

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรักษาโรคตาในผู้ป่วยโรคตาของจักษุแพทย์ในโรงพยาบาลในเขตภาคเหนือของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรักษาโรคตาในผู้ป่วยโรคตาของจักษุแพทย์ในโรงพยาบาลในเขตภาคเหนือของประเทศไทย ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรักษาโรคตาในผู้ป่วยโรคตาของจักษุแพทย์

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรักษาโรคตาในผู้ป่วยโรคตาของจักษุแพทย์ จำแนกตามข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ผลการศึกษาพบว่าจักษุแพทย์ เป็นเพศชายและเพศหญิงจำนวนเท่าๆกัน ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปี ประจำอยู่ในโรงพยาบาลของรัฐบาลที่มีจำนวนเตียงของ 301-500 เตียง

จักษุแพทย์ส่วนใหญ่มีจำนวนการตรวจรักษาผู้ป่วยโรคตาเฉลี่ยมากกว่า 200 คนต่อสัปดาห์ ส่วนใหญ่มีคลินิกส่วนตัวหรืองานนอกเวลาที่มีโอกาสต้องจ่ายการรักษาโรคตาและมีส่วนในการตัดสินใจนำยารักษาโรคตาเข้าเป็นยาในบัญชีโรงพยาบาล

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรักษาโรคตาของจักษุแพทย์ในโรงพยาบาล

จากการศึกษาพบว่า จักษุแพทย์ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านผลิตภัณฑ์มากเป็นลำดับที่ 1 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นลำดับที่ 2 ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายเป็นลำดับที่ 3 และปัจจัยด้านราคาเป็นลำดับที่ 4 ตามลำดับ

โดยจักษุแพทย์ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรักษาโรคตาในผู้ป่วยโรคตาของจักษุแพทย์ในโรงพยาบาลในเขตภาคเหนือ โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ ตัวยามีข้อมูลอ้างอิงที่เชื่อถือได้ ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยเรียงจากมากไปหาน้อยตามลำดับ ได้แก่ ตัวยามีความปลอดภัยสูง ตัวยามีการใช้นานจนมั่นใจว่าปลอดภัยในการใช้ยา (Evidence Base) ตัวยามีประสิทธิภาพในการรักษา ตัวยามีชื่อเสียงเป็นที่

ยอมรับ สามารถคงผลการรักษาที่ดีในระยะยาว ข้อห้ามใช้ (Contraindication) มีน้อย ด้วยยาเป็นที่นิยมใช้อย่างแพร่หลาย มีความสะดวกในการใช้ ข้อยี่ห้อมีชื่อเสียง นำเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับ บริษัทจำหน่ายยามีชื่อเสียง นำเชื่อถือ และตัวยามีผลข้างเคียงต่ำ ความเป็นพิษน้อย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปหาน้อยตามลำดับ ได้แก่ มีขนาดยาให้เลือกหลายขนาด (Dosage) และเป็นยาของบริษัทต่างประเทศ ส่วนปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ สามารถกินยาได้ในกรณีขาดยา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จักษุแพทย์ให้ความสำคัญโดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก โดยเรียงจากมากไปหาน้อยตามลำดับ ได้แก่ ความรู้ในผลิตภัณฑ์ที่ขายของผู้แทนยา เกี่ยวกับการให้ข้อมูลยา มีการจัดรายการพิเศษ ลดราคา มีแผ่นพับให้ความรู้เบื้องต้นแก่คนไข้ บุคลิกลักษณะและกริยามารยาทของผู้แทนยา มีเอกสารจากบริษัท (บทความที่คัดลอกมาจากวารสารทางการแพทย์ต่างประเทศ) มีการโฆษณาในวารสารทางการแพทย์ มีการจัดประชุมวิชาการเพื่อนำเสนอเกี่ยวกับยาโดยเชิญวิทยากรที่มีชื่อเสียงมาบรรยาย มีการออกร้าน (Booth) ตามงานประชุมวิชาการทางการแพทย์ต่างๆ ความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้แทนยา และมีบทความหรือรายงานผลการใช้ยาในวารสารการแพทย์ต่างประเทศ ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปหาน้อยตามลำดับ ได้แก่ มีบทความหรือรายงานผลการใช้ยาในวารสารการแพทย์ไทย มีบทความหรือรายงานผลการใช้ยาในเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต ความสม่ำเสมอในการเยี่ยมของผู้แทนยา มีการจัดรายการ ยาแถม การแจกของชำร่วยต่างๆ เช่น ปากกา กระดาษทิชชู มียาตัวอย่างให้ทดลองใช้ในผู้ป่วย และ มีการสนับสนุนค่าใช้จ่ายสำหรับการประชุมวิชาการในต่างประเทศ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ได้แก่ การมอบของขวัญในโอกาสพิเศษหรือในโอกาสสำคัญ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จักษุแพทย์ให้ความสำคัญโดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ย ในระดับมาก โดยเรียงจากมากไปหาน้อยตามลำดับ ได้แก่ บริการจัดส่งที่รวดเร็วตรงเวลา การรักษาคุณภาพ ในขณะที่จัดส่ง และ ความสะดวกในการสั่งยากับบริษัท ส่วนปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปหาน้อยตามลำดับ ได้แก่ มีเบอร์โทรฟรีในการสั่งซื้อยา ติดต่อ บริษัทหรือผู้แทนยาได้สะดวก ไม่มีปัญหาเรื่องยาขาดตลาดบ่อย และมีสาขาหรือคลังสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยด้านราคา จักษุแพทย์ให้ความสำคัญโดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปหาน้อยตามลำดับ ได้แก่ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของยา เป็นยาที่อยู่ในบัญชียาหลักแห่งชาติ (ผู้ป่วยเบิกค่ายาได้) การให้เครดิตที่นาน ระดับราคาไม่แตกต่างจากยาในระดับเดียวกัน และการให้ส่วนลดเงินสดเมื่อชำระเงิน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้ยารักษาโรคตาในผู้ป่วยโรคตาของจักษุแพทย์ จำแนกตามเพศ อายุ ประเภทของสถานพยาบาล จำนวนเตียง การมีคลินิกส่วนตัว และการมีส่วนในการตัดสินใจนำยารักษาโรคตาเข้าเป็นยาในบัญชียาโรงพยาบาล

จักษุแพทย์ที่เป็นเพศชาย ให้ความสำคัญมากกับ ตัวยามีความปลอดภัยสูง และให้ ตัวยามีข้อมูลอ้างอิงที่เชื่อถือได้ ตัวยามีประสิทธิภาพในการรักษา ตัวยามีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ สามารถคงผลการรักษาที่ดีในระยะยาว ตัวยามีการใช้มานานจนมั่นใจว่าปลอดภัยในการใช้ยา (Evidence Base) และ ความรู้ในผลิตภัณฑ์ที่ขายของผู้แทนยา เกี่ยวกับการให้ข้อมูลยา ตามลำดับ ส่วนจักษุแพทย์ที่เป็นเพศหญิง ให้ความสำคัญมากกับตัวยามีข้อมูลอ้างอิงที่เชื่อถือได้ ตัวยามีการใช้มานานจนมั่นใจว่าปลอดภัยในการใช้ยา (Evidence Base) ตัวยามีประสิทธิภาพในการรักษา ตัวยามีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ ตัวยามีความปลอดภัยสูง และ สามารถคงผลการรักษาที่ดีในระยะยาว ตามลำดับ

จักษุแพทย์มีอายุในช่วง 20-40 ปี ให้ความสำคัญมากกับตัวยามีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ ตัวยามีการใช้มานานจนมั่นใจว่าปลอดภัยในการใช้ยา (Evidence Base) ตัวยามีความปลอดภัยสูง ตัวยามีข้อมูลอ้างอิงที่เชื่อถือได้ สามารถคงผลการรักษาที่ดีในระยะยาว และ ตัวยามีประสิทธิภาพในการรักษา ตามลำดับ สำหรับจักษุแพทย์อายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี ให้ความสำคัญมากกับ ตัวยามีประสิทธิภาพในการรักษา ตัวยามีความปลอดภัยสูง ตัวยามีข้อมูลอ้างอิงที่เชื่อถือได้ ตัวยามีการใช้มานานจนมั่นใจว่าปลอดภัยในการใช้ยา (Evidence Base) ตัวยามีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ และสามารถคงผลการรักษาที่ดีในระยะยาว ตามลำดับ และจักษุแพทย์ที่มีอายุอยู่ในช่วง 51-60 ปี ให้ความสำคัญมากกับ ตัวยามีประสิทธิภาพในการรักษา ตัวยามีข้อมูลอ้างอิงที่เชื่อถือได้ สามารถคงผลการรักษาที่ดีในระยะยาว ความรู้ในผลิตภัณฑ์ที่ขายของผู้แทนยา เกี่ยวกับการให้ข้อมูลยา ตัวยามีความปลอดภัยสูง ตัวยามีการใช้มานานจนมั่นใจว่าปลอดภัยในการใช้ยา (Evidence Base) และ ตัวยามีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ ตามลำดับ

จำนวนเตียงของจักษุแพทย์ที่โรงพยาบาลประจำอยู่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 150 เตียง ให้ความสำคัญมากกับตัวยามีข้อมูลอ้างอิงที่เชื่อถือได้ ตัวยามีประสิทธิภาพในการรักษา สามารถคงผลการรักษาที่ดีในระยะยาว ตัวยามีการใช้มานานจนมั่นใจว่าปลอดภัยในการใช้ยา (Evidence Base) ตัวยามีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ บุคลิกลักษณะและกริยามารยาทของผู้แทนยา และ ความรู้ในผลิตภัณฑ์ที่ขายของผู้แทนยา เกี่ยวกับการให้ข้อมูลยา ตามลำดับ ส่วนจำนวนเตียงของจักษุแพทย์ที่โรงพยาบาลประจำอยู่ในช่วงระหว่าง 151-300 เตียง ให้ความสำคัญมากกับ ตัวยามีความปลอดภัยสูง สามารถคงผลการรักษาที่ดีในระยะยาว ตัวยามีประสิทธิภาพในการรักษา ตัวยามีการใช้มานานจนมั่นใจว่าปลอดภัยในการใช้ยา (Evidence Base) ตัวยามีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ ตัวยามี

ข้อมูลอ้างอิงที่เชื่อถือได้ และ ความรู้ใน ผลិតภัณฑ์ที่ขายของผู้แทนยา เกี่ยวกับการให้ ข้อมูลยา ตามลำดับ จำนวนเตียงของแพทย์ที่โรงพยาบาลประจำอยู่ในช่วงระหว่าง 301-500 เตียง ให้ความสำคัญมากกับ ตัวยามีข้อมูลอ้างอิงที่เชื่อถือได้ ตัวยามีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ ตัวยามี การใช้มานานจนมั่นใจว่าปลอดภัยในการใช้ยา (Evidence Base) ตัวยามีความปลอดภัยสูง สามารถ คงผลการรักษาที่ดีในระยะยาว และ ตัวยามีประสิทธิภาพในการรักษา ตามลำดับ และจำนวนเตียง ของจักษุแพทย์ที่โรงพยาบาลประจำอยู่มากกว่า 500 เตียง ให้ความสำคัญมากกับ ตัวยามีความ ปลอดภัยสูง ตัวยามีการใช้มานานจนมั่นใจว่าปลอดภัยในการใช้ยา (Evidence Base) ตัวยามีข้อมูล อ้างอิงที่เชื่อถือได้ ตัวยามีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ ตัวยามีประสิทธิภาพในการรักษา สามารถคง ผลการรักษาที่ดีในระยะยาว และ ความรู้ในผลิตภัณฑ์ที่ขายของผู้แทนยา เกี่ยวกับการให้ข้อมูลยา ตามลำดับ

จักษุแพทย์ที่มีคลินิกส่วนตัวหรืองานนอกเวลาที่มีโอกาสต้องจ่ายยารักษาโรคตาด้วยตนเอง ให้ความสำคัญมากกับ ตัวยามีความปลอดภัยสูง ตัวยามีการใช้มานานจนมั่นใจว่าปลอดภัยในการ ใช้ยา (Evidence Base) ตัวยามีประสิทธิภาพในการรักษา ตัวยามีข้อมูลอ้างอิงที่เชื่อถือได้ ตัวยามี ชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ สามารถคงผลการรักษาที่ดีในระยะยาว และ ความรู้ในผลิตภัณฑ์ที่ขายของ ผู้แทนยา เกี่ยวกับการให้ข้อมูลยา ตามลำดับ ส่วนแพทย์ไม่มีคลินิกส่วนตัวหรืองานนอกเวลาที่มี โอกาสต้องจ่ายยารักษาโรคตาด้วยตนเอง ให้ความสำคัญมากกับตัวยามีข้อมูลอ้างอิงที่เชื่อถือได้ ตัว ยามีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ สามารถคงผลการรักษาที่ดีในระยะยาว ตัวยามีการใช้มานานจนมั่นใจว่า ปลอดภัยในการใช้ยา (Evidence Base) ตัวยามีประสิทธิภาพในการรักษา และ ตัวยามีความ ปลอดภัยสูง ตามลำดับ

จักษุแพทย์ที่มีส่วนในการตัดสินใจนำยารักษาโรคตาเข้าเป็นยาในบัญชีโรงพยาบาล ให้ ความสำคัญมากกับ ตัวยามีข้อมูลอ้างอิงที่เชื่อถือได้ ตัวยามีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ ตัวยามีการใช้มา นานจนมั่นใจว่าปลอดภัยในการใช้ยา (Evidence Base) ตัวยามีความปลอดภัยสูง ตัวยามี ประสิทธิภาพในการรักษา และ สามารถคงผลการรักษาที่ดีในระยะยาว ตามลำดับ ส่วนจักษุแพทย์ ที่ไม่มีส่วนในการตัดสินใจนำยารักษาโรคตาเข้าเป็นยาในบัญชีโรงพยาบาล ให้ความสำคัญมากกับ ตัวยามีความปลอดภัยสูง ตัวยามีประสิทธิภาพในการรักษา สามารถคงผลการรักษาที่ดีในระยะยาว ตัวยามีข้อมูลอ้างอิงที่เชื่อถือได้ ตัวยามีการใช้มานานจนมั่นใจว่าปลอดภัยในการใช้ยา (Evidence Base) ตัวยามีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ ความรู้ในผลิตภัณฑ์ที่ขายของผู้แทนยา เกี่ยวกับการให้ข้อมูลยา และ มีเอกสารจากบริษัท (บทความที่คัดลอกมาจากวารสารทางการแพทย์ต่างประเทศ) ตามลำดับ

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรักษาโรคตาของจักษุแพทย์ในโรงพยาบาลในเขตภาคเหนือ ของประเทศไทย อภิปรายผลตามแนวคิดส่วนประสมการตลาดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด รวมทั้งวรรณกรรมที่ได้ทบทวน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่าจักษุแพทย์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในอันดับแรกคือเรื่องตัวยามีข้อมูลอ้างอิงที่เชื่อถือได้และตัวยามีความปลอดภัยสูง ซึ่งผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ภัทราไทยธรรมยานนท์ (2546) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของแพทย์ในการเลือกยาเคมีบำบัดสำหรับผู้ป่วยมะเร็งเต้านม ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของแพทย์ในการเลือกยาเคมีบำบัดสำหรับผู้ป่วยมะเร็งเต้านม ที่แพทย์ให้ความสำคัญในระดับมาก คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งปัจจัยย่อยที่แพทย์ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ตัวยามีประสิทธิภาพ และตัวยาผลข้างเคียงต่ำ มีความเป็นพิษน้อย ทั้งนี้การที่ผลการศึกษาไม่สอดคล้องกันอาจเกิดจากลักษณะการใช้ยาและลักษณะของคนไข้ เนื่องจากผู้ป่วยโรคตาเป็นโรคที่ไม่ได้มีอันตรายถึงชีวิต และการใช้ยาส่วนใหญ่ต้องใช้เวลาชะยาว หรือตลอดชีวิต ซึ่งการใช้ยาในระยะยาว ต้องเน้นถึงความปลอดภัยในระยะยาวว่ามีข้อมูลอ้างอิงที่เชื่อถือได้ มีความปลอดภัยสูงและไม่เป็นอันตราย

ด้านราคา จากการศึกษาพบว่าจักษุแพทย์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปานกลางกับปัจจัยด้านราคา โดยจะมุ่งเน้น ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของยา เป็นยาที่อยู่ในบัญชียาหลักแห่งชาติ การให้เครดิตที่นาน และระดับราคายาไม่แตกต่างจากยาในระดับเดียวกัน ซึ่งต่างจากผลการศึกษาของ พูลศรี สุภาวรรณ (2542) ได้ศึกษาปัจจัยทางด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อแพทย์ออร์โธพีดิกส์ในการสั่งจ่ายยาต้านการอักเสบที่ไม่ใช่สเตอรอยด์ชนิดรับประทานในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า แพทย์ออร์โธพีดิกส์ ให้ความสำคัญมากในปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ราคาถูกประหยัด ค่าใช้จ่ายของคนไข้ ทั้งนี้ ผลการศึกษาไม่สอดคล้องกันอาจเกิดจากการใช้ยาในระยะเวลาสั้น และใช้ยาร่วมกับยากุ่มอื่นอีกหลายกลุ่มจึงทำให้ต้องการยาที่มีราคาถูกเมื่อใช้ร่วมกับยากุ่มอื่นจะไม่ทำให้คนไข้มีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นมา

ด้านการจัดจำหน่าย จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่จักษุแพทย์ให้ความสำคัญในระดับมากกับปัจจัยย่อย เรื่อง บริการจัดส่งที่รวดเร็วตรงเวลา การรักษาคุณภาพในขณะที่จัดส่ง และ ความสะดวกในการสั่งยากับบริษัท ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พูลศรี สุภาวรรณ (2542) ได้ศึกษาปัจจัยทางด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อแพทย์ออร์โธพีดิกส์ในการสั่งจ่ายยาต้านการ

อีกเสบที่ไม่ใช่สเตอรอยด์ชนิดรับประทานใน จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า แพทย์ออร์โธปิดิกส์ ให้ความสำคัญมากกับ บริษัทผู้จัดจำหน่ายมีบริการจัดส่งยารวดเร็ว เช่นเดียวกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่าจักษุแพทย์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญใน ระดับมากกับปัจจัยย่อยในเรื่องของความรู้ในผลิตภัณฑ์ที่ขายของผู้แทนยา เกี่ยวกับการให้ข้อมูลยา ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ พูลศรี สุภาวรรณ (2542) ได้ศึกษาปัจจัยทางด้านส่วนประสม การตลาดที่มีผลต่อแพทย์ออร์โธปิดิกส์ในการสั่งจ่ายยาต้านการอักเสบที่ไม่ใช่สเตอรอยด์ชนิด รับประทานในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า แพทย์ออร์โธปิดิกส์ ให้ความสำคัญมากกับ ความรู้ใน ผลิตภัณฑ์ของขายของพนักงานขาย เช่นเดียวกัน

ตารางที่ 33 แสดงสรุปปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการ ส่งเสริมการตลาดเมื่อนำมาเรียงตามลำดับของค่าเฉลี่ยความสำคัญ

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ระดับ ความสำคัญ
1	ตัวยามีข้อมูลอ้างอิงที่เชื่อถือได้	ด้านผลิตภัณฑ์	4.51	มากที่สุด
2	ตัวยามีความปลอดภัยสูง	ด้านผลิตภัณฑ์	4.47	มาก
3	ตัวยามีประสิทธิภาพในการ รักษา	ด้านผลิตภัณฑ์	4.45	มาก
3	ตัวยามีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ	ด้านผลิตภัณฑ์	4.45	มาก
4	สามารถคงผลการรักษาที่ดีใน ระยะยาว	ด้านผลิตภัณฑ์	4.43	มาก
5	ความรู้ในผลิตภัณฑ์ที่ขายของ ผู้แทนยา เกี่ยวกับการให้ข้อมูล ยา	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.98	มาก
6	บริการจัดส่งที่รวดเร็วตรงเวลา	ด้านการจัดจำหน่าย	3.69	มาก
7	มีการจัดรายการพิเศษ ลดราคา	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.65	มาก
8	มีแผ่นพับให้ความรู้เบื้องต้นแก่ คนไข้	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.63	มาก

ตารางที่ 33 (ต่อ)

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ระดับ ความสำคัญ
9	การรักษาคุณภาพในขณะที่จัดส่ง	ด้านการจัดจำหน่าย	3.59	มาก
10	บุคลิกลักษณะและกริยามารยาท ของผู้แทนยา	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.57	มาก
11	ข้อห้ามใช้ (Contraindication) มี น้อย	ด้านผลิตภัณฑ์	3.55	มาก
11	ตัวยาเป็นที่นิยมใช้อย่าง แพร่หลาย	ด้านผลิตภัณฑ์	3.55	มาก
11	มีเอกสารจากบริษัท (บทความที่ คัดลอกมาจากวารสารทาง การแพทย์ต่างประเทศ)	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.55	มาก
12	มีความสะดวกในการใช้	ด้านผลิตภัณฑ์	3.53	มาก
12	ความสะดวกในการสั่งยากับ บริษัท	ด้านการจัดจำหน่าย	3.53	มาก
12	มีการจัดประชุมวิชาการเพื่อ นำเสนอเกี่ยวกับยาโดยเชิญ วิทยากรที่มีชื่อเสียงมาบรรยาย	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.53	มาก
12	มีการออกร้าน (Booth) ตามงาน ประชุมวิชาการทางการแพทย์ ต่างๆ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.53	มาก
12	ความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้แทนยา	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.53	มาก
13	ชื่อยี่ห้อที่มีชื่อเสียง น่าเชื่อถือและ เป็นที่ยอมรับ	ด้านผลิตภัณฑ์	3.51	มาก
13	บริษัทจำหน่ายยามีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ	ด้านผลิตภัณฑ์	3.51	มาก
13	ตัวยามีผลข้างเคียงต่ำ มีความ เป็นพิษน้อย	ด้านผลิตภัณฑ์	3.51	มาก

ตารางที่ 33 (ต่อ)

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย แปดผล	ระดับ ความสำคัญ
13	มีบทความหรือรายงานผลการ ใช้ในวารสารการแพทย์ ต่างประเทศ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.51	มาก
14	มีเบอร์โทรฟรีในการสั่งซื้อยา	ด้านการจัดจำหน่าย	3.49	ปานกลาง
15	ราคามีความเหมาะสมกับ คุณภาพของยา	ด้านราคา	3.47	ปานกลาง
15	เป็นยาที่อยู่ในบัญชียาหลัก แห่งชาติ (ผู้ป่วยเบิกจ่ายได้)	ด้านราคา	3.47	ปานกลาง
15	การให้เครดิตที่นาน	ด้านราคา	3.47	ปานกลาง
16	ระดับราคายาไม่แตกต่างจากยา ในระดับเดียวกัน	ด้านราคา	3.45	ปานกลาง
16	ติดต่อบริษัทหรือผู้แทนยาได้ สะดวก	ด้านการจัดจำหน่าย	3.45	ปานกลาง
16	มีบทความหรือรายงานผลการ ใช้ในวารสารการแพทย์ไทย	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.45	ปานกลาง
17	มีสาขาหรือคลังสินค้าในจังหวัด เชียงใหม่	ด้านการจัดจำหน่าย	3.41	ปานกลาง
17	มีบทความหรือรายงานผลการ ใช้ในเว็บไซต์ทาง อินเทอร์เน็ต	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.41	ปานกลาง
17	ความสม่ำเสมอในการเยี่ยมของ ผู้แทนยา	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.41	ปานกลาง
18	การให้ส่วนลดเงินสดเมื่อชำระ เงิน	ด้านราคา	3.35	ปานกลาง
19	มีขนาดยาให้เลือกหลายขนาด (Dosage)	ด้านผลิตภัณฑ์	3.04	ปานกลาง

ตารางที่ 33 (ต่อ)

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย แปดผล	ระดับ ความสำคัญ
20	มีการจัดรายการ ขาแถม	ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.59	ปานกลาง
21	การแจกของชำร่วยต่างๆ เช่น ปากกา กระดาษทิชชู	ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.57	ปานกลาง
22	มีตัวอย่างให้ทดลองใช้ใน ผู้ป่วย	ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.53	ปานกลาง
23	มีการสนับสนุนค่าใช้จ่าย สำหรับการประชุมวิชาการใน ต่างประเทศ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.53	ปานกลาง
24	เป็นยาของบริษัทต่างประเทศ	ด้านผลิตภัณฑ์	2.51	ปานกลาง
25	สามารถคืนยาได้ในกรณียา หมดอายุ	ด้านผลิตภัณฑ์	2.49	น้อย
26	การมอบของขวัญในโอกาส พิเศษหรือในโอกาสสำคัญ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	1.51	น้อย

เมื่อพิจารณาจากการสรุปปัจจัยย่อยที่ให้ความสำคัญในลำดับต้นๆ พบว่า 10 อันดับแรก
 จักขุแพทย์ให้ความสำคัญ กับปัจจัยย่อยในเรื่องของ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านส่งเสริม
 การตลาด และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ตามลำดับ โดยปัจจัยย่อยที่จักขุแพทย์ให้ความสำคัญ
 มากที่สุด ได้แก่ ตัวยามีข้อมูลอ้างอิงที่เชื่อถือได้ รองลงมาตัวยามีความปลอดภัยสูง, ตัวยามีการ
 ใช้มานานจนมั่นใจว่าปลอดภัยในการใช้ยา (Evidence Base), ตัวยามีประสิทธิภาพในการรักษา,
 ตัวยามีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ และสามารถคงผลการรักษาที่ดีในระยะยาว ซึ่งเป็นปัจจัยด้านผลิต
 ภัณฑ์ทั้งหมด ส่วนลำดับรองลงมา ได้แก่ เรื่อง ความรู้ในผลิตภัณฑ์ที่ขายของผู้แทนยา เกี่ยวกับการ
 ให้ข้อมูลยา ซึ่งเป็นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และเรื่อง บริการจัดส่งที่รวดเร็วตรงเวลา
 ซึ่งเป็นปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ส่วนปัจจัยเรื่องราคาเป็นปัจจัยที่จักขุแพทย์ให้ความสำคัญ
 สำคัญในระดับปานกลาง

ข้อค้นพบ

จากการศึกษาได้ข้อค้นพบ ซึ่งอาจมีผลต่อการเลือกใช้ยารักษาโรคตาในผู้ป่วยโรคตาของ จักษุแพทย์ ดังนี้

1. จักษุแพทย์ที่มีส่วนในการตัดสินใจนำยารักษาโรคตาเข้าเป็นยาในบัญชีโรงพยาบาล จะให้ความสำคัญระดับมากที่สุด กับตัวยาที่มีข้อมูลอ้างอิงที่เชื่อถือได้ เนื่องจากจักษุแพทย์ต้องใช้ ข้อมูลอ้างอิงเพื่อช่วยในการสนับสนุนเหตุผลเพื่อทำยาเข้าบัญชีของโรงพยาบาล

2. จักษุแพทย์ที่มีคลินิกส่วนตัวจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคามาก กับราคาที่มีความเหมาะสมกับคุณภาพของยา และเป็นยาที่อยู่ในบัญชียาหลักแห่งชาติ (ผู้ป่วยเบิกค่ายาได้) เนื่องจาก ถ้ายาที่อยู่ในบัญชียาหลักแห่งชาติ ผู้ป่วยมักจะไปใช้สิทธิของตนเองเบิกยาจากรพ.ที่ตนเองมีสิทธิ แทน และด้านการจัดจำหน่าย คือ มีความสะดวกในการสั่งยากับบริษัท มีเบอร์โทรฟรีในการ สั่งซื้อยา บริการจัดส่งที่รวดเร็วตรงเวลา และติดต่อบริษัทหรือผู้แทนยาได้สะดวก ซึ่งแตกต่างจาก จักษุแพทย์ที่ไม่มีคลินิกจะให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

3. จักษุแพทย์ในกลุ่มอายุ 20-40 ปี จะให้ความสำคัญมากกับตัวยามีการใช้มานานจนมั่นใจ ว่าปลอดภัยในการใช้ยา

4. จักษุแพทย์ส่วนใหญ่ จะให้ความสำคัญมากถึงมากที่สุดด้านการส่งเสริมการตลาด ใน เรื่องความรู้ในผลิตภัณฑ์ที่ขายของผู้แทนยาเกี่ยวกับให้ข้อมูลยา

5. แพทย์ที่มีอายุ 51-60 ปี ให้ความสำคัญกับการออกร้านตามงานประชุมวิชาการทางการ แพทย์ต่างๆ ในระดับปานกลาง

6. แพทย์ที่มีอายุ 51-60 ปี ให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้แทนยาในระดับปาน กลาง

7. แพทย์ที่ทำงานในโรงพยาบาลที่มีจำนวนเตียงมากกว่า 500 เตียง ให้ความสำคัญกับตัวยา ที่มีการใช้มานานจนมั่นใจว่าปลอดภัยในการใช้ยา (Evidence Base) ในระดับมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้ยารักษาโรคตาในผู้ป่วยโรคตาของจักษุแพทย์ในโรงพยาบาลในเขตภาคเหนือของประเทศไทยในครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. บริษัทผู้ผลิต หรือ จัดจำหน่าย ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดมากที่สุด เนื่องจาก พบว่าจักษุแพทย์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นลำดับที่ 1 และรองลงมาคือปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นลำดับที่ 2 ส่วนปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา ควรให้ความสำคัญน้อยกว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และด้านการตลาด เนื่องจากจักษุแพทย์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในลำดับที่ 3 และ 4

2. ด้านผลิตภัณฑ์ บริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายยารักษาโรคตา ควรวางกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์โดยมุ่งเน้นในการวิจัย ค้นคว้าและจัดทำบทความทางวิชาการ สนับสนุนการทดลองใช้ยาในผู้ป่วยระยะยาว เพื่อให้เกิดผลทางการวิจัยว่ายามีความปลอดภัยและสามารถใช้ได้ในระยะยาว

3. ด้านการส่งเสริมทางการตลาด เนื่องจากแพทย์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญระดับมากกับผู้แทนยา ดังนั้นบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายควรมีการสรรหาและการคัดเลือกพนักงานขาย (ผู้แทนยา) เพื่อให้ได้ผู้แทนยาที่มีความรู้ความสามารถ โดยเฉพาะในด้านวิทยาศาสตร์การแพทย์ และต้องมีการจัดฝึกอบรมพนักงานขายทุกระดับ เพื่อเป็นการฝึกทักษะความรู้และความสามารถในการขาย โดยผู้แทนยาจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับบริษัทและผลิตภัณฑ์ที่ตนเองรับผิดชอบ ผู้แทนยาต้องรู้ถึงลักษณะของลูกค้าและลักษณะของคู่แข่ง ต้องมีความรู้ในด้านการเสนอขายที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งต้องมีการฝึกอบรมด้านบุคลิกลักษณะและกิริยามารยาทของผู้แทนยา เพราะผู้แทนยาเป็นผู้ที่ติดต่อกับจักษุแพทย์โดยตรงและจักษุแพทย์ให้ความสำคัญในระดับมาก ในการตัดสินใจสั่งใช้ยา นอกจากนี้ผู้แทนยาต้องมีความสม่ำเสมอในการเยี่ยมจักษุแพทย์ เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดี และเป็นการเตือนจักษุแพทย์ให้มีการใช้ยาอย่างต่อเนื่อง สำหรับบริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายยาที่มีผู้แทนยาอยู่แล้วควรมีการพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพในการขายของหน่วยงานขาย ทำโดยการฝึกอบรมศิลปะการขาย ทักษะการเจรจาการขาย และทักษะการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า เพื่อสร้างความแตกต่างจากบริษัทคู่แข่งในด้านของบริการและบุคคลากร รวมถึงเรื่องการจัดรายการพิเศษ ลดราคา ทางบริษัทควรจะมีการจัดรายการพิเศษ และลดราคาเป็นระยะๆ หรือ อาจจะมีการแจกแผ่นพับให้ความรู้เบื้องต้นแก่คนไข้เพิ่มเติม เพื่อให้จักษุแพทย์เกิดความสนใจมากขึ้น

4. ด้านการจัดจำหน่าย บริษัทควรมี นโยบายที่ชัดเจนเรื่องการจัดส่งที่ตรงเวลา และ ทำเอกสารเป็นลายลักษณ์อักษรแจ้งให้ทราบอย่างชัดเจนเกี่ยวกับวันและเวลาการส่งของ หรือใน กรณีสั่งสินค้าผ่านทางบริษัทจะจัดส่งสินค้าไว้ในลักษณะใด เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพอใจ รวมถึงการรักษาคุณภาพในการส่งยาเช่นถ้าเป็นยาแช่เย็น อาจจะใช้รถแช่เย็นในการส่งของ เพื่อให้ ยายังคงรักษาคุณภาพไว้ได้ และเพิ่มช่องทางการสั่งยาเพิ่มขึ้น เพื่อเพิ่มความสะดวกในการสั่งยา เช่นมีเบอร์โทรฟรี หรือใช้ส่งข้อความทางโทรศัพท์ผ่านทางผู้แทนยา เป็นต้น

5. ด้านราคา ควรตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพของยา ในกรณีที่คุณภาพของยาไม่ แตกต่างจากยาของบริษัทคู่แข่งก็ไม่ควรที่จะตั้งราคาให้แตกต่างกันมากนัก นอกจากนี้บริษัทควร ให้ข้อมูลทางวิชาการต่างๆแก่คณะกรรมการบัญชียาหลักแห่งชาติ เพื่อให้ยาสามารถเข้าเป็นยาใน บัญชียาหลักแห่งชาติ ซึ่งจะสามารถทำให้ปริมาณการสั่งใช้ยาเพิ่มมากขึ้น เพราะจำนวนผู้ป่วยที่ สามารถเบิกใช้ยาได้มากขึ้น

นอกจากนี้มีข้อเสนอแนะเฉพาะกลุ่มดังนี้

1. จักขุแพทย์ที่มีคลินิกส่วนตัว บริษัทควรมีกลยุทธ์ทางด้านราคา เช่นให้ส่วนลดเพิ่มขึ้น เมื่อชำระเงินสด หรือเพิ่มส่วนลดเมื่อมีการสั่งซื้อในจำนวนมาก เพื่อให้ราคาถูกลง และ สำหรับเรื่องการจัดจำหน่าย ควรเพิ่มช่องทางการจัดส่ง เช่นจัดส่งทางรถประจำทาง เพื่อให้จักขุ แพทย์ได้รับยาเร็วกว่าปกติ 2-3 วัน

2. สำหรับจักขุแพทย์กลุ่มอายุ 51-60 ปี ควรจะให้ผู้แทนยาเข้าไปให้ความรู้ในผลิตภัณฑ์ที่ ขายมากเป็นพิเศษ เพื่อให้จักขุแพทย์กลุ่มนี้ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และเกิดความสัมพันธ์ที่ ดีกับผู้แทนยามากขึ้น