

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่ออายุรแพทย์ประจำโรงพยาบาลในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการใช้ยากลุ่มเออาร์บีผลการศึกษสามารถสรุปได้ 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่ออายุรแพทย์ในการใช้ยากลุ่มเออาร์บี

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่ออายุรแพทย์ในการใช้ยากลุ่มเออาร์บีจำแนกตามอายุของแพทย์ และประเภทของสถานพยาบาล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

แพทย์ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 102 คน พบว่าแพทย์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-35 ปี ประจำอยู่โรงพยาบาลรัฐบาล ที่มีจำนวนเตียงมากกว่า 500 เตียง

แพทย์ส่วนใหญ่มีจำนวนการตรวจรักษาผู้ป่วยโรคความดันโลหิตสูงโดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์อยู่ระหว่าง 20-50 คน โดยมีจำนวนผู้ป่วยโรคความดันโลหิตสูงที่ต้องจ่ายยาลดความดันโลหิตสูงกลุ่มเออาร์บี เพื่อการรักษา โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ต่ำกว่า 10 คน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่ออายุรแพทย์ในการใช้ยากลุ่มเออาร์บี

จากการศึกษาพบว่าแพทย์ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากเป็นลำดับที่ 1 ปัจจัยด้านราคาเป็นลำดับที่ 2 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นลำดับที่ 3 และปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายเป็นลำดับที่ 4 ตามลำดับ

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่ออายุรแพทย์ในการใช้ยากลุ่มเออาร์บีในระดับมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่แพทย์ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ตัวยามีการใช้มานานจนมั่นใจว่าปลอดภัยในการใช้ยา (Evidence Base) ตัวยามีความปลอดภัยสูง สามารถคงผลการรักษาที่ดีในระยะยาว ปัจจัยด้านราคา โดยปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีแพทย์ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ เป็นยา

ที่ผู้ป่วยสามารถเบิกค่าใช้จ่ายได้ ราคาสอดคล้องกับฐานะผู้ป่วย ราคาไม่แตกต่างกับยาในกลุ่มเดียวกัน ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยย่อยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่แพทย์ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่มีแผนพับให้ความรู้เบื้องต้นแก่คนไข้สามารถติดต่อกับผู้แทนยาได้ง่ายเมื่อมีปัญหาเรื่องยา มีตัวอย่างยาให้ทดลองใช้ในผู้ป่วย มีบทความหรือรายงานที่กล่าวถึงประสิทธิภาพของยาในเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต มีบทความหรือรายงานที่กล่าวถึงประสิทธิภาพของยาในวารสารการแพทย์ต่างประเทศ มีการจัดรายการพิเศษ ลดราคา แถมยา มีบทความหรือรายงานที่กล่าวถึงประสิทธิภาพของยาในวารสารทางการแพทย์ของไทย มีเอกสารจากบริษัท (บทความที่คัดลอกมาจากวารสารทางการแพทย์ต่างประเทศ) มีการจัดประชุมวิชาการเพื่อนำเสนอเกี่ยวกับยาโดยเชิญวิทยากรที่มีความรู้มาบรรยาย บุคลิกลักษณะและกริยามารยาของผู้แทนยา

ปัจจัยที่มีผลต่ออายุรแพทย์ในการใช้ยากลุ่มเออาร์บีในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่แพทย์ให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ การรักษาคุณภาพในขณะจัดส่ง

สรุปปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาดเมื่อนำมาเรียงตามลำดับของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ 10 อันดับแรก

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ระดับความสำคัญ
1	ตัวยามีการใช้มานานจนมั่นใจว่าปลอดภัยในการใช้ยา (Evidence Base)	ด้านผลิตภัณฑ์	4.61	มากที่สุด
2	ตัวยามีความปลอดภัยสูง	ด้านผลิตภัณฑ์	4.54	มากที่สุด
3	สามารถคงผลการรักษาที่ดีในระยะยาว	ด้านผลิตภัณฑ์	4.53	มากที่สุด
4	ประสิทธิภาพในการรักษาเหมาะสมกับอาการผู้ป่วย, การใช้ยาไม่ยุ่งยาก	ด้านผลิตภัณฑ์	4.47	มาก
5	เป็นยาในบัญชียาของโรงพยาบาล	ด้านผลิตภัณฑ์	4.45	มาก
6	มีปฏิกริยาระหว่างยา (Drug Interaction) ต่ำ	ด้านผลิตภัณฑ์	4.43	มาก
7	มีความสะดวกในการรับประทาน, มีขนาดยาให้เลือกหลายขนาด (Dosage)	ด้านผลิตภัณฑ์	4.31	มาก
8	มีแผ่นพับให้ความรู้เบื้องต้นแก่คนไข้	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.17	มาก
9	ตัวยามีผลข้างเคียงต่ำ, เป็นยาที่ผู้ป่วยสามารถเบิกค่าใช้จ่ายได้	ด้านผลิตภัณฑ์	4.10	มาก
10	ตัวยามีชื่อเสียง น่าเชื่อถือและมีข้อมูลอ้างอิงที่เชื่อถือได้	ด้านผลิตภัณฑ์	4.07	มาก

เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านปัจจัยย่อยที่แพทย์ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ 10 อันดับแรกพบว่าปัจจัยที่แพทย์ให้ความสำคัญเป็นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ทั้งสิ้น ยกเว้นลำดับที่ 8 เป็นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดคือมีแผ่นพับให้ความรู้เบื้องต้นแก่คนไข้

สรุปปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาดเมื่อนำมาเรียงตามลำดับของค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ 10 อันดับสุดท้าย

ลำดับที่	ปัจจัยย่อย	ส่วนประสมการตลาด	ค่าเฉลี่ย แปลผล	ระดับความสำคัญ
1	การแจกของชำร่วยต่างๆ เช่น ปากกา กระดาษทิชชู	ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.46	น้อย
2	มีสาขาหรือคลังสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	2.67	ปานกลาง
3	การมอบของขวัญในโอกาสพิเศษหรือสำคัญ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.75	ปานกลาง
4	มีรูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความคงทนและสวยงามเหมาะสมกับราคา	ด้านผลิตภัณฑ์	2.81	ปานกลาง
5	ยามีอายุเก็บรักษาได้นาน	ด้านผลิตภัณฑ์	2.87	ปานกลาง
6	ความสะดวกในการสั่งยากับบริษัท	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.06	ปานกลาง
7	การบริการจัดส่งที่รวดเร็วและตรงเวลา	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.08	ปานกลาง
8	มีการโฆษณาในวารสารทางการแพทย์	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.19	ปานกลาง
9	บริษัทจำหน่ายยามีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ	ด้านผลิตภัณฑ์	3.22	ปานกลาง
10	ตราสินค้ามีชื่อเสียง น่าเชื่อถือ	ด้านผลิตภัณฑ์	3.22	ปานกลาง

เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านปัจจัยย่อยที่แพทย์ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญน้อยที่สุด 10 อันดับสุดท้ายพบว่าปัจจัยที่แพทย์ให้ความสำคัญน้อยที่สุดเป็นปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดซึ่งเป็นปัจจัยย่อยด้านการแจกของชำร่วยต่างๆ เช่น ปากกา กระดาษทิชชู รองลงมาเป็นปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จะเห็นว่าปัจจัย 10 ลำดับสุดท้ายที่แพทย์ให้ความสำคัญน้อยที่สุดจะประกอบไปด้วย 4 ปัจจัยหลักคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งอยู่ในระดับน้อยและปานกลาง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่ออายุรแพทย์ในการใช้ยากลุ่มเออาร์บีจำแนกตามเพศ อายุของแพทย์ และประเภทของสถานพยาบาล

สรุประดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่ออายุรแพทย์ในการใช้ยากลุ่มเออาร์บีจำแนกตามเพศ

เพศ	ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด			
	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านการจัดจำหน่าย	ด้านการส่งเสริมการตลาด
เพศชาย	มาก	มาก	ปานกลาง	มาก
เพศหญิง	มาก	มาก	ปานกลาง	มาก

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่ออายุรแพทย์ที่เป็นเพศชายและเพศหญิงในการสั่งใช้ยากลุ่มเออาร์บีอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ส่วนปัจจัยที่มีผลต่ออายุรแพทย์ที่เป็นเพศชายและเพศหญิงในการสั่งใช้ยากลุ่มเออาร์บีในระดับปานกลาง ได้แก่ด้านการจัดจำหน่าย

แพทย์ที่เป็นเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลในการสั่งใช้ยากลุ่มเออาร์บีที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ตัวยาที่มีความปลอดภัยสูง ตัวยาที่มีการใช้มานานจนมั่นใจว่าปลอดภัยในการใช้ยา (Evidence Base) ประสิทธิภาพในการรักษาเหมาะสมกับอาการผู้ป่วย ส่วนแพทย์ที่เป็นเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลในการสั่งใช้ยากลุ่มเออาร์บีที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่แพทย์ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ตัวยาที่มีการใช้มานานจนมั่นใจว่าปลอดภัยในการใช้ยา (Evidence Base) การใช้ยาไม่ยุ่งยาก สามารถคงผลการรักษาที่ดีในระยะยาว มีปฏิกิริยาระหว่างยา (Drug Interaction) ต่ำ ตัวยาที่มีความปลอดภัยสูง เป็นยาในบัญชียาของโรงพยาบาล

แพทย์ที่เป็นเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลในการสั่งใช้ยากลุ่มเออาร์บีที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ราคาสอดคล้องกับฐานะผู้ป่วย เป็นยาที่ผู้ป่วยสามารถเบิกค่าใช้จ่ายได้ ราคาไม่แตกต่างกับยาในกลุ่มเดียวกัน ส่วนแพทย์ที่เป็นเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลในการสั่งใช้ยากลุ่มเออาร์บีที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลในการสั่งใช้ยากลุ่มเออาร์บีที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่

เป็นยาที่ผู้ป่วยสามารถเบิกค่าใช้จ่ายได้ ราคาไม่แตกต่างกับยาในกลุ่มเดียวกัน ราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น
ราคาสอดคล้องกับฐานะผู้ป่วย

แพทย์ที่เป็นเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลในการสั่งใช้ยากลุ่มเออาร์บีที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากได้แก่ การรักษาคุณภาพในขณะจัดส่ง ส่วนแพทย์ที่เป็นเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลในการสั่งใช้ยากลุ่มเออาร์บีที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่แพทย์ให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ การรักษาคุณภาพในขณะจัดส่ง

แพทย์ที่เป็นเพศชายให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลในการสั่งใช้ยากลุ่มเออาร์บีที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากได้แก่ มีการจัดประชุมวิชาการเพื่อนำเสนอเกี่ยวกับยาโดยเชิญวิทยากรที่มีความรู้มาบรรยาย มีเอกสารจากบริษัท (บทความที่คัดลอกมาจากวารสารทางการแพทย์ต่างประเทศ) มีบทความหรือรายงานที่กล่าวถึงประสิทธิภาพของยาในวารสารทางการแพทย์ของไทย มีบทความหรือรายงานที่กล่าวถึงประสิทธิภาพของยาในวารสารการแพทย์ต่างประเทศ มีบทความหรือรายงานที่กล่าวถึงประสิทธิภาพของยาในเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต มีแผ่นพับให้ความรู้เบื้องต้นแก่คนไข้ มีตัวอย่างยาให้ทดลองใช้ในผู้ป่วย มีการจัดรายการพิเศษ ลดราคา แถมยา ความสม่ำเสมอในการเข้าพบของผู้แทนยา บุคลิกลักษณะและกริยามารยาทของผู้แทนยา ความรู้ในผลิตภัณฑ์ของผู้แทนยา สามารถติดต่อกับผู้แทนยาได้ง่ายเมื่อมีปัญหาเรื่องยา ส่วนแพทย์ที่เป็นเพศหญิงให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลในการสั่งใช้ยากลุ่มเออาร์บีที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่แพทย์ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีการจัดประชุมวิชาการเพื่อนำเสนอเกี่ยวกับยาโดยเชิญวิทยากรที่มีความรู้มาบรรยาย มีเอกสารจากบริษัท (บทความที่คัดลอกมาจากวารสารทางการแพทย์ต่างประเทศ) มีบทความหรือรายงานที่กล่าวถึงประสิทธิภาพของยาในวารสารทางการแพทย์ของไทย มีบทความหรือรายงานที่กล่าวถึงประสิทธิภาพของยาในวารสารการแพทย์ต่างประเทศ มีบทความหรือรายงานที่กล่าวถึงประสิทธิภาพของยาในเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต มีแผ่นพับให้ความรู้เบื้องต้นแก่คนไข้ มีตัวอย่างยาให้ทดลองใช้ในผู้ป่วย มีการจัดรายการพิเศษ ลดราคา แถมยา มีการสนับสนุนค่าใช้จ่ายสำหรับการประชุมวิชาการในประเทศ บุคลิกลักษณะและกริยามารยาทของผู้แทนยา ความรู้ในผลิตภัณฑ์ของผู้แทนยา สามารถติดต่อกับผู้แทนยาได้ง่ายเมื่อมีปัญหาเรื่องยา

สรุประดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่ออายุรแพทย์ในการใช้ยากลุ่มเออาร์บีจำแนกตามช่วงอายุของแพทย์

อายุแพทย์(ปี)	ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด			
	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านการจัดจำหน่าย	ด้านการส่งเสริมการตลาด
25-30 ปี	มาก	มาก	ปานกลาง	มาก
31-35 ปี	มาก	มาก	ปานกลาง	มาก
36-40 ปี	มาก	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง
41-45 ปี	มาก	มาก	ปานกลาง	มาก
มากกว่า 45 ปี	มาก	มาก	ปานกลาง	มาก

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่ออายุรแพทย์ในการสั่งใช้ยากลุ่มเออาร์บีที่มีอายุระหว่าง 25-30 ปี ปัจจัยที่มีความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่แพทย์ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ตัวยาที่มีการใช้มานานจนมั่นใจว่าปลอดภัยในการใช้ยา (Evidence Base) ประสิทธิภาพในการรักษาเหมาะสมกับอาการผู้ป่วย สามารถคงผลการรักษาได้ดีในระยะยาว ตัวยาที่มีความปลอดภัยสูง ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยย่อยด้านราคาที่แพทย์ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ เป็นยาที่ผู้ป่วยสามารถเบิกค่าใช้จ่ายได้ ราคาสอดคล้องกับฐานะผู้ป่วย และปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่แพทย์ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ความรู้ในผลิตภัณฑ์ของผู้แทนยา มีบทความหรือรายงานที่กล่าวถึงประสิทธิภาพของยาในวารสารการแพทย์ต่างประเทศ มีแผ่นพับให้ความรู้เบื้องต้นแก่คนไข้ มีบทความหรือรายงานที่กล่าวถึงประสิทธิภาพของยาในวารสารทางการแพทย์ของไทย มีการจัดประชุมวิชาการเพื่อนำเสนอเกี่ยวกับยาโดยเชียววิทยากรที่มีความรู้มาบรรยาย มีการจัดรายการพิเศษ ลดราคา แถมยา บุคลิกลักษณะและกริยามารยาของผู้แทนยา มีตัวอย่างยาให้ทดลองใช้ในผู้ป่วย สามารถติดต่อกับผู้แทนยาได้ง่ายเมื่อมีปัญหาเรื่องยา มีบทความหรือรายงานที่กล่าวถึงประสิทธิภาพของยาในเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต มีเอกสารจากบริษัท (บทความที่คัดลอกมาจากวารสารทางการแพทย์ต่างประเทศ) ความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้แทนยา ความสม่ำเสมอในการเข้าพบของผู้แทนยา

ปัจจัยที่แพทย์ที่มีอายุระหว่าง 25-30 ปี ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่แพทย์ให้ความสนใจในระดับปานกลาง ได้แก่

การรักษาคุณภาพในขณะจัดส่ง การบริการจัดส่งที่รวดเร็วและตรงเวลา ความสะดวกในการสั่งยากับบริษัท มีสาขาหรือคลังสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยที่มีผลต่ออายุรแพทย์ในการสั่งใช้ยากลุ่มเออาร์บี แพทย์ที่มีอายุระหว่าง 31-35 ปี โดยปัจจัยที่มีความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่แพทย์ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ตัวยามีการใช้นานจนมั่นใจว่าปลอดภัยในการใช้ยา (Evidence Base) ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยย่อยด้านราคาที่แพทย์ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ราคาสอดคล้องกับฐานะผู้ป่วย เป็นยาที่ผู้ป่วยสามารถเบิกค่าใช้จ่ายได้ ราคาไม่แตกต่างกับยาในกลุ่มเดียวกัน ราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่แพทย์ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีบทความหรือรายงานที่กล่าวถึงประสิทธิภาพของยาในเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต

ปัจจัยที่แพทย์ที่มีอายุระหว่าง 31-35 ปี ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่แพทย์ให้ความสนใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การรักษาคุณภาพในขณะจัดส่ง การบริการจัดส่งที่รวดเร็วและตรงเวลา ความสะดวกในการสั่งยากับบริษัท มีสาขาหรือคลังสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยที่มีผลต่ออายุรแพทย์ในการสั่งใช้ยากลุ่มเออาร์บี แพทย์ที่มีอายุระหว่าง 36-40 ปี โดยปัจจัยที่มีความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่แพทย์ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ สามารถคงผลการรักษาที่ดีในระยะยาว การใช้ยาไม่ยุ่งยาก มีปฏิกิริยาระหว่างยา (Drug Interaction) ต่ำ ตัวยามีความปลอดภัยสูง เป็นยาในบัญชียาของโรงพยาบาล ตัวยามีการใช้นานจนมั่นใจว่าปลอดภัยในการใช้ยา (Evidence Base) ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยย่อยด้านราคาที่แพทย์ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ เป็นยาที่ผู้ป่วยสามารถเบิกค่าใช้จ่ายได้ ราคาสอดคล้องกับฐานะผู้ป่วย ราคาไม่แตกต่างกับยาในกลุ่มเดียวกัน

ปัจจัยที่แพทย์ที่มีอายุระหว่าง 36-40 ปี ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่แพทย์ให้ความสนใจในระดับมาก ได้แก่ การรักษาคุณภาพในขณะจัดส่ง และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่แพทย์ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีตัวอย่างยาให้ทดลองใช้ในผู้ป่วย มีแผ่นพับให้ความรู้เบื้องต้นแก่คนไข้ มีบทความหรือรายงานที่กล่าวถึงประสิทธิภาพของยาในเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต มีการจัดรายการพิเศษ ลดราคา แคมเปญ ความรู้ในผลิตภัณฑ์ของผู้แทนยา มีบทความหรือรายงานที่กล่าวถึงประสิทธิภาพของยาในวารสารการแพทย์ต่างประเทศ สามารถติดต่อกับผู้แทนยาได้ง่ายเมื่อมีปัญหาเรื่องยา

ปัจจัยที่มีผลต่ออายุรแพทย์ในการสั่งใช้ยากลุ่มเออาร์บี แพทย์ที่มีอายุระหว่าง 41-45 ปี โดยปัจจัยที่มีความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ตัวยาที่มีการใช้มานานจนมั่นใจว่าปลอดภัยในการใช้ยา (Evidence Base) สามารถคงผลการรักษาที่ดีในระยะยาว การใช้ยาไม่ยุ่งยาก เป็นยาในบัญชียาของโรงพยาบาล มีขนาดยาให้เลือกหลายขนาด (Dosage) มีปฏิกิริยาระหว่างยา (Drug Interaction) ต่ำ ตัวยามีความปลอดภัยสูง ประสิทธิภาพในการรักษาเหมาะสมกับอาการผู้ป่วย ปัจจัยด้านราคาปัจจัย ปัจจัยย่อยด้านราคาที่แพทย์ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ เป็นยาที่ผู้ป่วยสามารถเบิกค่าใช้จ่ายได้ ราคาสอดคล้องกับฐานะผู้ป่วย ราคาไม่แตกต่างกับยาในกลุ่มเดียวกัน ราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น และ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่แพทย์ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ มีแผ่นพับให้ความรู้เบื้องต้นแก่คนไข้

ปัจจัยที่แพทย์ที่มีอายุระหว่าง 41-45 ปี ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่แพทย์ให้ความสนใจในระดับปานกลาง ได้แก่ การรักษาคูณภาพในขณะจัดส่ง ความสะดวกในการสั่งยากับบริษัท การบริการจัดส่งที่รวดเร็วและตรงเวลา

ปัจจัยที่มีผลต่ออายุรแพทย์ในการสั่งใช้ยากลุ่มเออาร์บี แพทย์ที่มีอายุมากกว่า 45 ปี โดยปัจจัยที่มีความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่แพทย์ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ตัวยาที่มีความปลอดภัยสูง มีปฏิกิริยาระหว่างยา (Drug Interaction) ต่ำ การใช้ยาไม่ยุ่งยาก ปัจจัยด้านราคา โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่แพทย์ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ เป็นยาที่ผู้ป่วยสามารถเบิกค่าใช้จ่ายได้ ราคาสอดคล้องกับฐานะผู้ป่วย ราคาไม่แตกต่างกับยาในกลุ่มเดียวกัน และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่แพทย์ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีแผ่นพับให้ความรู้เบื้องต้นแก่คนไข้ ความรู้ในผลิตภัณฑ์ของผู้แทนยา มีบทความหรือรายงานที่กล่าวถึงประสิทธิภาพของยาในเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต มีตัวอย่างยาให้ทดลองใช้ในผู้ป่วย บุคลิกลักษณะและกริยามารยาทของผู้แทนยา สามารถติดต่อกับผู้แทนยาได้ง่ายเมื่อมีปัญหาเรื่องยา มีบทความหรือรายงานที่กล่าวถึงประสิทธิภาพของยาในวารสารการแพทย์ต่างประเทศ มีบทความหรือรายงานที่กล่าวถึงประสิทธิภาพของยาในวารสารทางการแพทย์ของไทย ความสม่ำเสมอในการเข้าพบของผู้แทนยา มีการจัดรายการพิเศษ ลดราคา แคมเปญ ความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้แทนยา มีเอกสารจากบริษัท (บทความที่คัดลอกมาจากวารสารทางการแพทย์ต่างประเทศ) มีการจัดประชุมวิชาการเพื่อนำเสนอเกี่ยวกับยาโดยเชิญวิทยากรที่มีความรู้มาบรรยาย มีการสนับสนุนค่าใช้จ่ายสำหรับการประชุมวิชาการในต่างประเทศ

ปัจจัยที่แพทย์ที่มีอายุมากกว่า 45 ปี ให้ความสำคัญในระดับปานกลางได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่แพทย์ให้ความสนใจในระดับมาก ได้แก่ การรักษาคุณภาพในขณะจัดส่ง

สรุประดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่ออายุรแพทย์ในการใช้ยากลุ่มเออาร์บีจำแนกตามประเภทของสถานพยาบาล

สถานพยาบาล	ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด			
	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านการจัดจำหน่าย	ด้านการส่งเสริมการตลาด
โรงพยาบาลรัฐบาล	มาก	มาก	ปานกลาง	ปานกลาง
โรงพยาบาลเอกชน	มาก	มาก	ปานกลาง	มาก

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่ออายุรแพทย์ที่ประจำอยู่ที่ทั้งในโรงพยาบาลรัฐบาลและโรงพยาบาลเอกชนในการสั่งใช้ยากลุ่มเออาร์บี อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ส่วนปัจจัยที่มีผลต่ออายุรแพทย์ที่ประจำอยู่ที่ทั้งในโรงพยาบาลรัฐบาลและโรงพยาบาลเอกชนในการสั่งใช้ยากลุ่มเออาร์บีในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดแพทย์ที่ประจำอยู่ในโรงพยาบาลรัฐบาลให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ส่วนแพทย์ที่ประจำอยู่ในโรงพยาบาลเอกชนให้ความสำคัญในระดับมาก

แพทย์ที่ประจำอยู่ในโรงพยาบาลรัฐบาลให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลในการสั่งใช้ยากลุ่มเออาร์บีที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ตัวยาที่มีการใช้มานานจนมั่นใจว่าปลอดภัยในการใช้ยา (Evidence Base) ตัวยาที่มีความปลอดภัยสูง สามารถคงผลการรักษาที่ดีในระยะยาว ส่วนแพทย์ที่ประจำอยู่ในโรงพยาบาลเอกชนให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลในการสั่งใช้ยากลุ่มเออาร์บีมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่แพทย์ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ตัวยาที่มีการใช้มานานจนมั่นใจว่าปลอดภัยในการใช้ยา (Evidence Base) การใช้ยาไม่ยุ่งยาก เป็นยาในบัญชียาของโรงพยาบาล มีปฏิกริยาระหว่างยา (Drug Interaction) ต่ำ ตัวยาที่มีความปลอดภัยสูง สามารถคงผลการรักษาที่ดีในระยะยาว มีขนาดยาให้เลือกหลายขนาด (Dosage)

แพทย์ที่ประจำอยู่ในโรงพยาบาลรัฐบาลให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีผลในการสั่งใช้ยากลุ่มเออาร์บีที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

ได้แก่ เป็นยาที่ผู้ป่วยสามารถเบิกค่าใช้จ่ายได้ ราคาสอดคล้องกับฐานะผู้ป่วย ราคาไม่แตกต่างกับยาในกลุ่มเดียวกัน ส่วนแพทย์ที่ประจำอยู่ในโรงพยาบาลเอกชนให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาที่มีผลในการสั่งใช้ยากลุ่มเออาร์บีมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านราคาที่เป็นแพทย์ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ เป็นยาที่ผู้ป่วยสามารถเบิกค่าใช้จ่ายได้ ราคาสอดคล้องกับฐานะผู้ป่วย ราคาไม่แตกต่างกับยาในกลุ่มเดียวกัน ราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น ราคาถูกกว่ายี่ห้ออื่น

แพทย์ที่ประจำอยู่ในโรงพยาบาลรัฐบาลให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลในการสั่งใช้ยากลุ่มเออาร์บีที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การรักษาคุณภาพในขณะที่จัดส่ง การบริการจัดส่งที่รวดเร็ว และตรงเวลา ความสะดวกในการสั่งยากับบริษัท มีสาขาหรือคลังสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนแพทย์ที่ประจำอยู่ในโรงพยาบาลเอกชนให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีผลในการสั่งใช้ยากลุ่มเออาร์บีมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่แพทย์ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การรักษาคุณภาพในขณะที่จัดส่ง

แพทย์ที่ประจำอยู่ในโรงพยาบาลรัฐบาลให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลในการสั่งใช้ยากลุ่มเออาร์บีที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีบทความหรือรายงานที่กล่าวถึงประสิทธิภาพของยาในเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต ความรู้ในผลิตภัณฑ์ของผู้แทนยา มีแผ่นพับให้ความรู้เบื้องต้นแก่คนไข้ มีบทความหรือรายงานที่กล่าวถึงประสิทธิภาพของยาในวารสารการแพทย์ต่างประเทศ มีบทความหรือรายงานที่กล่าวถึงประสิทธิภาพของยาในวารสารทางการแพทย์ของไทย สามารถติดต่อกับผู้แทนยาได้ง่ายเมื่อมีปัญหาเรื่องยา มีตัวอย่างยาให้ทดลองใช้ในผู้ป่วย บุคลิกลักษณะและกริยามารยาทของผู้แทนยา มีการจัดประชุมวิชาการเพื่อนำเสนอเกี่ยวกับยาโดยเชียววิทยากรที่มีความรู้มาบรรยาย ความสม่ำเสมอในการเข้าพบของผู้แทนยา ส่วนแพทย์ที่ประจำอยู่ในโรงพยาบาลเอกชนให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลในการสั่งใช้ยากลุ่มเออาร์บีมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่แพทย์ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีแผ่นพับให้ความรู้เบื้องต้นแก่คนไข้ มีตัวอย่างยาให้ทดลองใช้ในผู้ป่วย มีบทความหรือรายงานที่กล่าวถึงประสิทธิภาพของยาในเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต มีการจัดรายการพิเศษ ลดราคา แคมเปญ มีเอกสารจากบริษัท (บทความที่คัดลอกมาจากวารสารทางการแพทย์ต่างประเทศ) ความรู้ในผลิตภัณฑ์ของผู้แทนยา มีบทความหรือรายงานที่กล่าวถึงประสิทธิภาพของยาในวารสารการแพทย์ต่างประเทศ มีการจัดประชุมวิชาการเพื่อนำเสนอเกี่ยวกับยาโดยเชียววิทยากรที่มีความรู้มาบรรยาย มีบทความหรือรายงานที่กล่าวถึงประสิทธิภาพของยาในวารสารทางการแพทย์ของไทย สามารถติดต่อกับผู้แทนยาได้ง่ายเมื่อมีปัญหาเรื่องยา บุคลิกลักษณะและกริยามารยาทของผู้แทนยา

มีการสนับสนุนค่าใช้จ่ายสำหรับการประชุมวิชาการในต่างประเทศ มีการออกร้าน (Booth) ตามงานประชุมวิชาการทางการแพทย์ต่างๆ มีการสนับสนุนค่าใช้จ่ายสำหรับการประชุมวิชาการในประเทศ

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่ออายุรแพทย์ประจำโรงพยาบาลในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการสั่งใช้ยากลุ่มเออาร์บี ได้ใช้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และด้านส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด (Promotion Mixs) เป็นเครื่องมือที่ต้องใช้ร่วมกันในการสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้เกิดความพึงพอใจรวมทั้งเป็นสิ่งกระตุ้นที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ยากลุ่มเออาร์บี

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่ออายุรแพทย์ในการเลือกใช้ยากลุ่มเออาร์บีเป็นไปตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดมีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ขาดความดันโลหิตสูงกลุ่มเออาร์บี มีหลายตัวยาที่แพทย์สามารถเลือกใช้ได้จากการศึกษาพบว่าแพทย์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญระดับมากกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งและตัวยามีการใช้มานานจนมั่นใจว่าปลอดภัยในการใช้ยา (Evidence Base) ตัวยาที่มีความปลอดภัยสูง และสามารถคงผลการรักษาได้ดีในระยะยาวซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของจิตา ตันติวัฒน์ (2548) สิริพิม อร่ามณา (2551) และเอกรัฐ วิทิตกพัทธ์ (2543) ที่แพทย์ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด

ปัจจัยด้านราคา

จากการศึกษาพบว่าแพทย์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญระดับมากในปัจจัยด้านราคา โดยมุ่งเน้นที่ เป็นยาที่ผู้ป่วยสามารถเบิกค่าใช้จ่ายได้ ราคาสอดคล้องกับฐานะผู้ป่วย และราคาไม่แตกต่างกับยาในกลุ่มเดียวกัน ซึ่งผลการศึกษาในครั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของจิตา ตันติวัฒน์ (2548) และเอกรัฐ วิทิตกพัทธ์ (2543) ที่แพทย์ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคาเป็นลำดับที่ 2

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่าแพทย์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายระดับปานกลางซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของจิตา ตันติวัฒน์ (2548) สิริพิม อร่ามณา (2551) และเอกรัฐ วิทิตกพัทธ์ (2543) ทั้งนี้อาจจะมีสาเหตุจากการที่แพทย์เหล่านี้ไม่ได้มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการสั่งซื้อยาโดยตรงจึงไม่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมากนัก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

จากการศึกษาพบว่าแพทย์ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญระดับมาก ในปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยแพทย์ให้ความสำคัญเป็นอันดับ 3 รองจากปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านราคา โดยปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่แพทย์ให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ มีแผ่นพับให้ความรู้เบื้องต้นแก่คนไข้ สามารถติดต่อกับผู้แทนยาได้ง่ายเมื่อมีปัญหาเรื่องยา มีตัวอย่างยาให้ทดลองใช้ในผู้ป่วย มีบทความหรือรายงานที่กล่าวถึงประสิทธิภาพของยาในเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต มีบทความหรือรายงานที่กล่าวถึงประสิทธิภาพของยาในวารสารการแพทย์ต่างประเทศ มีการจัดรายการพิเศษ ลดราคา แคมเปญบทความหรือรายงานที่กล่าวถึงประสิทธิภาพของยาในวารสารทางการแพทย์ของไทย มีเอกสารจากบริษัท (บทความที่คัดลอกมาจากวารสารทางการแพทย์ต่างประเทศ) มีการจัดประชุมวิชาการเพื่อนำเสนอเกี่ยวกับยาโดยเชิญวิทยากรที่มีความรู้มาบรรยาย บุคลิกลักษณะและกริยามารยาของผู้แทนยา ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของจิตา ดันตีวัฒน์ และเอกรัฐ วิทิตกพัทธ์ ที่แพทย์ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง

เมื่ออภิปรายผลโดยพิจารณาการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ด้านเภสัชกรรมหรือยา (Pharmaceutical Marketing หรือ Medico-marketing) พบว่า

ด้านการให้ของที่ระลึกของขวัญ (Gifting)

แม้ว่าการให้ของที่ระลึกหรือของขวัญเป็นการขัดจริยธรรม แต่ก็มีกรปฏิบัติกันมาช้านาน พบว่าแพทย์ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการมอบของขวัญในโอกาสพิเศษหรือในโอกาสสำคัญและการแจกของชำร่วยต่างๆ เช่น ปากกา กระดาษทิชชู ในระดับปานกลางดังนั้นอาจจะเป็นผลเนื่องจากการให้ของที่ระลึกหรือของขวัญทุกบริษัทก็ปฏิบัติเช่นเดียวกันจึงทำให้แพทย์ไม่เห็นถึงความสำคัญต่อของที่ระลึกหรือของขวัญที่บริษัทยาให้

การให้ข้อมูลยา (Detailing)

จากการศึกษาพบว่าแพทย์ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านพนักงานขายในเรื่องความรู้ในผลิตภัณฑ์ของผู้แทนยา สามารถติดต่อกับผู้แทนยาได้ง่ายเมื่อมีปัญหาเรื่องยา และบุคลิกลักษณะและกริยามารยาของผู้แทนยาในระดับมาก ส่วนปัจจัยย่อยด้านความสม่ำเสมอในการเข้าพบของผู้แทนยา และความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้แทนยาแพทย์ให้ความสำคัญในระดับปานกลางแสดงให้เห็นว่าแพทย์ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านพนักงานขายและให้ความสำคัญกับความรู้ในผลิตภัณฑ์ของผู้แทนยาเพราะผู้แทนยาสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับแพทย์และสามารถแก้ไข้ปัญหาเรื่องการใช้ยาแก่แพทย์ได้ทันทีที่มีปัญหา แพทย์จึงให้ความสำคัญในระดับมาก

การให้ตัวอย่างยา (Drug Samples)

จากการศึกษาพบว่าแพทย์ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการมีตัวอย่างยาให้ทดลองใช้ในผู้ป่วยและ มีการจัดรายการพิเศษ ลดราคา แคมเปญอยู่ในระดับมาก เนื่องจากในปัจจุบันมียาใหม่ ออกสู่ตลาดจำนวนมากและมีราคาแพงในการที่จะถูกพิจารณาเข้าอยู่ในบัญชีของ โรงพยาบาลก็อาจทำได้ยากขึ้น การให้ตัวอย่างยาทำให้แพทย์มีโอกาสใช้ยาใหม่ๆ เหล่านี้จากตัวอย่างยาที่บริษัทยาให้ทดลองใช้ และในภาวะปัจจุบันที่รัฐบาลจำกัดงบประมาณค่าใช้จ่ายเรื่องยามากขึ้น ทำให้แพทย์ให้ความสำคัญกับการจัดรายการพิเศษ ลดราคา แคมเปญ มากขึ้น

การสนับสนุนการศึกษาต่อเนื่องรวมถึงการศึกษาวิจัยของแพทย์ (Sponsoring Continuing Medical Education (CME))

จากการศึกษาพบว่าแพทย์ให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยด้านการสนับสนุนค่าใช้จ่ายสำหรับการประชุมวิชาการในประเทศ และมีการสนับสนุนค่าใช้จ่ายสำหรับการประชุมวิชาการในต่างประเทศในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจมีสาเหตุเนื่องจากในประเทศไทยแพทย์เกรงว่าจะถูกมองว่ามีผลประโยชน์ร่วมกับบริษัทยาถ้ามีการสนับสนุนแพทย์ท่านใดท่านหนึ่งไปศึกษาต่อเนื่องหรือศึกษาวิจัย จึงทำให้ในประเทศไทยบริษัทยาทำได้เพียงการสนับสนุนแพทย์เพื่อไปประชุมวิชาการในช่วงสั้นๆ โดยมีบริษัทยาเป็นผู้สนับสนุนค่าใช้จ่ายเท่านั้น

ข้อค้นพบ

1. จากการศึกษาพบว่าปัจจัยส่วนประทางการตลาดที่มีผลต่ออายุรแพทย์ประจำโรงพยาบาลในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการเลือกใช้อายากลุ่มเออาร์บีที่แพทย์ให้ความสำคัญจากมากไปน้อย คือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

2. จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่แพทย์ให้ความสำคัญในระดับมากเรียงคะแนนตามลำดับดังนี้

- มีแผ่นพับให้ความรู้เบื้องต้นแก่คนไข้
- สามารถติดต่อกับผู้แทนยาได้ง่ายเมื่อมีปัญหาเรื่องยา
- มีตัวอย่างยาให้ทดลองใช้ในผู้ป่วย
- มีบทความหรือรายงานที่กล่าวถึงประสิทธิภาพของยาในเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต
- มีบทความหรือรายงานที่กล่าวถึงประสิทธิภาพของยาในวารสารการแพทย์

ต่างประเทศ

- มีการจัดรายการพิเศษ ลดราคา แคมเปญ
- มีบทความหรือรายงานที่กล่าวถึงประสิทธิภาพของยาในวารสารทางการแพทย์ของไทย
- มีเอกสารจากบริษัท (บทความที่คัดลอกมาจากวารสารทางการแพทย์ต่างประเทศ)
- มีการจัดประชุมวิชาการเพื่อนำเสนอเกี่ยวกับยาโดยเชียววิทยากรที่มีความรู้มาบรรยาย
- บุคลิกลักษณะและกิริยามารยาทของผู้แทนยา

3. ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่แพทย์ให้ความสำคัญในระดับน้อยคือ การแจกของชำร่วยต่างๆ เช่น ปากกา กระดาษ ทิชชู

4. อายุรแพทย์ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกันทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด

5. อายุรแพทย์ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านราคาในระดับมาก

6. อายุรแพทย์ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกช่วงอายุ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในระดับปานกลาง

7. อายุรแพทย์ที่มีช่วงอายุ 25-30 ปี, 31-35 ปี, 41-45 ปี, มากกว่า 45 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก ส่วนแพทย์ที่มีช่วงอายุ 36-45 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง

8. อายุรแพทย์ที่ประจำอยู่ในโรงพยาบาลรัฐบาลและเอกชนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยด้านราคาในระดับมากเหมือนกัน

9. อายุรแพทย์ที่ประจำอยู่ในโรงพยาบาลเอกชนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมาก ส่วนแพทย์ที่ประจำอยู่ในโรงพยาบาลรัฐบาลให้ความสำคัญในระดับปานกลาง

10. อายุรแพทย์ที่ประจำอยู่ในโรงพยาบาลรัฐบาลและเอกชนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายในระดับปานกลาง

11. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อายุรแพทย์ให้ความสำคัญด้านการประชาสัมพันธ์ รองลงมาคือพนักงานขาย การส่งเสริมการขาย และการโฆษณาตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่ออายุแพทย์ประจำโรงพยาบาลในอำเภอเมืองเชียงใหม่ในการสั่งจ่ายยาในกลุ่มเออาร์บีในครั้งนี้สามารถนำมาเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด โดยดูจากผลการศึกษาที่แพทย์ให้ความสำคัญเรียงตามลำดับจากมากไปน้อยดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ บริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายยาลดความดันโลหิตสูงกลุ่มเออาร์บี ควรจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุดเพราะจากผลการศึกษาแพทย์ให้ความสำคัญในการเลือกใช้เป็นอันดับแรก ดังนั้นบริษัทผู้ผลิตยาควรให้ความสำคัญกับการคิดค้นยาที่มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพในการรักษาที่ดี นอกจากประสิทธิภาพที่ดีในการรักษาแล้วบริษัทยาควรให้ความสำคัญในเรื่องความปลอดภัยในการใช้ยาของผู้ป่วยว่าเป็นตัวยาที่มีความปลอดภัย โดยทางบริษัทควรมีนโยบายในการทำการศึกษาทั้งประสิทธิภาพของยาและทำการศึกษาถึงความปลอดภัยของยาเนื่องจากเป็นปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่แพทย์ให้คะแนนความสำคัญมากที่สุดคือตัวยามีการใช้มานานจนมั่นใจว่าปลอดภัยในการใช้ยา (Evidence Base) ในการใช้รักษาผู้ป่วยหลายกลุ่มไม่ว่าจะเป็นผู้ป่วยสูงอายุหรือผู้ป่วยที่มีโรคประจำตัวอย่างอื่นร่วมด้วยเช่นโรคไขมัน เบาหวาน หัวใจ หรือโรคเรื้อรังอื่นๆที่สามารถเป็นได้เพราะผู้ป่วยที่เป็นโรคความดันโลหิตสูงมักจะมีโรคอย่างอื่นร่วมด้วย

2. ด้านราคา บริษัทผู้ผลิตยาลดความดันโลหิตสูงกลุ่มเออาร์บีควรตั้งราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพและควรทำการสำรวจราคาคู่แข่งก่อนตั้งราคาเนื่องจากยาในกลุ่มเดียวกันประสิทธิภาพใกล้เคียงกันควรมีราคาใกล้เคียงกันเพราะแพทย์ให้ความสำคัญเรื่องราคามาเป็นอันดับที่ 2 เนื่องจากยาลดความดันโลหิตสูงกลุ่มเออาร์บีเป็นยาที่มีราคาค่อนข้างสูง ผู้ป่วยที่สามารถใช้ยาในกลุ่มนี้ได้คือผู้ป่วยที่มีสิทธิเบิกได้ ส่วนผู้ป่วยที่จ่ายค่ารักษาเองก็อาจจะประสบปัญหาเช่นกัน ดังนั้นการตั้งราคาที่แพงเกินไปอาจจะส่งผลต่อการเบิกจ่ายยาเนื่องจากสถานการณ์ของประเทศไทยในปัจจุบันรัฐบาลยังคงต้องควบคุมค่าใช้จ่ายเรื่องยาของข้าราชการที่เพิ่มสูงขึ้นทุกปี

3. ด้านการส่งเสริมการตลาด เนื่องจากยาลดความดันโลหิตสูงกลุ่มเออาร์บีที่มีจำหน่ายอยู่ในตลาดขณะนี้มีความใกล้เคียงกันในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ดังนั้นสิ่งที่สามารถสร้างความแตกต่างในแต่ละผลิตภัณฑ์ของบริษัทคือปัจจัยด้านการส่งเสริมทางการตลาดที่แตกต่างกัน

3.1 ด้านการโฆษณา จากการศึกษพบว่าแพทย์ให้ความสำคัญด้านการโฆษณาในระดับปานกลาง จึงแสดงให้เห็นว่าแพทย์ไม่ได้ให้ความสนใจกับการโฆษณามากนัก ทางบริษัทควรพิจารณาการแบ่งงบประมาณในการโฆษณาแต่พอสมควรและเลือกใช้กลยุทธ์ที่

เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ คือเพื่อแจ้งข่าวสารใหม่ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้แก่แพทย์ทราบเพื่อให้แพทย์ที่ยังไม่รู้จักยาได้รู้จักและเป็นการเตือนความจำให้แพทย์ยังรู้จักและจำผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้

3.2 ด้านการประชาสัมพันธ์ บริษัทผู้ผลิตยาลดความดันโลหิตกลุ่มเออาร์บี ควรทำการประชาสัมพันธ์โดยการมีบทความหรือรายงานที่กล่าวถึงประสิทธิภาพของยาในเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ตเนื่องจากปัจจุบันแพทย์สามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับยาได้ง่ายสะดวก และน่าเชื่อถือ โดยการหาข้อมูลทางเว็บไซต์ทางการแพทย์ต่าง บริษัทควรทำการประชาสัมพันธ์โดยมีบทความหรือรายงานที่กล่าวถึงประสิทธิภาพของยาในวารสารทางการแพทย์ของไทยและของต่างประเทศ เพื่อเป็นเครื่องมือที่จะให้ผู้แทนยานำไปให้ข้อมูลแก่แพทย์ เพื่อเป็นการเพิ่มความมั่นใจแก่แพทย์ในประสิทธิภาพของยา บริษัทควรมีการจัดประชุมวิชาการเพื่อนำเสนอข้อมูลทางวิชาการเกี่ยวกับยา โดยเชิญวิทยากรที่มีความรู้และน่าเชื่อถือมาบรรยายเพื่อให้ความรู้แก่แพทย์ที่ต้องการข้อมูลทางวิชาการเกี่ยวกับประสิทธิภาพของยา และบริษัทควรมีแผนพับให้ความรู้เบื้องต้นแก่คนไข้เพราะจากการศึกษาพบว่าแพทย์ให้ความสำคัญในระดับมากและเนื่องจากโรคความดันโลหิตสูงเป็นโรคที่ผู้ป่วยต้องให้ความร่วมมือในการรักษาเป็นอย่างดีถึงจะทำให้ได้ผลการรักษาที่ดีเพราะผู้ป่วยต้องรับประทานยาทุกวันและต้องดูแลสุขภาพให้แข็งแรงอยู่เสมอเพื่อป้องกันการเกิดโรคต่างๆเพิ่มขึ้น ดังนั้นทางบริษัทควรให้ความสำคัญต่อการให้ความรู้โดยตรงต่อผู้ป่วยโดยการทำเป็นแผนพับให้ความรู้เพื่อเป็นการช่วยแพทย์ผู้รักษาเพิ่มประสิทธิภาพในการรักษาและเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่บริษัทด้วย

3.3 ด้านการส่งเสริมการขาย บริษัทควรให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการขายให้มากขึ้นเนื่องจากในภาวะปัจจุบันทางแพทย์ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านมากขึ้นเช่น การให้ตัวอย่างยา (Drug Samples) จากการศึกษพบว่าแพทย์ให้ความสำคัญในระดับมากบริษัทควรจะจัดสรรงบประมาณในการทำการตลาดในส่วนนี้ให้มากขึ้น ส่วนการให้ของที่ระลึก-ของขวัญ (Gifting) จากการศึกษพบว่าแพทย์ให้ความสำคัญในระดับปานกลางดังนั้นบริษัทควรจะลดความสำคัญกับปัจจัยด้านนี้ลงและไปเพิ่มในปัจจัยด้านอื่นที่แพทย์ให้ความสำคัญมากกว่าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำการตลาด การสนับสนุนการศึกษาต่อเนื่องรวมถึงการศึกษาวิจัยของแพทย์ (Sponsoring Continuing Medical Education (CME)) จากการศึกษพบว่าแพทย์ให้ความสำคัญในระดับปานกลางแต่เนื่องจากปัจจัยด้านการสนับสนุนการศึกษาต่อเนื่องรวมถึงการศึกษาวิจัยของแพทย์ในประเทศไทยยังไม่ได้มีการนำมาใช้ในการทำการตลาดของบริษัทอย่างชัดเจนจึงทำให้แพทย์ยังไม่ได้ให้ความสำคัญมากนัก แต่ในอนาคตถ้าบริษัทใช้ปัจจัยนี้ในการทำการตลาดมากขึ้นก็อาจจะทำให้แพทย์ให้ความสำคัญมากขึ้นกว่าปัจจุบัน เนื่องจากการให้ความรู้แก่แพทย์โดยตรง และการแนะนำและสร้างทัศนคติที่ดีต่อยาตั้งแต่ยังเป็นนักศึกษาแพทย์ (Marketing to

Medical Students) ให้รู้จักยาก่อนแม้จะยังไม่ได้เป็นการทำการตลาดที่ดีอีกทางหนึ่งที่บริษัทยาควรจะนำไปใช้เนื่องจากแพทย์ที่รู้จักยาก่อนก็จะเป็นปัจจัยส่งเสริมการเลือกใช้ยาของแพทย์ได้

3.4 ด้านพนักงานขาย จากการศึกษาพบว่าแพทย์ให้ความสำคัญกับความรู้ในผลิตภัณฑ์ของพนักงานขายมากที่สุด รองลงมาคือสามารถติดต่อผู้แทนได้ง่ายเมื่อมีปัญหาเรื่องยา และบุคลิกลักษณะและกิริยามารยาทของผู้แทนยา บริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายยาลดความดันโลหิตสูง กลุ่มเออาร์บีควรทำการคัดเลือกผู้แทนยาที่มีความรู้ที่ดี เช่น คัดเลือกผู้แทนยาที่เป็นเภสัชกร เนื่องจากสามารถเรียนรู้เรื่องเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้อย่างรวดเร็วเนื่องจากมีพื้นฐานความรู้ที่ดี บริษัทควรมีการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการขาย ทักษะการเจรจาการขาย ทักษะการสร้างความสัมพันธ์อันดีแก่ลูกค้า แก่ผู้แทนยารวมทั้งมารยาทในการเข้าพบลูกค้าซึ่งแพทย์ให้ความสำคัญในระดับมาก และต้องเข้าพบลูกค้าอย่างสม่ำเสมอเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับแพทย์และแพทย์สามารถติดต่อได้ง่ายเมื่อเกิดปัญหาเรื่องยา เพื่อสร้างความแตกต่างจากบริษัทคู่แข่ง

4. ด้านการจัดจำหน่าย จากการศึกษาพบว่าแพทย์ให้ความสำคัญในเรื่องการรักษาคุณภาพในการจัดส่งมากที่สุด โดยมีความสำคัญอยู่ในระดับมากเพราะมีผลต่อคุณภาพของยา โดยตรงไม่ว่าจะเป็นการรักษาอุณหภูมิ ความชื้นขณะจัดส่งก็สามารถทำให้ยาเสียคุณภาพได้ บริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายยาควรให้ความสำคัญกับการบริการการจัดส่งที่รวดเร็วและตรงเวลาเพราะมีผลต่อการใช้ยาของแพทย์โดยตรงเนื่องจากผู้ป่วยความดันโลหิตสูงเป็นโรคเรื้อรังที่ต้องรับประทานยาเป็นประจำทุกวันและไม่ควรขาดยา การจัดส่งที่รวดเร็วและตรงเวลาก็สามารถทำให้แพทย์เกิดความมั่นใจในการเลือกใช้ยาของบริษัทได้

5. จากการศึกษาพบว่าแพทย์ที่เป็นแพทย์ชายและแพทย์ที่เป็นเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้านไม่แตกต่างกันทำให้บริษัทยาควรทำการตลาดกับแพทย์ที่เป็นแพทย์ชายและเพศหญิงในรูปแบบเดียวกัน

6. จากการศึกษาพบว่าโรงพยาบาลที่เป็นโรงพยาบาลเอกชนให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับมากที่สุด ส่วนโรงพยาบาลรัฐบาลให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลางดังนั้นบริษัทยาควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในโรงพยาบาลเอกชนให้มากกว่าในโรงพยาบาลรัฐบาล โดยเฉพาะปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งจ่ายยาลดความดันโลหิตสูงกลุ่มเออาร์บีของแพทย์ในโรงพยาบาลเอกชนที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับที่มากที่สุดได้แก่ มีแผ่นพับให้ความรู้เบื้องต้นแก่คนไข้ มีตัวอย่างยาให้ทดลองใช้ในผู้ป่วย มีบทความหรือรายงานที่กล่าวถึงประสิทธิภาพของยาในเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต มีการจัดรายการพิเศษ ลดราคา แคมเปญ มีเอกสารจากบริษัท (บทความที่คัดลอกมาจากวารสารทางการแพทย์ต่างประเทศ) ความรู้ในผลิตภัณฑ์ของผู้แทนยา มีบทความหรือรายงานที่

กล่าวถึงประสิทธิภาพของยาในวารสารการแพทย์ต่างประเทศ มีการจัดประชุมวิชาการเพื่อนำเสนอเกี่ยวกับยาโดยเชิญวิทยากรที่มีความรู้มาบรรยาย มีบทความหรือรายงานที่กล่าวถึงประสิทธิภาพของยาในวารสารทางการแพทย์ของไทย สามารถติดต่อกับผู้แทนยาได้ง่ายเมื่อมีปัญหาเรื่องยา บุคลิกลักษณะและกิริยามารยาของผู้แทนยา มีการสนับสนุนค่าใช้จ่ายสำหรับการประชุมวิชาการในต่างประเทศ มีการออกร้าน (Booth) ตามงานประชุมวิชาการทางการแพทย์ต่างๆ มีการสนับสนุนค่าใช้จ่ายสำหรับการประชุมวิชาการในประเทศควรมีการนำมาปรับใช้ในการทำการตลาดของโรงพยาบาลเอกชนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำการตลาดมากยิ่งขึ้น

7. จากการศึกษาพบว่าแพทย์ที่อยู่ในช่วงอายุ 36-40 ปีให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลางซึ่งแตกต่างจากแพทย์ในช่วงอายุอื่นๆ ทำให้เป็นแนวทางในการทำการตลาดของบริษัทยาว่าแพทย์ที่มีอายุอยู่ในช่วง 36-40 ปี อาจใช้ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในการทำการตลาดน้อยกว่าแพทย์ในช่วงอายุอื่นๆ แต่ปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งจ่ายยาลดความดันโลหิตสูงกลุ่มเออาร์บีของแพทย์ที่มีอายุอยู่ในช่วง 36-40 ปีที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับที่มาก ได้แก่ มีตัวอย่างยาให้ทดลองใช้ในผู้ป่วย มีแผ่นพับให้ความรู้เบื้องต้นแก่คนไข้ มีบทความหรือรายงานที่กล่าวถึงประสิทธิภาพของยาในเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต มีการจัดรายการพิเศษ ลดราคา แคมเปญ ความรู้ในผลิตภัณฑ์ของผู้แทนยา มีบทความหรือรายงานที่กล่าวถึงประสิทธิภาพของยาในวารสารการแพทย์ต่างประเทศ สามารถติดต่อกับผู้แทนยาได้ง่ายเมื่อมีปัญหาเรื่องยา ปัจจัยย่อยเหล่านี้ก็ควรนำมาปรับใช้ในการทำการตลาดกับแพทย์ในช่วงอายุ 36-40 ปี

ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับการศึกษาในอนาคต

การตัดสินใจเลือกใช้ยากกลุ่มเออาร์บีของอายุรแพทย์ประจำโรงพยาบาลในอำเภอเมืองเชียงใหม่ยังมีปัจจัยอื่นๆที่ยังไม่ได้กล่าวถึงในแบบสอบถามเช่น อิทธิพลของเพื่อนแพทย์และทีมแพทย์โดยเฉพาะที่เป็นหัวหน้า ผู้อาวุโสกว่า หรือ Key Opinion Leaders (KOL) ผู้นำทางความคิด เช่นอาจารย์หมอ เป็นต้น นอกจากนี้ยังขาดข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญของการพบกันและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันในกลุ่มแพทย์ หรือปัจจัยด้านช่องทางรับข่าวสารที่ไม่เป็นทางการแต่มีอิทธิพลสูงต่อแพทย์คือแพทย์ด้วยการเองที่อาจมีการพบปะกันในงานเลี้ยงสังสรรค์ การประชุมสัมมนาทางการแพทย์แล้วมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรเพิ่มปัจจัยนี้เข้าไปในแบบสอบถามรวมทั้งการค้นคว้าหาปัจจัยสำคัญต่างๆจากแนวคิดด้าน Pharmaceutical Marketing ให้กว้างขึ้น