

หัวข้อ (ภาษาไทย) : การศึกษาความเป็นไปได้โดยวิธีทางสถิติของการติดตั้งตู้ขายยา  
อัตโนมัติในหอพักและห้องเช่า ในจังหวัดเชียงใหม่  
(ภาษาอังกฤษ) : A Feasibility Study of Drug Vending Machines by Statistical  
Method in Apartments and Hostels in Chiang Mai Province

ผู้ศึกษา นางสาวสุชีรา แสงพระจันทร์ รหัส 4405579  
นางสาวสุรัสวดี นางแล รหัส 4405603

สาขาวิชา สถิติ

อาจารย์ผู้ควบคุมโครงการ อาจารย์ชัชวาล มินแสน  
อาจารย์ผู้ควบคุมโครงการร่วม อาจารย์อินทิรา เนขุนทด

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาทัศนคติและการยอมรับตู้ขายยาอัตโนมัติของผู้บริโภค  
ในหอพักและห้องเช่าในจังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ในเดือน  
ตุลาคม และเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2547 โดยสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ซึ่งขั้นตอนที่ใช้ในการ  
สุ่มตัวอย่างจะแบ่งเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 เลือกเขตตำบล ขั้นตอนที่ 2 เลือกหอพัก และ  
ขั้นตอนที่ 3 เลือกห้องพัก สุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 400 ราย และแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 4 ตำบล  
คือ ตำบลสุเทพ ร้อยละ 40.25 ตำบลช้างเผือก ร้อยละ 27.5 ตำบลหนองป่าครั่ง ร้อยละ 20 และ  
ตำบลหนองหาร ร้อยละ 12.25 จากการวิเคราะห์ สรุปผลตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. จากการวิเคราะห์ด้วยค่าไคสแควร์และไคสแควร์รวม พบว่า เพศชายมีความคิดเห็นต่อคำถาม  
เชิงบวกที่มีต่อตู้ขายสินค้าอัตโนมัติแตกต่างจากเพศหญิง ในขณะที่ความคิดเห็นต่อคำถามเชิงลบ  
และความคิดเห็นต่อคำถามทั่วไปที่มีต่อตู้ขายสินค้าอัตโนมัติ ไม่มีความแตกต่างกัน ผู้ตอบ  
แบบสอบถามมีทัศนคติเชิงบวกต่อตู้ขายสินค้าอัตโนมัติในด้านต่างๆ ดังนี้คือ ความสะดวกของตู้  
ขายสินค้าอัตโนมัติ การเข้ามาจับทาบของตู้ขายสินค้าอัตโนมัติที่มีมากขึ้นกว่าเดิม การเพิ่ม  
จำนวนตู้ขายสินค้าอัตโนมัติ ความทันสมัยของผู้ที่ใช้ตู้ขายสินค้าอัตโนมัติ ประสิทธิภาพของตู้  
ขายสินค้าอัตโนมัติที่น่าเชื่อถือ และการใช้บริการเครื่องซักผ้าหยอดเหรียญอัตโนมัติ ผู้ตอบ  
แบบสอบถามมีทัศนคติเชิงลบต่อตู้ขายสินค้าอัตโนมัติในด้านต่างๆ คือ ราคาของสินค้าในตู้ขาย  
สินค้าอัตโนมัติที่มีราคาแพงกว่าปกติ การเสี่ยงที่ได้สินค้าที่ไม่มีคุณภาพ และตู้ขายสินค้า  
อัตโนมัติชอบกินเหรียญ

2. เพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็นต่อคำถามเชิงบวกและคำถามเชิงลบที่มีต่อผู้ชายยาอัดโนมิติไม่แตกต่างกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ไม่ว่าจะป็นกรณีของหอพัก และห้องเช่าที่เป็นชายล้วน หรือหญิงล้วน ย่อมต้องการผู้ชายยาอัดโนมิติที่ไม่แตกต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติเชิงบวกต่อผู้ชายยาอัดโนมิติในด้านต่างๆ คือ ผู้ชายยาอัดโนมิติให้ความสะดวกในการซื้อยาตลอด 24 ชั่วโมง การเข้ามามีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของผู้ชายยาอัดโนมิติที่มีมากขึ้น การเลือกซื้อยาจากผู้ชายยาอัดโนมิติมากกว่าที่ร้านจำหน่ายอื่นๆ ความทันสมัยของผู้ที่ใช้ผู้ชายยาอัดโนมิติ และถึงแม้ราคาภายในผู้ชายยาอัดโนมิติจะแพงกว่าปกติผู้บริโภคก็สามารถซื้อได้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติเชิงลบต่อผู้ชายยาอัดโนมิติในด้านต่างๆ คือ การเสี่ยงที่จะได้สินค้าที่ไม่มีคุณภาพ และผู้ชายยาสินค้าอัดโนมิติชอบกินเหรียญ
3. จากการวิเคราะห์โดยเทคนิคการทางคณิตศาสตร์โดยการให้คะแนน และตัวกลางเลขคณิตถ่วงน้ำหนักกับประเภทยาที่ผู้บริโภคต้องการให้จำหน่ายในผู้ชายยาอัดโนมิติ และความถี่ในการซื้อ ยา พบว่า 3 อันดับแรกที่ผู้บริโภคต้องการ คือ ยาบรรเทาปวดลดไข้ อันดับสองคือ ยาบรรเทาอาการปวดกล้ามเนื้อ แมลงกัดต่อย และอันดับสามคือ ยาดมหรือทาแก้เวียน หน้ามืด คัดจมูก
4. เมื่อวิเคราะห์การถดถอยของการซื้อยาจากผู้ชายยาอัดโนมิติ พบว่า ร้อยละโดยเฉลี่ยที่จะตัดสินใจซื้อสินค้าในผู้ชายยาอัดโนมิติมีค่าเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ถ้าระยะเวลาในการติดตั้งผู้ชายยาอัดโนมิติมีระยะเวลาสั้นขึ้น และมีการพัฒนาระบบอย่างต่อเนื่อง
5. จากการวิเคราะห์ราคาสินค้าสูงสุดที่ผู้บริโภคเต็มใจที่จะซื้อจากผู้ชายยาอัดโนมิติ พบว่า ราคาสินค้าสูงสุดโดยเฉลี่ยเท่ากับ 40.24 บาท และราคาสินค้าสูงสุดที่ผู้บริโภคเต็มใจที่จะซื้อจากผู้ชายยาอัดโนมิติเปรียบเทียบระหว่างเพศ พบว่าไม่มีความแตกต่างกัน นั่นหมายความว่า กรณีหอพักและห้องเช่าชายล้วนหรือหญิงล้วนเต็มใจที่จะซื้อจากผู้ชายยาอัดโนมิติในราคาสูงสุดที่ไม่แตกต่างกัน
6. การบริการเสริมในอนาคตที่ผู้บริโภคต้องการจากผู้ชายยาอัดโนมิติเพิ่มเติม โดยเรียงจากมากไปหาน้อย คือ ความสามารถในการวินิจฉัยโรคเบื้องต้น เครื่องชั่งน้ำหนัก เครื่องวัดอุณหภูมิ เครื่องวัดความดันโลหิต และเครื่องวัดอัตราการเต้นของหัวใจ
7. สื่อโฆษณาที่ผู้บริโภคต้องการให้ลงโฆษณาเกี่ยวกับผู้ชายยาอัดโนมิติมากที่สุดคือ สื่อโฆษณาทางทีวี รองลงมา คือ สื่อสิ่งพิมพ์ ป้ายโฆษณา วิทยุ ตามลำดับ แสดงว่า สื่อโฆษณาทางทีวีเข้าถึงผู้บริโภคมากที่สุด





2. Male and female have similar opinions towards positive questions and negative questions about drug vending machines which indicate that the consumers who live in apartments and male or female hostels want to have the same drug vending machines. The questionnaire responders have positive attitudes towards drug vending machines in several ways which are drug vending machines provide convenience to buy medicines for 24 hours, the rising roles of drug vending machines in daily life, the rate of buying medicines from drug vending machines is higher than that of drugstores, the modern of drug vending machines users and the consumers' abilities to buy more expensive medicines from drug vending machines. Besides, the negative attitudes of the questionnaire responders towards drug vending machines are the risk to receive low-quality goods and the vending machines sometimes take the coins without giving goods.
3. From the analysis by giving scores technique and Weighted Arithmetic Mean with the sorts of drugs which consumers need them selling in drug vending machines and the frequency of buying medicines found that the first three requirements of consumers are that, the first, analgesic and antipyretic medicines, the second is muscular pain-relievers and insect-bite relievers and the third is inhalers or ointment to relieve dizziness and stuffy nose.
4. When analyzing the regression of buying from drug vending machines found that the average percentage of decision to buy medicines from drug vending machines is steadily increasing if the time of providing drug vending machines is longer and there is continual improvement of the system.
5. From the analysis of the highest price which the consumers are willing to buy from drug vending machines found that the average of the highest price is 40.24 baht and the highest price which the consumers are willing to buy from drug vending machines comparing between genders are not different. Therefore, the consumers who live in male or female apartments or hostels are willing to buy from drug vending machines the highest price as the same.
6. The extra services which the consumers need from drug vending machines by priority are the ability to early diagnose, weighing-machines, thermometers, blood pressure meters and heartbeat meters.
7. The media which consumers want the most to advertise about drug vending machine is television. The next in rank are publishing, advertising boards and radio. Therefore, advertisement on television can reach the most.