

## บทที่ 1

### บทนำ

#### หลักการและเหตุผล

จากรายงานของ IMS Health พบว่าในไตรมาส 2 ปี 2548 ตลาดรวมของยารักษาโรคตา มีมูลค่าทั้งสิ้น 14,935 ล้านบาท โดยมีมูลค่าการขายผ่านโรงพยาบาลเท่ากับ 14,535 ล้านบาท และมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 23 (IMS Health: 2007)

สาเหตุสำคัญที่ทำให้ตลาดรวมของยารักษาโรคตามีมูลค่าเพิ่มขึ้น มาจากความก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์การแพทย์ และสาธารณสุขไทย ส่งผลให้มีจำนวนประชากรสูงอายุเพิ่มขึ้น ณ วันที่ 1 กรกฎาคม 2546 มีจำนวนประชากรสูงอายุ 6,565,000 คน ซึ่งเป็นจำนวนที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จากปีก่อนๆที่ผ่านมา (วิทยาลัยประชากรศาสตร์ : ออนไลน์) และพบว่าในกลุ่มผู้สูงอายุโรคตาเป็นโรคที่พบมากเป็นอันดับ 2 โดยมีจำนวนถึงร้อยละ 40-45 (กองทันตสาธารณสุข กรมอนามัย: ออนไลน์)

โดยเฉพาะในเขตภาคเหนือของประเทศไทย ส่วนมากยังคงเป็นสังคมชนบทที่มีลักษณะการอยู่อาศัยกันแบบครอบครัวใหญ่ และผู้สูงอายุนิยมอาศัยอยู่ในท้องถิ่นของตนเอง จึงทำให้มีประชากรผู้สูงอายุอาศัยอยู่ค่อนข้างมาก ในปี 2547 ประชากรผู้สูงอายุในเขตภาคเหนือที่ได้จากการสำรวจมีจำนวน 818,886 คน (กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย: ออนไลน์) และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ และเนื่องจากผู้ป่วยโรคตาร้อยละ 80 เป็นกลุ่มผู้สูงอายุ จึงจะทำให้มีจำนวนผู้ป่วยโรคตาเพิ่มขึ้นด้วย และยังจะเห็นได้จากการรับสมัครแพทย์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านจักษุวิทยาเพิ่มขึ้นในทุกๆปี เพื่อให้เพียงพอกับจำนวนผู้ป่วย (พวงทอง จารุจินดา, 2548: สัมภาษณ์)

ปัจจุบันมีบริษัทที่จำหน่ายยารักษาโรคตาจำนวนมาก แต่มีจำนวน 5 บริษัทที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดมากที่สุด โดยมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงและชัดเจน รวมส่วนแบ่งทางการตลาดทั้ง 5 บริษัทมีประมาณร้อยละ 70 ของตลาดทั้งหมด ซึ่งแต่ละบริษัทต่างมีเป้าหมายที่จะมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่สูงขึ้น จึงทำให้มีการแข่งขันกันหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันด้านราคาผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด โดยมีบริษัทอัลคอน แลบบอราทอรีส์ เป็นผู้นำตลาด รองลงมาคือบริษัทแสวงไทย เมดิคอล และบริษัทไฟเซอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล ซึ่งมีส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นร้อยละ 32.7 , 10.8 และ 10.3 ตามลำดับ ซึ่งมูลค่าการขายยารักษาโรคตาผ่านโรงพยาบาล มีจำนวนร้อยละ 98 ในขณะที่มูลค่าการขายยารักษาโรคตาผ่านคลินิก มีจำนวนร้อยละ 2 (IMS Health: 2007)

ดังนั้นผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษาเฉพาะมูลค่าการขายยารักษาโรคตาผ่านโรงพยาบาลเนื่องจากมีปริมาณที่สูงมาก และผู้ศึกษายังสนใจที่จะศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของจักษุแพทย์ในการเลือกใช้ยารักษาโรคตาในผู้ป่วยโรคตาของจักษุแพทย์ในโรงพยาบาลในเขตภาคเหนือ เพื่อประโยชน์ต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการนำไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้ยารักษาโรคตาในผู้ป่วยโรคตาของจักษุแพทย์ในโรงพยาบาลในเขตภาคเหนือ

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. เพื่อทราบถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้ยารักษาโรคตาในผู้ป่วยโรคตาของจักษุแพทย์ในโรงพยาบาลในเขตภาคเหนือ
2. เพื่อทราบถึงปัญหาและอุปสรรคในการสั่งใช้ยาของจักษุแพทย์ และนำข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษานี้ใช้เป็นแนวทางในการจัดส่วนประสมทางการตลาด และวางกลยุทธ์การตลาดได้อย่างเหมาะสม มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับความต้องการของจักษุแพทย์ต่อไป

### นิยามศัพท์

**ส่วนประสมการตลาด (Market Mix)** หมายถึง เครื่องมือที่ต้องใช้ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

**แพทย์** หมายถึง จักษุแพทย์ที่ทำงานเต็มเวลาให้กับโรงพยาบาลและเคหะสถานรักษาโรคตาให้แก่ผู้ป่วย (วิทย์ เทียงบูรณะธรรมและเกษม เทียงบูรณะธรรม, 2533:1138)

**ผู้ป่วยโรคตา** หมายถึง ผู้ป่วยที่มีความผิดปกติเกี่ยวกับดวงตาตั้งแต่ระดับเล็กน้อยที่สามารถรักษาให้หายได้โดยการใส่ยา จนถึงขั้นรุนแรงที่ต้องใช้การผ่าตัดหรือเลเซอร์ร่วมด้วย

**จักษุแพทย์** หมายถึง ผู้ซึ่งจบการศึกษาแพทยศาสตรบัณฑิตแล้วมาฝึกปฏิบัติงานทางสาขาจักษุวิทยา ในด้านการให้การวินิจฉัย ให้การรักษาด้วยยา และผ่าตัดโรคตา รวมทั้งการวัดความผิดปกติของสายตาด้วย

โรงพยาบาล หมายถึง สถานที่ให้การดูแลผู้ป่วยใน ภายใต้การดูแลโดยตรงของ แพทย์ที่ได้รับใบประกอบโรคศิลปะ ศูนย์การแพทย์ ศูนย์การคลอดบุตร สถานพยาบาล และสถาน พักผ่อน รวมถึงการดูแลรักษาผู้ป่วยในที่มีเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานที่ไม่ใช่แพทย์เป็นผู้ให้บริการ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ: ออนไลน์)

ยารักษาโรคตา หมายถึง วัตถุหรือสารที่ใช้สำหรับการวินิจฉัย บำบัด บรรเทา อาการ ส่งเสริมสุขภาพ รักษา หรือป้องกัน โรค หรือความเจ็บป่วยเกี่ยวกับดวงตาของมนุษย์หรือ สัตว์



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved