ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แบบสอบถาม

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวกระตุ้นทางการตลาด และความตั้งใจซื้อเวชภัณฑ์ยาของแพทย์ประจำโรงพยาบาลในจังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้จัดขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาของนักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวกระตุ้นทางการตลาด และความตั้งใจซื้อเวชภัณฑ์ยาของแพทย์ประจำโรงพยาบาลในจังหวัดเชียงใหม่ ข้อมูลที่ได้จะนำไปวิเคราะห์และเสนอในภาพรวม โดยไม่ระบุหรือเจาะจงว่าเป็นบุคคลใด ผู้ศึกษาจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม และผู้ศึกษาขอขอบคุณในความร่วมมือของท่านมา ณ โอกาสนี้

คำชี้แจง แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับตัวกระตุ้นทางการตลาดเวชภัณฑ์ยาของแพทย์ประจำโรงพยาบาลในจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการขายของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยาของแพทย์ประจำโรงพยาบาลในจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อเวชภัณฑ์ยาของแพทย์ประจำโรงพยาบาลในจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อเวชภัณฑ์ยาของแพทย์ประจำโรงพยาบาลในจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องว่าง

1. เพศ

○ 1) ชาย ○ 2) หญิง

2. อายุ

○ 1) 20-30 ปี ○ 2) 31 - 40 ปี ○ 3) 41 - 50 ปี

○ 4) 51 -60ปี ○ มากกว่า 60 ปี

3. โรงพยาบาลที่ท่านประจำอยู่เป็นโรงพยาบาลของ

○ 1) รัฐบาล ○ 2) เอกชน ○ 3) อื่นๆ โปรดระบุ.....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4. จำนวนเตียงในโรงพยาบาลที่ประจำอยู่

○ 1) 1-50 เตียง ○ 2) 51-100 เตียง ○ 3) 101-150 เตียง
○ 4) 151-200 เตียง ○ 5) 201-250 เตียง ○ 6) 251-300 เตียง
○ 7) 301-350 เตียง ○ 8) 351-400 เตียง ○ 9) 401-450 เตียง
○ 10) 451-500 เตียง ○ 11) 501-550 เตียง ○ 12) 551-600 เตียง
○ 13) 601-650 เตียง ○ 14) 651-700 เตียง ○ 15) มากกว่า 701 เตียง

5. ท่านมีผู้ป่วยมารับการรักษาที่โรงพยาบาลโดยเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ

○ 1) 1-200 ราย ○ 2) 201-400 ราย ○ 3) 401-600 ราย
○ 4) 601-800 ราย ○ 5) 801-1,000 ราย ○ 6) มากกว่า 1,000 ราย

6. ท่านเป็นแพทย์สาขาทางด้านใด

○ 1) เวชปฏิบัติทั่วไป ○ 2) วิสัญญีวิทยา ○ 3) จักษุวิทยา
○ 4) รังสีวิทยา ○ 5) จิตเวช ○ 6) จิตเวชเด็กและวัยรุ่น

สูติ-นรีเวชวิทยา

○ 7) ทั่วไป ○ 8) เวชศาสตร์การเจริญพันธุ์ ○ 9) ด้านมะเร็ง
○ 10) เวชศาสตร์ครอบครัว (วัยทอง)

อายุรกรรมศาสตร์

○ 11) ทั่วไป ○ 12) ระบบประสาท ○ 13) โรคไขข้อและกระดูก
○ 14) โลหิตวิทยา ○ 15) โรคติดเชื้อ ○ 16) ต่อมไร้ท่อและเบาหวาน
○ 17) โรคไต ○ 18) โรคผิวหนัง ○ 19) ทางเดินอาหารและตับ
○ 20) ระบบหายใจ ○ 21) ระบบหัวใจและหลอดเลือด

ศัลยกรรมศาสตร์

○ 22) ทั่วไป ○ 23) เชี่ยวชาญทางด้านไหล่ ○ 24) ตกแต่งและเสริมสร้าง
○ 25) กระดูกสันหลัง ○ 26) ผ่าตัดเข่าและสะโพกเทียม ○ 27) ระบบทางเดินปัสสาวะ
○ 28) ทรวงอก ○ 29) ลำไส้ใหญ่และทวารหนัก ○ 30) สมองและประสาท
○ 31) มือ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กุมารเวชศาสตร์

○ 32) ทั่วไป ○ 33) ระบบทางเดินหายใจ ○ 34) ระบบทางเดินอาหารในเด็ก

○ 35) พัฒนาการเด็ก ○ 36) ทารกแรกเกิด ○ 37) ภูมิแพ้และอิมูโนวิทยา

○ 38) โรคไต ○ 39) โรคต่อมไร้ท่อและเมตาบอลิซึม

เวชศาสตร์

○ 40) ฟื้นฟู ○ 41) ครอบครัว ○ 42) การบิน

○ 43) ออร์โธปิดิกส์

○ 44) หู คอ จมูก

○ 45) อื่นๆโปรดระบุ.....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับตัวกระตุ้นทางการตลาดของเวชภัณฑ์ยาของแพทย์ประจำโรงพยาบาลในจังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องระดับความคิดเห็นต่างๆ ที่ท่านเห็นว่ามีผลต่อความตั้งใจซื้อเวชภัณฑ์ยา<u>เมื่อระดับ</u> 5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วย 3 = ปานกลาง 2 = ไม่เห็นด้วย 1 = ไม่เห็นด้วยมากที่สุด

ตัวกระตุ้นทางการตลาดด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์	5	4	3	2	1
ด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์					
1. คุณภาพของยา เช่น ตัวยามีประสิทธิภาพในการรักษา หรือ การป้องกันโรคสูง					
2. ตัวยามีผลข้างเคียงต่ำ มีความเป็นพิษน้อย					
3. การบริหารยา (Administration) ง่ายสะดวกต่อผู้ป่วย และบุคลากรทางการแพทย์ เช่น เป็นยาสำหรับรับประทาน และระยะเวลาการใช้ไม่บ่อยมาก					
4. มีเอกสารกำกับยาระบุข้อบ่งใช้ชัดเจนในการรักษา					
5. บรรจุภัณฑ์มีความง่ายและสะดวกในการเปิดและใช้					
6. ปริมาณการบรรจุมีหลายขนาด สามารถเลือกใช้ได้ตามความเหมาะสม					
7. วัตถุดิบของยามาจากแหล่งที่เชื่อถือได้					
8. ยี่ห้อ และตัวยา มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับและมีข้อมูลอ้างอิง มีความน่าเชื่อถือ					
9. ตัวยามีการใช้มานานจนมั่นใจว่ามีความปลอดภัยในการใช้					
10. เป็นยาใหม่น่าทดลองใช้					
11. เป็นยาต้นแบบ (Original) นำเข้าจากต่างประเทศ					
12. มีข้อควรระวังในการใช้ (Special Precaution)					
13. มีข้อห้ามใช้ (Contraindication) น้อย					
14. กลไกการออกฤทธิ์ของยา มีปฏิกิริยาร่วมกับยาตัวอื่น (drug interaction) น้อย					
15. ตัวยาสามารถให้ร่วมกับยาเคมีตัวอื่น แล้วเพิ่มอัตราตอบสนอง (Response Rate) และมีระยะปลอดโรคสูง (Time to Progression)					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการขายของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยาของแพทย์ประจำโรงพยาบาลในจังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องระดับความคิดเห็นต่างๆ ที่ท่านเห็นว่ามีผลต่อความตั้งใจซื้อเวชภัณฑ์ยาเมื่อระดับ 5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วย 3 = ปานกลาง 2 = ไม่เห็นด้วย 1 = ไม่เห็นด้วยมากที่สุด

ความคิดเห็นของแพทย์เกี่ยวกับขั้นตอนกระบวนการขายของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยา	5	4	3	2	1
1. พนักงานขายมีการศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มาเป็นอย่างดี					
2. พนักงานขายมีการศึกษาคุณสมบัติของแพทย์ ขอบเขตอำนาจการตัดสินใจ					
3. พนักงานขายนำเสนอตรงกับความต้องการ งบประมาณ ปริมาณที่ซื้อ					
4. พนักงานขายศึกษาขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของแพทย์และโรงพยาบาล					
5. พนักงานขายนัดหมายล่วงหน้าก่อนพบ					
6. พนักงานขายดูแลบุคลิกภาพ กิริยา มนุษยสัมพันธ์ ของตนเอง					
7. พนักงานขายเตรียมข้อมูล เอกสารวิชาการ ของผลิตภัณฑ์					
8. พนักงานขายใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการนำเสนอผลิตภัณฑ์					
9. พนักงานขายตอบข้อซักถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของแพทย์ได้					
10. พนักงานขายมีเอกสารข้อมูลเชิงวิชาการในการตอบข้อซักถาม					
11. พนักงานขายให้มีการต่อรองราคา ให้ข้อเสนอพิเศษ ในการสั่งซื้อ					
12. พนักงานขายมารับคำสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง					
13. พนักงานขายมีบริการหลังการขายที่มีประสิทธิภาพ เช่น การรับคืนยาที่หมดอายุ					
14. พนักงานขายมีการเข้าพบแพทย์อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อเวชภัณฑ์ยาของแพทย์ประจำโรงพยาบาลในจังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องระดับความคิดเห็นต่างๆ ที่ท่านเห็นว่ามีผลต่อความตั้งใจซื้อเวชภัณฑ์ยา<u>เมื่อระดับ</u> 5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วย 3 = ปานกลาง 2 = ไม่เห็นด้วย 1 = ไม่เห็นด้วยมากที่สุด

ความคิดเห็นของแพทย์ต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า (เวชภัณฑ์ยา)	5	4	3	2	1
ด้านคุณสมบัติ					
1. แบรนด์ของเวชภัณฑ์ยาที่ท่านเลือกซื้อในปัจจุบัน มีภาพลักษณ์ด้านประสิทธิภาพการรักษาโรคสูง					
2. แบรนด์ของเวชภัณฑ์ยาที่ท่านเลือกซื้อในปัจจุบัน มีภาพลักษณ์บริษัทที่มีการผลิตที่ทันสมัย มีการรับรองคุณภาพการผลิต					
3. แบรนด์เวชภัณฑ์ยาที่ท่านเลือกซื้อในปัจจุบัน ตามภาพลักษณ์บริษัทยาที่การใช้วัตถุดิบจากแหล่งที่เชื่อถือได้					
4. แบรนด์เวชภัณฑ์ยาที่ท่านเลือกซื้อในปัจจุบัน ตามภาพลักษณ์บริษัทยาที่มีผลการรับรองเอกสาร Research วิชาการจากต่างประเทศ					
ด้านคุณประโยชน์					
5. แบรนด์เวชภัณฑ์ยาที่ท่านเลือกซื้อในปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์มีความสะดวกในการให้ยา ไม่ต้องปรับหรือเปลี่ยนการให้ยาบ่อยๆ					
6. แบรนด์เวชภัณฑ์ยาที่ท่านเลือกซื้อในปัจจุบัน มีรูปแบบผลิตภัณฑ์มีความสะดวกในการให้ยา ขั้นตอนการเตรียมไม่ยุ่งยาก					
7. แบรนด์เวชภัณฑ์ยาที่ท่านเลือกซื้อในปัจจุบัน มีรูปแบบผลิตภัณฑ์มีความสะดวกในการพกพา					
8. แบรนด์เวชภัณฑ์ยาที่ท่านเลือกซื้อในปัจจุบัน มีภาพลักษณ์บริษัทยาที่มีการสนับสนุนประชุมวิชาการ					
ด้านคุณค่า					
9. แบรนด์เวชภัณฑ์ยาที่ท่านเลือกซื้อในปัจจุบัน เมื่อรักษาแล้วผู้ป่วยสามารถดำเนินชีวิตได้ตามปกติ					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ความคิดเห็นของแพทย์ต่อภาพลักษณ์ตราสินค้า (เวชภัณฑ์ยา)	5	4	3	2	1
10. แบรนด์เวชภัณฑ์ยาที่ท่านเลือกซื้อในปัจจุบัน เมื่อรักษาแล้ว มีความปลอดภัยสูง					
11. แบรนด์เวชภัณฑ์ยาที่ท่านเลือกซื้อในปัจจุบัน ผู้ป่วยสามารถรับผิดชอบค่าใช้จ่ายได้					
12. แบรนด์เวชภัณฑ์ยาที่ท่านเลือกซื้อในปัจจุบัน เป็นเวชภัณฑ์ยาที่สามารถผลิตภายในประเทศ เพราะลดค่าใช้จ่ายในการรักษามากกว่าเวชภัณฑ์ยาที่นำเข้า					
ด้านวัฒนธรรม					
13. แบรนด์เวชภัณฑ์ยาที่ท่านเลือกซื้อในปัจจุบัน มีการเลือกใช้เวชภัณฑ์ยาโดยคำแนะนำจากแพทย์อาวุโส					
14. แบรนด์เวชภัณฑ์ยาที่ท่านเลือกซื้อในปัจจุบัน มีการเลือกใช้ตามสถาบันที่ท่านจบการศึกษามา					
ด้านบุคลิกภาพ					
15. แบรนด์เวชภัณฑ์ยาที่ท่านเลือกซื้อในปัจจุบัน ท่านมีการเลือกใช้ตามภาพลักษณ์บริษัทยาที่สื่อเป็นแพทย์รุ่นใหม่					
16. แบรนด์เวชภัณฑ์ยาที่ท่านเลือกซื้อในปัจจุบัน ตามภาพลักษณ์บริษัทยาที่สื่อเป็นแพทย์นักวิจัย มีการค้นหาการรักษาใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง					
ด้านผู้ใช้					
17. แบรนด์เวชภัณฑ์ยาที่ท่านเลือกซื้อในปัจจุบัน ตามภาพลักษณ์บริษัทยาที่ทำให้ผู้ป่วยเชื่อมั่นในการรักษา					
18. แบรนด์เวชภัณฑ์ยาที่ท่านเลือกซื้อในปัจจุบัน ตามภาพลักษณ์ของโรงพยาบาล					
19. แบรนด์เวชภัณฑ์ยาที่ท่านเลือกซื้อในปัจจุบัน ตามงบประมาณที่ท่านได้รับ					
20. แบรนด์เวชภัณฑ์ยาที่ท่านเลือกซื้อในปัจจุบัน ตามระบบการจัดซื้อยาของโรงพยาบาล					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับตัวกระตุ้นทางการตลาดที่มีผลต่อภาพรวมความตั้งใจซื้อเวชภัณฑ์ยาของแพทย์ประจำโรงพยาบาลในจังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องระดับความคิดเห็นต่างๆ ที่ท่านเห็นว่ามีผลต่อความตั้งใจซื้อเวชภัณฑ์ยา<u>เมื่อระดับ</u> 5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วย 3 = ปานกลาง 2 = ไม่เห็นด้วย 1 = ไม่เห็นด้วยมากที่สุด

ตัวกระตุ้นทางการตลาดที่มีผลต่อภาพรวมความตั้งใจซื้อเวชภัณฑ์ยาของแพทย์ในจังหวัดเชียงใหม่	5	4	3	2	1
1. ท่านตั้งใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เวชภัณฑ์ยาจากแบรนด์ที่ท่านเลือกซื้อปัจจุบัน อย่างต่อเนื่อง					
2. ท่านตั้งใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เวชภัณฑ์ยาจากแบรนด์ที่ท่านเลือกซื้อปัจจุบัน เพิ่มมากขึ้นในอนาคต					
3. ท่านเห็นว่าการซื้อผลิตภัณฑ์เวชภัณฑ์ยาจากแบรนด์ที่ท่านเลือกซื้อปัจจุบัน เป็นสิ่งที่เหมาะสม					
4. ท่านตั้งใจที่จะแนะนำผลิตภัณฑ์เวชภัณฑ์ยาจากแบรนด์ที่ท่านเลือกซื้อปัจจุบัน ให้เพื่อน/คนรู้จัก ใช้หรือซื้อผลิตภัณฑ์					
5. ท่านตั้งใจที่จะเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์อื่นที่ท่านใช้อยู่ มาเป็นเวชภัณฑ์ยาจากแบรนด์ที่ท่านเลือกซื้อปัจจุบัน					
6. ท่านตั้งใจที่จะซื้อใช้ผลิตภัณฑ์เวชภัณฑ์ยาใหม่ๆ จากแบรนด์ที่ท่านเลือกซื้อปัจจุบัน					
7. ท่านตั้งใจที่จะเป็นผู้นำเสนอเวชภัณฑ์ยาจากแบรนด์ที่ท่านเลือกซื้อปัจจุบัน ให้กับผู้ร่วมคัดเลือกใช้ยาในโรงพยาบาล					
8. ท่านตั้งใจที่จะสมัครสมาชิกเป็นลูกค้าเวชภัณฑ์ยาจากแบรนด์ที่ท่านเลือกซื้อปัจจุบัน					
9. ท่านตั้งใจที่จะไม่เปลี่ยนแปลงการใช้เวชภัณฑ์ยาจากแบรนด์ที่ท่านเลือกซื้อปัจจุบัน					
10. ท่านตอบรับที่จะรับคำเชิญเป็นวิทยากรผลิตภัณฑ์เวชภัณฑ์ยาจากแบรนด์ที่ท่านเลือกซื้อปัจจุบัน					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ นายศุภสิทธิ์ จรุงกิจสุวรรณ

วัน เดือน ปีเกิด 27 กรกฎาคม 2522

ประวัติการศึกษา สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาที่โรงเรียนชิโนรสวิทยาลัย จังหวัดกรุงเทพมหานคร ปีการศึกษา 2540
สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีวิทยาศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปีการศึกษา 2545

ประวัติการทำงาน พ.ศ.2545- ปัจจุบัน เจ้าหน้าที่ฝ่ายขายเวชภัณฑ์ยาอาวุโส บริษัท เกร็ต อีสเทอรน์ ดรั๊ก จำกัด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved