

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อแพทย์โรงพยาบาลในอำเภอเมืองพิษณุโลกในการสั่งใช้ยาเม็ดลดระดับน้ำตาลในเลือดในผู้ป่วยโรคเบาหวานชนิดที่ 2

ผู้เขียน นางสาวพัชรินทร์ มายัง

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ
รองศาสตราจารย์ อรรถ มณีสงฆ์

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อแพทย์โรงพยาบาลในอำเภอเมืองพิษณุโลกในการสั่งใช้ยาเม็ดลดระดับน้ำตาลในเลือดในผู้ป่วยโรคเบาหวานชนิดที่ 2

กลุ่มประชากรที่ศึกษาคือ แพทย์ที่ทำงานประจำในโรงพยาบาลรัฐบาลและเอกชนในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ที่มีการตรวจผู้ป่วยนอกอายุรกรรม และเคหะตั้งยาเม็ดลดระดับน้ำตาลในเลือดให้แก่ผู้ป่วยโรคเบาหวานชนิดที่ 2 ทุกท่าน โดยเก็บจากแพทย์ทั้งหมดจำนวน 97 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถามที่ผู้ทำการศึกษาสร้างขึ้น วิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมสำเร็จรูป และสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)

ผลการศึกษา พบว่า แพทย์ส่วนใหญ่ประจำอยู่โรงพยาบาลรัฐบาล ไม่มีคลินิกส่วนตัวหรืองานนอกเวลา มีโอกาสในการจ่ายลดระดับน้ำตาลในเลือด ไม่มีส่วนในการตัดสินใจจ่ายลดระดับน้ำตาลในเลือดเข้าเป็นยาในบัญชีโรงพยาบาล

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด แพทย์ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยด้านด้านราคา และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญระดับปานกลางกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่แพทย์ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ตัวยาที่มีการใช้มานานจนมั่นใจว่าปลอดภัยในการใช้ยา (Evidence Base) ตัวยาที่มีประสิทธิภาพในการรักษา

เป็นยาที่อยู่ในบัญชียาหลักแห่งชาติ ราคาไม่แตกต่างจากยาที่มีคุณภาพในระดับเดียวกัน ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของยา ตัวยามีความปลอดภัยสูง ตัวยาเป็นที่นิยมใช้อย่างแพร่หลาย และตัวยามีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับและมีข้อมูลอ้างอิงที่เชื่อถือได้



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title	Marketing Mix Factors Affecting Physicians in Mueang Phitsanulok District Towards Prescribing Oral Hypoglycemic Agents for Type 2 Diabetes Mellitus Patients
Author	Miss Patcharin Mayoung
Degree	Master of Business Administration
Independent Study Advisor	Assistant Professor Orachorn Maneesong

ABSTRACT

The objective of this independent study was to study marketing mix factors affecting physicians in Mueang Phitsanulok District towards prescribing oral hypoglycemic agents for Type 2 Diabetes Mellitus patients

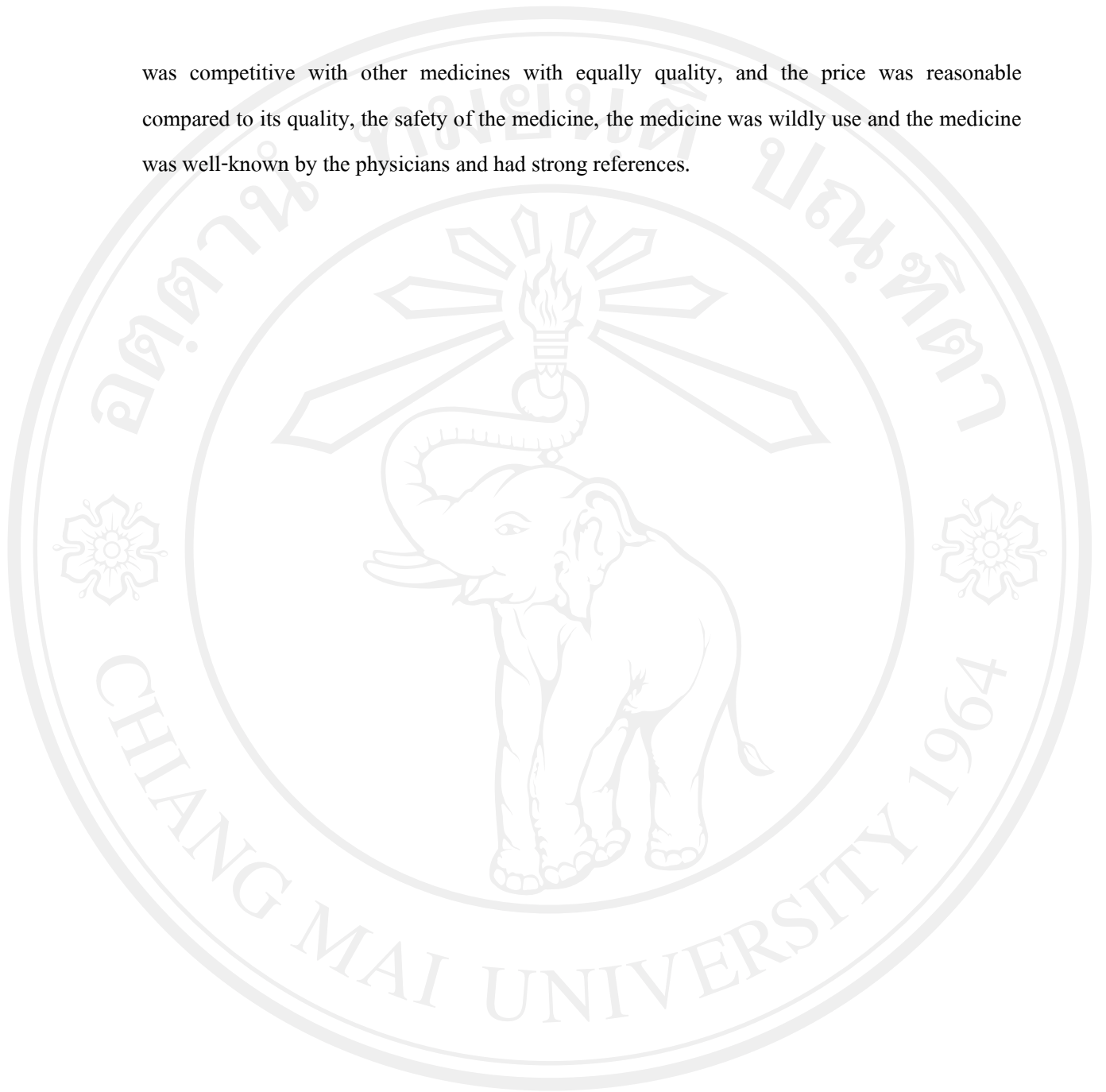
The population of this study was the internal medical and general practice physicians who worked in both government and private hospitals in Mueang Phitsanulok District and who have prescribed oral hypoglycemic agents to their patients by data collected from questionnaire distributed to 97 physicians. The questionnaire used in this study were developed by the author. The data was statistically analyzed by computer program for statistical analysis and by descriptive statistics using frequency, percentage and mean.

The results of the study showed that the majority of the physicians were working in government hospitals and did not have their own clinic. At work, they prescribed oral hypoglycemic agents but did not have the authority to enlist the oral hypoglycemic agents on the hospital's medicine list.

The factors affecting the physicians at high level were price and product while promotion and place were at the medium level.

The sub-factors that the physicians ranked as most important were in the following order: the medicine had been used for a long time that its reliability was ensured (evidence-based), the medicine was effective, the medicine was on The National List of Essential Medicines, the price

was competitive with other medicines with equally quality, and the price was reasonable compared to its quality, the safety of the medicine, the medicine was widely use and the medicine was well-known by the physicians and had strong references.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved