_khon_torn@hotmail.com

¹ Program in Marketing, Faculty of Management Science, Silpakom University Tel: 085-9643320yu_khon_torn@hotmail.com

บทนำ

การติดยาเป็นสาเหตุของโรคหลายโรค ทั้งโรคปอดโรคหัวใจ และก่อให้เกิดมะเร็งทั้งตัวผู้สูบบุหรี่ และคนที่สูดควันของผู้สูบ ดังนั้นการพยายามเลิกสูบบุหรี่จึงเป็นหนทางที่ดีที่สุดที่จะตัดปัญหาที่ต้นเหตุ การเลิกบุหรี่ต้องอาศัยกำลังใจ แต่ในปัจจุบันมีตัวช่วยที่มีประสิทธิภาพพอสมควรที่ผู้สูบบุหรี่ไม่ต้องทนกับอาการขาดยา หรือความอยากสูบบุหรี่ที่จะเกิดขึ้นมากนักเพราะมียานหลายขนานที่ช่วยได้ ทั้งตัวนิโคตินชดเชยเองหรือยาช่วยลดความอยากสูบบุหรี่

ยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่หลายชนิดจำหน่ายมีในประเทศไทย ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้ว ผู้สูบบุหรี่มักเข้าใจว่าจะสามารถเลิกบุหรี่ได้ เพียงแค่ขอรับคำปรึกษาจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญและนัวยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่มารับประทาน หรือใช้ให้ครบตามที่กำหนดจะสามารถเลิกบุหรี่ได้ แต่ความจริงความคิดนี้เป็นความคิดที่ผิด เนื่องจากยาและผลิตภัณฑ์เหล่านี้มีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยบรรเทาอาการขาดนิโคตินที่เกิดขึ้นหลังจากหยุดสูบบุหรี่เท่านั้นโดยช่วยทำให้ผู้ป่วยทนต่อการเปลี่ยนแปลงและไม่หวนกลับไปสูบบุหรี่ใหม่ได้ ยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่จึงเป็นเพียงตัวช่วยหนึ่งที่ทำให้สามารถเลิกบุหรี่ได้ง่ายขึ้น ในปัจจุบันมียาและผลิตภัณฑ์เหล่านี้หลายชนิดที่มีหลักฐานเชิงประจักษ์สนับสนุนว่ามีประสิทธิภาพที่ช่วยเพิ่มอัตราการเลิกสูบบุหรี่สำเร็จมากขึ้น ซึ่งยาที่ได้ขึ้นทะเบียนกลุ่มแรกคือ กลุ่มยาที่ให้นิโคตินทดแทนการเลิกบุหรี่ (Nicotine Replacement Therapy หรือเรียกย่อว่า NRT) ส่วนกลุ่มที่สองเป็นยากกลุ่มที่ไม่มีส่วนผสมของสารนิโคติน ถือว่าเป็น Second-line drugs เป็นยาที่ใช้ช่วยเลิกบุหรี่เป็นอันดับที่สอง ซึ่งจะเพิ่มความสำเร็จของการเลิกบุหรี่ในระยะสั้นเท่านั้น (ไกรจักร แก้วนิล 2535)

สำหรับสถาบันธัญญารักษ์ เป็นสถาบันที่ได้ดำเนินการรักษาบำบัดผู้ติดยาและสารเสพติด โดยมีการจัดตั้งคลินิกเลิกบุหรี่ขึ้น เพื่อบำบัดรักษาผู้ป่วยให้สามารถลด ละ เลิกบุหรี่ได้ทั้งในสถานบริการและนอกสถานบริการ ซึ่งหนึ่งแนวทางในการบำบัดรักษาผู้ป่วยคือ มีการใช้ยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่เข้ามาร่วม

ในการบำบัดรักษาด้วย ทั้งนี้จากการศึกษาวิธีการเลิกบุหรี่โดยใช้ยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่ พบว่า จะพิจารณาใช้เป็นตัวช่วยสำหรับผู้ป่วยที่สามารถเลิกสูบบุหรี่ได้ โดยการทำร่วมกับพฤติกรรมกรรมการบำบัดเท่านั้น จึงจะประสบผลสำเร็จ (มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ 2550) และยังพบอีกว่า ผู้ป่วยที่เข้ารับการบำบัดรักษาในคลินิกเลิกบุหรี่มีความรู้และทัศนคติที่ไม่ดีต่อการสูบบุหรี่ จึงทำให้สามารถเลิกสูบบุหรี่ได้ง่ายขึ้น หลังจากเข้ารับการบำบัดและไม่หวนกลับไปสูบบุหรี่อีกครั้ง (ศักดิ์ชัย จำพินาย 2542)

จากเหตุผลที่กล่าวข้างต้นผู้ศึกษาในฐานะที่เป็นผู้ที่สนใจปัญหาทางสังคมด้านพฤติกรรมกรรมการเลิกบุหรี่โดยใช้ยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่ร่วมกับการบำบัดของผู้ที่ต้องการเลิกบุหรี่ ในคลินิกเลิกบุหรี่ซึ่งมีอยู่มากในปัจจุบัน รวมไปถึงความรู้ที่ไม่ถูกต้องและผลกระทบต่อสุขภาพที่เกิดขึ้นจากการใช้ยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่ และทัศนคติ ของผู้ป่วยที่มีต่อยาและผลิตภัณฑ์ และนำข้อมูลที่ได้ศึกษานี้ไปเป็นประโยชน์หรือเป็นข้อมูลพื้นฐาน สำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้ป่วยในการใช้ยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่ร่วมกับพฤติกรรมกรรมการบำบัดของผู้ป่วยในคลินิกเลิกบุหรี่ของสถาบันธัญญารักษ์ จังหวัดปทุมธานี และ ผู้ป่วยอื่นๆที่ใช้ยาและผลิตภัณฑ์ช่วยในเลิกบุหรี่ เพื่อหาแนวทางในการเผยแพร่ความรู้ที่ถูกต้องของการเลือกใช้ยาและผลิตภัณฑ์เหล่านี้ และสามารถช่วยทำให้ผู้ป่วยได้เข้าใจเกี่ยวกับใช้ยาและผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับลักษณะอาการของตนเอง ซึ่งจะทำให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจในขั้นตอนการบำบัดรักษา จะช่วยส่งผลให้สามารถเลิกสูบบุหรี่ได้ง่ายขึ้น และส่งผลต่อสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดีของตนเอง ผู้ใกล้ชิด และสังคมต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความรู้เกี่ยวกับยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่ ของผู้ป่วยโรคติดบุหรี่ที่เข้ารับการบำบัดรักษาในสถาบันธัญญารักษ์ จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดเกี่ยวกับยาและผลิตภัณฑ์ช่วย

เล็กนุหรี ของผู้ป่วยโรคติดบุหรีที่เข้ารับการบำบัดรักษา
ในสถาบันธัญญารักษ์จังหวัดปทุมธานี

3. เพื่อทดสอบสมมติฐาน กลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้เกี่ยวกับยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเล็กนุหรีแตกต่างกัน จะมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดเกี่ยวกับยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเล็กนุหรีแตกต่างกัน

วิธีการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา(Descriptive Research)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ผู้ป่วยที่เข้ามาทำการบำบัดรักษาในคลินิกเล็กนุหรี ของสถาบันธัญญารักษ์ จังหวัดปทุมธานี ระหว่างวันที่ 2 - 31 พฤษภาคม 2554 จำนวน 28 คน เก็บตัวอย่างแบบเจาะจง โดยเก็บข้อมูลจากผู้เข้ามาทำการบำบัดรักษาในคลินิกเล็กนุหรีของสถาบันธัญญารักษ์ ทั้งนี้สาเหตุที่ทำให้เก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างได้จำนวนน้อย เพราะแต่ละปีมีผู้มาบำบัดรักษาโดยรวมประมาณไม่เกิน 500คน อีกทั้งผู้ที่มาบำบัดส่วนใหญ่ มีอาการติดยาประเภทอื่นประกอบ ทำให้ไม่สามารถตอบแบบสอบถามได้

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยเป็นแบบสอบถาม ซึ่งปรับปรุงจากงานวิจัยของ สุภาวดีศิริพิน (2552) จากนั้นจึงให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 คน คือ ด้านการพยาบาล ด้านการตลาดและด้านการวิจัยตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาข้อคำถามว่ามีความเที่ยงตรง(Content Validity) ทั้งนี้แบบสอบถามดังกล่าวไม่ได้ทำการ Pre-test เนื่องจากเป็นการยากที่จะหากลุ่มตัวอย่างทดสอบได้ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามที่ได้ ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านต่างๆ ได้แก่ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ สถานภาพ ปัจจัยที่ทำให้ใช้ยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเล็กนุหรีของแต่ละบุคคล

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความรู้เกี่ยวกับยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเล็กนุหรี เป็นจำนวน 12 ข้อ โดยมีเกณฑ์

การให้คะแนนคือ หากตอบถูกให้ 1 คะแนน และตอบผิดให้ 0 คะแนนและเกณฑ์ค่าเฉลี่ยของการให้คะแนนที่ได้จากการวัดระดับความรู้ดังนี้

- 9 - 12 หมายถึง มีความรู้ในระดับมาก
- 5 - 8 หมายถึง มีความรู้ในระดับปานกลาง
- 0 - 4 หมายถึง มีความรู้ในระดับน้อย

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเล็กนุหรี 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย เป็นคำถามชนิดให้เลือกตอบ ซึ่งเป็นข้อคำถามการวัดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) มี 5 ระดับโดยกำหนดค่า 1 คือ มีทัศนคติที่เห็นด้วยน้อยที่สุด และ 5 คือ มีทัศนคติที่เห็นด้วยมากที่สุด

การเก็บข้อมูลผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงตามวันที่กำหนดไว้ข้างต้น ที่เข้ามาทำการบำบัดรักษาในสถาบันธัญญารักษ์ จำนวน 28 ชุด และได้ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม จากนั้นตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ของLikert ซึ่งเป็นข้อคำถามแบบวัดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ ดังนี้

- เห็นด้วยมากที่สุด ให้ 5 คะแนน
- เห็นด้วยมาก ให้ 4 คะแนน
- เห็นด้วยปานกลาง ให้ 3 คะแนน
- เห็นด้วยน้อย ให้ 2 คะแนน
- เห็นด้วยน้อยที่สุด ให้ 1 คะแนน

จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติเบื้องต้นในการวิเคราะห์ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และจัดลำดับค่าเฉลี่ยของตัวแปร และสามารถแปลผลความคิดเห็นจากค่าเฉลี่ยได้ดังนี้

- 4.51 - 5.00 หมายถึง มีทัศนคติระดับมากที่สุด
- 3.51 - 4.50 หมายถึง มีทัศนคติระดับมาก
- 2.51 - 3.50 หมายถึง มีทัศนคติระดับปานกลาง
- 1.51 - 2.50 หมายถึง มีทัศนคติระดับน้อย
- 1.00 - 1.50 หมายถึง มีทัศนคติระดับน้อยที่สุด

การทดสอบสมมติฐาน กลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้เกี่ยวกับยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่แตกต่างกัน จะมีทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดเกี่ยวกับยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่ แตกต่างกันได้ ใช้ตัวสถิติ F-Test

ผลการศึกษา

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ผู้ป่วยที่เข้ารับการบำบัดรักษาส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 75.00 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 57.14 คนส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 67.86 มีการศึกษาระดับอยู่ปริญญาตรี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 71.43 ส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 71.43 และมีสถานภาพโสด จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 82.14

2. การวิเคราะห์พฤติกรรมการสูบบุหรี่และการเลิกบุหรี่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างสูบบุหรี่จำนวน 11-20 มวนต่อวัน มากที่สุด จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 และจากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้ยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่ร่วมกับการบำบัดรักษา มีจำนวนทั้งสิ้น 16 คน คิดเป็นร้อยละ 57.14 ซึ่งสาเหตุที่ไม่ใช้เพราะสามารถเลิกบุหรี่ได้ด้วยตนเอง จำนวนทั้งสิ้น 7 คน คิดเป็นร้อยละ 43.75 ของผู้ที่เลิกได้เอง ขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่ร่วมกับการบำบัดรักษา มีจำนวนทั้งสิ้น 12 คน คิดเป็นร้อยละ 42.86 โดยยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเลิก

บุหรี่ที่เลือกใช้ตามลำดับ ประกอบด้วย หนึ่งฝรังเคี้ยว นิโคติน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 58.33 ผลิตภัณฑ์ชาดอกหญ้าขาวจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 ยาวาเรโนอิลีน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 ยาบูโพรไพออน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 ยานอร์ทริปทีลีนจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 และบุหรี่ไฟฟ้าจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25

3. จากการทดสอบความรู้ของกลุ่มตัวอย่างด้วยแบบทดสอบ จำนวน 12 ข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มากที่สุด จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 67.86 รองลงมา คือ มีความรู้ในระดับน้อย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 21.43 และมีความรู้ระดับมาก จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 10.71 คะแนนเฉลี่ยความรู้ 6.00 คะแนน

4. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดพบว่า ผู้ป่วยที่เข้ารับการบำบัดให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา และด้านผลิตภัณฑ์ตามลำดับรายละเอียดแสดงดัง Table 1

5. การทดสอบสมมติฐานระหว่างทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด และระดับความรู้เกี่ยวกับยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่ ด้วยตัวสถิติ F-Test พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความรู้ที่แตกต่างกันมีทัศนคติในด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านราคาแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความรู้ที่แตกต่างกันมีทัศนคติในด้านการผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่ายไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 รายละเอียดแสดงดัง Table 1

ตารางที่ 1 ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด

รายการ	ระดับทัศนคติ %					ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ด้านผลิตภัณฑ์						3.28	1.01	ปานกลาง
ยาช่วยเลิกบุหรี่ช่วยให้ช่วยลดอาการอยากบุหรี่ได้อย่างดีเยี่ยม	0.00	39.29	46.43	7.14	7.14	3.18	0.86	ปานกลาง

รายการ	ระดับทัศนคติ %					ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ยานิโคตินทดแทนเป็นทางเลือกแรก ที่ช่วยลดอาการอยากบุหรี่	0.00	42.86	42.86	10.71	3.57	3.25	0.80	ปานกลาง
ผลิตภัณฑ์ชาดอกหญ้าช่วยทำ ให้ลดอาการอยากบุหรี่ได้	7.14	32.14	39.29	17.86	3.57	3.21	0.96	ปานกลาง
หากสูบบุหรี่หลังจากรับประทานยา ทำให้ส่งผลเสียต่อสุขภาพ	10.71	28.57	39.29	14.29	7.14	3.21	1.07	ปานกลาง
การใช้ยาเลิกบุหรี่เป็นเวลานาน ส่งผลสุขภาพเป็นอย่างมาก	7.14	46.43	25.00	17.86	3.57	3.36	0.99	ปานกลาง
การรับยาแทนนิโคตินเกินขนาดเป็น อันตรายต่อสุขภาพอย่างมาก	14.29	39.29	32.14	7.14	7.14	3.46	1.07	ปานกลาง
หากไม่ใช้ยาร่วมกับพฤติกรรม บำบัดจะไม่สามารถเลิกสูบบุหรี่	7.14	25.00	21.43	35.71	10.71	2.82	1.16	ปานกลาง
การใช้ยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเลิก บุหรี่ส่งผลต่อสุขภาพในระยะสั้น	10.71	25.00	50.00	10.71	3.57	3.29	0.94	ปานกลาง
ยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่ มีข้อ ควรระวังในระดับที่เหมาะสม	3.57	39.29	39.29	10.71	7.14	3.21	0.96	ปานกลาง
วิธีการใช้ยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเลิก บุหรี่มีความซับซ้อนไม่มาก	25.00	42.86	21.43	3.57	7.14	3.75	1.11	มาก
ด้านราคา						3.36	1.02	ปานกลาง
รูปแบบยาและผลิตภัณฑ์มีให้เลือก จำกัด จึงทำให้มีราคาแพง	14.29	39.29	28.57	10.71	7.14	3.43	1.10	ปานกลาง
ยาและผลิตภัณฑ์มีราคาไม่แพง จนเกินไป	17.86	42.86	28.57	0.00	10.71	3.57	1.14	มาก
ประสิทธิผลของการใช้ยาและ ผลิตภัณฑ์คุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป	3.57	53.57	32.14	7.14	3.57	3.46	0.84	ปานกลาง
ราคามีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ช่วยเลิกบุหรี่	3.57	17.86	39.29	28.57	10.71	2.75	1.00	ปานกลาง
ราคาเหมาะสมกับยา	17.86	32.14	42.86	3.57	3.57	3.57	0.96	มาก
ด้านการจัดจำหน่าย						3.41	1.08	ปานกลาง
ยาและผลิตภัณฑ์มีวางจำหน่ายตาม ร้านขายยาทั่วไป	7.14	46.43	28.57	3.57	14.29	3.29	1.15	ปานกลาง
ประเทศไทยมีกฎหมายควบคุมการ นำเข้าอย่างเข้มงวด	3.57	35.71	35.71	14.29	10.71	3.07	1.05	ปานกลาง
ยาช่วยเลิกบุหรี่มีการวางจำหน่าย อย่างแพร่หลาย	10.71	35.71	35.71	10.71	7.14	3.32	1.06	ปานกลาง
ผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่มีการวาง จำหน่ายอย่างแพร่หลาย	25.00	25.00	35.71	10.71	3.57	3.57	1.10	มาก
ผู้ป่วยสามารถขอคำปรึกษาการใช้ ยา และผลิตภัณฑ์ได้หลายที่	17.86	32.14	35.71	7.14	7.14	3.46	1.10	ปานกลาง
มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับยาและ ผลิตภัณฑ์บนเว็บไซต์	21.43	35.71	10.71	21.43	10.71	3.36	1.34	ปานกลาง

รายการ	ระดับทัศนคติ %					ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
สถานที่จำหน่ายยาและผลิตภัณฑ์ ครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วประเทศ	14.29	35.71	32.14	7.14	10.71	3.36	1.16	ปานกลาง
มีที่ให้คำปรึกษาในการเลิกสูบบุหรี่ ร่วมกับการใช้ยาแพร่หลาย	10.71	50.00	28.57	7.14	3.57	3.57	0.92	มาก
มีที่ให้คำปรึกษาในการเลิกสูบบุหรี่ ร่วมกับการใช้ยาที่มีประสิทธิภาพ	28.57	28.57	28.57	10.71	3.57	3.68	1.12	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด						3.37	1.13	ปานกลาง
ประเทศไทยมีกฎหมายรองรับการ ใช้ยาและผลิตภัณฑ์ชัดเจน	25.00	14.29	35.71	21.43	3.57	3.36	1.19	ปานกลาง
มีกฎหมายเอาผิดกับการโฆษณา บนสื่อที่ไม่เหมาะสม	7.14	17.86	35.71	17.86	21.43	2.71	1.21	ปานกลาง
การโฆษณาด้วยบุคคล ทำให้ง่าย ต่อการตัดสินใจบำบัดรักษา	32.14	21.43	21.43	21.43	3.57	3.57	1.26	มาก
การโฆษณาผ่านสื่อกิจกรรมอย่าง แพร่หลาย ทำให้ผู้ป่วยเข้าใจ	32.14	32.14	21.43	10.71	3.57	3.79	1.13	มาก
การรณรงค์และให้คำปรึกษาโดย เภสัชกรทำให้เลิกสูบบุหรี่ได้ง่าย	10.71	42.86	35.71	3.57	7.14	3.46	1.00	ปานกลาง
การไม่โฆษณาเลิกบุหรี่ทำให้มีผู้ สูบบุหรี่เพิ่มจำนวนมากขึ้น	14.29	28.57	28.57	14.29	14.29	3.14	1.27	ปานกลาง
การไม่โฆษณาขายยาเลิกบุหรี่เป็น การสนับสนุนให้สูบบุหรี่มากขึ้น	3.57	32.14	46.43	10.71	7.14	3.14	0.93	ปานกลาง
การไม่เผยแพร่ข้อมูลของยา จึงไม่ เกิดความนิยมจากผู้สูบบุหรี่	28.57	35.71	25.00	3.57	7.14	3.75	1.14	มาก

ตารางที่ 2 การทดสอบสมมติฐานระหว่างทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดกับระดับความรู้เกี่ยวกับยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่ด้วยตัวสถิติ F-Test

ทัศนคติด้านส่วน ประสมทางการตลาด	ความรู้ น้อย	ความรู้ ปานกลาง	ความรู้ มาก	รวม	F-Statistics	Sig.
ผลิตภัณฑ์	3.22	3.23	3.70	3.28	0.84	0.443
ราคา	2.70	3.46	4.00	3.36	5.19	0.013*
การจัดจำหน่าย	3.09	3.47	3.67	3.41	1.01	0.380
การส่งเสริมการตลาด	2.84	3.43	4.04	3.37	3.50	0.046*

* ระดับนัยสำคัญ 0.05

อภิปรายผล

จากการศึกษา ทศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้จ่ายและผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่ของผู้ติดบุหรี่ ที่เข้ารับการบำบัดรักษาในคลินิกเลิกบุหรี่ ของสถาบันธัญญารักษ์ จังหวัดปทุมธานี ซึ่งสรุปผลข้างต้นสามารถนำไปใช้อภิปรายผลดังนี้

1. เป็นปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเลือกใช้จ่ายและผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่ของผู้ป่วยโรคติดบุหรี่ ทศนคติที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล จากการวิจัยพบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อริศรา ธรรมบำรุง (2553) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของพนักงานบริษัท ซีทีซีไอ (ประเทศไทย) จำกัด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุอยู่ในช่วง 26-30 ปี และส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรี

2. ด้านความรู้เกี่ยวกับยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่ พบว่า โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ในระดับปานกลาง ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของสุเทพ ทักษิณาเจนนิก (2550) ศึกษาเรื่องการศึกษาอาการติดนิโคตินและพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของประชากรที่ร่วมโครงการ ลด ละ เลิกบุหรี่ถวายราชินี 72 พรรษาในจังหวัดขอนแก่น พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับพิษภัยของบุหรี่ในระดับมาก แต่อาจไม่ได้ตระหนักหรือเกรงกลัวโทษหรืออันตรายอันอาจเกิดจากการสูบบุหรี่ และเห็นว่าอันตรายอันเกิดจากการสูบบุหรี่ที่มีผลต่อร่างกายเข้ามา ผลกระทบที่เกิดกับบุคคลในครอบครัว และกับบุคคลอื่นไม่รุนแรงเมื่อเทียบกับสารเสพติดร้ายแรงชนิดอื่น

3. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อทัศนคติที่มีต่อยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่ของผู้ติด

บุหรี่ ที่เข้ารับการบำบัดรักษาในคลินิกเลิกบุหรี่ ของสถาบันธัญญารักษ์ จังหวัดปทุมธานี พบว่า ผู้ป่วยที่เข้ารับการบำบัด ให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา และด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ วันเพ็ญ ชมดวง (2552) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของวัยรุ่น พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการสูบบุหรี่ของกลุ่มตัวอย่าง คือด้านการรับรู้ข่าวสาร หรือด้านสื่อมากที่สุด จึงส่งผลทำให้กลุ่มตัวอย่างเกิดพฤติกรรมการสูบบุหรี่ได้ง่ายมากที่สุด

สรุปผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และมีสถานภาพโสด

กลุ่มตัวอย่างสูบบุหรี่จำนวน 11 -20 มวนต่อวัน กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่ยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่ ร่วมกับการบำบัดรักษา มีจำนวนทั้งสิ้น 16 คน ซึ่งสาเหตุหลักที่ไม่ใช่ เพราะสามารถเลิกบุหรี่ได้ด้วยตนเอง ขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่ร่วมกับการบำบัดรักษา มีจำนวนทั้งสิ้น 12 คน โดยยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่ที่เลือกใช้มากที่สุด คือ หมากฝรั่งเคี้ยวนิโคติน

จากการทดสอบความรู้ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางมากที่สุด การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดพบว่า ผู้ป่วยที่เข้ารับการบำบัด ให้ความสำคัญ

สำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคาและด้านผลิตภัณฑ์ตามลำดับ การทดสอบสมมติฐานระหว่างทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาด และระดับความรู้เกี่ยวกับยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความรู้ที่แตกต่างกันมีทัศนคติในด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านราคาแตกต่างกัน ขณะที่ด้านผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่ายไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้ยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่ของผู้ป่วยติดยา ที่เข้ารับการบำบัดรักษาในคลินิกเลิกบุหรี่ ของสถาบันธัญญารักษ์ จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. จากผลการศึกษาข้อมูลในด้านความรู้ของผู้ป่วยที่เข้ารับการบำบัดรักษาในคลินิกเลิกบุหรี่ พบว่ามีความรู้ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในส่วนของความรู้ความเข้าใจนั้น ผู้ป่วยยังไม่ได้รับจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญหรือสื่อมาบ้างพอสมควร แต่ยังไม่ถึงกับมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องทั้งหมด ดังนั้นสถาบันและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเพิ่มกิจกรรมที่ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่ให้มากยิ่งขึ้น เพื่ออาจจะเป็นการเพิ่มศักยภาพในการช่วยเลิกบุหรี่ของผู้ป่วยได้ง่ายขึ้น

2. จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้ยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่ของผู้ป่วย โดยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่เลือกใช้ยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่มากที่สุด คือ ด้านช่องทางการ

จัดจำหน่าย ดังนั้น ผู้ป่วยจะให้ความสำคัญในเรื่องความสะดวกและหาซื้อได้ง่าย รองลงมา คือ การมีที่ให้คำปรึกษาในการเลิกสูบบุหรี่ร่วมกับการใช้ยาให้แพร่หลาย และการให้คำปรึกษาในการเลิกสูบบุหรี่ร่วมกับการใช้ยาที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญและพัฒนาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีประสิทธิภาพ โดยการปรับปรุงกระบวนการให้คำปรึกษาในการใช้ยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่ สถานะที่จัดจำหน่าย และบุคลากรที่ให้คำปรึกษาควรมีความรู้ความสามารถเพียงพอ เพื่อตอบสนองความต้องการได้อย่างตรงจุด ในขณะเดียวกันปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านอื่นๆควรมีการปรับปรุงเช่นเดียวกัน

3. จากผลการศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะ ทัศนคติด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้ยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่ของผู้ป่วย พบว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการรณรงค์การใช้ยาและผลิตภัณฑ์ช่วยเลิกบุหรี่ของผู้ป่วยร่วมกับการบำบัดของผู้ป่วยที่ต้องการเลิกบุหรี่ที่ไม่สามารถทำการเลิกบุหรี่ได้ด้วยตนเอง จะช่วยให้ผู้ป่วยได้เข้าใจเกี่ยวกับการใช้ยาและผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับลักษณะอาการของตนได้ ซึ่งจะช่วยให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจในขั้นตอนการบำบัดรักษา ส่งผลให้สามารถเลิกสูบบุหรี่ได้ง่ายขึ้น และส่งผลต่อสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดีของตนเอง ผู้ใกล้ชิด และสังคมต่อไป

เอกสารอ้างอิง

มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ 2550. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการเสริมสร้างสุขภาพ.

ไกรจักร แก้วนิล. (2535.) "คลินิกเลิกบุหรี่". จดหมายข่าวบุหรี่และสุขภาพ. 1(6): 4.

ศักดิ์ชัย จำพิมาย. ผลสำเร็จของผู้บริการในคลินิกอดบุหรี่โดยใช้โครงการอดบุหรี่ในโรงพยาบาลสกลนคร.ม.ป.ท. (2542)

อริศรา ธรรมบำรุง. (2553) "ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของพนักงานบริษัท ซีทีซีไอ (ประเทศไทย) จำกัด." วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารการพัฒนาสังคม) คณะพัฒนาสังคม และสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

สุภาวดี ศิริพิน. (2552). "ทัศนคติที่มีต่อการสูบบุหรี่ของนักเรียนอาชีวศึกษาอายุ 15 – 20 ปี วิทยาลัยการอาชีพ บางแก้วฟ้า ตำบลบางพระ จังหวัดนครปฐม" วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและเอกชน มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สุเทพ ทักษิณาเจนนิจ. การศึกษาอาการติดยาโคโคตินและพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของประชากรที่ร่วมโครงการ ลด ละ เลิกบุหรี่ถวายราชินี 72 พรรษา ในจังหวัดขอนแก่น [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อเข้าถึงเมื่อ 25 ธันวาคม 2553. เข้าถึงได้จาก www.champa.kku.ac.th/kkurj/book/12_2/173.pdf

วันเพ็ญ ชมดวง. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของวัยรุ่น อายุ 15 – 24 ปี ตำบลห้วยโจด อำเภอดงเจริญ จังหวัดสระแก้ว [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อเข้าถึงเมื่อ 25 ธันวาคม 2553.

http://team.sko.moph.go.th/index.php?option=com_myblog&show=15-24-.html&Itemid=67