

การศึกษาเปรียบเทียบลักษณะผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจและพฤติกรรมการ  
ใช้ยาสามัญและยาต้นแบบของแพทย์



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด  
ตุลาคม 2554

การศึกษาเปรียบเทียบลักษณะผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจและพฤติกรรมการ  
ใช้ยาสามัญและยาต้นแบบของแพทย์



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

ตุลาคม 2554

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การศึกษาเปรียบเทียบลักษณะผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจและพฤติกรรมการ  
ใช้ยาสามัญและยาต้นแบบของแพทย์



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด  
ตุลาคม 2554

สมเกียรติ รุ่งนิริติชัย. (2554). การศึกษาเปรียบเทียบลักษณะผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบของแพทย์. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์: อาจารย์ ดร.พนิต กุลศิริ.

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาเปรียบเทียบลักษณะผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจ โดยรวมและพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบของแพทย์  
ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ลักษณะประชากรศาสตร์ ลักษณะผลิตภัณฑ์และความพึงพอใจ  
3 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณภาพ ด้านกายภาพ ด้านตราสินค้า ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการใช้ยา  
สามัญและยาต้นแบบ

กลุ่มตัวอย่างคือ แพทย์ที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลรัฐบาลและเอกชนในกรุงเทพมหานคร  
จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ  
ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วย Paired t-test, Independent  
t-test, One-Way Anova และ สถิติการวิเคราะห์เชิงถดถอยพหุฐาน(Multiple Regression Analysis)

ผลการทดสอบสมมติฐาน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า

1. แพทย์เห็นว่ายาสามัญและยาต้นแบบมีลักษณะผลิตภัณฑ์และความพึงพอใจโดยรวม  
แตกต่างกัน
2. พฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบของแพทย์แตกต่างกัน
3. พฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบมีความสัมพันธ์กับ เพศ อายุ สถานที่ทำงาน  
หลัก และอายุงานของแพทย์
4. พฤติกรรมการใช้ยาสามัญมีความสัมพันธ์กับลักษณะผลิตภัณฑ์ด้านตราสินค้า  
ด้านคุณภาพและความพึงพอใจโดยรวมด้านคุณภาพของยาสามัญ
5. พฤติกรรมการใช้ยาต้นแบบมีความสัมพันธ์กับลักษณะผลิตภัณฑ์ด้านคุณภาพ  
ด้านกายภาพและความพึงพอใจโดยรวมด้านคุณภาพของยาต้นแบบ

THE COMPARATIVE STUDY ON PRODUCT ATTRIBUTES,  
SATISFACTION AND PRESCRIPTION OF PHYSICIANS TOWARD  
GENERIC AND ORIGINAL DRUG



Presented in Partial Fulfillment of the Requirement for the  
Master of Business Administration degree in Marketing  
at Srinakharinwirot University

October 2011

Somkiat Rungnirattisai. (2011). *The comparative study on product attributes, satisfaction and prescription of physicians toward generic and original drug*: Master's Project, M.B.A.(Marketing). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor: Dr.Panid Kulsiri.

The purpose of this research was to conduct a comparative on product attributes, satisfaction and prescription of physicians toward generic and original drug. The independent variables include demographic characteristics, product attributes and satisfaction of quality, physical evidence and brand of drugs. The dependent variable is the physician's prescription of generic and original drug.

Samples were 400 physicians of government and private hospitals in Bangkok. Questionnaires were used for data collection. The analytical methods include percentage, mean, standard deviation. Hypotheses were tested by the method of Paired t-test, Independent t-test, One-Way Anova and Multiple Regression Analysis.

Results of the hypotheses testing at the statistical significance level of 0.05 are as follows:

1. Physician's view and satisfaction toward original and generic drug are different.
2. The physician's prescriptions of original and generic drug are different.
3. The physician's prescriptions of generic and original drug have relationship with gender, age, type of hospital and length of work experience.
4. The physician's prescription of generic drug has relationship with brand of drugs, quality and satisfaction of quality.
5. The physician's prescription of original drug has relationship with quality, physical evidence and satisfaction of quality.

## ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากความกรุณาเป็นอย่างยิ่งของ อาจารย์ ดร. พนิต กุลศิริ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ที่กรุณาให้คำปรึกษา คำแนะนำตลอดจนให้ความช่วยเหลือในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ใน การจัดทำงานวิจัยนี้ทุกขั้นตอน ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ผู้วิจัยกราบขอบคุณ รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา ประธานกรรมการบริหารหลักสูตร ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.ธนภูมิ อติเวทิน และอาจารย์ ดร.ไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์ ที่กรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจแบบสอบถาม และขอขอบพระคุณคณาจารย์ภาควิชาบริหารธุรกิจและอาจารย์พิเศษหลักสูตรบริหารธุรกิจทุกท่านที่ได้กรุณาอบรมสั่งสอนวิชาความรู้ที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง สิ่งสำคัญที่สุด ขอกราบขอบคุณครอบครัว บิดา มารดาที่มีส่วนช่วย สนับสนุนและภรรยาที่ให้กำลังใจ ทำให้ผู้วิจัยประสบความสำเร็จในการศึกษา และมีแนวทางในการดำเนินชีวิตที่ประสบความสำเร็จได้ สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอใ้งานวิจัยนี้เป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ และผู้ที่สนใจทุกท่าน

สมเกียรติ รุ่งนริตติชัย

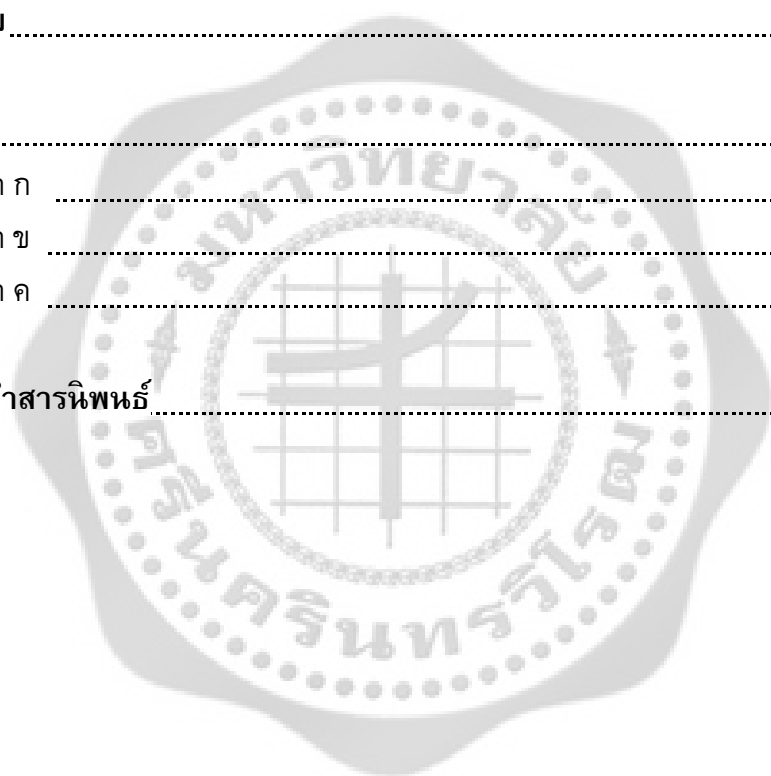
# สารบัญ

บทที่	หน้า
<b>1 บทนำ</b> .....	1
ภูมิหลัง .....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย .....	2
ความสำคัญของการวิจัย .....	3
ขอบเขตของการวิจัย .....	3
ประชากร และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย .....	3
ตัวแปรที่ศึกษา .....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	7
สมมติฐานในการวิจัย .....	8
<b>2 เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b> .....	9
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค .....	9
แนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ .....	12
แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ .....	17
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	20
<b>3 วิธีดำเนินการวิจัย</b> .....	23
การกำหนดประชากร และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง .....	23
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า .....	24
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	28
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล .....	29
<b>4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b> .....	38
ลักษณะประชากรศาสตร์ .....	39
ความคิดเห็นต่อลักษณะผลิตภัณฑ์ยาสามัญ และยาต้นแบบ .....	41
ความพึงพอใจโดยรวมต่อยาสามัญ และยาต้นแบบ .....	44
พฤติกรรมการใช้ยาสามัญ และยาต้นแบบ .....	45
ผลการทดสอบสมมติฐานยาสามัญ และยาต้นแบบ .....	45



## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	68
สรุปผลการศึกษา.....	72
อภิปรายผล.....	77
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย.....	78
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป .....	79
บรรณานุกรม.....	80
ภาคผนวก .....	83
ภาคผนวก ก .....	84
ภาคผนวก ข .....	89
ภาคผนวก ค .....	91
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	93



## บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 มูลค่าตลาดยาโรงพยาบาลปี 2551-2553 (IMS Health กันยายน 2553).....	1
2 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม.....	28
3 จำนวนและอัตราส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	39
4 จำนวนและอัตราส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	39
5 จำนวนและอัตราส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสาขาที่เชี่ยวชาญ.....	40
6 จำนวนและอัตราส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานที่ทำงานหลัก.....	40
7 จำนวนและอัตราส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุงาน.....	41
8 จำนวนและอัตราส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นต่อ ลักษณะผลิตภัณฑ์ยาสามัญ และยาต้นแบบ ด้านคุณภาพ.....	41
9 จำนวนและอัตราส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นต่อ ลักษณะผลิตภัณฑ์ยาสามัญ และยาต้นแบบ ด้านลักษณะทางกายภาพ.....	42
10 จำนวนและอัตราส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นต่อ ลักษณะผลิตภัณฑ์ยาสามัญ และยาต้นแบบ ด้านตราสินค้า.....	43
11 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจโดยรวมต่อยา สามัญและยาต้นแบบ .....	44
12 จำนวนและอัตราส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสัดส่วนในการใช้ ยากับคนไข้.....	45
13 เปรียบเทียบค่าความแตกต่างระหว่างความเห็นต่อยาสามัญและยาต้นแบบ ในด้านคุณภาพ.....	45
14 เปรียบเทียบค่าความแตกต่างระหว่างความเห็นต่อยาสามัญและยาต้นแบบ ในด้านลักษณะทางกายภาพ.....	46
15 เปรียบเทียบค่าความแตกต่างระหว่างความเห็นต่อยาสามัญและยาต้นแบบ ในด้านตราสินค้า.....	47
16 เปรียบเทียบค่าความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจต่อยาสามัญและยา ต้นแบบในด้านคุณภาพ.....	47
17 เปรียบเทียบค่าความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจต่อยาสามัญและยา ต้นแบบในด้านลักษณะทางกายภาพ.....	48

## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
18 เปรียบเทียบค่าความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจต่อยาสามัญและยา ต้นแบบในด้านตราสินค้า.....	49
19 พฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบของแพทย์ จำแนกตามเพศ.....	49
20 พฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบของแพทย์จำแนกตามอายุ.....	51
21 ผลเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญของ แพทย์ จำแนกตามอายุ .....	52
22 ผลเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมในการใช้ยาต้นแบบของ แพทย์ จำแนกตามอายุ.....	53
23 พฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบของแพทย์ จำแนกตามสาขาเชี่ยวชาญ....	54
24 พฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบของแพทย์ จำแนกตามสถานที่ทำงาน.....	56
25 พฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบของแพทย์จำแนกตามอายุงาน.....	58
26 ผลเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญของแพทย์ จำแนกตามอายุงาน.....	59
27 ผลเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมในการใช้ยาต้นแบบของ แพทย์ จำแนกตามอายุงาน.....	60
28 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ลักษณะผลิตภัณฑ์ยาสามัญ กับตัวแปรตามพฤติกรรมการใช้ยาสามัญ โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ.....	61
29 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ลักษณะผลิตภัณฑ์ยาต้นแบบ กับตัวแปรตามพฤติกรรมการใช้ยาต้นแบบ โดยการวิเคราะห์ ความถดถอย เชิงพหุ.....	62
30 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ความพึงพอใจโดยรวมใน การใช้ยาสามัญ กับตัวแปรตามพฤติกรรมการใช้ยาสามัญ โดยการ วิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ.....	64
31 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ความพึงพอใจโดยรวม ในการใช้ยาต้นแบบ กับตัวแปรตามพฤติกรรมการใช้ยาต้นแบบ โดย การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ.....	65
32 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานข้อ 1-6.....	67
33 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานข้อ 7-15.....	67

# บทที่ 1

## บทนำ

### ภูมิหลัง

ยารักษาโรคเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่มีความจำเป็นสำหรับมนุษย์ ตลาดยาในเมืองไทยถือว่าเป็นตลาดที่น่าสนใจ เพราะมีมูลค่าตลาดแต่ละปีที่สูง และมีแนวโน้มที่ปรับตัวสูงขึ้น มีบริษัทต่างชาติจำนวนมากและบริษัทในไทยอีกหลายบริษัทที่เข้ามาแข่งขันโดยเฉพาะในตลาดโรงพยาบาล ตามรายงานของ IMS Health พบว่า ตลาดยาโรงพยาบาลของประเทศไทยมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ตามตาราง 1)

ตาราง 1 มูลค่าตลาดยาโรงพยาบาลปี 2551-2553 (IMS Health กันยายน 2553)

	2551	2552	2553
Q1	18,276 ล้านบาท	19,231 ล้านบาท	20,636 ล้านบาท
Q2	19,135 ล้านบาท	20,554 ล้านบาท	20,807 ล้านบาท
Q3	19,211 ล้านบาท	20,840 ล้านบาท	20,993 ล้านบาท
Q4	21,569 ล้านบาท	22,240 ล้านบาท	-
รวม	78,643 ล้านบาท	82,867 ล้านบาท	62,437 ล้านบาท

ยารักษาโรคที่จำหน่ายสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ ยาต้นแบบ คือ ยาที่ผ่านการวิจัยพัฒนาและผ่านการศึกษารับรองว่ามีคุณสมบัติในการรักษาซึ่งจะมีสิทธิบัตรในการรับรองและยาสามัญ คือ ยาที่ผลิตขึ้นมาจากหลังยาต้นแบบได้รับการรับรองให้ใช้และหมดสิทธิบัตรซึ่งมีสูตรหรือตัวยาที่เหมือนกับยาต้นแบบ จากตาราง พบว่าปี 2553 สิ้นสุดที่เดือนกันยายน 2553 มีมูลค่าตลาดยาโรงพยาบาลสูงถึง 62,437 ล้านบาท โตขึ้นจากปี 2552 ที่ผ่านมามีมูลค่า 60,626 ล้านบาท โดยผู้ผลิตตลาดยาต่างประเทศหรือยาต้นแบบ (Original) มีส่วนแบ่งตลาดในช่องทางโรงพยาบาล (Hospital Channel) ร้อยละ 76 ผู้ผลิตยาในประเทศหรือยาสามัญ (Local Made) มีส่วนแบ่งตลาดช่องทางโรงพยาบาลเพียงร้อยละ 24

มูลค่าตลาดยาที่สูงในโรงพยาบาล ส่งผลที่เด่นชัดต่อระบบสุขภาพของประเทศ ทำให้ประเทศต้องใช้งบประมาณรายจ่ายด้านสุขภาพที่สูง ดังตัวอย่าง ค่ารักษาพยาบาลสำหรับระบบสวัสดิการรักษายาบาลข้าราชการได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วจาก 26,043 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2547 เป็น 62,195 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2553 โดยกรมบัญชีกลางได้ชี้แจงว่าร้อยละ 83

ของค่าใช้จ่าย เป็นค่ายา (ข้อมูลจาก กรุงเทพมหานคร 19 กุมภาพันธ์ 2554) นอกจากนี้ กระทรวงสาธารณสุขยังประสบปัญหาโรงพยาบาลในสังกัดจำนวน 830 แห่ง ขาดทุน 1,987 ล้านบาท ในไตรมาส 2 ปี 2553 (ข้อมูลจาก โพสต์ทูเดย์ 28 กันยายน 2553) ค่าใช้จ่ายด้านยาที่สูงดังกล่าว ผลส่วนหนึ่งมาจากการใช้ยาที่มีราคาสูง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นยาต้นแบบที่ต้องนำเข้าจากต่างประเทศ การใช้ยาต้นแบบนอกจากทำให้รายจ่ายด้านสุขภาพของรัฐสูงขึ้นแล้วยังทำให้ผู้บริโภค ได้แก่ คนไข้หรือประชาชนมีรายจ่ายด้านสุขภาพที่สูงเช่นกัน ทำให้ทางกระทรวงสาธารณสุขได้มีนโยบายการในการควบคุมการใช้ยาตามบัญชียาหลักแห่งชาติและส่งเสริมให้ รพต่าง ๆ พิจารณาการสั่งจ่ายยาสามัญซึ่งมีราคาถูกกว่าในการรักษาโรคของผู้ป่วยทดแทนการใช้ยาต้นแบบ เพื่อช่วยในการประหยัดงบประมาณดังกล่าว ถึงกระนั้นก็ตาม พบว่า ยาต้นแบบยังคงสามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดในสัดส่วนที่สูงถึงแม้จะหมดสิทธิบัตรไปแล้ว

ประเด็นปัญหาที่สำคัญเกิดจากผู้ไข้ยา ซึ่งตลาดยาไม่เหมือนตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคทั่ว ๆ ไปตรงที่ผู้บริโภคหรือคนไข้ไม่ได้เป็นผู้เลือกใช้ผลิตภัณฑ์โดยตรงหรือไม่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการเลือกไข้ยา โดยผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจไข้ยาในโรงพยาบาล ได้แก่ แพทย์ การสั่งจ่ายยาจะใช้ดุลยพินิจซึ่งเป็นเหตุผลทางด้านวิชาการ ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ยาส่วนใหญ่ ไม่ว่าจะเป็นในแง่ของประสิทธิภาพ ความปลอดภัย และความคุ้มค่าในการรักษานั้น มักถูกนำเสนอโดยบริษัทยาและวารสารทางการแพทย์ต่าง ๆ และยังมีเหตุผลทางด้านการตลาดของบริษัทยามาเป็นปัจจัยเสริมให้แพทย์ตัดสินใจเลือกไข้ยา ดังนั้น ผู้ผลิตยาแต่ละบริษัทโดยเฉพาะยาต้นแบบ ต่างก็มักกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อมุ่งไปยังแพทย์ให้สนใจใช้ผลิตภัณฑ์ของตน ดังนั้น จึงเป็นที่น่าสนใจว่าการส่งเสริมให้เกิดการใช้ยาสามัญในผู้ป่วยของแพทย์ที่ยังไม่เกิดการตอบสนองที่ดีเกิดจากความพึงพอใจและความเห็นต่อลักษณะผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันหรือไม่ โดยการศึกษาวิจัยในครั้งนี้จึงทำการเปรียบเทียบลักษณะผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบของแพทย์เพื่อนำมาปรับกลยุทธ์ของบริษัทยาเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของแพทย์ผู้ไข้ยาต่อไป

## ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของยาต้นแบบและยาสามัญ
2. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของแพทย์ต่อยาต้นแบบและยาสามัญ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของลักษณะผลิตภัณฑ์และความพึงพอใจต่อพฤติกรรม

การใช้ยาต้นแบบและยาสามัญของแพทย์

## ความสำคัญของการวิจัย

1. ผลของการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการยาสามัญและยาต้นแบบ เพื่อปรับปรุงเปลี่ยนแปลงด้านผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เป็นที่ยอมรับและตอบสนองความต้องการของแพทย์
2. ผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่กำลังจะเข้ามาในธุรกิจยาทั้งยาสามัญและยาต้นแบบเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนออกแบบผลิตภัณฑ์ในการประกอบธุรกิจต่อไป

## ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาค้นคว้านี้เพื่อศึกษาถึง “การศึกษาเปรียบเทียบลักษณะผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบของแพทย์” มีขอบเขตการศึกษาค้นคว้าดังนี้

### ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากร คือ แพทย์ของโรงพยาบาลรัฐบาลและเอกชนในกรุงเทพมหานคร

### กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้เป็นแพทย์ที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลรัฐบาลและเอกชนในกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอน ดังนั้น จึงใช้วิธีการหาค่าจากตารางขนาดตัวอย่างประชากรของ Taro Yamane (Yamane, 1967: 886) และระดับค่าความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 (0.05) จึงได้กลุ่มตัวอย่าง 385 ตัวอย่างและสำรองไว้ 15 ตัวอย่างเพื่อสำรองแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิจัยครั้งนี้จึงเท่ากับ 400 ตัวอย่าง และผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง กำหนดโควตา (Quota Sampling) สำหรับโรงพยาบาลรัฐ 300 คน โรงพยาบาลเอกชน 100 คน และทำการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling)

### ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรอิสระ แบ่งเป็นดังนี้

1. ด้านประชากรศาสตร์
  - 1.1 เพศ
    - 1.1.1 ชาย
    - 1.1.2 หญิง
  - 1.2 อายุ
    - 1.2.1 น้อยกว่า 26 ปี
    - 1.2.2 26 – 35 ปี
    - 1.2.3 36 – 45 ปี
    - 1.2.4 46 – 55 ปี

- 1.2.5 มากกว่า 55 ปี
- 1.3 สาขาที่เชี่ยวชาญ
  - 1.3.1 อายุรศาสตร์
  - 1.3.2 ศัลยศาสตร์
  - 1.3.3 กุมารเวชศาสตร์
  - 1.3.4 ENT
  - 1.3.5 สูติ – นรีเวช
  - 1.3.6 อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
- 1.4 สถานที่ทำงานหลัก
  - 1.4.1 โรงพยาบาลรัฐ
  - 1.4.2 โรงพยาบาลเอกชน
- 1.5 อายุงาน
  - 1.5.1 ไม่เกิน 1 ปี
  - 1.5.2 มากกว่า 1 ปีและไม่เกิน 10 ปี
  - 1.5.3 มากกว่า 10 ปีและไม่เกิน 20 ปี
  - 1.5.4 มากกว่า 20 ปีและไม่เกิน 30 ปี
  - 1.5.5 มากกว่า 30 ปีขึ้นไป
2. ลักษณะผลิตภัณฑ์
  - 2.1 คุณภาพของผลิตภัณฑ์
  - 2.2 ลักษณะทางกายภาพ
  - 2.3 ราคาสินค้า
3. ความพึงพอใจในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบ
 

ตัวแปรตาม ได้แก่

  1. พฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบ

### นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ยาต้นแบบ หมายถึง ยาที่ผ่านการวิจัยและพัฒนาซึ่งผ่านการศึกษาวิจัยผ่านกระบวนการทดลอง คุณสมบัติในการรักษาโรค และทดลองกับสัตว์ทดลอง เพื่อให้แน่ใจว่าสารนั้นมีฤทธิ์ในการรักษาจริง
2. ยาสามัญ หมายถึง ยาที่ผลิตขึ้นมาหลังจากยาต้นแบบได้รับการรับรอง และอนุมัติให้ใช้ในการรักษาโรคแล้วซึ่งอาจจะลอกเลียนสูตรยาต้นแบบเมื่อยาเหล่านั้นหมดสิทธิบัตรแล้วเพื่อประโยชน์ในการเข้าถึงยาของประชาชน

**3. แพทย์** หมายถึง บุคคลซึ่งได้รับใบอนุญาตเป็นผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรมจากแพทยสภา หรือ องค์กรวิชาชีพที่เทียบเท่า

**3.1. แพทย์ประจำบ้าน** หมายถึง แพทย์ที่กำลังฝึกหัดความชำนาญสาขาใดสาขาหนึ่งในโรงพยาบาล

**3.2. แพทย์ประจำบ้านต่อยอด** หมายถึง แพทย์ที่ศึกษาในระดับบัณฑิตวิทยาลัยให้มีความชำนาญสาขาใดสาขาหนึ่งในโรงพยาบาล

**3.3. อายุรแพทย์** หมายถึง แพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญในการรักษาโรคเฉพาะทาง โดยให้การรักษาด้วยยา

**3.4. กุมารแพทย์** หมายถึง แพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญในการรักษาโรคในเด็ก

**3.5. โสต นาสิก ลาริงซ์วิทยา** หมายถึง แพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญในการรักษาโรคทางหู คอ จมูก

**3.6. ศัลยแพทย์** หมายถึง แพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญในการรักษาโรคเฉพาะทาง โดยให้การรักษาด้วยการผ่าตัด

**3.7. สูติหรือเวชแพทย์** หมายถึง แพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญในการรักษาโรคสตรีและการทำคลอด

**4. โรงพยาบาล** หมายถึง สถานพยาบาลที่จัดให้บริการผู้ป่วยโดยสามารถรับผู้ป่วยไว้ค้างคืนเกินสามสิบเตียงขึ้นไป ซึ่งมี บริการด้านเวชกรรม ด้านการพยาบาล ด้านเภสัชกรรม และด้านเทคนิคการแพทย์เป็นอย่างน้อยและอาจจะมีบริการด้านทันตกรรมหรือด้านการประกอบโรคศิลปะอื่น ๆ โดยแบ่งเป็น 2 ประเภท ดังนี้

**4.1. โรงพยาบาลรัฐ** หมายถึง สถานพยาบาลในสังกัด กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงกลาโหม กระทรวงยุติธรรม กระทรวงศึกษาธิการ หน่วยงานอิสระ องค์กรอิสระ รัฐวิสาหกิจ

**4.2. โรงพยาบาลเอกชน** หมายถึง สถานพยาบาลในสังกัดขององค์กรศาสนา สังกัดมูลนิธิต่าง ๆ โรงพยาบาลของบริษัทต่าง ๆ

**5. ลักษณะผลิตภัณฑ์** หมายถึง คุณภาพผลิตภัณฑ์ ลักษณะทางกายภาพ และตราสินค้า ดังนี้

**5.1. คุณภาพผลิตภัณฑ์** หมายถึง การที่ยามีผลการศึกษารองรับ ไม่มีอาการข้างเคียง มีข้อมูลในเอกสารกำกับยาครบถ้วน มีการใช้ในโรงเรียนแพทย์

**5.2. ลักษณะทางกายภาพ** หมายถึง ลักษณะรูปทรงของยามีความสะดวกในการใช้ ฉลากมีความชัดเจนรายละเอียดครบถ้วน ได้แก่ บอกส่วนประกอบ วันผลิต วันหมดอายุ บรรจุภัณฑ์มีลักษณะทันสมัย สะอาด



**5.3. ตราสินค้า** หมายถึง แหล่งกำเนิดมีความชัดเจนและน่าเชื่อถือ ชื่อเสียงของบริษัทเป็นที่รู้จักแพร่หลาย ตราสินค้านี้มีความน่าเชื่อถือในด้านเทคโนโลยี ในด้านความสามารถเฉพาะทางและชื่อบริษัทเป็นที่รู้จักคุ้นเคย

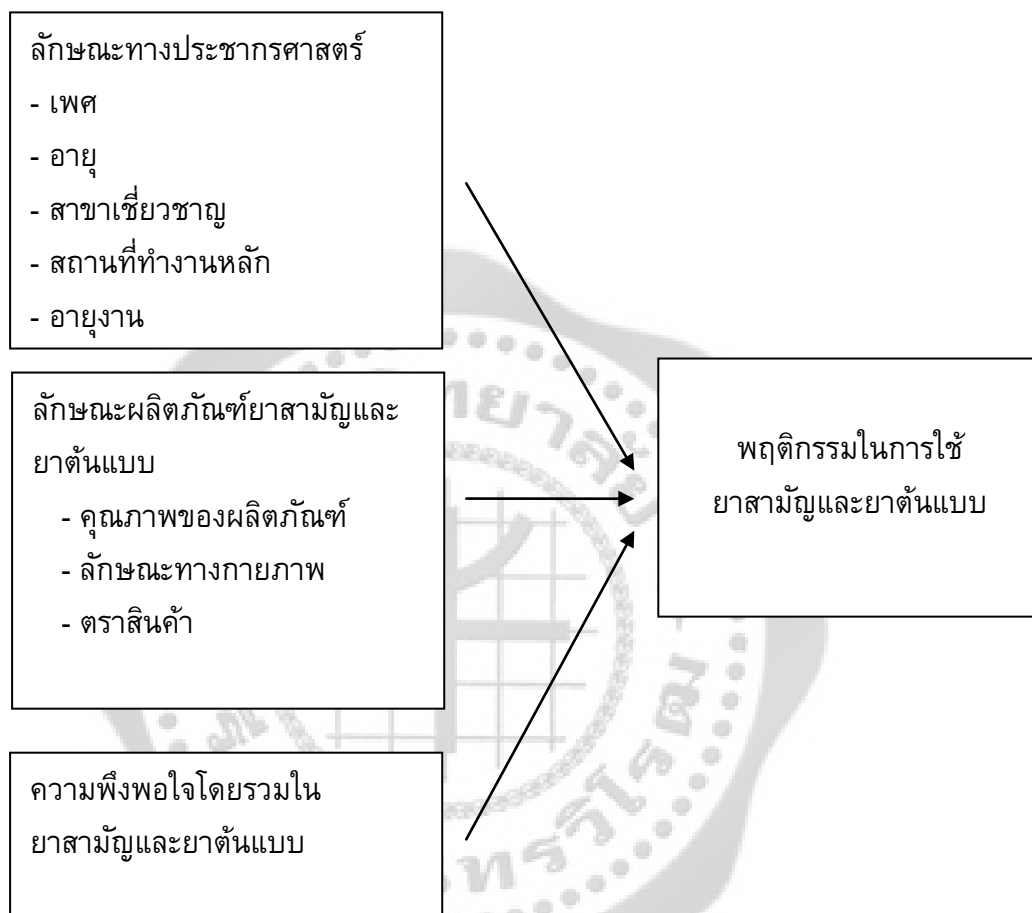
**6. ความพึงพอใจ** หมายถึง ความพึงพอใจในด้านคุณภาพ ความพึงพอใจในด้านลักษณะทางกายภาพ ความพึงพอใจในด้านตราสินค้าของยาสามัญและยาต้นแบบ

**7. พฤติกรรมในการใช้ยา** หมายถึง การกระทำของแพทย์ในการสั่งจ่ายยาให้แก่ผู้ป่วย ได้แก่ สัดส่วนในการสั่งจ่ายยาสามัญและยาต้นแบบแก่ผู้ป่วย



## กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบลักษณะผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบของแพทย์” มีกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังนี้



## สมมติฐานในการวิจัย

1. แพทย์เห็นว่ายาสามัญและยาต้นแบบมีคุณภาพแตกต่างกัน
2. แพทย์เห็นว่ายาสามัญและยาต้นแบบมีลักษณะทางกายภาพแตกต่างกัน
3. แพทย์เห็นว่ายาสามัญและยาต้นแบบมีลักษณะด้านตราสินค้าแตกต่างกัน
4. ความพึงพอใจในด้านคุณภาพยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน
5. ความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน
6. ความพึงพอใจด้านตราสินค้ายาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน
7. เพศชายและหญิงมีพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน
8. กลุ่มอายุอย่างน้อย 2 กลุ่มมีพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน
9. กลุ่มสาขาเชี่ยวชาญอย่างน้อย 2 กลุ่มมีพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน
10. แพทย์ที่มีสถานที่ทำงานหลักในโรงพยาบาลรัฐและโรงพยาบาลเอกชนมีพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน
11. กลุ่มอายุอย่างน้อย 2 กลุ่มมีพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน
12. ลักษณะผลิตภัณฑ์ยาสามัญมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาสามัญ
13. ลักษณะผลิตภัณฑ์ยาต้นแบบมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาต้นแบบ
14. ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้ยาสามัญมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาสามัญ
15. ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้ยาต้นแบบมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาต้นแบบ

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบลักษณะผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบของแพทย์” เป็นการศึกษาความเห็นต่อลักษณะผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบของแพทย์ เพื่อนำไปสู่การปรับกลยุทธ์ของบริษัทที่เหมาะสมต่อความต้องการของแพทย์ จึงต้องศึกษาทำความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปใช้เป็นกรอบสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้โดยผู้วิจัยได้สรุปแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

1. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
2. แนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
3. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

เสรี วงษ์มณฑา (2542: 32) กล่าวว่า ผู้บริโภค (Consumer) คือผู้ที่มีความต้องการซื้อ (Need) มีอำนาจซื้อ (Purchasing power) ทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ (Purchasing behavior) และพฤติกรรมการใช้ (Using behavior) ดังนี้

1. ผู้บริโภคเป็นบุคคลที่มีความต้องการ (Needs) การที่จะถือว่าใครเป็นผู้บริโภคนั้น บุคคลนั้น ต้องมีความต้องการผลิตภัณฑ์ แต่ถ้าบุคคลนั้น ไม่มีความต้องการก็จะไม่ใช่ผู้บริโภค ความต้องการนั้นต้องเป็นนามธรรม เป็นความต้องการพื้นฐานเบื้องต้นที่ไม่ใช่กล่าวถึงสินค้า แต่กล่าวถึงสิ่งที่เกิดขึ้น เกี่ยวกับตัวบุคคล สินค้าต่าง ๆ ก็สามารถนำออกมาขายเพื่อตอบสนองความต้องการขั้น ปฐมภูมิได้

2. ผู้บริโภคเป็นผู้ที่มีอำนาจซื้อ (Purchasing power) ผู้บริโภคจะมีแต่เพียงความต้องการอย่างเดียวไม่ได้แต่ต้องมีอำนาจซื้อด้วย ฉะนั้น การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค ต้องวิเคราะห์ไปที่ตัวเงินของผู้บริโภคด้วย

3. การเกิดพฤติกรรมการซื้อ (Purchasing behavior) ผู้บริโภคซื้อที่ไหน ซื้อเมื่อใด ใคร เป็นคนซื้อใช้มาตรการอะไรในการตัดสินใจซื้ออย่างน้อยแค่ไหน

4. พฤติกรรมการใช้ (Using behavior) ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้อย่างไร เช่น ซื้อกี่ครั้ง ครั่งละเท่าไร ซื้อกับใครเป็นต้น พฤติกรรมของผู้บริโภคถูกกำหนดด้วยลักษณะทางกายภาพ(Physical) และลักษณะทางกายภาพถูกกำหนดด้วยสภาพจิตวิทยา (Psychological) สภาพจิตวิทยาถูกกำหนดด้วยครอบครัว(Family)ครอบครัวถูกกำหนดด้วยสังคม (Social) รวมถึงสังคมถูกกำหนดด้วย วัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น (Cultural) ซึ่งทั้งหมดนี้ต้องคำนึงถึงพฤติกรรมการซื้อและพฤติกรรมการใช้ของผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541: 124) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง การศึกษาพฤติกรรม การตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้า นักการตลาดจำเป็นต้องศึกษา และวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคด้วยเหตุผลหลายประการ คือ

1. พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจ และมีผลทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ถ้ากลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้
2. เพื่อสอดคล้องกับแนวคิดทางการตลาด (Marketing Concept) ที่ว่าการทำให้ลูกค้าพอใจด้วยเหตุนี้จึงต้องศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อจัดตั้งกระตุ้นกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้

สมจิตร์ ล้วนจำเริญ (2541: 22-24) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง การกระทำของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับ และใช้สินค้าหรือบริการ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อน และที่เป็นตัวกำหนดให้เกิดการกระทำต่าง ๆ พฤติกรรมผู้บริโภคมีความใกล้ชิดกับอย่างมาก โดยที่ผู้บริโภคจะมีกระบวนการซื้อในร้านค้าปลีกจากการตั้งใจไปซื้อสินค้าที่ต้องการ หรืออาจเกิดจากไม่ได้ตั้งใจซื้อสินค้าแต่ไปเดินดูแล้วเห็นจึงเกิดความต้องการ

#### โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค

คอตเลอร์ (Kotler, 2003: 183-200) กล่าวถึง โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior model) เป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่เกิดสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการสิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อแล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision) จุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่มีสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ในเกิดความต้องการก่อนแล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) ดังนั้น โมเดลนี้จึงอาจเรียกว่า S-R Theory โดยมีรายละเอียดของทฤษฎีดังนี้

สิ่งกระตุ้นภายนอก

สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการสร้างขึ้นเพื่อดึงดูดผู้บริโภค ให้เกิดความต้องการซื้อสินค้าและบริการ โดยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งใช้ในการกระตุ้น มีดังนี้

- สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงามเพื่อกระตุ้นความต้องการ

- สิ่งกระตุ้นด้านราคา (Price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาจากค่าเป้าหมาย

- สิ่งกระตุ้นด้านช่องทางการจำหน่าย (Distribution หรือ Place) เช่น การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึง เพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภค ถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ

- สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เช่นการแข่งขันทำให้เกิดการดึงดูดการโฆษณาสม่ำเสมอ การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไปเหล่านี้ถือว่าเป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการซื้อ

สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimulus)

เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภค ที่ผู้ประกอบการธุรกิจ ไม่สามารถควบคุมได้ อาจเป็นไปได้ทั้ง ในทางที่จะส่งเสริม หรือเป็นอุปสรรคต่อการบริโภค ได้แก่

- สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ เช่น ภาวะเศรษฐกิจ อัตราดอกเบี้ย รายได้ของผู้บริโภค เป็นต้น

- สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี เช่น เทคโนโลยีในการควบคุมระบบการจัดเก็บสินค้า ระบบบาร์โค้ด ระบบการกระจายสินค้า

- สิ่งกระตุ้นทางด้านกฎหมาย เช่น อัตราการเพิ่ม หรือลดลงในการเก็บภาษีเงินได้มีบทบาทในการเพิ่มขึ้น หรือลดลงในการบริโภค การจำกัดจำนวนสาขาของธุรกิจค้าปลีกต่างชาติ

- สิ่งกระตุ้นทางด้านวัฒนธรรม เช่น ขนบธรรมเนียม ประเพณี เทศกาล อาจมีผลทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้าปริมาณมากกว่าราคาถูก

กล่องดำหรือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box)

เป็นความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อที่เปรียบเสมือนกล่องดำ (Black box) ซึ่งผู้ผลิต หรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคที่ได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้บริโภค และชั้น ตอนการตัดสินใจของผู้บริโภคมีดังนี้

- ลักษณะของผู้ซื้อ (Buyer Characteristics) ลักษณะของผู้บริโภคมีอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ คือปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา

- กระบวนการตัดสินใจซื้อ ของผู้ซื้อ (Buyer's Response) ประกอบด้วยขั้นตอน คือ การรับรู้ความต้องการ (ปัญหา) การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมภายหลังการซื้อกระบวนการนี้จะยากง่าย และใช้เวลามากหรือน้อยจะขึ้นอยู่กับประเภทของผลิตภัณฑ์ คุณภาพ ราคา การส่งเสริมการจำหน่าย ตลอดจนตัวผู้ตัดสินใจเอง บางครั้ง การซื้อ อาจไม่ได้ดำเนินไปจนถึงสิ้นสุดกระบวนการ เพราะผู้บริโภคอาจเปลี่ยนใจหรือมีอุปสรรค บางครั้งพฤติกรรมการบริโภคเกิดขึ้นเป็นประจำ

การตอบสนองของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค หรือผู้ซื้อ (Buyer's purchase decisions) ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

- การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product choice)

- การเลือกตราสินค้า (Brand choice)

- การเลือกผู้ขาย (Dealer choice)

- การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase timing)
- การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase amount)

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในข้างต้นนี้ ทางผู้วิจัยได้นำแนวคิดต่าง ๆ มาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบสอบถามทดลองจนนำมาใช้ในการวางสมมติฐานเพื่อการค้นคว้าวิจัยในครั้งนี้

## 2. แนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

นพรัตน์ ภูมิวุฒิสาร (2543: 2-4) ได้กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นส่วนประสมทางการตลาดตัวที่หนึ่งที่สำคัญ หมายถึง สินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าอุตสาหกรรม และการบริการ ในด้านการออกแบบรูปร่าง สี สัน การใช้ชื่อยี่ห้อ การบริการ และสัญลักษณ์ เป็นต้น
2. ราคา (Price) เป็นส่วนประสมทางการตลาดชนิดเดียวที่ปรากฏขึ้นกับผลิตภัณฑ์ทุกชนิด ต้องกำหนดราคาให้เหมาะสมกับส่วนประสมตัวอื่น ๆ
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง ช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า ช่องทางการจัดจำหน่ายประกอบด้วยคนกลางที่ธุรกิจใช้ในการนำผลิตภัณฑ์ไปสู่ผู้ซื้อขั้นสุดท้าย หรือการจัดจำหน่ายโดยตรงไปยังลูกค้า
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นกิจกรรมทางการตลาดที่มีความสำคัญอย่างมาก และเป็นเครื่องมือของการติดต่อสื่อสารทางการตลาด

เสรี วงษ์มณฑา (2542: 9) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่น่าเสนอต่อผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ต้องมีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า คุณค่าของสินค้าในรูปตัวเงิน ก็คือ ราคาของสินค้า โดยผู้ขายจะเป็นผู้กำหนดราคา ผลิตภัณฑ์ ผู้ซื้อจะเกิดการตัดสินใจซื้อก็ต่อเมื่อ มีการยอมรับในสินค้านั้นผลิตภัณฑ์คือ สิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของมนุษย์เป็นคุณสมบัติที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ตลอดจนผลประโยชน์ที่คาดหวัง ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย สินค้า บริการ และความคิด ซึ่งสินค้า (Goods) เป็นสิ่งที่สัมผัสได้ แต่บริการ (Service) สัมผัสไม่ได้ เกิดจากการใช้ความพยายามของมนุษย์ ส่วนความคิด (Idea) อาจจะเป็นปรัชญา บทเรียน แนวคิดและ ข้อเสนอแนะ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2543: 18-25) ได้อธิบายถึง คุณสมบัติที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ที่นักการตลาดต้องคำนึงถึง ดังนี้

1. คุณภาพผลิตภัณฑ์ (Product quality) เป็นการวัดการทำงานและวัดความคงทนของผลิตภัณฑ์เกณฑ์ในการวัดคุณภาพถือหลักความพึงพอใจของลูกค้าและคุณภาพที่เหนือกว่าคู่แข่งอื่น ถ้าสินค้าคุณภาพต่ำผู้ซื้อจะไม่ซื้อซ้ำ ถ้าสินค้าคุณภาพสูงเกินอำนาจของผู้บริโภคสินค้าก็ขายไม่ได้ เช่น เตาอบไมโครเวฟทำงานได้หลายอย่างคือ ตั้งเวลาอบ ปิ้ง ตุ่น ตุ่น ผัด เป็นต้น แต่ราคาสูงมากสินค้าก็ขายได้น้อย นักการตลาดต้องพิจารณาว่าสินค้าควรมีคุณภาพ

ระดับใดบ้าง และต้นทุนเท่าใดจึงจะเป็นที่พอใจของผู้บริโภค รวมทั้งคุณภาพสินค้าต้องสม่ำเสมอ และมีมาตรฐานเพื่อที่จะสร้างการยอมรับ ความเชื่อถือที่มีต่อสินค้าทุกครั้งที่ซื้อ ดังนั้นผู้ผลิตจึงต้องมีการควบคุมคุณภาพสินค้า (Quality control) อยู่เสมอ

2. ลักษณะทางกายภาพของสินค้า (Physical characteristics of goods) เป็นรูปร่างลักษณะที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ และสามารถรับรู้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส เช่น รูปร่าง ลักษณะ รูปแบบ บรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า เป็นต้น

3. ราคา (Price) เป็นจำนวนเงินที่บุคคลจ่ายเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการ ซึ่งแสดงเป็นมูลค่าที่ผู้บริโภคจ่ายเพื่อแลกเปลี่ยนกับผลประโยชน์ที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการ การตัดสินใจด้านราคาไม่จำเป็นต้องเป็นราคาสูงหรือราคาต่ำ แต่เป็นราคาที่ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ในคุณค่า (Perceived value) คือ ถ้าผู้บริโภคมองเห็นว่าสินค้ามีคุณค่าเราสารตั้งราคาสูงได้และการปรับราคาขึ้นราคาหรือลดราคาต้องพิจารณาถึงความอ่อนไหวด้านราคาของผู้บริโภคด้วย

4. ชื่อเสียงของผู้ขายหรือตราสินค้า (Brand) หมายถึงชื่อ (Name) คำ (Term) สัญลักษณ์ (Symbol) การออกแบบ (Design) หรือส่วนประสมของสิ่งดังกล่าว เพื่อระบุถึงสินค้าหรือบริการของผู้ขายรายใดรายหนึ่งหรือกลุ่มของผู้ขายเพื่อแสดงถึงลักษณะที่แตกต่างจากคู่แข่ง (Kotler, 2000: 404) การตัดสินใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์บางชนิดนั้นขึ้นอยู่กับชื่อเสียงของผู้ขายหรือตราสินค้า โดยเฉพาะสินค้าที่เจาะจงชื่อ (Specialty goods) เช่น กระเป๋าหลุยส์ วิกตอง นาฬิกาโรโต้ รถเบนซ์ ซึ่งเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อด้วยเหตุผลด้านจิตวิทยาไม่ใช่เหตุผลทางด้านเศรษฐกิจหรือประโยชน์ที่ได้รับ เช่นตัดสินใจซื้อเพราะต้องการเป็นที่ยอมรับในสังคม เนื่องจากผลิตภัณฑ์เป็นตัวชี้สถานะภาพของผู้ใช้ ซึ่งถือว่าเป็นความต้องการด้านจิตวิทยา ด้วยเหตุนี้ทางการตลาดจึงต้องมีการพัฒนาคุณค่าตราสินค้า (Brand equity) กล่าวคือ ต้องมีการใช้เครื่องมือการตลาดไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์หรือการสื่อสารการตลาดต่าง ๆ เพื่อเพิ่มคุณค่า (Value added) ให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ลูกค้าเกิดการรับรู้ (Perceive value) คุณค่าตราสินค้านั้น ๆ จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่ทางการตลาดจะต้องคำนึงเพื่อพัฒนาตราสินค้าให้มีคุณค่าต่อสินค้า

5. บรรจุภัณฑ์ (Packing) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องในการออกแบบ และการผลิตสิ่งบรรจุหรือสิ่งห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์เป็นตัวทำให้เกิดการรับรู้ คือการมองเห็นสินค้าเมื่อลูกค้าเกิดการยอมรับในบรรจุภัณฑ์ก็จะนำไปสู่การจูงใจให้เกิดความต้องการซื้อ และเกิดการตัดสินใจซื้อในที่สุด ดังนั้นบรรจุภัณฑ์จึงต้องโดดเด่น โดยอาจแสดงถึงตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของสินค้านั้น เช่นมองแล้วรู้ว่าเป็นน้ำยาซักผ้า เป็นน้ำยาทำความสะอาดพื้น เป็นผงซักฟอก ซึ่งเป็นบรรจุภัณฑ์ควรแสดงตำแหน่งของสินค้าให้ชัดเจนนั่นคือบรรจุภัณฑ์จะต้องเป็นตัวขายตัวเองในชั้นวาง โดยเฉพาะสินค้าสะดวกซื้อซึ่งอยู่ในซูเปอร์มาร์เก็ตต่าง ๆ บรรจุภัณฑ์จะต้องมีความโดดเด่นในชั้นวาง



6. การออกแบบผลิตภัณฑ์ (Design) เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบ ลักษณะ การบรรจุหีบห่อ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการณ์ของผู้บริโภค ดังนั้นการ ออกแบบจึงมีความสำคัญมากสำหรับสินค้าต่าง ๆ เช่น รถยนต์ เฟอร์นิเจอร์ เสื้อผ้า เครื่องใช้ใน คริวเรือน ดังนั้น ผู้ผลิตที่มีผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบจึงต้องศึกษาความต้องการของผู้บริโภค เพื่อออกแบบสินค้าให้ดึงดูดความสนใจและให้เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค นอกจากนี้การออกแบบ ยังใช้เป็นเกณฑ์ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างกัน (Product differentiation) โดยคำนึงถึงเหตุ จูงใจให้ลูกค้าซื้อสินค้าทั้งด้านเหตุผลและด้านอารมณ์

7. การรับประกัน (Warranty) และการประกันสินค้า (Guarantee) มีความหมายต่างกัน ดังนี้

การรับประกันหรือใบรับประกัน (Warranty) เป็นเอกสารซึ่งมีข้อความที่ระบุถึงการ รับประกันสินค้า ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายจะชดเชยให้กับผู้ซื้อ เมื่อผลิตภัณฑ์ไม่สามารถทำงาน ภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้การรับประกันเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการแข่งขัน โดยเฉพาะ สินค้าประเภทรถยนต์ เครื่องใช้ในบ้าน และเครื่องจักรเพราะเป็นการลดความเสี่ยงจากการซื้อ สินค้าของลูกค้า รวมทั้งการสร้างเชื่อมั่น ฉะนั้นนักการตลาดจึงเสนอการรับประกันเป็น หลายลักษณะอักษรหรือด้วยคำพูด โดยทั่วไปการรับประกันจะระบุประเด็นสำคัญ 3 ประเด็น คือ (1) การรับประกันเป็นหลายลักษณะอักษรหรือด้วยคำพูด ผู้ซื้อจะร้องเรียนที่ไหน กับใคร อย่างไร เมื่อสินค้ามีปัญหา (2) การรับประกันจะต้องให้ผู้บริโภคทราบล่วงหน้าก่อนการซื้อ (3) การรับประกัน จะต้องระบุเงื่อนไขการรับประกันทางด้านระยะเวลาขอเขตความรับผิดชอบและเงื่อนไขอื่น ๆ

ตัวอย่าง หลายบริษัทได้เสนอการบริการการบำรุงรักษาและซ่อมแซม โดยใช้เป็น ส่วนหนึ่งของโปรแกรมเพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า หรือเพิ่มยอดขาย เช่น ตัวแทนขายรถยนต์ จะต้องมีการซ่อมแซม และบำรุงรักษา ลูกค้าแต่ละรายจะมีความต้องการคำแนะนำในการ ให้บริการ ในการซ่อมแซมและบำรุงรักษารถยนต์ หลายบริษัทได้เพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ โดยการติดตั้งการฝึกอบรม การให้คำแนะนำ หรือการให้บริการอื่น ๆ ด้วยเหตุนี้การรับประกัน เป็นส่วนที่สร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ที่เหนือกว่าคู่แข่ง และนำไปสู่ความพึงพอใจ ลูกค้าเพิ่มขึ้นและยอดขายจะมากขึ้นด้วย

การประกันสินค้าหรือบริการ (Guarantee) เป็นข้อความที่ยืนยันว่าผลิตภัณฑ์สามารถ ทำงานได้เป็นที่พึงพอใจหรือมีการประกันว่าถ้าสินค้าใช้ไม่ได้ผลยินดีคืนเงิน

8. สี (Color) สีของผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งเชิญชวนและจูงใจให้เกิดการซื้อ เพราะสีทำให้เกิดอารมณ์ด้านจิตวิทยา เครื่องมือการตลาดไม่ว่าจะเป็นสถานบันเทิงต่าง ๆ ก็ใช้สีเข้ามาช่วย อย่างมาก หรือแม้กระทั่งการโฆษณาส่งเสริมการขายต่าง ๆ ก็ใช้สีเข้ามาช่วยถึงให้เกิดการรับรู้ (Perception) ทำให้โดดเด่นเป็นลักษณะความต้องการด้านจิตวิทยาของมนุษย์ที่ว่าสินค้าแต่ละชิ้น จะมีการตัดสินใจซื้อจากการเลือกสี เช่น การตัดสินใจซื้อรถยนต์ ปัจจัยที่สำคัญมากในการตัดสินใจ คือสี รถยุโรปจะมีความพิถีพิถันในเรื่องสีมาก มักจะเป็นสีทันสมัยไม่ใช่สีเดียวโดด แต่เป็นสีผสม มีนวัตกรรมด้านสี (Color innovation) นอกจากนี้สียังสื่อถึงตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product positioning) เช่น แชมพูคลินิกสูตรเย็นจะใช้สีฟ้า เพื่อต้องการสื่อความหมายว่าใช้แล้วจะรู้สึกเย็น สินค้า บางประเภทเป็นสินค้าอนุรักษ์สภาพแวดล้อม เป็นการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อม (Green marketing) ก็จะใช้สีเขียวเป็นต้น

9. การให้บริการ (Servicing) การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค บางครั้งก็ขึ้นอยู่กับนโยบายการให้บริการแก่ลูกค้าของผู้ขายหรือผู้ผลิต ตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคมักจะซื้อสินค้ากับร้านค้าที่ให้บริการดีและถูกใจ ในปัจจุบันผู้บริโภคมีแนวโน้มจะเรียกร้อง บริการจากผู้ขายมากขึ้น เช่น บริการสินเชื่อ บริการส่งของ บริการซ่อมแซม ในการผลิตสินค้าผู้ผลิตอาจให้บริการเอง หรือผ่านคนกลาง โดยคำนึงถึง ความสมดุลระหว่างต้นทุนและการควบคุมระดับความพอใจที่จะให้แก่ลูกค้า

10. วัตถุดิบ (Raw material) หรือวัสดุที่ใช้ในการผลิต (Material) ผู้ผลิตมีทางเลือกที่จะใช้วัตถุดิบหรือวัสดุหลายอย่างในการผลิต เช่น ผ้า อาจจะใช้ผ้าไหม ผ้าฝ้าย ไยสังเคราะห์ หรือเครื่องสำอางสามารถใช้วัตถุดิบที่แตกต่างกันได้ ฯลฯ ซึ่งในการตัดสินใจเรื่องนี้ผู้ผลิตต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคว่า พอใจแค่ไหน ตลอดจนต้องพิจารณาถึงต้นทุนในการผลิตและความสามารถในการจัดหาวัตถุดิบด้วย

11. ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ (Product safety) และภาวะจากผลิตภัณฑ์ (Product liability) ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ (Product safety) เป็นประเด็นที่สำคัญมากที่ธุรกิจต้องเผชิญ และยังเป็นประเด็นที่สำคัญมากที่ธุรกิจต้องเผชิญ และยังเป็นประเด็นปัญหาด้านจริยธรรมทั้งธุรกิจและผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ปลอดภัยทำให้ผู้ผลิตหรือผู้ขายเกิดภาวะจากผลิตภัณฑ์ (Product liability) ซึ่งเป็นสมรรถภาพของผลิตภัณฑ์ที่ทำให้เกิดการทำลายหรือเป็นอันตรายสำหรับผู้ผลิตที่ต้องรับผิดชอบ ซึ่งในประเด็นนี้เป็นสาเหตุให้ธุรกิจต้องมีการรับประกัน (Product warranty) ขึ้น

สินค้าบางชนิดความปลอดภัยเป็นเรื่องสำคัญมาก เช่นรถยนต์ เครื่องไฟฟ้า เครื่องทำน้ำร้อน เครื่องเป่าผม ฯลฯ สินค้าเหล่านี้ถ้าออกแบบไม่ปลอดภัย หรือให้รายละเอียดวิธีการใช้ไม่เพียงพอจะมีผลต่อชื่อเสียงของผู้ผลิต จึงต้องให้ความสำคัญต่อการออกแบบและการทดสอบความปลอดภัยก่อนนำออกจำหน่าย ในปัจจุบันผู้บริโภคมีความตื่นตัวในเรื่องนี้มาก เพราะมีองค์การที่ให้ความรู้แก่ผู้บริโภค เช่น คณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค กระทรวงสาธารณสุข โดยจะทำให้ข่าวสารเตือนกับสินค้าและตราสินค้าที่ไม่ปลอดภัย

12. มาตรฐาน (Standard) เมื่อมีเทคโนโลยีใหม่เกิดขึ้น จะต้องคำนึงถึงประโยชน์และมาตรฐานของเทคโนโลยีนั้น ผลิตภัณฑ์จำนวนมากในตลาด เช่น เครื่องข่ายการส่งข้อมูล วิทยุ โทรศัพท์ และโทรศัพท์ จะต้องมีการออกแบบที่ได้มาตรฐาน มาตรฐานเหล่านี้มีการควบคุมโดยสมาคมผู้ประกอบการอาชีพ และหน่วยงานรัฐบาลทั้งในระดับประเทศและระดับโลก ตัวอย่างการใช้โทรศัพท์มือถือจะเป็นอันตรายต่อผู้ใช้ อย่างไรก็ตามการที่กำหนดมาตรฐานการผลิตขึ้นมากก็จะช่วยควบคุมคุณภาพ และความปลอดภัยต่อผู้ใช้

13. ความเข้ากันได้ (Compatibility) เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้า และสามารถนำไปใช้ได้ดีในทางปฏิบัติโดยไม่เกิดปัญหาในการใช้ ตัวอย่าง แผ่นซีดีรอม จะเข้ากันได้กับมหาวิทยาลัยที่มีเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัยและมีระบบวีดีโอโปรเจคเตอร์ที่ฉายไปยังจอใหญ่ได้

14. คุณค่าผลิตภัณฑ์ (Product value) เป็นลักษณะผลตอบแทนที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์ซึ่งผู้บริโภคต้องเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าที่เกิดจากความพึงพอใจในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่สูงกว่าต้นทุน (ราคาสินค้า) ที่ผู้บริโภคซื้อ

15. ความหลากหลายของสินค้า (Variety) ผู้ซื้อส่วนมากพอใจที่จะเลือกซื้อสินค้าที่มีให้เลือกมากในรูปแบบของสี กลิ่น รส ขนาด การบรรจุหีบห่อ แบบ ลักษณะ และคุณภาพ เนื่องจากผู้บริโภคมีความต้องการที่แตกต่างกัน ดังนั้น ผู้จำหน่ายจำเป็นต้องมีสินค้าให้เลือกมากเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคที่แตกต่างกันได้ดียิ่งขึ้น

คอตเลอร์ (ทวารวณ แสงสุวรรณ. 2547: 538; อ้างอิงจาก Kotler. 2003) ได้กล่าวถึงตราสินค้าว่าเป็นสัญลักษณ์ที่มีความสลับซับซ้อน สามารถสื่อความหมายได้ 6 ระดับ ดังนี้

1. คุณสมบัติ (Attributes) ตราสินค้าทำให้นึกถึงคุณสมบัติหรือคุณลักษณะที่แน่ชัดของผลิตภัณฑ์ เช่น Mercedes ทำให้นึกถึงรถยนต์ราคาแพง การผลิตยอดเยี่ยม งานวิศวกรรมเป็นเลิศ ทนทาน และเกียรติภูมิศักดิ์ศรีสูง

2. คุณประโยชน์ (Benefits) คุณสมบัติต้องแปลออกมาเป็นคุณประโยชน์ตามหน้าที่ และคุณประโยชน์ทางอารมณ์เช่น “ความทนทาน” แสดงให้เห็นคุณประโยชน์ตามหน้าที่การใช้งาน “ผมไม่จำเป็นต้องซื้อรถไปอีกหลายปี” หรือคุณสมบัติ “ราคาแพง” แสดงให้เห็นคุณประโยชน์ทางอารมณ์ “รถยนต์คันนี้ทำให้ผมรู้สึกเป็นคนสำคัญและได้รับการชื่นชม”

3. คุณค่า (Values) ตราสินค้าบ่งบอกบางสิ่งบางอย่างเกี่ยวกับคุณค่าของผู้ผลิต เช่น Mercedes บ่งบอกถึงสมรรถนะการทำงาน ความปลอดภัย และเกียรติภูมิสูง

4. วัฒนธรรม (Culture) ตราสินค้าอาจเป็นตัวแทนของวัฒนธรรม เช่น Mercedes เป็นตัวแทนของวัฒนธรรมเยอรมันที่มีระเบียบ ประสิทธิภาพ และคุณภาพสูง

5. บุคลิกภาพ (Personality) ตราสินค้าบ่งชี้ถึงบุคลิกภาพของสินค้า เช่น ถ้าเปรียบ Mercedes เป็นเจ้านายที่เก่ง ถ้าเปรียบเทียบเป็นสัตว์จะเป็นสิงโตเจ้าป่า ถ้าเปรียบเป็นสิ่งของจะเป็นนมหาราชวังที่โอ่อ่าหรูหรา

6. ผู้ใช้ (User) ตราสินค้าชี้ให้เห็นถึงประเภทของผู้บริโภคที่ซื้อใช้ผลิตภัณฑ์ เราอาจคาดได้ว่า จะเห็นผู้บริหารระดับสูงอายุ 55 ปี อยู่หลังพวงมาลัยของรถยนต์ Mercedes ไม่ใช่เลขานุการอายุ 20 ปี

สรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์เป็นหนึ่งในส่วนประสมทางการตลาดที่สำคัญ โดยเฉพาะกับผลิตภัณฑ์ยา ดังนั้น การศึกษานี้ทางผู้วิจัยจะมุ่งที่ศึกษาด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนของคุณภาพลักษณะทางกายภาพและตราสินค้าซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการส่งเสริมการใช้ยากับความพึงพอใจของแพทย์

### 3. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

วาลฟา (Vavra. 1992: 139-142) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคคือความ ยึดมั่นและเชื่อถือได้ของบริษัทผู้ให้บริการในการนำเสนอสินค้าและบริการ ที่เต็มเปี่ยมไปด้วย ความต้องการและความคาดหวังของผู้บริโภคเมื่อมีการสอบถามถึงผู้บริโภคถึงความรู้สึกพึงพอใจ ใด้อย่างไร คำตอบที่ได้ส่วนใหญ่ คือ การได้รับสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง และทันต่อความ ต้องการ รวมทั้งความคาดหวังของผู้บริโภคซึ่งไม่ได้เป็นเรื่องของความรู้สึกเท่านั้น แต่ยังเป็น เรื่องของความสัมพันธ์อีกด้วย ซึ่งมีความเกี่ยวเนื่องกับความคาดหวังของผู้บริโภคด้วย การจะ จัดสินค้าและบริการให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจได้นั้น ต้องผ่านกระบวนการในการทำความเข้าใจ ในความคาดหวังของผู้บริโภคก่อนเสมอ ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะมีขอบเขตเท่าๆกับ ความคาดหวังของผู้บริโภคได้ก็ต่อเมื่อมีผลประโยชน์ที่เป็นจริงเกิดขึ้นแก่ผู้บริโภค ปัญหาอยู่ที่ ว่าความคาดหวังของผู้บริโภคได้เป็นเรื่องที่ผู้บริโภคต้องการจริงหรือไม่ หรือเป็นเพียงอุดมคติ เท่านั้น ส่วนปัญหาของบริษัทคือ จะสามารถสร้างความพึงพอใจของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด อย่งไร โดยไม่ต้องมีการเพิ่มทุนมากเกินไป ซึ่งกล่าวโดยสรุป “ความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็น เรื่องที่สลับซับซ้อนมาก สิ่งสำคัญก็คือ ผู้ทำการตลาดต้องรู้จริงเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการของ บริษัทรวมทั้งกระบวนการที่ผู้บริโภคจะหาซื้อสินค้าหรือบริการนั้นได้หากต้องการผลิตภัณฑ์ที่มี คุณภาพต้องการให้ผู้บริโภคนั้นเป็นผู้บริโภคที่ประจำและต่อเนื่อง และผู้บริโภคมีความพึงพอใจ จะมีการบอกต่อถึงความพึงพอใจในสินค้าและบริการนั้นๆ ให้แก่เพื่อนๆ แต่ถ้าผู้บริโภคเกิด ความไม่พึงพอใจก็จะบอกต่อถึงความไม่พึงพอใจนั้นออกไปเช่นกันและส่วนใหญ่จะมากกว่ากลุ่ม แรกอีกด้วย

คอตเลอร์ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2540: 48-50; อ้างอิงจาก Kotler. 1997) กล่าวคือ ความพึงพอใจคือระดับความรู้สึกของบุคคลที่เป็นผลจากการเปรียบเทียบการทำงานของผลิตภัณฑ์ ตามที่เห็นหรือเข้าใจ กับความคาดหวังของบุคคล ดังนั้น ระดับความพึงพอใจ จึงเป็นฟังก์ชัน ของความแตกต่างระหว่างการทำงานที่มองเห็นหรือเข้าใจ (Perceived Performance) ความ คาดหวัง (Expectations) ความพึงพอใจสามารถแบ่งอย่างกว้างๆ เป็น 3 ระดับด้วยกัน และ ลูกค้ายรายหนึ่งอาจมีประสบการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งใน 3 ระดับนี้ กล่าวคือ หากการทำงานของ ข้อเสนอ (หรือผลิตภัณฑ์) ไม่ตรงกับความคาดหวังลูกค้าย่อมเกิดความไม่พอใจ หากการทำงานของ ข้อเสนอ (หรือผลิตภัณฑ์) ตรงกับความคาดหวังลูกค้าย่อมพอใจ แต่ถ้าเกินกว่าความคาดหวัง ลูกค้าก็ยิ่งพอใจมากขึ้นไปอีก คุณค่ารวมสำหรับผู้บริโภค (Total customer value) เป็นผลรวม ของผลประโยชน์ (Utility) จากผลิตภัณฑ์หรือบริการใดบริการหนึ่ง คุณค่าของผลิตภัณฑ์ พิจารณาจากความแตกต่างทางการแข่งขัน ซึ่งประกอบด้วย ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ความแตกต่างทั้ง 4 ด้านนี้ ก่อให้เกิดคุณค่าผลิตภัณฑ์ 4 ด้าน เช่นกันคือ คุณค่าผลิตภัณฑ์ คุณค่าด้านบริการ คุณค่าด้านบุคลากร และคุณค่าภาพลักษณ์ คุณค่า 4 ประการเรียกว่า คุณค่า ผลิตภัณฑ์รวมในสายตาผู้บริโภค

บริษัทหลายแห่งมีเป้าหมายที่จะสร้างความพึงพอใจในระดับสูง เพราะความพอใจอย่างเต็มที่ไม่สามารถดึงดูดลูกค้าให้อยู่กับตนตลอดไป พวกเขาอาจเปลี่ยนใจไปหาบริษัทอื่น หากได้รับข้อเสนอที่ดีกว่า ดังนั้น ลูกค้าที่ได้รับความพอใจอย่างสูงจะไม่ใช้กลุ่มที่เปลี่ยนใจง่าย ๆ ความพอใจหรือความยินดีในระดับสูงของพวกเขา สร้างความรู้สึกใกล้ชิดทางด้านอารมณ์ต่อตราสินค้าต่างๆ ซึ่งไม่ใช่ความชอบแบบธรรมดาทั่วไป ผลที่ตามมาคือ ความภักดีของลูกค้าในระดับสูงนั่นเอง

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541: 45-48) กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติ ผลิตภัณฑ์ หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์ กับการคาดหวังของลูกค้า ระดับความพึงพอใจของลูกค้าจะเกิดจากความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ และความคาดหวังของบุคคลการคาดหวังของบุคคล (Expectations) เกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ นักการตลาดและฝ่ายอื่นๆที่เกี่ยวข้องจะต้องพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value Added) การสร้างคุณค่าเพิ่มเกิดจากการผลิต (Manufacturing) และการตลาด (Marketing) รวมทั้งมีการทำงานร่วมกันกับฝ่ายต่างๆ โดยจัดหลักการสร้างคุณภาพรวม (Total Quality) คุณค่าเกิดจากความแตกต่าง ทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation) คุณค่าที่มอบให้กับลูกค้าจะต้องมากกว่าต้นทุนของลูกค้า (Cost) ต้นทุนของลูกค้าส่วนใหญ่ ก็คือราคาสินค้า (Price) นั่นเอง

นักการตลาดจะต้องสร้างความแตกต่างทางการแข่งขันและความแตกต่างนั้นจะต้องสามารถสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value added) คุณค่านั้นจะต้องสูงกว่าต้นทุน (Cost) หรือราคาสินค้า (Price) ทั้งนี้ยึดหลักที่ว่า คุณค่า (Value) ที่ส่งมอบแก่ลูกค้าต้องมากกว่าราคาสินค้า (Price) การคาดหวังของลูกค้าหรือผู้บริโภค (Expectation) เกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ เช่น จากเพื่อน จากนักการตลาด และจากข้อมูลคู่แข่ง ซึ่งถ้านักการตลาดส่งเสริมผลิตภัณฑ์ได้เกินจริง ผู้บริโภคจะมีความหวังในผลิตภัณฑ์สูงเกินจริงจะทำให้ผู้ซื้อผิดหวังเมื่อตัดสินใจซื้อ ดังนั้น สิ่งที่สำคัญที่ทำให้บริษัทประสบความสำเร็จคือ การเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีผลประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ (การทำงานของผลิตภัณฑ์) ที่สอดคล้องกับการคาดหวังของผู้ซื้อ โดยยึดหลักการสร้างความพึงพอใจรวมสำหรับลูกค้า (Total customer satisfaction) เครื่องมือในการติดตามและการวัดความพึงพอใจของลูกค้าเป็นวิธีการที่จะติดตามวัดและค้นหาความต้องการของลูกค้า โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ามีปัจจัยที่ต้องคำนึงถึง คือ

1. วิธีการสร้างความพึงพอใจโดยการลดต้นทุนของลูกค้า (ลดราคา) หรือการเพิ่มการบริการและจุดเด่นของสินค้า ซึ่งสิ่งนี้จะมีผลทำให้กำไรของบริษัทลดลง
2. บริษัทต้องสามารถสร้างกำไรโดยการผลิตลงทุน หรือการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (R&D) วิธีการติดตามและวัดความพึงพอใจของลูกค้า สามารถวัดได้ด้วยวิธีการ ดังนี้

## 2.1 ระบบการติเตียนและข้อเสนอแนะ (Complaint and Suggestion Systems)

เป็นการหาข้อมูลทัศนคติของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการทำงานของบริษัท ปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการทำงาน รวมทั้งข้อเสนอแนะต่างๆ

2.2 การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า (Customer satisfaction surveys) จะเป็นการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า เครื่องมือที่ใช้มากคือการวิจัยตลาด

2.3 การเลือกซื้อโดยกลุ่มที่เป็นเป้าหมาย (Ghost shopping) วิธีนี้จะเชิญบุคคลที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อที่มีศักยภาพ ให้วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนในการซื้อสินค้าของบริษัทและคู่แข่ง พร้อมทั้งระบุปัญหาเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ

2.4 การวิเคราะห์ถึงลูกค้าที่สูญเสียไป (Lost customer analysis) จะวิเคราะห์หรือสัมภาษณ์ลูกค้าเดิมที่เปลี่ยนไปใช้ตราสินค้าอื่น เพื่อทราบถึงสาเหตุที่ทำให้ลูกค้าเปลี่ยนใจ

คอตเลอร์ (ธนวรรณ แสงสุวรรณ. 2547: 82-83; อ้างอิงจาก Kotler. 2003) กล่าวถึงความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้า (Total customer satisfaction)

ความพอใจหลังการซื้อของลูกค้าขึ้นอยู่กับปฏิบัติที่เป็นไปตามความคาดหวัง โดยทั่วไปแล้วความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นความรู้สึกของบุคคลที่แสดงความยินดีหรือผิดหวังอันเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบผลลัพธ์ที่ได้จากการใช้สินค้าหรือบริการกับความคาดหวัง

ถ้าผลจากการใช้สินค้าหรือบริการต่ำกว่าความคาดหวังลูกค้าก็จะไม่พอใจ ถ้าผลลัพธ์เป็นไปตามความคาดหวังลูกค้าก็พอใจ และถ้าผลลัพธ์มีค่าเกินความคาดหวังลูกค้าก็ยิ่งพอใจมากขึ้น

ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของลูกค้า (Customer satisfaction) กับความภักดีของลูกค้า (customer loyalty) อาจไม่เป็นสัดส่วนกัน สมมุติว่าการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าถูกกำหนดให้เป็นคะแนนโดยกำหนดเป็น scale (ระดับ) จาก 1 คะแนนถึง 5 คะแนน ถ้าลูกค้าประเมินให้ 1 คะแนนแสดงว่ามีความพึงพอใจในระดับต่ำสุดและจะละทิ้งบริษัทนั้นไป หรือพูดให้บริษัทเสียหาย ณ ระดับ 2-4 ลูกค้าค่อนข้างพึงพอใจ แต่ก็ยังเป็นระดับที่ง่ายต่อการตัดสินใจเปลี่ยนใจไปซื้อจากบริษัทอื่นถ้ามีข้อเสนอที่ดีกว่า ถ้าคะแนนอยู่ในระดับ 5 ลูกค้าจะกลับมาซื้อซ้ำและจะพูดถึงบริษัทในทางที่ดีแพร่ข่าวกันไปปากต่อปากการสร้าง ความพึงพอใจสูงสุดเป็นตัวเชื่อมทางอารมณ์ต่อตราสัญลักษณ์ของบริษัท เกิดความชอบพอบริษัทอย่างมีเหตุผล ผู้บริหารอาวุโสของบริษัท Xerox พบว่า การทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุดทำให้เขากลับมาซื้อซ้ำ (repurchase) ถึง 6 ครั้ง

จากการศึกษาทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจจึงทำให้ผู้วิจัยสามารถทราบถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีส่งผล ผู้วิจัยจึงนำทฤษฎีมาทำกรอบแนวความคิด และออกแบบสอบถาม

#### 4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พิสุทธิ เจริญประยูร และคนอื่นๆ (2536) ทำการศึกษาเรื่อง “การพัฒนาวิธีการหาส่วนแบ่งทางการตลาดยา” เป็นการศึกษาถึงหลักการหรือทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับการหาส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจโดยทั่วไปจากหนังสือและวารสารต่าง ๆ จากนั้นทำการหาข้อมูลที่ได้จากการปฏิบัติจริงของบริษัทยา โดยการสัมภาษณ์นักการตลาดของบริษัทยาทั้งที่เป็นบริษัท Original และบริษัท Local production แล้วนำผลการศึกษาที่ได้มาเปรียบเทียบกันดูว่า บริษัทมีการดำเนินแผนการตลาดอย่างไร มีการยึดหลักทางทฤษฎีในการหาส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจทั่วไปหรือไม่ เหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร ซึ่งผลการศึกษาพบว่าบริษัทยาส่วนใหญ่มีการดำเนินแผนการตลาดโดยยึดทฤษฎีเป็นหลัก แล้วนำมาประยุกต์ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ที่เป็นอยู่ แต่ก็มีบางบริษัทที่ไม่สามารถทำตามทฤษฎีหรือมีการปฏิบัติที่แตกต่างไปทางทฤษฎี เนื่องจากมีข้อจำกัดบางประการ เช่น งบประมาณมีจำกัด การขาดประสบการณ์ในการดำเนินการของนักการตลาด เป็นต้น

นุศราภรณ์ ตติยไพบูลย์ (2538) ศึกษาถึงเรื่อง “Market structure and pricing policy of antibiotic drugs in Thailand” ซึ่งเป็นการศึกษาถึงสภาพและลักษณะทั่วไปของอุตสาหกรรมยาปฏิชีวนะในประเทศไทยโครงสร้างตลาด และทำการประเมินค่าใช้จ่ายที่สามารถประหยัดได้จากการใช้ Generic drugs แทนที่ Branded drugs โดยอาศัยข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโดยใช้แบบสอบถามและค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติมจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงอุตสาหกรรม คณะกรรมการอาหารและยา สมาคมผู้ผลิตเภสัชภัณฑ์แห่งประเทศไทย เป็นต้น และจากการศึกษาพบว่า ตลาดยาปฏิชีวนะไม่ได้มีลักษณะ purely competitive ตาม static microeconomics theory ส่วนในเรื่องการแข่งขันด้านราคา ถือว่าอยู่ในระดับที่รุนแรง โดยผู้นำตลาดส่วนใหญ่จะเป็น Branded drug manufacturers และแม้ว่าสิทธิบัตรคุ้มครอง Branded drug จะหมดลงแล้ว ก็ยังพบว่า Branded drug นั้นยังคงสามารถรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดในสัดส่วนที่สูงได้ ในแง่ของนโยบายด้านราคาพบว่ามีการใช้การแบ่งแยกราคา (Price discrimination) ทั้งใน Generic drug และ Branded drug

นอกจากการแข่งขันด้านราคาแล้ว การแข่งขันที่มีใช้ราคาถือเป็นกลไกหนึ่งที่สำคัญในอุตสาหกรรมนี้ ผู้ศึกษาได้หาค่าความยืดหยุ่นของการทดแทนกัน (Elastic of substitution) ของ Branded drug ด้วย Generic drug ภายใต้โครงสร้างตลาดแบบ Tight oligopoly market และ Dominant market พบว่า มีการแข่งขันกันสูงในอุตสาหกรรม ในขณะที่การกระจุกตัวอยู่ในระดับต่ำ สำหรับค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ของการทดแทนกันของ Branded drug ด้วย Generic ใน Dominant market และกลุ่มยาปฏิชีวนะใหม่ ๆ จะมีค่าความยืดหยุ่นสูง แสดงว่าตลาดนี้มีการบิดเบือนเกิดขึ้น ซึ่งถ้าหากผู้บริโภคยา Generic แทนยา Branded drug จะได้ consumer gain ในขณะที่ Tight oligopoly market และยาปฏิชีวนะเก่า ๆ จะมีค่าความยืดหยุ่นที่ต่ำ ซึ่งเมื่อผู้บริโภคเลือก Generic drug แทน Branded drug จะทำให้เกิด consumer loss ขึ้น

ผู้แทนยาไปคุยกับแพทย์ และการให้ตัวอย่างยา ตามลำดับ และเมื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลต่าง ๆ ข้างต้นกับข้อมูลส่วนตัวของแพทย์พบว่า แพทย์มีความเห็นใกล้เคียงกันในทุกช่วงอายุ และทุกสถานภาพทางการทำงาน ยกเว้นในกลุ่มแพทย์เฉพาะทางที่มีอายุมากกว่า 50 ปี จะให้ความสำคัญกับการส่งแพทย์ไปประชุมในต่างประเทศมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ

ปวีณนุช สุทธิรัตน์ และคนอื่น ๆ (2540) ศึกษาเรื่อง “เครื่องมือทางการตลาดที่ใช้ในการส่งเสริมการขายในตลาดยาแพทย์ใช้ ” ซึ่งเป็นการศึกษาหาเครื่องมือทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพดีในการแข่งขันเพื่อเพิ่มยอดขายของบริษัทยา ซึ่งดำเนินการวิจัยโดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มแพทย์ในกรุงเทพฯ จำนวน 112 คน ผลการศึกษาพบว่า เครื่องมือทางการตลาดที่แพทย์เห็นว่ามีประสิทธิภาพมากที่สุดคือ การให้ข้อมูลยาที่ชัดเจน ครบถ้วน น่าเชื่อถือ และทันสมัย รองลงมาคือ การจัดประชุมวิชาการให้แก่แพทย์ ส่งผู้แทนยาไปคุยกับแพทย์ ตามลำดับ ส่วนเหตุผลหลักที่แพทย์เลือกใช้ยาจะพิจารณาจาก คุณภาพของยาเป็นอันดับแรก ความจำเป็นต้องใช้ และราคา เป็นเหตุผลรอง สำหรับวิธีการทางการตลาดที่แพทย์ได้รับจากบริษัทยามากที่สุดคือการจัดประชุมวิชาการ

วิภินทร์ อึ้งสุวรรณ (2541) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลในการสั่งซื้อยาเซโฟเทกซิมโซเดียม เพื่อการจัดทำแผนการตลาดยาโวลแรนชนิดฉีด ” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบปัจจัยในการสั่งซื้อยาเซโฟเทกซิมโซเดียม ในโรงพยาบาลเอกชน 4 โรงพยาบาลในเขตกรุงเทพมหานคร ทำการศึกษา 4 ปัจจัย ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยระหว่างบุคคล ปัจจัยสิ่งแวดล้อม และปัจจัยภายในองค์กร และเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในทัศนคติของเภสัชกรที่ทำหน้าที่จัดซื้อในโรงพยาบาลเอกชน เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาจัดทำแผนการตลาด เพื่อเพิ่มยอดขายยาเซโฟเทกซิมโซเดียมในตลาดโรงพยาบาลให้สูงขึ้นตามเป้าหมายที่วางไว้ ในปี 2541 พบว่า กลยุทธ์ที่ต้องทำเพื่อเพิ่มยอดขายได้แก่ เพิ่มการรับรู้ในผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าเป้าหมายด้วยส่วนประสมการตลาดต่าง ๆ เพิ่มความสามารถให้พนักงานขายในการให้บริการและการให้รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ สร้างภาพพจน์ของบริษัทให้ดีขึ้น

ศุภานันท์ เลี้ยงสุพงษ์ (2548) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ทัศนคติและพฤติกรรมของแพทย์ที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้ยารักษาเบาหวานชนิดรับประทานระหว่างยาต้นแบบกับยาสามัญในเขตกรุงเทพมหานคร” ซึ่งเป็นการศึกษาแรกที่มีการเปรียบเทียบทัศนคติและพฤติกรรมของแพทย์ในการเลือกใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแต่เป็นการศึกษาเฉพาะยาในกลุ่มเบาหวาน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นอายุแพทย์ อายุระหว่าง 25-35 ปี มีทัศนคติต่อยารักษาเบาหวานของยาต้นแบบแตกต่างจากยาสามัญในด้านคุณภาพยา ด้านประสิทธิผลการใช้ ด้านการสนับสนุนจากบริษัทยาและด้านระบบประกันสุขภาพ



ผลจากการศึกษา แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวทั้งหมดจะเห็นได้ว่าเป็นเนื้อหาข้อมูลพื้นฐานสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ โดยเหตุผลหลักที่แพทย์ตัดสินใจในการเลือกใช้ยา คือด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ คุณภาพของยา และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องยังไม่ได้ศึกษา การเปรียบเทียบลักษณะผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมของแพทย์ในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบ อันเป็นเหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้ยาของแพทย์ที่เกิดขึ้นในประเทศไทย ดังนั้น งานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจึงยังไม่สามารถที่จะตอบข้อสมมติฐานในงานวิจัยครั้งนี้ได้ทั้งหมด เนื่องจากยังมีข้อแตกต่างบางประการที่สนใจศึกษาเพิ่มเติม อย่างไรก็ตามผลจากงานวิจัยต่าง ๆ ได้ถูกนำมาใช้เป็นแนวทางของการศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้



### บทที่ 3

## วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบลักษณะผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบของแพทย์” ในครั้งนี้ผู้วิจัย ได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้าตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

### การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

#### ประชากร

ประชากร คือ แพทย์ของโรงพยาบาลรัฐบาลและเอกชนในกรุงเทพมหานคร

#### การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้เป็นแพทย์ที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลรัฐบาลและเอกชนในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนได้ (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2544: 4) ใช้สูตรการคำนวณ ดังนี้

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

Z แทน ระดับความมั่นใจที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ ที่มีค่าเท่ากับ 95%

โดยที่  $\alpha = .05$  หรือ  $1 - \alpha/2 = .975$  จะทำให้  $Z = Z_{0.975} = 1.96$

e แทน ความคลาดเคลื่อนที่จะยอมให้เกิดขึ้น ได้ โดยกำหนดให้ค่า

ความคลาดเคลื่อน = 0.05

แทนค่าได้ดังนี้

$$\begin{aligned} n &= \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2} \\ &= 385 \text{ ตัวอย่าง} \end{aligned}$$

จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 คน และผู้วิจัยได้สำรองเผื่อแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ไว้ 4% หรือเท่ากับจำนวน 15 คน รวมขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 400 ตัวอย่าง โดยให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามเอง (Self-Administration Questionnaire)

### วิธีการสุ่มตัวอย่าง

โดยใช้วิธีการเลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเก็บตัวอย่างจากโรงพยาบาลรัฐ โรงพยาบาลเอกชน ได้แก่

โรงพยาบาลรัฐ ประกอบด้วย

- โรงเรียนแพทย์ ได้แก่ รพ.ศิริราช รพ.รามาริบัติ รพ.จุฬา

- โรงพยาบาลทั่วไป ได้แก่ รพ.ราชวิถี รพ.พระมงกุฎ รพ.ตากสิน รพ.เลิดสิน รพ.วชิระ

รพ.ตำรวจ

- โรงพยาบาลเอกชน ประกอบด้วย รพ.บำรุงราษฎร์ รพ.กรุงเทพ รพ.พญาไท 1

รพ.รามคำแหง รพ.เกษมราษฎร์ บางแค

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการกำหนดตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) โรงพยาบาลที่ได้รับการเลือกจากขั้นที่ 1 โดยเก็บตัวอย่าง

- โรงเรียนแพทย์ แห่งละ 40 คน

- โรงพยาบาลทั่วไป แห่งละ 30 คน

- โรงพยาบาลเอกชน แห่งละ 20 คน

ขั้นที่ 3 ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลตามความสะดวกของผู้เก็บข้อมูลว่าจะพบแพทย์ท่านใดก่อน ด้วยแบบสอบถามที่จัดเตรียมไว้

### การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

เครื่องมือแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 4 ส่วนใหญ่ ๆ ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 ลักษณะข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเป็นคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว จำนวน 5 ข้อ ได้แก่

ข้อที่ 1 เพศ ได้แก่ เพศหญิง และ เพศชาย เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 อายุ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) โดยกำหนดช่วงอายุ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2542: 110) คำนวณดังนี้

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

ประชากรที่ทำการวิจัยในครั้งนี้คือ แพทย์ผู้ชำนาญในโรงพยาบาลรัฐและเอกชนใน กรุงเทพมหานครที่อายุอยู่ในวัยทำงานหลังจบการศึกษาและในวัยหลังเกษียณอายุตั้งแต่อายุต่ำกว่า 26 – 55 ปีขึ้นไป ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงได้ใช้ช่วงอายุดังกล่าวเป็นเกณฑ์ ในการกำหนดช่วงอายุโดยแบ่งออกเป็น 5 ช่วง ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงอายุ} &= \frac{75-25}{5} \\ &= 10 \end{aligned}$$

โดยแสดงช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในแบบสอบถามดังนี้

- ต่ำกว่า 26 ปี
- 26 - 35 ปี
- 36 - 45 ปี
- 46 - 55 ปี
- มากกว่า 55 ปีขึ้นไป

ข้อที่ 3 สาขาที่เชี่ยวชาญ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 4 สถานที่ทำงานหลักเป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 5 อายุงาน เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) ได้แก่

- ไม่เกิน 1 ปี
- มากกว่า 1 ปีและไม่เกิน 10 ปี
- มากกว่า 10 ปีและไม่เกิน 20 ปี
- มากกว่า 20 ปีและไม่เกิน 30 ปี
- มากกว่า 30 ปีขึ้นไป

## ส่วนที่ 2 ลักษณะผลิตภัณฑ์

เป็นคำถามแบบ (Semantic Differential scale) โดยแยกเป็นรายข้อเรื่องความเห็นของแพทย์ด้านลักษณะผลิตภัณฑ์เป็นคำถามที่กำหนดมาตรวัด 5 ระดับ ดังนี้

คะแนน	ระดับลักษณะ
5	แพทย์เห็นว่ายามีลักษณะนั้นมากที่สุด
4	แพทย์เห็นว่ายามีลักษณะนั้นมาก
3	แพทย์เห็นว่ายามีลักษณะนั้นปานกลาง
2	แพทย์เห็นว่ายามีลักษณะนั้นน้อย
1	แพทย์เห็นว่ายามีลักษณะนั้นน้อยที่สุด

การอภิปรายผลการวิจัยของแบบสอบถามเกี่ยวกับความเห็นของแพทย์ด้านลักษณะผลิตภัณฑ์ที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผลโดยอาศัยสูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้น ดังนี้ (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2544: 29)

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น ที่ต้องการแบ่ง}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้น จะได้เกณฑ์ที่ใช้แปลความหมายดังนี้

คะแนน	ค่าเฉลี่ย	ระดับลักษณะ
5	4.21 - 5.00	หมายถึง ยามีลักษณะนั้นมากที่สุด
4	3.41 - 4.20	หมายถึง ยามีลักษณะนั้นมาก
3	2.61 - 3.40	หมายถึง ยามีลักษณะนั้นปานกลาง
2	1.81 - 2.60	หมายถึง ยามีลักษณะนั้นน้อย
1	1.00 - 1.80	หมายถึง ยามีลักษณะนั้นน้อยที่สุด

### ส่วนที่ 3 เปรียบเทียบความพึงพอใจ

เป็นคำถามแบบ (Semantic Differential scale) โดยแยกเป็นรายข้อแสดงความคิดเห็นในเรื่องความพึงพอใจของแพทย์เป็นคำถามที่กำหนดมาตราวัด 5 ระดับ ดังนี้

คะแนน	ระดับความพึงพอใจ
5	แพทย์พึงพอใจมากที่สุด
4	แพทย์พึงพอใจมาก
3	แพทย์พึงพอใจปานกลาง
2	แพทย์พึงพอใจน้อย
1	แพทย์พึงพอใจน้อยที่สุด

การอภิปรายผลการวิจัยของแบบสอบถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผลโดยอาศัยสูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้น ดังนี้ (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2544: 29)

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น ที่ต้องการแบ่ง}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้น จะได้เกณฑ์ที่ใช้แปลความหมายดังนี้

คะแนน	ค่าเฉลี่ย	ความพึงพอใจ
5	4.21 - 5.00	หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด
4	3.41 - 4.20	หมายถึง พึงพอใจมาก
3	2.61 - 3.40	หมายถึง พึงพอใจปานกลาง
2	1.81 - 2.60	หมายถึง พึงพอใจน้อย
1	1.00 - 1.80	หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด

#### ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการใช้ยา

เป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended Question) จำนวน 1 ข้อ เป็นการวัดข้อมูลแบบอัตราส่วน (Ratio scale)

#### ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

1. ผู้วิจัยศึกษาทฤษฎีทางการตลาด เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภคข้อมูลความเป็นมาสถานการณ์ ระเบียบต่าง ๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากนั้น กำหนดกรอบในการสร้างข้อคำถามตามรายละเอียดที่ได้นำเสนอข้างต้น
2. ศึกษาวิธีสร้างแบบสอบถามจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
3. สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมกรอบแนวคิดในการวิจัย ซึ่งจะต้องครอบคลุมทั้งตัวแปรและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์สำหรับการวิจัยที่กำหนดไว้
4. นำแบบสอบถามเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญเพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของเนื้อหาสาระและความเหมาะสมของภาษาที่ใช้

5. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน และนำมาหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ( $\alpha$  – Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach)

$$\alpha = (k/(k-1)) * [1 - \sum(s_i^2)/s_{sum}^2]$$

เมื่อ  $\alpha$  แทน ค่าความเชื่อมั่นของชุดคำถาม  
 K แทน จำนวนข้อของชุดคำถาม  
 $s_i^2$  แทน ผลรวมของค่าความแปรปรวนของคะแนนเป็นรายข้อ  
 $s_{sum}^2$  แทน ค่าความแปรปรวนของคะแนนของชุดคำถาม

(Cronbach, L. J. 1951. Coefficient alpha and the internal structure of tests.

Psychometrika, 16, 297-334.)

ผลลัพธ์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของชุดคำถาม โดยจะมีค่าระหว่าง  $0 \leq \alpha \leq 1$  ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง โดย Nunnally เสนอว่าค่าที่ยอมรับได้ คือ 0.7 (Nunnally J. C. 1978. Psychometric theory)

ผลจากการหาค่าความเชื่อมั่น เป็นไปตามตาราง 2

ตาราง 2 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ค่าความเชื่อมั่น	ยาสามัญ	ยาต้นแบบ
ด้านคุณภาพ	0.834	0.779
ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.873	0.752
ด้านตราสินค้า	0.792	0.781

พบว่า แบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้

6. นำแบบสอบถามสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูล (Source of Data) การวิจัยเรื่องนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) โดยมีแหล่งข้อมูลดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ทั้งหน่วยงานของรัฐ และเอกชน ได้แก่ หนังสือทางวิชาการ บทความ วิทยานิพนธ์ และรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. รวบรวมแบบสอบถามตามความต้องการแล้วผู้วิจัยทำการตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

2. ลงรหัสแล้วนำข้อมูลมาบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

การวิเคราะห์ข้อมูล มีขั้นตอนดังนี้

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้โดยใช้สถิติและโปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1.1 วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 5 ข้อ โดยได้นำมาแจกแจงจำนวน ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)

1.2 วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามส่วนที่ 2 การให้ความสำคัญของแพทย์ด้านผลิตภัณฑ์จำนวน 13 ข้อ โดยได้นำมาแจกแจงจำนวน ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

1.3 วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของแพทย์ จำนวน 3 ข้อ โดยได้นำมาแจกแจงจำนวนค่าเฉลี่ย (Mean) และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

1.4 วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามส่วนที่ 4 พฤติกรรมการใช้ยาของแพทย์ โดยได้นำมาแจกแจงจำนวนค่าเฉลี่ย(Mean) และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

## 2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Analysis)

สมมติฐานของการวิจัยครั้งนี้เลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้คือ

2.1 แพทย์เห็นว่ายาสามัญและยาต้นแบบมีคุณภาพแตกต่างกัน

การวิเคราะห์ใช้ค่าสถิติ Paired Sample t-Test เพื่อเปรียบเทียบค่าความแตกต่างระหว่างความเห็นต่อยาสามัญและยาต้นแบบในด้านคุณภาพ

2.2 แพทย์เห็นว่ายาสามัญและยาต้นแบบมีลักษณะทางกายภาพแตกต่างกัน

การวิเคราะห์ใช้ค่าสถิติ Paired Sample t-Test เพื่อเปรียบเทียบค่าความแตกต่างระหว่างความเห็นต่อยาสามัญและยาต้นแบบในด้านลักษณะทางกายภาพ



### 2.3 แพทย์เห็นว่ายาสามัญและยาต้นแบบมีตราสินค้าแตกต่างกัน

การวิเคราะห์ที่ใช้ค่าสถิติ Paired Sample t-Test เพื่อเปรียบเทียบค่าความแตกต่างระหว่างความเห็นต่อยาสามัญและยาต้นแบบในด้านตราสินค้า

### 2.4 ความพึงพอใจในด้านคุณภาพยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน

การวิเคราะห์ที่ใช้ค่าสถิติ Paired Sample t-Test เพื่อเปรียบเทียบค่าความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจด้านคุณภาพของยาสามัญและยาต้นแบบ

### 2.5 ความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน

การวิเคราะห์ที่ใช้ค่าสถิติ Paired Sample t-Test เพื่อเปรียบเทียบค่าความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพของยาสามัญและยาต้นแบบ

### 2.6 ความพึงพอใจด้านตราสินค้ายาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน

การวิเคราะห์ที่ใช้ค่าสถิติ Paired Sample t-Test เพื่อเปรียบเทียบค่าความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจด้านตราสินค้าของยาสามัญและยาต้นแบบ

### 2.7 เพศชายและหญิงมีพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน

การวิเคราะห์ที่ใช้ค่าสถิติ t-test เพื่ออธิบายค่าความแตกต่างระหว่างอายุกับพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบ

### 2.8 กลุ่มอายุอย่างน้อย 2 กลุ่มมีพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน

การวิเคราะห์ที่ใช้ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่ออธิบายค่าความแตกต่างระหว่างกลุ่มอายุกับพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบ

### 2.9 กลุ่มสาขาเชี่ยวชาญอย่างน้อย 2 กลุ่มมีพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน

การวิเคราะห์ที่ใช้ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่ออธิบายค่าความแตกต่างระหว่างกลุ่มสาขาที่เชี่ยวชาญกับพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบ

### 2.10 แพทย์ที่มีสถานที่ทำงานหลักในโรงพยาบาลรัฐและโรงพยาบาลเอกชนมี

พฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน

การวิเคราะห์ที่ใช้ค่าสถิติ t-test เพื่ออธิบายค่าความแตกต่างระหว่างสถานที่ทำงานหลักกับพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบ

### 2.11 กลุ่มอายุงานอย่างน้อย 2 กลุ่มมีพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน

การวิเคราะห์ที่ใช้ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่ออธิบายค่าความแตกต่างระหว่างกลุ่มอายุงานกับพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบ

### 2.12 ลักษณะผลิตภัณฑ์ยาสามัญมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาสามัญ

การวิเคราะห์ที่ใช้ค่า Multiple Regression เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ความเห็นด้านคุณภาพ ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านตราสินค้าของยาสามัญกับพฤติกรรมการใช้ยาสามัญ

2.13 ลักษณะผลิตภัณฑ์ยาต้นแบบมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาต้นแบบ การวิเคราะห์ใช้ค่า Multiple Regression เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการให้ความเห็นด้านคุณภาพ ด้านลักษณะทางกายภาพและด้านตราสินค้าของยาต้นแบบกับพฤติกรรมการใช้ยาต้นแบบ

2.14 ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้ยาสามัญมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาสามัญ

การวิเคราะห์ใช้ค่า Multiple Regression เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจโดยรวมการใช้ยาสามัญกับพฤติกรรมการใช้ยาสามัญ

2.15 ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้ยาต้นแบบมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาต้นแบบ

การวิเคราะห์ใช้ค่า Multiple Regression เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจโดยรวมการใช้ยาต้นแบบกับพฤติกรรมการใช้ยาต้นแบบ

### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐานสำหรับการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

1.1 ร้อยละ ใช้ในการอธิบายลักษณะข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง คำนวณโดยใช้สูตร (อภิสิทธิ์ จันตะนี. 2538: 182) ดังนี้

$$P = \frac{f \times 100}{n}$$

โดยที่ $P$	แทน	ร้อยละ
$f$	แทน	ความถี่ที่สำรวจได้
$n$	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2544: 40) โดยใช้สูตร

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ $\bar{X}$	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ย
$\sum x$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
$n$	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.)  
(กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545: 38)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ	S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง
	$\sum x^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
	$(\sum x)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.4 การหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability of the test) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$ -Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach's alpha coefficient)  
(กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546: 43)

$$\text{Cronbach's alpha : } \alpha = \frac{k \text{ covariance / variance}}{1 + (k - 1) \text{ covariance / variance}}$$

เมื่อ	$\alpha$	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของชุดคำถาม
	k	แทน	จำนวนคำถาม
	$\frac{\text{covariance}}{\text{variance}}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่าง ๆ
		แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าความแปรปรวนของคำถาม

2. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

2.1 ค่า Levene's Statistic (Levene's Test) ใช้เพื่อทดสอบความเท่ากันของค่าแปรปรวน k ประชากร คำนวณโดยใช้สูตร (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546: 148) ดังนี้

$$F = \frac{MSTr}{MSE}$$

สถิติทดสอบ	F	มีองศาอิสระ k-1, n - k
โดยที่	F	แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-test
	MSTr	แทน ค่าแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
	MSE	แทน ค่าแปรปรวนภายในกลุ่ม
	K	แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
	n	แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2.2 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม โดยการทดสอบค่า t-test เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 7 และ 10 (เพศและสถานที่ทำงานหลัก) (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2549: 109) คือ

2.2.1 กรณีที่ค่าแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มเท่ากัน

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{S_p \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}}$$

สถิติทดสอบ  $t$  มีองศาอิสระ  $n_1+n_2 -2$

โดยที่  $t$  แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-test

$x_1, x_2$  แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ 1 และ 2 ตามลำดับ

$S_p$  แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตัวอย่างรวมจากตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม

$n_1, n_2$  แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มที่ 1 และ 2 ตามลำดับ

2.2.2 กรณีที่ค่าแปรปรวนของทั้ง 2 กลุ่มไม่เท่ากัน

$$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

สถิติทดสอบ  $t$  มีองศาอิสระ  $v$

$$v = \frac{(S_1^2/n_1 + S_2^2/n_2)^2}{\frac{S_1^2/n_1}{n_1-1} + \frac{S_2^2/n_2}{n_2-1}}$$

โดยที่  $t$  แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-test

$x_1, x_2$  แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ 1 และ 2 ตามลำดับ

$S_1, S_2$  แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานตัวอย่างของกลุ่มที่ 1 และ 2 ตามลำดับ

$n_1, n_2$  แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มที่ 1 และ 2 ตามลำดับ

$v$  แทน องศาอิสระ

2.3 ค่า F-test (One-way Analysis of Variance ANOVA) หรือการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวโดยทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยดูค่าความแปรปรวนจากตาราง Homogeneity of Variances และจะใช้สถิติวิเคราะห์จากค่า ANOVA(F) หรือ ค่า Brown-Forsythe (B) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 8 9 และ 11 (อายุ สาขา เชื้อชาติ อาชีพ) คำนวณโดยใช้สูตร (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544: 142) ดังนี้

แหล่งความแปรปรวน	$df$	$SS$	$MS$	$F$
ระหว่างประชากร	$k-1$	$SS_b$	$MS_b = \frac{SS_b}{k-1}$	$\frac{MS_b}{MS_w}$
ภายในประชากร	$n-k$	$SS_w$	$MS_w = \frac{SS_w}{n-k}$	
รวม	$n-1$	$S$		

เมื่อ	$k$	แทน	จำนวนกลุ่มของตัวอย่างที่นำมาทดสอบสมมติฐาน
	$N$	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	$F$	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาใน F-distribution
	$SS_b$	แทน	ผลรวมกำลังสองระหว่างกลุ่ม
	$k-1$	แทน	ชั้นแห่งความเป็นอิสระระหว่างกลุ่ม
	$SS_w$	แทน	ผลรวมกำลังสองภายในกลุ่ม (Within Sum of Square)
	$n-k$	แทน	ชั้นแห่งความอิสระภายในกลุ่ม
	$MS_b$	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean Square Between Groups)
	$MS_w$	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม (Mean Square Within Groups)

สูตรการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว Brown-Forsythe (B) (Hartung, 2001: 300) สามารถเขียนได้ ดังนี้

$$B = \frac{MSB}{MSW}$$

$$\text{โดยค่า } MSW = \sum_{i=1}^k \left(1 - \frac{n_i}{N}\right) S_i^2$$

เมื่อ	<i>B</i>	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Brown-forsythe
	<i>MSB</i>	แทน	ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม (Mean Square Between Groups)
	<i>MSW</i>	แทน	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่มสำหรับสถิติ Brown-forsythe (Mean Square Within Groups for Brown-forsythe)
	<i>k</i>	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
	<i>n</i>	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	<i>N</i>	แทน	ขนาดประชากร
	<i>S<sup>2</sup><sub>i</sub></i>	แทน	ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่าง

กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรตามวิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา . 2545: 161)

$$LSD = n - k \sqrt{MSE \left[ \frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right]}$$

เมื่อ	<i>LSD</i>	แทน	ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับประชากรกลุ่มที่ <i>i</i> และ <i>j</i>
	<i>MSE</i>	แทน	ค่า Mean Square Error จากตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน
	<i>k</i>	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทดสอบ
	<i>n</i>	แทน	จำนวนข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด

สูตรการวิเคราะห์ผลต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ Dunnett T3 (Keppel. 1982: 153-155) สามารถเขียนได้ ดังนี้

$$\overline{d}_D = \frac{q_D \sqrt{2(MS_{S/A})}}{\sqrt{S}}$$

เมื่อ	$\overline{d}_D$	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน Dunnett test
	$q_D$	แทน	ค่าจากตาราง Critical values of the Dunnett test
	$MS_{S/A}$	แทน	ค่าความแปรปรวนภายในกลุ่ม
	S	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2.4 การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มแบบไม่เป็นอิสระต่อกันโดยใช้สถิติ Paired t-test ใช้เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อ 1-6 ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545: 250)

$$t = \frac{\bar{d} - d_0}{SD. / \sqrt{n}}$$

เมื่อ	t	แทน	ค่าที่ใช้ในการพิจารณาใน t-test
	$\bar{d}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม
	$d_0$	แทน	ค่าเฉลี่ยภายในกลุ่ม
	SD.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนกลุ่มตัวอย่าง
	n	แทน	จำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่าง

#### 2.5 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression Analysis)

ใช้เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 12-15

การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression Analysis) เป็นการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ k ตัว ( $X_1, X_2, \dots, X_k$ ) ที่มีความสัมพันธ์กับ ตัวแปรตาม Y โดยที่ความสัมพันธ์อยู่ในรูปเชิงเส้น จะได้สมการถดถอยเชิงซ้อน ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง Y และ  $X_1, X_2, \dots, X_k$  ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2538: 292)

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \dots + \beta_k x_k$$

โดยที่  $\beta_0$  = ส่วนตัดแกน Y เมื่อกำหนดให้  $x_1 = x_2 = \dots = x_k = 0$

$\beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \dots + \beta_k x_k$  = เป็นสัมประสิทธิ์ความถดถอยเชิงส่วน (Partial Regression Coefficient)

$\beta_i$  = เป็นค่าที่แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม Y เมื่อตัวแปรอิสระ  $x_i$  เปลี่ยนไป 1 หน่วย โดยที่ตัวแปรอิสระ  $x$  ตัวอื่นๆ มีค่าคงที่





## บทที่ 4

### ผลของการวิจัย

ผลของการวิจัย ผู้ศึกษา ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามแล้ววิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สำหรับการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาแบ่งการนำเสนอข้อมูลออกเป็น 5 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์
- ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นต่อลักษณะผลิตภัณฑ์ยาสามัญ และยาต้นแบบ
- ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจโดยรวมต่อยาสามัญ และยาต้นแบบ
- ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการใช้ยาสามัญ และยาต้นแบบ
- ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐานยาสามัญ และยาต้นแบบ

รายละเอียดของการวิเคราะห์จะนำเสนอด้วยตารางที่แสดงให้เห็นถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการตีความหมายของข้อมูลที่ได้จากตารางเฉพาะบางประเด็นที่สำคัญและเกี่ยวข้องกับเนื้อหาของผลการวิจัยดังนี้

#### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{x}$	แทน ค่าคะแนนเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่าง (Mean)
S.D.	แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-Distribution
F	แทน ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา (F – distribution)
p	แทน ความน่าจะเป็นสำหรับการบอกนัยสำคัญทางสถิติ (Probability)
B	แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย
$\beta$	แทนค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน
$R^2$	แทน ประสิทธิภาพการพยากรณ์
Adjusted $R^2$	แทน ประสิทธิภาพการพยากรณ์ที่ปรับแล้ว
Sig .	แทน ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
Ho	แทน สมมติฐานหลัก
H1	แทน สมมติฐานรอง
*	แทน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

## ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์

ตาราง 3 จำนวนและอัตราส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	อัตราส่วนร้อยละ
ชาย	257	64.3
หญิง	143	35.8
รวม	400	100.0

จากตาราง 3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 257 คน คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 64.3 ส่วนเพศหญิง มี 143 คน คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 35.8 ตามลำดับ

ตาราง 4 จำนวนและอัตราส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	อัตราส่วนร้อยละ
น้อยกว่า 26 ปี	30	7.5
26-35 ปี	156	39.0
36-45 ปี	119	29.8
46-55 ปี	68	17.0
มากกว่า 55 ปี	27	6.8
รวม	400	100.0

จากตาราง 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มอายุ 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมาอยู่ในกลุ่มอายุ 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.8 ส่วนกลุ่มที่มีอายุ มากกว่า 55 ปี มีน้อยที่สุด โดยมีร้อยละ 6.8 ตามลำดับ

ตาราง 5 จำนวนและอัตราส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสาขาที่เชี่ยวชาญ

สาขาที่เชี่ยวชาญ	จำนวน (คน)	อัตราส่วนร้อยละ
อายุรศาสตร์	155	38.8
ศัลยศาสตร์	123	30.8
กุมารเวชศาสตร์	68	17.0
ENT	43	10.8
สูติ-นรีเวช	10	2.5
อื่นๆ	1	0.3
รวม	400	100.0

จากตาราง 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเชี่ยวชาญในสาขาอายุรศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 38.8 รองลงมา มีความเชี่ยวชาญในสาขาศัลยศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 30.8 ส่วนกลุ่มที่มีความเชี่ยวชาญในสาขาอื่นๆ มีน้อยที่สุด โดยมีร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

ตาราง 6 จำนวนและอัตราส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานที่ทำงานหลัก

สถานที่ทำงานหลัก	จำนวน (คน)	อัตราส่วนร้อยละ
โรงพยาบาลรัฐ	292	73.0
โรงพยาบาลเอกชน	108	27.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานที่ทำงานหลักเป็นโรงพยาบาลรัฐ คิดเป็นร้อยละ 73.0 รองลงมา มีสถานที่ทำงานหลักเป็นโรงพยาบาลเอกชน คิดเป็นร้อยละ 27.0 ตามลำดับ

ตาราง 7 จำนวนและอัตราส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุงาน

อายุงาน	จำนวน (คน)	อัตราส่วนร้อยละ
ไม่เกิน 1 ปี	34	8.5
มากกว่า 1 ปีและไม่เกิน 10 ปี	152	38.0
มากกว่า 10 ปีและไม่เกิน 20 ปี	138	34.5
มากกว่า 20 ปีและไม่เกิน 30 ปี	53	13.3
มากกว่า 30 ปีขึ้นไป	23	5.8
รวม	400	100.0

จากตาราง 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุงานมากกว่า 1 ปีและไม่เกิน 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมา กลุ่มที่มีอายุงานมากกว่า 10 ปีและไม่เกิน 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.5 ส่วนกลุ่มที่มีอายุงานมากกว่า 30 ปีขึ้นไปมีน้อยที่สุด โดยมีร้อยละ 5.8 ตามลำดับ

## ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นต่อลักษณะผลิตภัณฑ์ยาสามัญ และยาต้นแบบ

ตาราง 8 จำนวนและอัตราส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นต่อลักษณะผลิตภัณฑ์ยาสามัญ และยาต้นแบบ ด้านคุณภาพ

ลักษณะผลิตภัณฑ์	ระดับความคิดเห็น					
	ยาสามัญ			ยาต้นแบบ		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
<b>ด้านคุณภาพ</b>						
มีผลการศึกษารองรับ	2.41	0.59	น้อย	4.31	0.466	มากที่สุด
อาการข้างเคียงที่เกิดขึ้นน้อย	2.84	0.625	ปานกลาง	4.07	0.398	มาก
มีข้อมูลในเอกสารกำกับยาครบถ้วน	2.97	0.479	ปานกลาง	4.11	0.344	มาก
ผ่านการใช้จากโรงเรียนแพทย์	3.01	0.4	ปานกลาง	4.05	0.332	มาก
รวม	2.81	0.361	ปานกลาง	4.13	0.259	มาก

จากตาราง 8 พบว่าแพทย์มีความคิดเห็นต่อลักษณะผลิตภัณฑ์ยาสามัญด้านคุณภาพ โดยรวมมีระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าลักษณะด้านคุณภาพของยาสามัญที่มีมากกว่าด้านอื่น คือ การผ่านการใช้จากโรงเรียนแพทย์ รองลงมา คือการมีข้อมูลในเอกสารกำกับยาครบถ้วน การมีอาการข้างเคียงที่เกิดขึ้นน้อยและมีผลการศึกษารองรับตามลำดับ

ด้านความคิดเห็นแพทย์ต่อลักษณะผลิตภัณฑ์ยาต้นแบบด้านคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ลักษณะด้านคุณภาพของยาต้นแบบที่มีมากกว่าด้านอื่น คือ การมีผลการศึกษารองรับ รองลงมา คือการมีข้อมูลในเอกสารกำกับยาครบถ้วน การมีอาการข้างเคียงที่เกิดขึ้นน้อยและผ่านการใช้จากโรงเรียนแพทย์ ตามลำดับ

ตาราง 9 จำนวนและอัตราส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นต่อลักษณะผลิตภัณฑ์ยาสามัญ และยาต้นแบบ ด้านลักษณะทางกายภาพ

ลักษณะผลิตภัณฑ์	ระดับความคิดเห็น					
	ยาสามัญ			ยาต้นแบบ		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
<b>ด้านลักษณะทางกายภาพ</b>						
ลักษณะรูปทรงมีความสะดวกในการใช้	2.83	0.56	ปานกลาง	4.04	0.61	มาก
บรรจุภัณฑ์มีความชัดเจนรายละเอียดครบถ้วน	2.91	0.517	ปานกลาง	3.97	0.533	มาก
บรรจุภัณฑ์มีลักษณะทันสมัย สะอาด	2.9	0.464	ปานกลาง	4.01	0.523	มาก
รวม	2.88	0.425	ปานกลาง	4.01	0.48	มาก

จากตาราง 9 พบว่าแพทย์มีความคิดเห็นต่อลักษณะผลิตภัณฑ์ยาสามัญด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ลักษณะทางกายภาพของยาสามัญที่มีมากกว่าด้านอื่น คือ บรรจุภัณฑ์ที่มีความชัดเจนรายละเอียดครบถ้วน รองลงมา คือ บรรจุภัณฑ์มีลักษณะทันสมัย สะอาด และลักษณะรูปทรงมีความสะดวกในการใช้ ตามลำดับ

ด้านความคิดเห็นแพทย์ต่อลักษณะผลิตภัณฑ์ยาต้นแบบด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ลักษณะทางกายภาพของยาสามัญที่มีมากกว่าด้านอื่น คือ ลักษณะรูปทรงมีความสะดวกในการใช้ รองลงมา คือ บรรจุภัณฑ์มีลักษณะทันสมัย สะอาด และบรรจุภัณฑ์มีความชัดเจนรายละเอียดครบถ้วน ตามลำดับ

ตาราง 10 จำนวนและอัตราส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นต่อลักษณะ  
ผลิตภัณฑ์ยาสามัญ และยาต้นแบบ ด้านตราสินค้า

ลักษณะผลิตภัณฑ์	ระดับความคิดเห็น					
	ยาสามัญ			ยาต้นแบบ		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
<b>ด้านตราสินค้า</b>						
แหล่งกำเนิดมีความชัดเจน	2.55	0.655	น้อย	4.17	0.639	มาก
แหล่งกำเนิดมีความน่าเชื่อถือ	2.42	0.616	น้อย	4.29	0.594	มากที่สุด
ชื่อเสียงของบริษัทที่รู้จักแพร่หลาย	2.92	0.471	ปานกลาง	4.27	0.482	มากที่สุด
ตราสินค้ามีความน่าเชื่อถือในด้านเทคโนโลยี	2.91	0.381	ปานกลาง	4.19	0.439	มาก
ตราสินค้ามีความน่าเชื่อถือในด้านความสามารถเฉพาะทาง	2.93	0.412	ปานกลาง	4.23	0.439	มากที่สุด
ชื่อบริษัทเป็นที่รู้จักคุ้นเคย	2.98	0.444	ปานกลาง	4.4	0.501	มากที่สุด
รวม	2.79	0.34	ปานกลาง	4.26	0.327	มากที่สุด

จากตาราง 10 พบว่าแพทย์มีความคิดเห็นต่อลักษณะผลิตภัณฑ์ยาสามัญด้านตราสินค้าโดยรวมในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.79 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ลักษณะด้านตราสินค้าของยาสามัญที่มีมากกว่าด้านอื่น คือ ชื่อบริษัทเป็นที่รู้จักคุ้นเคย รองลงมา คือ ตราสินค้ามีความน่าเชื่อถือในด้านความสามารถเฉพาะทาง ชื่อเสียงของบริษัทที่รู้จักแพร่หลาย ตราสินค้ามีความน่าเชื่อถือในด้านเทคโนโลยี แหล่งกำเนิดมีความชัดเจน และแหล่งกำเนิดมีความน่าเชื่อถือตามลำดับ

ด้านความคิดเห็นแพทย์ต่อลักษณะผลิตภัณฑ์ยาต้นแบบด้านลักษณะด้านตราสินค้าโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ลักษณะด้านตราสินค้าของยาต้นแบบที่มีมากกว่าด้านอื่น คือ ชื่อบริษัทเป็นที่รู้จักคุ้นเคย รองลงมา คือ แหล่งกำเนิดมีความน่าเชื่อถือ ชื่อเสียงของบริษัทที่รู้จักแพร่หลาย ตราสินค้ามีความน่าเชื่อถือในด้านความสามารถเฉพาะทาง ตราสินค้ามีความน่าเชื่อถือในด้านเทคโนโลยี และแหล่งกำเนิดมีความชัดเจน ตามลำดับ

### ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบ

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจโดยรวมต่อยาสามัญและยาต้นแบบ

ความพึงพอใจโดยรวม	ระดับความพึงพอใจโดยรวม					
	ยาสามัญ			ยาต้นแบบ		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ความพึงพอใจด้านคุณภาพ	2.96	0.57	ปานกลาง	4.34	0.50	มากที่สุด
ความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ	3.00	0.49	ปานกลาง	4.09	0.56	มาก
ความพึงพอใจด้านตราสินค้า	3.03	0.50	ปานกลาง	4.42	0.52	มากที่สุด
ความพึงพอใจโดยรวม	2.99	0.42	ปานกลาง	4.28	0.41	มากที่สุด

จากตาราง 11 พบว่า ด้านความพึงพอใจโดยรวมต่อยาสามัญอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าความพึงพอใจโดยรวมของยาสามัญที่มีมากกว่าด้านอื่น คือ ความพึงพอใจในตราสินค้าในระดับพึงพอใจปานกลางมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 รองลงมา คือ ความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพในระดับพึงพอใจปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 และความพึงพอใจด้านคุณภาพอยู่ในอันดับสุดท้ายมีความพึงพอใจในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96

ด้านความพึงพอใจโดยรวมต่อยาต้นแบบอยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าความพึงพอใจโดยรวมของยาต้นแบบที่มีมากกว่าด้านอื่น คือ มีความพึงพอใจในตราสินค้าในระดับพึงพอใจมากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 รองลงมา มีความพึงพอใจด้านคุณภาพในระดับพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 และความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในอันดับสุดท้ายมีระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ยเลขคณิตเท่ากับ 4.09

## ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการใช้ยา

ตาราง 12 จำนวนและอัตราส่วนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสัดส่วนในการใช้ยากับคนไข้

	สัดส่วนในการใช้ยากับคนไข้ (%)			
	$\bar{x}$	S.D.	Min	Max
ยาสามัญญ์ (Generic)	34.58	15.53	10.00	80.00
ยาต้นแบบ (Original)	65.43	15.53	20.00	90.00

จากตาราง 12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีสัดส่วนในการใช้ยาสามัญญ์ร้อยละ 34.58 ใช้ยาต้นแบบ ร้อยละ 65.43 สัดส่วนในการใช้ยาสามัญญ์ที่น้อยที่สุดคือร้อยละ 10.00 มากที่สุดคือ ร้อยละ 80.00 สำหรับยาต้นแบบมีสัดส่วนในการใช้ยากับคนไข้น้อยที่สุดคือ ร้อยละ 20.00 มากที่สุดคือ ร้อยละ 90.00

## ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 แพทย์เห็นว่ายาสามัญญ์และยาต้นแบบมีลักษณะด้านคุณภาพแตกต่างกัน

$H_0$ : ยาสามัญญ์และยาต้นแบบมีลักษณะในด้านคุณภาพไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ยาสามัญญ์และยาต้นแบบมีลักษณะในด้านคุณภาพแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ใช้สถิติ Paired sample t-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  เมื่อ ค่า Sig-(2-tailed) น้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 13 เปรียบเทียบค่าความแตกต่างระหว่างความเห็นต่อยาสามัญญ์และยาต้นแบบในด้านคุณภาพ

ความเห็นของแพทย์	ยาสามัญญ์		ยาต้นแบบ		t	Sig. (2-tailed)	Mean Difference
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.			
ลักษณะด้านคุณภาพ	2.81	0.361	4.13	.259	-59.546*	0.000	-3.2625

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



จากตาราง 13 พบว่า แพทย์มีความเห็นว่ายาสามัญและยาต้นแบบมีลักษณะด้านคุณภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) โดยแพทย์เห็นว่ายาสามัญมีลักษณะด้านคุณภาพน้อยกว่ายาต้นแบบ

**สมมติฐานที่ 2** แพทย์เห็นว่ายาสามัญและยาต้นแบบมีลักษณะทางกายภาพแตกต่างกัน

$H_0$ : ยาสามัญและยาต้นแบบมีลักษณะทางกายภาพไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ยาสามัญและยาต้นแบบมีลักษณะทางกายภาพแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ใช้สถิติ Paired sample t-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  เมื่อ ค่า Sig-(2-tailed) น้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 14 เปรียบเทียบค่าความแตกต่างระหว่างความเห็นต่อยาสามัญและยาต้นแบบในด้านลักษณะทางกายภาพ

ความเห็นของแพทย์	ยาสามัญ		ยาต้นแบบ		t	Sig. (2-tailed)	Mean Difference
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.			
ลักษณะกายภาพ	2.88	0.425	4.01	0.48	-37.587*	0.000	-1.12750

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 14 พบว่า แพทย์มีความเห็นว่ายาสามัญและยาต้นแบบมีลักษณะกายภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) โดยแพทย์เห็นว่ายาสามัญมีลักษณะทางกายภาพด้อยกว่ายาต้นแบบ

**สมมติฐานที่ 3** แพทย์เห็นว่ายาสามัญและยาต้นแบบมีตราสินค้าแตกต่างกัน

$H_0$ : ยาสามัญและยาต้นแบบมีลักษณะด้านตราสินค้าไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ยาสามัญและยาต้นแบบมีลักษณะด้านตราสินค้าแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ใช้สถิติ Paired sample t-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  เมื่อ ค่า Sig-(2-tailed) น้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 15 เปรียบเทียบค่าความแตกต่างระหว่างความเห็นต่อยาสามัญและยาต้นแบบในด้านตราสินค้า

ความเห็นของแพทย์	ยาสามัญ		ยาต้นแบบ		t	Sig. (2-tailed)	Mean Difference
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.			
ลักษณะด้านตราสินค้า	2.79	0.34	4.26	0.327	-66.392*	0.000	-1.47375

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 15 พบว่า แพทย์มีความเห็นว่ายาสามัญและยาต้นแบบมีลักษณะด้านตราสินค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) โดยแพทย์เห็นว่ายาสามัญมีลักษณะด้านตราสินค้าดีกว่ายาต้นแบบ

**สมมติฐานที่ 4** แพทย์มีความพึงพอใจด้านคุณภาพยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน

$H_0$ : ความพึงพอใจด้านคุณภาพยาสามัญและยาต้นแบบไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ความพึงพอใจด้านคุณภาพยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ใช้สถิติ Paired sample t-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  เมื่อ ค่า Sig-(2-tailed) น้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 16 เปรียบเทียบค่าความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจต่อยาสามัญและยาต้นแบบในด้านคุณภาพ

ความพึงพอใจของแพทย์	ยาสามัญ		ยาต้นแบบ		t	Sig. (2-tailed)	Mean Difference
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.			
ด้านคุณภาพ	2.96	0.57	4.34	0.50	-41.528*	0.000	-1.380

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 16 พบว่า แพทย์มีความพึงพอใจต่อยาสามัญและยาต้นแบบด้านคุณภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) โดยแพทย์มีความพึงพอใจต่อยาสามัญด้านคุณภาพน้อยกว่ายาต้นแบบ

**สมมติฐานที่ 5** แพทย์มีความพึงพอใจด้านด้านลักษณะทางกายภาพยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน

$H_0$ : ความพึงพอใจด้านด้านลักษณะทางกายภาพยาสามัญและยาต้นแบบไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ความพึงพอใจด้านด้านลักษณะทางกายภาพยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ใช้สถิติ Paired sample t-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  เมื่อ ค่า Sig-(2-tailed) น้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 17 เปรียบเทียบค่าความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจต่อยาสามัญและยาต้นแบบในด้านลักษณะทางกายภาพ

ความพึงพอใจของแพทย์	ยาสามัญ		ยาต้นแบบ		t	Sig. (2-tailed)	Mean Difference
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.			
ลักษณะทางกายภาพ	3.00	0.49	4.09	0.56	-33.733*	0.000	-1.085

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 17 พบว่า แพทย์มีความพึงพอใจต่อยาสามัญและยาต้นแบบด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) โดยแพทย์มีความพึงพอใจต่อยาสามัญด้านลักษณะทางกายภาพน้อยกว่ายาต้นแบบ

**สมมติฐานที่ 6** แพทย์มีความพึงพอใจด้านตราสินค้ายาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน

$H_0$ : ความพึงพอใจด้านด้านตราสินค้ายาสามัญและยาต้นแบบไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ความพึงพอใจด้านด้านตราสินค้าสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ใช้สถิติ Paired sample t-test ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก  $H_0$  เมื่อ ค่า Sig-(2-tailed) น้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 18 เปรียบเทียบค่าความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจต่อยาสามัญและยาต้นแบบในด้านตราสินค้า

ความพึงพอใจของแพทย์	ยาสามัญ		ยาต้นแบบ		t	Sig. (2-tailed)	Mean Difference
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.			
ด้านตราสินค้า	3.03	0.50	4.42	0.52	-44.016*	0.000	-1.390

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 พบว่า แพทย์มีความพึงพอใจต่อยาสามัญและยาต้นแบบด้านตราสินค้าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) โดยแพทย์มีความพึงพอใจต่อยาสามัญด้านตราสินค้าน้อยกว่ายาต้นแบบ

**สมมติฐานที่ 7** เพศชายและหญิงมีพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน

$H_0$ : เพศชายและหญิงมีพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : เพศชายและหญิงมีพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติ Independent t-test ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 19 พฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบของแพทย์ จำแนกตามเพศ

พฤติกรรมในการใช้ยา	เพศ	$\bar{x}$	S.D.	Levene's Test for Equality of Variances		t	Sig.
				F	Sig.		
ยาสามัญ Equality Variances assumed	ชาย	36.01	15.269	0.165	0.685	2.497*	0.013
	หญิง	31.99	15.701				
ยาต้นแบบ Equality Variances assumed	ชาย	63.99	15.269	0.165	0.685	-2.497*	0.013
	หญิง	68.01	15.701				

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 ผลการทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบ จำแนกตามเพศ โดยใช้ Levene's Test ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบว่า ยาสามัญ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.685 และยาต้นแบบ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.685 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบของเพศชายและเพศหญิง มีค่าความแปรปรวนเท่ากัน จึงใช้ t-test กรณี Equality Variances assumed

ผลการเปรียบเทียบค่าความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบ จำแนกตามเพศโดยใช้สถิติทดสอบ Independent t-test พบว่า ยาสามัญ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.013 และยาต้นแบบ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.013 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า เพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 8** กลุ่มอายุอย่างน้อย 2 กลุ่มมีพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน

$H_0$ : ทุกกลุ่มอายุมีพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : อย่างน้อย 2 กลุ่มอายุมีพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง Levene's Test จะปฏิเสธสมมติฐานหลักของความแปรปรวน ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรองของความแปรปรวน ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มอายุเท่ากันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย F-test และหากค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มอายุไม่เท่ากันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่ามีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน ซึ่งจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อนด้วยวิธี *Least Significant Difference* (LSD) กรณีที่มีค่าความแปรปรวนเท่ากัน และใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 กรณีที่มีค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน เพื่อหาว่าคู่เฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

โดยจะทำการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มอายุจากการทดสอบ Levene's test ซึ่งมีสมมติฐานดังนี้

$H_0$  : ค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มอายุไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มอายุแตกต่างกัน

ตาราง 20 พฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบของแพทย์จำแนกตามอายุ

			พฤติกรรม การใช้ยา		ทดสอบความ แปรปรวน		ทดสอบค่าเฉลี่ย	
	อายุ	N	$\bar{X}$	S.D.	Levene's test	Sig.	Brown- Forsythe	Sig
ยาสามัญ	น้อยกว่า 26 ปี	30	42.17	15.630				
	26-35 ปี	156	32.79	15.505				
	36-45 ปี	119	37.35	12.140				
	46-55 ปี	68	37.43	2.130				
	มากกว่า 55 ปี	27	17.04	1.585				
	รวม	400	34.58	.776	9.093*	.000	15.089*	.000
ยา ต้นแบบ	น้อยกว่า 26 ปี	30	57.83	15.630				
	26-35 ปี	156	67.21	15.505				
	36-45 ปี	119	62.65	12.140				
	46-55 ปี	68	62.57	2.130				
	มากกว่า 55 ปี	27	82.96	1.585				
	รวม	400	65.43	.776	9.093*	.000	15.089*	.000

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 การทดสอบสมมติฐานค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบ จำแนกตามอายุ พบว่า ยาสามัญและยาต้นแบบ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และ 0.000 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบของแต่ละกลุ่มอายุ มีค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน ดังนั้น ใช้ค่า Brown-Forsythe ในการทดสอบความแตกต่าง

จากตาราง 20 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบ จำแนกตามอายุ โดยค่า Brown-Forsythe พบว่า ยาสามัญและยาต้นแบบ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า มีอย่างน้อย 2 กลุ่มอายุที่มีพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เพื่อให้ทราบว่า กลุ่มอายุรายคู่ใดบ้างมีพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน ดังนั้นจึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธีการทดสอบแบบ Dunnett's T3 ผลปรากฏดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 21 ผลเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญของแพทย์ จำแนกตามอายุ

อายุ		< 26 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46-55 ปี	>55 ปี
	$\bar{X}$	42.17	32.79	37.35	37.43	17.04
< 26 ปี	42.17	-	9.38*	4.81	4.74	25.13*
			(0.042)	(0.707)	(0.862)	(0.000)
26-35 ปี	32.79		-	-4.56	-4.64	15.75*
				(0.064)	(0.468)	(0.000)
36-45 ปี	37.35			-	-0.07	20.32*
					(1.000)	(0.000)
46-55 ปี	37.43				-	20.39*
						(0.000)
> 55 ปี	17.04					-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 21 ผลเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญของแพทย์ จำแนกตามอายุ พบว่า แพทย์ที่มีอายุมากกว่า 55 ปี มีพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญน้อยกว่าแพทย์กลุ่มอายุอื่นทั้งหมด และแพทย์ที่มีอายุน้อยกว่า 26 ปีมีพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญมากกว่าแพทย์ที่มีอายุ 26 – 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 22 ผลเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมในการใช้ยาต้นแบบของแพทย์  
จำแนกตามอายุ

อายุ	$\bar{X}$	< 26 ปี	26-35 ปี	36-45 ปี	46-55 ปี	> 55 ปี
< 26 ปี	57.83	-	-9.378*	-4.814	-4.740	-25.130*
			(0.042)	(0.707)	(0.862)	(0.000)
26-35 ปี	67.21		-	4.564	4.638	-15.751*
				(0.064)	(0.468)	(0.000)
36-45 ปี	62.65			-	0.074	-20.316*
					(1.000)	(0.000)
46-55 ปี	62.57				-	-20.389*
						(0.000)
> 55 ปี	82.96					-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 22 ผลเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมในการใช้ยาต้นแบบของแพทย์ จำแนกตามอายุ พบว่า แพทย์ที่มีอายุมากกว่า 55 ปี มีพฤติกรรมในการใช้ยาต้นแบบมากกว่ากลุ่มอายุอื่นทั้งหมด และแพทย์ที่มีอายุน้อยกว่า 26 ปีมีพฤติกรรมในการใช้ยาต้นแบบน้อยกว่าแพทย์ที่มีอายุ 26 – 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 9** กลุ่มสาขาเชี่ยวชาญอย่างน้อย 2 กลุ่มมีพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน

$H_0$ : ทุกกลุ่มสาขาเชี่ยวชาญมีพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : อย่างน้อย 2 กลุ่มสาขาเชี่ยวชาญมีพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง Levene's Test จะปฏิเสธสมมติฐานหลักของความแปรปรวน ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรองของความแปรปรวน ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มสาขาเชี่ยวชาญเท่ากันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย F-test และหากค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มสาขาเชี่ยวชาญไม่เท่ากันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง



( $H_1$ ) แสดงว่ามีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน ซึ่งจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อนด้วยวิธี *Least Significant Difference (LSD)* กรณีที่มีค่าความแปรปรวนเท่ากัน และใช้วิธีทดสอบแบบ *Dunnett's T3* กรณีที่มีค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

โดยจะทำการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มสาขาเชี่ยวชาญจากการทดสอบ *Levene's test* ซึ่งมีสมมติฐานดังนี้

$H_0$  : ค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มสาขาเชี่ยวชาญไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มสาขาเชี่ยวชาญแตกต่างกัน

ตาราง 23 พฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบของแพทย์ จำแนกตามสาขาเชี่ยวชาญ

	สาขา เชี่ยวชาญ	N	พฤติกรรม การใช้ยา		ทดสอบความ แปรปรวน		ทดสอบค่าเฉลี่ย	
			$\bar{X}$	S.D.	Levene's test	Sig.	Brown- Forsythe	Sig
ยา สามัญ	อายุรศาสตร์	155	33.25	15.401				
	ศัลยศาสตร์	123	34.96	16.0151				
	กุมารเวช ศาสตร์	68	33.60	12.750				
	ENT	43	39.07	18.492				
	สูตินรีเวช	10	37.00	11.832				
	รวม	399	34.56	15.543	3.374*	0.010	1.418	.230
ยา ต้นแบบ	อายุรศาสตร์	155	66.74	15.401				
	ศัลยศาสตร์	123	65.04	16.0151				
	กุมารเวช ศาสตร์	68	66.40	12.750				
	ENT	43	60.93	18.492				
	สูตินรีเวช	10	63.00	11.832				
	รวม	399	65.44	15.543	3.374*	0.010	1.418	.230

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 23 ทดสอบสมมติฐานค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบ จำแนกตามสาขาเชี่ยวชาญ พบว่า ยาสามัญและยาต้นแบบ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.010 และ 0.010 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบ ของแต่ละกลุ่มสาขาเชี่ยวชาญ มีค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน ดังนั้น ใช้ค่า Brown-Forsythe ในการทดสอบความแตกต่าง

จากตาราง 23 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบ จำแนกตามสาขาเชี่ยวชาญ โดยค่า Brown-Forsythe พบว่า ยาสามัญและยาต้นแบบ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.230 และ 0.230 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ทุกกลุ่มสาขาเชี่ยวชาญมีพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 10** แพทย์ที่มีสถานที่ทำงานหลักในโรงพยาบาลรัฐและโรงพยาบาลเอกชนมีพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน

$H_0$ : สถานที่ทำงานหลักในโรงพยาบาลรัฐและโรงพยาบาลเอกชนมีพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : สถานที่ทำงานหลักในโรงพยาบาลรัฐและโรงพยาบาลเอกชนมีพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติ Independent t-test ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

ตาราง 24 พฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบของแพทย์ จำแนกตามสถานที่ทำงาน

พฤติกรรมในการใช้ยา	สถานที่ทำงาน	$\bar{X}$	S.D.	Levene's Test for Equality of Variances		t	Sig.
				F	Sig.		
ยาสามัญ Equality Variances not assumed	โรงพยาบาลรัฐ	37.71	15.249	4.531*	0.034	7.569*	0.000
	โรงพยาบาล เอกชน	26.11	12.940				
ยาต้นแบบ Equality Variances not assumed	โรงพยาบาลรัฐ	62.29	15.249	4.531*	0.034	-	0.000
	โรงพยาบาล เอกชน	73.89	12.940				

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 24 ผลการทดสอบความแปรปรวนของพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบ จำแนกตามสถานที่ทำงาน โดยใช้ Levene's Test ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 พบว่า ยาสามัญและยาต้นแบบ มีค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.034 และ 0.034 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่า ค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบของแพทย์ที่ทำงานโรงพยาบาลรัฐและโรงพยาบาลเอกชน มีค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน จึงใช้ t-test กรณี Equality Variances not assumed

ผลการเปรียบเทียบค่าความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบ จำแนกตามสถานที่ทำงานโดยใช้สถิติทดสอบ Independent t-test พบว่า ยาสามัญและยาต้นแบบ มีค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.000 และ 0.000 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า แพทย์ที่ทำงานโรงพยาบาลรัฐและโรงพยาบาลเอกชน มีพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 11** กลุ่มอายุงานอย่างน้อย 2 กลุ่มมีพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน

$H_0$ : ทุกกลุ่มอายุงานมีพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : อย่างน้อย 2 กลุ่มอายุงานมีพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยเริ่มจากการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง Levene's Test จะปฏิเสธสมมติฐานหลักของความแปรปรวน ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรองของความแปรปรวน ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 หากค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มอายุงานเท่ากันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย F-test และหากค่าความแปรปรวนของข้อมูลทุกกลุ่มอายุงานไม่เท่ากันให้ทดสอบความแตกต่างด้วย Brown-Forsythe ถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แสดงว่ามีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกัน ซึ่งจะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อนด้วยวิธี *Least Significant Difference* (LSD) กรณีที่มีค่าความแปรปรวนเท่ากัน และใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett's T3 กรณีที่มีค่าความแปรปรวนไม่เท่ากัน เพื่อหาคู่เฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานเป็นดังนี้

โดยจะทำการทดสอบค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มอายุงานจากการทดสอบ Levene's test ซึ่งมีสมมติฐานดังนี้

$H_0$  : ค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มอายุงานไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ค่าความแปรปรวนแต่ละกลุ่มอายุงานแตกต่างกัน

ตาราง 25 พฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบของแพทย์ จำแนกตามอายุงาน

			พฤติกรรมการใช้ยา		ทดสอบความแปรปรวน		ทดสอบค่าเฉลี่ย	
	อายุงาน	N	$\bar{X}$	S.D.	Levene's test	Sig.	Brown-Forsythe	Sig
ยาสามัญ	ไม่เกิน 1 ปี	34	41.03	17.311				
	>1-10 ปี	152	33.22	15.423				
	>10-20 ปี	138	36.38	13.010				
	>20-30 ปี	53	37.45	17.531				
	มากกว่า 30 ปี	23	16.52	7.141				
	รวม	400	34.58	15.526	7.207*	.000	11.894*	.000
ยาต้นแบบ	ไม่เกิน 1 ปี	34	58.97	17.311				
	>1-10 ปี	152	66.78	15.423				
	>10-20 ปี	138	63.62	13.010				
	>20-30 ปี	53	62.55	17.531				
	มากกว่า 30 ปี	23	83.48	7.141				
	รวม	400	65.43	15.526	7.207*	.000	11.894*	.000

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 25 ทดสอบสมมติฐานค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบ จำแนกตามอายุงาน พบว่า ยาสามัญและยาต้นแบบ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และ 0.000 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าค่าความแปรปรวนของพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบของแต่ละกลุ่มอายุงาน มีค่าความแปรปรวนแตกต่างกัน ดังนั้น ใช้ค่า Brown-Forsythe ในการทดสอบความแตกต่าง

จากตาราง 25 ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบ จำแนกตามอายุงาน โดยค่า Brown-Forsythe พบว่า ยาสามัญและยาต้นแบบ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า มีอย่างน้อย 2 กลุ่มอายุงานที่มีพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เพื่อให้ทราบว่า กลุ่มอายุงานรายคู่ใดบ้างที่มีพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยา  
 ต้นแบบ แตกต่างกัน ดังนั้นจึงทำการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธีการ  
 ทดสอบแบบ Dunnett's T3 ผลปรากฏดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 26 ผลเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญของแพทย์  
 จำแนกตามอายุงาน

อายุงาน	$\bar{X}$	ไม่เกิน 1 ปี	>1-10 ปี	>10-20 ปี	>20-30 ปี	>30 ปี
ไม่เกิน 1 ปี	41.03	-	7.806 (0.172)	4.653 (0.778)	3.577 (0.985)	24.508* (0.000)
>1-10 ปี	33.22		-	-3.153 (0.459)	-4.229 (0.718)	16.702* (0.000)
>10-20 ปี	36.38			-	-1.076 (1.000)	19.855* (0.000)
>20-30 ปี	37.45				-	20.931* (0.000)
>30 ปี	16.52					-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 26 ผลเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญ  
 ของแพทย์ จำแนกตามอายุงาน พบว่า แพทย์ที่มีอายุงานมากกว่า 30 ปี มีพฤติกรรมในการใช้  
 ยาสามัญน้อยกว่าแพทย์กลุ่มอายุงานอื่นทั้งหมด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 27 ผลเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมในการใช้ยาต้นแบบของแพทย์  
จำแนกตามอายุงาน

อายุงาน	$\bar{X}$	ไม่เกิน 1 ปี	>1-10 ปี	>10-20 ปี	>20-30 ปี	>30 ปี
		58.97	66.78	63.62	62.55	83.48
ไม่เกิน 1 ปี	58.97	-	-7.806 (0.172)	-4.653 (0.778)	-3.577 (0.985)	-24.508* (0.000)
>1-10 ปี	66.78		-	3.153 (0.459)	4.229 (0.718)	-16.702* (0.000)
>10-20 ปี	63.62			-	1.076 (1.000)	-19.855* (0.000)
>20-30 ปี	62.55				-	-20.931* (0.000)
> 30 ปี	83.48					-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 27 ผลเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมในการใช้ยาต้นแบบของแพทย์ จำแนกตามอายุงาน พบว่า แพทย์ที่มีอายุงานมากกว่า 30 ปี มีพฤติกรรมในการใช้ยาต้นแบบมากกว่าแพทย์กลุ่มอายุงานอื่นทั้งหมด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 12** ลักษณะผลิตภัณฑ์ยาสามัญมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาสามัญ

$H_0$  : ความคิดเห็นต่อลักษณะผลิตภัณฑ์ยาสามัญด้านคุณภาพ ลักษณะทางกายภาพ และตราสินค้าไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาสามัญ

$H_1$  : ความคิดเห็นต่อลักษณะผลิตภัณฑ์ยาสามัญด้านคุณภาพ ลักษณะทางกายภาพ และตราสินค้ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาสามัญ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เลือกตัวแปรอิสระโดยวิธี Stepwise ที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 วิธีนี้จะคัดเลือกตัวแปรที่มีความเหมาะสมกับสมการถดถอยเชิงเส้น ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 28 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ลักษณะผลิตภัณฑ์ยาสามัญ  
กับตัวแปรตามพฤติกรรมการใช้ยาสามัญ โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple  
Regression Analysis) ด้วยวิธี Stepwise

ตัวแปร	Unstandardized		Standardized		T	p	
	Coefficients		Coefficients				
	B	Std. Error	B				
ค่าคงที่ (Constant)	-20.334	6.757			-3.009*	0.003	
ด้านตราสินค้า	10.533	2.404	0.231		4.381*	0.000	
ด้านคุณภาพ	9.109	2.266	0.212		4.020*	0.000	
ลักษณะทางกายภาพ					1.227	0.221	
Adjusted R Square = 0.140			Sig. = 0.000				

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 28 ผลการวิเคราะห์สมการความถดถอยเชิงเส้นของตัวแปรลักษณะผลิตภัณฑ์ยาสามัญด้านคุณภาพ ลักษณะทางกายภาพ และตราสินค้า ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาสามัญ โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เลือกตัวแปรอิสระด้วยวิธี Stepwise พบว่า ลักษณะผลิตภัณฑ์ยาสามัญที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาสามัญ ได้แก่ ด้านตราสินค้าและด้านคุณภาพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ลักษณะผลิตภัณฑ์ยาสามัญด้านตราสินค้า และด้านคุณภาพ สามารถทำนาย พฤติกรรมการใช้ยาสามัญของแพทย์ได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณา ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย(B) ของลักษณะผลิตภัณฑ์ยาสามัญด้านตราสินค้า และด้านคุณภาพ เท่ากับ 10.533 และ 9.109 ตามลำดับ ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ความคิดเห็นต่อลักษณะผลิตภัณฑ์ยาสามัญด้านตราสินค้าและด้านคุณภาพ เพิ่มขึ้น 1 หน่วยโดยไม่มีอิทธิพลของตัวแปรอื่นมาเกี่ยวข้อง แพทย์จะมีพฤติกรรมการใช้ยาสามัญเพิ่มขึ้น 10.533% และ 9.109% ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาค่า  $\beta$  ของยาสามัญด้านตราสินค้า และด้านคุณภาพ เท่ากับ 0.231 และ 0.212 ตามลำดับ หมายความว่า ด้านตราสินค้ามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ยาสามัญมากที่สุด รองลงมาคือด้านคุณภาพ



เมื่อพิจารณาค่า Adjusted R Square เท่ากับ 0.140 นั่นคือ ด้านตราสินค้า และด้านคุณภาพสามารถทำนายพฤติกรรมการใช้ยาสามัญ ร้อยละ 14.0

**สมมติฐานที่ 13** ลักษณะผลิตภัณฑ์ยาต้นแบบมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาต้นแบบ

$H_0$  : ความคิดเห็นต่อลักษณะผลิตภัณฑ์ยาต้นแบบด้านคุณภาพ ลักษณะทางกายภาพ และตราสินค้าไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาต้นแบบ

$H_1$  : ความคิดเห็นต่อลักษณะผลิตภัณฑ์ยาต้นแบบด้านคุณภาพ ลักษณะทางกายภาพ และตราสินค้ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาต้นแบบ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เลือกตัวแปรอิสระโดยวิธี Stepwise ที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 วิธีนี้จะคัดเลือกตัวแปรที่มีความเหมาะสมกับสมการถดถอยเชิงเส้น ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 29 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ลักษณะผลิตภัณฑ์ยาต้นแบบ กับตัวแปรตามพฤติกรรมการใช้ยาต้นแบบ โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Stepwise

ตัวแปร	Unstandardized		Standardized	t	p
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	$\beta$		
ค่าคงที่ (Constant)	0.045	12.446		0.004	0.997
ด้านคุณภาพ	11.421	3.011	0.190	3.792*	0.000
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.534	1.623	0.140	2.794*	0.005
ด้านตราสินค้า				1.447	0.149
Adjusted R Square = 0.065			Sig. = 0.000		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 29 ผลการวิเคราะห์สมการความถดถอยเชิงเส้นของตัวแปรลักษณะผลิตภัณฑ์ยาต้นแบบด้านคุณภาพ ลักษณะทางกายภาพ และตราสินค้า ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาต้นแบบ โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression

Analysis) เลือกตัวแปรอิสระด้วยวิธี Stepwise พบว่า ลักษณะผลิตภัณฑ์ยาต้นแบบที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาต้นแบบ ได้แก่ ด้านคุณภาพและด้านลักษณะทางกายภาพ โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 และ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ลักษณะผลิตภัณฑ์ยาต้นแบบด้านคุณภาพและลักษณะทางกายภาพ สามารถทำนาย พฤติกรรมการใช้ยาต้นแบบของแพทย์ได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณา ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย(B) ของลักษณะผลิตภัณฑ์ยาต้นแบบด้านคุณภาพและด้านลักษณะทางกายภาพ เท่ากับ 11.421 และ 4.534 ตามลำดับ ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ความคิดเห็นต่อลักษณะผลิตภัณฑ์ยาต้นแบบด้านคุณภาพและด้านลักษณะทางกายภาพ เพิ่มขึ้น 1 หน่วยโดยไม่มีอิทธิพลของตัวแปรอื่นมาเกี่ยวข้อง แพทย์จะมีพฤติกรรมการใช้ยาต้นแบบเพิ่มขึ้น 11.421% และ 4.534% ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาค่า  $\beta$  ของยาสามัญด้านด้านคุณภาพและด้านลักษณะทางกายภาพ เท่ากับ 0.190 และ 0.140 ตามลำดับ หมายความว่า ด้านคุณภาพมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ยาสามัญมากที่สุด รองลงมาคือด้านลักษณะทางกายภาพ

เมื่อพิจารณา ค่า Adjusted R Square เท่ากับ 0.065 นั่นคือ ด้านคุณภาพและลักษณะทางกายภาพสามารถทำนายพฤติกรรมการใช้ยาต้นแบบ ร้อยละ 6.5

**สมมติฐานที่ 14** ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้ยาสามัญมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมใช้ยาสามัญ

$H_0$  : ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้ยาสามัญไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมใช้ยาสามัญ

$H_1$  : ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้ยาสามัญมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมใช้ยาสามัญ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เลือกตัวแปรอิสระโดยวิธี Stepwise ที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 วิธีนี้จะคัดเลือกตัวแปรที่มีความเหมาะสมกับสมการถดถอยเชิงเส้น ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 30 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้ยาสามัญ กับตัวแปรตามพฤติกรรมการใช้ยาสามัญ โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Stepwise

ตัวแปร	Unstandardized		Standardized	t	p
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	$\beta$		
ค่าคงที่ (Constant)	2.467	3.780		0.653	0.514
ด้านคุณภาพ	10.847	1.254	0.398	8.650*	0.000
ลักษณะทางกายภาพ				1.514	0.514
ด้านตราสินค้า				1.715	0.087
Adjusted R Square = 0.156			Sig. = 0.000		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 30 ผลการวิเคราะห์สมการความถดถอยเชิงเส้นของตัวแปรความพึงพอใจโดยรวมในการใช้ยาสามัญด้านคุณภาพ ลักษณะทางกายภาพ และตราสินค้า ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาสามัญ โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เลือกตัวแปรอิสระด้วยวิธี Stepwise พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้ยาสามัญที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาสามัญ ได้แก่ ด้านคุณภาพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้ยาสามัญด้านคุณภาพ สามารถทำนาย พฤติกรรมการใช้ยาสามัญของแพทย์ได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาค่า สัมประสิทธิ์การถดถอย(B) ของความพึงพอใจโดยรวมในการใช้ยาสามัญด้านคุณภาพ เท่ากับ 10.847 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้ยาสามัญด้านคุณภาพ เพิ่มขึ้น 1 หน่วยโดยไม่มีอิทธิพลของตัวแปรอื่นมาเกี่ยวข้อง แพทย์จะมีพฤติกรรมการใช้ยาสามัญเพิ่มขึ้น 10.847%

เมื่อพิจารณาค่า Adjusted R Square เท่ากับ 0.156 นั่นคือ ความพึงพอใจโดยรวมด้านคุณภาพสามารถทำนายพฤติกรรมการใช้ยาสามัญ ร้อยละ 15.6

**สมมติฐานที่ 15** ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้ยาต้นแบบมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาต้นแบบ

$H_0$  : ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้ยาต้นแบบไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาต้นแบบ

$H_1$  : ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้ยาต้นแบบมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาต้นแบบ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เลือกตัวแปรอิสระโดยวิธี Stepwise ที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 วิธีนี้จะคัดเลือกตัวแปรที่มีความเหมาะสมกับสมการถดถอยเชิงเส้น ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 31 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้ยาต้นแบบ กับตัวแปรตามพฤติกรรมการใช้ยาต้นแบบ โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Stepwise

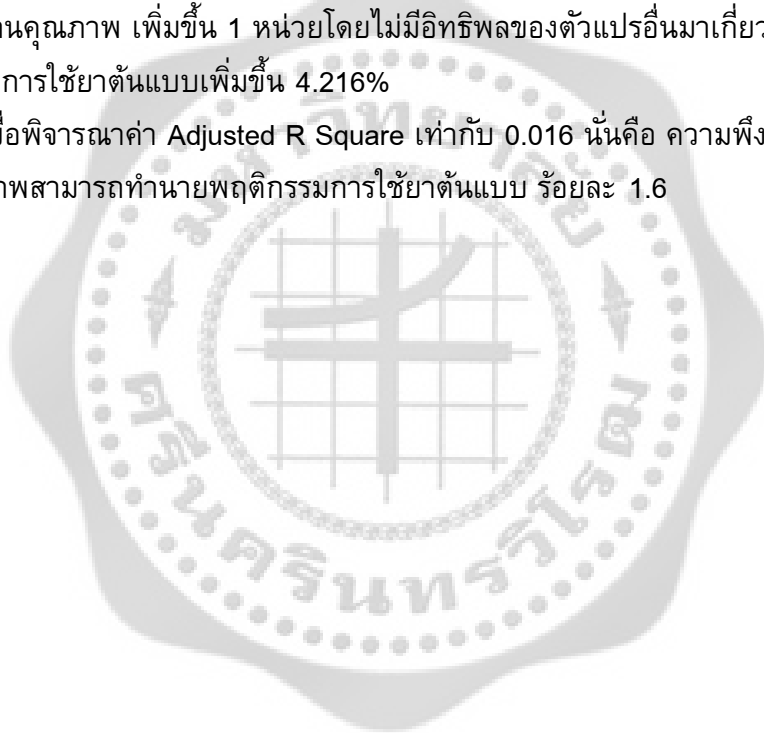
ตัวแปร	Unstandardized		Standardized	t	p
	Coefficients				
	B	Std. Error	$\beta$		
ค่าคงที่ (Constant)	47.126	6.805		6.925*	0.000
ด้านคุณภาพ	4.216	1.558	0.134	2.706*	0.007
ลักษณะทางกายภาพ				1.554	0.121
ด้านตราสินค้า				1.759	0.079
Adjusted R Square = 0.016			Sig. = 0.007		

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 31 ผลการวิเคราะห์สมการความถดถอยเชิงเส้นของตัวแปรความพึงพอใจ โดยรวมในการใช้ยาต้นแบบด้านคุณภาพ ลักษณะทางกายภาพ และตราสินค้า ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาต้นแบบ โดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เลือกตัวแปรอิสระด้วยวิธี Stepwise พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้ยาต้นแบบที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาต้นแบบ ได้แก่ ด้านคุณภาพ มีค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้ยาต้นแบบด้านคุณภาพ สามารถทำนายพฤติกรรมการใช้ยาต้นแบบของแพทย์ได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย(B) ของความพึงพอใจโดยรวมในการใช้ยาต้นแบบด้านคุณภาพ เท่ากับ 4.216 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้ยาต้นแบบด้านคุณภาพ เพิ่มขึ้น 1 หน่วยโดยไม่มีอิทธิพลของตัวแปรอื่นมาเกี่ยวข้อง แพทย์จะมีพฤติกรรมการใช้ยาต้นแบบเพิ่มขึ้น 4.216%

เมื่อพิจารณาค่า Adjusted R Square เท่ากับ 0.016 นั่นคือ ความพึงพอใจโดยรวมด้านคุณภาพสามารถทำนายพฤติกรรมการใช้ยาต้นแบบ ร้อยละ 1.6



ตาราง 32 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานข้อ 1-6

		ยาต้นแบบ
ยาสามัญ	ด้านคุณภาพ	√
	ลักษณะทางกายภาพ	√
	ตราสินค้า	√
	ความพึงพอใจด้านคุณภาพ	√
	ความพึงพอใจลักษณะทางกายภาพ	√
	ความพึงพอใจตราสินค้า	√

√ = มีความแตกต่าง X = ไม่มีความแตกต่าง

ตาราง 33 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานข้อ 7-15

ตัวแปร	พฤติกรรมการใช้	
	ยาสามัญ	ยาต้นแบบ
เพศ	√	√
อายุ	√	√
สาขาเชี่ยวชาญ	X	X
สถานที่ทำงาน	√	√
อายุงาน	√	√
ลักษณะด้านคุณภาพ	√	√
ลักษณะด้านกายภาพ	X	√
ตราสินค้า	√	X
ความพึงพอใจโดยรวมด้านคุณภาพ	√	√
ความพึงพอใจโดยรวมลักษณะด้านกายภาพ	X	X
ความพึงพอใจโดยรวมตราสินค้า	X	X

√ = มีความสัมพันธ์ X = ไม่มีความสัมพันธ์

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบลักษณะผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบของแพทย์” ซึ่งผลการวิจัยที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้จะนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของแพทย์ผู้ใช้ยา

#### ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของยาต้นแบบและยาสามัญ
2. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างความพึงพอใจของแพทย์ต่อยาต้นแบบและยาสามัญ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของลักษณะผลิตภัณฑ์และความพึงพอใจต่อพฤติกรรมการใช้ยาต้นแบบและยาสามัญของแพทย์

#### ความสำคัญของการวิจัย

1. ผลของการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการยาสามัญและยาต้นแบบเพื่อปรับปรุงเปลี่ยนแปลงด้านผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เป็นที่ยอมรับและตอบสนองความต้องการของแพทย์
2. ผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่กำลังจะเข้ามาในธุรกิจยาทั้งยาสามัญและยาต้นแบบเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนออกแบบผลิตภัณฑ์ในการประกอบธุรกิจต่อไป

#### สมมติฐานในการวิจัย

1. แพทย์เห็นว่ายาสามัญและยาต้นแบบมีคุณภาพแตกต่างกัน
2. แพทย์เห็นว่ายาสามัญและยาต้นแบบมีลักษณะทางกายภาพแตกต่างกัน
3. แพทย์เห็นว่ายาสามัญและยาต้นแบบมีลักษณะด้านตราสินค้าแตกต่างกัน
4. ความพึงพอใจในด้านคุณภาพยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน
5. ความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน
6. ความพึงพอใจด้านตราสินค้ายาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน
7. เพศชายและหญิงมีพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน
8. กลุ่มอายุอย่างน้อย 2 กลุ่มมีพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน
9. กลุ่มสาขาเชี่ยวชาญอย่างน้อย 2 กลุ่มมีพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน

10. แพทย์ที่มีสถานที่ทำงานหลักในโรงพยาบาลรัฐและโรงพยาบาลเอกชนมีพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน
11. กลุ่มอายุงานอย่างน้อย 2 กลุ่มมีพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน
12. ลักษณะผลิตภัณฑ์ยาสามัญมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาสามัญ
13. ลักษณะผลิตภัณฑ์ยาต้นแบบมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาต้นแบบ
14. ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้ยาสามัญมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาสามัญ
15. ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้ยาต้นแบบมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาต้นแบบ

## วิธีดำเนินการวิจัย

### 1. ประชากร

ประชากร คือ แพทย์ของโรงพยาบาลรัฐและเอกชนในกรุงเทพมหานคร

### 2. การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้เป็นแพทย์ที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลรัฐและเอกชนในกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นกลุ่มประชากรที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนได้ขนาดตัวอย่างเท่ากับ 385 และสำรวจจำนวนตัวอย่าง 15 ตัวอย่าง โดยนับรวมเป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง และใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเก็บตัวอย่างจากโรงพยาบาลรัฐ โรงพยาบาลเอกชน หลังจากนั้นใช้วิธีการกำหนดตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) และเก็บรวบรวมข้อมูลตามความสะดวกของผู้เก็บข้อมูลว่าจะพบแพทย์ท่านใดก่อน ด้วยแบบสอบถามที่จัดเตรียมไว้

## การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 4 ส่วนใหญ่ ๆ ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเป็นคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ สถานที่ทำงาน สาขาที่เชี่ยวชาญ และอายุงาน

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อลักษณะผลิตภัณฑ์ยาสามัญและยาต้นแบบ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมต่อยาสามัญและยาต้นแบบ

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบ



## การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูล (Source of Data) การวิจัยเรื่องนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) โดยมีแหล่งข้อมูลดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน
2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชน ได้แก่ หนังสือทางวิชาการ บทความ วิทยานิพนธ์ และรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. รวบรวมแบบสอบถามตามความต้องการแล้วผู้วิจัยทำการตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ของแบบสอบถาม
2. ลงรหัสแล้วนำข้อมูลมาบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป
3. การวิเคราะห์ข้อมูล มีขั้นตอนดังนี้
  - 3.1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้
    - 3.1.1 แบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยนำเสนอในรูปแบบ ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)
    - 3.1.2 แบบสอบถามส่วนที่ 2 เกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการให้ความสำคัญลักษณะผลิตภัณฑ์ยาสามัญและยาต้นแบบ โดยนำเสนอในรูปแบบ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
    - 3.1.3 แบบสอบถามส่วนที่ 3 เกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมต่อยาสามัญและยาต้นแบบ จำนวน 3 ข้อ โดยนำเสนอในรูปแบบ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
    - 3.1.4 แบบสอบถามส่วนที่ 4 พฤติกรรมการใช้ยาของแพทย์ โดยนำเสนอในรูปแบบ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
  - 3.2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานของการวิจัยครั้งนี้โดยเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้คือ
    - 3.2.1 แพทย์เห็นว่ายาสามัญและยาต้นแบบมีคุณภาพแตกต่างกัน สถิติที่ใช้ทดสอบคือ Paired Sample t-Test
    - 3.2.2 แพทย์เห็นว่ายาสามัญและยาต้นแบบมีลักษณะทางกายภาพแตกต่างกัน สถิติที่ใช้ทดสอบคือ Paired Sample t-Test

- 3.2.3 แพทย์เห็นว่ายาสามัญและยาต้นแบบมีตราสินค้าแตกต่างกัน สถิติที่ใช้ทดสอบคือ Paired Sample t-Test
- 3.2.4 ความพึงพอใจในด้านคุณภาพยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน สถิติที่ใช้ทดสอบคือ Paired Sample t-Test
- 3.2.5 ความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน สถิติที่ใช้ทดสอบคือ Paired Sample t-Test
- 3.2.6 ความพึงพอใจด้านตราสินค้ายาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน สถิติที่ใช้ทดสอบคือ Paired Sample t-Test
- 3.2.7 เพศชายและหญิงมีพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน สถิติที่ใช้ทดสอบคือ t-Test
- 3.2.8. กลุ่มอายุอย่างน้อย 2 กลุ่มมีพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน สถิติที่ใช้ทดสอบคือ One-way ANOVA
- 3.2.9 กลุ่มสาขาเชี่ยวชาญอย่างน้อย 2 กลุ่มมีพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน สถิติที่ใช้ทดสอบคือ One-way ANOVA
- 3.2.10 แพทย์ที่มีสถานที่ทำงานหลักในโรงพยาบาลรัฐและโรงพยาบาลเอกชนมีพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน สถิติที่ใช้ทดสอบคือ t-Test
- 3.2.11 กลุ่มอายุอย่างน้อย 2 กลุ่มมีพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน สถิติที่ใช้ทดสอบคือ One-way ANOVA
- 3.2.12 ลักษณะผลิตภัณฑ์ยาสามัญมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาสามัญ สถิติที่ใช้ทดสอบคือ การวิเคราะห์ Multiple Regression
- 3.2.13 ลักษณะผลิตภัณฑ์ยาต้นแบบมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมใช้ยาต้นแบบ สถิติที่ใช้ทดสอบคือ การวิเคราะห์ Multiple Regression
- 3.2.14 ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้ยาสามัญมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาสามัญ สถิติที่ใช้ทดสอบคือ การวิเคราะห์ Multiple Regression
- 3.2.15 ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้ยาต้นแบบมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมใช้ยาต้นแบบ สถิติที่ใช้ทดสอบคือ การวิเคราะห์ Multiple Regression

## สรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษาเรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบลักษณะผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบของแพทย์” สรุปผลได้ดังนี้

### 1. ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 257 คน คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 64.3 ส่วนเพศหญิง มี 143 คน คิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 35.8

อยู่ในกลุ่มอายุ 26-35 ปี คิดเป็นร้อยละ 39.0 รองลงมาอยู่ในกลุ่มอายุ 36-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.8 ส่วนกลุ่มที่มีอายุ มากกว่า 55 ปี มีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.8

มีความเชี่ยวชาญในสาขาอายุรศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 38.8 รองลงมา มีความเชี่ยวชาญในสาขาศัลยศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 30.8 ส่วนกลุ่มที่มีความเชี่ยวชาญในสาขาอื่นๆ มีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.3

มีสถานที่ทำงานหลักเป็นโรงพยาบาลรัฐ คิดเป็นร้อยละ 73.0 รองลงมา มีสถานที่ทำงานหลักเป็นโรงพยาบาลเอกชน คิดเป็นร้อยละ 27.0

มีอายุงานมากกว่า 1 ปีและไม่เกิน 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมา กลุ่มที่มีอายุงานมากกว่า 10 ปีและไม่เกิน 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.5 ส่วนกลุ่มที่มีอายุงานมากกว่า 30 ปีขึ้นไปมีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 5.8

### 2. ความคิดเห็นต่อลักษณะผลิตภัณฑ์ยาสามัญ และยาต้นแบบ

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นต่อลักษณะผลิตภัณฑ์ยาสามัญ ด้านลักษณะทางกายภาพเป็นอันดับ 1 ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88 ด้านคุณภาพเป็นอันดับ 2 ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.81 ส่วนด้านตราสินค้า กลุ่มตัวอย่างมีข้อมูลในความคิดเห็นต่อลักษณะผลิตภัณฑ์เป็นอันดับสุดท้าย ในระดับปานกลาง

ส่วนยาต้นแบบ (Original) กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็น ด้านตราสินค้าเป็นอันดับ 1 ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ด้านคุณภาพเป็นอันดับ 2 ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ส่วนด้านลักษณะทางกายภาพ กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเป็นอันดับสุดท้าย ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01

### 3. ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบ

ผลการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจโดยรวม ต่อยาสามัญ (Generic) กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในตราสินค้าในระดับปานกลาง เป็นอันดับ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.03 รองลงมา มีความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 และอันดับสุดท้ายความพึงพอใจด้านคุณภาพมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96

สำหรับยาต้นแบบ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในตราสินค้า ในระดับมากที่สุด เป็นอันดับ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 รองลงมา มีความพึงพอใจด้านคุณภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.34 และอันดับสุดท้าย ความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.09

### 4. พฤติกรรมการใช้ยา

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีสัดส่วนในการใช้ยากับคนไข้ยาสามัญร้อยละ 34.58 ใช้ยาต้นแบบ ร้อยละ 65.43 สัดส่วนในการใช้ยาสามัญที่น้อยที่สุดคือร้อยละ 10.00 มากที่สุดคือ ร้อยละ 80.00 สำหรับยาต้นแบบมีสัดส่วนในการใช้ยากับคนไข้ที่น้อยที่สุดคือ ร้อยละ 20.00 มากที่สุดคือ ร้อยละ 90.00

### 5. ผลการทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1** ยาสามัญและยาต้นแบบมีคุณภาพแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า แพทย์มีความเห็นว่ายาสามัญและยาต้นแบบมีลักษณะด้านคุณภาพแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยแพทย์เห็นว่า ยาสามัญมีลักษณะด้านคุณภาพน้อยกว่ายาต้นแบบ

**สมมติฐานที่ 2** ยาสามัญและยาต้นแบบมีลักษณะทางกายภาพแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า แพทย์มีความเห็นว่ายาสามัญและยาต้นแบบมีลักษณะทางกายภาพแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยแพทย์เห็นว่ายาสามัญมีลักษณะทางกายภาพด้อยกว่ายาต้นแบบ

**สมมติฐานที่ 3** ยาสามัญและยาต้นแบบมีลักษณะด้านตราสินค้าแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า แพทย์มีความเห็นว่ายาสามัญและยาต้นแบบมีลักษณะด้านตราสินค้าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยแพทย์เห็นว่ายาสามัญมีลักษณะด้านตราสินค้าด้อยกว่ายาต้นแบบ

**สมมติฐานที่ 4** ความพึงพอใจในด้านคุณภาพยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า แพทย์มีความพึงพอใจต่อยาสามัญและยาต้นแบบด้านคุณภาพแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยแพทย์มีความพึงพอใจต่อยาสามัญด้านคุณภาพน้อยกว่ายาต้นแบบ

**สมมติฐานที่ 5** แพทย์มีความพึงพอใจด้านด้านลักษณะทางกายภาพยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า แพทย์มีความพึงพอใจต่อยาสามัญและยาต้นแบบด้านลักษณะทางกายภาพแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยแพทย์มีความพึงพอใจต่อยาสามัญด้านลักษณะทางกายภาพน้อยกว่ายาต้นแบบ

**สมมติฐานที่ 6** แพทย์มีความพึงพอใจด้านตราสินค้ายาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า แพทย์มีความพึงพอใจต่อยาสามัญและยาต้นแบบด้านตราสินค้าแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยแพทย์มีความพึงพอใจต่อยาสามัญด้านตราสินค้าน้อยกว่ายาต้นแบบ

**สมมติฐานที่ 7** เพศชายและหญิงมีพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศชายมีพฤติกรรมการใช้ยาสามัญมากกว่าเพศหญิง ในขณะที่เพศหญิงมีพฤติกรรมการใช้ยาต้นแบบมากกว่าเพศชาย

**สมมติฐานที่ 8** กลุ่มอายุอย่างน้อย 2 กลุ่มมีพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า มีอย่างน้อย 2 กลุ่มอายุที่มีพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดย แพทย์ที่มีอายุมากกว่า 55 ปี มีพฤติกรรมการใช้ยาสามัญน้อยกว่าทุกกลุ่มอายุ และแพทย์ที่มีอายุน้อยกว่า 26 ปีมีพฤติกรรมการใช้ยาสามัญมากกว่าแพทย์ที่มีอายุ 26 – 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับยาต้นแบบ พบว่า แพทย์ที่มีอายุมากกว่า 55 ปี มีพฤติกรรมในการใช้ยาต้นแบบมากกว่าทุกกลุ่มอายุ และแพทย์ที่มีอายุน้อยกว่า 26 ปี มีพฤติกรรมในการใช้ยาต้นแบบน้อยกว่าแพทย์ที่มีอายุ 26 – 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 9** กลุ่มสาขาเชี่ยวชาญอย่างน้อย 2 กลุ่ม มีพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ทุกกลุ่มสาขาเชี่ยวชาญมีพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

**สมมติฐานที่ 10** แพทย์ที่มีสถานที่ทำงานหลักในโรงพยาบาลรัฐและโรงพยาบาลเอกชน มีพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า แพทย์ที่ทำงานโรงพยาบาลรัฐและโรงพยาบาลเอกชน มีพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยโรงพยาบาลรัฐมีพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญมากกว่าโรงพยาบาลเอกชน ในขณะที่โรงพยาบาลเอกชนมีพฤติกรรมในการใช้ยาต้นแบบมากกว่าโรงพยาบาลรัฐ

**สมมติฐานที่ 11** กลุ่มอายุงานอย่างน้อย 2 กลุ่ม มีพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า มีอย่างน้อย 2 กลุ่มอายุงานที่มีพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยแพทย์ที่มีอายุงานมากกว่า 30 ปี มีพฤติกรรมในการใช้ยาสามัญน้อยกว่าทุกกลุ่มอายุ

สำหรับยาต้นแบบ พบว่า แพทย์ที่มีอายุงานมากกว่า 30 ปี มีพฤติกรรมในการใช้ยาต้นแบบมากกว่าทุกกลุ่มอายุ

**สมมติฐานที่ 12** ลักษณะผลิตภัณฑ์ยาสามัญมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาสามัญ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะผลิตภัณฑ์ยาสามัญด้านตราสินค้าและด้านคุณภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาสามัญ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยความคิดเห็นต่อลักษณะผลิตภัณฑ์ยาสามัญด้านตราสินค้าและด้านคุณภาพ เพิ่มขึ้น 1 หน่วยโดยไม่ถืออิทธิพลของตัวแปรอื่นมาเกี่ยวข้อง แพทย์จะมีพฤติกรรมการใช้ยาสามัญเพิ่มขึ้น 10.533% และ 9.109% ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาค่า Beta ของลักษณะผลิตภัณฑ์ยาสามัญด้านตราสินค้า และด้านคุณภาพ เท่ากับ 0.231 และ 0.212 ตามลำดับ หมายความว่า ลักษณะผลิตภัณฑ์ยาสามัญด้านตราสินค้ามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ยาสามัญมากที่สุด รองลงมาคือด้านคุณภาพ

**สมมติฐานที่ 13** ลักษณะผลิตภัณฑ์ยาต้นแบบมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาต้นแบบ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะผลิตภัณฑ์ยาต้นแบบด้านคุณภาพและด้านลักษณะทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาต้นแบบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดย ความคิดเห็นต่อลักษณะผลิตภัณฑ์ยาต้นแบบด้านคุณภาพและด้านลักษณะทางกายภาพ เพิ่มขึ้น 1 หน่วยโดยไม่มีอิทธิพลของตัวแปรอื่นมาเกี่ยวข้อง แพทย์จะมีพฤติกรรมการใช้ยาต้นแบบเพิ่มขึ้น 11.421% และ 4.534% ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาค่า Beta ของลักษณะผลิตภัณฑ์ยาต้นแบบด้านคุณภาพและด้านลักษณะทางกายภาพ เท่ากับ 0.190 และ 0.140 ตามลำดับ หมายความว่า ลักษณะผลิตภัณฑ์ยาต้นแบบด้านคุณภาพมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ยาต้นแบบมากที่สุด รองลงมาคือด้านลักษณะทางกายภาพ

**สมมติฐานที่ 14** ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้ยาสามัญมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาสามัญ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้ยาสามัญด้านคุณภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาสามัญ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยความพึงพอใจโดยรวมในการใช้ยาสามัญด้านคุณภาพ เพิ่มขึ้น 1 หน่วยโดยไม่มีอิทธิพลของตัวแปรอื่นมาเกี่ยวข้อง แพทย์จะมีพฤติกรรมการใช้ยาสามัญเพิ่มขึ้น 10.847%

**สมมติฐานที่ 15** ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้ยาต้นแบบมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาต้นแบบ พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้ยาต้นแบบ ด้านคุณภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาสามัญ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยความพึงพอใจโดยรวมในการใช้ยาต้นแบบด้านคุณภาพ เพิ่มขึ้น 1 หน่วยโดยไม่มีอิทธิพลของตัวแปรอื่นมาเกี่ยวข้อง แพทย์จะมีพฤติกรรมการใช้ยาต้นแบบเพิ่มขึ้น 4.216%

## อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบลักษณะผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบของแพทย์” สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. แพทย์มีความคิดเห็นต่อลักษณะผลิตภัณฑ์ยาสามัญ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านคุณภาพ และตราสินค้าในระดับปานกลาง ในขณะที่ยาต้นแบบ แพทย์มีความคิดเห็นต่อลักษณะผลิตภัณฑ์ยาต้นแบบ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านคุณภาพ ในระดับมาก และตราสินค้าในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจาก ยาต้นแบบเป็นยาที่ผ่านการวิจัยและพัฒนา และการศึกษาทางคลินิกเพื่อเป็นการรับรองคุณภาพ รวมถึงเป็นยานำเข้าซึ่งมีการสร้างตราสินค้าที่น่าเชื่อถือ แพทย์จึงมีความคิดเห็นต่อลักษณะผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ส่วนยาสามัญส่วนใหญ่เป็นยาที่ผลิตภายในประเทศ ไม่มีข้อมูลการศึกษาวิจัยและการสร้างตราสินค้าขึ้น จึงมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่าแพทย์ได้ตระหนักถึงความสำคัญของลักษณะของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ คุณภาพ ลักษณะทางกายภาพ และตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2543: 18-25) ที่กล่าวถึง คุณสมบัติที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ คุณภาพสินค้าต้องสม่ำเสมอและมีมาตรฐานเพื่อที่จะสร้างการยอมรับ ความเชื่อถือที่มีต่อสินค้าทุกครั้งที่ซื้อ ดังนั้นผู้ผลิตจึงต้องมีการควบคุมคุณภาพสินค้า (Quality control) อยู่เสมอ ลักษณะทางกายภาพของสินค้า (Physical characteristics of goods) เป็นรูปร่างลักษณะที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ และสามารถรับรู้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส เช่น รูปร่าง ลักษณะ รูปแบบ บรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า เป็นต้น และสอดคล้องกับงานวิจัย ปวีณนุช สุทธิรัตน์ และคณะ (2540) ที่ว่าเหตุผลหลักที่แพทย์เลือกใช้ยาจะพิจารณาจาก คุณภาพของยาเป็นอันดับแรก ความจำเป็นต้องใช้ และราคา เป็นเหตุผลรอง

2. แพทย์มีความเห็นว่ายาสามัญและยาต้นแบบมีลักษณะด้านคุณภาพ ลักษณะทางกายภาพ และตราสินค้าแตกต่างกัน โดยแพทย์เห็นว่ายาสามัญมีลักษณะด้านคุณภาพ ลักษณะทางกายภาพ และตราสินค้าน้อยกว่ายาต้นแบบ สอดคล้องกับงานวิจัย สุภานันท์ เลี้ยงสุพงศ์ (2548) ที่ว่า แพทย์มีทัศนคติต่อยารักษาเบาหวานของยาต้นแบบแตกต่างจากยาสามัญในด้านคุณภาพยา ด้านประสิทธิภาพการใช้ ด้านการสนับสนุนจากบริษัทยาและด้านระบบประกันสุขภาพ

3. แพทย์มีความพึงพอใจต่อการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบมีลักษณะด้านคุณภาพ ลักษณะทางกายภาพ และตราสินค้าแตกต่างกัน โดยแพทย์มีความพึงพอใจต่อการใช้ยาต้นแบบด้านคุณภาพ ลักษณะทางกายภาพ และตราสินค้าน้อยกว่ายาสามัญ ทั้งนี้เนื่องจาก แพทย์เห็นว่ายาต้นแบบมีลักษณะผลิตภัณฑ์ในด้านต่าง ๆ ตรงกับความคาดหวังของแพทย์ในการใช้มากกว่ายาสามัญ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ คอตเลอร์ (Kotler. 1997; อ้างอิงจาก ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2540: 48-50) ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจคือระดับความรู้สึกของบุคคลที่เป็นผลจากการเปรียบเทียบการทำงานของผลิตภัณฑ์ตามที่เห็นหรือเข้าใจ กับความคาดหวังของบุคคล ดังนั้น



ระดับความพึงพอใจ จึงเป็นฟังก์ชันของความแตกต่างระหว่างการทำงานที่มองเห็นหรือเข้าใจ (Perceived Performance) ความคาดหวัง (Expectations) ความพึงพอใจสามารถแบ่งอย่างกว้างๆ เป็น 3 ระดับด้วยกัน และลูกค้ารายหนึ่งอาจมีประสบการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งใน 3 ระดับนี้ กล่าวคือ หากการทำงานของข้อเสนอ (หรือผลิตภัณฑ์) ไม่ตรงกับความคาดหวังลูกค้าย่อมเกิดความไม่พอใจ หากการทำงานของข้อเสนอ (หรือผลิตภัณฑ์) ตรงกับความคาดหวัง ลูกค้าย่อมพอใจ แต่ถ้าเกินกว่าความคาดหวัง ลูกค้าก็ยิ่งพอใจมากขึ้นไปอีก

4. ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบด้านคุณภาพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบ โดยเมื่อความพึงพอใจโดยรวมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบด้านคุณภาพเพิ่มขึ้นจะมีผลทำให้มีพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบเพิ่มขึ้น ทั้งนี้เนื่องจาก ยาสามัญและยาต้นแบบที่แพทย์ใช้ในการรักษาทำให้เกิดผลรักษาในทางที่ดีจึงทำให้แพทย์เกิดความมั่นใจต่อคุณภาพของยา และพึงพอใจต่อการใช้ยา ดังนั้นจะทำให้แพทย์ใช้ยาสามัญและยาต้นแบบสำหรับการรักษาในครั้งต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2543: 18-25) ที่กล่าวว่า คุณภาพผลิตภัณฑ์ (Product quality) เป็นการวัดการทำงานและวัดความคงทนของผลิตภัณฑ์เกณฑ์ในการวัดคุณภาพถือหลักความพึงพอใจของลูกค้าและคุณภาพที่เหนือกว่าคู่แข่ง ถ้าสินค้าคุณภาพต่ำผู้ซื้อจะไม่ซื้อซ้ำ และสอดคล้องกับแนวคิดของ คอตเลอร์(ธนวรรณ แสงสุวรรณ. 2547: 82-83; อ้างอิงจาก Kotler. 2003) ที่กล่าวถึงความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้า (Total customer satisfaction) ว่าความพอใจหลัง การซื้อของลูกค้าขึ้นอยู่กับปฏิบัติที่เป็นไปตามความคาดหวัง โดยทั่วไปแล้วความพึงพอใจ(Satisfaction) เป็นความรู้สึกของบุคคลที่แสดงความยินดีหรือผิดหวังอันเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบผลลัพธ์ที่ได้จากการใช้สินค้าหรือบริการกับความคาดหวังถ้าผลจากการใช้สินค้าหรือบริการต่ำกว่าความคาดหวังลูกค้าก็จะไม่พอใจ ถ้าผลลัพธ์เป็นไปตามความคาดหวังลูกค้าก็พอใจ และถ้าผลลัพธ์มีค่าเกินความคาดหวังลูกค้าก็ยิ่งพอใจมากขึ้น หากผู้บริโภคมีความพึงพอใจ มีความเป็นไปได้สูงที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้านั้นอีก

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผลการศึกษาเรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบลักษณะผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบของแพทย์” มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ผู้ประกอบการหน้าใหม่ในการเข้ามาแข่งขันธุรกิจยาควรคำนึงถึงลักษณะผลิตภัณฑ์ด้านคุณภาพเป็นลำดับแรก เนื่องจาก ผลวิจัยแสดงให้เห็นว่า การเพิ่ม ความเห็น ต่อลักษณะผลิตภัณฑ์ ด้านคุณภาพและความพึงพอใจโดยรวมด้านคุณภาพ จะส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ยาของแพทย์เพิ่มขึ้นทั้งยาสามัญและยาต้นแบบ

2. บริษัทยาสามัญควรให้ความสำคัญต่อความเห็นด้านต่าง ๆ เนื่องจากผลการวิจัย แสดงให้เห็นถึงความเห็นและความพึงพอใจของแพทย์ที่แตกต่างจากยาสามัญในทุกด้าน โดย ความคำนึงถึงในตัวแปรที่ส่งผลต่อพฤติกรรมที่ทำให้เกิดการใช้ยาสามัญเพิ่มขึ้นก่อน ได้แก่ ความ พึงพอใจด้านคุณภาพ ลักษณะผลิตภัณฑ์ด้านคุณภาพและตราสินค้า โดยควรมีแนวทาง ดังนี้

2.1 การเพิ่มความเห็นต่อลักษณะผลิตภัณฑ์และความพึงพอใจด้านคุณภาพของยา สามัญ เช่น ควรมีเอกสารหลักฐานที่แสดงให้เห็นถึงคุณภาพของยามีประสิทธิภาพการศึกษา ทางคลินิกหรือการทำชีวสมมูลของยาสามัญซึ่งแสดงให้เห็นว่ายาสามัญมีประสิทธิภาพเทียบเท่า กับยาต้นแบบ และมีการนำเสนอให้แพทย์ทราบ

2.2 การเพิ่มความเห็นต่อลักษณะผลิตภัณฑ์ด้านตราสินค้าของยาสามัญ เช่น การให้ความสำคัญต่อแหล่งวัตถุดิบหรือมีความชัดเจนของแหล่งที่มา การประชาสัมพันธ์ให้ แพทย์ทราบถึงคุณภาพของบริษัท การสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก

2.3 ให้ความสำคัญกับแพทย์กลุ่มอายุมากกว่า 55 ปี และแพทย์ที่ทำงานใน โรงพยาบาลเอกชนเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากผลการวิจัย พบว่า แพทย์กลุ่มดังกล่าวมีพฤติกรรม การใช้ยาสามัญที่น้อย

3. บริษัทยาต้นแบบควรให้ความสำคัญในการสร้างความพึงพอใจด้านคุณภาพ ลักษณะผลิตภัณฑ์ด้านคุณภาพและทางกายภาพเพิ่มขึ้น จากผลวิจัย จะพบว่าทั้ง 3 ตัวแปร จะส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ยาต้นแบบของแพทย์เพิ่มขึ้น

3.1 การเพิ่มความเห็นต่อลักษณะผลิตภัณฑ์และความพึงพอใจด้านคุณภาพของ ยาต้นแบบ เช่น การมีเอกสารทางวิชาการรับรองประสิทธิภาพและความปลอดภัยของยา การเปรียบเทียบกับยามาตรฐานเดิมว่ามีอาการข้างเคียงน้อยลง และมีการนำเสนอให้แพทย์ทราบ

3.2 การเพิ่มความเห็นต่อลักษณะทางกายภาพของยาต้นแบบ เช่น มีการออก แบบบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย รายละเอียดครบถ้วน ลักษณะยามีความสะดวก รับประทานจำนวน ครั้งลดลง ระยะเวลาสั้นลง

3.3 จากผลการวิจัย พบว่า แพทย์ในโรงพยาบาลของรัฐละแพทย์กลุ่มอายุน้อยกว่า 55 ปี มีพฤติกรรมการใช้ยาต้นแบบที่น้อย ควรให้ความสำคัญในการนำเสนอให้แพทย์กลุ่ม ดังกล่าวทราบเป็นลำดับแรก

## ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งนี้ศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างในกรุงเทพมหานคร ในการศึกษา ครั้งต่อไปควรศึกษากับกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดอื่น

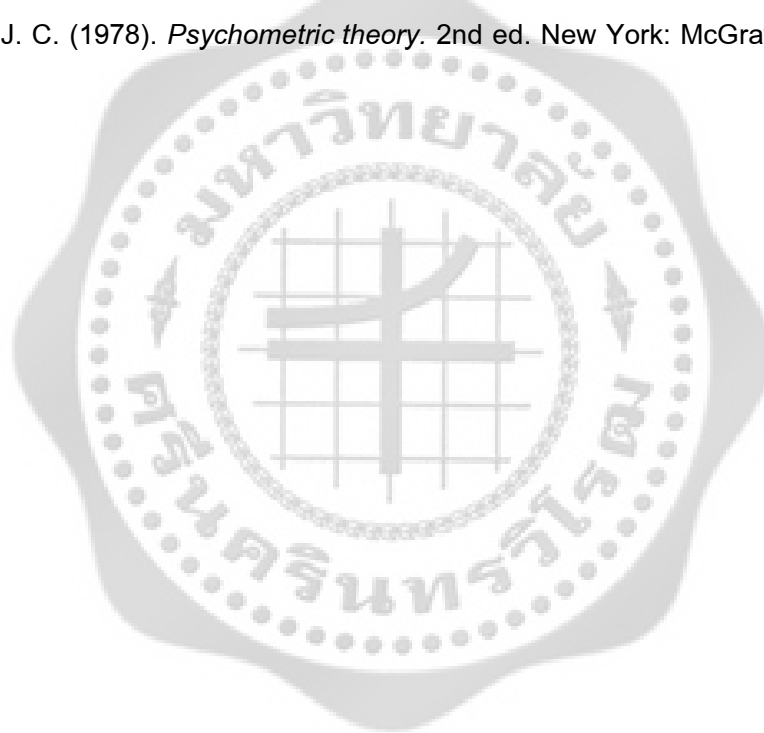
2. ควรมีการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของส่วนประสมทางการตลาด ความพึงพอใจและ พฤติกรรมของแพทย์ต่อยาต้นแบบและยาสามัญ เพื่อให้ทราบถึงส่วนประสมที่มีความสำคัญ มากที่สุดต่อความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้ยาทั้งของยาต้นแบบและยาสามัญ



## บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2538). *การวิเคราะห์สถิติเพื่อธุรกิจ: สถิติเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ*. พิมพ์ ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- (2544). *การวิเคราะห์สถิติ : สถิติเพื่อการตัดสินใจ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- (2545). *การวิเคราะห์สถิติ: สถิติเพื่อการบริหารและวิจัย*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- (2550). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. กรุงเทพฯ: ชรรมสาร.
- ปวีณนุช สุทธิรัตน์. (2540). *เครื่องมือทางการตลาดที่ใช้ในการส่งเสริมการขายในตลาดยาแพทย์ใช้*. ปรินทิฟิการ์ ภา.บ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นพรัตน์ ภูมิวุฒิสาร. (2543). *การจัดการการส่งเสริมการตลาด(2)*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นุศราภรณ์ ดติยไพบูลย์. (2537). *Market Structure and Pricing Policy of Antibiotic Drugs in Thailand*. วิทยานิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- วิภินทร์ อึ้งสุวรรณ. (2541). *ปัจจัยที่มีผลในการสั่งซื้อยาเซฟเทกซิมโซเดียม*. ปรินทิฟิการ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์; และคนอื่นๆ. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- (2541). *กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- (2543). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- (2543). *นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา*. กรุงเทพฯ: ธนรัชการพิมพ์.
- ศุภานันท์ เลียงสุพงศ์. (2548). *ทัศนคติและพฤติกรรมของแพทย์ที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้ยารักษาเบาหวานชนิดรับประทานระหว่างยาต้นแบบกับยาสามัญในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สมจิตร ล้วนจำเจริญ. (2541). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: สนพ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2541). *ภาพพจน์นั้นสำคัญไฉน*. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- (2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.

- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*. 16, 297-334.
- Hartung, Joachim. (2001, May). Testing for Homogeneity in combining of two-armed trials with normally distributed responses. *Sankhya. The Indian Journal of statistics*. 63: 298-310.
- Keppel, Geoffrey. (1982). *Design and Analysis A Researcher's Handbook*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Kotler, Philip. (1997). *Marketing management : analysis, planning, implementation and control*. 9th ed. New Jersey: A Simon and Schuster Company
- (2003). *Marketing Management*. 10th ed. New Jersey: Prentice – Hall.
- Nunnally J. C. (1978). *Psychometric theory*. 2nd ed. New York: McGraw-Hill 1975.







## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

### เรื่อง

การศึกษาเปรียบเทียบลักษณะผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจและ  
พฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบของแพทย์

### คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบ ลักษณะผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจและพฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบ ของแพทย์ เพื่อใช้เป็นข้อมูลและประโยชน์ในการประกอบการตัดสินใจ ของผู้ประกอบการธุรกิจยาในการ ดำเนินการกลยุทธ์ทางการตลาดและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการ ข้อมูลของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการทำ วิจัย ดังนั้นผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบ แบบสอบถามทั้ง 4 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นต่อการให้ความสำคัญลักษณะผลิตภัณฑ์ยาสามัญและยาต้นแบบ
- ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจโดยรวมต่อยาสามัญและยาต้นแบบ
- ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบ

ขอขอบคุณในความร่วมมือ  
นิตติปริยญาโท ภาควิชาบริหารธุรกิจ  
สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



**แบบสอบถาม**

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุด

**ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์**

- 1) เพศ
 

(.....) ชาย	(.....) หญิง
-------------	--------------
  
- 2) อายุ
 

(.....) น้อยกว่า 26 ปี	(.....) 26 – 35 ปี
(.....) 36 – 45 ปี	(.....) 46 – 55 ปี
(.....) มากกว่า 55 ปี	
  
- 3) สาขาที่เชี่ยวชาญ
 

(.....) อายุรศาสตร์	(.....) ศัลยศาสตร์
(.....) กุมารเวชศาสตร์	(.....) ENT
(.....) สูติ – นรีเวช	(.....) อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
  
- 4) สถานที่ทำงานหลัก
 

(.....) โรงพยาบาลรัฐ
(.....) โรงพยาบาลเอกชน
  
- 5) อายุงาน
 

(.....) ไม่เกิน 1 ปี
(.....) มากกว่า 1 ปีและไม่เกิน 10 ปี
(.....) มากกว่า 10 ปีและไม่เกิน 20 ปี
(.....) มากกว่า 20 ปีและไม่เกิน 30 ปี
(.....) มากกว่า 30 ปีขึ้นไป

**ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นต่อลักษณะผลิตภัณฑ์ยาสามัญและยาต้นแบบ**

โปรดพิจารณาข้อความที่ละเอียดและใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องตามความคิดเห็นของท่านที่เห็นว่ายาสามัญและยาต้นแบบ ส่วนใหญ่มีลักษณะในเรื่องต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

ยาสามัญ					หัวข้อ	ยาต้นแบบ				
มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
5	4	3	2	1		5	4	3	2	1
					<b>ด้านคุณภาพ</b>					
					1. มีผลการศึกษารองรับ					
					2. อาการข้างเคียงที่เกิดขึ้นน้อย					
					3. มีข้อมูลในเอกสารกำกับยาครบถ้วน					
					4. ผ่านการใช้จากโรงเรียนแพทย์					
					<b>ลักษณะทางกายภาพ</b>					
					5. ลักษณะรูปทรงมีความสะดวกในการใช้ เช่น ขนาดเม็ดยา เป็นต้น					
					6. บรรจุภัณฑ์มีความชัดเจนรายละเอียดครบถ้วน ได้แก่ บอกส่วนประกอบ วันผลิต วันหมดอายุ เป็นต้น					
					7. บรรจุภัณฑ์มีลักษณะทันสมัย สะอาด					
					<b>ตราสินค้า</b>					
					8. แหล่งกำเนิดมีความชัดเจน ได้แก่ ทราบว่าวัตถุดิบมาจากที่ใด ผลิตที่ใด					
					9. แหล่งกำเนิดมีความน่าเชื่อถือ ได้แก่ วัตถุดิบมาจากยุโรป อเมริกา ญี่ปุ่น					
					10. ชื่อเสียงของบริษัทเป็นที่รู้จักแพร่หลาย					
					11. ตราสินค้านี้มีความน่าเชื่อถือในด้านเทคโนโลยี					
					12. ตราสินค้านี้มีความน่าเชื่อถือในด้านความสามารถเฉพาะทาง เช่น เชี่ยวชาญเฉพาะด้านยาปฏิชีวนะ					
					13. ชื่อบริษัทเป็นที่รู้จักคุ้นเคย					

**ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจโดยรวมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบ**

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านในประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ยาสามัญ					ความพึงพอใจโดยรวม	ยาต้นแบบ				
พอใจมากที่สุด	พอใจมาก	พอใจปานกลาง	พอใจน้อย	พอใจน้อยที่สุด		พอใจมากที่สุด	พอใจมาก	พอใจปานกลาง	พอใจน้อย	พอใจน้อยที่สุด
5	4	3	2	1		5	4	3	2	1
					1.ความพึงพอใจด้านคุณภาพ					
					2.ความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพ					
					3.ความพึงพอใจด้านตราสินค้า					

**ส่วนที่ 4 พฤติกรรมในการใช้ยาสามัญและยาต้นแบบ**

	ยาสามัญ(Generic drug)	ยาต้นแบบ(Original drug)
สัดส่วนในการใช้ยากับคนไข้ %	..... %	..... %



ภาคผนวก ข

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

## รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพของเครื่องมือ

1. อาจารย์ ดร.ชนภูมิ อติเวทิน                      ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. อาจารย์ ดร.ไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์              ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ





ภาคผนวก ค

หนังสือขอเชิญผู้เชี่ยวชาญ



## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โทร. 5730

ที่ ศท 0519.12/2795

วันที่ 28 เมษายน 2554

เรื่อง ขกเชิญเป็นผู้ใช้ชวชาญ

เรียน ทบพิเศษระดับอุดมศึกษา

เนื่องด้วย นายสมเกียรติ รุ่งนิรันดร์ชัย นิตยระดับปริญญาโท สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ทำสารนิพนธ์ เรื่อง "การเปรียบเทียบการให้ความสำคัญและความพึงพอใจของแพทย์ต่อยาสามัญและยาต้นแบบ" โดยมี อาจารย์ ดร.พนิต กุลศิริ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในงานนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเชิญ อาจารย์ ดร.ชาญมี อติเรติน และ อาจารย์ ดร.ไพบุลย์ อาษารุ่งโรจน์ เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามการเปรียบเทียบการให้ความสำคัญและความพึงพอใจของแพทย์ต่อยาสามัญและยาต้นแบบ

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้บุคลากรในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญให้ นายสมเกียรติ รุ่งนิรันดร์ชัย และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)

คณาธิการบัณฑิตวิทยาลัย

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์





## ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นายสมเกียรติ รุ่งนริตต์ชัย
วันเดือนปีเกิด	16 กรกฎาคม 2518
สถานที่เกิด	กรุงเทพฯ
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	60/56 หมู่บ้านวรารมย์ 69 ซอย เพชรเกษม 69 ถนน เพชรเกษม แขวงหนองแขม เขตหนองแขม กรุงเทพฯ
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2541	คณะเภสัชศาสตร์ จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
พ.ศ. 2554	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

