

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

ในบทนี้จะเป็นส่วนของการสรุปผลการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของแพทย์ต่อการให้บริการของผู้เสนอขายเวชภัณฑ์ โดยมีลำดับของการนำเสนอ ดังนี้ คือ สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา ข้อจำกัดในการศึกษา และข้อเสนอแนะของผู้ทำการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของแพทย์ต่อการให้บริการของผู้เสนอขายเวชภัณฑ์ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงระดับความพึงพอใจของแพทย์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีการบริการของผู้เสนอขายเวชภัณฑ์ที่เป็นชาติต้นตำรับ (Original Research) ซึ่งมีขอบเขตการศึกษา โดยเน้น 4 ประเด็นหลักคือ การเตรียมความพร้อมก่อนการขาย การเสนอขาย การติดตามผลการขาย และการส่งเสริมการขาย โดยศึกษาจากแหล่งข้อมูลทั้งข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ ประชากรที่ศึกษาได้แก่แพทย์ที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลทั้งของรัฐและเอกชนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยได้มีการสุ่มตัวอย่างแพทย์ จำนวน 242 ตัวอย่างโดยใช้วิธี สุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Sampling) โดยการจำแนกแพทย์ที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลออกเป็น 3 กลุ่มตามขนาดของโรงพยาบาล ซึ่งพิจารณาตามจำนวนเตียงในโรงพยาบาลนั้นๆ จากนั้นจึงคำนวณจำนวนตัวอย่างที่ต้องสุ่มในแต่ละกลุ่มตามสัดส่วนของจำนวนประชากรแพทย์ในแต่ละกลุ่ม เพื่อให้ได้จำนวนตัวอย่างทั้งหมด 242 ตัวอย่าง แล้วจึงคำนวณจำนวนแพทย์ที่ต้องสุ่มตัวอย่างในแต่ละโรงพยาบาลตามสัดส่วนของจำนวนแพทย์ในโรงพยาบาลนั้น

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ ส่วนแรกเกี่ยวกับข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ (Demographic Data) ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับข้อมูลระดับความพึงพอใจของแพทย์ต่อการให้บริการของผู้เสนอขายเวชภัณฑ์ ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ระดับ คือ พึงพอใจมาก พึงพอใจ ไม่พึงพอใจ และไม่พึงพอใจมาก และส่วนที่ 3 เกี่ยวกับปัญหาที่แพทย์พบจากการให้บริการของผู้เสนอขายเวชภัณฑ์และข้อเสนอแนะเพื่อเป็นการปรับปรุงการบริการ

ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม ผู้ศึกษาได้นำมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC<sup>+</sup> และใช้ค่าสถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการแปลผลข้อมูลเพื่อนำเสนอผลการศึกษาในรูปแบบของการบรรยายเชิงพรรณนา

## สรุปผลการศึกษา

### ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย ร้อยละ 58.7 เพศหญิง ร้อยละ 41.3 มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ร้อยละ 46.3 รองลงมาอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 33 ส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงสุดระดับ วุฒิบัณฑิตผู้เชี่ยวชาญหรืออนุปริญญา ร้อยละ 52.5 แพทย์ศาสตร์บัณฑิต ร้อยละ 47.5 ประเภทของสถานพยาบาลที่ทำงานประจำอยู่ จะเป็นโรงพยาบาลเอกชน ร้อยละ 52.5 และโรงพยาบาลรัฐบาล ร้อยละ 47.5 ส่วนใหญ่ของแพทย์ผู้ตอบแบบสอบถามคือร้อยละ 81.8 ไม่มีคลินิกส่วนตัว สำหรับประสบการณ์ในการให้บริการจากผู้เสนอขายเวชภัณฑ์ ระยะเวลา 1-5 ปีมี ร้อยละ 47.5 รองลงมา ร้อยละ 23.6 มีประสบการณ์ 6-10 ปี และ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ร้อยละ 91.3 มีโอกาสพบกับผู้เสนอขายเวชภัณฑ์ ประมาณ 1-5 ครั้งต่อสัปดาห์

### ส่วนที่ 2 : ระดับของความพึงพอใจต่อการบริการของผู้เสนอขายเวชภัณฑ์ที่เป็นยาต้นตำรับ

#### (Original Research)

#### ด้านการเตรียมความพร้อมก่อนการขายของผู้เสนอขายเวชภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการบริการของผู้เสนอขายเวชภัณฑ์ด้านการเตรียมความพร้อมก่อนการขายในระดับพึงพอใจทุกปัจจัยย่อย โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (3.18) คือด้านการแต่งกายและบุคลิกภาพ ในขณะที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด (2.59) คือด้านการมีความรู้ในองค์กรหรือโรงพยาบาล

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับอายุอยู่ในระดับพึงพอใจ

เมื่อจำแนกตามประสบการณ์ในการให้บริการ พบว่าความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับพึงพอใจ ยกเว้นผู้มีประสบการณ์ 1-5 ปีพึงพอใจมากด้านการแต่งกายและบุคลิกภาพ ผู้มีประสบการณ์ 11-15 ปีไม่พึงพอใจด้านการมีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขั้นและการมีความรู้ในองค์กร

### ด้านการเสนอขายของผู้เสนอขายเวชภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการบริการของผู้เสนอขายเวชภัณฑ์ด้านการเสนอขายในระดับพึงพอใจทุกปัจจัยย่อย โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (3.25) คือการมีมนุษยสัมพันธ์ และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด (2.56) คือ ความถี่ในการเยี่ยมเยียนลูกค้า และความสามารถในการตอบข้อสงสัยของแพทย์

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับพึงพอใจ ยกเว้น ผู้ที่มีอายุ 20-30 ปีไม่พึงพอใจด้านความถี่ในการเยี่ยมเยียนลูกค้า ผู้มีอายุ 31-40 ปี พึงพอใจมากด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ แต่ไม่พึงพอใจด้านความสามารถในการตอบข้อสงสัยของแพทย์ ผู้มีอายุ 41-50 ปี ไม่พึงพอใจด้านการเสนอข้อเสนอพิเศษเพื่อเร่งให้เกิดการตัดสินใจซื้อ จังหวะและเวลาของการปิดการขาย ความสามารถในการตอบข้อสงสัยของแพทย์และการเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์อย่างครบถ้วน

เมื่อจำแนกตามประสบการณ์ในการใช้บริการ พบว่าความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับพึงพอใจ ยกเว้นผู้มีประสบการณ์ 1-5 ปี มีความพึงพอใจมากด้านการมีความสุภาพอ่อนน้อม และความมีมนุษยสัมพันธ์ แต่ไม่พึงพอใจด้านความถี่ในการเยี่ยมลูกค้า ผู้มีประสบการณ์ 6-10 ปี พึงพอใจมากด้านความมีมนุษยสัมพันธ์ แต่ไม่พึงพอใจด้านการเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์อย่างครบถ้วน การเข้าพบแพทย์ในเวลาที่เหมาะสม และความสามารถในการตอบข้อสงสัยของแพทย์ ผู้มีประสบการณ์ 11-15 ปี ไม่พึงพอใจในด้านการเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์อย่างครบถ้วน การเข้าพบแพทย์ในเวลาที่เหมาะสม ความสามารถในการตอบข้อสงสัยของแพทย์ การอธิบายถึงประโยชน์ (Benefit) นอกเหนือจากคุณลักษณะ (Feature) ของผลิตภัณฑ์ การเสนอข้อเสนอพิเศษเพื่อเร่งให้เกิดการตัดสินใจซื้อ และจังหวะและเวลาในการปิดการขาย

### ด้านการติดตามผลการขายของผู้เสนอขายเวชภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการบริการของผู้เสนอขายเวชภัณฑ์ ด้านการติดตามผลการขายในระดับพึงพอใจเกือบทุกปัจจัยย่อย ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านการติดตามผลอันไม่พึงประสงค์จากการใช้ยา (Adverse Drug Reactions) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด (2.39) และอยู่ในระดับไม่พึงพอใจ โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (2.62) คือการสำรวจความคิดเห็นของแพทย์ต่อการใช้ยา (Attitude) ซึ่งอยู่ในระดับพึงพอใจ

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับพึงพอใจ ยกเว้น ผู้ที่มีอายุ 20-30 ปีไม่พึงพอใจด้านการติดตามผลอันไม่พึงประสงค์จากการใช้ยา (Adverse Drug Reactions) และการสำรวจความคิดเห็นของแพทย์ต่อการใช้ยา (Attitude) ผู้ที่มีอายุ

31-40ปี ไม่พึงพอใจด้านการติดตามผลอันไม่พึงประสงค์จากการใช้ยา (Adverse Drug Reactions) ผู้ที่มีอายุ 41-50 ปีไม่พึงพอใจด้านการติดตามผลการใช้ยาด้านประสิทธิภาพ(Efficacy) การติดตามผลอันไม่พึงประสงค์จากการใช้ยา(Adverse Drug Reactions) การสำรวจความคิดเห็นของแพทย์ (Attitude)ต่อการใช้ยา การเปลี่ยนเวชภัณฑ์ที่ใกล้หมดอายุ และความสะดวกในการติดต่อผู้เสนอขายเวชภัณฑ์

เมื่อจำแนกตามประสบการณ์ในการใช้บริการ พบว่าความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับพึงพอใจ ยกเว้นผู้มีประสบการณ์ 1-5 ปี ไม่พึงพอใจด้านการติดตามผลอันไม่พึงประสงค์จากการใช้ยา(Adverse Drug Reactions) การสำรวจความคิดเห็นของแพทย์ต่อการใช้ยา (Attitude) การติดตามปัญหาที่เกิดขึ้นในการจัดส่งสินค้าและการเปลี่ยนเวชภัณฑ์ที่ใกล้หมดอายุ ผู้มีประสบการณ์ 6-10 ปี ไม่พึงพอใจการติดตามผลอันไม่พึงประสงค์จากการใช้ยา (Adverse Drug Reactions) และการเปลี่ยนเวชภัณฑ์ที่ใกล้หมดอายุ ผู้มีประสบการณ์ 11-15 ปีไม่พึงพอใจด้านการติดตามผลอันไม่พึงประสงค์จากการใช้ยา (Adverse Drug Reactions) และความสะดวกในการติดต่อผู้เสนอขายเวชภัณฑ์

#### ด้านการส่งเสริมการขายของผู้เสนอขายเวชภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อการบริการของผู้เสนอขายเวชภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการขายในระดับพึงพอใจเกือบทุกปัจจัยย่อย ยกเว้นปัจจัยย่อยด้านการเชิญแพทย์เข้าร่วมในการศึกษาการใช้ยา (Seeding Trial) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด(2.50)ซึ่งอยู่ในระดับไม่พึงพอใจ โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (2.89) คือ การแจกสิ่งตีพิมพ์จากวารสารทางการแพทย์ (Reprint) ที่น่าเชื่อถือซึ่งอยู่ในระดับพึงพอใจ

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับพึงพอใจ ยกเว้น ผู้มีอายุ 20-30 ปีไม่พึงพอใจด้านการเชิญแพทย์เข้าร่วมการศึกษาการใช้ยา (Seeding Trial) ผู้มีอายุ 41-50 ปี ไม่พึงพอใจด้านการจัดประชุมวิชาการในพื้นที่(Local Lecture)โดยวิทยากรในประเทศ การจัดประชุมวิชาการในพื้นที่(Local Lecture)โดยวิทยากรจากต่างประเทศ การสนับสนุนแพทย์เข้าร่วมการประชุมวิชาการ (Sponsorship) การเชิญแพทย์เข้าร่วมในการศึกษาการใช้ยา (Seeding Trial) การร่วมออกนิตยสารในการประชุมวิชาการ และ การแจกตัวอย่างยา (Sample) เพื่อทดลองใช้

เมื่อจำแนกตามประสบการณ์ในการใช้บริการ พบว่าความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในระดับพึงพอใจ ยกเว้น ผู้มีประสบการณ์ 1-5 ปีไม่พึงพอใจด้านการเชิญแพทย์

เข้าร่วมในการศึกษาการใช้ยา (Seeding Trial) และการจัดประชุมวิชาการในพื้นที่ (Local Lecture) โดยวิทยากรต่างประเทศ ประสบการณ์ 11-15 ปี ไม่พึงพอใจด้านการจัดประชุมวิชาการในพื้นที่ (Local Lecture) โดยวิทยากรในประเทศ การจัดประชุมวิชาการในพื้นที่ (Local Lecture) โดยวิทยากรจากต่างประเทศ การสนับสนุนแพทย์เข้าร่วมประชุมวิชาการ (Sponsorship) การเชิญแพทย์เข้าร่วมในการศึกษาการใช้ยา (Seeding Trial) การแจกตัวอย่างยา (Sample) เพื่อทดลองใช้ และการสนับสนุนอาหารว่างและเครื่องดื่มในห้องพักแพทย์

ส่วนที่ 3 : ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้บริการของผู้เสนอขายเวชภัณฑ์และข้อเสนอแนะที่มีเพื่อเป็นการปรับปรุงการบริการต่างๆ

สำหรับปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้บริการของผู้เสนอขายเวชภัณฑ์สามารถสรุปได้เป็น 3 ปัญหาหลักคือ

1. ปัญหาเกี่ยวกับข้อมูล ได้แก่การใช้เอกสารอ้างอิงหรือสนับสนุนการใช้ยาที่มักจะใช้การศึกษาที่ไม่เพียงพอ ทำให้ขาดความน่าเชื่อถือ ผู้เสนอขายเวชภัณฑ์มีความรู้เกี่ยวกับโรคและคู่แข่งขั้นไม่มากพอ และนำเสนอข้อมูลจากวารสารทางการแพทย์ที่ไม่ค่อยได้รับความเชื่อถือ ตลอดจนนำเสนอข้อมูลงานวิจัยที่ไม่เป็นกลาง และสนับสนุนเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ตนเองจำหน่าย
2. ปัญหาเกี่ยวกับบุคลิกภาพ ได้แก่ผู้เสนอขายเวชภัณฑ์บางคนพูดมากเกินไปในเรื่องที่แพทย์มีความเชี่ยวชาญอยู่แล้ว หรือบางคนพูดในลักษณะขอร้องให้แพทย์ช่วยใช้ยา ซึ่งแพทย์เห็นว่าไม่เหมาะสม และผู้เสนอขายเวชภัณฑ์แต่งตัวไม่สุภาพ
3. ปัญหาเกี่ยวกับการเข้าพบ ได้แก่ผู้เสนอขายเวชภัณฑ์เข้าพบแพทย์ในเวลาที่ไม่เหมาะสม เช่นขณะที่แพทย์กำลังปฏิบัติงาน หรือเลือกเข้าพบแต่อาจารย์แพทย์ มีเวลาเข้าพบแพทย์ประจำบ้านน้อยและละเลยกลุ่มแพทย์ที่สำเร็จการศึกษาใหม่ รวมถึงผู้เสนอขายเวชภัณฑ์มาเยี่ยมแพทย์ไม่สม่ำเสมอทำให้เกิดปัญหาในการติดตามการใช้ยา การที่แพทย์พบว่าในระยะหลังแพทย์ไม่ค่อยได้รับการแจกตัวอย่างยา และผู้เสนอขายเวชภัณฑ์ไม่นำหนังสือทางวิชาการมามอบให้ตามที่ได้สัญญาไว้

## อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาในครั้งนี้จะเห็นได้ว่าแพทย์มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของผู้เสนอขายเวชภัณฑ์ในทุกๆเกณฑ์การประเมินใน 4 ประเด็นหลักคือ

- การเตรียมความพร้อมก่อนการขาย
- การเสนอขาย
- การติดตามผลการขาย
- การส่งเสริมการขาย

ในภาพรวมแล้วผู้เสนอขายเวชภัณฑ์สามารถที่จะให้การบริการที่เป็นไปตามความคาดหวังของแพทย์ได้ในระดับหนึ่ง อย่างไรก็ตามจากแนวคิดด้านการตลาดสายสัมพันธ์นั้น พบว่าลูกค้าที่มีความพึงพอใจนั้นอาจเปลี่ยนใจไปหาซัพพลายเออร์หรือผู้ผลิตรายอื่นได้ง่ายๆ เพียงเพราะผู้ผลิตรายอื่นนั้นสามารถให้ความพอใจในระดับเดียวกันหรือมากกว่า แต่แนวโน้มที่ลูกค้าซึ่งพอใจมากจะเปลี่ยนใจไปหาผู้ผลิตรายอื่นที่เขาเชื่อว่าสามารถให้ความพอใจในระดับเดียวกันนั้นมีน้อยกว่า ดังนั้นหากเราใช้แนวคิดเรื่องเกณฑ์การประเมินคุณภาพการบริการ (Criteria for Evaluating the Quality of Services) มาเป็นหลักในการให้บริการแล้ว เราจะสามารถพัฒนาคุณภาพของการบริการ และทำให้แพทย์ที่มีความพึงพอใจ (Satisfied Customer) ในการบริการกลายเป็นแพทย์ที่มีความประทับใจในบริการ (Delighted Customer) ได้

เมื่อพิจารณาจากปัจจัยย่อยของบริการหลักทั้ง 4 ประเด็นแล้ว พบว่าปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจได้แก่ การติดตามผลอันไม่พึงประสงค์จากการใช้ยา (Adverse Drug Reactions) และ การเชิญแพทย์เข้าร่วมในการศึกษาการใช้ยา (Seeding Trial) โดยการติดตามผลอันไม่พึงประสงค์จากการใช้ยา (Adverse Drug Reactions) นั้นเป็นส่วนหนึ่งของการติดตามผลการขาย ทั้งนี้ในการทำงานแต่ละวันพนักงานขายอาจจะมุ่งเน้นที่จะจูงใจให้แพทย์ได้ใช้ยาของตนเองให้มากที่สุด ดังนั้นจึงให้ความสำคัญกับการติดตามผลอันไม่พึงประสงค์จากการใช้ยาน้อยกว่าความคาดหวังของแพทย์ เพราะไม่ต้องการพุดถึงอาการอันไม่พึงประสงค์จากการใช้ยา (Adverse Drug Reactions) ของยาตนเอง ด้วยเกรงว่าแพทย์จะเกิดความกังวลในการใช้ยา ไม่กล้าที่จะสั่งจ่ายยานั้นๆให้กับผู้ป่วยและหันไปใช้ยาของกลุ่มแข่งขันแทน ซึ่งในความเป็นจริงแล้วแพทย์มีความต้องการที่จะได้รับข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วน ทั้งประสิทธิภาพ (Efficacy) และผลอันไม่พึงประสงค์จากการใช้ยา (Adverse Drug Reactions) ทั้งนี้เพื่อนำข้อมูลที่นำไปประเมินผลได้-ผลเสียของการใช้ยานั้นๆเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับผู้ป่วย

อย่างไรก็ตามหลังจากที่ได้เกิดการขายแล้วพนักงานขายควรที่จะติดตามผลการขายของตนเองว่าหลังจากแพทย์ได้ใช้ยาที่ตนเองขายแล้ว มีประสิทธิภาพ (Efficacy) หรือ ผลอันไม่พึงประสงค์ (Adverse Drug Reactions) อย่างไร ทั้งนี้เพื่อเป็นการปกป้องแพทย์และผู้ป่วยจากความเสียหายหรือข้อสงสัยที่อาจจะเกิดขึ้น ทำให้แพทย์และผู้ป่วยเกิดความปลอดภัย (Security) และสร้างความน่าเชื่อถือ (Credibility) ให้กับแพทย์ว่าเรามีความห่วงใยและให้ความสำคัญในเรื่องนี้ ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งในเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพของการบริการ (Criteria for Evaluating the Quality of Services) ถ้าหากเราได้ยึดเป็นแนวทางเพื่อพัฒนาการบริการของเราให้เป็นไปตามเกณฑ์การประเมินคุณภาพแล้ว ก็จะสามารถทำให้เราให้การบริการได้อย่างมีคุณภาพและสามารถพัฒนาการบริการที่ยังไม่เป็นที่พอใจของแพทย์ให้ก้าวไปสู่การบริการที่มีคุณภาพการบริการ (Quality of Services) ที่ดีได้

สำหรับปัจจัยย่อยด้านการเชิญแพทย์เข้าร่วมในการศึกษาการใช้ยา (Seeding Trial) ซึ่งแพทย์ยังไม่พึงพอใจนั้นเป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมการขาย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการที่บริษัทต้องใช้ความระมัดระวังและรอบคอบอย่างมากในการจัดทำการศึกษาการใช้ยาในแต่ละครั้ง เพราะหากผลที่ได้รับจากการศึกษาออกมาดี ก็จะเป็นประโยชน์กับบริษัทอย่างมากเพราะเป็นการยืนยันถึงประสิทธิภาพและความปลอดภัยในการใช้ยาในผู้ป่วยที่เป็นคนไทยได้เป็นอย่างดี หากผลที่ได้รับจากการศึกษาออกมาไม่ดีก็อาจมีผลเสียต่อภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และบริษัทได้ จนกระทั่งอาจมีการเพิกถอนทะเบียนตำรับยาจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้ ดังนั้นในการคัดเลือกแพทย์เพื่อเข้าร่วมในการศึกษาการใช้ยา (Seeding Trial) จึงจำเป็นจะต้องคัดเลือกแพทย์ที่มีความพร้อม ทั้งในด้านเครื่องมือที่จะใช้ในการศึกษาและบุคลากรที่จะร่วมในการศึกษาวิจัย มีความรู้ความสามารถ มีมาตรฐานในการปฏิบัติงานสูง และมีแนวทางในการศึกษา (Protocol) ที่ดี หลังจากบริษัทได้พิจารณาในรายละเอียดทั้งหมดแล้วยังต้องส่งรายละเอียดให้สำนักงานภูมิภาคของบริษัทในต่างประเทศได้ทราบและพิจารณาอนุมัติด้วย จากขั้นตอนต่างๆเหล่านี้จึงเป็นการจำกัดจำนวนแพทย์ที่สามารถเข้าร่วมในการศึกษาการใช้ยา (Seeding Trial) ไปด้วยในตัว นอกจากนี้ในการศึกษาการใช้ยาในแต่ละครั้งจะมีค่าใช้จ่ายเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยเสมอ สิ่งเหล่านี้อาจทำให้แพทย์รู้สึกไม่พึงพอใจได้

จากการวิเคราะห์ในกลุ่มย่อย (Subgroup Analysis) โดยการจำแนกผู้ตอบแบบสอบถามตามอายุ และการจำแนกผู้ตอบแบบสอบถามตามประสบการณ์ในการใช้บริการจากผู้เสนอขายเวชภัณฑ์นั้นทำให้เราทราบระดับความพึงพอใจของแพทย์ในกลุ่มย่อย และทำให้ทราบว่าในกลุ่มย่อยบางกลุ่มไม่พึงพอใจต่อการบริการบางด้านที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นจึงเป็นความจำเป็นที่ผู้เสนอขายเวชภัณฑ์ต้องให้ความสนใจในการพัฒนาและปรับปรุงการบริการเพื่อให้การบริการนั้นเป็นไปตามความคาดหวังของกลุ่มย่อยเพื่อให้แพทย์เกิดความพึงพอใจ (Satisfactions) ในด้านต่างๆซึ่งขณะนี้

ยังไม่เป็นที่พึงพอใจ (Dissatisfaction) หรือจนกระทั่งนำไปสู่ความประทับใจ (Delighted Customer) ในที่สุด ทั้งนี้โดยอาศัยแนวทางจากเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพของการบริการ (Criteria for Evaluating the Quality of Services) และขั้นตอนในการพัฒนาลูกค้า จากแนวคิดทางด้านการตลาดสายสัมพันธ์ (Relationship Marketing)

ในส่วนของปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบจากการใช้บริการของผู้เสนอขายเวชภัณฑ์นั้น เป็นปัญหาด้านคุณภาพของการบริการซึ่งสามารถแบ่งเป็นประเด็นหลักๆ โดยอาศัยเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพการบริการ(Criteria for Evaluating the Quality of Services) ดังนี้

1. ความพึงพอใจได้ (Reliability) ผู้เสนอขายเวชภัณฑ์ไม่ได้มอบหนังสือวิชาการตามที่ได้สัญญาไว้กับแพทย์หรือมาพบแพทย์ไม่สม่ำเสมอทำให้ไม่สามารถติดตามการใช้ยาได้ตลอด

2. ความน่าเชื่อถือ (Credibility) ความน่าเชื่อถือทางวิชาการมักใช้การศึกษาที่ไม่เพียงพอสนับสนุนการใช้เวชภัณฑ์ของบริษัทตนเองเท่านั้น เสนอข้อมูลงานวิจัยที่ไม่เป็นกลางโดยให้ประโยชน์ต่อเวชภัณฑ์ที่ตนเสนอขาย นำเสนอข้อมูลจากวารสารที่ไม่น่าเชื่อถือ

3. ความสามารถในการแข่งขัน (Competence) ผู้เสนอขายบางรายไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับโรคที่สามารถใช้ยาตัวอื่นแทนได้ มีความรู้เฉพาะในเวชภัณฑ์ของตนเองเท่านั้น

4. การติดต่อสื่อสารที่ดี (Communication) ผู้เสนอขายเวชภัณฑ์บางคนพูดมากไปในผลิตภัณฑ์ที่แพทย์เชี่ยวชาญในแขนงนั้นๆอยู่แล้ว ผู้เสนอขายเวชภัณฑ์บางคนพูดในลักษณะขอให้แพทย์ช่วยใช้ยาซึ่งแพทย์เห็นว่าไม่เหมาะสม

5. ความเข้าใจ (Understanding) ผู้เสนอขายเวชภัณฑ์เข้าพบในเวลาที่ไม่เหมาะสม ไม่ถูกกาลเทศะ เข้าพบในช่วงทำงานและขอพบเพียงครู่เดียวทำให้ปฏิเสธไม่ได้และงานชะงัก จึงไม่ได้ตั้งใจรับฟังรายละเอียดที่นำเสนอเท่าไร ระยะเวลาหลังแพทย์ไม่เคยเห็นตัวอย่างเม็ดยา ระยะเวลาที่ขอเข้าพบบางครั้งไม่เหมาะสมเพราะต้องทำงาน สิ่งเหล่านี้ทำให้พนักงานขายไม่เข้าใจถึงความต้องการของแพทย์

6. การเข้าถึงได้ง่าย (Access) เช่น ผู้เสนอขายเวชภัณฑ์ให้ความสนใจเข้าพบเฉพาะแพทย์บางกลุ่ม และ ส่วนใหญ่ติดต่อกับอาจารย์แพทย์ไม่ค่อยติดต่อกับแพทย์ประจำบ้าน เมื่อมีการเปลี่ยนผู้เสนอขายเวชภัณฑ์แล้วไม่สามารถติดต่อได้ หมายเลขโทรศัพท์เปลี่ยนบ่อย

7. การมีมารยาทที่ดี (Courtesy) เช่น ผู้เสนอขายเวชภัณฑ์แต่งตัวไม่สุภาพ

ในส่วนของข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามนั้นส่วนใหญ่จะเป็นคำแนะนำสำหรับการปฏิบัติหน้าที่ของผู้เสนอขายเวชภัณฑ์ในส่วนของ การส่งเสริมการขาย เช่น ต้องการให้แจกตัวอย่างยา (Sample) สำเนาตำราเรียน วารสารทางการแพทย์ และต้องการพบผู้เสนอขายเวชภัณฑ์บ่อยขึ้น นอกจากนี้ยังต้องการให้สนับสนุนงานวิจัย และการเข้าร่วมประชุมวิชาการ



## ข้อจำกัดในการศึกษา

ในส่วนของการศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาในภาพรวมของอุตสาหกรรมยา แต่ในความเป็นจริงแล้วในอุตสาหกรรมยาเองก็ยังมีความแตกต่างทั้งทางด้าน นโยบายของบริษัท ประเภทและชนิดของผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การตลาด กิจกรรมการส่งเสริมการตลาด ส่วนแบ่งทางการตลาด ตัวของผู้เสนอขายเวชภัณฑ์เอง รวมทั้งแพทย์ซึ่งมีความเชี่ยวชาญแตกต่างกันไปในแต่ละสาขา ดังนั้นถ้าหากมีการศึกษาเพิ่มเติมเพื่อจะวิเคราะห์ในเชิงลึกเช่นอาจศึกษาความพึงพอใจของแพทย์ต่อการให้บริการของผู้เสนอขายเวชภัณฑ์เป็นรายบริษัท หรือ รายบริการ ก็จะเป็นประโยชน์ยิ่งขึ้นต่อไปในอนาคต

## ข้อเสนอแนะของผู้ศึกษา

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของแพทย์ต่อการให้บริการของผู้เสนอขายเวชภัณฑ์ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ผู้เสนอขายเวชภัณฑ์ควรจะทำให้ความสำคัญกับการติดตามผลการขาย ในส่วนของการติดตามผลอันไม่พึงประสงค์จากการใช้ยาเพิ่มขึ้นเนื่องจากผลจากการศึกษาพบว่าแพทย์ยังไม่พึงพอใจในบริการในส่วนนี้ของผู้เสนอขายเวชภัณฑ์ โดยอาจสอบถามแพทย์ว่าจากประสบการณ์ที่ใช้ยานั้นพบกับอาการข้างเคียงบ้างหรือไม่ มากน้อยเพียงใดและแพทย์มีวิธีการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างไร ผู้เสนอขายเวชภัณฑ์อาจแนะนำวิธีการแก้ปัญหาอาการข้างเคียงที่เป็นประโยชน์ซึ่งทราบจากแพทย์ท่านหนึ่งให้กับแพทย์ท่านอื่นที่พบกับปัญหาเดียวกันได้
2. ผู้เสนอขายเวชภัณฑ์ต้องเพิ่มความพยายามในการทำความเข้าใจในความต้องการของแพทย์ที่มีประสบการณ์ในการใช้บริการให้มากขึ้น เพราะสิ่งสำคัญที่สุดที่จะบรรลุจุดมุ่งหมายขององค์การก็คือ การพิจารณาถึงความจำเป็นและความต้องการของตลาดเป้าหมายและการสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเหนือคู่แข่งเช่น การหมั่นสังเกต พูดคุยกับแพทย์ว่าแพทย์มีความจำเป็นและความต้องการ (Need and Want) ในสิ่งใด และไม่พอใจในสิ่งใด

3. ผู้เสนอขายเวชภัณฑ์ต้องเพิ่มเติมความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งชั้นอยู่เสมอ เพื่อเป็นประโยชน์ในการสนทนาหรือตอบข้อซักถามของแพทย์ รวมทั้งเป็นการเปรียบเทียบการบริการและกิจกรรมทางการตลาดของคู่แข่งชั้นกับของตน ว่ามีข้อได้เปรียบหรือเสียเปรียบ แตกต่างกันอย่างใดเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดให้มากยิ่งขึ้น โดยอาจเป็นการหาข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่งชั้นเพิ่มเติมจากทางบริษัทของตนเองผ่านทางผู้จัดการผลิตภัณฑ์ หรืออาจสอบถามจากแพทย์ หรือเพื่อนผู้เสนอขายเวชภัณฑ์ด้วยตนเองทั้งนี้ต้องมีการหาข้อมูลเพิ่มเติมอย่างสม่ำเสมอ เพราะข่าวสารและข้อมูลต่าง ๆ นั้นมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
4. ผู้เสนอขายเวชภัณฑ์ต้องใช้ข้อเสนอพิเศษเช่น ราคาหรือส่วนลดเพื่อเร่งให้เกิดการตัดสินใจซื้อให้เป็นประโยชน์ เพิ่มมากขึ้น แต่ทั้งนี้ต้องอยู่ในกรอบนโยบายของบริษัท เช่นอาจเสนอส่วนลดให้กับแพทย์เพื่อเป็นการเร่งการปิดการขาย เป็นต้น
5. ในการเสนอข้อมูลยา ผู้เสนอขายเวชภัณฑ์ต้องเสนอข้อมูลอย่างครบถ้วน เช่น ในส่วนของคุณลักษณะ (Feature) ของยา กลไกการออกฤทธิ์ (Mechanism of Action) เภสัชจลนศาสตร์ (Pharmacokinetics) เภสัชพลศาสตร์ (Pharmacodynamics) รูปแบบของยา (Dosage Form) ข้อบ่งใช้ (Indication) ข้อควรระวัง (Warning) อาการอันไม่พึงประสงค์ (Adverse Effect) เป็นต้น
6. ผู้เสนอขายเวชภัณฑ์ต้องหมั่นฝึกฝนการตอบข้อสงสัยของแพทย์ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ เช่นฝึกฝนด้วยการอบรมในบริษัท (In-House Training) ในด้านเทคนิคการตอบข้อสงสัยของแพทย์ การซ้อมบทสนทนา (Mock Detail) หรือการแสดงบทบาทในสถานการณ์จำลอง (Role Play) เป็นต้น
7. ผู้เสนอขายเวชภัณฑ์พยายามหาวิธีที่ลูกค้าจะสามารถติดต่อได้สะดวก เช่นอาจจะแจ้งแพทย์ให้ทราบหมายเลขโทรศัพท์มือถือ หมายเลขอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ติดตามตัว ซึ่งอาจจะพิมพ์ไว้บนนามบัตร เป็นต้น
8. ผู้เสนอขายเวชภัณฑ์ควรจะหมั่นสังเกตว่าการบริการของตนที่ให้กับแพทย์นั้นได้ก่อให้เกิดปัญหาให้กับแพทย์หรือไม่ และพึงหลีกเลี่ยงไม่กระทำการที่แพทย์เห็นว่า เป็นปัญหาในการให้บริการ

9. ข้อเสนอที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้เสนอมานั้น ผู้เสนอขายเวชภัณฑ์ควรนำไปพิจารณา ปรับใช้ให้เหมาะสมกับสภาพการทำงาน นโยบายของบริษัท และต้นทุนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดกับผู้ใช้บริการ

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Chiang Mai University