

พฤติกรรมและความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกใช้ยา Zelmac ของแพทย์ในเขตพื้นที่
ภาคตะวันออก

สารนิพนธ์
ของ
รัชพล จารุเกษมกิจ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
พฤษภาคม 2550
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

พฤติกรรมและความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกใช้ยา Zelmac ของแพทย์ในเขตพื้นที่
ภาคตะวันออก

บทคัดย่อ
ของ
รัชพล จารุเกษมกิจ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
พฤษภาคม 2550

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี โดยผู้ศึกษาค้นคว้าได้รับความอนุเคราะห์ช่วยเหลือและให้คำแนะนำอย่างดียิ่งจากรองศาสตราจารย์ ดร.พุททกาล รัชชร ซึ่งท่านให้ความเมตตาเป็นที่ปรึกษา จนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้เสร็จเรียบร้อย ผู้ศึกษาค้นคว้ารู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่งและขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง นอกจากนี้ขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐ์ กุลลิสร์ กรรมการสอบสารนิพนธ์ รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ กรรมการสอบสารนิพนธ์ ซึ่งได้ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในการปรับปรุงแก้ไขสารนิพนธ์ฉบับนี้จนทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้มีคุณค่า มีความถูกต้อง และสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

และขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ให้ความรู้แก่ผู้ศึกษาค้นคว้าในการศึกษา ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด และที่สำคัญสารนิพนธ์ฉบับนี้จะสมบูรณ์ไม่ได้หากขาดข้อมูลสนับสนุนอ้างอิงจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ นั้น ผู้ศึกษาค้นคว้าต้องขอขอบพระคุณผู้เขียนเอกสาร หนังสือ ตำราบทความ และงานวิจัย ทุก ๆ ท่าน ที่เป็นแหล่งขุมทรัพย์ทางปัญญาในการศึกษาค้นคว้าหาความรู้ในเรื่องของพฤติกรรมและความพึงพอใจโดยรวมของแพทย์ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก ทำให้การดำเนินการศึกษาค้นคว้าสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ ผู้ศึกษาค้นคว้าขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ พี่น้อง ครอบครัวและลูกๆ เพื่อนๆ ทุกคนที่ช่วยสนับสนุน เป็นกำลังใจ และให้ความช่วยเหลือในการจัดทำสารนิพนธ์จนเสร็จสมบูรณ์

รักษพล จารุเกษมกิจ

รักษพล จารุเกษมกิจ (2550). พฤติกรรมและความพึงพอใจในการเลือกใช้ยา Zelmac ของแพทย์
ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ :

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ :

รศ.ดร.พุทธกาล รัชวร

วัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมและความพึงพอใจในการสั่ง
จ่ายยา Zelmac ของแพทย์ในเขตภาคตะวันออก โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 174 ราย คือ กลุ่ม
แพทย์ที่ปฏิบัติงานในเขตภาคตะวันออก โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล ในการวิเคราะห์ข้อมูล
โดยใช้โปรแกรม SPSS Version 13.0 สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน และการวิเคราะห์ข้อมูล คือ
ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ถ้า
พบความแตกต่างรายคู่ใช้ วิธีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญในระดับน้อยที่สุด และการวิเคราะห์ค่า
สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการวิเคราะห์สรุปได้ ดังนี้

1. จากการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ พบว่า

1.1 กลุ่มแพทย์ส่วนใหญ่ จากการวิจัยพบว่า เป็นเพศชาย มีอายุส่วนใหญ่ 30 - 39 ปี ,เป็น
อายุรแพทย์ มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางในด้าน GI ประเภทของสถานที่ทำงาน ส่วนใหญ่ทำงาน
ปฏิบัติงานในโรงพยาบาล ประสบการณ์การในการทำงานโดยเฉลี่ย 8.12 ปี และ
ประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmac โดยเฉลี่ย 3.32 ปี

1.2 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ในด้านของเพศ ประสบการณ์ในการทำงาน และ
ประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmac ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ต่างต่าง
กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

1.3 ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ในด้านของเพศ ประสบการณ์ในการทำงาน และ
ประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmac ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อยา Zelmac ต่างต่าง
กัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. จากการวิเคราะห์เรื่องพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac พบว่า

2.1 กลุ่มแพทย์ส่วนใหญ่ พบว่า รู้จักยา Zelmac จากผู้แทนจำหน่ายยาเป็นส่วนใหญ่ มีการ
ใช้ยา Zelmac โดยเฉลี่ยเท่ากับ 1.95 เม็ด/วัน มีปริมาณในการใช้ยา Zelmac ในการรักษาโรค IBS
โดยเฉลี่ยเท่ากับ 18.77 วัน ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ยา Zelmac มีความคิดเห็นว่า
คุณภาพของยามีผลต่อพฤติกรรมการใช้ยา Zelmac มากที่สุด มีการใช้ยา Zelmac ในการรักษาโรค

Constipation มากที่สุด ,สาเหตุในการเลือกใช้ยา Zelmec เพราะประสิทธิภาพดี มากที่สุด แพทย์มีการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบันบ่อยครั้ง และแพทย์มีแนวโน้มในการจ่ายยา Zelmec เพิ่มมากขึ้นในอนาคต

2.2 ปัจจัยทางด้านพฤติกรรมในการเลือกใช้ยา Zelmec แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้ยา Zelmec แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. จากการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านส่วนผสมทางการตลาด

3.1 ปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ สามารถที่จะแยกรายละเอียดออกเป็นรายชื่อได้ดังนี้ คือ

3.1.1 ปัจจัยทางด้านประโยชน์หลักของผลิตภัณฑ์ยา Zelmec จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มแพทย์มีความคิดเห็นด้วยกับส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของยา Zelmec ในส่วนของด้านประโยชน์หลักของผลิตภัณฑ์ Zelmec และมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในระดับค่อนข้างต่ำ ในทิศทางเดียวกัน

3.1.2 ปัจจัยทางด้านประสิทธิภาพของยา Zelmec จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มแพทย์มีความคิดเห็นด้วยกับส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของยา Zelmec ในส่วนของด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ Zelmec และมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในระดับค่อนข้างต่ำ ในทิศทางเดียวกัน

3.1.3 ปัจจัยทางด้านความคาดหวังของยา Zelmec จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มแพทย์มีความคิดเห็นด้วยกับส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของยา Zelmec ในส่วนของด้านความคาดหวังของยา Zelmec และไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.2 ปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มแพทย์มีความรู้สึกเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดด้านราคาของยา Zelmec และมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ในระดับค่อนข้างต่ำ และทิศทางตรงข้าม

3.3 ปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มแพทย์มีความรู้สึกเห็นด้วย กับส่วนผสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ของยา Zelmec และมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ในระดับค่อนข้างต่ำ ในทิศทางเดียวกัน

3.4 ปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาด จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มแพทย์มีความรู้สึกเห็นด้วยกับส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาดของ

ยา Zelman และมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelman อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ในระดับค่อนข้างต่ำ ในทิศทางเดียวกัน

DOCTOR'BEHAVIOR AND TOTAL SATISFACTION IN CHOOSING ZELMAC MEDICINE OF
DOCTORS IN EASTERN AREA.

AN ABSTRACT

BY

RUGPOL JARUKASEMKIT

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

May 2007

Rugpol Jarukasemkit. (2007). *Doctor's behavior and total Satisfaction in Choosing Zelmec Medicine of Doctors in Eastern Area*. Master's Project, M.B.A. (Marketing). Bangkok : Graduate School, Srinakharin-wirot University. Project Advisor : Asso. Prof. Dr. Buddhagarn Ratchatarn.

The research objective was to study doctor's behavior and satisfaction in prescribing Zelmec medicine in the Eastern area. The sample used in this study was 174 doctors who were working in the Eastern area. Questionnaires were used to collect information. The data were analyzed by using the SPSS for Windows Version 13.0. Statistical analyses used including percentage, means, standard deviations, t-test, One-Way Analysis of Variance, pair differences analyzed by Least Significant Difference (LSD) and Pearson Correlation Coefficients.

The results of the research were revealed as the follows:

1. The analysis of demographic data indicated that:
 - 1.1 Majority of doctors were male, aged between 30-39 years, physician, specialized in the Gastro Intestinal (GI), working in government hospital, average experience of 8.12 years and average experience in prescribing Zelmec for 3.12 years.
 - 1.2 There was statistically significant difference of 0.05 level for doctor's behavior in prescribing Zelmec with different gender, number of years of experience and number of years of prescribing Zelmec.
 - 1.3 There was statistically significant difference of 0.05 level for doctor's satisfaction toward prescribing Zelmec with different gender, number of years of experience and number of years of prescribing Zelmec.
2. The analysis of behavior in prescribing Zelmec indicated that:
 - 2.1 Majority of doctors were known about Zelmec from its sale representative, prescribing Zelmec for an average of 1.95 tablets per day, treating each patient for Irritable Bowel Syndrome (IBS) for an average of 18.77 days. In consideration factors toward prescribing Zelmec, medicine's efficacy was

the most influential element in usage of Zlemac for treating Constipation Disease. The frequency for doctor in prescribing Zlemac for treatment was dependent on its efficacy.

2.2 There was no statistically significant difference of 0.05 level for doctor's behavior in prescribing Zlemac with different gender, number of years of experience and number of years of prescribing Zlemac.

3. The analysis of marketing mix factors indicated as follows:

3.1 The analysis of Product marketing mix factor of Zlemac was described below :

3.1.1 In consideration of the major benefit of Zlemac, the finding indicated that doctors agreed on its treatment benefit. It was statistical significance of 0.05 level indicating a low level of the direct relationship between major benefit of Zlemac and behavior in prescribing Zlemac.

3.1.2 In consideration of the efficacy of Zlemac, the finding indicated that doctors agreed on its treatment efficacy. There was statistical significance of 0.05 level indicating a low level of the positive relationship between efficacy of Zlemac and behavior in prescribing Zlemac.

3.1.3 In consideration of the expectation factor of Zlemac, the finding indicated that doctors agreed on the Product marketing mix factor. There was no statistical significance of 0.05 level of the relationship between expectation factor of Zlemac and behavior in prescribing Zlemac.

3.2 The analysis of Price marketing mix factor of Zlemac indicated that doctors were expressed neutral opinion. It was statistical significance of 0.01 level indicating a low level of the negative relationship between behavior in prescribing the medicine and its Price factor.

3.3 The analysis of Place marketing mix factor of Zlemac indicated that doctors agreed on Place marketing mix factor. It was statistical significance of 0.01 level indicating a low level of the positive relationship between behavior in prescribing the medicine and its Place factor.

3.4 The analysis of Promotion marketing mix factor of Zelmac indicated that doctors agreed on Promotion marketing mix factor. It was statistical significance of 0.01 level indicating a low level of the positive relationship between behavior in prescribing the medicine and its Promotion factor.

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	2
ความสำคัญของการวิจัย	2
ขอบเขตของการวิจัย	2
นิยามคำศัพท์เฉพาะ	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย	6
สมมุติฐานในการวิจัย	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
ทฤษฎีและแนวคิดด้านพฤติกรรม	8
ทฤษฎีและแนวคิดด้านส่วนประสมทางการตลาด	12
แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการ	16
ทฤษฎีและแนวคิดด้านความพึงพอใจของลูกค้า	18
ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจ	24
ประวัติบริษัท โนวาร์ทีส จำกัด และประวัติยา Zelmac	26
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	33
3 วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า	
การกำหนดประชากร และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	34
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	35
การเก็บรวบรวมข้อมูล	41
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	41
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	43

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	51
สาเหตุของการรู้จักยา Zelmac.....	55
การวิเคราะห์พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac.....	57
การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด.....	58
ด้านผลิตภัณฑ์.....	60
การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวม.....	63
การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน.....	65
ปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาด.....	94
วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า.....	142
5 สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	148
การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน.....	151
อภิปรายผล.....	172
ข้อเสนอแนะ.....	178
บรรณานุกรม.....	180
ภาคผนวก.....	183
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	184
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	188

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวน และค่าร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม	51
2 แสดงค่าสูงสุด ต่ำสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	52
3 แสดงจำนวน และค่าร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกैया Zelmac ของกลุ่มแพทย์เขตภาคตะวันออกเฉียง.....	54
4 แสดงจำนวน และค่าร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกैया Zelmac ของกลุ่มแพทย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียง.....	56
5 แสดงค่าสูงสุด ต่ำสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับพฤติกรรม การเลือกैया Zelmac ของกลุ่มแพทย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียง.....	57
6 แสดงค่าสูงสุด ต่ำสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับพฤติกรรม การเลือกैया Zelmac ของกลุ่มแพทย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียง.....	57
7 แสดงค่าสูงสุด ต่ำสุด ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปรผล ของข้อมูลเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาด.....	58
8 แสดงค่าสูงสุด ต่ำสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจ ที่มีต่อยา Zelmac ของแพทย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียง.....	63
9 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเลือกैयाZelmac.....	65
10 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเลือกैया Zelmac.....	66
11 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเลือกैया Zelmac.....	68
12 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเลือกैया Zelmac.....	69
13 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ในการทำงาน กับ พฤติกรรมการเลือกैया Zelmac.....	71
14 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเลือกैया Zelmac จำแนกตามประเภทของสถานทำงาน.....	72

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
15 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ในการทำงาน กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac	73
16 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac จำแนกตามเพศ.....	75
17 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac จำแนกตามอายุ.....	78
18 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac จำแนกตามความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง.....	81
19 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac จำแนกตามการศึกษาภายหลังจากจบคณะแพทยศาสตร์.....	84
20 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ในการทำงาน กับ ความพึงใจ โดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac.....	86
21 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac จำแนกตามประเภทของสถานที่ทำงาน.....	89
22 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmac กับ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac	92
23 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาดด้าน ผลิตภัณฑ์ กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน	95
24 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาดด้าน ผลิตภัณฑ์ กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มการใช้ยา Zelmac ในอนาคต	100
25 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาดด้าน ราคากับพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน.....	105
26 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาด ด้านราคา กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มการใช้ยา Zelmac ในอนาคต.....	107

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
27 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาดด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน.....	109
28 พบว่าการทดสอบสมมติฐานทางด้านส่วนผสมทางการตลาดด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac จำแนกเป็นรายข้อได้ดังนี้.....	112
29 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาด กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน.....	114
30 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาด กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มการใช้ยา Zelmac ในอนาคต.....	117
31 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคตกับความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac	121
32 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	123

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ

หน้า

1 ภาพแสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย	6
2 ภาพแสดงรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค (ผู้บริโภค) (Model of buyer consumer behavior) และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค) Factors influencing consumer's buying behavior)	9
3 ภาพแสดงกระบวนการในการซื้อสินค้าของผู้บริโภคแนวคิดเรื่องการสื่อสารการตลาด และการสื่อสารการตลาด	11
4 คุณลักษณะ 4 ประการของบริการ	17
5 ลำดับความต้องการของมาสโลว์	23
6 กระบวนการตัดสินใจซื้อ	24

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ในสภาพสังคมปัจจุบัน ยารักษาโรคจัดได้ว่าเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นในเรื่องของการยืดอายุของประชากร และจัดได้ว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญมากในปัจจัย 4 ประการ อันประกอบไปด้วย ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม อาหาร และยารักษาโรค ซึ่งในปัจจุบันมีหลายบริษัทได้มีการคิดค้นสูตรยารักษาโรคใหม่เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ควบคู่กับปัญหาเรื่องของโรคติดต่อต่างๆที่เพิ่มมากขึ้นควบคู่ด้วยเช่นกัน สำหรับเรื่องของโรคที่ปัจจุบันมีโอกาที่จะเกิดขึ้นได้มากขึ้น ได้แก่ โรคท้องผูก ซึ่งสามารถที่เกิดขึ้นได้เนื่องมาจากภาวะเรื่องของโภชนาการที่มีการเปลี่ยนแปลง ทำให้พฤติกรรมการบริโภคของประชากรมีการเปลี่ยนแปลงไปจากอดีต เนื่องมาจากการเร่งรีบในการทำงานของประชากรที่เปลี่ยนแปลง อันก่อให้เกิดการละเลยเรื่องของ การดูแลสุขภาพอีกด้วย

อาการท้องผูก จัดได้ว่าเป็นปัญหาในระบบทางเดินอาหารที่พบได้บ่อยที่สุดอันหนึ่งของผู้ป่วย ท้องผูกเป็นอาการซึ่งเกิดขึ้นจากโรคหรือภาวะอื่นๆ พบได้ทั้งในเด็กและผู้ใหญ่ โดยทั่วไปผู้ป่วยที่มีอาการท้องผูกมักรักษาตนเองก่อน โดยในเบื้องต้นมักจะซื้อยามารับประทานเอง ดังนั้นเภสัชกรจึงมีบทบาทสำคัญในการรับรู้ข้อมูลหรือแนวทางใหม่ ๆ ในการรักษาอาการท้องผูกเรื้อรัง เพื่อที่จะได้ให้คำแนะนำแก่ผู้ป่วยได้อย่างถูกต้อง อย่างไรก็ตามหากผู้ป่วยมีอาการแยลงหรืออาการไม่ดีขึ้น เภสัชกรก็ควรแนะนำให้ผู้ป่วยไปพบแพทย์เพื่อวินิจฉัยหาสาเหตุและทำการรักษาที่ถูกต้องต่อไป

ซึ่งปัจจุบันบริษัท โนวาร์ตีส จำกัด ได้มีการวิจัยและพัฒนาการรักษาโรคท้องผูกขึ้นมาชื่อว่า Zelmec ชื่อทางเคมี Tegaserod 6 mg ซึ่งเป็นยาที่บริษัทมีการนำเข้ามาจำหน่ายในประเทศไทย สามารถรักษาคนไข้โรคภาวะท้องผูกเรื้อรัง ซึ่งได้รับคำแนะนำจาก ACG (American collage of Gastroenterology) เป็น Grade A (Grade A Recommendation) ในการรักษาอาการท้องผูกเรื้อรัง และมีหลักฐานทางด้านวิชาการซึ่ง Zelmec มีประสิทธิภาพและมีความปลอดภัยสูง

จากเหตุผลที่กล่าวข้างต้น ทำให้ ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับของพฤติกรรมของกลุ่มแพทย์ในเรื่องของการแนะนำยา Zelmec ให้กับผู้ป่วย ความพึงพอใจของแพทย์ที่มีต่อยา Zelmec และปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาดที่มีต่อยา Zelmec ซึ่งผู้ทำการวิจัยคาดหวังว่าจะนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันในตลาดของบริษัท โนวาร์ตีส จำกัด และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้ทำการวิจัยได้เลือกแพทย์ในเขตภาคตะวันออกมาใช้เป็นตัวแทนของแพทย์ในทั้งประเทศ เนื่องมาจากว่า ภาคตะวันออกจัดได้เป็นภาคที่มียอดการขายสินค้าเป็นอันดับสองของทางบริษัท (แหล่งที่มาจกยอดการขายสินค้าประจำปี 2548) รองมาจากเขตพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล

ความมุ่งหมายของการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายหลักเพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจโดยรวมในการใช้ยา Zelmac ของแพทย์ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกโดยมีความมุ่งหมายของการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ของกลุ่มแพทย์ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของแพทย์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของแพทย์ที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของแพทย์ในการเลือกใช้ยา Zelmac
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านส่วนสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac กับ ความพึงพอใจโดยรวมของแพทย์ที่เลือกใช้ยา Zelmac

ความสำคัญของงานวิจัย

1. ทำให้สามารถเข้าใจพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ของกลุ่มแพทย์
2. ทำให้สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ปรับปรุงส่วนสมการตลาด ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้
3. ทำให้สามารถทราบถึงความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac
4. ทำให้สามารถทราบเกี่ยวกับความถี่ในการเลือกใช้ยา Zelmac

ขอบเขตของงานวิจัย

งานวิจัยนี้มีขอบเขตด้านเนื้อหาการศึกษาในประเด็นต่างๆ คือ ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างแพทย์ ส่วนสมทางการตลาด ความรู้ความเข้าใจที่มีต่อยา Zelmac พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac และระดับของความพึงพอใจที่มีต่อยา Zelmac โดยมีขอบเขตพื้นที่ที่ศึกษา คือ โรงพยาบาล สถานเอนามัย และคลินิก ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มแพทย์ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดสมุทรปราการ ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด ฉะเชิงเทรา นครนายก ปราจีนบุรี เป็นต้น ซึ่งมีจำนวนแพทย์ประมาณ 200 ราย (แหล่งที่มาจากฐานข้อมูลลูกค้าของบริษัท โนวาร์ตีส (ประเทศไทย) จำกัด ปี 2547) โดยงานวิจัยนี้จะใช้จำนวนของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 147 ราย (เพื่อค่าความผิดพลาดเท่ากับ 10%) โดยวิธีการคำนวณตัวอย่างใช้การคำนวณจากการใช้สูตรของ Taro Yamane (Yamane: 1967) ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูล โดยกำหนดช่วงระยะเวลาในการแจกแบบสอบถามตั้งแต่วันที่ 09.00 – 21.00 น. โดยการสอบถามจากกลุ่มของแพทย์ที่ทำงานอยู่ในเขตภาคตะวันออก ระหว่างเดือนมีนาคม

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ประกอบด้วย

1.1 ปัจจัยด้านข้อมูลส่วนบุคคล

1.1.1 เพศ

1.1.1.1 ชาย

1.1.1.2 หญิง

1.1.2 อายุ

1.1.2.1 อายุไม่เกิน 30 ปี

1.1.2.2 อายุ 31 – 40 ปี

1.1.2.3 อายุ 41 – 50 ปี

1.1.2.4 อายุ 51 ปีขึ้นไป

1.1.3 ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง

1.1.3.1 อายุรแพทย์

1.1.3.2 ศัลยแพทย์

1.1.3.3 แพทย์ทั่วไป

1.1.3.4 อื่น ๆ โปรดระบุ.....

1.1.4 การศึกษาต่อภายหลังจากจบแพทย์ศาสตรบัณฑิต

1.1.4.1 GI

1.1.4.2 Cardiology

1.1.4.3 Neurology

- 1.1.4.4 อื่น ๆ โปรดระบุ.....
- 1.1.5 ประสบการณ์ในการทำงาน
- 1.1.6 ประเภทของสถานที่ทำงาน
 - 1.1.6.1 โรงพยาบาลรัฐบาล
 - 1.1.6.2 โรงพยาบาลเอกชน
 - 1.1.6.3 คลินิก
 - 1.1.6.4 อื่น ๆ โปรดระบุ.....
- 1.1.7 ประสบการณ์ในการเลือกใช้ยา Zelmac
- 1.2 ปัจจัยด้านทางด้านส่วนผสมทางการตลาด
 - 1.2.1 ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์
 - 1.2.1.1 ประโยชน์หลักของยา Zelmac
 - 1.2.1.2 คุณภาพของยา Zelmac
 - 1.2.1.3 ความคาดหวังของยา Zelmac
 - 1.2.2 ปัจจัยทางด้านราคา
 - 1.2.3 ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
 - 1.2.4 ปัจจัยทางด้านส่งเสริมการตลาด

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ประกอบด้วย

- 2.1 พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac
- 2.2 ความพึงพอใจโดยรวมต่อยา Zelmac

นิยามศัพท์เฉพาะ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้นิยามศัพท์เฉพาะ เพื่อกำหนดความหมายในการทำความเข้าใจร่วมกันให้ตรงกัน ซึ่งมีดังนี้

1. ปัจจัยทางการตลาด หมายถึง การแสดงความรู้สึกนึกคิดของแพทย์ที่อยู่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่สะท้อนว่า พอใจหรือไม่พอใจต่อการเลือกใช้ยา Zelmac ใน 4 ด้าน คือ

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของแพทย์ที่อยู่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ ประโยชน์ที่ได้รับจากยา Zelmac คุณภาพของยา Zelmac และความคาดหวังต่อยา Zelmac

1.2 ด้านราคา หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของแพทย์ที่อยู่ในเขตภาคตะวันออก ในด้านราคาของยา Zelmac ได้แก่ ระดับราคาต่างๆ ความเหมาะสมของราคา ความคุ้มค่าของราคา และเงื่อนไขของการชำระเงิน

1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของแพทย์ที่อยู่ในเขตภาคตะวันออกในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายยา Zelmac ได้แก่ ความสะดวกในการซื้อสินค้า , ระยะเวลาในการจัดส่งสินค้า ,สถานที่จัดส่งสินค้า และการกำหนดปริมาณในการสั่งซื้อขั้นต่ำ

1.4 ด้านการส่งเสริมทางการตลาด หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของแพทย์ที่อยู่ในเขตภาคตะวันออกในการสื่อสารการตลาดของยา Zelmac ได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ ,การส่งเสริมการขาย ,การสัมมนาความรู้สินค้า และการสนับสนุนด้านกิจกรรมต่างๆ กับทางลูกค้า

2. แพทย์ในเขตภาคตะวันออก หมายถึง กลุ่มผู้ประกอบการอาชีพที่ทำงานประจำอยู่ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก ทั้งในโรงพยาบาลของรัฐบาล เอกชน ตลอดจนคลินิก และสถานอนามัยต่างๆ เป็นต้น

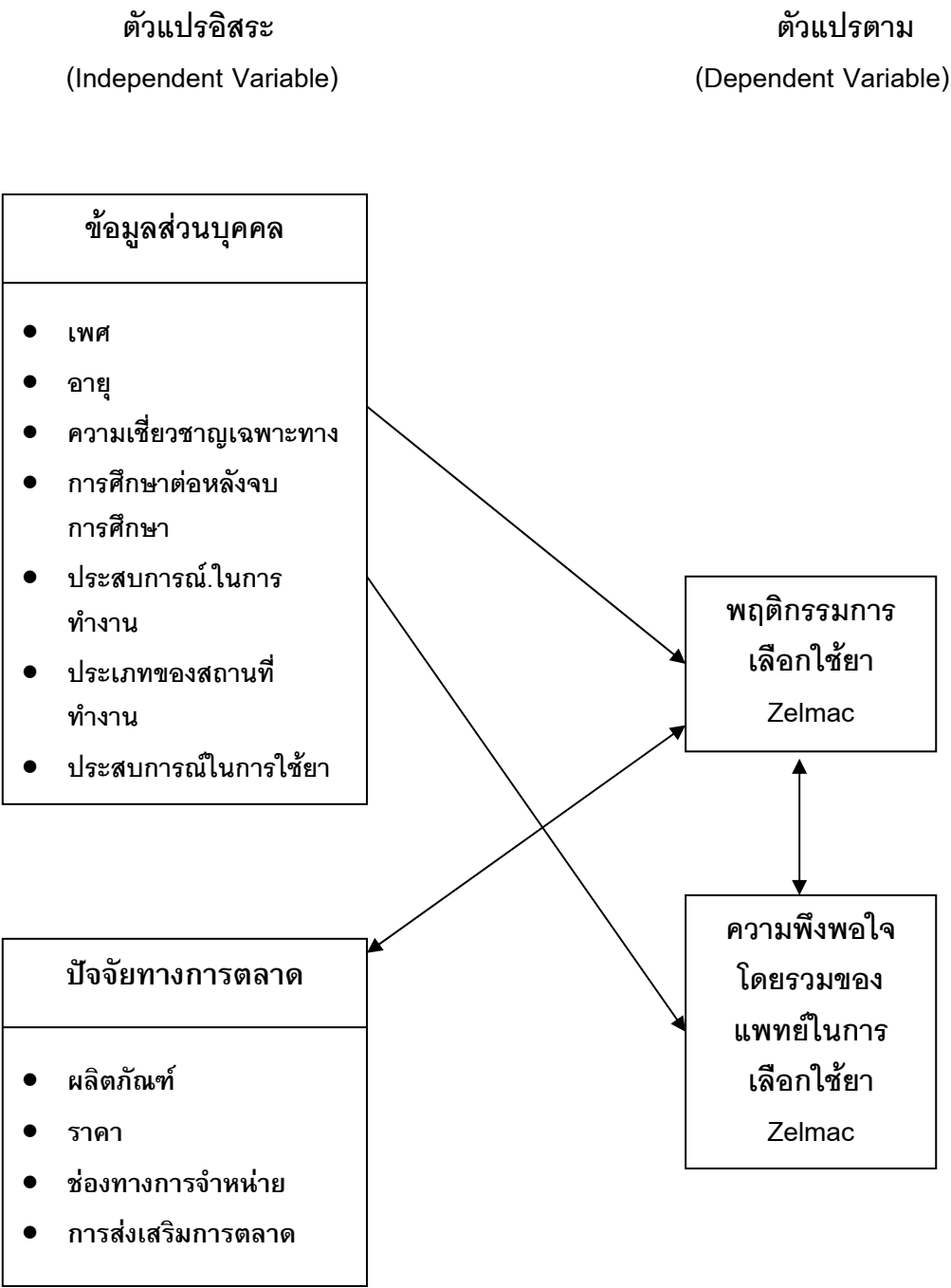
3. ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ หมายถึง ลักษณะทางด้านต่างๆของแพทย์ที่ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ ,อายุ ,ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ,สาขาที่ศึกษาต่อ ,ประสบการณ์ในการทำงาน ,ประเภทของสถานที่ทำงาน และประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmac

4. พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac หมายถึง ลักษณะข้อมูลของกลุ่มแพทย์ในการเลือกใช้ยา Zelmac อันประกอบไปด้วย ปริมาณการใช้ยาต่อครั้ง บัณฑิตในการเลือกใช้ยา สาเหตุของการเลือกใช้ยา ช่องทางในการสั่งซื้อสินค้า และประเภทของยาในการรักษาโรค เป็นต้น

5. ความพึงพอใจโดยรวมของแพทย์ในการใช้ยา Zelmac หมายถึง ระดับความรู้สึกของกลุ่มแพทย์ที่อยู่ในเขตภาคตะวันออกที่มีผลมาจากการเลือกใช้ยา Zelmac

กรอบแนวความคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)

ในการศึกษาเรื่องของการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมและความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกใช้ยา Zelmac ของแพทย์ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก” มีกรอบแนวคิดแสดงความสัมพันธ์ตามภาพประกอบ 1 ดังนี้



ภาพประกอบ 1 แสดงกรอบแนวความคิด (Conceptual Framework)

สมมุติฐานการวิจัย

1. แพทย์ที่มี เพศ ,อายุ ,ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ,สาขาที่ศึกษาต่อ ,ประสบการณ์ในการทำงาน ,ประเภทของสถานที่ทำงาน และประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmac ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน
2. เพศ ,อายุ ,ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ,สาขาที่ศึกษาต่อ ,ประสบการณ์ในการทำงาน ,ประเภทของสถานที่ทำงาน และประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmac ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน
3. ปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาด ซึ่งประกอบไปด้วย ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางในการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac
4. พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของแพทย์ในการเลือกใช้ยา Zelmac

บทที่ 2

แนวความคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนวรรณกรรมในการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและความพึงพอใจในการเลือกैया Zelmac ของแพทย์ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก” ผู้ศึกษางานวิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมรวมถึงทฤษฎี แนวความคิดและผลงานวิจัยที่เคยได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องพฤติกรรม การซื้อ ความพึงพอใจ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้า โดยมีรายละเอียดแบ่งเป็น 6 ส่วน ดังนี้

1. ทฤษฎีและแนวคิดด้านพฤติกรรม
2. ทฤษฎีและแนวคิดด้านส่วนประสมทางการตลาด
3. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการ
4. ทฤษฎีและแนวคิดด้านความพึงพอใจของลูกค้า
5. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจ
6. ประวัติบริษัท โนวาร์ตีส จำกัด และประวัติยา Zelmac
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

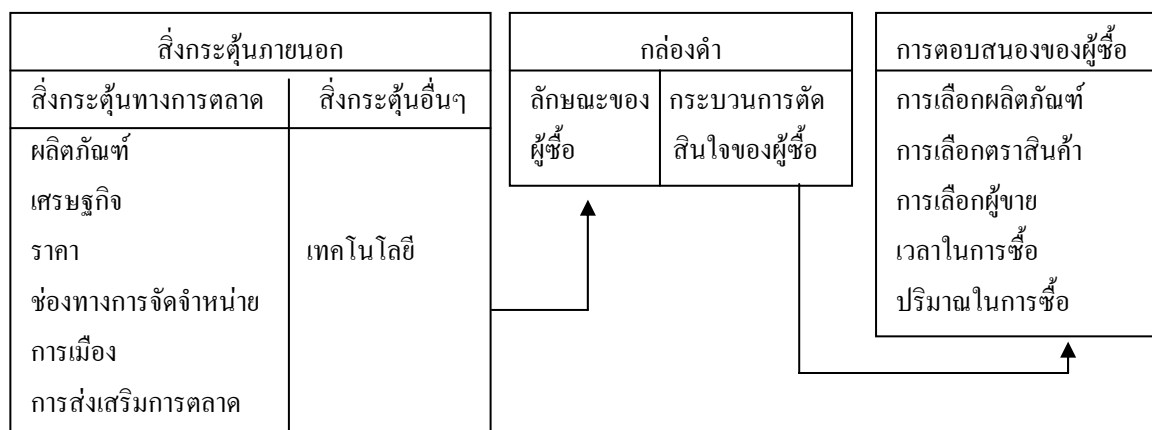
1. ทฤษฎีและแนวคิดด้านพฤติกรรม

พฤติกรรมผู้บริโภค (consumer behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของผู้บริโภคนั้น ๆ หรือหมายถึง การศึกษาถึงพฤติกรรม การตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้า นักการตลาดจำเป็นต้องศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ด้วยเหตุผลคือ

1. พฤติกรรมของผู้บริโภคมีผลต่อกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจ และมีผลทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ถ้ากลยุทธ์การตลาดสามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้

2. เพื่อให้สอดคล้องกับแนวความคิดทางการตลาดที่ว่า “ต้องทำให้ลูกค้าพึงพอใจ” ด้วยเหตุนี้จึงต้องศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อจัดตั้งกระตุ้นหรือกลยุทธ์การตลาดเพื่อสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริณุญ, ลักษณะานนท์, ศุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช , 2541, หน้า 124)

เมื่อผู้บริโภคได้รับสิ่งกระตุ้นด้านการตลาดและสิ่งกระตุ้นด้านอื่นๆ ผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (buyer's black box) ซึ่งทางผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่อาจที่จะคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ ตามลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจซื้อ จนมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (buyer's response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (buyer's purchase decision) ดังแผนภาพประกอบ 2



ภาพประกอบ 2 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (consumer behavior model)

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ; และคณะ : (2541). พฤติกรรมผู้บริโภค : 337.

ตัวแบบพฤติกรรมผู้บริโภค (consumer behavior model) เป็นการศึกษาถึงเหตุปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้น (stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (buyer's black box) เปรียบเสมือนกล่องดำซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อ แล้วจะมีการตอบสนองของผู้ซื้อ (buyer's response) หรือการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ (buyer's purchase decision)

จุดเริ่มต้นของตัวแบบอยู่ที่สิ่งกระตุ้น (stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อน แล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (response) ดังนั้นตัวแบบนี้จึงอาจเรียกว่า S-R theory โดยมีรายละเอียดของทฤษฎีดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์, ศุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช, 2541, หน้า 128-130)

1. สิ่งกระตุ้น อาจเกิดขึ้นเองภายในร่างกายและสิ่งกระตุ้นจากภายนอก นักการตลาดต้องสนใจและจัดสิ่งกระตุ้นภายนอก เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ สิ่งกระตุ้นถือว่าเป็นเหตุปัจจัยให้เกิดการซื้อสินค้า ซึ่งอาจใช้เหตุปัจจัยซื้อด้านเหตุผล หรือใช้เหตุปัจจัยซื้อด้านจิตวิทยา (อารมณ์) สิ่งกระตุ้นภายนอกประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1.1 สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (marketing stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้น เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (marketing mix) ซึ่งประกอบด้วย

1.1.1 สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ (product) เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สวยงาม เพื่อกระตุ้นความต้องการ

1.1.2 สิ่งกระตุ้นด้านราคา (price) เช่น การกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาจากค่าเป้าหมาย

1.1.3 สิ่งกระตุ้นด้านการจัดช่องทางการจัดจำหน่าย (distribution หรือ place) เช่น จำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้ทั่วถึงเพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภค ถือว่าเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ

1.1.4 สิ่งกระตุ้นด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion) เช่น การโฆษณาสม่ำเสมอ การใช้ความพยายามของพนักงานขาย การลด แลก แจก แถม การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลทั่วไป

1.2 สิ่งกระตุ้นอื่น ๆ (other stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นความต้องการผู้บริโภคที่อยู่นอกองค์การซึ่งบริษัทหรือผู้ผลิตควบคุมไม่ได้ ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี สิ่งกระตุ้นทางธรรมชาติ สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมือง และสิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม

2. กล้องดำหรือความรู้สึกลึกซึ้งนึกคิดของผู้ซื้อ เปรียบเสมือนกล้องดำที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถทราบได้ จึงต้องพยายามค้นหาความรู้สึกลึกซึ้งนึกคิดของผู้ซื้อ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อ และกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ

2.1 ลักษณะของผู้ซื้อ (buyer's characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อที่มีอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ คือปัจจัยด้านวัฒนธรรม ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

2.2 กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (buyer decision process) ประกอบด้วยขั้นตอน คือ การรับรู้ ความต้องการ (ปัญหา) การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

3. การตอบสนองของผู้ซื้อหรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่าง ๆ คือการเลือกผลิตภัณฑ์ (product choice) การเลือกตราสินค้า (brand choice) การเลือกผู้ขาย (dealer choice) การเลือกเวลาในการซื้อ (purchase timing) และการเลือกปริมาณการซื้อ (purchase amount)

คำถาม 7 คำถามที่นิยมใช้ค้นหาลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภคคือ 6Ws และ 1H เพื่อค้นหาคำตอบ 7 ประการ หรือ 7 Qs มีดังนี้

1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?) คำตอบที่ต้องการทราบ คือ ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) เช่น ลักษณะประชากร , ภูมิศาสตร์ , จิตวิทยา,พฤติกรรมศาสตร์

2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (Who does the consumer buy?) คำตอบที่ต้องการทราบ คือ สิ่งที่ผู้บริโภคที่ต้องการซื้อ (Objects) เช่น ต้องการคุณสมบัติ หรือ องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive Differentiation)

3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?) คำตอบที่ต้องการทราบ คือ วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objective) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อวัตถุประสงค์ความต้องการของเขา ด้านร่างกายและด้านจิตวิทยา ซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ

4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?) คำตอบที่ต้องการทราบคือ บทบาทของกลุ่มต่าง ๆ (Organizations) มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วยผู้เริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจ ผู้ซื้อ ผู้ใช้

5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?) คำตอบที่ต้องการทราบ คือ โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปี หรือช่วงฤดูกาลใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวัน โอกาสพิเศษหรือเทศกาลวันสำคัญต่าง ๆ

6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?) คำตอบที่ต้องการทราบ คือ ช่องทาง หรือ แหล่ง (Outlets) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของชำ

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?) คำตอบที่ต้องการทราบ คือ ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operations) ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ ความรู้สึกภายหลังการซื้อ

Who is in target market ?	—————>	Occupant
What does the market buy ?	—————>	Objects
Why does the market buy ?	—————>	Objectives
Who Participates in the buying ?	—————>	Organization
When does the market buy ?	—————>	Occasion
Where does the market buy ?	—————>	Outlets
How does the market buy ?	—————>	Operation

ภาพประกอบ3 คำถาม 6 Ws และ 1H ไปสู่ 7Qs

ที่มา : ธนะวรรณ แสงสุวรรณ ; และคณะ : (2546). *การบริหารการตลาด* : 35.

จากทฤษฎีและแนวคิดดังกล่าวข้างต้น สามารถนำมากำหนดแนวทางในการสร้างแบบสอบถามเพื่อให้ได้คำถามที่สามารถนำมาวิเคราะห์ โดยเฉพาะ 7 คำถามที่นิยมใช้ค้นหาลักษณะพฤติกรรมของผู้บริโภค 7Qs คือ 6Ws และ 1H เพื่อรับทราบถึงพฤติกรรมการซื้อขายของกลุ่มแพทย์ในเขตภาคตะวันออก

2. ทฤษฎีและแนวคิดด้านส่วนประสมทางการตลาด

(Marketing Mix หรือ 4Ps) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยเครื่องมือต่อไปนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2541: 35-36)

1. **ผลิตภัณฑ์ (Product)** หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วยสินค้า บริการ ความคิด สถานที่องค์กรหรือบุคคล ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ โดยผลิตภัณฑ์ได้แก่คุณภาพสินค้า การรับประกันสินค้า และบริการดูแลหลังการขาย เป็นต้น การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องพยายามคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

1.1 **ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) และ(หรือ) ความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation)**

1.2 **พิจารณาจากองค์ประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ (Product Component)** เช่น ประโยชน์พื้นฐาน รูปร่างลักษณะ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า ฯลฯ

1.3 **การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning)** เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัทเพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่างและมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย

1.4 **การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development)** เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น (New and improved) ซึ่งต้องคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น

กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์จะเกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจว่าคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ (Product Attribute) ควรเป็นอย่างไร ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) และสายผลิตภัณฑ์ (Product

Line) จะประกอบด้วยสินค้าและบริการอะไรบ้าง ผลิตภัณฑ์ของบริษัทจะต้องมีคุณสมบัติที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ มีสินค้าหลายประเภทหลายขนาดให้ผู้บริโภคได้เลือกซื้อได้ตามความต้องการ (เสรี วงษ์มณฑา, 2542: 57)

นอกจากนี้ คอตเลอร์ (Kotler.2000) อธิบายเพิ่มเติมว่า คุณภาพ คือ องค์ประกอบและลักษณะโดยรวมของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ทำให้เกิดความสามารถ ในการสร้างความพึงพอใจต่อความจำเป็นที่แจ้งไว้หรือที่สื่อให้เห็น

2. **ราคา (Price)** หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ราคาคือต้นทุน (Cost) ของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา เขาก็จะตัดสินใจซื้อโดยราคา ได้แก่ ระดับราคาสินค้า ส่วนลดทางการค้าต่าง ๆ งดในการชำระหนี้ คุณค่าที่ลูกค้าได้รับ คุณภาพเปรียบเทียบต่อราคา ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง

2.1 **คุณค่าที่รับรู้ (Perceive Value)** ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาว่าการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคามูลผลิตภัณฑ์นั้น

2.2 **ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง**

2.3 **การแข่งขัน**

2.4 **ปัจจัยอื่น ๆ**

ปัจจัยด้านราคา ระดับราคาเป็นตัวตัดสินใจที่สำคัญ โดยราคามีทั้งด้านที่เป็นลบและบวก ขึ้นอยู่กับชนิดของผลิตภัณฑ์ สภาวะเศรษฐกิจและการรับรู้ของผู้ใช้ เมื่อราคาเป็นกฎด้านบวก ราคาสูงขึ้นมีผลต่อการซื้อที่มากขึ้น ในทางตรงกันข้าม กฎด้านลบ ราคาต่ำส่งผลให้ขายได้มากขึ้น ดังนั้นราคาจึงมีความสำคัญเพราะมันจะส่งผลต่อการรับรู้คุณค่าของสินค้า ผู้ใช้บางคนใช้ราคาของเป็นตัวกำหนดคุณภาพของสินค้าและเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะเป็นตัวตัดสินใจด้วย (Kotler and Armstrong, 1989)

3. **การจัดจำหน่าย (Place)** หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย ก็คือสถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง โดยการจัดจำหน่าย (Place) ได้แก่ ทำเลความสะดวกในการเข้าถึงบริการ ช่องทางการจำหน่าย ดังนั้นการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

3.1 ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channel of Distribution) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และ (หรือ) กรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วยผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

3.2 การสนับสนุนการกระจายสินค้าสู่ตลาด (Market Logistic) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม

การจัดจำหน่ายเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนโอนสินค้าโดยกำหนดว่าจะใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายอย่างไร กิจกรรมในการขนส่ง และการเก็บรักษาสินค้าทำอย่างไร และปริมาณเท่าไร จึงจะเพียงพอกับความต้องการจำหน่ายได้ตลอดปี เป็นต้น (ประภัสสร บุญมี, 2542) ซึ่งช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นจุดรวมของสถานที่ซึ่งจะทำการขายผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคขั้นสุดท้าย (Peter and Donnelly, 1992) โดยมีผู้ศึกษาเกี่ยวกับการจัดจำหน่าย เช่น Parasuraman et al. (1991) ศึกษาพบว่า ที่มารับบริการจะต้องได้รับความสะดวกจากการมารับบริการ ระเบียบขั้นตอนไม่มากมายซับซ้อนเกินไป การบริการจะต้องกระจายไปอย่างทั่วถึง การบริการรวดเร็วการบริการเป็นไปอย่างเสมอภาคและ Schiffman and Kunuk (1997) ศึกษาวิจัยด้านพื้นที่ทางภูมิศาสตร์พบว่า พื้นที่ที่แตกต่างกันมีผลต่อจำนวนการใช้และรูปแบบการใช้

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย (Personal Selling) และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Nonpersonal Selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการซึ่งบริษัทอาจเลือกใช้หนึ่ง หรือหลายเครื่องมือแบบผสมผสานกัน (Integrated Marketing Communication - IMC) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้าผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือส่งเสริมที่สำคัญมีดังนี้

4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์การและ (หรือ) ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิด ที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ

4.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นกิจกรรมการแจ้งข่าวสารและจูงใจตลาดโดยใช้บุคคล

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึง กิจกรรมการส่งเสริมการขายที่นอกเหนือจากการโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ ทดลองใช้ หรือการซื้อโดยลูกค้าขั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่นในช่องทาง

4.4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relations) การให้ข่าวเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน ส่วนการประชาสัมพันธ์

หมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผนโดยองค์การหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง การให้ข่าวเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

การส่งเสริมการตลาด เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการติดต่อสื่อสารไปยังตลาดเป้าหมาย เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ข่าวสารต่าง ๆ โดยการใช้การส่งเสริมการขายเช่น การลดราคา การแจก ของ แถม การชิงโชค การแจกคูปอง เป็นต้น การส่งเสริมการขาย เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการส่งเสริมการตลาดที่หวังผลในระยะสั้น เพื่อกระตุ้นความต้องการให้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเฉพาะหน้า จะใช้ได้ผลดีเมื่อกระทำควบคู่ไปกับการโฆษณา โดยการส่งเสริมการขายจะเป็นตัวเสริมกำลังการโฆษณาที่จะช่วยให้เกิดการตอบสนองจากลูกค้าเร็วขึ้น การส่งเสริมการขายทำได้หลายวิธีการ การเลือกใช้วิธีไหนจึงขึ้นอยู่กับ วัตถุประสงค์ว่าต้องการตอบสนองในลักษณะใด (สายสวรรค์ เรืองวิเศษและ อัจจิมา จันทราทิพย์, 2530) หรือการประชาสัมพันธ์โดยการเผยแพร่กิจกรรมต่าง ๆ ของบริษัทให้ผู้บริโภคหรือคนทั่วไปเกิดความรู้สึกที่ดีต่อกิจการและทำให้เกิดการยอมรับสินค้าหรือบริการได้ง่าย (ประภัสสร บุญมี, 2542: 141)

แต่แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจบริการ (The Marketing Mix for Service) ซึ่งธุรกิจผลิตภัณฑ์อาศัยอยู่ในธุรกิจขายพร้อมบริการ จะมีกลยุทธ์ทางการตลาดประกอบด้วย 7Ps (Donald, 1984: 70; ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ.____. 2541: 337) โดยมีเพิ่มเติมอีก 3Ps จาก 4Ps ที่ได้กล่าวมาแล้วดังนี้

1. **บุคคล (People) หรือพนักงาน (Employees) ในการให้บริการ** ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก, การฝึกอบรม การจูงใจเพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับบริษัท

2. **ลักษณะทางกายภาพของสถานที่ของผู้ให้บริการ (Physical Evidence)** ได้แก่ การตกแต่งสถานที่ สี ผ้าม่าน รั้วระดับเสียง ลักษณะทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าหรือความสะอาด ความรวดเร็วโดยอดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543) ได้ศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าขึ้นอยู่กับสภาพต่าง ๆ เช่น แสงสว่าง การแวดล้อม การระบายอากาศ อุณหภูมิ สิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงานอยู่ในสภาพที่ดี สวยงาม

3. **กระบวนการในการให้บริการ (Process)** ได้แก่ นโยบายต่าง ๆ ขั้นตอนการบริการ วิธีการซื้อขาย เพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและประทับใจลูกค้าทำให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) โดย พาราสุรามาน (Parasuraman, et al. 1991) ได้ศึกษาพบว่าลูกค้าจะต้องได้รับความสะดวกจากการมารับบริการ ระเบียบขั้นตอนไม่มากมายซับซ้อนเกินไป การบริการจะต้องกระจายไปอย่างทั่วถึง รวดเร็ว และเป็นไปอย่างเสมอภาค

จากทฤษฎีและแนวคิดด้านส่วนประสมการตลาด สามารถนำมากำหนดแนวทางในการจัดทำแบบสอบถาม เพื่อนำมาวิเคราะห์และเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ด้านการตลาด และจะพบว่าปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า ซึ่งจะสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจที่จะกล่าวต่อไปในหัวข้อที่ 5

3. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจบริการ

มีผู้ให้ความหมายของธุรกิจบริการในหลายความหมายดังนี้ การบริการ (Services) เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่บริษัทสนองความต้องการแก่ลูกค้า ถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถจับต้องได้ (ศิริวรรณ เสงีรัตน์และคณะ.____. 2541: 334) โดย คอตเลอร์ (Kotler.1998: 27-29) และ วีรพงษ์ เณิมจิระรัตน์ (2538: 8) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า การบริการหมายถึง กิจกรรมหรือปฏิบัติการใด ๆ ที่กลุ่มบุคคลหนึ่งสามารถนำเสนอให้อีกกลุ่มบุคคลหนึ่งซึ่งไม่สามารถจับต้องได้ และไม่ได้ส่งผลของความเป็นเจ้าของสิ่งใด โดยมีเป้าหมายและความตั้งใจในการส่งมอบบริการอันนั้น ทั้งนี้การกระทำดังกล่าวอาจจะรวมหรือไม่รวมอยู่กับสินค้าที่มีตัวตนได้

ในขณะที่ กรอนรูส (Gronroos.1990: 27) ได้ให้ความหมายว่า การบริการคือ กิจกรรมหรือชุดของกิจกรรมซึ่งอาจอยู่ในสภาพที่มีตัวตนหรือไม่ก็ตาม เกิดขึ้นขณะที่ผู้ให้บริการมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าหรือผู้ให้บริการมีปฏิสัมพันธ์กับระบบของการบริการซึ่งจัดเตรียมไว้เพื่อแก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของลูกค้า

ลักษณะและคุณสมบัติของบริการ (Kotler and Armstrong.____. 2002 172-173)

บริการมีลักษณะที่สำคัญ 4 ประการ คือ

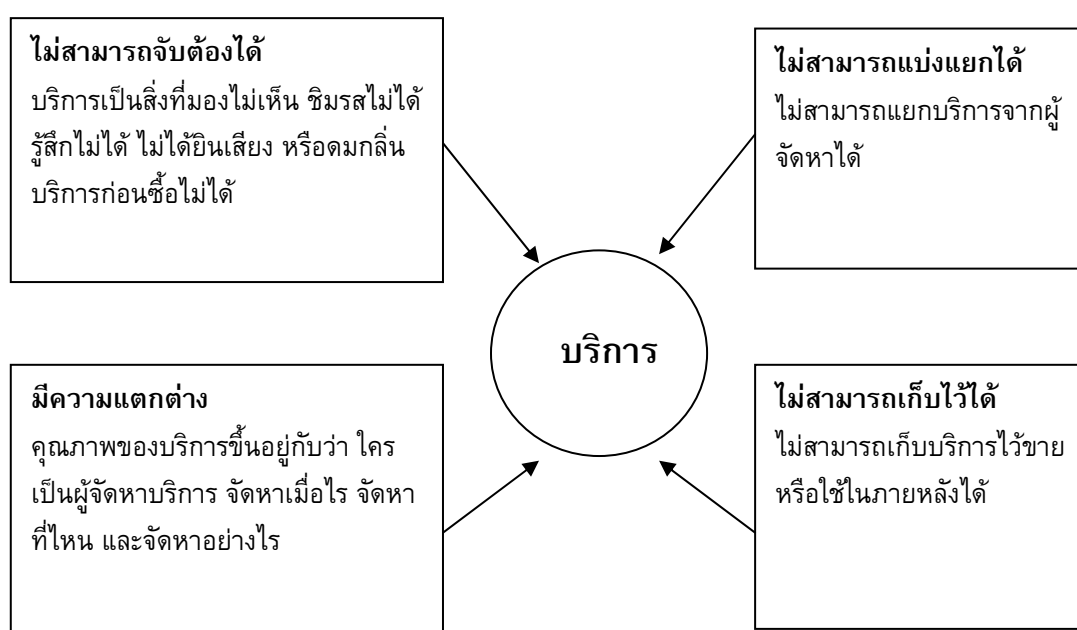
1. **ความไม่สามารถจับต้องได้ของบริการ (Service Intangibility)** หมายถึง การบริการเป็นสิ่งที่มองไม่เห็น ชิมรสไม่ได้ รู้สึกไม่ได้ ไม่ได้ยินหรือไม่สามารถดมกลิ่นได้ ก่อนที่จะซื้อ ด้วยเหตุนี้เพื่อที่ลดความไม่แน่นอน ผู้ซื้อจึงต้องสังเกต “สัญญาณ” (Signals) ของคุณภาพของบริการโดยอาจสรุปได้จาก สถานที่ บุคคล ราคา อุปกรณ์ และการติดต่อสื่อสาร ดังนั้นงานของผู้จัดหาบริการ คือ ต้องทำให้บริการจับต้องได้ ในแนวทางใดแนวทางหนึ่ง หรือหลายแนวทาง

2. **ความไม่สามารถแบ่งแยกได้ของบริการ (Service Inseparability)** หมายความว่า ลูกค้าไม่สามารถแยกบริการจากผู้ผลิต ไม่ว่าผู้ผลิตจะเป็นบุคคลหรือเครื่องจักร ถ้าบุคคลเป็นผู้จัดหาบริการหมายถึง บุคคลเป็นส่วนหนึ่งของบริการและเนื่องจากลูกค้าจะต้องอยู่ในสถานที่และเวลาที่

ผลิตบริการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดหาและลูกค้า (Provider-Customer Interaction) จึงเป็นลักษณะสำคัญของการตลาดบริการ ทำให้ทั้งลูกค้าและผู้ผลิตมีผลต่อผลผลิตบริการ

3. ความแตกต่างกันของบริการ (Service Variability) หมายความว่า คุณภาพของบริการอาจเปลี่ยนแปลงได้ ขึ้นอยู่กับว่าใครเป็นผู้ให้บริการ ให้บริการเมื่อไร ให้บริการที่ไหน และให้บริการอย่างไร

4. ความไม่สามารถเก็บไว้ได้ของบริการ (Service Perishability) หมายความว่า กิจกรรมไม่สามารถเก็บบริการไว้เพื่อขายหรือใช้งานในภายหลังได้



ภาพประกอบ 4 คุณลักษณะ 4 ประการของบริการ

(ที่มา: Kotler and Armstrong.(2002) :172

โดยสรุปความหมายของการบริการ เป็นกิจกรรมซึ่งอยู่ในสภาพที่มีตัวตนหรือไม่ก็ตาม ที่บริษัทนำเสนอให้แก่ลูกค้า เพื่อสนองความต้องการของลูกค้า และไม่สามารถจับต้องได้ สอดคล้องกับธุรกิจผลิตภัณฑ์ยา ซึ่งต้องมีการบริการจัดส่ง ดังนั้นธุรกิจผลิตภัณฑ์ยาจึงเป็นทั้งการขายบริการและผลิตภัณฑ์ยาที่ต้องใช้แนวคิดทฤษฎีส่วนประสมการตลาดเพื่อสร้างความพึงพอใจของลูกค้า

4. ทฤษฎีและแนวคิดด้านความพึงพอใจของลูกค้า

ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหัวใจสำคัญของกระบวนการทางการตลาดที่บริษัทต้องมีการวัดผลอย่างเป็นระบบถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้า (Lambin, 2000) เพราะความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่จะทำให้งานประสบผลสำเร็จ นอกจากผู้บริหารจะต้องทำให้พนักงานมีความพึงพอใจในการทำงานแล้ว จะต้องทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจด้วย เพราะความก้าวหน้าของงานบริการมีปัจจัยที่สำคัญคือ จำนวนผู้มาใช้บริการ ดังนั้นผู้บริหารจะต้องศึกษาถึงปัจจัยและองค์ประกอบที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจทั้งพนักงานและลูกค้า เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อบริษัท (สาโรช ไสยสมบัติ, 2534) ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับธุรกิจที่มุ่งเน้นด้านการตลาด ความต้องการในการทำให้ลูกค้าพึงพอใจจะขยายธุรกิจให้ได้รับส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้น เกิดการซื้อซ้ำ และเป็นธุรกิจที่ได้รับการอ้างอิง ซึ่งจะนำไปสู่ความสามารถในการทำกำไรที่ดีขึ้น (Barsky, 1992) สุดท้ายความพึงพอใจของลูกค้าคือความจำเป็น ความต้องการของลูกค้าซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาความพยายามทางการตลาดของบริษัท (Mondejar, 2000)

ความหมายของความพึงพอใจ

Hill and Alexander (2000) ได้อธิบายว่าความพึงพอใจของลูกค้าเป็นการวัดว่าผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของบริษัทสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าอยู่ในระดับใด โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อมนุษย์สามารถสนองความต้องการได้โดยการลดความตึงเครียดลง (Morse, 1995: 27) และเป็นที่เกิดขึ้นของคนที่ตั้งอยู่บนความต้องการพื้นฐาน มีความเกี่ยวข้องกับผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้น (McCormick and Daniel, 1980: 306)

สำหรับความหมายของความพึงพอใจของลูกค้า มีผู้ศึกษาและให้ความหมายไว้อย่างหลากหลาย โดยสามารถแยกเป็นประเด็นได้ดังนี้

1. ความพึงพอใจเป็นการเปรียบเทียบความรู้สึกกับความคาดหวัง

Kotler (2000: 98) ได้อธิบายว่าความพึงพอใจของลูกค้า หมายถึง ระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลมาจากการเปรียบเทียบผลประโยชน์ของหน้าที่ของสินค้า หรือการทำงานของสินค้ากับความคาดหวังของลูกค้าเช่นเดียวกับ Hoyer and MacInnis (1997) ที่ได้อธิบายถึงความพึงพอใจว่าลูกค้าจะมุ่งความสนใจไปที่สินค้าหรือบริการที่ลูกค้าสามารถประเมินผลในแง่ของหน้าที่ของสินค้าหรือบริการและบอกถึงความรู้สึกที่เกิดขึ้น โดยก่อนการซื้อและใช้ตราสินค้าลูกค้าจะมีการคาดหวังผล

ของการใช้สินค้า ซึ่งการคาดหวังนี้จะทำนายระดับของผลการดำเนินงานที่ลูกค้าใช้ หลังใช้สินค้า ลูกค้าจะเปรียบเทียบผลงานจริงกับสิ่งที่คาดหวัง (Khatibi, et al., 2002)

ดังนั้นลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและการกระทำจริง การประเมินที่เป็นบวกจะมีผลเป็นพึงพอใจและการประเมินที่เป็นลบจะมีผลไม่พึงพอใจ

2. ความพึงพอใจเป็นการเปรียบเทียบความรู้สึกกับสิ่งเร้า

กฤษณะ สินธุเดชะ (2538: 22-25) และ อัจฉนา โทบุญ (2534: 11) ได้อธิบายว่า ความพึงพอใจเป็นปฏิกิริยาด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้าที่มากระตุ้นและสิ่งจูงใจซึ่งจะแสดงออกทางพฤติกรรม และเป็นส่วนประกอบที่สำคัญในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ของบุคคล เช่นเดียวกับ กิติมา ปรีดีดีลิก (2524: 321-322) ได้ศึกษาพบว่า ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกชอบหรือพอใจที่มีต่อองค์ประกอบและสิ่งจูงใจในด้านต่าง ๆ และได้รับการตอบสนองของความต้องการได้

3. ความพึงพอใจเป็นการเปรียบเทียบความรู้สึกหรือทัศนคติกับสิ่งที่ได้รับ

Good (1973: 320) ได้ให้ความหมายของคำว่าพึงพอใจไว้ว่าความพึงพอใจ หมายถึง สภาพ คุณภาพหรือระดับความพึงพอใจ ซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจต่าง ๆ และทัศนคติที่บุคคลมีต่อสิ่งนั้น ๆ เช่นเดียวกับพิทักษ์ ตรีสุขทิม (2538: 24) และรัตนนา เพชรพรรณ (2539: 10) ที่ได้อธิบายว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งในเชิงการประเมินค่า ซึ่งจะเห็นว่าการเกี่ยวข้องกับทัศนคติอย่างแยกกันไม่ออกโดย Vroom (1964: 328) ได้ศึกษาพบว่าทัศนคติและความพึงพอใจในสิ่งใดสิ่งหนึ่งสามารถใช้ทดแทนกันได้เพราะคำทั้งสองนี้ หมายถึง ผลลัพธ์จากการที่บุคคลผู้ซึ่งเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น โดยทัศนคติด้านบวกจะบอกถึงความพึงพอใจในสิ่งนั้น และทัศนคติในด้านลบจะแสดงถึงความไม่พึงพอใจในสิ่งเหล่านั้น

ชาวิณี เดชจินดา (2530: 9) ได้อธิบายว่า ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยความพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนอง ความพอใจจะไม่เกิดขึ้นถ้าความต้องการนั้นไม่ได้รับการตอบสนองเช่นเดียวกับ วิมลสิทธิ์ หรยางกูร (2526: 30) ที่ได้อธิบายว่า ความพึงพอใจเป็นการวัดความรู้สึกของคนกับสิ่งที่ได้รับ โดยสามารถวัดผลต่อสิ่งที่ได้รับแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจ ความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ

4. ความพึงพอใจเป็นการเปรียบเทียบประสบการณ์กับความคาดหวัง

Neely (2002) ได้ศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นความคาดหวังเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่ซื้อ มีความพึงพอใจมากกว่าหรือน้อยกว่าขึ้นอยู่กับประสบการณ์ในการใช้สินค้าเทียบกับความคาดหวัง โดยมีความคิดเห็นจาก Fornell (1992) และ Johnson and Fornell (1991) ในทางเดียวกันว่าความพึงพอใจลูกค้า เป็นการประเมินผลโดยรวมต่อการซื้อสินค้าทั้งหมดและเปรียบเทียบกับประสบการณ์ในการบริโภคสินค้าหรือบริการที่ผ่านมา

ความพึงพอใจของลูกค้าเกิดขึ้นโดยการแสดงออกทางสายตา คำพูดหรือท่าทาง บ่งบอกว่ามีความสุข (หลุยส์ จำปาเทศ, 2533: 23) และความพึงพอใจเป็นความรู้สึกใน 2 ด้านของบุคคลคือ ความรู้สึกทางบวกและความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกจะเกิดเมื่อบุคคลมีความสุข และมีโอกาสเกิดเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกชนิดอื่น ส่วนความรู้สึกทางลบจะเกิดขึ้นเมื่อมีความผิดหวังเกิดขึ้น (Shelly, 1975) โดยความพึงพอใจเป็นความรู้สึกมีความสุขเมื่อบุคคลได้รับผลสำเร็จตามเป้าหมายหรือความต้องการที่มีการมุ่งใจ (Wolman, 1973: 384) ลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจ เมื่อสินค้าหรือบริการของเรา ตรงกับความต้องการ หรือเกินความคาดหวังของพวกเขา (เกอร์สัน, 2546) แต่ความรู้สึกพึงพอใจจะไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือเป้าหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง (ศนิชา ดุษฎีวิโรจน์, 2543: 22) นอกจากนี้ สมพร กิติโสภากร (2538: 66) ยังศึกษาพบว่าความพึงพอใจหลังการซื้อ เกิดจากลูกค้าได้รับจากสินค้ามากกว่าความคาดหวังที่มี แต่ถ้าต่ำกว่าความคาดหวัง ลูกค้าจะไม่พอใจ โดยความคาดหวังเกิดจากการได้รับข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เช่น พนักงานขาย

Yeung and Ennew (2000) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของลูกค้าและกำไรของบริษัทพบว่า ความพึงพอใจมีอิทธิพลกับผลการดำเนินงานด้านการเงินเช่น ราคาหุ้น ยอดขาย กำไร การเพิ่มความพึงพอใจลูกค้าจะกลายเป็นวัตถุประสงค์ในการตั้งกลยุทธ์ในอนาคตซึ่งสนับสนุนการศึกษาของ Drake et al. (1998) ที่บอกว่าการเพิ่มความพึงพอใจจะนำไปสู่การเพิ่มยอดขายหรือการลดต้นทุนหรือทั้งสองอย่าง ซึ่งจะทำได้กำไรเพิ่มขึ้น และลูกค้าที่พอใจจะซื้อสินค้าบ่อยขึ้น ทำให้บริษัทได้รับกำไรมากขึ้น จำนวนเพิ่มขึ้น และซื้อสินค้าอื่นของบริษัท (Reichheld and Sasser, 1990) โดยลูกค้าที่ซื้อซ้ำ 20% จะทำให้ได้รับกำไรมากถึง 80% (Hanan and Karp, 1989) ดังนั้นลูกค้าที่พึงพอใจเป็นสินทรัพย์ที่มีค่าที่บริษัทต้องรักษาไว้ (Peck, et al., 1999)

ลูกค้าที่มีความพึงพอใจต่ำจะมีการหมุนเวียนสูง มีต้นทุนการหาทดแทนสูง และเป็นการยากที่จะดึงดูดลูกค้าที่พึงพอใจกับคู่แข่งมาทำให้มีต้นทุนการหาลูกค้าใหม่สูง ความพึงพอใจที่สูงจะลดต้นทุนในการติดต่อในอนาคต ถ้าบริษัทมีการรักษาลูกค้าเดิมไว้สูง ก็ไม่จำเป็นต้องจ่ายเงินจำนวนมากในการหาลูกค้าใหม่ ลูกค้าที่พึงพอใจจะเพิ่มกำไรโดยลดต้นทุนในความผิดพลาด เช่น ต้นทุนการถือของคืน การป้องกันการความเสียหาย การจัดการข้อร้องเรียน (Crosby, 1979; Garvin, 1988; TARP, 1979, 1981) โดยลูกค้าที่พึงพอใจจะทำให้เกิดการซื้อซ้ำและแสดงถึงความจงรักภักดี และจะมีความอ่อนไหวต่อราคาน้อย (less price sensitive) ทำให้คาดหวังว่าจะทำให้มีต้นทุนต่ำลง และรายได้เพิ่มขึ้น กำไรเพิ่มขึ้นและจะดึงดูดลูกค้าที่ไม่เคยซื้อสินค้า ทำให้ส่วนแบ่งตลาดสูงขึ้น (Yeung and Ennew, 2000; Reichheld and Sasser, 1990)

ปัจจุบันสถาบันการศึกษา และผู้จัดการบริษัทให้ความเชื่อว่า ความพึงพอใจจะทำให้ผลการดำเนินงานของบริษัทดีขึ้น (Oliver, 1997) มี 15,000 บทความที่บอกเกี่ยวกับความพึงพอใจลูกค้าที่ถูกเขียนขึ้นในระยะเวลา 2 ทศวรรษก่อนหน้านี้ (Peterson and Wilson, 1992) ตัวอย่างเช่น ในปี 1994 มีการสำรวจบริษัทขนาดใหญ่ในอเมริกา 200 แห่งพบว่า 90% มีการวัดและปรับปรุงระดับความพึงพอใจลูกค้า (Lowenstein, 1996) และโรงงานผู้ผลิตในอเมริกาเหนือ 96% มีการสำรวจความพึงพอใจลูกค้า (Jusko, 1999) ความพึงพอใจลูกค้าเป็นสิ่งจำเป็นแต่ไม่ใช่เป้าหมายที่พอเพียง ความพึงพอใจเป็นการทำนายการซื้อซ้ำของลูกค้าอย่างง่าย ๆ ในตลาดที่มีการแข่งขันสูง (Kotler, 2003) ลูกค้าที่พึงพอใจไม่เพียงพอแล้ว ในปัจจุบันต้องคำนึงถึงลูกค้าที่จงรักภักดีและลูกค้าที่สร้างกำไร (Neely, 2002)

Brien and Manross (2002: 50-53) อธิบายว่าความพึงพอใจเป็นเป้าหมายทั่วไปสำหรับบริษัท แต่บริษัทในอเมริกาได้มองนอกจากความพึงพอใจของลูกค้า คือการสร้างความจงรักภักดีแก่ลูกค้า สิ่งที่แตกต่างกันคือ ลูกค้าที่พึงพอใจมีความชัดเจนว่าดีกว่าลูกค้าไม่พึงพอใจ แต่ลูกค้าที่จงรักภักดีจะเป็นลูกค้าที่สนับสนุนบริษัทอย่างแท้จริง

ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสิ่งที่นักการตลาดและลูกค้าสนใจ โดยนักการตลาดพยายามทำให้ลูกค้าพอใจโดยการเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ดี เพื่อให้เกิดการซื้อซ้ำและสร้างการบอกต่อในสิ่งที่ดีไปสู่ลูกค้าใหม่ในอนาคต ในขณะที่ลูกค้าที่พึงพอใจ ไม่สามารถวัดได้ว่าพวกเขาได้รับประโยชน์ต่าง ๆ ตามที่ค้นหา แต่ความพึงพอใจเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในเรื่องความรู้สึกพอใจในตัวสินค้าเท่านั้น (Wilkie, 1994)

จากการศึกษาความหมายของความพึงพอใจของลูกค้าจะสามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้า เป็นปัจจัยด้านความรู้สึกหรือทัศนคติ ซึ่งมีต่อสิ่งเร้าหรือความคาดหวังที่ได้รับจากเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ซึ่งบางครั้งไม่สามารถอธิบายได้ โดยแสดงผลออกมาในรูปแบบต่าง ๆ เช่น พอใจเฉย ๆ หรือไม่พอใจ ซึ่งมีทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจที่จะกล่าวต่อไป

ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ผู้บริโภคจะมีความพึงพอใจมากน้อยเพียงไร ขึ้นอยู่กับความต้องการของตนว่าได้รับการตอบสนองมากน้อยเพียงไร หากได้รับการตอบสนองมากก็จะก่อให้เกิดความจงรักภักดีและเกิดการสื่อสารแบบปากต่อปาก แต่ถ้าได้รับการตอบสนองน้อยก็จะรู้สึกในแง่ลบ

พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ (Motive) หรือแรงขับ (Drive) เป็นความต้องการที่กระตุ้นจนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งความต้องการของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการทางชีววิทยา

(biological) เกิดขึ้นจากสภาวะตึงเครียด เช่น ความหิวกระหาย หรือความลำบาก บางอย่างเป็นความต้องการทางจิตวิทยา (psychological) เกิดจากความต้องการการยอมรับ (recognition) การยกย่อง (esteem) หรือการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน (belonging) ความต้องการส่วนใหญ่อาจจะไม่มากพอที่จะ จูงใจให้บุคคลกระทำในช่วงเวลานั้น ความต้องการกลายเป็นสิ่งจูงใจ เมื่อได้รับการกระตุ้นอย่างเพียงพอจนเกิดเป็นความตึงเครียด โดยทฤษฎีที่ได้รับความนิยมมากที่สุด 2 ทฤษฎีคือ ทฤษฎีของ ซิกมันด์ ฟรอยด์ และทฤษฎีของอับราฮัม มาสโลว์ (Kotler and Armstrong, 2002: 100-101)

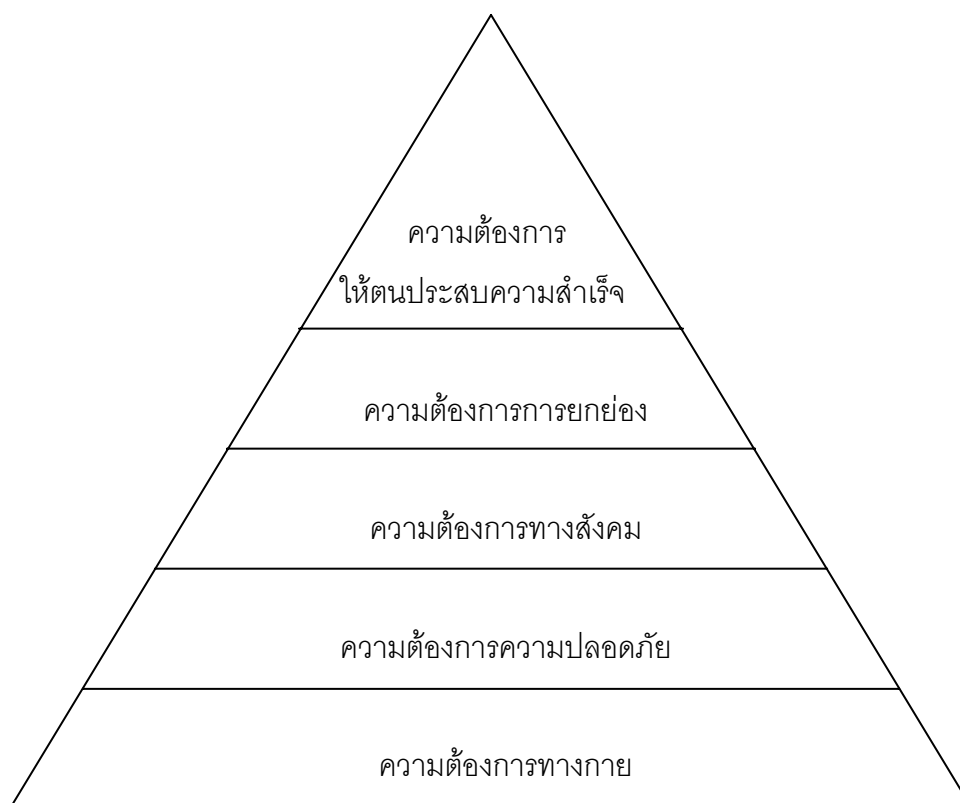
ทฤษฎีการจูงใจของฟรอยด์

ฟรอยด์ ตั้งสมมติฐานว่าบุคคลมักไม่รู้ตัวมากนักว่าพลังทางจิตวิทยามีส่วนช่วยสร้างให้เกิดพฤติกรรม ฟรอยด์พบว่าบุคคลเพิ่มและควบคุมสิ่งเร้าหลายอย่าง สิ่งเร้าเหล่านี้อยู่นอกเหนือการควบคุมอย่างสิ้นเชิง บุคคลจึงมีความฝัน พูดคำที่ไม่ตั้งใจพูด มีอารมณ์อยู่เหนือเหตุผลและมีพฤติกรรมหลอกหลอน หรือเกิดอาการวิตกกังวลอย่างมาก

ฟรอยด์ ชี้ให้เห็นว่าบุคคลไม่ค่อยเข้าใจเกี่ยวกับการจูงใจ (Motivation) ของตัวเองมากนัก เช่น ถ้าต้องการซื้อกล้องถ่ายรูปราคาแพง เขาอาจอธิบายถึงสิ่งจูงใจว่าเป็นเพราะเขาชอบถ่ายรูปเป็นงานอดิเรกหรืออยากมีอาชีพเสริม แต่ในส่วนลึกแล้ว เขาอาจซื้อกล้องเพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้อื่นเห็นถึงความสามารถพิเศษของเขา และในความรู้สึกที่ลึกกว่านั้น เขาอาจจะซื้อกล้องเพื่อให้รู้สึกเป็นวัยรุ่นและรู้สึกมีอิสระอีกครั้ง

ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์

อับราฮัม มาสโลว์ ค้นหาวิธีที่จะอธิบายว่าทำไมคนจึงถูกผลักดันโดยความต้องการบางอย่าง ณ เวลาหนึ่ง ทำไมคนหนึ่งจึงทุ่มเทเวลาและพลังงานอย่างมากเพื่อให้ได้มาซึ่งความปลอดภัยของตนเอง แต่อีกคนหนึ่งกลับทำสิ่งเหล่านั้นเพื่อให้ได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น คำตอบของมาสโลว์คือ ความต้องการของมนุษย์จะถูกเรียงตามลำดับจากสิ่งที่กดดันมากที่สุดไปถึงน้อยที่สุด ลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์แสดงดังภาพประกอบที่ 5



ภาพประกอบ 5 ลำดับความต้องการของมาสโลว์
(ที่มา: Kotler and Armstrong, 2002: 100-101)

ตามทฤษฎีของมาสโลว์ได้จัดลำดับความต้องการตามความสำคัญคือ

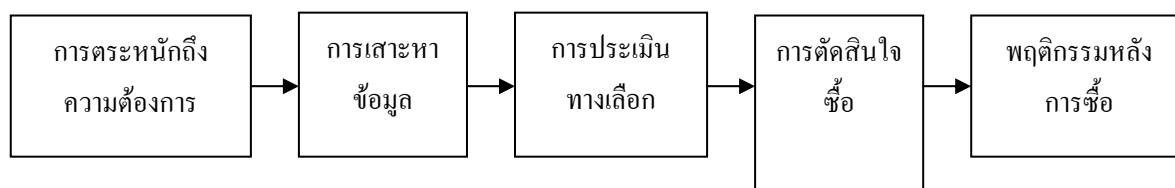
1. **ความต้องการทางกาย (Physiological Needs)** เป็นความต้องการพื้นฐาน คือ อาหาร ที่พัก อากาศ ยารักษาโรค
 2. **ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs)** เป็นความต้องการที่เหนือกว่าความต้องการเพื่อความอยู่รอด เป็นความต้องการในด้านความปลอดภัยจากอันตราย
 3. **ความต้องการทางสังคม (Social Needs)** เป็นความต้องการการยอมรับจากเพื่อน
 4. **ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs)** เป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว ความนับถือ และสถานะทางสังคม
 5. **ความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จ (Self-Actualization Needs)** เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ความต้องการทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ
- บุคคลพยายามที่สร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับแรกก่อน เมื่อความต้องการนั้นได้รับความพึงพอใจ ความต้องการนั้นจะหมดลงและเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดลำดับต่อไป ตัวอย่างเช่น คนที่อด

อยาก (ความต้องการทางกาย) จะไม่สนใจต่องานศิลปะชิ้นล่าสุด (ความต้องการสูงสุด) หรือไม่ต้องการการยกย่องจากผู้อื่น หรือไม่ต้องการแม้แต่อากาศที่บริสุทธิ์ (ความปลอดภัย) แต่เมื่อความต้องการแต่ละขั้นได้รับความพึงพอใจแล้วก็就会有ความต้องการในลำดับต่อไป

ตัวอย่างความสนใจซื้อกล้องของนายหนึ่ง เขาได้รับความพึงพอใจทางร่างกาย ความปลอดภัยและความต้องการทางสังคม ความต้องการเหล่านี้ไม่สนใจให้เขาสนใจกล้อง แต่ความสนใจซื้อกล้องเกิดจากความต้องการได้รับการยกย่องมากกว่า หรือเกิดจากความต้องการสูงสุด เขาอาจต้องการเป็นบุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์และแสดงตัวว่าเป็นช่างภาพมืออาชีพ

5. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจ

กระบวนการตัดสินใจซื้อ (Buyer Decision Process) (Kotler and Armstrong, 2002: 105-108) ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนคือ การตระหนักถึงความต้องการ การเสาะหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ ดังภาพประกอบ 6



ภาพประกอบ 6 กระบวนการตัดสินใจซื้อ

(ที่มา: Kotler and Armstrong, 2002: 105)

1. **การตระหนักถึงความต้องการ (Need Recognition)** หมายถึง การที่ผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหา หรือความต้องการของตนเอง เมื่อผู้ซื้อรับรู้ถึงความแตกต่างระหว่างสถานะที่แท้จริง (Actual State) ของตน และสถานะที่ปรารถนา (Desired State) ความต้องการถูกกระตุ้นจากสิ่งกระตุ้นภายใน (Internal Stimuli) เช่น ความหิว ความกระหาย ที่เพิ่มขึ้นจนถึงระดับที่สูงพอที่จะกลายเป็นแรงขับ ความต้องการยังเกิดจากการกระตุ้นจากสิ่งกระตุ้นภายนอก (External Stimuli)

2. **การเสาะหาข้อมูล (Information Search)** ผู้บริโภคที่ได้รับการกระตุ้นอาจจะเสาะหาข้อมูลเพิ่มเติมหรือไม่ก็ได้ ถ้าแรงขับของผู้บริโภคมีมาก และมีสินค้าที่เป็นที่พึงพอใจอยู่ใกล้มือ ผู้บริโภค ก็อาจจะซื้อทันทีหรือ เสาะหาข้อมูลที่สอดคล้องกับความต้องการ

ผู้บริโภคสามารถรับข้อมูลได้จากหลายแหล่ง ทั้งแหล่งบุคคล (Personal Sources) เช่น ครอบครัว เพื่อน เพื่อนบ้าน คนคุ้นเคย แหล่งพาณิชย์ (Commercial Sources) เช่น การโฆษณา พนักงานขาย ผู้จัดจำหน่าย หรือแหล่งสาธารณะ (Public Sources) เช่น สื่อมวลชน และจากประสบการณ์ (Experiential Sources) เช่น การใช้สินค้า โดยทั่วไปผู้บริโภครับข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการจากแหล่งพาณิชย์มากที่สุด ซึ่งเป็นข้อมูลที่บริษัทสามารถควบคุมได้ แต่แหล่งข้อมูลที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด คือ แหล่งบุคคล โดยปกติแหล่งพาณิชย์จะแจ้งข่าวสาร (Inform) แก่ผู้ซื้อ แต่แหล่งบุคคลจะช่วยประเมิน (Evaluate) สินค้าหรือบริการให้แก่ผู้ซื้อ

3. **การประเมินทางเลือก (Alternative Evaluation)** หมายถึง วิธีการที่ผู้บริโภคใช้ข้อมูลที่มีนำมาประเมินสินค้าที่อยู่ในกลุ่มสินค้าที่เลือก

4. **การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision)** ผู้บริโภคจะจัดลำดับความชอบสินค้าและเลือกตราที่ชอบมากที่สุด

5. **พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post-purchase Behavior)** เป็นการพิจารณาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการคาดหวังของผู้บริโภค (Consumer's Expectations) และการรับรู้ถึงผลการปฏิบัติงานของสินค้า (Product's Perceived Performance) ถ้าสินค้าปฏิบัติงานได้ต่ำกว่าความคาดหวัง ผู้บริโภคจะรู้สึกผิดหวังและรู้สึกไม่พอใจ ถ้าสินค้าปฏิบัติงานได้ตามความคาดหวังผู้บริโภคจะรู้สึกพอใจ ถ้าสินค้าปฏิบัติงานได้สูงกว่าความคาดหวังผู้บริโภคจะรู้สึกประทับใจสินค้านั้น

การสร้างคามพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคเป็นเรื่องที่สำคัญมากเพราะ ยอดขายของบริษัทเกิดจากลูกค้า 2 กลุ่มคือ ลูกค้าใหม่ (New Customers) และลูกค้าปัจจุบัน (Retained Customers) โดยปกติแล้วต้นทุนในการดึงดูดลูกค้าใหม่จะสูงกว่าการรักษาลูกค้าปัจจุบัน และวิธีที่ดีที่สุดในการรักษาลูกค้าปัจจุบันคือการรักษาความพึงพอใจของลูกค้าไว้ (Kotler and Armstrong, 2002: 105-108)

ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหัวใจสำคัญในการรักษาสัมพันธภาพกับลูกค้าให้ยาวนานจนกลายเป็นลูกค้าที่จงรักภักดี เพื่อรักษาและเพิ่มลูกค้ารวมถึงการเก็บเกี่ยวผลตอบแทนจากลูกค้าตลอดชีวิต ลูกค้าที่รู้สึกพึงพอใจจะซื้อสินค้าซ้ำ กล่าวถึงสินค้าในทางที่ดี ให้ความสนใจกับตราและโฆษณา รวมทั้งซื้อสินค้าอื่นจากบริษัทของคุณแข่งน้อยกว่า แต่ลูกค้าที่ไม่พึงพอใจจะตอบโต้ในวิธีที่แตกต่างกัน

ดังนั้นบริษัทควรวัดความพึงพอใจของลูกค้าอยู่เสมอ ลูกค้าที่ไม่พอใจในการใช้สินค้าน้อยลง 96 จะไม่บอกปัญหาของตนให้กับบริษัททราบ บริษัทควรตั้งระบบที่สนับสนุนให้ลูกค้าเข้ามาร้องเรียน ซึ่งจะทำให้สามารถเรียนรู้ว่าจะแก้ไขและปรับปรุงสินค้าให้ดีขึ้นได้อย่างไร โดยพิจารณาจากความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้า

6. ประวัติบริษัท โนวาร์ตีส จำกัด และประวัติยา Zelmac

ประวัติบริษัท โนวาร์ตีส จำกัด

บริษัท โนวาร์ตีส จำกัด เป็นบริษัทที่เริ่มเกิดขึ้นมาตั้งแต่เมื่อปี ค.ศ. 1997 ในประเทศ สวิตเซอร์แลนด์ ซึ่งเป็นการรวมบริษัทระหว่าง บริษัท ซีบาไก้ กับ บริษัท แซนด์อร์ธ จำกัด จับมือกัน เปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น บริษัท โนวาร์ตีส (ประเทศไทย) จำกัด ที่จัดได้ว่าเป็นผู้นำในเรื่องของการพัฒนา และวิจัยผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับยาในขณะนั้น และบริษัทได้ทำหน้าที่ในการเป็นตัวแทนจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นในประเทศสวิตเซอร์แลนด์

ต่อจากนั้นในปี ค.ศ. 1999 ทางบริษัทฯ ได้เริ่มมีการขยายฐานในการจัดจำหน่ายสินค้าออกไปสู่ประเทศต่างๆ ทั่วโลก โดยเริ่มต้นที่ประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศแรก และได้มีการเพิ่มประสิทธิภาพในการเป็นเครือข่ายการจัดจำหน่ายยาจากแต่ละประเทศด้วยเช่นกัน และในปี ค.ศ. 2000 ทางบริษัทฯ ได้มีการขยายฐานการผลิตมายังประเทศในเอเชียด้วย และได้มีการวางฐานในการจัดจำหน่ายสินค้าในประเทศไทย และใช้ชื่อบริษัทเป็น บริษัท โนวาร์ตีส (ประเทศไทย) จำกัด และมีสำนักงานอยู่อาคารเอ็มโพเรียมทาวเวอร์ ชั้น 15 ถ.สุขุมวิท คลองตัน คลองเตย กทม.

ประวัติยา Zelmac

นิยามของอาการท้องผูก

แต่เดิมนิยามของอาการท้องผูกมักอาศัยความถี่ของการถ่ายอุจจาระแต่เพียงอย่างเดียว แต่ปัจจุบันนิยามโดย ROME II ได้ครอบคลุมอาการอื่นๆ ของผู้ป่วย ไว้ด้วย ซึ่งหมายถึง ความถี่ในการถ่ายอุจจาระน้อยกว่า 3 ครั้งต่อสัปดาห์ ร่วมกับการต้องใช้แรงเบ่งถ่ายอย่างมาก (straining) รู้สึกถ่ายอุจจาระไม่สุด (incomplete evacuation) อุจจาระเป็นก้อนแข็ง (hard lumpy stools) เป็นต้น

นิยามของอาการท้องผูกเรื้อรัง

นิยามของอาการท้องผูกเรื้อรัง (chronic constipation (CC) หรือ persistent constipation หรือ functional constipation) โดย ROME II นั้น ผู้ป่วยควรมีอาการมานานอย่างน้อย 12 สัปดาห์ โดยไม่จำเป็นต้องต่อเนื่องกัน ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา

พยาธิสรีรวิทยาของอาการท้องผูกเรื้อรัง

ปัจจุบันความเข้าใจเกี่ยวกับพยาธิสรีรวิทยาของท้องผูกเรื้อรังยังไม่เป็นที่กระจ่างชัด และเชื่อกันว่าจะมีกลไกหลายอย่างเข้ามาเกี่ยวข้องดังนี้

1. อาการท้องผูกเกิดจากความผิดปกติในการเคลื่อนไหวของทางเดินอาหาร เช่น slow GI transit หรือ colonic inertia เป็นต้น ทำให้การเคลื่อนไหวของทางเดินอาหารลดลง (hypomotility) ผลคือ น้ำถูกดูดซึมมากขึ้นและอุจจาระแข็งมากขึ้น ทำให้เกิดอาการท้องผูก
2. ความผิดปกติในการทำงานหรือกายวิภาคของทางเดินอาหาร ทำให้ถ่ายอุจจาระไม่ออก
3. เชื่อว่าส่วนหนึ่งเป็นผลจากการทำงานร่วมกันระหว่างสมองและทางเดินอาหาร (brain gut interaction) เช่นเดียวกับที่พบใน IBS โดยเฉพาะบทบาทของ serotonin (5-HT) ต่อการเคลื่อนไหวของทางเดินอาหาร

บทบาทของ serotonin ในอาการท้องผูก

Serotonin (5-HT) มีบทบาทสำคัญในการควบคุมการเคลื่อนไหวของทางเดินอาหารและเพิ่มสารหลั่งในทางเดินอาหาร หาก serotonin มีระดับสูงขึ้นในทางเดินอาหาร จะส่งผลหลายอย่าง เนื่องจากมี 5-HT receptor อยู่หลายชนิด (subtype) ในทางเดินอาหาร แหล่งสำคัญของ serotonin ในทางเดินอาหาร คือ enterochromaffin cells (EC cells)

Serotonin ที่หลั่งออกจาก EC cell จะกระตุ้น intrinsic primary afferent nerve โดยจับกับ 5-HT_{1P} และ 5-HT₄ receptors และกระตุ้น extrinsic primary afferent nerve โดยจับกับ 5-HT₃ receptors ทำให้เกิดการเคลื่อนไหวของทางเดินอาหารและเพิ่มสารหลั่งในทางเดินอาหาร

จากการศึกษาในผู้ป่วยท้องผูกพบว่า หากผู้ป่วยใช้ยาระบายเป็นประจำ ระดับ serotonin ใน EC cell จะต่ำกว่าคนปกติ นั่นคือ ในผู้ป่วยท้องผูกเรื้อรังอาจเกิดการขาดหรือความผิดปกติของระดับ serotonin ซึ่งการลดลงของ serotonin-containing cell ในทางเดินอาหารในผู้ป่วยกลุ่มนี้มีความสัมพันธ์กับการเคลื่อนไหวของลำไส้ใหญ่ colon ที่ลดลงและการเกิดท้องผูกเรื้อรัง

ประเภทของอาการท้องผูก

หากแบ่งอาการท้องผูกตามสาเหตุการเกิดจะแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

อาการท้องผูกปฐมภูมิ (primary constipation) เป็นอาการท้องผูกที่ไม่ทราบสาเหตุโดยตรง ได้แก่ slow transit constipation, pelvic floor dysfunction และ normal colonic transit และ IBS-C

อาการท้องผูกทุติยภูมิ (secondary constipation) เป็นอาการท้องผูกที่เป็นผลมาจากโรคบางชนิด เช่น โรคทางระบบต่อมไร้ท่อ โรคระบบประสาท โรคระบบทางเดินอาหาร เป็นต้น หรือ

เป็นผลจากการได้รับยาบางชนิด รูปแบบการดำเนินชีวิต เช่น อาหารที่รับประทาน ขาดการออกกำลังกาย หรือได้รับสารน้ำไม่เพียงพอ เป็นต้น ดังนั้นจะเห็นได้ว่าสาเหตุของอาการท้องผูกแบบทุติยภูมิมีได้หลากหลาย

ผลกระทบและภาระอันเนื่องมาจากอาการท้องผูกเรื้อรัง

นอกเหนือจากค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพที่สูงแล้ว อาการท้องผูกยังมีผลกระทบต่อการดำเนินกิจกรรมในชีวิตประจำวันของผู้ป่วยอีกด้วย การศึกษาในสหรัฐอเมริกาพบว่า อาการท้องผูกเป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้ป่วยต้องจำกัดการทำกิจกรรมในชีวิตประจำวันสูงถึง 13.7 ล้านวันต่อปี นอกจากนี้ผู้ป่วยอาการท้องผูก จะมีคุณภาพชีวิตที่แย่ลงเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ป่วยที่ไม่มีอาการท้องผูกหรือผู้ป่วยที่ไม่มีความผิดปกติในการทำงานของระบบทางเดินอาหารอื่น

การรักษาอาการท้องผูกเรื้อรังด้วยยา

ยารักษาอาการท้องผูกเรื้อรัง แบ่งได้ดังนี้

1. ยาระบายกลุ่มดั้งเดิม (conventional laxatives)
2. ยากลุ่มใหม่ที่ใช้รักษาอาการท้องผูกเรื้อรัง

1. ยาระบายกลุ่มดั้งเดิม (conventional laxatives) แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

1.1. ยาที่มีฤทธิ์เพิ่มปริมาณเนื้ออุจจาระ (Bulk-forming laxatives)

ยาที่มีฤทธิ์เก็บน้ำไว้ในลำไส้ทำให้ปริมาณเนื้ออุจจาระเพิ่มขึ้นและนุ่มขึ้น ผลคือแรงดันออสโมติกภายในลำไส้เพิ่มขึ้นกระตุ้นให้เกิดการขับถ่ายอุจจาระ ยาในกลุ่มนี้ได้แก่ รำข้าว (bran), ผลิตรากจาก psyllium, methylcellulose, ลูกพรุน (prunes), เทียนเกล็ดหอย (plantago), calcium polycarbophil ยามีผลข้างเคียงต่ำจัดเป็นยาระบายที่มีความปลอดภัยมากที่สุดและแนะนำให้ใช้เป็นอันดับแรก แต่ห้ามใช้ในผู้ป่วยที่มีการอุดตันของทางเดินอาหาร

1.2. ยาที่มีฤทธิ์กระตุ้นลำไส้ใหญ่ (Stimulant laxatives)

ยาจะทำให้เกิดการสะสมของน้ำและอิเล็คโตรลัยท์ภายในลำไส้ใหญ่ โดยกระตุ้นการหลั่งและการซึมผ่านของน้ำและอิเล็คโตรลัยท์เข้าสู่ลำไส้ใหญ่ ยายังมีผลกระตุ้นปมประสาท myenteric plexus บริเวณลำไส้ใหญ่ทำให้เกิดการเคลื่อนไหวและขับถ่ายอุจจาระ ได้แก่ bisacodyl มะขามแขก (senna) น้ำมันละหุ่ง (castor oil) มีฤทธิ์ถ่ายที่แรง (cathartic) ถึงแรงมาก (purgative) สารออกฤทธิ์คือ กรด ricinoleic น้ำมันละหุ่งมีผลเสียหลายอย่าง เช่น ทำลายเยื่อบุลำไส้ ทำให้สมดุลเกลือแร่

ผิดปกติ กระตุ้นการหดตัวของมดลูกในหญิงตั้งครรภ์ ดังนั้นจึงไม่แนะนำให้ใช้ในกรณีท้องผูกทั่วไปแต่ใช้เพื่อเตรียมลำไส้ให้ว่างเพื่อการวินิจฉัย ส่องกล้องตรวจ หรือผ่าตัด

1.3. ยาที่มีฤทธิ์เพิ่มแรงดันออสโมติกในลำไส้ (Osmotic/saline laxatives)

ฤทธิ์ระบาย เป็นผลมาจากการที่ยาทำให้แรงดันออสโมติกภายในลำไส้เพิ่มขึ้น ยาในกลุ่มนี้ได้แก่ Lactulose, lactitol และ sorbitol สำหรับยา lactitol ผลคล้าย lactulose แต่ยาไม่มีผลต่อระดับน้ำตาลในเลือด จึงอาจเลือกใช้ในผู้ป่วยเบาหวานได้ ยาทั้งสองยังมีฤทธิ์ลดระดับแอมโมเนียในเลือด จึงนำมาใช้ในผู้ป่วยโรคตับแข็ง ตับวาย โรคตับเรื้อรัง เพื่อป้องกันหรือรักษาภาวะ hepatic encephalopathy สำหรับ glycerin อยู่ในรูปยาเหน็บทวาร (rectal suppository) ออกฤทธิ์เพิ่มแรงดันออสโมติก บริเวณไส้ตรง (rectum) ภายใน 30 นาที จัดเป็นยาที่ปลอดภัยและแนะนำให้ใช้ในเด็ก นอกจากนี้ยังมี polyethylene Glycol (PEG) หรือ macrogol ซึ่งเป็นสารโพลิเมอร์ที่ไม่ถูกดูดซึมและไม่ถูกเปลี่ยนแปลงสภาพโดยแบคทีเรียในลำไส้ใหญ่

1.4. ยาที่มีฤทธิ์หล่อลื่นและทำให้อุจจาระนุ่ม (Stool softener, emollients, lubricants หรือ surfactant laxatives)

ยามีคุณสมบัติเป็นสารลดแรงตึงผิวประจุลบ จึงสามารถลดแรงตึงผิวบนเนื้ออุจจาระทำให้น้ำซึมเข้าไปในเนื้ออุจจาระและทำให้อุจจาระอ่อนนุ่ม ยายังมีฤทธิ์เพิ่มการหลั่งน้ำและอิเล็กโตรไลต์เข้าสู่โพรงลำไส้ ยาในกลุ่มนี้ได้แก่ docusate, poloxamers, และ mineral oil ยาที่แนะนำให้ใช้คือ docusate สำหรับ mineral oil (liquid paraffin) ยาที่มีฤทธิ์หล่อลื่นและทำให้อุจจาระนุ่ม โดยเห็นผลภายใน 2-3 วัน แต่มีข้อเสียหลายอย่าง จึงไม่นิยมใช้

อย่างไรก็ตามยาระบายกลุ่มดั้งเดิมทั้ง 4 กลุ่มข้างต้น มีข้อด้อยร่วมกันดังนี้

1. ถึงแม้ยาดังกล่าวจะมีผลทำให้เกิดการถ่ายอุจจาระ แต่ไม่มีผลบรรเทาอาการต่างๆที่พบในภาวะท้องผูกได้ เช่น การต้องใช้แรงเบ่งถ่ายอย่างมาก (straining) ความรู้สึกอึดอัดท้อง (bloating) อุจจาระเป็นก้อนแข็ง (hard lumpy stools) เป็นต้น

2. ยาบางชนิดอาจทำให้ความรู้สึกอึดอัดท้อง (bloating) ท้องเฟ้อ เป็นมากขึ้น และอาจทำให้รู้สึกปวดท้อง/ ไม่สบายท้อง

3. ยังไม่มีการศึกษาทางคลินิกขนาดใหญ่แบบ randomized controlled trial ที่ยืนยันประสิทธิภาพของยาดังกล่าวในการรักษาอาการท้องผูกเรื้อรัง

4. ผลในการรักษาอาการท้องผูกเรื้อรังไม่สามารถคาดเดาผลได้

จากข้อด้อยดังกล่าว จึงมีการศึกษาและพัฒนาหาากลุ่มใหม่ที่มีประสิทธิภาพในการรักษาอาการท้องผูกเรื้อรัง ประกอบกับผลการศึกษาที่พบว่า serotonin (5-HT) มีบทบาทสำคัญในการ

ควบคุมการเคลื่อนไหวของทางเดินอาหารและเพิ่มสารหลังในทางเดินอาหาร ดังกล่าวแล้วข้างต้น ร่วมกับการที่พบว่ายา **Zelmac หรือ tegaserod** ใช้ได้ผลดีมากในการรักษา IBS-C จึงเป็นที่มาของการนำยานี้มาใช้ในการรักษาอาการท้องผูกเรื้อรัง

2. ยากลุ่มใหม่ที่ใช้รักษาอาการท้องผูกเรื้อรัง ได้แก่ ยา **Zelmac หรือ tegaserod**

ยา **Zelmac หรือ tegaserod** มีคุณสมบัติเป็น 5-HT₄ partial agonist และจัดอยู่ในกลุ่ม GI sensorimotor modulator จากการศึกษาในชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ พบว่ายา มีการดูดซึม การกำจัดยา ไม่แตกต่างจากชาวยุโรปหรืออเมริกา นั่นคือ การดูดซึมและการกำจัดยาไม่แตกต่างระหว่างเชื้อชาติ ยาจะถูกดูดซึมได้รวดเร็วมาก และมีค่าครึ่งชีวิต 11 ชั่วโมง ดังนั้นจึงสามารถให้ยาได้วันละ 2 ครั้ง และไม่พบการสะสมของยา ปัจจุบันยา **Zelmac หรือ tegaserod** ได้รับการอนุมัติโดยองค์การอาหารและยาแห่งสหรัฐอเมริกาให้ใช้ใน IBS ชนิดท้องผูก และอาการท้องผูกเรื้อรัง

กลไกการออกฤทธิ์ของ Zelmac ผลจากการที่ Zelmac จับกับ 5-HT₄ receptor ทำให้เกิดผลดังนี้

1. กระตุ้นการบีบตัวของลำไส้ ทำให้อุจจาระถูกขับออกง่ายขึ้น
2. กระตุ้นสารคัดหลั่งในลำไส้ ทำให้อุจจาระนุ่มขึ้น
3. ระดับความไวต่อสิ่งเร้าภายในช่องท้องลดลง ทำให้ลดอาการปวดท้อง

ประสิทธิภาพของยา Zelmac หรือ tegaserod ในการรักษาอาการท้องผูกเรื้อรัง

จากการศึกษาแบบ multinational, randomized, double-blind, placebo-controlled study ในผู้ป่วยทั้งเพศชายและหญิงที่มีอาการท้องผูกเรื้อรังนานอย่างน้อย 6 เดือน จำนวน 1,348 ราย ผู้ป่วยจะได้รับยา **Zelmac หรือ tegaserod** ในขนาด 2 หรือ 6 มก. วันละ 2 ครั้ง เปรียบเทียบกับยาหลอก ติดตามผลนาน 12 สัปดาห์ ผลการศึกษาพบอัตราการตอบสนองในการเพิ่มการถ่ายอุจจาระได้เอง (complete spontaneous bowel movement, CSBM) ใน 1-4 สัปดาห์แรก ในกลุ่มที่ได้รับยา tegaserod ขนาด 2 มก. วันละ 2 ครั้ง ร้อยละ 41.4 และขนาด 6 มก. วันละ 2 ครั้ง ร้อยละ 43.2 ซึ่งสูงกว่ากลุ่มยาหลอกที่พบร้อยละ 25.1 อย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.001$) นอกจากนี้ยายังมีผลเพิ่มความถี่ในการถ่ายอุจจาระ ทำให้เนื้ออุจจาระดีขึ้น ลดแรงเบ่งเวลาถ่าย ลดอาการท้องผูก ปวดท้อง ไม่สบายท้อง อึดอัดท้อง (bloating) อาการอื่นที่เกิดจากท้องผูก ลดการใช้ยาระบายลง ซึ่งผลดังกล่าวแตกต่างจากยาหลอกอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ผลดังกล่าวยังคงอยู่ตลอดช่วง 12 สัปดาห์ของการศึกษา นอกจากนี้ยังมีการศึกษาอีก 2 การศึกษา รวมผู้ป่วยจำนวน 2,612 ราย ซึ่งให้ผลในทำนองเดียวกัน

จากผลการศึกษาข้างต้นจึงทำให้ยา **Zelmac หรือ tegaserod** มีหลักฐานทางวิชาการด้านประสิทธิภาพและมีความปลอดภัยในระดับดี (Good evidence Level I) และคำแนะนำให้ใช้นี้ในการรักษาอาการท้องผูกอยู่ในระดับ Grade A (Grade A Recommendation)

อาการข้างเคียงและความปลอดภัย

อาการข้างเคียงที่พบได้บ่อยที่สุดคือ ท้องเสีย พบได้ 11.7% ซึ่งพบได้ในระยะแรกและหายไปเมื่อรักษาต่อ อาการข้างเคียงอื่นๆ ที่พบได้ใกล้เคียงกับยาหลอก เช่น ปวดท้อง คลื่นไส้ ปวดศีรษะ เวียนศีรษะ ยามีความปลอดภัยเมื่อใช้ในผู้ป่วยที่มีโรคอื่นร่วมด้วย เช่น โรคตับ โรคหัวใจ และใช้ได้กับผู้สูงอายุ แต่ไม่แนะนำให้ใช้นี้ในเด็ก หญิงตั้งครรภ์ และหญิงให้นมบุตร เนื่องจากยังไม่มีข้อมูลเพียงพอ

ขนาดและวิธีใช้

รับประทานครั้งละ 1 เม็ด (6 มก.) วันละ 2 ครั้ง ก่อนอาหาร โดยควรรับประทานต่อเนื่องประมาณ 1 – 3 เดือน และไม่ต้องปรับขนาดยาเมื่อให้ร่วมกับยาอื่น

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภัทรกร ดุพัสกูล (2543 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติในการทำประกันชีวิตของลูกค้าธนาคาร : กรณีศึกษา ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตภาคนครหลวง 4 จำนวน 184 คน โดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย t-test และ F-test ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะทั่วไปของลูกค้าธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 36 – 45 ปี มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพรับจ้างทั่วไป และทำงานภายในสำนักงาน และมีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 25,000 บาท ด้านตัวแทนลูกค้าของธนาคารเห็นว่า ตัวแทนมีบทบาทในระดับสูงในการที่จะชักชวนให้ลูกค้าทำประกันชีวิต และลูกค้ามีความรู้ความเข้าใจในกรมธรรม์ประกันชีวิตในระดับสูง ด้านทัศนคติของผู้ทำประกันอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านประโยชน์และความจำเป็นของการทำประกันชีวิต ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือด้านพฤติกรรมตัวแทนขายประกันชีวิตนอกจากนั้น สถานภาพสมรส บทบาทของตัวแทน ความใกล้ชิดของตัวแทน การอธิบายการทำประกันชีวิต การบริการลูกค้า แบบกรมธรรม์ที่ลูกค้าถือและสนใจในการทำประกันชีวิต มีอิทธิพลต่อทัศนคติในการทำประกันชีวิตของลูกค้าธนาคาร

ภมรรัตน์ อาชาวรัตน์ (2546) ทำการวิจัยในเรื่องของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการค้าปลีกต้นไม้ที่ตลาดนัดจตุจักร ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกต้นไม้ ที่มีเพศ ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกต้นไม้ที่ตลาดนัดสวนจตุจักรแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยทางสถิติ

2. ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลต่อความสำเร็จทางด้านผลการดำเนินงานของธุรกิจของธุรกิจค้าปลีกต้นไม้ที่ตลาดนัดสวนจตุจักร แตกต่างกันอย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ .10

3. ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกต้นไม้ ที่มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจ ร้านค้าปลีกต้นไม้ ก่อนหน้านี้แตกต่างกันมีความสำเร็จทางด้านผลการดำเนินธุรกิจค้าปลีกต้นไม้ที่ตลาดนัดสวนจตุจักร แตกต่างกันอย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ .10

4. ผู้ประกอบการค้าปลีกต้นไม้ที่มีระยะเวลา ในการก่อตั้งธุรกิจค้าปลีกต้นไม้ที่ตลาดนัดสวนจตุจักร และพนักงานในธุรกิจนี้แตกต่างกัน มีผลต่อความสำเร็จทางด้านการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกต้นไม้ที่ตลาดนัดสวนจตุจักร แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยทางสถิติ

5. ผู้ประกอบการที่มีสัดส่วนในการซื้อต้นไม้จากผู้เพาะปลูกโดยตรงแตกต่างกัน มีความสำเร็จทางด้านผลการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกต้นไม้ที่ตลาดนัดสวนจตุจักร แตกต่างกันอย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ .10 ส่วนผู้ประกอบการที่มีสัดส่วนในการซื้อต้นไม้จากผู้ค้าส่ง และผู้ประกอบการที่มีสัดส่วนในการเพาะปลูกต้นไม้เอง แตกต่างกันมีความสำเร็จด้านผลของการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกต้นไม้ที่ตลาดนัดสวนจตุจักรแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยทางสถิติ

6. ผู้ประกอบการที่มีหลักเกณฑ์ในการเลือกซื้อต้นไม้มาจำหน่าย มีความแตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จทางด้านผลการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกต้นไม้ที่ตลาดนัดสวนจตุจักรแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยทางสถิติ

7. ปัจจัยกลยุทธ์ทางด้านการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ใน 4 ประเด็นนี้ มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกต้นไม้ที่ตลาดนัดสวนจตุจักร แตกต่างกันอย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ .10

7.1 ความสวยงามของต้นไม้ทำให้สามารถขายได้แม้จะตั้งราคาสูงก็ตาม

7.2 ถ้ามีการจัดต้นไม้ลงในแจกัน หรือกระถางที่มีการตกแต่งอย่างสวยงาม จะสามารถทำให้สามารถขายต้นไม้ได้ง่ายขึ้น

7.3 ถ้ามีการจัดต้นไม้ลงในแจกัน หรือกระถางที่มีการตกแต่งอย่างสวยงาม จะสามารถทำให้ได้กำไรเพิ่มมากขึ้น

7.4 ต้นไม้ที่นำมาขายได้นั้นต้องเป็นพันธุ์ที่สามารถหาซื้อได้ตามท้องตลาด

7.5 การติดซื้อต้นไม้สามารถทำให้ขายได้ง่ายมากขึ้น

8.ปัจจัยทางด้านกลยุทธ์ทางด้านราคา ใน 2 ประเด็นนี้ มีความสำคัญต่อด้านความสำเร็จทางด้านการดำเนินงานธุรกิจค้าปลีกต้นไม้ที่ตลาดนัดสวนจตุจักร อย่างมีนัยสำคัญทางเศรษฐกิจที่ระดับ .10

9.ปัจจัยกลยุทธ์การตลาดทางด้านการส่งเสริมการตลาด ใน 4 ประเด็น ดังนี้ มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จทางด้านผลการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกต้นไม้ที่ตลาดนัดสวนจตุจักร

9.1 มีมนุษย์สัมพันธ์อันดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นเหตุจูงใจให้ลูกค้ากลับ มาซื้ออีกครั้ง

9.2 การอธิบายเทคนิคการปลูกต้นไม้ ทำให้ลูกค้าพอใจยิ่งขึ้น

9.3 การขายอุปกรณ์การปลูกต้นไม้ด้วย มีส่วนทำให้ขายต้นไม้ได้มากขึ้น

9.4 ความสามารถในการพูดจูงใจลูกค้า ทำให้ขายต้นไม้ได้มากขึ้น

10.ปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดด้านสถานที่จัดจำหน่ายในประเด็นที่มีการติดป้ายชื่อร้าน มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จทางด้านผลการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกต้นไม้ที่ตลาดนัดสวนจตุจักร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .10

จากงานวิจัยของ ภัทรกร ดุพัสกูล (2543 : บทคัดย่อ) เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติในการทำประกันชีวิตของลูกค้าธนาคาร : กรณีศึกษา ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ในเขตภาคนครหลวง 4 สามารถที่จะนำแนวคิดเรื่องของทัศนคติของลูกค้ามาใช้ในการศึกษาได้

จากงานวิจัยของ ภมรรัตน์ อาชาวรัตน์ (2546) ทำการวิจัยในเรื่องของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการค้าปลีกต้นไม้ที่ตลาดนัดจตุจักร สามารถที่จะนำแนวคิดทางด้านส่วนผสมทางการตลาดมาใช้ในการประยุกต์กับงานวิจัยได้

สรุปในรายงานการวิจัยในครั้งนี้ ผู้ทำการวิจัยได้มีการใช้ทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด อันประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด ,ทฤษฎีของความพึงพอใจโดยรวมมาจากแนวคิดในเรื่องของทฤษฎีแรงจูงใจของฟรอยด์ และมาสโลว์มาเป็นตัววิเคราะห์ และพฤติกรรมกรรมการซื้อสินค้ามาจากโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (consumer behavior model) และกระบวนการตัดสินใจซื้อ (Buyer Decision Process) มาเป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ในการศึกษาการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและความพึงพอใจในการเลือกใช้ยา Zelmac ของแพทย์ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก” ซึ่งผู้ดำเนินการวิจัยได้ทำการศึกษาตามขั้นตอนต่างๆ ดังนี้คือ

1. การกำหนดประชากร และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากร และการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population)

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยได้แก่ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มแพทย์ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก ได้แก่ ได้แก่ จังหวัดสมุทรปราการ ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด ฉะเชิงเทรา นครนายก ปราจีน เป็นต้น ซึ่งมีจำนวนประมาณ 200 ราย (แหล่งที่มาจากฐานข้อมูลลูกค้าของบริษัท โนวาร์ตีส (ประเทศไทย) จำกัด ปี 2547) ซึ่งกลุ่มของแพทย์ดังกล่าวจะเป็นแพทย์ที่มีการประจำอยู่ตามโรงพยาบาล สถานีนอนามัย หรือคลินิกเอกชน และมีทำเลที่ตั้งของสถานพยาบาลในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ คือ กลุ่มแพทย์ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก โดยกำหนดเป็นตัวแทนของกลุ่มขนาดของกลุ่มแพทย์ทั้งหมดในประเทศ โดยใช้วิธีการคำนวณหา กลุ่มตัวอย่างแบบทราบจำนวนประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2540 : 74)

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ ผู้ทำการวิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการคำนวณหา กลุ่มตัวอย่างแบบทราบจำนวนประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2540 : 74)

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size)

$$n = N / (1 + Ne^2)$$

โดยที่ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากรจำนวน 200 ราย

e = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ กำหนดให้มีค่าเท่ากับร้อยละ 5 (0.05)

แทนค่าในสูตร

$$n = 200 / (1 + 200 * 0.05^2)$$
$$n = 133.33$$

เมื่อได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างแล้ว จำนวน 133.33 ราย ทำการเผื่อจำนวนของกลุ่มตัวอย่างเพิ่มอีกประมาณ 10% จะได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่ประมาณ 147 ราย

ต่อจากนั้น ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience) โดยเลือกจากกลุ่มของแพทย์ที่ทำงานอยู่ตามโรงพยาบาลของรัฐบาล และเอกชน ตลอดจนคลินิก และหน่วยงานสถานีนานามัยต่างๆ ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก เช่น ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด นครนายก ปราจีน ฉะเชิงเทรา เป็นต้น จนครบตามจำนวนที่ระบุไว้

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยทำการสร้างขึ้นจากการศึกษา ตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบบสอบถามที่ใช้ในงานวิจัยในครั้งนี้ แบ่งโครงสร้างออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับเรื่องของข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ประสบการณ์ในการทำงาน ประเภทของสถานที่ในการทำงาน และประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmec มีลักษณะเป็นคำถามเลือกตอบเป็นจำนวน 7 ข้อ

ข้อที่ 1 เพศ ระดับการวัดข้อมูล เป็นแบบ นามบัญญัติ (Nominal Scale)

จำแนกได้เป็น เพศชาย และเพศหญิง

ข้อที่ 2 อายุ ระดับการวัดข้อมูล เป็นแบบ เรียงลำดับ (Ordinal Scale)

จำแนกดังนี้ คือ

(1) อายุไม่เกิน 30 ปี

(2) อายุ 30 - 39 ปี

(3) อายุ 40 - 49 ปี

(4) อายุ 50 ปีขึ้นไป

ที่มาของการแบ่งช่วงของอายุ มาจากฐานข้อมูลของผู้ประกอบอาชีพแพทย์ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ {แหล่งที่มาจากฐานข้อมูลลูกค้าของบริษัท โนวาร์ตีส (ประเทศไทย) จำกัด ปี 2547) ซึ่งจะมีอายุตั้งแต่ 25 ปี จนถึง 60 ปี}

ข้อที่ 3 ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ระดับการวัดข้อมูล เป็นแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) จำแนกดังนี้ คือ

(1) อายุรแพทย์

(2) ศัลยแพทย์

(3) แพทย์ทั่วไป

(4) อื่นๆ โปรดระบุ

ข้อที่ 4 การศึกษาต่อภายหลังจากจบการศึกษา ระดับการวัดข้อมูล เป็นแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) จำแนกดังนี้ คือ

(1) GI

(2) Cardiologist

(3) Neurologist

(4) อื่นๆ โปรดระบุ

ข้อที่ 5 ประสบการณ์ในการทำงาน ระดับการวัดข้อมูล เป็นแบบอัตราส่วน (Ratio Scale)

ข้อที่ 6 ประเภทของสถานที่ทำงาน ระดับการวัดข้อมูลเป็นแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

(1) โรงพยาบาลรัฐบาล

(2) โรงพยาบาลเอกชน

(3) คลินิก

(4) อื่นๆ โปรดระบุ

ข้อที่ 7 ประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmac ระดับการวัดข้อมูล เป็นแบบอัตราส่วน (Ratio Scale)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกใช้ยา Zelmac โดยลักษณะของคำถามเป็นคำถามเกี่ยวกับเรื่องของการพฤติกรรมในการเลือกใช้ยา Zelmac จำนวน 9 ข้อ (ข้อที่ 8 – 16) โดยมีรายละเอียด ดังนี้ คือ

ข้อที่ 8 เป็นคำถามเกี่ยวกับเรื่องสาเหตุของการรู้จักยา Zelmac ระดับการวัดข้อมูลเป็นแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

- (1) ตัวแทนยา
- (2) สื่อโฆษณา
- (3) จากตำราเรียน
- (4) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ข้อที่ 9 เป็นคำถามเกี่ยวกับเรื่องจำนวนของการใช้ยา Zelmac ในการรักษาโรค IBS โดยการวัดข้อมูลเป็นแบบอัตราส่วน (Ratio Scale)

ข้อที่ 10 เป็นคำถามเกี่ยวกับเรื่องปริมาณในการเลือกใช้ยา Zelmac โดยการวัดข้อมูลเป็นแบบอัตราส่วน (Ratio Scale)

ข้อที่ 11 เป็นคำถามเกี่ยวกับเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกใช้ยา Zelmac โดยการวัดข้อมูลเป็นแบบประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 12 เป็นคำถามเกี่ยวกับเรื่องอาการของโรคที่ใช้ยา Zelmac ในการรักษา โดยการวัดข้อมูลเป็นแบบประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 13 เป็นคำถามเกี่ยวกับเรื่องแหล่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อยา Zelmac โดยการวัดข้อมูลเป็นแบบประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 14 เป็นคำถามเกี่ยวกับเรื่องสาเหตุในการเลือกใช้ยา Zelmac โดยการวัดข้อมูลเป็นแบบประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 15 เป็นคำถามเกี่ยวกับเรื่องชื่อของยาที่ใช้ในการรักษาโรค IBS โดยการวัดข้อมูลเป็นแบบประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 16 และ 17 เป็นคำถามเกี่ยวกับการจ่ายยาให้ผู้ป่วย และแนวโน้มในอนาคต โดยรูปแบบของคำถามเป็นแบบ Semantic Differential scale โดยแยกออกเป็น 5 ระดับ เพื่อใช้ในการวัดค่าระดับด้านความคิดเห็นต่างๆ

เกณฑ์การให้คะแนน ผู้วิจัยกำหนดไว้ดังต่อไปนี้

ระดับความน่าจะเป็นระดับความเป็นจริง	ระดับคะแนน
ข้อความไปทางซ้ายมาก	5
ข้อความไปทางซ้าย	4
ข้อความอยู่ตรงกลาง	3
ข้อความไปทางขวา	2
ข้อความไปทางขวามาก	1

โดยมีเกณฑ์การอธิบายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) โดยการคำนวณ ช่วงกว้างระหว่างชั้นตามหลักการหาค่าพิสัย (บุญชม ศรีสะอาด 2538: 80 - 81) ดังนี้

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

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลความหมายของค่าคะแนนได้ดังนี้
คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 ระดับความเป็นจริงในระดับไม่เห็นด้วยมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 ระดับความเป็นจริงในระดับไม่เห็นด้วยมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 ระดับความเป็นจริงในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 ระดับความเป็นจริงในระดับเห็นด้วยน้อย
คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 ระดับความเป็นจริงในระดับเห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็น ของแพทย์ ที่มีต่อบัณฑิตทางด้านส่วนผสมทางการด้านการตลาดในด้านต่างๆ จำนวน 19 ข้อ โดยแยกออกเป็นรายละเอียด ดังนี้คือ

ข้อที่ 18 - 19 เป็นคำถามเกี่ยวกับเรื่องของส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนของประโยชน์หลักของยา Zelmac

ข้อที่ 20 - 23 เป็นคำถามเกี่ยวกับเรื่องของส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนของคุณภาพของยา Zelmac

ข้อที่ 24 - 25 เป็นคำถามเกี่ยวกับเรื่องของส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนของความคาดหวังของยา Zelmac

ข้อที่ 26 - 28 เป็นคำถามเกี่ยวกับเรื่องของส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา

ข้อที่ 29- 32 เป็นคำถามเกี่ยวกับเรื่องของส่วนผสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ข้อที่ 33 - 36 เป็นคำถามเกี่ยวกับเรื่องของส่วนผสมทางการส่งเสริมทางการตลาด

โดยรูปแบบของคำถามเป็นแบบ Likert scale โดยแยกออกเป็น 5 ระดับ เพื่อใช้ในการวัดค่าระดับด้านความคิดเห็นต่างๆ

เกณฑ์การให้คะแนน ผู้วิจัยกำหนดไว้ดังต่อไปนี้

ระดับความคิดเห็น	ระดับคะแนน
ดีมาก	5
ดี	4
ปานกลาง	3
ไม่ดี	2
ไม่ดีอย่างมาก	1

โดยมีเกณฑ์การอธิบายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) โดยการคำนวณ ช่วงกว้างระหว่างชั้นตามหลักการหาค่าพิสัย (บุญชม ศรีสะอาด 2538: 80 - 81) ดังนี้

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

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลความหมายของค่าคะแนนได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 เป็นความคิดเห็นในระดับไม่ดีอย่างมาก

คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 เป็นความคิดเห็นในระดับไม่ดี

คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 เป็นความคิดเห็นในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 เป็นความคิดเห็นในระดับดี

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 เป็นความคิดเห็นในระดับดีมาก

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับเรื่องของความพึงพอใจโดยรวมที่ต่อยา Zelmac โดยที่ลักษณะของแบบสอบถามประกอบด้วยคำถาม จำนวน 4 ข้อ (ข้อที่ 37 – 40) โดยรูปแบบของคำถามเป็นแบบ Semantic Differential scale โดยแยกออกเป็น 5 ระดับ เพื่อใช้ในการวัดค่าระดับด้านความคิดเห็นต่างๆ

เกณฑ์การให้คะแนน ผู้วิจัยกำหนดไว้ดังต่อไปนี้

ระดับความพึงพอใจ/ความคาดหวัง/ความคุ้มค่า/ประโยชน์	ระดับคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

โดยมีเกณฑ์การอภิปรายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) โดยการคำนวณ ช่วงกว้างระหว่างชั้นตามหลักการหาค่าพิสัย (บุญชม ศรีสะอาด 2538: 80 - 81) ดังนี้

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

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว สามารถแปลความหมายของค่าคะแนนได้ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 เป็นความคิดเกี่ยวกับความพอใจ/ประโยชน์/การคาดหวัง/ความคุ้มค่าในระดับน้อยที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 เป็นความคิดเกี่ยวกับความพอใจ/ประโยชน์/การคาดหวัง/ความคุ้มค่าในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 เป็นความคิดเกี่ยวกับความพอใจ/ประโยชน์/การคาดหวัง/ความคุ้มค่าในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 เป็นความคิดเกี่ยวกับความพอใจ/ประโยชน์/การคาดหวัง/ความคุ้มค่าในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 เป็นความคิดเกี่ยวกับความพอใจ/ประโยชน์/การคาดหวัง/ความคุ้มค่าในระดับมากที่สุด

นำแบบสอบถามที่ได้ไปทำการทดลองใช้ (Try-Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ชุด เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α -Coefficient) โดยวิธีการคำนวณของ Cronbach (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2547 : 447-454) ซึ่งค่าอัลฟาจะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าอยู่ระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มากแสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง

แบบสอบถามส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ได้ค่า Reliability Coefficient เท่ากับ 0.8644

แบบสอบถามส่วนที่ 3 ปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการด้านการตลาดในด้านต่างๆ มีค่า Reliability Coefficient ตามรายละเอียด ดังนี้คือ

- ด้านผลิตภัณฑ์ ได้ค่า Reliability Coefficient เท่ากับ 0.8667
- ด้านราคา ได้ค่า Reliability Coefficient เท่ากับ 0.6967
- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้ค่า Reliability Coefficient เท่ากับ 0.7608
- ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ได้ค่า Reliability Coefficient เท่ากับ 0.7525

แบบสอบถามส่วนที่ 4 ความพึงพอใจโดยรวมที่ต่อยา Zelmac ได้ค่า Reliability Coefficient เท่ากับ 0.9387

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้เคยวิจัยไว้แล้ว เอกสารตำราทางวิชาการ วารสาร สิ่งพิมพ์ รวมถึงเอกสารของบริษัทต่าง ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ Zelmac

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยที่ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของกลุ่มแพทย์ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก ทั้งสิ้นจำนวน 147 ชุด ซึ่งจะเก็บข้อมูลจากฐานข้อมูลลูกค้าของทางบริษัท

3. ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูล โดยกำหนดช่วงระยะเวลาในการแจกแบบสอบถามตั้งแต่วันที่ 09.00 – 21.00 น. โดยการสอบถามจากกลุ่มของแพทย์ที่ทำงานอยู่ในเขตภาคตะวันออก ระหว่างช่วงเดือนมีนาคม

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีจัดกระทำกับข้อมูล

1. ทดสอบแบบสอบถามที่ได้ทำการออกแบบไว้ (Try-Out) แล้วดำเนินการแก้ไขข้อบกพร่องของแบบสอบถามพร้อมตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Validity) ของแบบสอบถามด้วยวิธีการ Cronbach ด้วย คอมพิวเตอร์โดยโปรแกรม SPSS (Statistical Package for Social Sciences) for Windows Version 11.0

2. นำแบบสอบถามที่แก้ไขข้อมูลแล้ว ออกเก็บข้อมูลตามสถานที่ที่ได้กำหนดไว้

3. นำแบบสอบถามที่เก็บข้อมูลแล้ว มาตรวจสอบความสมบูรณ์

4. นำแบบสอบถามมาลงรหัสตัวเลขที่กำหนดไว้ ล่วงหน้าในแต่ละข้อของคำถาม สำหรับประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์

5. นำข้อมูลไปบันทึกในคอมพิวเตอร์ และประมวลผลด้วย คอมพิวเตอร์โดยโปรแกรม SPSS (Statistical Package for Social Sciences) for Windows Version 11.0 ในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างดังนี้

1. ข้อมูลส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ ,อายุ ,ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ,สาขาที่ศึกษาต่อ และประเภทของสถานที่ทำงาน (แบบสอบถามข้อที่ 1 - 4 และข้อที่ 6) ซึ่งการประมวลผลข้อมูล จะใช้วิธีการแจกแจงความถี่ แสดงผลเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) ส่วนคำถามเรื่องประสบการณ์ทำงาน และประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmec (แบบสอบถามข้อที่ 5 และ 7) การประมวลผลข้อมูล จะใช้วิธีการแจกแจงความถี่ แสดงผลเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)

2. ข้อมูลส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec ได้แก่ สาเหตุของความรู้จักยา Zelmec ,ปัจจัยที่อิทธิพลต่อการใช้ยา Zelmec ,การใช้ยา Zelmec เพื่อรักษาโรค ,

แหล่งที่สั่งซื้อยา ,สาเหตุในการเลือกใช้ยา Zelmac และประเภทของยาที่ใช้ในการรักษาโรค (แบบสอบถามข้อที่ 8 และข้อที่ 11-15) ซึ่งการประมวลผลข้อมูล จะใช้วิธีการแจกแจงความถี่ แสดงผลเป็นร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) และแบบสอบถามข้อที่ 9 ,10 ,15 และ 16 เป็นคำถามเกี่ยวกับปริมาณการใช้ยา ในการรักษาโรคต่อครั้ง ,ปริมาณในการจ่ายยาต่อครั้ง ,ประเภทของยาที่จ่ายให้ลูกค้า และแนวโน้มในการจ่ายยาในอนาคต การประมวลผลข้อมูล จะใช้วิธีการแจกแจงความถี่ แสดงผลเป็นร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)

3. ข้อมูลส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาด ซึ่งประกอบไปด้วย ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ,ด้านราคา ,ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการตลาด ซึ่งการประมวลผลข้อมูล จะใช้วิธีการแจกแจงความถี่ แสดงผลเป็นร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)

4. ข้อมูลส่วนที่ 4 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac ซึ่งการประมวลผลข้อมูล จะใช้วิธีการแจกแจงความถี่ แสดงผลเป็นร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)

การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่ออธิบายข้อมูลจากสมมุติฐานในบทที่ 1 ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ มีดังนี้

1. สมมุติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ ,อายุ ,ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ,สาขาที่ศึกษาต่อ ,ประสบการณ์ในการทำงาน ,ประเภทของสถานที่ทำงาน และประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmac ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ใช้สถิติ t – test ในการทดสอบเรื่องของเพศ ส่วนอายุ ,ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ,สาขาที่ศึกษาต่อ และประเภทของสถานที่ทำงาน ทำการวิเคราะห์โดยวิธีของ Anova (One-way Analysis of Variance) และประสบการณ์ในการทำงาน และประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmac ทำการวิเคราะห์โดยวิธีหาค่าความสัมพันธ์ โดยใช้ Pearson Correlation

2. สมมุติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ ,อายุ ,ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ,สาขาที่ศึกษาต่อ ,ประสบการณ์ในการทำงาน ,ประเภทของสถานที่ทำงาน และประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmac ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่าง กัน ใช้สถิติ t – test ในการทดสอบเรื่องของเพศ ส่วนอายุ ,ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ,สาขาที่ศึกษาต่อ และประเภทของสถานที่ทำงาน ทำการวิเคราะห์โดยวิธีของ Anova (One-way Analysis of

Variance) และประสิทธิภาพในการทำงาน และประสิทธิภาพในการใช้ยา Zelmac ทำการวิเคราะห์โดยใช้วิธีหาค่าความสัมพันธ์ โดยใช้ Pearson Correlation

3. สมมุติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาด ซึ่งประกอบไปด้วย ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ,ราคา ,ช่องทางในการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ทำการวิเคราะห์โดยการหาค่าความสัมพันธ์ โดยใช้วิธี Pearson Correlation

4. สมมุติฐานข้อที่ 4 ปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาด ซึ่งประกอบไปด้วย ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ,ราคา ,ช่องทางในการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับความพึงใจโดยรวมของยา Zelmac ทำการวิเคราะห์โดยการหาค่าความสัมพันธ์ โดยใช้วิธี Pearson Correlation

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ดำเนินการวิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ ซึ่งในการวิจัยในครั้งนี้ผู้ทำการวิจัยได้ทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC for windows เพื่อหาค่าของสถิติดังนี้

1. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1.1 สถิติพื้นฐานประกอบด้วย

1) การหาค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้ในการอธิบายลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สูตร ดังนี้ (อภิสิทธิ์ จันตะนี. 2538 : 182)

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

โดยที่ P	แทน	ค่าร้อยละ หรือ เปอร์เซนต์
f	แทน	ความถี่ที่สำรวจได้
n	แทน	จำนวนความถี่ทั้งหมด หรือ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้อธิบายผลของข้อมูล โดยใช้สูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545: 36)

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

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

1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) เพื่อใช้อธิบายผลของข้อมูล โดยมีสูตรดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545: 48)

$$S.D. = \sqrt{S^2}$$

คำนวณค่าแปรปรวนได้ดังนี้

$$S^2 = \frac{\sum (x_i - \bar{x})^2}{n-1} = \frac{\sum x_i^2 - \frac{(\sum x_i)^2}{n}}{n-1}$$

โดยที่ S^2 แทน ค่าแปรปรวนตัวอย่างวัดการกระจายของข้อมูล
 X_i แทน ค่ากึ่งกลางของชั้นที่ i , $i = 1, 2, \dots, k$
 $\bar{X}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย
 n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพของแบบสอบถาม หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า (Coefficient) ของ Cronbach (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2547 : 447-454)

$$\alpha = \frac{k * \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}{1 + (k - 1) \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}$$

โดยที่ k แทน จำนวนคำถาม
 $\overline{\text{covariance}}$ แทน ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนระหว่างคำถาม
 $\overline{\text{variance}}$ แทน ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนของคำถาม

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่

3.1 ค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน

ค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 และข้อที่ 3 โดยใช้สูตร ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544 : 311-312)

$$r = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n\sum X^2 - (\sum X)^2)(n\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

โดยที่ r แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
$\sum X$	แทน ผลรวมคะแนนรายข้อ (Item) ของกลุ่มตัวอย่าง
$\sum Y$	แทน ผลรวมคะแนนรวม (Total) ของทั้งกลุ่ม
$\sum X^2$	แทน ผลรวมของคะแนนชุด X แต่ละตัวยกกำลังสอง
$\sum Y^2$	แทน ผลรวมของคะแนนชุด Y แต่ละตัวยกกำลังสอง
$\sum XY$	แทน ผลรวมของผลคูณระหว่าง X และ Y
n	แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

โดยที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ จะมีค่าระหว่าง $-1 \leq r \leq 1$ และความหมายของค่า r (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544 : 437) คือ

1. ค่า r เป็นลบ แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกัน คือ ถ้า X เพิ่มขึ้น Y จะลด แต่ถ้า X ลด Y จะเพิ่ม

2. ค่า r เป็นบวก แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน คือ ถ้า X เพิ่มขึ้น Y จะเพิ่มขึ้น แต่ถ้า X ลด Y จะลดด้วย

3. ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันอย่างมาก

4. ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง X และ Y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกัน และมีความสัมพันธ์กันอย่างมาก

5. ถ้า $r = 0$ แสดงว่า X และ Y ไม่มีความสัมพันธ์กัน

6. ถ้า r มีค่าเข้าใกล้ 0 แสดงว่า X และ Y มีความสัมพันธ์กันน้อยมาก

และมีค่าระดับความสัมพันธ์ของค่าสหสัมพันธ์ (Salkind. 2000 : 208)

ค่าระดับความสัมพันธ์	ระดับความสัมพันธ์
0.81 – 1.00	สูงมาก (Very Strong)
0.61 – 0.80	ค่อนข้างสูง (Strong)
0.41 – 0.60	ปานกลาง (Medium)
0.21 – 0.40	ค่อนข้างต่ำ (Weak)
0.01 – 0.20	ต่ำมาก (Very Weak)

3.2 ค่า t-test เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ของลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ในด้านเพศ โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2523 : 83) ใช้ในการทดสอบสมมติฐานในกรณีที่ประชากรตัวอย่างมีจำนวนต่ำกว่า 30 คน ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับเรื่องเพศ

กรณีที่ค่าความแปรปรวนมีค่าไม่เท่ากัน ($S_1 \neq S_2$)

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

กรณีที่ค่าความแปรปรวนมีค่าเท่ากัน ($S_1 = S_2 = S_p$)

$$t = S_p \sqrt{\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2}}$$

โดยที่ t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-test
$\bar{x}_1 - \bar{x}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ
$S_1^2 + S_2^2$	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2 ตามลำดับ
n_1, n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ
df	แทน	ขั้นของความเป็นอิสระ (n_1+n_2-2)

3.3 ค่า Anova (One-way Analysis of Variance) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว เพื่อทดสอบสมมติฐานลักษณะทางประชากรศาสตร์อื่นๆ (ยกเว้นเพศ) โดยใช้สูตร F-test (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2523 : 112) ใช้ในการทดสอบสมมติฐานในข้อที่ 1.2 – 1.6

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

โดยที่	F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาใน F-distribution
	MS_b	แทน	ความแปรปรวน (Mean Square) ระหว่างกลุ่ม
	MS_w	แทน	ความแปรปรวน (Mean Square) ภายในกลุ่ม
	df	แทน	ชั้นของความเป็นอิสระได้แก่ ระหว่างกลุ่ม (k-1), ภายในกลุ่ม (n-k)

กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรตามวิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประชากร (กัลยา วาณิชย์ปัญญา. 2544 : 333)

$$LSD = t_{1-\alpha/2, n-k} \sqrt{MSE \left[\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right]}$$

$$\text{โดยที่ } n_i \neq n_j$$

$$r = n - k$$

โดยที่ LSD แทน ค่า ผลต่าง นัย สำคัญ ที่ คำนวณ ได้ สำหรับ กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มที่ i และ j

MSE	แทน	ค่า Mean Square Error จากตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน
k	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทดสอบ
n	แทน	จำนวนข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด
α	แทน	ค่าความเชื่อมั่น

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและความพึงพอใจในการเลือกใช้ยา Zelmac ของแพทย์ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก” การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ทำการวิจัยได้ทำการกำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	แทน	จำนวนผู้บริโภคลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง (Mean)
SD	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
t	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
F	แทน	ค่าที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)
MS	แทน	ค่าคะแนนเฉลี่ยของผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Squares)
df	แทน	องศาความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation)
Prob	แทน	ค่าความน่าจะเป็นที่ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบจะตกอยู่ในช่วงปฏิเสธหรือ ยอมรับสมมติฐาน
LSD	แทน	Least Significant Difference
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
Sig	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติจากการทดสอบที่โปรแกรม SPSS คำนวณได้ ใช้ในการสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน
H_0	แทน	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H_1	แทน	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 5 ตอน ดังนี้ คือ

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ ,อายุ , ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ,สาขาที่ศึกษาต่อ ,ประเภทของสถานที่ทำงาน ,ประสบการณ์ทำงาน และประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmec

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec ได้แก่ สาเหตุของความรู้จักยา Zelmec ,ปัจจัยที่อิทธิพลต่อการใช้ยา Zelmec ,การใช้ยา Zelmec เพื่อรักษาโรค ,แหล่งที่สั่งซื้อยา ,สาเหตุในการเลือกใช้ยา Zelmec ,ประเภทของยาที่ใช้ในการรักษาโรค ,ปริมาณการใช้ยาในการรักษาโรคต่อครั้ง ,ปริมาณในการจ่ายยาต่อครั้ง ,ประเภทของยาที่จ่ายให้ลูกค้า และแนวโน้มในการจ่ายยาในอนาคต

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาด ซึ่งประกอบไปด้วย ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ,ด้านราคา ,ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการตลาด

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmec

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้ คือ

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ ,อายุ , ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ,สาขาที่ศึกษาต่อ ,ประสบการณ์ในการทำงาน ,ประเภทของสถานที่ทำงาน และประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmec ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ ,อายุ , ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ,สาขาที่ศึกษาต่อ ,ประสบการณ์ในการทำงาน ,ประเภทของสถานที่ทำงาน และประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmec ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmec

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาด ซึ่งประกอบไปด้วย ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางในการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec

สมมติฐานข้อที่ 4 พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของแพทย์ ในการเลือกใช้ยา Zelmec

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ ,อายุ , ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ,สาขาที่ศึกษาต่อ ,ประเภทของสถานที่ทำงาน ,ประสบการณ์ทำงาน และประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmac

การวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ ,อายุ ,ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ,สาขาที่ศึกษาต่อ ,ประเภทของสถานที่ทำงาน ,ประสบการณ์ทำงาน และประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmac การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย ปรากฏตามตารางดังนี้ คือ

ตาราง 1 แสดงจำนวน และค่าร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นกลุ่มแพทย์ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก

ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม	ความถี่	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	108	73.47
1.2 หญิง	39	26.53
รวม	147	100.00
2. อายุ		
2.1 ไม่เกิน 30 ปี	17	11.56
2.2 30 – 39 ปี	67	45.58
2.3 40 – 49 ปี	53	36.05
2.4 50 ปี ขึ้นไป	10	6.81
รวม	147	100.00
3. ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง		
3.1 อายุรแพทย์	81	55.10
3.2 ศัลยแพทย์	19	12.93
3.3 แพทย์ทั่วไป	15	10.20
3.4 อื่น ๆ เช่น กุมารแพทย์	32	21.77
รวม	147	100.00

ตาราง 1 (ต่อ)

ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม	ความถี่	ร้อยละ
4. สาขาที่ศึกษาต่อหลังจบการศึกษา		
4.1 GI	87	59.18
4.2 Endocrine	26	17.69
4.3 Cardiologists	34	23.13
รวม	147	100.00
6. ประเภทของสถานที่ทำงาน		
6.1 โรงพยาบาลรัฐบาล	114	77.55
6.2 โรงพยาบาลเอกชน	22	14.97
6.3 คลินิก	9	6.12
6.4 อื่น ๆ เช่น สถานีนอนมัย	2	1.36
รวม	147	100.00

ตาราง 2 แสดงค่าสูงสุด ต่ำสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นกลุ่มแพทย์ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก

ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	S.D.
5. ประสบการณ์ในการทำงาน	1	25	8.12	5.27
7. ประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmac	1	5	3.22	1.42

จากตารางที่ 1 และตารางที่ 2 สามารถทำการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนตัวของแพทย์ในเขตภาคตะวันออก ที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ตามตัวแปรได้ดังนี้ คือ

ด้านเพศ แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีเพศชาย จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 73.47 และเพศหญิง จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 26.53

ด้านอายุ แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุ 30 – 39 ปี จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 45.58 รองลงมา มีอายุ 40-49 ปี จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.05 ,อายุไม่เกิน 30 ปี จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.56 และมีอายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.8

ด้านความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความชำนาญเรื่องสาขาอายุรแพทย์ จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 55.10 รองลงมา มีความชำนาญเรื่องสาขาอื่นๆ เช่น กุมารแพทย์ และ สูตินารีแพทย์ เป็นต้น จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.77 ,มีความชำนาญเรื่องสาขาศัลยแพทย์ จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.93 และมีความชำนาญเรื่องสาขาแพทย์ทั่วไป จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.20

ด้านสาขาที่ศึกษาต่อภายหลังจบการศึกษาคณะแพทยศาสตร์ แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ศึกษาต่อสาขา GI จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 59.18 รองลงมา ศึกษาต่อสาขา Cardiologists จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.13 และมีศึกษาต่อสาขา Endocrine จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.69

ด้านประสบการณ์ในการทำงาน แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 147 คน เมื่อพิจารณาด้านประสบการณ์ในการทำงานเฉลี่ยเท่ากับ 8.12 ปี

ด้านประเภทของสถานที่ทำงาน แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลรัฐบาล จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 77.55 รองลงมาปฏิบัติงานในโรงพยาบาลเอกชน จำนวน 22 ราย จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.97 ,ปฏิบัติงานในคลินิก จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.12 และปฏิบัติงานในสถานที่อื่นๆ เช่น สถานีนอนมัย เป็นต้น จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.36

ด้านประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmec แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 147 คน เมื่อพิจารณาด้านประสบการณ์ในการใช้ยา zelmec เฉลี่ยเท่ากับ 3.22 ปี

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec ได้แก่ สาเหตุของความรู้จักยา Zelmec ,ปัจจัยที่อิทธิพลต่อการใช้ยา Zelmec ,การใช้ยา Zelmec เพื่อรักษาโรค ,แหล่งที่สั่งซื้อยา ,สาเหตุในการเลือกใช้ยา Zelmec ,ประเภทของยาที่ใช้ในการรักษาโรค ,ปริมาณการใช้ยาในการรักษาโรคต่อครั้ง ,ปริมาณในการจ่ายยาต่อครั้ง ,ประเภทของยาที่จ่ายให้ลูกค้า และแนวโน้มในการจ่ายยาในอนาคต

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย ปกติตามตารางดังนี้ คือ

ตาราง 3 แสดงจำนวน และค่าร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมกรเลือกใช้ยา Zelmac ของกลุ่มแพทย์ใน
เขตภาคตะวันออก (กรณีคำถามประเภทเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

พฤติกรรมกรเลือกใช้ยา Zelmac	รหัส	ความถี่	ร้อยละ (คิดจากจำนวน คำตอบ)	ร้อยละ (คิดจากจำนวน ผู้ตอบ)
8. สาเหตุของการรู้จักยา Zelmac				
8.1 ตัวแพทย์	1	127	53.40	81.40
8.2 สื่อโฆษณา	2	40	16.80	27.20
8.3 ตำราเรียน	3	71	29.80	48.30
รวม		238	100.00	161.90
12. การใช้ยา Zelmac ในการรักษาโรค				
12.1 Abdominal Pain	1	124	32.80	84.40
12.2 Bloating	2	108	28.60	73.50
12.3 Constipation	3	146	38.60	99.30
รวม		378	100.00	257.10
13. แหล่งที่ใช้ในการซื้อยา Zelmac				
13.1 ผู้แทนจำหน่ายยา	1	113	52.80	76.90
13.2 โทรสั่งจากบริษัทยา	2	87	40.70	59.20
13.3 ร้านขายยา	3	14	6.50	9.50
รวม		214	100.00	145.60
14. สาเหตุในการเลือกใช้ยา Zelmac				
14.1 ประสิทธิภาพดี	1	113	52.80	76.90
14.2 ความปลอดภัยสูง	2	87	40.70	59.20
14.3 สามารถรักษาโรค IBS ได้ทุก ประการ	3	14	6.50	9.50
รวม		214	100.00	145.60

จากตารางที่ 3 สามารถทำการวิเคราะห์พฤติกรรมกรเลือกใช้ยา Zelmac ของกลุ่มแพทย์ในเขตภาคตะวันออก ที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ตามตัวแปรได้ดังนี้ คือ

ด้านสาเหตุของการรู้จักยา Zelmac แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รู้จักยา Zelmac จากผู้แทนจำหน่ายยาจำนวน 127 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.3 รองลงมา คือ รู้จักยา Zelmac จากตำราเรียน จำนวน 71 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.8 และจากสื่อโฆษณา จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.8

ด้านอาการที่ใช้ยา Zelmac ในการรักษาโรค แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ใช้ยา Zelmac ในการรักษาโรค Constipation มากที่สุด จำนวน 146 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.6 รองลงมา คือ โรค Abdominal Pain จำนวน 124 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.8 และโรค Bloating จำนวน 108 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.6

ด้านสาเหตุในการเลือกใช้ยา Zelmac ในการรักษาโรค IBS แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เลือกใช้ยา Zelmac เพราะประสิทธิภาพดี มากที่สุด จำนวน 113 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.8 รองลงมา คือ มีความปลอดภัยสูง จำนวน 87 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.7 และสามารถรักษาโรค IBS ได้ทุกประการ จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.5

ด้านแหล่งที่สั่งซื้อยา Zelmac แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ สั่งซื้อยา Zelmac จากผู้แทนจำหน่ายยามากที่สุด จำนวน 113 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.8 รองลงมา คือ โทรสั่งจากบริษัทยา จำนวน 87 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.7 และซื้อผ่านร้านขายยา จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.5

ตาราง 4 แสดงจำนวน และค่าร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ยา Zelmac ของกลุ่มแพทย์ในเขตภาคตะวันออก

พฤติกรรมในการเลือกใช้ยา Zelmac	ความถี่	ร้อยละ
11. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ยา		
11.1 ราคา	29	19.73
11.2 คุณภาพของยา	104	70.75
11.3 ความสะดวกในการใช้ยา	10	6.80
11.4 ผู้ป่วยระบุชื่อยา	4	2.72
รวม	147	100.00
15. ประเภทของยาที่ใช้ในการรักษาโรค IBS		
15.1 Zelmac	107	72.79
15.2 Anti-Spasmodic	23	15.65
15.3 PPI	17	11.56
รวม	147	100.00

จากตารางที่ 4 สามารถทำการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้ยา Zelmac ของกลุ่มแพทย์ในเขตภาคตะวันออก ที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ ตามตัวแปรได้ดังนี้ คือ

ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ยา Zelmac แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นว่า คุณภาพของยามีผลต่อพฤติกรรมการใช้ยา Zelmac มากที่สุด จำนวน 104 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.7 รองลงมา คือ ราคา จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.7 ,ความสะดวกในการใช้ยา จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.8 และผู้ป่วยระบุชื่อยา จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.7

ด้านประเภทของยาที่ใช้ในการรักษาโรค IBS แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เลือกใช้ยา Zelmac ในการรักษาโรค IBS มากที่สุด จำนวน 107 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.8 รองลงมา คือ Anti-Spasmodic จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.6 และ PPI จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.6

ตาราง 5 แสดงค่าสูงสุด ต่ำสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกใช้ยา Zelmac ของกลุ่มแพทย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียง

พฤติกรรมในการเลือกใช้ยา Zelmac	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	S.D.
9. ปริมาณในการจ่ายยาให้กับผู้ป่วย	1	5	1.95	2.00
10. การใช้ยา Zelmac ในแต่ละครั้ง	7	60	18.77	10.10

จากตารางที่ 5 สามารถทำการวิเคราะห์พฤติกรรมในการเลือกใช้ยา Zelmac ของกลุ่มแพทย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียง ที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ตามตัวแปรได้ดังนี้ คือ

ด้านจำนวนของการใช้ยา Zelmac (เม็ด/วัน) แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 147 คน เมื่อพิจารณาด้านจำนวนของการใช้ยา Zelmac โดยเฉลี่ยเท่ากับ 1.95 เม็ด/วัน

ด้านปริมาณในการใช้ยา Zelmac ในแต่ละครั้ง แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 147 คน เมื่อพิจารณาด้านปริมาณในการใช้ยา Zelmac ในการรักษาโรค IBS โดยเฉลี่ยเท่ากับ 18.77 วัน

ตาราง 6 แสดงค่าสูงสุด ต่ำสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกใช้ยา Zelmac ของกลุ่มแพทย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียง

พฤติกรรมในการเลือกใช้ยา Zelmac	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปรผล
16. ปัจจุบันการจ่ายยา Zelmac	1	5	4.21	0.87	บ่อยครั้ง
17. แนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac	1	5	4.23	0.77	เพิ่มมากขึ้น

จากตารางที่ 6 สามารถทำการวิเคราะห์พฤติกรรมในการเลือกใช้ยา Zelmac ของกลุ่มแพทย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียง ที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ตามตัวแปรได้ดังนี้ คือ

ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 147 คน เมื่อพิจารณาด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 หมายความว่า กลุ่มแพทย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงมีการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบันบ่อยครั้ง

ด้านแนวโน้มการเลือกใช้ยา Zelmac แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 147 คน เมื่อพิจารณาด้านแนวโน้มการเลือกใช้ยา Zelmac มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 หมายความว่า กลุ่มแพทย์ในเขตภาคตะวันออกเฉียงมีแนวโน้มในการจ่ายยา Zelmac เพิ่มมากขึ้น

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านส่วนสมทางการตลาด ซึ่งประกอบไปด้วย ส่วนสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ,ด้านราคา ,ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการตลาด

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ปัจจัยทางด้านส่วนสมทางการตลาด ซึ่งประกอบไปด้วย ส่วนสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ,ด้านราคา ,ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการตลาด การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย ปรากฏตามตารางดังนี้ คือ

ตาราง 7 แสดงค่าสูงสุด ต่ำสุด ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปรผล ของข้อมูลเกี่ยวกับ ส่วนสมทางการตลาด

ส่วนสมทางการตลาด	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปรผล
ด้านผลิตภัณฑ์					
<u>ประโยชน์หลักของยา Zelmac</u>					
18. ยา Zelmac เป็นยารักษาโรค IBS ประเภทต่างๆ	2	5	4.32	0.62	ดีมาก
19. ยา Zelmac เป็นยาประเภทเดียวที่สามารถรักษาโรค IBS	2	5	3.50	0.79	ดี
ภาพรวมด้านประโยชน์หลัก			3.91	0.59	ดี
<u>ด้านคุณภาพ</u>					
20. ยา Zelmac เป็นยาที่แพทย์มั่นใจ	2	5	3.91	0.42	ดี
21. ยา Zelmac เป็นยาที่ปลอดภัยสูง	2	5	4.02	0.40	ดี
22. ยา Zelmac เป็นยาที่สะดวกรับประทาน	2	5	4.13	0.54	ดี
23. ยา Zelmac เป็นยาที่แพทย์นึกถึงเป็นประเภทแรก	2	5	3.51	0.59	ดี
ภาพรวมด้านคุณภาพ			3.89	0.34	ดี

ตาราง 7 (ต่อ)

ส่วนผสมทางการตลาด	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลผล
ด้านความคาดหวังของยา Zelmac					
24. ความคาดหวังในการรักษาโรค IBS	3	5	4.03	0.34	ดี
25. ความคาดหวังในการรักษาโรค GI Functional Disorder	3	4	3.57	0.50	ดี
ภาพรวมด้านความคาดหวัง	3	4.5	3.80	0.33	ดี
ด้านราคา					
26. คุณภาพ และราคาคู่กับที่ง่าย	3	4	3.84	0.37	ดี
27. วิธีการและเงื่อนไขการชำระเงิน	3	4	3.38	0.49	ปานกลาง
28. การใช้ส่วนลดกรณีซื้อในปริมาณมาก	3	4	3.32	0.47	ปานกลาง
ภาพรวมด้านราคา	3	4	3.51	0.31	ดี
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
29. ความสะดวกในการสั่งซื้อยา Zelmac	3	5	4.12	0.48	ดี
30. ระยะเวลาในการสั่งซื้อ	3	5	3.95	0.46	ดี
31. สถานที่ในการจัดส่งสินค้า	3	5	3.79	0.47	ดี
32. การกำหนดปริมาณสั่งซื้อขั้นต่ำ	3	4	3.27	0.44	ปานกลาง
ภาพรวมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			3.78	0.24	ดี
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด					
33. การโฆษณาทางแผ่นพับ , นิตยสาร	3	5	3.98	0.34	ดี
34. การส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลด หรือ การแจกสินค้า	3	5	3.98	0.43	ดี
35. การจัดสัมมนาความรู้เรื่องยา Zelmac	3	5	3.92	0.59	ดี
36. การสนับสนุนการประชุมวิชาการ	3	5	3.77	0.67	ดี
ภาพรวมด้านการส่งเสริมทางการตลาด			3.91	0.37	ดี
ภาพรวมด้านส่วนผสมทางการตลาด			3.82	0.42	ดี

จากตารางที่ 7 เเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดด้านต่างๆ ตามตัวแปรได้ดังนี้
คือ

1. ด้านผลิตภัณฑ์

แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 147 คน เมื่อพิจารณาด้านภาพรวมด้านส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 147 คน เมื่อพิจารณาด้านภาพรวมด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.82 คือ มีทัศนคติในระดับดีเกี่ยวกับประโยชน์หลักของยา Zelmec โดยแยกออกเป็นรายด้าน ได้ดังนี้คือ

1.1 ด้านประโยชน์หลักของยา Zelmec

แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 147 คน เมื่อพิจารณาด้านภาพรวมด้านประโยชน์หลักของยา Zelmec แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 147 คน เมื่อพิจารณาด้านภาพรวมด้านประโยชน์หลักของยา Zelmec มีค่าเฉลี่ย 3.91 คือ มีทัศนคติในระดับดีเกี่ยวกับประโยชน์หลักของยา Zelmec โดยแยกออกเป็นรายด้าน ได้ดังนี้คือ

1.1.1 ด้านการรักษาโรค IBS ที่มีอาการต่างๆ แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 147 คน เมื่อพิจารณาด้านการรักษาโรค IBS ที่มีอาการต่างๆ พบว่า มีค่าเฉลี่ย 4.32 คือ มีทัศนคติในระดับดีมากในการใช้รักษาโรค IBS ที่มีอาการต่างๆ ได้

1.1.2 ด้านการเป็นยาประเภทเดียวที่ใช้รักษาโรค IBS แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 147 คน เมื่อพิจารณาด้านการเป็นยาประเภทเดียวที่ใช้ในการรักษาโรค IBS พบว่า มีค่าเฉลี่ย 3.50 คือ มีทัศนคติในระดับดี ว่ายา Zelmec เป็นยาประเภทเดียวที่ใช้รักษาโรค IBS

1.2 ด้านคุณภาพของยา Zelmec

แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 147 คน เมื่อพิจารณาด้านภาพรวมด้านคุณภาพ แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 147 คน เมื่อพิจารณาด้านภาพรวมด้านคุณภาพ พบว่า มีค่าเฉลี่ย 3.89 คือ มีทัศนคติในระดับดีเกี่ยวกับภาพรวมด้านคุณภาพ โดยแยกออกเป็นรายด้าน ได้ดังนี้คือ

1.2.1 ด้านความสะดวกในการรับประทานยา Zelmec แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 147 คน เมื่อพิจารณาด้านความสะดวกในการรับประทาน ยา Zelmec พบว่า มีค่าเฉลี่ย 4.13 คือ มีทัศนคติในระดับดีเกี่ยวกับความสะดวกในการรับประทานยา Zelmec

1.2.2 ด้านความปลอดภัยของยา Zelmec แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 147 คน เมื่อพิจารณาด้านความปลอดภัยในการใช้ยา Zelmec พบว่า มีค่าเฉลี่ย 4.02 คือ มีทัศนคติในระดับดีเกี่ยวกับเรื่องความปลอดภัยของยา Zelmec

1.2.3 ด้านความมั่นใจในการใช้รักษาโรค IBS แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 147 คน เมื่อพิจารณาด้านความมั่นใจในการใช้รักษาโรค IBS พบว่า มีค่าเฉลี่ย 3.91 คือ มีทัศนคติในระดับดีเกี่ยวกับความมั่นใจในการใช้รักษาโรคของยา Zelmac

1.2.4 ด้านการเลือกใช้ยา Zelmac เป็นตัวแรกในการรักษาโรค IBS แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 147 คน เมื่อพิจารณาด้านการเลือกใช้ยา Zelmac เป็นตัวแรกในการรักษาโรค IBS พบว่า มีค่าเฉลี่ย 3.51 คือ มีทัศนคติในระดับดีเกี่ยวกับการเลือกใช้ยา Zelmac เป็นตัวแรกในการรักษาโรค IBS

1.3 ด้านความคาดหวังของยา Zelmac

ด้านภาพรวมด้านความคาดหวังของยา Zelmac แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 147 คน เมื่อพิจารณาด้านภาพรวมด้านความคาดหวังของยา Zelmac พบว่า มีค่าเฉลี่ย 3.80 คือ มีทัศนคติในระดับดีเกี่ยวกับด้านภาพรวมด้านความคาดหวังของยา Zelmac โดยแยกออกเป็นรายด้าน ได้ดังนี้คือ

1.3.1 ด้านความคาดหวังในการใช้รักษาโรค IBS ได้ผลดี แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 147 คน เมื่อพิจารณาด้านประสิทธิภาพในการใช้รักษาโรค IBS พบว่า มีค่าเฉลี่ย 4.03 คือ มีทัศนคติในระดับดีเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการใช้รักษาโรค IBS

1.3.2 ด้านความคาดหวังในการใช้รักษาโรค GI Functional Disorder ได้ผลดี แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 147 คน เมื่อพิจารณาด้านประสิทธิภาพในการใช้รักษาโรค GI Functional Disorder พบว่า มีค่าเฉลี่ย 3.57 คือ มีทัศนคติในระดับดีเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการใช้รักษาโรค GI Functional Disorder

2. ด้านราคา

แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 147 คน เมื่อพิจารณาด้านภาพรวมด้านราคา แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 147 คน เมื่อพิจารณาด้านภาพรวมของส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา พบว่า มีค่าเฉลี่ย 3.51 คือ มีทัศนคติในระดับดีกับส่วนผสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมของผลิตภัณฑ์ยา Zelmac โดยแยกออกเป็นรายด้าน ได้ดังนี้คือ

2.1 ด้านคุณภาพและราคาคุ้มค่าที่จ่าย แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 147 คน เมื่อพิจารณาด้านคุณภาพและราคาคุ้มค่าที่จ่าย พบว่า มีค่าเฉลี่ย 3.84 คือ มีทัศนคติเห็นด้วยกับคุณภาพและราคาคุ้มค่าที่จ่าย

2.2 ด้านวิธีการชำระเงิน แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 147 คน เมื่อพิจารณาด้านวิธีการชำระเงิน พบว่า มีค่าเฉลี่ย 3.38 คือ มีทัศนคติในระดับปานกลางกับวิธีการชำระเงิน

2.3 **ด้านการให้ส่วนลดสินค้า เมื่อซื้อในปริมาณมาก** แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 147 คน เมื่อพิจารณาด้านการให้ส่วนลดสินค้า เมื่อซื้อในปริมาณมาก พบว่า มีค่าเฉลี่ย 3.32 คือ มีทัศนคติในระดับปานกลางกับการให้ส่วนลดสินค้า เมื่อซื้อในปริมาณมาก

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 147 คน เมื่อพิจารณาด้านภาพรวมของช่องทางการจัดจำหน่าย แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 147 คน เมื่อพิจารณาด้านภาพรวมของช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า มีค่าเฉลี่ย 3.78 คือ มีทัศนคติในระดับดีกับส่วนผสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวม ของผลิตภัณฑ์ยา Zelmac โดยแยกออกเป็นรายด้าน ได้ดังนี้คือ

3.1 **ด้านความสะดวกในการสั่งซื้อยา Zelmac** แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 147 คน เมื่อพิจารณาด้านความสะดวกในการสั่งซื้อยา Zelmac พบว่า มีค่าเฉลี่ย 4.12 คือ มีทัศนคติในระดับดีกับความสะดวกในการสั่งซื้อยา Zelmac

3.2 **ด้านระยะเวลาในการสั่งซื้อยา Zelmac** แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 147 คน เมื่อพิจารณาด้านระยะเวลาในการสั่งซื้อยา Zelmac พบว่า มีค่าเฉลี่ย 3.95 คือ มีทัศนคติในระดับดีกับระยะเวลาในการสั่งซื้อยา Zelmac

3.3 **ด้านสถานที่ในการจัดส่งสินค้า** แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 147 คน เมื่อพิจารณาด้านสถานที่ในการจัดส่งสินค้า พบว่า มีค่าเฉลี่ย 3.79 คือ มีทัศนคติในระดับดีกับสถานที่ในการจัดส่งสินค้า

3.4 **ด้านการกำหนดปริมาณในการสั่งซื้อขั้นต่ำ** แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 147 คน เมื่อพิจารณาด้านการกำหนดปริมาณในการสั่งซื้อขั้นต่ำ พบว่า มีค่าเฉลี่ย 3.27 คือ มีทัศนคติในระดับปานกลางกับการกำหนดปริมาณในการสั่งซื้อขั้นต่ำ

4. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด

แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 147 คน เมื่อพิจารณาด้านการส่งเสริมทางการตลาดโดยรวม แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 147 คน เมื่อพิจารณาด้านการส่งเสริมทางการตลาดโดยรวม พบว่า มีค่าเฉลี่ย 3.91 คือ มีทัศนคติในระดับดีกับส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาด โดยแยกออกเป็นรายด้าน ได้ดังนี้คือ

4.1 **ด้านการโฆษณาทางแผ่นพับ และนิตยสาร** แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 147 คน เมื่อพิจารณาด้านการโฆษณาทางแผ่นพับ และนิตยสาร พบว่า มีค่าเฉลี่ย 3.98 คือ มีทัศนคติในระดับดีกับการโฆษณาทางแผ่นพับ และนิตยสาร

4.2 ด้านการส่งเสริมการขายสินค้า โดยวิธีการให้ส่วนลด หรือแจกของชำร่วย แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 147 คน เมื่อพิจารณาด้านการส่งเสริมการขายสินค้า โดยวิธีการให้ส่วนลด หรือแจกของชำร่วย พบว่า มีค่าเฉลี่ย 3.98 คือ มีทัศนคติในระดับดีกับการส่งเสริมการขายสินค้า โดยวิธีการให้ส่วนลด หรือแจกของชำร่วย

4.3 ด้านการจัดสัมมนาความรู้เกี่ยวกับยา Zelmac แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 147 คน เมื่อพิจารณาด้านการจัดสัมมนาความรู้เกี่ยวกับยา Zelmac พบว่า มีค่าเฉลี่ย 3.92 คือ มีทัศนคติในระดับดีกับการจัดสัมมนาความรู้เกี่ยวกับยา Zelmac

4.4 ด้านการสนับสนุนแพทย์ ในการจัดสัมมนาวิชาการ แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 147 คน เมื่อพิจารณาการสนับสนุนแพทย์ในการจัดสัมมนาวิชาการ พบว่า มีค่าเฉลี่ย 3.77 คือ มีทัศนคติในระดับดีกับการสนับสนุนแพทย์ในการจัดสัมมนาวิชาการ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย ปกติตามตารางดังนี้ คือ

ตาราง 8 แสดงค่าสูงสุด ต่ำสุด ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความพึงพอใจที่มีต่อยา Zelmac ของแพทย์ในเขตภาคตะวันออก

ความพึงพอใจโดยรวม	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลผล
37. ความคาดหวังที่ได้รับจากยา Zelmac	3	5	4.18	0.48	คาดหวังมาก
38. ความพึงพอใจที่มีต่อการใช้ยา Zelmac	3	5	3.97	0.52	พึงพอใจมาก
39. ประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น	3	5	3.91	0.57	มีประโยชน์มาก
40. ความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac รักษาโรค IBS	3	5	3.92	0.50	คุ้มค่ามาก
ภาพรวมด้านความพึงพอใจ			3.96	0.53	พึงพอใจมาก

จากตารางที่ 8 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac ของแพทย์ในเขตภาคตะวันออก ตามตัวแปรได้ดังนี้ คือ

ความพึงพอใจโดยรวม

แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 147 คน เมื่อพิจารณาถึงความพึงพอใจโดยรวม พบว่า มีค่าเฉลี่ย 3.96 คือ มีทัศนคติเห็นว่ามีค่าเฉลี่ยต่อยา Zelmac โดยรวม ในระดับพึงพอใจมาก โดยแยกออกเป็นรายด้าน ได้ดังนี้คือ

1. **ด้านความคาดหวังในยา Zelmac** แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 147 คน เมื่อพิจารณาถึงความคาดหวังในยา Zelmac พบว่า มีค่าเฉลี่ย 4.18 คือ มีทัศนคติในคาดหวังมาก ว่าผลที่ได้รับจากการใช้ยา Zelmac สูงกว่าที่คาดหวังไว้กับยา Zelmac

2. **ด้านความพึงพอใจที่มีต่อยา Zelmac** แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 147 คน เมื่อพิจารณาถึงความพึงพอใจที่มีต่อยา Zelmac พบว่า มีค่าเฉลี่ย 3.97 คือ มีทัศนคติในระดับพึงพอใจมากจากการใช้ยา Zelmac

3. **ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac ในการรักษาโรค IBS** แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 147 คน เมื่อพิจารณาถึงความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac ในการรักษาโรค IBS พบว่า มีค่าเฉลี่ย 3.92 คือ มีทัศนคติว่ายา Zelmac คุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac ในการรักษาโรค IBS

4. **ด้านประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น** แสดงให้เห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 147 คน เมื่อพิจารณาด้านประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น พบว่า มีค่าเฉลี่ย 3.91 คือ มีทัศนคติว่าได้รับประโยชน์จากยา Zelmac มากกว่าเมื่อเทียบกับยาชนิดอื่น

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อทำการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้ คือ

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ ,อายุ ,ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ,สาขาที่ศึกษาต่อ ,ประสบการณ์ในการทำงาน ,ประเภทของสถานที่ทำงาน และประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmec ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec โดยสามารถจำแนกออกได้ ดังนี้คือ

สมมติฐานข้อที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้ คือ

H_0 : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ให้ค่าสถิติของการทดสอบ Independent Simple T-Test ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 9 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec จำแนกตามเพศ

ตัวแปรที่ศึกษา	เพศ	t-test for Quality of Means				
		ค่าเฉลี่ย	S.D.	t	df	p
การจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน	ชาย	4.34	.686	3.147**	145	.002
	หญิง	3.85	1.182			
แนวโน้มการเลือกใช้ยาในอนาคต	ชาย	4.29	.829	1.147	145	.144
	หญิง	4.08	.623			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 9 พบว่า การทดสอบสมมติฐานด้านเพศ กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec สามารถแยกออกได้ดังนี้ คือ

ด้านการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน

จากการทดสอบสมมติฐานด้านเพศ กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec ด้านการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ยอมรับ สมมติฐานรอง (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรม

การเลือกใช้ยา Zelmec ด้านการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบันแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ด้านแนวโน้มการเลือกใช้ยา Zelmec ในอนาคต

จากการทดสอบสมมติฐานด้านเพศ กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec ด้านแนวโน้มการเลือกใช้ยา Zelmec ในอนาคต มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.144 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec ด้านแนวโน้มการเลือกใช้ยา Zelmec ในอนาคตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้ คือ

H_0 : อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ใช้ค่าสถิติของการทดสอบ ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way of Variance : One Way Anova) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 10 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec จำแนกตามอายุ

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	F-Prob.
การจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน	ระหว่างกลุ่ม	0.87	3.00	0.29	0.38	0.768
	ภายในกลุ่ม	49.59	143.00	0.77		
	รวม	40.46	146.00			
แนวโน้มการเลือกใช้ยาในอนาคต	ระหว่างกลุ่ม	13.33	3.00	1.44	1.72	0.121
	ภายในกลุ่ม	72.81	143.00	0.51		
	รวม	86.14	146.00			

จากตาราง 10 พบว่า การทดสอบสมมติฐานด้านอายุ กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac แยกออกเป็นรายด้าน ดังนี้คือ

ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

การทดสอบสมมติฐานด้านอายุ กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบันมีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.768 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบันแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

การทดสอบสมมติฐานด้านอายุ กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยาในอนาคตมีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.121 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยาในอนาคตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 1.3 ความเชี่ยวชาญเฉพาะทางที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความเชี่ยวชาญเฉพาะทางที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน

H_1 : ความเชี่ยวชาญเฉพาะทางที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ใช้ค่าสถิติของการทดสอบ ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way of Variance : One Way Anova) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 11 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac จำแนกตามความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	F-Prob.
การจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน	ระหว่างกลุ่ม	11.24	3	1.75	1.40	0.102
	ภายในกลุ่ม	49.22	143	0.69		
	รวม	60.46	146			
แนวโน้มการเลือกใช้ยาในอนาคต	ระหว่างกลุ่ม	13.51	3	1.50	1.87	0.210
	ภายในกลุ่ม	72.62	143	0.51		
	รวม	86.13	146			

จากตาราง 11 พบว่า การทดสอบสมมติฐานด้านความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac แยกออกเป็นรายด้าน ดังนี้คือ

ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

การทดสอบสมมติฐานด้านความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบันมีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.102 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความเชี่ยวชาญเฉพาะทางที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบันแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

การทดสอบสมมติฐานด้านความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยาในอนาคตมีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.121 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยาในอนาคตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 1.4 การศึกษาภายหลังจากจบคณะแพทยศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้ คือ

H_0 : การศึกษาภายหลังจากจบคณะแพทยศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน

H_1 : การศึกษาภายหลังจากจบคณะแพทยศาสตร์ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ให้ค่าสถิติของการทดสอบ ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way of Variance : One Way Anova) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 12 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac จำแนกตาม การศึกษาภายหลังจากจบคณะแพทยศาสตร์

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	F-Prob.
การจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน	ระหว่างกลุ่ม	2.55	2	1.27	1.70	0.186
	ภายในกลุ่ม	57.915	144	0.75		
	รวม	50.465	146			
แนวโน้มการเลือกใช้ในอนาคต	ระหว่างกลุ่ม	6.81	2	1.40	2.18	0.073
	ภายในกลุ่ม	79.33	144	0.55		
	รวม	86.14	146			

จากตาราง 12 พบว่า การทดสอบสมมติฐาน ด้านการศึกษาภายหลังจากจบคณะแพทยศาสตร์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac แยกออกเป็นรายด้าน ดังนี้คือ

ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

การทดสอบสมมติฐานด้านการศึกษาภายหลังจากจบคณะแพทยศาสตร์ กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบันมีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.102 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า

การศึกษากายหลังจากจบคณะแพทยศาสตร์ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec ด้านการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบันแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmec ในอนาคต

การทดสอบสมมติฐานด้านการศึกษากายหลังจากจบคณะแพทยศาสตร์ กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยาในอนาคตมีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.121 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การศึกษากายหลังจากจบคณะแพทยศาสตร์ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยาในอนาคตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 1.5 ประสิทธิภาพในการทำงานที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้ คือ

H_0 : ประสิทธิภาพในการทำงานที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec แตกต่างกัน

H_1 : ประสิทธิภาพในการทำงานที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 13 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ในการทำงาน กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac

พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac	ประสบการณ์ในการทำงาน			
	Pearson	Sig	ระดับความ	ทิศทาง
	Correlation	(2-tailed)	สัมพันธ์	
การจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน	.217**	.008	สัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำ	ทางเดียวกัน
แนวโน้มการเลือกใช้ยาในอนาคต	.159	.055	ไม่มีความสัมพันธ์	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 13 พบว่า การทดสอบสมมติฐาน ประสบการณ์ในการทำงาน กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac แยกออกเป็นรายด้าน ดังนี้คือ

ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

การทดสอบสมมติฐานด้านประสบการณ์ในการทำงาน กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .008 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านประสบการณ์ในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .217 แสดงว่ามีสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ประสบการณ์ในการทำงานของกลุ่มแพทย์มีมากขึ้น ก็จะส่งผลทำให้มีการเลือกใช้ยา Zelmac ในส่วนของการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบันเพิ่มมากขึ้น

ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

การทดสอบสมมติฐานด้านประสบการณ์ในการทำงาน กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยาในอนาคต มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .055 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยาในอนาคต ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 1.6 ประเภทของสถานที่ทำงานที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้ คือ

H_0 : ประเภทของสถานที่ทำงานที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน

H_1 : ประเภทของสถานที่ทำงานที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ให้ค่าสถิติของการทดสอบ ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way of Variance : One Way Anova) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 14 แสดงการทดสอบความแตกต่างของพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac จำแนกตามประเภทของสถานที่ทำงาน

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	F-Prob.
การจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน	ระหว่างกลุ่ม	1.28	3	0.43	0.56	0.642
	ภายในกลุ่ม	109.18	143	0.76		
	รวม	110.46	146			
แนวโน้มการเลือกใช้ยาในอนาคต	ระหว่างกลุ่ม	7.52	3	2.51	4.56	0.051
	ภายในกลุ่ม	78.62	143	0.55		
	รวม	86.14	146			

จากตาราง 14 พบว่า การทดสอบสมมติฐาน ด้านประเภทของสถานที่ทำงาน กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac แยกออกเป็นรายด้าน ดังนี้คือ

ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

การทดสอบสมมติฐานด้านประเภทของสถานที่ทำงาน กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบันมีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.642 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ประเภทของ

สถานที่ทำงานที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบันแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

การทดสอบสมมติฐานด้านประเภทของสถานที่ทำงาน กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยาในอนาคตมีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.051 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ประเภทของสถานที่ทำงานที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยาในอนาคตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 1.7 ประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmac ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้ คือ

H_0 : ประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmac ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน

H_1 : ประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmac ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 15 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ในการทำงาน กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac

พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac	ประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmac			
	Pearson	Sig	ระดับความ	ทิศทาง
	Correlation	(2-tailed)	สัมพันธ์	
การจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน	.177*	.032	สัมพันธ์ระดับต่ำมาก	ทางเดียวกัน
แนวโน้มการเลือกใช้ยาในอนาคต	.228**	.005	สัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำ	ทางเดียวกัน

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 15 พบว่า การทดสอบสมมติฐาน ประสพการณ์ในการทำงาน กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec แยกออกเป็นรายด้าน ดังนี้คือ

ด้านการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน

การทดสอบสมมติฐานด้านประสพการณ์ในการใช้ยา Zelmec กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec ด้านการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .032 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านประสพการณ์ในการใช้ยา Zelmec มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec ด้านการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .177 แสดงว่ามีสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าประสพการณ์ในการใช้ยา Zelmec ของกลุ่มแพทย์มีมากขึ้น ก็จะส่งผลทำให้ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec ด้านการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน

ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmec ในอนาคต

การทดสอบสมมติฐานด้านประสพการณ์ในการใช้ยา Zelmec กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmec มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .005 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านประสพการณ์ในการใช้ยา Zelmec มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยาในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .228 แสดงว่ามีสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าประสพการณ์ในการใช้ยา Zelmec ของกลุ่มแพทย์มีมากขึ้น ก็จะส่งผลทำให้พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยาในอนาคต เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ ,อายุ ,ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ,สาขาที่ศึกษาต่อ ,ประสบการณ์ในการทำงาน ,ประเภทของสถานที่ทำงาน และประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmec ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmec

โดยสามารถจำแนกออกได้ ดังนี้คือ

สมมติฐานข้อที่ 2.1 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmec แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้ คือ

H_0 : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmec แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmec แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์หาค่าสถิติของการทดสอบ Independent Sample t-test ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 16 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmec

จำแนกตามเพศ

ตัวแปรที่ศึกษา	เพศ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	t	p
ความคาดหวังในยา Zelmec ที่ได้รับ	ชาย	4.18	.508	-.04	.968
	หญิง	4.18	.385		
ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการใช้ยา Zelmec	ชาย	3.94	.561	-1.125	.308
	หญิง	4.03	.362		
ประโยชน์จากยา Zelmec เมื่อเทียบกับยาอื่น	ชาย	4.00	.530	2.982**	.004
	หญิง	3.67	.621		
ความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmec ที่ได้รับ	ชาย	3.90	.528	-.892	.375
	หญิง	3.97	.428		
ภาพรวมด้านความพึงพอใจ	ชาย	3.99	.328	-.562	.316
	หญิง	3.92	.438		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 16 พบว่า การทดสอบสมมติฐานด้านเพศ กับ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac สามารถแยกออกได้ดังนี้ คือ

ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับ

จากการทดสอบสมมติฐานด้านเพศ กับ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับ มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.968 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac

จากการทดสอบสมมติฐานด้านเพศ กับ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.308 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น

จากการทดสอบสมมติฐานด้านเพศ กับ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ

จากการทดสอบสมมติฐานด้านเพศ กับ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.375 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านภาพรวมของความพึงพอใจที่มีต่อยา Zelmac

จากการทดสอบสมมติฐานด้านเพศ กับ ภาพรวมของความพึงพอใจที่มีต่อยา Zelmac มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.316 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธ

สมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า เพศที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อ ภาพรวมของความพึงพอใจที่มีต่อ ยา Zelmac แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 2.2 อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้ คือ

H_0 : อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน

H_1 : อายุที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ให้ค่าสถิติของการทดสอบ ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way of Variance : One Way Anova) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 17 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac จำแนกตามอายุ

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	F-Prob.
ความคาดหวังในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ	ระหว่างกลุ่ม	0.59	3	0.20	0.86	0.466
	ภายในกลุ่ม	32.81	143	0.23		
	รวม	33.40	146			
ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อ ยา Zelmac	ระหว่างกลุ่ม	0.78	3	0.26	0.97	0.407
	ภายในกลุ่ม	38.05	143	0.27		
	รวม	38.83	146			
ประโยชน์ของยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น	ระหว่างกลุ่ม	1.18	3	0.39	1.20	0.311
	ภายในกลุ่ม	46.67	143	0.33		
	รวม	47.85	146			
ความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac รักษาโรค IBS	ระหว่างกลุ่ม	1.51	3	1.04	2.37	0.056
	ภายในกลุ่ม	33.91	143	0.24		
	รวม	37.02	146			
ภาพรวมด้านความพึงพอใจ	ระหว่างกลุ่ม	1.32	3	1.24	2.41	0.076
	ภายในกลุ่ม	35.41	143	0.31		
	รวม	39.02	146			

จากตาราง 17 พบว่า การทดสอบสมมติฐานด้านอายุ กับ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac สามารถแยกออกได้ดังนี้ คือ

ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับ

จากการทดสอบสมมติฐานด้านอายุ กับ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับ มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.466 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac

จากการทดสอบสมมติฐานด้านอายุ กับ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.407 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น

จากการทดสอบสมมติฐานด้านอายุ กับ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.311 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ

จากการทดสอบสมมติฐานด้านอายุ กับ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.375 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านภาพรวมของความพึงพอใจที่มีต่อยา Zelmac

จากการทดสอบสมมติฐานด้านอายุ กับ ภาพรวมของความพึงพอใจที่มีต่อยา Zelmac มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.076 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อ ภาพรวมของความพึงพอใจที่มีต่อยา Zelmac แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 2.3 ความเชี่ยวชาญเฉพาะทางที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้ คือ

H_0 : ความเชี่ยวชาญเฉพาะทางที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน

H_1 : ความเชี่ยวชาญเฉพาะทางที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ใช้ค่าสถิติของการทดสอบ ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way of Variance : One Way Anova) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 18 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac จำแนกตามความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	F-Prob.
ความคาดหวังในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ	ระหว่างกลุ่ม	1.55	3	1.18	1.09	0.082
	ภายในกลุ่ม	23.85	143	0.17		
	รวม	33.40	146			
ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อ ยา Zelmac	ระหว่างกลุ่ม	0.85	3	1.62	1.49	0.063
	ภายในกลุ่ม	27.98	143	0.20		
	รวม	38.83	146			
ประโยชน์ของยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น	ระหว่างกลุ่ม	1.22	3	1.41	1.20	0.091
	ภายในกลุ่ม	34.63	143	0.24		
	รวม	47.85	146			
ความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac รักษาโรค IBS	ระหว่างกลุ่ม	1.11	3	1.04	1.41	0.102
	ภายในกลุ่ม	30.92	143	0.22		
	รวม	37.02	146			
ภาพรวมด้านความพึงพอใจ	ระหว่างกลุ่ม	1.12	3	1.34	1.31	0.076
	ภายในกลุ่ม	33.41	143	0.21		
	รวม	38.02	146			

จากตาราง 18 พบว่า การทดสอบสมมติฐานด้านความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง กับ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac สามารถแยกออกได้ดังนี้ คือ

ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับ

จากการทดสอบสมมติฐานด้านความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง กับ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับ มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.082 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac

จากการทดสอบสมมติฐานด้านความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง กับ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.063 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น

จากการทดสอบสมมติฐานด้านความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง กับ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.091 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ด้านความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ

จากการทดสอบสมมติฐานด้านความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง กับ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.107 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ด้านความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านภาพรวมของความพึงพอใจที่มีต่อยา Zelmac

จากการทดสอบสมมติฐานด้านความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง กับ ภาพรวมของความพึงพอใจที่มีต่อยา Zelmac มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.076 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ความเชี่ยวชาญเฉพาะทางที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อ ภาพรวมของความพึงพอใจที่มีต่อยา Zelmac แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 2.4 การศึกษาภายหลังจากจบคณะแพทยศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้ คือ

H_0 : การศึกษาภายหลังจากจบคณะแพทยศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน

H_1 : การศึกษาภายหลังจากจบคณะแพทยศาสตร์ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ใช้ค่าสถิติของการทดสอบ ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way of Variance : One Way Anova) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 19 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac จำแนกตามการศึกษาภายหลังจากจบคณะแพทยศาสตร์

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	F-Prob.
ความคาดหวังในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ	ระหว่างกลุ่ม	3.17	2	1.59	1.55	0.076
	ภายในกลุ่ม	30.23	144	0.21		
	รวม	33.40	146			
ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อ ยา Zelmac	ระหว่างกลุ่ม	5.55	2	1.77	1.00	0.051
	ภายในกลุ่ม	33.28	144	0.23		
	รวม	38.83	146			
ประโยชน์ของยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น	ระหว่างกลุ่ม	9.20	2	1.60	1.14	0.067
	ภายในกลุ่ม	38.65	144	0.27		
	รวม	47.85	146			
ความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac รักษาโรค IBS	ระหว่างกลุ่ม	0.92	2	0.46	1.84	0.163
	ภายในกลุ่ม	36.10	144	0.25		
	รวม	37.02	146			
ภาพรวมด้านความพึงพอใจ	ระหว่างกลุ่ม	1.12	2	1.45	1.51	0.071
	ภายในกลุ่ม	37.42	144	0.26		
	รวม	41.52	146			

จากตาราง 19 พบว่า การทดสอบสมมติฐานด้านการศึกษาภายหลังจากจบคณะแพทยศาสตร์ กับ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac สามารถแยกออกได้ดังนี้ คือ

ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับ

จากการทดสอบสมมติฐานด้านการศึกษาภายหลังจากจบคณะแพทยศาสตร์ กับ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับ มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.076 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การศึกษาภายหลังจากจบคณะแพทยศาสตร์ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อความพึง

ใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac

จากการทดสอบสมมติฐานด้านการศึกษากายหลังจากจบคณะแพทยศาสตร์ กับ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.051 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า การศึกษากายหลังจากจบคณะแพทยศาสตร์ ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น

จากการทดสอบสมมติฐานด้านการศึกษากายหลังจากจบคณะแพทยศาสตร์ กับ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.067 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ด้านการศึกษากายหลังจากจบคณะแพทยศาสตร์ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ

จากการทดสอบสมมติฐานด้านการศึกษากายหลังจากจบคณะแพทยศาสตร์ กับ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.163 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ด้านการศึกษากายหลังจากจบคณะแพทยศาสตร์ ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านภาพรวมของความพึงพอใจที่มีต่อยา Zelmac

จากการทดสอบสมมติฐานด้านการศึกษากายหลังจากจบคณะแพทยศาสตร์กับ ภาพรวมของความพึงพอใจที่มีต่อยา Zelmac มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.076 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ด้านการศึกษากายหลังจากจบคณะแพทยศาสตร์ ไม่มีผลต่อ ภาพรวมของความพึงพอใจที่มีต่อยา Zelmac แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 2.5 ประสพการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้ คือ

H_0 : ประสพการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน

H_1 : ประสพการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 20 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประสพการณ์ในการทำงาน กับ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac

ความพึงพอใจโดยรวมในการเลือก ใช้ยา Zelmac	ประสพการณ์ในการทำงาน			
	Pearson Correlation	Sig (2-tailed)	ระดับความ สัมพันธ์	ทิศทาง
ความคาดหวังในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ	.195*	.015	สัมพันธ์ระดับต่ำมาก	ทางเดียวกัน
ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการใช้ยา Zelmac	.193*	.019	สัมพันธ์ระดับต่ำมาก	ทางเดียวกัน
ประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น	.269**	.001	สัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำ	ทางเดียวกัน
ความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac ในการรักษาโรค IBS	.362**	.000	สัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำ	ทางเดียวกัน
ภาพรวมด้านความพึงพอใจ	.275**	.000	สัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำ	ทางเดียวกัน

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 20 พบว่า การทดสอบสมมติฐาน ประสิทธิภาพในการทำงาน กับ ความพึงพอใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac แยกออกเป็นรายด้าน ดังนี้คือ

ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับ

การทดสอบสมมติฐานด้านประสิทธิภาพในการทำงาน กับ ความพึงพอใจในการใช้ยา Zelmac ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับ มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .015 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านประสิทธิภาพในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจในการใช้ยา Zelmac ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับ อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .195 แสดงว่ามีสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ประสิทธิภาพในการทำงานของกลุ่มแพทย์มีมากขึ้น ก็จะส่งผลทำให้ ความพึงพอใจในการใช้ยา Zelmac ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับเพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน

ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac

การทดสอบสมมติฐานด้านประสิทธิภาพในการทำงาน กับ ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.019 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านประสิทธิภาพในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับ ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .193 แสดงว่ามีสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ประสิทธิภาพในการทำงานของกลุ่มแพทย์มีมากขึ้น ก็ จะส่งผลทำให้ ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac เพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน

ด้านประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น

การทดสอบสมมติฐานด้านประสิทธิภาพในการทำงาน กับ ความพึงพอใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านประสิทธิภาพในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .269 แสดงว่ามีสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ประสิทธิภาพในการทำงานของกลุ่มแพทย์มีมากขึ้น ก็จะส่งผลทำให้ มีความพึงพอใจจากประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่นเพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน

ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ

การทดสอบสมมติฐานด้านประสิทธิผลการปฏิบัติงาน กับ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านประสิทธิผลการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์กับ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .362 แสดงว่ามีสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของกลุ่มแพทย์มีมากขึ้น ก็จะส่งผลทำให้ ความพึงพอใจในการใช้ยา Zelmac ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับเพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน

ด้านภาพรวมด้านความพึงพอใจที่มีต่อยา Zelmac

การทดสอบสมมติฐานด้านประสิทธิผลการปฏิบัติงาน กับ ภาพรวมด้านความพึงพอใจที่มีต่อยา Zelmac มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านประสิทธิผลการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์กับ ภาพรวมด้านความพึงพอใจที่มีต่อยา Zelmac อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .275 แสดงว่ามีสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของกลุ่มแพทย์มีมากขึ้น ก็จะส่งผลทำให้ มีความสัมพันธ์กับ ภาพรวมด้านความพึงพอใจที่มีต่อยา Zelmac ที่ได้รับเพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน

สมมติฐานข้อที่ 2.6 ประเภทของสถานที่ทำงานที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้ คือ

H_0 : ประเภทของสถานที่ทำงานที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน

H_1 : ประเภทของสถานที่ทำงานที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ใช้ค่าสถิติของการทดสอบ ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way of Variance : One Way Anova) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐาน

หลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 21 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac จำแนกตามประเภทของสถานที่ทำงาน

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F-Ratio	F-Prob.
ความคาดหวังในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ	ระหว่างกลุ่ม	0.52	3	0.17	0.75	0.524
	ภายในกลุ่ม	32.88	143	0.23		
	รวม	33.40	146			
ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อ ยา Zelmac	ระหว่างกลุ่ม	5.84	3	1.95	2.44	0.062
	ภายในกลุ่ม	32.99	143	0.23		
	รวม	38.83	146			
ประโยชน์ของยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น	ระหว่างกลุ่ม	6.48	3	1.16	2.47	0.051
	ภายในกลุ่ม	41.37	143	0.29		
	รวม	47.85	146			
ความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac รักษาโรค IBS	ระหว่างกลุ่ม	1.83	3	0.61	2.48	0.064
	ภายในกลุ่ม	35.19	143	0.25		
	รวม	37.02	146			
ภาพรวมด้านความพึงพอใจ	ระหว่างกลุ่ม	3.22	3	1.15	2.51	0.171
	ภายในกลุ่ม	37.42	143	0.24		
	รวม	44.32	146			

จากตาราง 21 พบว่า การทดสอบสมมติฐานด้านประเภของสถานที่ทำงาน กับ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac สามารถแยกออกได้ดังนี้ คือ

ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับ

จากการทดสอบสมมติฐานด้านประเภของสถานที่ทำงาน กับ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับ มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.524 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ประเภของสถานที่ทำงาน ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac

จากการทดสอบสมมติฐานด้านประเภของสถานที่ทำงาน กับ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.062 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ประเภของสถานที่ทำงาน ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น

จากการทดสอบสมมติฐานด้านประเภของสถานที่ทำงาน กับ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.051 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ประเภของสถานที่ทำงาน ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ

จากการทดสอบสมมติฐานด้านประเภของสถานที่ทำงาน กับ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.064 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ประเภของสถานที่ทำงาน ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านภาพรวมของความพึงพอใจที่มีต่อยา Zelmac

จากการทดสอบสมมติฐานด้านประเภทของสถานที่ทำงาน กับ ภาพรวมของความพึงพอใจที่มีต่อยา Zelmac มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.076 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ด้านประเภทของสถานที่ทำงาน ไม่มีผลต่อภาพรวมของความพึงพอใจที่มีต่อยา Zelmac อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 2.7 ประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmac ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้ คือ

H_0 : ประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmac ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน

H_1 : ประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmac ที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 22 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmac กับ ความพึงพอใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac

ความพึงพอใจโดยรวมในการเลือก ใช้ยา Zelmac	ประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmac			
	Pearson Correlation	Sig (2-tailed)	ระดับความ สัมพันธ์	ทิศทาง
ความคาดหวังในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ	.199*	.016	สัมพันธ์ระดับต่ำมาก	ทางเดียวกัน
ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการใช้ยา Zelmac	.197*	.017	สัมพันธ์ระดับต่ำมาก	ทางเดียวกัน
ประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น	.327**	.000	สัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำ	ทางเดียวกัน
ความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac ในการรักษาโรค IBS	.227**	.006	สัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำ	ทางเดียวกัน
ภาพรวมด้านความพึงพอใจ	.254**	.002	สัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำ	ทางเดียวกัน

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 22 พบว่า การทดสอบสมมติฐาน ประสบการณ์ในการทำงาน กับ ความพึงพอใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac แยกออกเป็นรายด้าน ดังนี้คือ

ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับ

การทดสอบสมมติฐานด้านประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmac กับ ความพึงพอใจในการใช้ยา Zelmac ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับ มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .016 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmac มีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจในการใช้ยา Zelmac ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับ อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .199 แสดงว่ามีสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmac ของกลุ่มแพทย์มีมากขึ้น ก็จะส่งผลทำให้ มีความพึงพอใจในการใช้ยา Zelmac ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับ เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน

ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac

การทดสอบสมมติฐานด้านประสิทธิผลการใช้ยา Zelmac กับ ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.019 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านประสิทธิผลการใช้ยา Zelmac มีความสัมพันธ์กับ ความ ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .193 แสดงว่ามีสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ประสิทธิภาพในการใช้ยา Zelmac ของกลุ่มแพทย์มีมากขึ้น ก็จะส่งผลทำให้ ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac เพิ่มขึ้นเช่นกัน

ด้านประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น

การทดสอบสมมติฐานด้านประสิทธิผลการใช้ยา Zelmac กับ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านประสิทธิผลการใช้ยา Zelmac มีความสัมพันธ์กับความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .327 แสดงว่ามีสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ประสิทธิภาพในการใช้ยา Zelmac ของกลุ่มแพทย์มีมากขึ้น ก็จะส่งผลทำให้ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน

ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ

การทดสอบสมมติฐานด้านประสิทธิผลการใช้ยา Zelmac กับ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.006 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านประสิทธิผลการใช้ยา Zelmac มีความสัมพันธ์กับความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .227 แสดงว่ามีสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ประสิทธิภาพในการใช้ยา Zelmac ของกลุ่มแพทย์มีมากขึ้น ก็จะส่งผลทำให้ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน

ด้านภาพรวมด้านความพึงพอใจที่มีต่อยา Zelmec

การทดสอบสมมติฐานด้านประสพการณ์ในการทำงาน กับ ภาพรวมด้านความพึงพอใจที่มีต่อยา Zelmec มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ข้อมูลประชากรศาสตร์ ด้านประสพการณ์ในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับ ภาพรวมด้านความพึงพอใจที่มีต่อยา Zelmec อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .275 แสดงว่ามีสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ประสพการณ์ในการใช้ยา Zelmec ของกลุ่มแพทย์มีมากขึ้น ก็จะส่งผลทำให้ ภาพรวมด้านความพึงพอใจที่มีต่อยา Zelmec ที่ได้รับเพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาด ซึ่งประกอบไปด้วย ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางในการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec

โดยสามารถจำแนกออกได้ ดังนี้คือ

สมมติฐานข้อที่ 3.1 ปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้ คือ

H_0 : ปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ไม่มีความสัมพันธ์ กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec

H_1 : ปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 23 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านส่วนสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

ปัจจัยส่วนสมทางการตลาด ผลิตภัณฑ์	พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยาในปัจจุบัน			
	Pearson Correlation	Sig (2-tailed)	ระดับความ สัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านประโยชน์หลักของยา Zelmac				
18. การรักษาโรค IBS อาการต่างๆ	.357**	.000	สัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำ	ทางเดียวกัน
19. การเป็นยาประเภทเดียวที่รักษาได้	.074	.374	ไม่มีความสัมพันธ์	-
ภาพรวมด้านประโยชน์หลัก	.238**	.004	สัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำ	ทางเดียวกัน
ด้านคุณภาพ				
20. ความมั่นใจในการรักษาโรค IBS	.089	.285	ไม่มีความสัมพันธ์	-
21. ความปลอดภัยในการรักษาโรค	.146	.077	ไม่มีความสัมพันธ์	-
22. ความสะดวกในการรับประทาน	.262**	.001	สัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำ	ทางเดียวกัน
23. เป็นยาที่นึกถึงในการรักษาโรค IBS	.123	.139	ไม่มีความสัมพันธ์	-
ภาพรวมด้านคุณภาพ	.227**	.006	สัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำ	ทางเดียวกัน
ด้านความคาดหวังของยา Zelmac				
24. ความคาดหวังในการรักษา IBS ได้	.161	.051	ไม่มีความสัมพันธ์	-
25. ความคาดหวังในการรักษา GI ได้	-.075	.368	ไม่มีความสัมพันธ์	-
ภาพรวมด้านความคาดหวัง	.027	.748	ไม่มีความสัมพันธ์	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 23 พบว่าการทดสอบสมมติฐานทางด้านส่วนสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac จำแนกเป็นรายข้อได้ดังนี้ คือ

ด้านประโยชน์หลักของยา Zelmac

1. ด้านการรักษาโรค IBS ที่มีอาการต่างๆ

- ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

การทดสอบสมมติฐานด้านการรักษาโรค IBS ที่มีอาการต่างๆ กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ส่วนสมทาง

การตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านประโยชน์หลักของยา Zelmec ในส่วนของการใช้รักษาโรค IBS ที่มีอาการต่างๆ มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec ด้านการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .357 แสดงว่ามีสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าประสิทธิภาพในการรักษาโรค IBS ที่มีอาการต่างๆ เพิ่มขึ้น ก็จะมีผลทำให้แพทย์มีการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน เพิ่มขึ้น

2. ด้านการเป็นยาประเภทเดียวที่สามารถรักษาโรค IBS ได้

- ด้านการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน

การทดสอบสมมติฐานด้านการเป็นยาประเภทเดียวที่สามารถรักษาโรค IBS ได้ กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec ด้านการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .074 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านประโยชน์หลักของยา Zelmec ในส่วนของการเป็นยาประเภทเดียวที่ใช้ในการรักษาโรค IBS ได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec ด้านการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05

3. ด้านภาพรวมด้านประโยชน์หลักของยา Zelmec

- ด้านการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน

การทดสอบสมมติฐานด้านภาพรวมด้านประโยชน์หลัก กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec ด้านการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .004 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านภาพรวมด้านประโยชน์หลักของยา Zelmec มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec ด้านการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .238 แสดงว่ามีสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ส่วนผสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนประโยชน์หลักของยา Zelmec เป็นที่ยอมรับมากขึ้น มีผลทำให้แพทย์มีการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน เพิ่มขึ้นเช่นกัน

ด้านคุณภาพของยา Zelmac

1. ด้านความมั่นใจในการใช้รักษาโรค IBS

- ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

การทดสอบสมมติฐานด้านความมั่นใจในการใช้รักษาโรค IBS กับ พฤติกรรมการเลือกจ่ายยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .285 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านคุณภาพของยา Zelmac ในส่วนของความมั่นใจในการรักษาโรค IBS ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกจ่ายยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05

2. ด้านความปลอดภัยในการใช้ยา Zelmac

- ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

การทดสอบสมมติฐานด้านความปลอดภัยในการใช้ยา Zelmac กับ พฤติกรรมการเลือกจ่ายยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .077 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านคุณภาพของยา Zelmac ในส่วนของความปลอดภัยในการใช้ยา Zelmac ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกจ่ายยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05

3. ด้านความสะดวกในการรับประทานยา Zelmac

- ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

การทดสอบสมมติฐานด้านความสะดวกในการรับประทานยา Zelmac กับ พฤติกรรมการเลือกจ่ายยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านคุณภาพของยา Zelmac ในส่วนของความสะดวกในการรับประทานยา Zelmac มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกจ่ายยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .262 แสดงว่ามีสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าความสะดวกในการรับประทานยา Zelmac ของผู้ป่วยเพิ่มมากขึ้น ก็จะส่งผลทำให้แพทย์มีการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบันเพิ่มมากขึ้น

4. ด้านการเป็นยาตัวแรกที่ใช้ในการรักษาโรค IBS

- ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

การทดสอบสมมติฐานด้านการเป็นยาตัวแรกที่ใช้ในการรักษาโรค IBS กับ พฤติกรรมการเลือกจ่ายยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .139 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านคุณภาพของยา Zelmac ในส่วนของการเป็นยาตัวแรกที่ใช้ในการรักษาโรค IBS ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกจ่ายยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05

5. ด้านภาพรวมด้านคุณภาพของยา Zelmac

- ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

การทดสอบสมมติฐานด้านภาพรวมด้านคุณภาพของยา Zelmac กับ พฤติกรรมการเลือกจ่ายยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .006 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนของภาพรวมด้านคุณภาพของยา Zelmac มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกจ่ายยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .227 แสดงว่ามีสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนของภาพรวมด้านคุณภาพของยา Zelmac เป็นที่ยอมรับมากขึ้น มีผลทำให้แพทย์มีการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน

ด้านความคาดหวังของยา Zelmac

1. ด้านความคาดหวังในการใช้รักษาโรค IBS ได้ผลดี

- ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

การทดสอบสมมติฐานด้านความคาดหวังในการใช้รักษาโรค IBS ได้ผลดี กับ พฤติกรรมการเลือกจ่ายยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .051 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านความคาดหวังของยา Zelmac ในส่วนของการใช้รักษาโรค IBS ได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกจ่ายยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05

2. ด้านความคาดหวังในการรักษาโรค GI Functional Disorder ได้

- ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

การทดสอบสมมติฐานด้านความคาดหวังในการรักษาโรค GI Functional Disorder ได้ กับ พฤติกรรมการเลือกจ่ายยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .368 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านความคาดหวังของยา Zelmac ในส่วนของการใช้รักษาโรค GI Functional Disorder ได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกจ่ายยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05

3. ด้านภาพรวมของความคาดหวังของยา Zelmac

- ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

การทดสอบสมมติฐานด้านภาพรวมของความคาดหวังของยา Zelmac กับ พฤติกรรมการเลือกจ่ายยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .748 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนของความคาดหวังของยา Zelmac ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกจ่ายยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 24 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านส่วนสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มการเลือกใช้ในอนาคต

ปัจจัยส่วนสมทางการตลาด ผลิตภัณฑ์	พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มการเลือกใช้ในอนาคต			
	Pearson Correlation	Sig (2-tailed)	ระดับความ สัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านประโยชน์หลักของยา Zelmac				
18. การรักษาโรค IBS อาการต่างๆ	.362	.000	สัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำ	ทางเดียวกัน
19. การเป็นยาประเภทเดียวที่รักษาได้	.281	.001	สัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำ	ทางเดียวกัน
ภาพรวมด้านประโยชน์หลัก	.380	.000	สัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำ	ทางเดียวกัน
ด้านคุณภาพของยา zelmac				
20. ความมั่นใจในการรักษาโรค IBS	.254	.002	สัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำ	ทางเดียวกัน
21. ความปลอดภัยในการรักษาโรค	.119	.150	ไม่มีความสัมพันธ์	-
22. ความสะดวกในการรับประทาน	.159	.055	ไม่มีความสัมพันธ์	-
23. เป็นยาที่นึกถึงในการรักษาโรค IBS	.343	.000	สัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำ	ทางเดียวกัน
ภาพรวมด้านคุณภาพ	.325	.000	สัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำ	ทางเดียวกัน
ด้านความคาดหวังของยา Zelmac				
24. ความคาดหวังในการรักษา IBS ได้	.101	.224	ไม่มีความสัมพันธ์	-
25. ความคาดหวังในการรักษา GI ได้	-.080	.338	ไม่มีความสัมพันธ์	-
ภาพรวมด้านความคาดหวัง	-.008	.924	ไม่มีความสัมพันธ์	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

- มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 24 พบว่าการทดสอบสมมติฐานทางด้านส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac จำแนกเป็นรายข้อได้ดังนี้ คือ

ด้านประโยชน์หลักของยา Zelmac

1. ด้านการรักษาโรค IBS ที่มีอาการต่างๆ

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

การทดสอบสมมติฐานด้านการรักษาโรค IBS ที่มีอาการต่างๆ กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านประโยชน์หลักของยา Zelmac ในส่วนของการใช้รักษาโรค IBS ที่มีอาการต่างๆ มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .362 แสดงว่ามีสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าประสิทธิภาพในการรักษาโรค IBS ที่มีอาการต่างๆ ได้ผลมากขึ้น มีผลทำให้แพทย์มีแนวโน้มในการจ่ายยา Zelmac เพิ่มขึ้นในอนาคตเช่นกัน

2. ด้านการเป็นยาประเภทเดียวที่สามารถรักษาโรค IBS ได้

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

การทดสอบสมมติฐานด้านการเป็นยาประเภทเดียวที่สามารถรักษาโรค IBS ได้ กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านประโยชน์หลักของยา Zelmac ในส่วนของการเป็นยาประเภทเดียวที่สามารถรักษาโรค IBS ได้ มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .281 แสดงว่ามีสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ การที่ยา Zelmac เป็นยาประเภทเดียวที่สามารถใช้รักษาโรค IBS ได้ มีผลทำให้แพทย์มีแนวโน้มในการจ่ายยา Zelmac เพิ่มขึ้นในอนาคต

3. ด้านภาพรวมด้านประโยชน์หลักของยา Zelmac

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

การทดสอบสมมติฐานด้านภาพรวมด้านประโยชน์หลัก กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า

ส่วนผลสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านภาพรวมด้านประโยชน์หลักของยา Zelmac มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .380 แสดงว่ามีสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าส่วนผลสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ในส่วนประโยชน์หลักของยา Zelmac เพิ่มมากขึ้น มีผลทำให้แพทย์มีแนวโน้มในการจ่ายยา Zelmac เพิ่มขึ้นในอนาคต

ด้านคุณภาพของยา Zelmac

1. ด้านความมั่นใจในการใช้รักษาโรค IBS

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

การทดสอบสมมติฐานด้านการรักษาโรค IBS ที่มีอาการต่างๆ กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ส่วนผลสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านคุณภาพของยา Zelmac ในส่วนของความมั่นใจในการรักษาโรค IBS มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .254 แสดงว่ามีสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าความมั่นใจในการใช้รักษาโรค IBS เพิ่มมากขึ้น ก็จะมีผลทำให้แพทย์มีแนวโน้มในการจ่ายยา Zelmac เพิ่มขึ้นในอนาคต

2. ด้านความปลอดภัยในการใช้ยา Zelmac

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

การทดสอบสมมติฐานด้านความปลอดภัยในการใช้ยา Zelmac กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .150 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ส่วนผลสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านคุณภาพของยา Zelmac ในส่วนของความปลอดภัยในการใช้ยา Zelmac ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05

3. ด้านความสะดวกในการรับประทานยา Zelmac

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

การทดสอบสมมติฐานด้านความสะดวกในการรับประทานยา Zelmac กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ

.055 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านคุณภาพของยา Zelmec ในส่วนของความสะดวกในการรับประทานยา Zelmec ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmec ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05

4. ด้านการเป็นยาตัวแรกที่ใช้ในการรักษาโรค IBS

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmec ในอนาคต

การทดสอบสมมติฐานด้านการเป็นยาตัวแรกที่ใช้ในการรักษาโรค IBS กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmec ในอนาคต มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านคุณภาพของยา Zelmec ในส่วนของความมั่นใจในการรักษาโรค IBS มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmec ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .343 แสดงว่ามีสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าการเป็นยาตัวแรกที่ใช้ในการรักษาโรค IBS ได้ดีขึ้น ก็จะมีผลทำให้แพทย์มีแนวโน้มในการจ่ายยา Zelmec เพิ่มขึ้นในอนาคต

5. ด้านภาพรวมด้านคุณภาพของยา Zelmec

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmec ในอนาคต

การทดสอบสมมติฐานด้านภาพรวมด้านคุณภาพของยา Zelmec กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmec ในอนาคต มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนของภาพรวมด้านคุณภาพของยา Zelmec มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmec ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .325 แสดงว่ามีสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนของภาพรวมด้านคุณภาพของยา Zelmec เพิ่มขึ้น ก็จะมีผลทำให้แพทย์มีแนวโน้มในการจ่ายยา Zelmec เพิ่มขึ้นในอนาคต

ด้านความคาดหวังของยา Zelmac

1. ด้านความคาดหวังในการใช้รักษาโรค IBS ได้ผลดี

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

การทดสอบสมมติฐานด้านความคาดหวังในการใช้รักษาโรค IBS ได้ผลดี กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .224 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านความคาดหวังของยา Zelmac ในส่วนของการใช้รักษาโรค IBS ได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05

2. ด้านความคาดหวังในการรักษาโรค GI Functional Disorder ได้

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

การทดสอบสมมติฐานด้านความคาดหวังในการรักษาโรค GI Functional Disorder ได้ กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .338 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านความคาดหวังของยา Zelmac ในส่วนของการใช้รักษาโรค GI Functional Disorder ได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05

3. ด้านภาพรวมของความคาดหวังของยา Zelmac

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

การทดสอบสมมติฐานด้านภาพรวมของความคาดหวังของยา Zelmac กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .924 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนของความคาดหวังของยา Zelmac ไม่มีความสัมพันธ์กับ ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 3.2 ปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้ คือ

H_0 : ปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา ไม่มีความสัมพันธ์ กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec

H_1 : ปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา มีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 25 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec ด้านการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด	พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec ด้านการจ่ายยาในปัจจุบัน			
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ราคา				
26. คุณภาพและราคาคุ้มค่าที่จ่าย	-.084	.314	ไม่มีความสัมพันธ์	-
27. วิธีการและเงื่อนไขการชำระเงิน	-.191*	.021	สัมพันธ์ระดับต่ำมาก	ตรงข้ามกัน
28. การมีส่วนลดเมื่อซื้อปริมาณมาก	-.470**	.000	สัมพันธ์ระดับปานกลาง	ตรงข้ามกัน
ภาพรวมด้านราคา	-.375**	.000	สัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำ	ตรงข้ามกัน

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 25 พบว่าการทดสอบสมมติฐานทางด้านส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec จำแนกเป็นรายข้อได้ดังนี้ คือ

ด้านคุณภาพและราคาคุ้มค่าที่จ่าย

- ด้านการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน

การทดสอบสมมติฐานด้านคุณภาพและราคาคุ้มค่าที่จ่าย กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec ด้านการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .314 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ส่วนผสมทาง

การตลาดด้านราคา ในส่วนของคุณภาพและราคาคุ้มกับที่จ่าย ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านวิธีการและเงื่อนไขในการชำระเงิน

- ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

การทดสอบสมมติฐานด้านวิธีการและเงื่อนไขในการชำระเงิน กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .021 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา ในส่วนของวิธีการและเงื่อนไขในการชำระเงิน มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.191 แสดงว่ามีสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก และเป็นไปในทิศทางตรงข้ามกัน กล่าวคือ ส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา ในส่วนของวิธีการและเงื่อนไขในการชำระเงินที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน มีผลทำให้แพทย์มีการจ่ายยา Zelmac ลดน้อยลง ซึ่งอาจเกิดจากสาเหตุที่ทางมีการกำหนดวงเงินเครดิตที่ไม่มีความยืดหยุ่นมากนัก

ด้านการมีส่วนลด เมื่อซื้อในปริมาณมาก

- ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

การทดสอบสมมติฐานด้านการมีส่วนลด เมื่อซื้อในปริมาณมาก กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา ในส่วนของการมีส่วนลด เมื่อซื้อในปริมาณมาก มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.470 แสดงว่ามีสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง และเป็นไปในทิศทางตรงข้ามกัน กล่าวคือ ส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา ในส่วนของการมีส่วนลด เมื่อซื้อในปริมาณมาก ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน มีผลทำให้แพทย์มีการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน ลดน้อยลง ซึ่งอาจเกิดจากสาเหตุเรื่องกำหนดโครงสร้างส่วนลดของทางบริษัท ยังไม่เป็นที่น่าพอใจของกลุ่มแพทย์

ด้านภาพรวมด้านราคา

- ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

การทดสอบสมมติฐานด้านภาพรวมด้านราคา กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ภาพรวมของส่วนผสมทาง

การตลาดด้านราคา มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.375 แสดงว่ามีสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ และเป็นไปในทิศทางตรงข้ามกัน กล่าวคือ ภาพรวมของ ส่วนผสมทางการตลาดด้านราคาที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน มีผลทำให้แพทย์มีการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบันลดน้อยลง ซึ่งอาจเกิดจากกลยุทธ์ทางการตลาดด้านราคาที่ใช้อยู่ยังไม่มีเหมาะสมมากนัก

ตาราง 26 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มการเลือกใช้ในอนาคต

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ราคา	พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มการเลือกใช้ในอนาคต			
	Pearson Correlation	Sig (2-tailed)	ระดับความ สัมพันธ์	ทิศทาง
26. คุณภาพและราคาคุ้มค่าที่จ่าย	-.155	.061	ไม่มีความสัมพันธ์	-
27. วิธีการและเงื่อนไขการชำระเงิน	-.237	.004	สัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำ	ตรงข้ามกัน
28. การมีส่วนลดเมื่อซื้อปริมาณมาก	-.131	.114	ไม่มีความสัมพันธ์	-
ภาพรวมด้านราคา	-.256	.002	สัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำ	ตรงข้ามกัน

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 26 พบว่าการทดสอบสมมติฐานทางด้านส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac จำแนกเป็นรายข้อได้ดังนี้ คือ

ด้านคุณภาพและราคาคุ้มค่าที่จ่าย

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

การทดสอบสมมติฐานด้านคุณภาพและราคาคุ้มค่าที่จ่าย กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .061 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา ในส่วนของคุณภาพและราคาคุ้มค่าที่จ่าย ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งอาจเกิดจากสาเหตุที่ทางมีการกำหนดวงเงินเครดิตที่ไม่มีความยืดหยุ่นมากนัก

ด้านวิธีการและเงื่อนไขในการชำระเงิน

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

การทดสอบสมมติฐานด้านคุณภาพและราคาคุ้มกับที่จ่าย กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .004 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา ในส่วนของวิธีการและเงื่อนไขในการชำระเงิน มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.237 แสดงว่ามีสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ และเป็นไปในทิศทางตรงข้ามกัน กล่าวคือ ส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา ในส่วนของวิธีการและเงื่อนไขในการชำระเงินที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน มีผลทำให้แพทย์มีแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคตลดน้อยลง

ด้านการมีส่วนลด เมื่อซื้อในปริมาณมาก

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

การทดสอบสมมติฐานด้านการมีส่วนลด เมื่อซื้อในปริมาณมาก กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .114 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา ในส่วนของการมีส่วนลด เมื่อซื้อในปริมาณมาก ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านภาพรวมด้านราคา

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

การทดสอบสมมติฐานด้านภาพรวมด้านราคา กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .002 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ภาพรวมของส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.256 แสดงว่ามีสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ และเป็นไปในทิศทางตรงข้ามกัน กล่าวคือ ภาพรวมของส่วนผสมทางการตลาดด้านราคาที่ใช้ในปัจจุบัน มีผลทำให้แพทย์มีแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคตลดน้อยลง ซึ่งอาจเกิดจากกลยุทธ์ทางการตลาดด้านราคาที่ใช้แล้วยังไม่มีความเหมาะสมมากนัก

สมมติฐานข้อที่ 3.3 ปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาดด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้ คือ

H_0 : ปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาดด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ไม่มีความสัมพันธ์ กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac

H_1 : ปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาดด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 27 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาดด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด	พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยาในปัจจุบัน			
	Pearson Correlation	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
29. ความสะดวกในการสั่งซื้อ	.151	.069	ไม่มีความสัมพันธ์	-
30. ระยะเวลาในการสั่งซื้อ	.128	.121	ไม่มีความสัมพันธ์	-
31. สถานที่ในการจัดส่งสินค้า	-.141	.088	ไม่มีความสัมพันธ์	-
32. ปริมาณในการสั่งซื้อขั้นต่ำ	-.146	.077	ไม่มีความสัมพันธ์	-
ภาพรวมด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย	.000	.999	ไม่มีความสัมพันธ์	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 27 พบว่าการทดสอบสมมติฐานทางด้านส่วนผสมทางการตลาดด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac จำแนกเป็นรายข้อได้ดังนี้ คือ

ด้านความสะดวกในการสั่งซื้อ

- ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

การทดสอบสมมติฐานด้านความสะดวกในการสั่งซื้อ กับ พฤติกรรมการเลือกจ่ายยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .069 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ในส่วนของความสะดวกในการสั่งซื้อ ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกจ่ายยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านระยะเวลาในการสั่งซื้อยา Zelmac

- ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

การทดสอบสมมติฐานด้านระยะเวลาในการสั่งซื้อยา Zelmac กับ พฤติกรรมการเลือกจ่ายยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .121 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ในส่วนของระยะเวลาในการสั่งซื้อยา Zelmac ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกจ่ายยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านสถานที่ในการจัดส่งสินค้า

- ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

การทดสอบสมมติฐานด้านสถานที่ในการจัดส่งสินค้า กับ พฤติกรรมการเลือกจ่ายยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .088 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ในส่วนของสถานที่ในการจัดส่งสินค้า ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกจ่ายยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านการกำหนดปริมาณในการสั่งซื้อขั้นต่ำ

- ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

การทดสอบสมมติฐานด้านการกำหนดปริมาณในการสั่งซื้อขั้นต่ำ กับ พฤติกรรมการเลือกจ่ายยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .077 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ในส่วนของการกำหนดปริมาณในการสั่งซื้อขั้นต่ำ ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกจ่ายยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05

ความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกैया Zelmec ด้านการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านภาพรวมด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย

- ด้านการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน

การทดสอบสมมติฐานด้านภาพรวมด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย กับ พฤติกรรมการเลือกैया Zelmec ด้านการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .999 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านช่องทางในการจัดจำหน่ายโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกैया Zelmec ด้านการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 27 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาดด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย กับ พฤติกรรมการเลือกैया Zelmec ด้านแนวโน้มการैया Zelmec ในอนาคต

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ช่องทางในการจัดจำหน่าย	พฤติกรรมการเลือกैया Zelmec ด้านแนวโน้มการैयाใช้ในอนาคต			
	Pearson Correlation	Sig (2-tailed)	ระดับความ สัมพันธ์	ทิศทาง
29. ความสะดวกในการสั่งซื้อ	.232**	.004	สัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำ	ทางเดียวกัน
30. ระยะเวลาในการสั่งซื้อ	.246**	.003	สัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำ	ทางเดียวกัน
31. สถานที่ในการจัดส่งสินค้า	.337**	.000	สัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำ	ตรงข้ามกัน
32. ปริมาณในการสั่งซื้อขั้นต่ำ	-.242**	.003	สัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำ	ตรงข้ามกัน
ภาพรวมด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย	-.041	.626	ไม่มีความสัมพันธ์	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 28 พบว่าการทดสอบสมมติฐานทางด้านส่วนสมทางการตลาดด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac จำแนกเป็นรายข้อได้ดังนี้ คือ

ด้านความสะดวกในการสั่งซื้อ

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

การทดสอบสมมติฐานด้านความสะดวกในการสั่งซื้อ กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .004 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ส่วนสมทางการตลาดด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ในส่วนของความสะดวกในการสั่งซื้อ มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .232 แสดงว่ามีสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ความสะดวกในการสั่งซื้อยา Zelmac ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน มีผลทำให้แพทย์มีแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคตเพิ่มมากขึ้น

ด้านระยะเวลาในการสั่งซื้อยา Zelmac

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

การทดสอบสมมติฐานด้านระยะเวลาในการสั่งซื้อยา Zelmac กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ส่วนสมทางการตลาดด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ในส่วนของระยะเวลาในการสั่งซื้อยา Zelmac มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .246 แสดงว่ามีสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ระยะเวลาที่ใช้ในการสั่งซื้อยา Zelmac ในปัจจุบัน มีผลทำให้แพทย์มีแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคตเพิ่มมากขึ้น

ด้านสถานที่ในการจัดส่งสินค้า

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

การทดสอบสมมติฐานด้านสถานที่ในการจัดส่งสินค้า กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ส่วนสมทางการตลาดด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ในส่วนของสถานที่ในการจัดส่งสินค้า มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต อย่างมี

นัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.337 แสดงว่ามีสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ และเป็นไปในทิศทางตรงข้ามกัน กล่าวคือ สถานที่ในการจัดส่งสินค้าที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน มีผลทำให้แพทย์มีแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ลดน้อยลงได้

ด้านการกำหนดปริมาณในการสั่งซื้อขั้นต่ำ

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

การทดสอบสมมติฐานด้านการกำหนดปริมาณในการสั่งซื้อขั้นต่ำ กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ในส่วนของการกำหนดปริมาณในการสั่งซื้อขั้นต่ำ มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.242 แสดงว่ามีสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ และเป็นไปในทิศทางตรงข้ามกัน กล่าวคือ การกำหนดปริมาณในการสั่งซื้อยา Zelmac ขั้นต่ำ ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน มีผลทำให้แพทย์มีแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ลดน้อยลงได้ ซึ่งอาจเกิดจากการที่บริษัทฯ ยังมีปัญหาเรื่องของการกำหนดปริมาณการสั่งซื้อขั้นต่ำในปริมาณที่สูงมาก

ด้านภาพรวมด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

การทดสอบสมมติฐานด้านภาพรวมด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .626 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านช่องทางในการจัดจำหน่ายโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 3.4 ปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้ คือ

H_0 : ปัจจัยทางด้านการผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาด ไม่มีความสัมพันธ์ กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac

H_1 : ปัจจัยทางด้านการผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ใช้ค่าสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อค่าระดับ นัยสำคัญทางสถิติ มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง ต่อไปนี้

ตาราง 29 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านการผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาด กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด	พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยาในปัจจุบัน			
	Pearson Correlation	Sig (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
33. การโฆษณาทางแผ่นพับ , นิตยสาร	.107	.197	ไม่มีความสัมพันธ์	-
34. การแจก Gimmick , ส่วนลด	.085	.306	ไม่มีความสัมพันธ์	-
35. การจัดสัมมนาความรู้เกี่ยวกับยา Zelmac	-.273**	.001	สัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำ	ตรงข้ามกัน
36. การสนับสนุนแพทย์ในการประชุมทางวิชาการ	-.220**	.007	สัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำ	ตรงข้ามกัน
ภาพรวมด้านการส่งเสริมทางการตลาด	-.161	.051	ไม่มีความสัมพันธ์	-

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 29 พบว่าการทดสอบสมมติฐานทางด้านการผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาด กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac จำแนกเป็นรายชื่อได้ดังนี้ คือ

ด้านความสะดวกในการสั่งซื้อ

- ด้านการโฆษณาทางแผ่นพับ , นิตยสาร

การทดสอบสมมติฐานด้านการโฆษณาทางแผ่นพับ , นิตยสาร กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec ด้านการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .197 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาด ในส่วนของการโฆษณาทางแผ่นพับ , นิตยสาร ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec ด้านการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านการส่งเสริมการขาย เช่น การแจก Gimmick หรือ ส่วนลด

- ด้านการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน

การทดสอบสมมติฐานด้านการส่งเสริมการขาย เช่น การแจก Gimmick หรือ ส่วนลด กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec ด้านการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .121 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาด ในส่วนของการส่งเสริมการขาย เช่น การแจก Gimmick หรือ ส่วนลด ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec ด้านการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านการจัดสัมมนาความรู้เกี่ยวกับยา Zelmec

- ด้านการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน

การทดสอบสมมติฐานด้านการจัดสัมมนาความรู้เกี่ยวกับยา Zelmec กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec ด้านการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ภาพรวมของส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านการจัดสัมมนาความรู้เกี่ยวกับยา Zelmec มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec ด้านการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.273 แสดงว่ามีสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ และเป็นไปในทิศทางตรงข้ามกัน กล่าวคือ การจัดสัมมนาความรู้สินค้าเกี่ยวกับยา Zelmec ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน มีผลทำให้แพทย์มีการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบันลดน้อยลงได้ ซึ่งอาจเกิดจากการที่บริษัทฯ ยังไม่ค่อยมีการจัดสัมมนาความรู้ให้กับกลุ่มแพทย์มากนัก

ด้านการสนับสนุนแพทย์ในการประชุมทางวิชาการ

- ด้านการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน

การทดสอบสมมติฐานด้านการสนับสนุนแพทย์ในการประชุมทางวิชาการ กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec ด้านการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .007 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ภาพรวมของส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านการสนับสนุนแพทย์ในการประชุมทางวิชาการ มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec ด้านการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.220 แสดงว่ามีสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ และเป็นไปในทิศทางตรงข้ามกัน กล่าวคือ การสนับสนุนแพทย์ในการประชุมทางวิชาการที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน มีผลทำให้แพทย์มีการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน ลดน้อยลงได้ ซึ่งอาจเกิดจากการที่บริษัท ยังไม่ค่อยมีการสนับสนุนการประชุมทางวิชาการของกลุ่มแพทย์มากนัก

ด้านภาพรวมด้านการส่งเสริมทางการตลาด

- ด้านการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน

การทดสอบสมมติฐานด้านภาพรวมด้านการส่งเสริมทางการตลาด กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec ด้านการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .051 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาดโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec ด้านการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 30 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านส่วนสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาด กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มการใช้ยา Zelmac ในอนาคต

ปัจจัยส่วนสมทางการตลาด	พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มการใช้ยา Zelmac ในอนาคต			
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
33. การโฆษณาทางแผ่นพับ , นิตยสาร	-.060	.468	ไม่มีความสัมพันธ์	-
34. การแจก Gimmick , ส่วนลด	.097	.240	ไม่มีความสัมพันธ์	-
35. การจัดสัมมนาความรู้เกี่ยวกับยา Zelmac	-.441**	.000	สัมพันธ์ระดับปานกลาง	ตรงข้ามกัน
36. การสนับสนุนแพทย์ในการประชุมทางวิชาการ	-.161	.052	ไม่มีความสัมพันธ์	-
ภาพรวมด้านการส่งเสริมทางการตลาด	-.237**	.004	สัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำ	ตรงข้ามกัน

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 30 พบว่าการทดสอบสมมติฐานทางด้านส่วนสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาด กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac จำแนกเป็นรายชื่อได้ดังนี้ คือ

ด้านความสะดวกในการสั่งซื้อ

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

การทดสอบสมมติฐานด้านการโฆษณาทางแผ่นพับ , นิตยสาร กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .468 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ส่วนสมทางการตลาดด้านช่องทางในการจัดจำหน่ายโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านการส่งเสริมการขาย เช่น การแจก Gimmick หรือ ส่วนลด

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

การทดสอบสมมติฐานด้านการส่งเสริมการขาย เช่น การแจก Gimmick หรือ ส่วนลด กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .240 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ส่วนสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาด ในส่วนของการส่งเสริม

การขาย เช่น การแจก Gimmick หรือ ส่วนลด ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านการจัดสัมมนาความรู้เกี่ยวกับยา Zelmac

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

การทดสอบสมมติฐานด้านการจัดสัมมนาความรู้เกี่ยวกับยา Zelmac กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ภาพรวมของส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านการจัดสัมมนาความรู้เกี่ยวกับยา Zelmac มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.441 แสดงว่ามีสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง และเป็นไปในทิศทางตรงข้ามกัน กล่าวคือ การจัดสัมมนาความรู้สินค้าเกี่ยวกับยา Zelmac ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน มีผลทำให้แพทย์มีแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในแนวทางตรงข้ามกัน ซึ่งอาจเกิดจากการที่บริษัทยังไม่ค่อยมีการจัดสัมมนาความรู้ให้กับกลุ่มแพทย์มากนัก

ด้านการสนับสนุนแพทย์ในการประชุมทางวิชาการ

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

การทดสอบสมมติฐานด้านการสนับสนุนแพทย์ในการประชุมทางวิชาการ กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .052 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาด ในส่วนของด้านการสนับสนุนแพทย์ในการประชุมทางวิชาการ ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านภาพรวมด้านการส่งเสริมทางการตลาด

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

การทดสอบสมมติฐานด้านภาพรวมด้านการส่งเสริมทางการตลาด กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .004 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาดโดยรวม มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -.237 แสดงว่ามีสัมพันธ์

กันในระดับค่อนข้างต่ำ และเป็นไปในทิศทางตรงข้ามกัน กล่าวคือ ส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาดโดยรวมที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน มีผลทำให้แพทย์มีแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ลดน้อยลงได้ ซึ่งอาจเกิดจากการที่บริษัทฯ มีการวางกลยุทธ์ทางการส่งเสริมทางการตลาดไม่เป็นที่พอใจของกลุ่มแพทย์

สมมติฐานข้อที่ 4 พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac มีความสัมพันธ์กับความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac

สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้ คือ

H_0 : พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ไม่มีความสัมพันธ์ กับ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac

H_1 : พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac มีความสัมพันธ์ กับ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac

ตาราง 31 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน กับ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac

ความพึงพอใจโดยรวมของการ เลือกใช้ยา Zelmac	พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยาในปัจจุบัน			
	Pearson Correlation	Sig (2-tailed)	ระดับความ สัมพันธ์	ทิศทาง
ความคาดหวังในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ	.157	.058	ไม่มีความสัมพันธ์	-
ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการใช้ยา Zelmac	.321**	.000	สัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำ	ทางเดียวกัน
ประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น	.189*	.022	สัมพันธ์ระดับต่ำมาก	ทางเดียวกัน
ความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac ในการรักษาโรค IBS	.274**	.008	สัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำ	ทางเดียวกัน

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 31 พบว่าการทดสอบสมมติฐานทางด้านพฤติกรรมทางเลือกใช้ยา Zelmac กับ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac จำแนกเป็นรายข้อได้ดังนี้ คือ

ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

- ด้านความคาดหวังในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ

การทดสอบสมมติฐานด้านพฤติกรรมทางเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน กับ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความคาดหวังในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .058 ซึ่งมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และ ปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า พฤติกรรมการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน ไม่มีความสัมพันธ์กับ ความคาดหวังในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05

- ด้านประโยชน์จากยา Zelmac ที่ได้รับเมื่อเทียบกับยาอื่น

การทดสอบสมมติฐานด้านพฤติกรรมทางเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน กับ ความพึงใจที่มีต่อยา Zelmac ด้านประโยชน์จากยา Zelmac ที่ได้รับเมื่อเทียบกับยาอื่น มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .022 ซึ่งน้อยกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า พฤติกรรมการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับความพึงใจที่มีต่อยา Zelmac ด้านประโยชน์จากยา Zelmac ที่ได้รับเมื่อเทียบกับยาอื่น อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .189 แสดงว่ามีสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าพฤติกรรมการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบันของกลุ่มแพทย์เพิ่มมากขึ้น เกิดจากสาเหตุที่แพทย์มีความพึงพอใจเรื่องประโยชน์ที่ได้รับจากยา Zelmac เมื่อเทียบกับการใช้ยาประเภทอื่นดีขึ้นเช่นกัน

- ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac รักษาโรค IBS

การทดสอบสมมติฐานด้านพฤติกรรมทางเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน กับ ความพึงใจที่มีต่อยา Zelmac ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac รักษาโรค IBS มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .008 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า พฤติกรรมการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับความพึงใจที่มีต่อยา Zelmac ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac รักษาโรค IBS อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .274 แสดงว่ามีสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าพฤติกรรมการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบันของกลุ่มแพทย์เพิ่มมากขึ้น เกิดจากสาเหตุที่แพทย์มีความพึงพอใจ เรื่องของความคุ้มค่าในการเลือกใช้ยา Zelmac รักษาโรค IBS ดีขึ้นเช่นกัน

ตาราง 31 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคตกับ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac

ความพึงพอใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac	พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มการเลือกใช้ยาในอนาคต			
	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ความคาดหวังในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ	.242**	.003	สัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำ	ทางเดียวกัน
ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการใช้ยา Zelmac	.349**	.000	สัมพันธ์ระดับค่อนข้างต่ำ	ทางเดียวกัน
ประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น	.561*	.022	สัมพันธ์ระดับปานกลาง	ทางเดียวกัน
ความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac ในการรักษาโรค IBS	.492**	.008	สัมพันธ์ระดับปานกลาง	ทางเดียวกัน

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 31 พบว่าการทดสอบสมมติฐานทางด้านพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac กับความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac จำแนกเป็นรายข้อได้ดังนี้ คือ

ด้านแนวโน้มการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

- ด้านความคาดหวังในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ

การทดสอบสมมติฐานด้านพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต กับ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความคาดหวังในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า พฤติกรรมด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต มีความสัมพันธ์กับ ความคาดหวังในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .242 แสดงว่ามีสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ของกลุ่มแพทย์ในอนาคตเพิ่มมากขึ้น เกิดจากการที่แพทย์มีความพึงใจด้านความคาดหวังในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับจากการใช้ยา Zelmac เพิ่มมากขึ้น

- ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac

การทดสอบสมมติฐานด้านพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต กับ ความพึงใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า พฤติกรรมด้านแนวโน้มการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคตมีความสัมพันธ์กับ ความพึงใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .349 แสดงว่ามีสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ของกลุ่มแพทย์ในอนาคตเพิ่มมากขึ้น เกิดจากการที่แพทย์มีความพึงพอใจด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac เพิ่มมากขึ้น

- ด้านประโยชน์จากยา Zelmac ที่ได้รับเมื่อเทียบกับยาอื่น

การทดสอบสมมติฐานด้านพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต กับ ความพึงใจที่มีต่อยา Zelmac ด้านประโยชน์จากยา Zelmac ที่ได้รับเมื่อเทียบกับยาอื่น มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า พฤติกรรมด้านแนวโน้มการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต มีความสัมพันธ์กับ ความพึงใจที่มีต่อยา Zelmac ด้านประโยชน์จากยา Zelmac ที่ได้รับเมื่อเทียบกับยาอื่น อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .561 แสดงว่ามีสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ของกลุ่มแพทย์ในอนาคตเพิ่มมากขึ้น เกิดจากการที่แพทย์มีความพึงพอใจด้านความคิดเรื่องประโยชน์ที่ได้รับจากยา Zelmac เมื่อเทียบกับการใช้ยาประเภทอื่น

- ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac รักษาโรค IBS

การทดสอบสมมติฐานด้านพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต กับ ความพึงใจที่มีต่อยา Zelmac ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac รักษาโรค IBS มีค่า Sig.(2-tailed) เท่ากับ .008 ซึ่งน้อยกว่า .01 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) และ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) หมายความว่า พฤติกรรมด้านแนวโน้มการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต มีความสัมพันธ์กับ ความพึงใจที่มีต่อยา Zelmac ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac รักษาโรค IBS อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .492 แสดงว่ามีสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ของกลุ่มแพทย์ในอนาคตเพิ่มมากขึ้น เกิดจากการที่แพทย์มีความพึงพอใจด้านความคุ้มค่าในการเลือกใช้ยา Zelmac รักษาโรค IBS เพิ่มมากขึ้น

สรุปตารางการทดสอบสมมติฐาน

จากการทดสอบสมมติฐาน เรื่องของ “พฤติกรรมและความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกใช้ยา Zelmec ของแพทย์ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก” สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน ได้ดังนี้ คือ

ตาราง 32 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ข้อที่	สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
1	แพทย์ที่มี เพศ ,อายุ ,ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ,สาขาที่ศึกษาต่อ ,ประสบการณ์ในการทำงาน ,ประเภทของสถานที่ทำงาน และประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmec ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec แตกต่างกัน	
	1.1 เพศที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec แตกต่างกัน	
	- การจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน	เป็นไปตามสมมติฐาน
	- แนวโน้มการเลือกใช้ยา Zelmec ในอนาคต	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
	1.2 อายุที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec แตกต่างกัน	
	- การจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
	- แนวโน้มการเลือกใช้ยา Zelmec ในอนาคต	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
	1.3 ความเชี่ยวชาญเฉพาะทางที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec แตกต่างกัน	
	- การจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
	- แนวโน้มการเลือกใช้ยา Zelmec ในอนาคต	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

ตาราง 32 (ต่อ)

ข้อที่	สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
1.4 การศึกษาภายหลังจากจบคณะแพทยศาสตร์ที่แตกต่างกัน กันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน		
- การจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน		ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
- แนวโน้มการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต		ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
1.5 ประสิทธิภาพในการทำงานที่แตกต่างกันมีผลต่อ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน		
- การจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน		เป็นไปตามสมมติฐาน
- แนวโน้มการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต		ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
1.6 ประเภทของสถานที่ทำงานที่แตกต่างกันมีผลต่อ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน		
- การจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน		ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
- แนวโน้มการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต		ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
1.7 ประสิทธิภาพในการใช้ยา Zelmac ที่แตกต่างกันมีผลต่อ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน		
- การจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน		เป็นไปตามสมมติฐาน
- แนวโน้มการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต		เป็นไปตามสมมติฐาน
ปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ ,อายุ ,ความ เชี่ยวชาญเฉพาะทาง ,สาขาที่ศึกษาต่อ ,ประสิทธิภาพในการ ทำงาน ,ประเภทของสถานที่ทำงาน และประสิทธิภาพในการ ใช้ยา Zelmac ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงใจโดยรวมของ การเลือกใช้ยา Zelmac		

ตาราง 32 (ต่อ)

ข้อที่	สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
2	2.1 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน	
	- ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับ	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
	- ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
	- ด้านประโยชน์จาก Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น	เป็นไปตามสมมติฐาน
	- ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac รักษาโรค IBS	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
	2.2 อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน	
	- ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับ	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
	- ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
	- ด้านประโยชน์จาก Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
	- ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac รักษาโรค IBS	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
	2.3 ความเชี่ยวชาญเฉพาะทางที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน	
	- ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับ	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
	- ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
	- ด้านประโยชน์จาก Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
	- ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac รักษาโรค IBS	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
	2.4 การศึกษาภายหลังจากจบคณะแพทยศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน	
	- ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับ	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
	- ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
	- ด้านประโยชน์จาก Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
	- ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac รักษาโรค IBS	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

ตาราง 32 (ต่อ)

ข้อที่	สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
2.5	ประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน	เป็นไปตามสมมติฐาน
	- ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับ	เป็นไปตามสมมติฐาน
	- ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac	เป็นไปตามสมมติฐาน
	- ด้านประโยชน์จาก Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น	
	- ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac รักษาโรค IBS	
2.6	ประเภทของสถานที่ทำงานที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
	- ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับ	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
	- ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
	- ด้านประโยชน์จาก Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น	
	- ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac รักษาโรค IBS	
2.7	ประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmac ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน	เป็นไปตามสมมติฐาน
	- ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับ	เป็นไปตามสมมติฐาน
	- ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac	เป็นไปตามสมมติฐาน
	- ด้านประโยชน์จาก Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น	
	- ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac รักษาโรค IBS	
3	ปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาด ซึ่งประกอบไปด้วย ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางในการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac	

ตาราง 32 (ต่อ)

ข้อที่	สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
3	3.1 ปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac	
	3.1.1 ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน	
	(1) ด้านประโยชน์หลักของยา Zelmac	
	- ยา Zelmac เป็นยารักษาโรคที่มีอาการต่างๆได้	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
	- ยา Zelmac เป็นยาตัวเดียวที่รักษาโรค IBS ได้	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
	- ภาพรวมด้านประโยชน์หลักของยา Zelmac	เป็นไปตามสมมติฐาน
	(2) ด้านคุณภาพของยา Zelmac	
	- ความมั่นใจในการรักษาโรค IBS ได้	เป็นไปตามสมมติฐาน
	- ความปลอดภัยในการใช้ยา Zelmac	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
	- ความสะดวกในการรับประทาน	เป็นไปตามสมมติฐาน
	- การเป็นยาตัวแรกที่ใช้ในการรักษาโรค IBS	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
	- ภาพรวมด้านคุณภาพของยา Zelmac	เป็นไปตามสมมติฐาน
	(3) ด้านความคาดหวังของยา Zelmac	
	- ความคาดหวังของยา Zelmac ในรักษาโรค IBS	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
	- ความคาดหวังของยา Zelmac ในรักษาโรค GI	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
	- ภาพรวมด้านความคาดหวังของยา Zelmac	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
	3.1.2 ด้านแนวโน้มการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต	
	(1) ด้านประโยชน์หลักของยา Zelmac	
	- ยา Zelmac เป็นยารักษาโรคที่มีอาการต่างๆได้	เป็นไปตามสมมติฐาน
	- ยา Zelmac เป็นยาตัวเดียวที่รักษาโรค IBS ได้	เป็นไปตามสมมติฐาน
	- ภาพรวมด้านประโยชน์หลักของยา Zelmac	เป็นไปตามสมมติฐาน
	(2) ด้านคุณภาพของยา Zelmac	
	- ความมั่นใจในการรักษาโรค IBS ได้	เป็นไปตามสมมติฐาน
	- ความปลอดภัยในการใช้ยา Zelmac	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
	- ความสะดวกในการรับประทาน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
	- การเป็นยาตัวแรกที่ใช้ในการรักษาโรค IBS	เป็นไปตามสมมติฐาน
	- ภาพรวมด้านคุณภาพของยา Zelmac	เป็นไปตามสมมติฐาน

ตาราง 32 (ต่อ)

ข้อที่	สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
(3) ด้านความคาดหวังของยา Zelmac		
- ความคาดหวังของยา Zelmac ในรักษาโรค IBS		ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
- ความคาดหวังของยา Zelmac ในรักษาโรค GI		ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
- ภาพรวมด้านความคาดหวังของยา Zelmac		ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
3.2 ปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกใช้ยา Zelmac		
3.2.1 ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน		
- คุณภาพ และราคาคุ้มค่ากับที่จ่าย		ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
- วิธีการ และเงื่อนไขการชำระเงิน		เป็นไปตามสมมติฐาน
- การใช้ส่วนลด เมื่อซื้อในปริมาณมาก		เป็นไปตามสมมติฐาน
- ภาพรวมด้านราคาของยา Zelmac		เป็นไปตามสมมติฐาน
3.2.2 ด้านแนวโน้มการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต		
- คุณภาพ และราคาคุ้มค่ากับที่จ่าย		ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
- วิธีการ และเงื่อนไขการชำระเงิน		เป็นไปตามสมมติฐาน
- การใช้ส่วนลด เมื่อซื้อในปริมาณมาก		ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
- ภาพรวมด้านราคาของยา Zelmac		เป็นไปตามสมมติฐาน
3.3 ปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาดด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกใช้ยา Zelmac		
3.3.1 ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน		
- ความสะดวกในการสั่งซื้อยา Zelmac		ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
- ระยะเวลาในการสั่งซื้อสินค้า		ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
- สถานที่ในการจัดส่งสินค้า		ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
- การกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการสั่งซื้อสินค้า		ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
- ภาพรวมด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของยา Zelmac		ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

ตาราง 32 (ต่อ)

ข้อที่	สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
3.3.2 ด้านแนวโน้มการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต		
	- ความสะดวกในการสั่งซื้อยา Zelmac	เป็นไปตามสมมติฐาน
	- ระยะเวลาในการสั่งซื้อสินค้า	เป็นไปตามสมมติฐาน
	- สถานที่ในการจัดส่งสินค้า	เป็นไปตามสมมติฐาน
	- การกำหนดปริมาณขั้นต่ำในการสั่งซื้อสินค้า	เป็นไปตามสมมติฐาน
	- ภาพรวมด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของยา Zelmac	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
3.4 ปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac		
3.4.2 ด้านแนวโน้มการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต		
	- การโฆษณาทางแผ่นพับ , นิตยสาร	
	- การส่งเสริมการขายสินค้า เช่น แจก Gimmick , ส่วนลด	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
	- การจัดสัมมนาความรู้เกี่ยวกับยา Zelmac	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
	- การสนับสนุนแพทย์ในการประชุมทางวิชาการ	เป็นไปตามสมมติฐาน
	- ภาพรวมด้านการส่งเสริมทางการตลาด	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
	พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac	เป็นไปตามสมมติฐาน
4.1 ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน		
4	- ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับ	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
	- ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac	เป็นไปตามสมมติฐาน
	- ด้านประโยชน์จาก Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น	เป็นไปตามสมมติฐาน
	- ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac รักษาโรค IBS	เป็นไปตามสมมติฐาน
4.2 ด้านแนวโน้มการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต		
	- ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับ	เป็นไปตามสมมติฐาน
	- ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac	เป็นไปตามสมมติฐาน
	- ด้านประโยชน์จาก Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น	เป็นไปตามสมมติฐาน
	- ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac รักษาโรค IBS	เป็นไปตามสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มุ่งทำการศึกษาค้นคว้า “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและความพึงพอใจในการเลือกใช้ยา Zelmac ของแพทย์ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก” โดยจำแนกออกเป็น ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ส่วนผสมทางการตลาด และความพึงพอใจในการใช้ยา Zelmac ทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงลักษณะข้อมูลของกลุ่มแพทย์ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ,ราคา ,ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด และระดับความพึงพอใจของกลุ่มแพทย์ที่มีต่อยา Zelmac

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยในครั้งนี้ผู้ทำการวิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้ คือ

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ของกลุ่มแพทย์ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของแพทย์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของแพทย์ที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของแพทย์ในการเลือกใช้ยา Zelmac
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac กับ ความพึงพอใจโดยรวมของแพทย์ที่เลือกใช้ยา Zelmac

สมมุติฐานของงานวิจัย

เป็นการทดสอบสมมุติฐานจำนวน 4 ข้อ โดยมีรายละเอียด ดังนี้ คือ

1. แพทย์ที่มี เพศ ,อายุ ,ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ,สาขาที่ศึกษาต่อ ,ประสบการณ์ในการทำงาน ,ประเภทของสถานที่ทำงาน และประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmac ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน

2. เพศ ,อายุ ,ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ,สาขาที่ศึกษาต่อ ,ประสบการณ์ในการทำงาน , ประเภทของสถานที่ทำงาน และประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmec ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmec แตกต่างกัน

3. ปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาด ซึ่งประกอบไปด้วย ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางในการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec

4. พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมของแพทย์ในการเลือกใช้ยา Zelmec

วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มแพทย์ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดสมุทรปราการ ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด ฉะเชิงเทรา นครนายก ปราจีนบุรี เป็นต้น ซึ่งมีจำนวนแพทย์ประมาณ 200 ราย (แหล่งที่มาจากฐานข้อมูลลูกค้าของบริษัท โนวาร์ตีส (ประเทศไทย) จำกัด ปี 2547)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ คือ กลุ่มแพทย์ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก โดยกำหนดเป็นตัวแทนของกลุ่มขนาดของกลุ่มแพทย์ทั้งหมดในประเทศ โดยใช้วิธีการคำนวณหา กลุ่มตัวอย่างแบบทราบจำนวนประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2540 : 74) โดยงานวิจัยนี้จะใช้จำนวนของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 147 ราย

1.3 การกำหนดกลุ่มของตัวอย่าง

1.3.1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างเป็นในแต่ละระดับชั้นอย่างเป็นสัดส่วน (Proportional Stratified random sampling) จากจำนวนตัวอย่างที่ได้ในแต่ละส่วนงาน

1.3.2 การเก็บข้อมูลของแต่ละส่วนงานตามขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้นั้น ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับเรื่องของข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ประสบการณ์ในการทำงาน ประเภทของสถานที่ในการทำงาน และประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmac มีลักษณะเป็นคำถามเลือกตอบเป็นจำนวน 7 ข้อ

ข้อที่ 1 เพศ ระดับการวัดข้อมูล เป็นแบบ นามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 อายุ ระดับการวัดข้อมูล เป็นแบบ เรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 3 ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ระดับการวัดข้อมูล เป็นแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 4 การศึกษาต่อภายหลังจากจบการศึกษา ระดับการวัดข้อมูล เป็นแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 5 ประสบการณ์ในการทำงาน ระดับการวัดข้อมูล เป็นแบบอัตราส่วน (Ratio Scale)

ข้อที่ 6 ประเภทของสถานที่ทำงาน ระดับการวัดข้อมูลเป็นแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 7 ประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmac ระดับการวัดข้อมูล เป็นแบบอัตราส่วน (Ratio Scale)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac โดยลักษณะของคำถามเป็นคำถามเกี่ยวกับเรื่องของพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac จำนวน 9 ข้อ (ข้อที่ 8 – 16) โดยมีรายละเอียด ดังนี้ คือ

ข้อที่ 8 เป็นคำถามเกี่ยวกับเรื่องสาเหตุของการรู้จักยา Zelmac ระดับการวัดข้อมูลเป็นแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 9 เป็นคำถามเกี่ยวกับเรื่องจำนวนของการใช้ยา Zelmac ในการรักษาโรค IBS โดยการวัดข้อมูลเป็นแบบอัตราส่วน (Ratio Scale)

ข้อที่ 10 เป็นคำถามเกี่ยวกับเรื่องปริมาณในการเลือกใช้ยา Zelmac โดยการวัดข้อมูลเป็นแบบอัตราส่วน (Ratio Scale)

ข้อที่ 11 เป็นคำถามเกี่ยวกับเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกใช้ยา Zelmac โดยการวัดข้อมูลเป็นแบบประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 12 เป็นคำถามเกี่ยวกับเรื่องอาการของโรคที่ใช้ยา Zelmac ในการรักษา โดยการวัดข้อมูลเป็นแบบประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 13 เป็นคำถามเกี่ยวกับเรื่องแหล่งที่ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อยา Zelmac โดยการวัดข้อมูลเป็นแบบประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 14 เป็นคำถามเกี่ยวกับเรื่องสาเหตุในการเลือกใช้ยา Zelmac โดยการวัดข้อมูลเป็นแบบประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 15 เป็นคำถามเกี่ยวกับเรื่องของประเภทของยาที่ใช้ในการรักษาโรค IBS โดยการวัดข้อมูลเป็นแบบประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 16 และ 17 เป็นคำถามเกี่ยวกับการจ่ายยาให้ผู้ป่วย และแนวโน้มในอนาคต โดยรูปแบบของคำถามเป็นแบบ Semantic Differential scale โดยแยกออกเป็น 5 ระดับ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็น ของแพทย์ ที่มีต่อปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาดในด้านต่างๆ จำนวน 19 ข้อ โดยแยกออกเป็นรายละเอียด ดังนี้คือ

ข้อที่ 18 - 19 เป็นคำถามเกี่ยวกับเรื่องของส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนของประโยชน์หลักของยา Zelmac โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

ข้อที่ 20 - 23 เป็นคำถามเกี่ยวกับเรื่องของส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนของคุณภาพของยา Zelmac โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

ข้อที่ 24 - 25 เป็นคำถามเกี่ยวกับเรื่องของส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนของความคาดหวังของยา Zelmac โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

ข้อที่ 26 - 28 เป็นคำถามเกี่ยวกับเรื่องของส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

ข้อที่ 29- 32 เป็นคำถามเกี่ยวกับเรื่องของส่วนผสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

ข้อที่ 33 - 36 เป็นคำถามเกี่ยวกับเรื่องของส่วนผสมทางการส่งเสริมทางการตลาด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับเรื่องของความพึงพอใจโดยรวมที่ต่อยา Zelmac โดยที่ลักษณะของแบบสอบถามประกอบด้วยคำถาม จำนวน 4 ข้อ (ข้อที่ 37 – 40) โดยรูปแบบของคำถามเป็นแบบ Semantic Differential scale โดยแยกออกเป็น 5 ระดับ โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้เคยวิจัยไว้แล้ว เอกสารตำราทางวิชาการ วารสาร สิ่งพิมพ์ รวมถึงเอกสารของบริษัทต่าง ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ Zelmac

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยที่ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของกลุ่มแพทย์ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก ทั้งสิ้นจำนวน 147 ชุด ซึ่งจะเก็บข้อมูลจากฐานข้อมูลลูกค้าของทางบริษัท

3. ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูล โดยกำหนดช่วงระยะเวลาในการแจกแบบสอบถามตั้งแต่วันที่ 09.00 – 21.00 น. โดยการสอบถามจากกลุ่มของแพทย์ที่ทำงานอยู่ในเขตภาคตะวันออก ระหว่างช่วงเดือนมีนาคม

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ทดสอบแบบสอบถามที่ได้ทำการออกแบบไว้ (Try-Out) แล้วดำเนินการแก้ไขข้อบกพร่องของแบบสอบถามพร้อมตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Validity) ของแบบสอบถามด้วยวิธีการ Cronbach ด้วย คอมพิวเตอร์โดยโปรแกรม SPSS (Statistical Package for Social Sciences) for Windows Version 11.0 ตามรายละเอียด ดังนี้ คือ

แบบสอบถามส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกชื่อยา Zelmac ได้ค่า Reliability Coefficient เท่ากับ 0.8644

แบบสอบถามส่วนที่ 3 ปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการด้านการตลาดในด้านต่างๆ มีค่า Reliability Coefficient ตามรายละเอียด ดังนี้คือ

- ด้านผลิตภัณฑ์ ได้ค่า Reliability Coefficient เท่ากับ 0.8667
- ด้านราคา ได้ค่า Reliability Coefficient เท่ากับ 0.6967

- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้ค่า Reliability Coefficient เท่ากับ 0.7608
- ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ได้ค่า Reliability Coefficient เท่ากับ 0.7525

แบบสอบถามส่วนที่ 4 ความพึงพอใจโดยรวมที่ต่อยา Zelmac ได้ค่า Reliability Coefficient เท่ากับ 0.9387

2. นำแบบสอบถามที่แก้ไขข้อมูลแล้ว ออกเก็บข้อมูลตามสถานที่ที่ได้กำหนดไว้
3. นำแบบสอบถามที่เก็บข้อมูลแล้ว มาตรวจสอบความสมบูรณ์
4. นำแบบสอบถามมาลงรหัสตัวเลขที่กำหนดไว้ ล่วงหน้าในแต่ละข้อของคำถาม สำหรับประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์
5. นำข้อมูลไปบันทึกในคอมพิวเตอร์ และประมวลผลด้วย คอมพิวเตอร์โดยโปรแกรม SPSS (Statistical Package for Social Sciences) for Windows Version 11.0 ในการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ ,อายุ , ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ,สาขาที่ศึกษาต่อ และประเภทของสถานที่ทำงาน (แบบสอบถามข้อที่ 1 - 4 และข้อที่ 6) ซึ่งการประมวลผลข้อมูล จะใช้วิธีการแจกแจงความถี่ แสดงผลเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) ส่วนคำถามเรื่องประสบการณ์ทำงาน และประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmac (แบบสอบถามข้อที่ 5 และ 7) การประมวลผลข้อมูล จะใช้วิธีการแจกแจงความถี่ แสดงผลเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)

2. ข้อมูลส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมทางเลือกใช้ยา Zelmac ได้แก่ สาเหตุของความรู้จักยา Zelmac ,ปัจจัยที่อิทธิพลต่อการใช้ยา Zelmac ,การใช้ยา Zelmac เพื่อรักษาโรค ,แหล่งที่สั่งซื้อยา ,สาเหตุในการเลือกใช้ยา Zelmac และประเภทของยาที่ใช้ในการรักษาโรค (แบบสอบถามข้อที่ 8 และข้อที่ 11-15) ซึ่งการประมวลผลข้อมูล จะใช้วิธีการแจกแจงความถี่ แสดงผลเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) และแบบสอบถามข้อที่ 9 ,10 ,15 และ 16 เป็นคำถามเกี่ยวกับปริมาณการใช้ยาในการรักษาโรคต่อครั้ง ,ปริมาณในการจ่ายยาต่อครั้ง ,ประเภทของยาที่จ่ายให้ลูกค้า และแนวโน้มในการจ่ายยาในอนาคต การประมวลผลข้อมูล จะใช้วิธีการแจกแจงความถี่ แสดงผลเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)

3. ข้อมูลส่วนที่ 3 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาด ซึ่งประกอบไปด้วย ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์, ด้านราคา, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการตลาด ซึ่งการประมวลผลข้อมูล จะใช้วิธีการแจกแจงความถี่ แสดงผลเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)

4. ข้อมูลส่วนที่ 4 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac ซึ่งการประมวลผลข้อมูล จะใช้วิธีการแจกแจงความถี่ แสดงผลเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)

การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่ออธิบายข้อมูลจากสมมุติฐานในบทที่ 1 ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ มีดังนี้

1. สมมุติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ ,อายุ ,ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ,สาขาที่ศึกษาต่อ ,ประสบการณ์ในการทำงาน ,ประเภทของสถานที่ทำงาน และประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmac ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ใช้สถิติ t – test ในการทดสอบเรื่องของเพศ ส่วนอายุ ,ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ,สาขาที่ศึกษาต่อ และประเภทของสถานที่ทำงาน ทำการวิเคราะห์โดยวิธีของ Anova (One-way Analysis of Variance) และประสบการณ์ในการทำงาน และประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmac ทำการวิเคราะห์โดยวิธีหาค่าความสัมพันธ์ โดยใช้ Pearson Correlation

2. สมมุติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ ,อายุ ,ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ,สาขาที่ศึกษาต่อ ,ประสบการณ์ในการทำงาน ,ประเภทของสถานที่ทำงาน และประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmac ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน ใช้สถิติ t – test ในการทดสอบเรื่องของเพศ ส่วนอายุ ,ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ,สาขาที่ศึกษาต่อ และประเภทของสถานที่ทำงาน ทำการวิเคราะห์โดยวิธีของ Anova (One-way Analysis of Variance) และประสบการณ์ในการทำงาน และประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmac ทำการวิเคราะห์โดยวิธีหาค่าความสัมพันธ์ โดยใช้ Pearson Correlation

3. สมมุติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาด ซึ่งประกอบไปด้วย ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ,ราคา ,ช่องทางในการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ทำการวิเคราะห์โดยการหาค่าความสัมพันธ์ โดยใช้วิธี Pearson Correlation

4. สมมุติฐานข้อที่ 4 ปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาด ซึ่งประกอบไปด้วย ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ,ราคา ,ช่องทางในการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับความพึงใจโดยรวมของยา Zelmec ทำการวิเคราะห์โดยการหาความสัมพันธ์โดยใช้วิธี Pearson Correlation

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

ผลจากการศึกษาวิจัยกลุ่มลูกค้าตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 147 คน ปัจจัยข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ ,ด้านพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmec ,ด้านส่วนผสมทางการตลาด และด้านความพึงพอใจที่มีต่อยา Zelmec สามารถสรุปผล ได้ดังนี้ คือ

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

จากการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 73.47 เพศหญิง จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 26.53 ,ด้านอายุส่วนใหญ่มีอายุ 30 - 39 ปี จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 45.58 รองลงมาเป็นมีอายุ 40 – 49 ปี จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 36.05 ,มีอายุไม่เกิน 30 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 11.56 และมีอายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 6.68 ตามลำดับ ,ด้านความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ส่วนใหญ่เป็นอายุรแพทย์ จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 55.10 รองลงมาเป็นแพทย์ประเภทอื่นๆ เช่น กุมารแพทย์ เป็นต้น จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 21.77 ,ศัลยแพทย์ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 12.93 และแพทย์ทั่วไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 10.20 ตามลำดับ ,ด้านสาขาที่ศึกษาต่อภายหลังจบการศึกษาคณะแพทยศาสตร์ ส่วนใหญ่ศึกษาต่อด้าน GI จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 59.18 รองลงมาศึกษาต่อด้าน Cardiologist จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 23.13 และด้าน Endocrine จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 17.69 ตามลำดับ ,ด้านประเภทของสถานที่ทำงาน ส่วนใหญ่ทำงานปฏิบัติงานในโรงพยาบาลรัฐบาล จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 77.55 รองลงมาคือ ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลเอกชน จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 14.97 ,ปฏิบัติงานในคลินิก จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.12 และปฏิบัติงานในสถานที่อื่นๆ เช่น สถานเอนกมัย เป็นต้นจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.36 ,ประสบการณ์การทำงานโดยเฉลี่ย 8.12 ปี และประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmec โดยเฉลี่ย 3.32 ปี

ด้านพฤติกรรมในการเลือกใช้ยา Zelmac

จากการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รู้จักยา Zelmac จากผู้แทนจำหน่ายยา จำนวน 127 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.4 รองลงมา คือ รู้จักยา Zelmac จากตำราเรียน จำนวน 71 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.3 และจากสื่อโฆษณา จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.2 ,มีการใช้ยา Zelmac โดยเฉลี่ยเท่ากับ 1.95 เม็ด/วัน ,มีปริมาณในการใช้ยา Zelmac ในการรักษาโรค IBS โดยเฉลี่ยเท่ากับ 18.77 วัน ,ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ยา Zelmac มีความคิดเห็นว่า คุณภาพของยา มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ยา Zelmac มากที่สุด จำนวน 104 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.7 รองลงมา คือ ราคา จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.7 ,ความสะดวกในการใช้ยา จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.8 และผู้ป่วยระบุชื่อยา จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.7 ,การใช้ยา Zelmac ในการรักษาโรค Constipation มากที่สุด จำนวน 146 ราย คิดเป็นร้อยละ 99.3 รองลงมา คือ โรค Abdominal Pain จำนวน 124 ราย คิดเป็นร้อยละ 84.4 และโรค Bloating จำนวน 108 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.5 ,สั่งชื่อยา Zelmac จากผู้แทนจำหน่ายยามากที่สุด จำนวน 113 ราย คิดเป็นร้อยละ 76.9 รองลงมา คือ โทรสั่งจากบริษัทยา จำนวน 87 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.2 และซื้อผ่านร้านขายยา จำนวน 14 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.5 ,สาเหตุในการเลือกใช้ยา Zelmac เพราะประสิทธิภาพดี มากที่สุด จำนวน 141 ราย คิดเป็นร้อยละ 95.9 รองลงมา คือ มีความปลอดภัยสูง จำนวน 132 ราย คิดเป็นร้อยละ 89.8 และสามารถรักษาโรค IBS ได้ทุกประการ จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.1 ,แพทย์มีการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบันบ่อยครั้ง และแพทย์มีแนวโน้มในการจ่ายยา Zelmac เพิ่มมากขึ้น

ส่วนผสมทางการตลาด

ด้านผลิตภัณฑ์

จากการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เมื่อพิจารณาส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านประโยชน์หลักของยา Zelmac ประกอบไปด้วย ด้านการรักษาโรค IBS ที่มีอาการต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ย 4.32 ,ด้านการเป็นยาประเภทเดียวที่ใช้ในการรักษาโรค IBS มีค่าเฉลี่ย 3.50 และด้านภาพรวมด้านประโยชน์หลักของยา Zelmac มีค่าเฉลี่ย 3.91 ,ด้านคุณภาพของยาของยา Zelmac ประกอบไปด้วย ด้านความมั่นใจในการใช้รักษาโรค IBS มีค่าเฉลี่ย 3.91 ,ด้านความปลอดภัยในการใช้ยา Zelmac มีค่าเฉลี่ย 4.02 ,ด้านความสะดวกในการรับประทาน ยา Zelmac มีค่าเฉลี่ย 4.13 ,ด้านการเลือกใช้ยา Zelmac เป็นตัวแรกในการรักษาโรค IBS มีค่าเฉลี่ย 3.51 และด้านภาพรวมด้านคุณภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.89 และด้านความคาดหวังของยา Zelmac ประกอบด้วยด้านประสิทธิภาพในการใช้รักษาโรค IBS มีค่าเฉลี่ย 4.03 ,ด้านประสิทธิภาพในการใช้รักษาโรค GI

Functional Disorder มีค่าเฉลี่ย 3.57 และด้านภาพรวมด้านความคาดหวังของยา Zelmac มีค่าเฉลี่ย 3.80

ด้านราคา

จากการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เมื่อพิจารณาส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา ประกอบไปด้วย ด้านคุณภาพและราคาคู่กับที่จ่าย มีค่าเฉลี่ย 3.84 ,ด้านวิธีการชำระเงิน มีค่าเฉลี่ย 3.38 ,ด้านการให้ส่วนลดสินค้า เมื่อซื้อในปริมาณมาก มีค่าเฉลี่ย 3.32 และด้านภาพรวมของส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.51

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เมื่อพิจารณาส่วนผสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ประกอบไปด้วย ด้านความสะดวกในการสั่งซื้อยา Zelmac มีค่าเฉลี่ย 4.12 ,ด้านระยะเวลาในการสั่งซื้อยา Zelmac มีค่าเฉลี่ย 3.95 ,ด้านสถานที่ในการจัดส่งสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.79 ,ด้านการกำหนดปริมาณในการสั่งซื้อขั้นต่ำ มีค่าเฉลี่ย 3.27 และด้านภาพรวมของช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.78

ด้านการส่งเสริมทางการตลาด

จากการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เมื่อพิจารณาส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาด ประกอบไปด้วย ด้านการโฆษณาทางแผ่นพับ และนิตยสาร มีค่าเฉลี่ย 3.98 ,ด้านการส่งเสริมการขายสินค้า โดยวิธีการให้ส่วนลด หรือแจกของชำร่วย มีค่าเฉลี่ย 3.98 ,ด้านการจัดสัมมนาความรู้เกี่ยวกับยา Zelmac มีค่าเฉลี่ย 3.92 ,ด้านการสนับสนุนแพทย์ในการจัดสัมมนาวิชาการ มีค่าเฉลี่ย 3.77 และด้านการส่งเสริมทางการตลาดโดยรวม มีค่าเฉลี่ย 3.91

ความพึงพอใจที่มีต่อการใช้ยา Zelmac

จากการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เมื่อพิจารณา ด้านความพึงพอใจที่มีต่อการใช้ยา Zelmac ประกอบไปด้วย ด้านความคาดหวังในยา Zelmac มีค่าเฉลี่ย 4.18 ,ด้านความพึงพอใจที่มีต่อยา Zelmac มีค่าเฉลี่ย 3.97 ,ด้านประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น มีค่าเฉลี่ย 3.91 และด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac ในการรักษาโรค IBS มีค่าเฉลี่ย 3.92

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ ,อายุ ,ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ,สาขาที่ศึกษาต่อ ,ประสบการณ์ในการทำงาน ,ประเภทของสถานที่ทำงาน และประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmac ที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac

สมมติฐานข้อที่ 1.1 เพศที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่าง

ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

จากผลการทดสอบพบว่า เพศมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านแนวโน้มการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

จากผลการทดสอบพบว่า เพศไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.2 อายุที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่าง

ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

จากผลการทดสอบพบว่า อายุไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

จากผลการทดสอบพบว่า อายุไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยาในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.3 ความเชี่ยวชาญเฉพาะทางที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน

ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

จากผลการทดสอบพบว่า ความเชี่ยวชาญเฉพาะทางไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกจ่ายยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านแนวโน้มในการเลือกจ่ายยา Zelmac ในอนาคต

จากผลการทดสอบพบว่า ความเชี่ยวชาญเฉพาะทางไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกจ่ายยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกจ่ายยาในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.4 การศึกษาภายหลังจากจบคณะแพทยศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกจ่ายยา Zelmac แตกต่างกัน

ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

จากผลการทดสอบพบว่า การศึกษาภายหลังจากจบคณะแพทยศาสตร์ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกจ่ายยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านแนวโน้มในการเลือกจ่ายยา Zelmac ในอนาคต

จากผลการทดสอบพบว่า การศึกษาภายหลังจากจบคณะแพทยศาสตร์ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกจ่ายยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกจ่ายยาในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.5 ประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกจ่ายยา Zelmac แตกต่างกัน

ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

จากผลการทดสอบพบว่า ประสบการณ์ในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกจ่ายยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านแนวโน้มในการเลือกैया Zelmac ในอนาคต

จากผลการทดสอบพบว่า ประสิทธิภาพในการทำงาน ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกैया Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกैयाในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.6 ประเภทของสถานที่ทำงานที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกैया Zelmac แตกต่างกัน

ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

จากผลการทดสอบพบว่า ประเภทของสถานที่ทำงานไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกैया Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านแนวโน้มในการเลือกैया Zelmac ในอนาคต

จากผลการทดสอบพบว่า ประเภทของสถานที่ทำงานไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกैया Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกैयाในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.7 ประสิทธิภาพในการใช้ยา Zelmac ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกैया Zelmac แตกต่างกัน

ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

จากผลการทดสอบพบว่า ประสิทธิภาพในการใช้ยา Zelmac มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกैया Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านแนวโน้มในการเลือกैया Zelmac ในอนาคต

จากผลการทดสอบพบว่า ประสิทธิภาพในการใช้ยา Zelmac มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกैया Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ ,อายุ ,ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ,สาขาที่ศึกษาต่อ ,ประสบการณ์ในการทำงาน ,ประเภทของสถานที่ทำงาน และประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmac ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac

สมมติฐานข้อที่ 2.1 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน

ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับ

จากผลการทดสอบพบว่า เพศไม่มีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac

จากผลการทดสอบพบว่า เพศไม่มีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น

จากผลการทดสอบพบว่า เพศมีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ

จากผลการทดสอบพบว่า เพศไม่มีผลต่อ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2.2 อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน

ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับ

จากผลการทดสอบพบว่า อายุไม่มีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac

จากผลการทดสอบพบว่า อายุไม่มีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น

จากผลการทดสอบพบว่า อายุมีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ

จากผลการทดสอบพบว่า อายุไม่มีผลต่อ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2.3 ความเชี่ยวชาญเฉพาะทางที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน

ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับ

จากผลการทดสอบพบว่า ความเชี่ยวชาญเฉพาะทางไม่มีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac

จากผลการทดสอบพบว่า ความเชี่ยวชาญเฉพาะทางไม่มีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น

จากผลการทดสอบพบว่า ความเชี่ยวชาญเฉพาะทางมีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ

จากผลการทดสอบพบว่า ด้านความเชี่ยวชาญเฉพาะทางไม่มีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2.4 การศึกษาภายหลังจากจบคณะแพทยศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน

ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับ

จากผลการทดสอบพบว่า การศึกษาภายหลังจากจบคณะแพทยศาสตร์ไม่มีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac

จากผลการทดสอบพบว่า การศึกษาภายหลังจากจบคณะแพทยศาสตร์ไม่มีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น

จากผลการทดสอบพบว่า การศึกษาภายหลังจากจบคณะแพทยศาสตร์ไม่มีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ

จากผลการทดสอบพบว่า การศึกษาภายหลังจากจบคณะแพทยศาสตร์ไม่มีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2.5 ประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac แตกต่างกัน

ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับ

จากผลการทดสอบพบว่า ประสบการณ์ในการทำงานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการใช้ยา Zelmac ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับ อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac

จากผลการทดสอบพบว่า ประสบการณ์ในการทำงานมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น

จากผลการทดสอบพบว่า ประสบการณ์ในการทำงานมีความสัมพันธ์กับความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ

จากผลการทดสอบพบว่า ประสบการณ์ในการทำงานมีความสัมพันธ์กับความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2.6 ประเภทของสถานที่ทำงานที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกैया Zelmac แตกต่างกัน

ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับ

จากผลการทดสอบพบว่า ประเภทของสถานที่ทำงานไม่มีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกैया Zelmac ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac

จากผลการทดสอบพบว่า ประเภทของสถานที่ทำงานไม่มีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกैया Zelmac ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น

จากผลการทดสอบพบว่า ประเภทของสถานที่ทำงานมีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกैया Zelmac ด้านประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านความคุ้มค่าในการैया Zelmac ที่ได้รับ

จากผลการทดสอบพบว่า ประเภทของสถานที่ทำงานไม่มีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกैया Zelmac ด้านความคุ้มค่าในการैया Zelmac ที่ได้รับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2.7 ประสบการณ์ในการैया Zelmac ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงใจโดยรวมของการเลือกैया Zelmac แตกต่างกัน

ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับ

จากผลการทดสอบพบว่า ประสบการณ์ในการैया Zelmac มีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจในการैया Zelmac ด้านความคาดหวังในยา Zelmac ที่ได้รับ อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac

จากผลการทดสอบพบว่า ประสิทธิภาพในการใช้ยา Zelmac มีความสัมพันธ์กับ ความ ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น

จากผลการทดสอบพบว่า ประสิทธิภาพในการใช้ยา Zelmac มีความสัมพันธ์กับ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ

จากผลการทดสอบพบว่า ประสิทธิภาพในการใช้ยา Zelmac มีความสัมพันธ์กับ ความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยทางด้านส่วนสมทางการตลาด ซึ่งประกอบไปด้วย ส่วนสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางในการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac

สมมติฐานข้อที่ 3.1 ปัจจัยด้านส่วนสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac

ด้านประโยชน์หลักของยา Zelmac

1. ด้านการรักษาโรค IBS ที่มีอาการต่างๆ

- ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านประโยชน์หลักของยา Zelmac ในส่วนของการใช้รักษาโรค IBS ที่มีอาการต่างๆ มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านประโยชน์หลักของยา Zelmac ในส่วนของการใช้รักษาโรค IBS ที่มีอาการต่างๆ มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. ด้านการเป็นยาประเภทเดียวที่สามารถรักษาโรค IBS ได้

- ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านประโยชน์หลักของยา Zelmac ในส่วนของการเป็นยาประเภทเดียวที่ใช้ในการรักษาโรค IBS ได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านประโยชน์หลักของยา Zelmac ในส่วนของการเป็นยาประเภทเดียวที่สามารถรักษาโรค IBS ได้ มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. ด้านภาพรวมด้านประโยชน์หลักของยา Zelmac

- ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านภาพรวมด้านประโยชน์หลักของยา Zelmac มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านภาพรวมด้านประโยชน์หลักของยา Zelmac มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านคุณภาพของยา Zelmac

1. ด้านความมั่นใจในการใช้รักษาโรค IBS

- ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านคุณภาพของยา Zelmac ในส่วนของความมั่นใจในการรักษาโรค IBS ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกจ่ายยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

- ด้านแนวโน้มในการเลือกจ่ายยา Zelmac ในอนาคต

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านคุณภาพของยา Zelmac ในส่วนของความมั่นใจในการรักษาโรค IBS มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกจ่ายยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกจ่ายยาในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. ด้านความปลอดภัยในการใช้ยา Zelmac

- ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านคุณภาพของยา Zelmac ในส่วนของความปลอดภัยในการใช้ยา Zelmac ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกจ่ายยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

- ด้านแนวโน้มในการเลือกจ่ายยา Zelmac ในอนาคต

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านคุณภาพของยา Zelmac ในส่วนของความปลอดภัยในการใช้ยา Zelmac ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกจ่ายยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกจ่ายยา Zelmac ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. ด้านความสะดวกในการรับประทานยา Zelmac

- ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านคุณภาพของยา Zelmac ในส่วนของความสะดวกในการรับประทานยา Zelmac มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการ

เลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านคุณภาพของยา Zelmac ในส่วนของความสะดวกในการรับประทานยา Zelmac ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4. ด้านการเป็นยาตัวแรกที่ใช้ในการรักษาโรค IBS

- ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านคุณภาพของยา Zelmac ในส่วนของการเป็นยาตัวแรกที่ใช้ในการรักษาโรค IBS ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านคุณภาพของยา Zelmac ในส่วนของความมั่นใจในการรักษาโรค IBS มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

5. ด้านภาพรวมด้านคุณภาพของยา Zelmac

- ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนของภาพรวมด้านคุณภาพของยา Zelmac มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนของภาพรวมด้านคุณภาพของยา Zelmac มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการ

เลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านความคาดหวังของยา Zelmac

1. ด้านความคาดหวังในการใช้รักษาโรค IBS ได้ผลดี

- ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านความคาดหวังของยา Zelmac ในส่วนของการใช้รักษาโรค IBS ได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านความคาดหวังของยา Zelmac ในส่วนของการใช้รักษาโรค IBS ได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. ด้านความคาดหวังในการรักษาโรค GI Functional Disorder ได้

- ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านความคาดหวังของยา Zelmac ในส่วนของการใช้รักษาโรค GI Functional Disorder ได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านความคาดหวังของยา Zelmac ในส่วนของการใช้รักษาโรค GI Functional Disorder ได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. ด้านภาพรวมของความคาดหวังของยา Zelmac

- ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนของความคาดหวังของยา Zelmac ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ในส่วนของความคาดหวังของยา Zelmac ไม่มีความสัมพันธ์กับ ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3.2 ปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac

ด้านคุณภาพและราคาคู่กับที่จ่าย

- ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา ในส่วนของคุณภาพและราคาคู่กับที่จ่าย ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา ในส่วนของคุณภาพและราคาคู่กับที่จ่าย ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านวิธีการและเงื่อนไขในการชำระเงิน

- ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา ในส่วนของวิธีการและเงื่อนไขในการชำระเงิน มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา ในส่วนของวิธีการและเงื่อนไขในการชำระเงิน มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านการมีส่วนลด เมื่อซื้อในปริมาณมาก

- ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา ในส่วนของการมีส่วนลด เมื่อซื้อในปริมาณมาก มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา ในส่วนของการมีส่วนลด เมื่อซื้อในปริมาณมาก ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านภาพรวมด้านราคา

- ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

จากผลการทดสอบพบว่า ภาพรวมของส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

จากผลการทดสอบพบว่า ภาพรวมของส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3.3 ปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาดด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac

ด้านความสะดวกในการสั่งซื้อ

- ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ในส่วนของความสะดวกในการสั่งซื้อ ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ในส่วนของความสะดวกในการสั่งซื้อ มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านระยะเวลาในการสั่งซื้อยา Zelmac

- ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ในส่วนของระยะเวลาในการสั่งซื้อยา Zelmac ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ในส่วนของระยะเวลาในการสั่งซื้อยา Zelmac มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านสถานที่ในการจัดส่งสินค้า

- ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ในส่วนของสถานที่ในการจัดส่งสินค้า ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ในส่วนของสถานที่ในการจัดส่งสินค้า มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกैया Zelmact ด้านแนวโน้มในการเลือกैया Zelmact ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านการกำหนดปริมาณในการสั่งซื้อขั้นต่ำ

- ด้านการจ่ายยา Zelmact ในปัจจุบัน

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ในส่วนของ การกำหนดปริมาณในการสั่งซื้อขั้นต่ำ ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกैया Zelmact ด้านการจ่ายยา Zelmact ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

- ด้านแนวโน้มในการเลือกैया Zelmact ในอนาคต

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ในส่วนของ การกำหนดปริมาณในการสั่งซื้อขั้นต่ำ มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกैया Zelmact ด้านแนวโน้มในการเลือกैया Zelmact ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านภาพรวมด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย

- ด้านการจ่ายยา Zelmact ในปัจจุบัน

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านช่องทางในการจัดจำหน่ายโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกैया Zelmact ด้านการจ่ายยา Zelmact ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

- ด้านแนวโน้มในการเลือกैया Zelmact ในอนาคต

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านช่องทางในการจัดจำหน่ายโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกैया Zelmact ด้านแนวโน้มในการเลือกैया Zelmact ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3.4 ปัจจัยด้านส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกैया Zelmact

ด้านความสะดวกในการสั่งซื้อ

- ด้านการโฆษณาทางแผ่นพับ , นิตยสาร

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาด ในส่วนของการโฆษณาทางแผ่นพับ , นิตยสาร ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านช่องทางในการจัดจำหน่ายโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านการส่งเสริมการขาย เช่น การแจก Gimmick หรือ ส่วนลด

- ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาด ในส่วนของการส่งเสริมการขาย เช่น การแจก Gimmick หรือ ส่วนลด ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาด ในส่วนของการส่งเสริมการขาย เช่น การแจก Gimmick หรือ ส่วนลด ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านการจัดสัมมนาความรู้เกี่ยวกับยา Zelmac

- ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

จากผลการทดสอบพบว่า ภาพรวมของส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านการจัดสัมมนาความรู้เกี่ยวกับยา Zelmac มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

จากผลการทดสอบพบว่า ภาพรวมของส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านการจัดสัมมนาความรู้เกี่ยวกับยา Zelmac มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านการสนับสนุนแพทย์ในการประชุมทางวิชาการ

- ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

จากผลการทดสอบพบว่า ภาพรวมของส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านการสนับสนุนแพทย์ในการประชุมทางวิชาการ มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาด ในส่วนของด้านการสนับสนุนแพทย์ในการประชุมทางวิชาการ ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านภาพรวมด้านการส่งเสริมทางการตลาด

- ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาดโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

- ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

จากผลการทดสอบพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาดโดยรวม มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac ด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4 พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac มีความสัมพันธ์กับความพึงใจโดยรวมของการเลือกใช้ยา Zelmac

ด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

- ด้านความคาดหวังในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ

จากผลการทดสอบพบว่า พฤติกรรมการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน ไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

- ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac

จากผลการทดสอบพบว่า พฤติกรรมการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับความพึงใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

- ด้านประโยชน์จากยา Zelmac ที่ได้รับเมื่อเทียบกับยาอื่น

จากผลการทดสอบพบว่า พฤติกรรมการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับความพึงใจที่มีต่อยา Zelmac ด้านประโยชน์จากยา Zelmac ที่ได้รับเมื่อเทียบกับยาอื่น อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

- ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac รักษาโรค IBS

จากผลการทดสอบพบว่า พฤติกรรมการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน มีความสัมพันธ์กับความพึงใจที่มีต่อยา Zelmac ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac รักษาโรค IBS อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านแนวโน้มการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต

- ด้านความคาดหวังในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ

จากผลการทดสอบพบว่า พฤติกรรมด้านแนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

- ด้านความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac

จากผลการทดสอบพบว่า พฤติกรรมด้านแนวโน้มการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคตมีความสัมพันธ์กับ ความพึงใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

- ด้านประโยชน์จากยา Zelmac ที่ได้รับเมื่อเทียบกับยาอื่น

จากผลการทดสอบพบว่า พฤติกรรมด้านแนวโน้มการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต มีความสัมพันธ์กับ ความพึงใจที่มีต่อยา Zelmac ด้านประโยชน์จากยา Zelmac ที่ได้รับเมื่อเทียบกับยาอื่น อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

- ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac รักษาโรค IBS

จากผลการทดสอบพบว่า พฤติกรรมด้านแนวโน้มการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต มีความสัมพันธ์กับ ความพึงใจที่มีต่อยา Zelmac ด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac รักษาโรค IBS อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

จากการศึกษางานวิจัย เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและความพึงพอใจในการเลือกใช้ยา Zelmac ของแพทย์ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก” มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปราย ได้ดังนี้ คือ

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

จากการวิจัยพบว่า แพทย์ในเขตภาคตะวันออกส่วนใหญ่เป็นเพศชาย และมีอายุระหว่าง 30-39 ปี ,ส่วนใหญ่เป็นอายุแพทย์ มีการศึกษาต่อด้าน GI ภายหลังจบคณะแพทยศาสตร์ เป็นส่วนใหญ่ ,ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลรัฐบาลเป็นส่วนใหญ่ ,มีประสบการณ์การทำงานโดยเฉลี่ย 8.12 ปี และมีประสบการณ์ในการใช้ยา Zelmac โดยเฉลี่ย 3.32 ปี ซึ่งจะเห็นได้ว่าแพทย์ในเขตภาคตะวันออกส่วนใหญ่ มีพื้นฐานในเรื่องโรค IBS และมีพื้นฐานความรู้เกี่ยวกับตัวยา Zelmac อยู่แล้ว ซึ่งสามารถที่จะผลักดันการขายสินค้ายา Zelmac ไปยังกลุ่มแพทย์ได้ไม่ยากนัก

ด้านพฤติกรรมในการเลือกใช้ยา Zelmac

จากการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รู้จักยา Zelmac จากผู้แทนจำหน่ายยา,มีการใช้ยา Zelmac โดยเฉลี่ยเท่ากับ 1.95 เม็ด/วัน ,มีปริมาณในการใช้ยา Zelmac ในการรักษาโรค IBS โดยเฉลี่ยเท่ากับ 18.77 วัน ,ปัจจัยที่เลือกใช้ยา Zelmac มาจากคุณภาพของยา Zelmac มากที่สุด ,แพทย์ส่วนใหญ่ใช้ยา Zelmac ในการรักษาโรค Constipation มากที่สุด ,การสั่งซื้อยา Zelmac นิยมสั่งจากผู้แทนจำหน่ายมากที่สุด ,สาเหตุในการเลือกใช้ยา Zelmac เพราะยามีประสิทธิภาพดีมากที่สุด ,แพทย์มีการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบันบ่อยครั้ง และแพทย์มีแนวโน้มในการจ่ายยา Zelmac เพิ่มมากขึ้นในอนาคต ซึ่งจากการวิเคราะห์เรื่องของพฤติกรรมการใช้ยา Zelmac ของแพทย์ในเขตภาคตะวันออกจะสามารถทำการวิเคราะห์ได้ว่า ยา Zelmac เป็นที่ยอมรับของกลุ่มแพทย์อยู่แล้ว และกลุ่มแพทย์มีความเชื่อมั่นในเรื่องของคุณภาพเป็นอย่างดี ทำให้มีการจ่ายยาให้ผู้ป่วยในปัจจุบัน และมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นในอนาคตด้วยเช่นกัน

ส่วนผสมทางการตลาด

ด้านผลิตภัณฑ์

จากการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เมื่อพิจารณาด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านประโยชน์หลักของยา Zelmac ประกอบไปด้วย มีความเห็นด้วยอย่างมากในด้านการรักษาโรค IBS ที่มีอาการต่างๆ ,มีความเห็นด้วยกับด้านการเป็น

ยาประเภทเดียวที่ใช้ในการรักษาโรค IBS และมีความเห็นด้วยกับด้านภาพรวมด้านประโยชน์หลักของยา Zelmac ,ด้านคุณภาพของยาของยา Zelmac ประกอบไปด้วย มีความเห็นด้วยกับด้านความมั่นใจในการใช้รักษาโรค IBS ,มีความเห็นด้วยกับด้านความปลอดภัยในการใช้ยา Zelmac ,มีความเห็นด้วยกับด้านความสะดวกในการรับประทาน ยา Zelmac ,มีความเห็นด้วยกับด้านการเลือกใช้ยา Zelmac เป็นตัวแรกในการรักษาโรค IBS และมีความเห็นด้วยกับด้านภาพรวมด้านคุณภาพ และด้านความคาดหวังของยา Zelmac ประกอบด้วย มีความเห็นด้วยกับด้านประสิทธิภาพในการใช้รักษาโรค IBS ,มีความเห็นด้วยกับด้านประสิทธิภาพในการใช้รักษาโรค GI Functional Disorder และมีความเห็นด้วยกับด้านภาพรวมด้านความคาดหวังของยา Zelmac ซึ่งจากความคิดเห็นของกลุ่มแพทย์ด้านส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของยา Zelmac จะสามารถสังเกตได้ว่ากลุ่มแพทย์มีความเชื่อมั่นในเรื่องของคุณสมบัติของสินค้าอยู่แล้ว และมีความมั่นใจที่จะนำไปเลือกใช้ในการจ่ายยาให้กับทางผู้ป่วย

ด้านราคา

จากการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เมื่อพิจารณาด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา ประกอบไปด้วยความคิดเห็นด้วยด้านคุณภาพและราคาคุ้มค่าที่จ่าย ,เคยๆกับด้านวิธีการชำระเงิน ,เคยๆกับด้านการให้ส่วนลดสินค้า เมื่อซื้อในปริมาณมาก และเห็นด้วยกับด้านภาพรวมของส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา ซึ่งจากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มแพทย์เห็นว่าสินค้ายา Zelmac มีคุณภาพเมื่อเทียบกับราคาที่จ่าย แต่เรื่องของการให้ส่วนลด และเงื่อนไขในการชำระเงินของยา Zelmac ยังไม่ค่อยเป็นที่ประทับใจของกลุ่มแพทย์มากนัก ซึ่งทางหน่วยงานการตลาดยังต้องนำมาปรับปรุงให้ดีขึ้น ซึ่งทางหน่วยงานการตลาดยังต้องนำมาปรับปรุงให้ดีขึ้น

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เมื่อพิจารณาด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ประกอบไปด้วยความคิดเห็นด้วยกับด้านความสะดวกในการสั่งซื้อยา Zelmac ,เห็นด้วยกับด้านระยะเวลาในการสั่งซื้อยา Zelmac ,เห็นด้วยกับด้านสถานที่ในการจัดส่งสินค้า ,เคยๆกับด้านการกำหนดปริมาณในการสั่งซื้อขั้นต่ำ และเห็นด้วยกับด้านภาพรวมของช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งจากการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มแพทย์เห็นว่าสินค้ายา Zelmac ,มีความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้า และจัดส่งได้ตรงตามความต้องการของแพทย์ แต่กลุ่มแพทย์ยังไม่ประทับใจในเรื่องของการกำหนดปริมาณในการสั่งซื้อขั้นต่ำ ซึ่งทางแผนกการตลาดอาจต้องทำการแก้ไขให้มีความเหมาะสมเพิ่มมากขึ้น

ด้านการส่งเสริมทางการตลาด

จากการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เมื่อพิจารณาด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับ ส่วนผสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาด ประกอบไปด้วยความคิดเห็นเกี่ยวกับ โฆษณาทางแผ่นพับ และนิตยสาร ,เห็นด้วยกับด้านการส่งเสริมการขายสินค้า โดยวิธีการให้ส่วนลด หรือแจกของชำร่วย ,เห็นด้วยกับด้านการจัดสัมมนาความรู้เกี่ยวกับยา Zelmec ,เห็นด้วยกับด้านการ สนับสนุนแพทย์ในการจัดสัมมนาวิชาการ และเห็นด้วยกับด้านการส่งเสริมทางการตลาดโดยรวม มี ค่าเฉลี่ย 3.91

ความพึงพอใจที่มีต่อการใช้ยา Zelmec

จากการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เมื่อพิจารณาด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับ ด้านความพึงพอใจที่มีต่อการใช้ยา Zelmec ประกอบไปด้วยความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านความคาดหวัง ในยา Zelmec ,เห็นด้วยกับด้านความพึงพอใจที่มีต่อยา Zelmec ,เห็นด้วยกับด้านประโยชน์จากยา Zelmec เมื่อเทียบกับยาอื่น และเห็นด้วยกับด้านความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmec ในการรักษาโรค IBS

การทดสอบสมมติฐาน

1. ด้านเพศของกลุ่มแพทย์

จากผลการวิจัย สามารถที่จะทำการวิเคราะห์ได้ว่า เพศที่แตกต่างกันของกลุ่มแพทย์ มีผลต่อการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน และมีผลต่อความพึงพอใจในเรื่องของประโยชน์ที่ได้รับจากยา Zelmec เมื่อเทียบกับยาอื่น ซึ่งอาจจะเกิดได้จากการที่เพศหญิงมีความละเอียดมากกว่าเพศชาย ในการเลือกประเภทของยา ตลอดจนการเปรียบเทียบลักษณะของยาอย่างละเอียดก่อนที่จะทำการจ่าย ยาให้กับทางผู้ป่วย ซึ่งสอดคล้องกับผลของงานวิจัยของภัทรกร ดุพัสกุล (2543) ในเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่ตลาดนัดสวนจตุจักร กล่าวคือ เพศหญิง จะเป็นเพศที่มีความพึงพอใจในการเลือกซื้อสินค้าที่สวนจตุจักรมากกว่าเพศชาย

2. ด้านอายุของกลุ่มแพทย์

จากผลการวิจัย สามารถที่จะทำการวิเคราะห์ได้ว่า อายุที่แตกต่างกันของกลุ่มแพทย์ ไม่มีผลต่อ พฤติกรรมในการเลือกใช้ยา Zelmec และความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmec ซึ่งสอดคล้องกับ ผลของงานวิจัยของภัทรกร ดุพัสกุล (2543) ในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างประชากรศาสตร์กับ

พฤติกรรมในการซื้อสินค้าที่ตลาดนัดสวนจตุจักร กล่าวคือ อายุที่แตกต่างกันไม่ผลต่อความพึงพอใจในการเลือกซื้อสินค้าที่สวนจตุจักร

3. ด้านความเชี่ยวชาญเฉพาะทางของกลุ่มแพทย์

จากผลการวิจัย สามารถที่จะทำการวิเคราะห์ได้ว่า ความเชี่ยวชาญเฉพาะทางของกลุ่มแพทย์ที่แตกต่างกันของกลุ่มแพทย์ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้ยา Zelmec และความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmec เนื่องมาจากกลุ่มแพทย์ที่ทำการรักษาส่วนใหญ่มีพื้นฐานความรู้ในการรักษาโรค IBS บางส่วนแล้ว จึงมีความคิดที่ไม่แตกต่างกันมากนัก ซึ่งสอดคล้องกับการสำรวจฐานข้อมูลของลูกค้าของทางบริษัทฯ ในปี 2548 ในส่วนของกลุ่มลูกค้าที่มีความเชี่ยวชาญในสาขาต่างๆ ไม่มีผลต่อด้านความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการสินค้าของทางบริษัทฯ

4. การศึกษาต่อภายหลังจบการศึกษาคณะแพทยศาสตร์

จากผลการวิจัย สามารถที่จะทำการวิเคราะห์ได้ว่า การศึกษาต่อภายหลังจบการศึกษาคณะแพทยศาสตร์ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้ยา Zelmec และความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmec ซึ่งสอดคล้องกับการสำรวจฐานข้อมูลของลูกค้าของทางบริษัทฯ ในปี 2548 กล่าวคือ สาขาวิชาที่ศึกษาที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อด้านความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการสินค้าของทางบริษัทฯ

5. ประสบการณ์ในการทำงาน

จากผลการวิจัย สามารถที่จะทำการวิเคราะห์ได้ว่า ประสบการณ์ในการทำงาน มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกใช้ยา Zelmec และความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmec เนื่องมาจากการที่แพทย์ที่มีประสบการณ์ในการทำงานสูงจะมีความเชี่ยวชาญในการวิเคราะห์ และสามารถเลือกยาที่มีคุณภาพสูงให้กับทางลูกค้าได้ดีกว่า ซึ่งสอดคล้องกับการสำรวจฐานข้อมูลของลูกค้าของทางบริษัทฯ ในปี 2548 กล่าวคือ ประสบการณ์ในการทำงานที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อด้านความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการสินค้าของทางบริษัทฯ ซึ่งแพทย์ที่มีประสบการณ์มากกว่าจะมีการเลือกใช้ยา Zelmec มากกว่า

6. ประเภทของสถานที่ทำงาน

จากผลการวิจัย สามารถที่จะทำการวิเคราะห์ได้ว่า ประเภทของสถานที่ทำงาน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกैया Zelmac และความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac ซึ่งสอดคล้องกับการสำรวจฐานข้อมูลของลูกค้าของทางบริษัท ในปี 2548 กล่าวคือ ประเภทของสถานที่ทำงานที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อด้านการเลือกैयाผลิตภัณธ์ยา Zelmac

7. ประสบการณ์ในการैया Zelmac

จากผลการวิจัย สามารถที่จะทำการวิเคราะห์ได้ว่า ประสบการณ์ในการैया Zelmac มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกैया Zelmac และความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac เนื่องมาจากการที่แพทย์ที่มีประสบการณ์ในการैया Zelmac จะมีความพึงพอใจ และมีความรู้ในตัวยา Zelmac ค่อนข้างสูง เพื่อกำหนดใช้ในการรักษาโรค IBS ซึ่งสอดคล้องกับการสำรวจฐานข้อมูลของลูกค้าของทางบริษัท กล่าวคือ ประสบการณ์การैया Zelmac ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อด้านความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการสินค้าของทางบริษัท ซึ่งแพทย์ที่มีประสบการณ์การैया Zelmac มากกว่าจะมีการเลือกैया Zelmac มากกว่า

8. ด้านส่วนผสมทางการตลาด

8.1 ด้านผลิตภัณธ์

จากผลการวิจัย สามารถที่จะทำการวิเคราะห์ได้ว่า ส่วนผสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณธ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกैया Zelmac ทั้งในด้านการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน และแนวโน้มในการเลือกैयाในอนาคต โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสามารถแสดงให้เห็นได้ว่า กลุ่มแพทย์เห็นว่าส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณธ์ ของยา Zelmac อยู่ในเกณฑ์ดี และเป็นที่ยอมรับ ถ้าทางหน่วยงานของบริษัท มีการใช้กลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณธ์ ก็จะมีส่งผลทำให้เป็นที่ยอมรับ และเกิดพฤติกรรมในการใช้สินค้าเพิ่มมากขึ้นทั้งการจ่ายยาในปัจจุบัน และแนวโน้มในการใช้สินค้าในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับผลของงานวิจัยของ ภัทรกร ดุพัสกุล (2543) ในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างส่วนผสมทางการตลาดด้านผลิตภัณธ์ กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่ตลาดนัดสวนจตุจักร กล่าวคือ ส่วนผสมทางการตลาดของร้านค้าในตลาดนัดสวนจตุจักรมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า

8.2 ด้านราคา

จากผลการวิจัย สามารถที่จะทำการวิเคราะห์ได้ว่า ส่วนผสมทางการตลาด ด้านราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกใช้ยา Zelmec ทั้งในด้านการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน และแนวโน้มในการเลือกใช้ยาในอนาคต โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกันเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งสามารถแสดงให้เห็นได้ว่า กลุ่มแพทย์เห็นว่าส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา ของยา Zelmec ยังอยู่ในระดับที่ไม่ค่อยดีนัก ถึงแม้ว่ากลุ่มแพทย์จะเห็นว่ายา Zelmec เป็นยาที่มีคุ่มค่าในการรักษาก็ตาม แต่ในส่วนอื่น เช่น เจ็อนไขในการชำระเงิน หรือ การกำหนดส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ กลุ่มแพทย์ยังคงมีความคิดว่าถ้าทางบริษัท ยังคงแนวทางการดำเนินการในแบบเดิมก็จะทำให้พฤติกรรมในการเลือกใช้ยา Zelmec แ่ลง ดังนั้นทางบริษัท อาจมีความจำเป็นที่จะต้องปรับปรุงส่วนผสมทางการตลาดด้านราคาที่ใช้อยู่ในปัจจุบันใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับผลของงานวิจัยของภมรรัตน์ อาชาวรัตน์ (2546) ในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา กับพฤติกรรมในการทำประกันชีวิตของกลุ่มลูกค้า กล่าวคือ ส่วนผสมทางการตลาดของทางบริษัทประกันภัย มีผลต่อพฤติกรรมในการทำประกันชีวิต

8.3 ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย

จากผลการวิจัย สามารถที่จะทำการวิเคราะห์ได้ว่า ส่วนผสมทางการตลาด ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกใช้ยา Zelmec โดยรวม ทั้งในส่วนของการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน และแนวโน้มในการใช้ยา Zelmec ในอนาคต ทั้งนี้อาจมาจากสาเหตุที่กลุ่มแพทย์ไม่มีส่วนร่วมในการดำเนินการสั่งซื้อยาจากบริษัทโดยตรงมากนัก ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยด้านความพึงพอใจของลูกค้าของทางบริษัท ในปี 2548 กล่าวคือ ทางบริษัทมีช่องทางการจัดจำหน่ายไม่ค่อยดีมากนักในปัจจุบัน

8.4 ด้านการส่งเสริมทางการตลาด

จากผลการวิจัย สามารถที่จะทำการวิเคราะห์ได้ว่า ส่วนผสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเลือกใช้ยา Zelmec ทั้งในส่วนของการจ่ายยา Zelmec ในปัจจุบัน และแนวโน้มในการใช้ยา Zelmec ในอนาคต ในทิศทางตรงข้ามกัน ซึ่งแสดงให้เห็นได้ว่าส่วนผสมทางการตลาด ในด้านการส่งเสริมทางการตลาดของทางบริษัท ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน มีผลต่อกลุ่มแพทย์ในทางลบ ซึ่งแนวทางในการดำเนินการของทางบริษัท จึงควรที่จะดำเนินการแก้ไขในส่วนของการส่งเสริมทางการตลาดใหม่ เพื่อสร้างการยอมรับในสินค้า Zelmec และเกิดปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการเลือกใช้ยา Zelmec ใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยด้านความ

พึงพอใจของลูกค้าของทางบริษัทฯ ในปี 2548 กล่าวคือ ลูกค้าไม่ค่อยมีความพึงพอใจในเรื่องของการส่งเสริมทางการตลาดมากนัก

9. พฤติกรรมในการเลือกซื้อยา Zelmac

9.1 การจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน

จากผลการวิจัย สามารถที่จะทำการวิเคราะห์ได้ว่า พฤติกรรมในการจ่ายยา Zelmac ในปัจจุบัน มีผลมาจากความพึงพอใจโดยรวมในด้านต่างๆที่มีต่อยา Zelmac จนก่อให้เกิดการเลือกซื้อสินค้าได้ ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลด้านความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ที่มีต่อการเลือกซื้อยา Zelmac ของทางบริษัท จากกลุ่มลูกค้าที่เป็นลูกค้ารายหลักของทางบริษัท

9.2 แนวโน้มในการใช้ยา Zelmac ในอนาคต

จากผลการวิจัย สามารถที่จะทำการวิเคราะห์ได้ว่า พฤติกรรมด้านแนวโน้มในการเลือกซื้อยาในอนาคต ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวมในด้านต่างๆที่มีต่อยา Zelmac จนก่อให้เกิดการเลือกซื้อสินค้าได้ ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลด้านความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ของทางบริษัทฯ ในปี 2548 ในส่วนของแนวโน้มในการใช้สินค้าในอนาคต

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษาค้นคว้าในเรื่อง “พฤติกรรมและความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกซื้อยา Zelmac ของแพทย์ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก” ผู้ทำการวิจัยสามารถนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ในเรื่องของส่วนผสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ยา Zelmac ได้ดังนี้ คือ

1. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายจะเป็นกลุ่มแพทย์ที่ประจำการที่โรงพยาบาลรัฐบาลเป็นส่วนใหญ่ และควรที่จะเป็นกลุ่มอายุแพทย์ ที่มีความเชี่ยวชาญด้าน GI ซึ่งคาดว่าจะน่าจะเป็นกลุ่มลูกค้ารายหลักที่มีการแนะนำยา Zelmac ให้กับผู้ป่วย

2. จากส่วนผสมทางการตลาด 4Ps พบว่า จุดแข็งของทางบริษัทฯ อยู่ที่ผลิตภัณฑ์ของทางบริษัทฯ เป็นที่ยอมรับจากทางกลุ่มแพทย์เป็นส่วนใหญ่ เมื่อเทียบกับยาประเภทอื่น ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการขยายสายการผลิตไปยังยาประเภทอื่นๆได้อีก แต่จุดอ่อนของทางบริษัทฯ อยู่ที่ส่วนผสมทางการตลาดด้านราคา ได้แก่ เงื่อนไขในการชำระเงินของทางบริษัทฯ ที่ยังไม่ยืดหยุ่น ซึ่งทางบริษัทฯ สามารถที่จะนำมาใช้ในการปรับปรุงรูปแบบให้ยืดหยุ่นได้มากขึ้นอีกด้วย

3. พฤติกรรมในการเลือกใช้ยา Zelmec ส่วนใหญ่แพทย์ จะมีการจ่ายยาให้กับทางผู้ป่วย ในปริมาณ 2 เม็ดต่อวัน และมีการจ่ายยาค้างละ 7-14 วัน เป็นส่วนใหญ่ ทำให้ทางบริษัท สามารถทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมกับการบริโภคได้

4. จากผลการวิจัยพบว่า แพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญทางเฉพาะทางด้าน GI จะมีความมั่นใจในการสั่งจ่ายยา Zelmec เพิ่มขึ้น ดังนั้นบริษัทจึงควรสนับสนุนแพทย์ เช่น การจัดสัมมนาและประชุมทางวิชาการเกี่ยวกับ แนวทางการรักษาโรค IBS ที่เกี่ยวกับประสิทธิภาพของยา Zelmec อย่างเหมาะสม

5. จากการวิจัยพบว่าการส่งเสริมการตลาดที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน แพทย์ยังไม่นึกถึงยา Zelmec เป็นตัวแรก บริษัทควรจะมีการสนับสนุนให้มีการแจกยาตัวอย่าง ให้แก่แพทย์และผู้เชี่ยวชาญทางด้าน GI ได้มีการทดลองการใช้ยาตัวอย่างในการรักษาโรค IBS เพิ่มมากขึ้น เพื่อให้แพทย์มั่นใจถึงประสิทธิภาพและการสั่งจ่ายยา Zelmec โดยนึกถึงยา Zelmec เป็นตัวแรกในการรักษา IBS ในโรงพยาบาลต่างๆ

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรที่จะศึกษาเกี่ยวกับ ในเชิงเปรียบเทียบกับการใช้ยา Zelmec เทียบกับคู่แข่งชั้น ทั้งในเรื่องของส่วนผลสมทางการตลาด และความพึงพอใจในการเลือกใช้ยา

2. ควรศึกษาเพิ่มเติมในเขตพื้นที่ ที่มียอดขายสูง เช่น ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล เพื่อหาปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสำเร็จในการดำเนินการด้านการตลาด

3. ควรศึกษาเพิ่มเติมในเขตพื้นที่ ที่มียอดขายต่ำ เช่น ในเขตภาคอีสาน และภาคใต้ เพื่อหาแนวทางในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสม เพื่อเพิ่มสัดส่วนการครองตลาดในทุกภูมิภาคได้

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2538). *การวิเคราะห์สถิติเพื่อธุรกิจ : สถิติเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____ (2545). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : หจก.ซี เค แอนด์ เอส โฟโต้สตูดิโอ.
- _____ (2545). *การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับบริหารและการวิจัย*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2541). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ : เทพเนรมิตการพิมพ์.
- ดารา ทีปะปาล. (2542). *เอกสารการสอนพหุติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ : หจก.รุ่งเรืองสาสน์การพิมพ์.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ และวินัส อัครลลิตถาวร. (2544). *การบริหารการค้าปลีก*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์วังอักษร.
- ณัฏฐา วานิชจะกุล. (2546). *ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อไม้ฝาเฌอร่า แอดวานซ์ในโฮมโปรของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. ปรินูญานิพนธ์ บธ.ม.) การตลาด .(กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- ธัชชนัญ พุทธประสาท. (2545). *พฤติกรรมและการใช้ปัจจัยในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค ในศูนย์การค้า*
- ค้าปลีกวัสดุก่อสร้างครบวงจรโฮมเวิร์ค*. ปรินูญานิพนธ์ บธ.ม.)การตลาด .(กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- ธนะวรรณ แสงสุวรรณ ; และคณะ : (2546). *การบริหารการตลาด* : กรุงเทพฯ: เทพเนรมิตการพิมพ์
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ : ธีรฟิล์มและ ไซแพ็กซ์
- สุพจน์ อาชาวเมธีกุล) .2546) *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าเฮาส์แบรนด์ (House Brand) จากร้านค้าปลีก*. ปรินูญานิพนธ์ บธ.ม.)การตลาด .(กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- เสรี วงศ์มณฑา. (2542). *กลยุทธ์ทางการตลาด การวางแผนทางการตลาด*. กรุงเทพฯ : ม.ป.พ.

เสริมศรี กอวัฒนากุล. (2540). พฤติกรรมการซื้อสินค้าในซูเปอร์มาร์เกตของผู้บริโภค กรณีศึกษา
ชุมชนแฟลตดินแดง. ปริญญาานิพนธ์ บธ.ม.)การตลาด .(กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร

Berkowitz.; Kerin.; Hartley.; & Rudelius. (1997). *Marketing*. 5th ed. Irwin
McGraw-Hill.

Futrell Charles. (1993). *Fundamental of Selling*. 4th ed.. Richard D. Irwin

Hunt, S. (1997) "Competing through relationship : grounding relationship marketing in
Resource – advantage theory", in Kitchen, J Philip. (1999) *Marketing
Communications : Principles and Practice*. London : International Thomson
Business Press.

Keegan Warren J.; Moriarty Sandra E.; & Dumcan Thomas R. (1995). *Marketing*.
2nd ed. Prentice Hall. International Editions.

Kitchen, J. Philip. (1999) *Marketing Communication : Principles and Practice*. London :
International Thomson Business Press.

Kotler Philip.; Armstrong Gary. (1993). *Marketing an Introduction*. 3th ed.
Prentice – Hall. International Edition.

Kotler Philip.; et al. (1999). *Marketing Management an asian perspective*. 2nd ed.
Prentice Hall. Singapore.

Kotter, Philip. (2000). *Marketing Mananagement : Planning Implementation and Control*.
New Jersey : Prentice - Hall, Inc.

Loudon L. David.; & Bitta Albert J. Della. (1988). *Consumer Behavior Concepts and
Applications*. 4th ed. Mc Graw-Hill.

Peck Helen, Payne Adrian, Christopher Martin and Clark Moira. (1999). *Relationship
Marketing : Strategy an Implementation*. Oxford : Butterworth - Heinemann.

Ros Jay. (1998). *Profitable Direct Marketing*. Thomson Business Press.

Schiffman, Leon G and Lestie Lazar Kanuk. (2000) *Consumer Behavior*. 7th ed. New
Jersey : Prentice – Hall, Inc.

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เลขที่แบบสอบถาม.....

แบบสอบถาม

เรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจโดยรวมในการเลือกชื้อยา Zelmec ของแพทย์ในเขตพื้นที่ภาค
ตะวันออก

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำสารนิพนธ์ ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต(การตลาด) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจ
โดยรวมในการเลือกชื้อยา Zelmec ของแพทย์ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก เพื่อนำข้อมูลที่ได้ใช้เป็น
แนวทางสำหรับผู้ประกอบการ ในการพัฒนาแนวทางการวางกลยุทธ์การตลาด ให้สอดคล้องและ
ตอบสนอง ความต้องการของตลาด และวัตถุประสงค์ของธุรกิจได้อย่างเหมาะสม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () ในข้อที่เป็นคำตอบของท่าน

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. อายุ

() อายุไม่เกิน 30 ปี

() 30 – 39 ปี

() 40 – 49 ปี

() 50 ปีขึ้นไป

3. ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง

() อายุรแพทย์

() ศัลยแพทย์

() แพทย์ทั่วไป

() อื่น ๆ โปรดระบุ.....

4. หลังจากท่านจบแพทย์ศาสตร์บัณฑิตแล้วท่านได้ศึกษาสาขาไหนต่อ

() GI

() Nephrology

() Cardiologists

() Neurologist

5. ประสบการณ์ในการทำงาน _____ ปี

6. ประเภทของสถานที่ทำงาน

() โรงพยาบาลรัฐบาล

() โรงพยาบาลเอกชน

() คลินิก

() อื่น ๆ โปรดระบุ.....

7. ประสบการณ์ในการชื้อยา Zelmec _____ ปี

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเลือกใช้ยา Zelmac

8. ท่านรู้จักยา Zelmac ได้อย่างไร (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () ตัวแทนยา () สื่อโฆษณา
() จากตำราเรียน () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

9. ท่านใช้ยา Zelmac ในการรักษา IBS ครั้งละ _____ เม็ด/วัน

10. ปริมาณในการเลือกใช้ยา Zelmac ให้กับผู้ป่วยในแต่ละครั้ง จำนวน _____ วัน

11. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเลือกใช้ยา Zelmac มากที่สุด

- () ราคา () คุณภาพของยา
() ความสะดวกในการใช้ยา () รายการส่งเสริมการขายสินค้า
() ผู้ป่วยระบุชื่อยา () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

12. ท่านใช้ยา Zelmac ในการรักษาโรค IBS ที่มีอาการอะไรบ้าง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () Abdominal Pain () Bloating
() Constipation () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

13. ท่านสั่งซื้อยา Zelmac จากที่ไหนบ้าง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () ผู้แทนจำหน่ายยา () โทรสั่งจากบริษัท
() ร้านขายยา () ยี่สิบยา

14. ทำไมท่านถึงเลือกใช้ยา Zelmac ในการรักษาโรค IBS (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () ประสิทธิภาพดี () มีความปลอดภัยสูง
() เป็นยาที่สามารถรักษาโรค IBS ได้ทุกประการ () อื่น ๆ โปรดระบุ.....

15. ท่านใช้ยาชนิดใดในการใช้รักษาโรค IBS ที่มีอาการ Abdominal Pain , Bloating และ Constipation

- () Zelmac () Anti-Spasmotic
() PPI () ยาระบาย

คำชี้แจง ให้ท่านพิจารณาพฤติกรรมการแนะนำยา Zelmac ให้กับลูกค้า โดยให้ทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () เพียงข้อเดียว

หัวข้อ	ระดับความคิดเห็น
16. ปัจจุบันท่านจ่ายยา Zelmac ให้กับผู้ป่วย	บ่อยครั้ง :____:____:____:____: นานๆครั้ง 5 4 3 2 1
17. แนวโน้มในการเลือกใช้ยา Zelmac ในอนาคต	ใช้แน่นอน :____:____:____:____: ไม่ใช้แน่นอน 5 4 3 2 1

ส่วนที่ 3 ส่วนผสมทางการด้านการตลาดในด้านต่างๆ ที่มีต่อยา Zelmac

คำชี้แจง ให้ท่านพิจารณาว่าปัจจัยต่างๆ เหล่านี้มีความสำคัญมากน้อยเพียงไรต่อยา Zelmac โดยให้ทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความสำคัญที่ตรงกับความเห็นของท่าน

ความคิดเห็นด้านต่างๆที่มีต่อยา Zelmac	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
ความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์					
ประโยชน์หลักของยา Zelmac					
18. ยา Zelmac เป็นยารักษาโรค IBS ที่มีอาการ Abdominal Pain , Bloating และ Constipation					
19. ยา Zelmac เป็นยาตัวเดียวที่สามารถรักษาโรค IBS ได้					
ความเห็นด้านคุณภาพ					
20. ยา Zelmac เป็นยาที่แพทย์มั่นใจการรักษาโรค IBS ได้					
21. ยา Zelmac เป็นยาที่มีความปลอดภัยสูง					
22. ยา Zelmac เป็นยาที่สะดวกในการรับประทาน					
23. ยา Zelmac เป็นยาที่แพทย์นึกถึงเป็นตัวแรกในการ รักษาโรค IBS					
ความคาดหวังของยา Zelmac					
24. ความคาดหวังของยา Zelmac ในการรักษาโรค IBS ได้ผลดี					
25. ความคาดหวังของยา Zelmac ในการรักษาโรค GI Functional Disorder ได้					
ความคิดเห็นด้านราคา					
26. คุณภาพและราคาคุ้มค่ากับราคาที่จ่าย					
27. วิธีการและเงื่อนไขในการชำระเงิน					
28. มีการใช้ส่วนลดสินค้าในกรณีที่มีการซื้อสินค้าใน ปริมาณมาก					

ความคิดเห็นด้านต่างๆที่มีต่อยา Zelmac	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
ความคิดเห็นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
29. ความสะดวกในการสั่งซื้อยา Zelmac					
30. ระยะเวลาในการสั่งซื้อสินค้า					
31. สถานที่ในการจัดส่งสินค้า					
32. การกำหนดปริมาณในการสั่งซื้อสินค้าขั้นต่ำ					
ความคิดเห็นด้านการส่งเสริมทางการตลาด					
33. การโฆษณาทางแผ่นพับ , นิตยสาร					
34. การส่งเสริมการขาย เช่น การแจก Gimmick , ส่วนลด					
เป็นต้น					
35. การจัดสัมมนาความรู้เกี่ยวกับยา Zelmac					
36. การสนับสนุนแพทย์ในการประชุมทางวิชาการ					

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อยา Zelmac

คำชี้แจง ให้ท่านพิจารณาว่าคำถามเหล่านี้เกี่ยวกับยา Zelmac เป็นอย่างไร โดยให้ทำความเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความสำคัญที่ตรงกับความเห็นของท่าน

หัวข้อด้านความพึงพอใจ	ตัวเลือก
37. ความคาดหวังในการใช้ยา Zelmac ที่ได้รับ	สูงกว่าที่คาด :___:___:___:___:___: ต่ำกว่าที่คาด 5 4 3 2 1
38. ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อการใช้ยา Zelmac	พอใจอย่างมาก :___:___:___:___:___: ไม่พอใจอย่างมาก 5 4 3 2 1
39. ประโยชน์จากยา Zelmac เมื่อเทียบกับยาอื่น	ดีกว่ามาก :___:___:___:___:___: ต่ำกว่ามาก 5 4 3 2 1
40. ความคุ้มค่าในการใช้ยา Zelmac ในการรักษาโรค IBS	คุ้มค่าอย่างมาก :___:___:___:___:___: ไม่มีความคุ้มค่า 5 4 3 2 1

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	รักษพล จารุเกษมกิจ
วันเดือนปีเกิด	25 กรกฎาคม พุทธศักราช 2513
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	58/113 ถนนเอกชัย ซอยเอกชัย89 แขวงบางบอน เขตบางบอน กรุงเทพฯ 10150
ตำแหน่งหน้าที่การงานในปัจจุบัน	Medical Representative
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัทโนวาร์ตีส(ประเทศไทย) จำกัด 622 อาคารเอ็มโพเรียมทาวเวอร์ ชั้น 15 ถ.สุขุมวิท แขวงคลองตัน เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2531	มัธยมศึกษา วัดบวรนิเวศวิหาร กรุงเทพฯ
พ.ศ. 2535	ปริญญาตรี จากมหาวิทยาลัยสยาม
พ.ศ. 2550	บธ.ม X-MBA สาขาการตลาด จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ