

ให้ความสำคัญระดับมากได้แก่ มีแผนพับให้ความรู้เบื้องต้นแก่คนไข้ ความรู้ในผลิตภัณฑ์ของผู้แทนยา มีตัวอย่างยาให้ทดลองใช้ในผู้ป่วย มีบทความหรือรายงานที่กล่าวถึงประสิทธิภาพของยาในเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต มีบทความหรือรายงานที่กล่าวถึงประสิทธิภาพของยาในวารสารการแพทย์ต่างประเทศ มีการจัดรายการพิเศษ ละครค่าแถมยา มีบทความหรือรายงานที่กล่าวถึงประสิทธิภาพของยาในวารสารทางการแพทย์ของไทย สามารถติดต่อกับผู้แทนยาได้ง่ายเมื่อมีปัญหาเรื่องยา มีเอกสารจากบริษัท (บทความที่คัดลอกมาจากวารสารทางการแพทย์ต่างประเทศ) บุคลิกลักษณะและกิริยามารยาทของผู้แทนยา มีการจัดประชุมวิชาการเพื่อนำเสนอเกี่ยวกับยาโดยเชิญวิทยากรที่มีความรู้มาบรรยาย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Marketing Mix Factors Affecting Internists of Hospitals
in Mueang Chiang Mai District Towards Prescribing
ARBs Drug Group

Author Ms. Nongluck Chaimung

Degree Master of Business Administration (Marketing)

Independent Study Advisor Assoc. Prof. Dr. Chirawan Chaisuwan

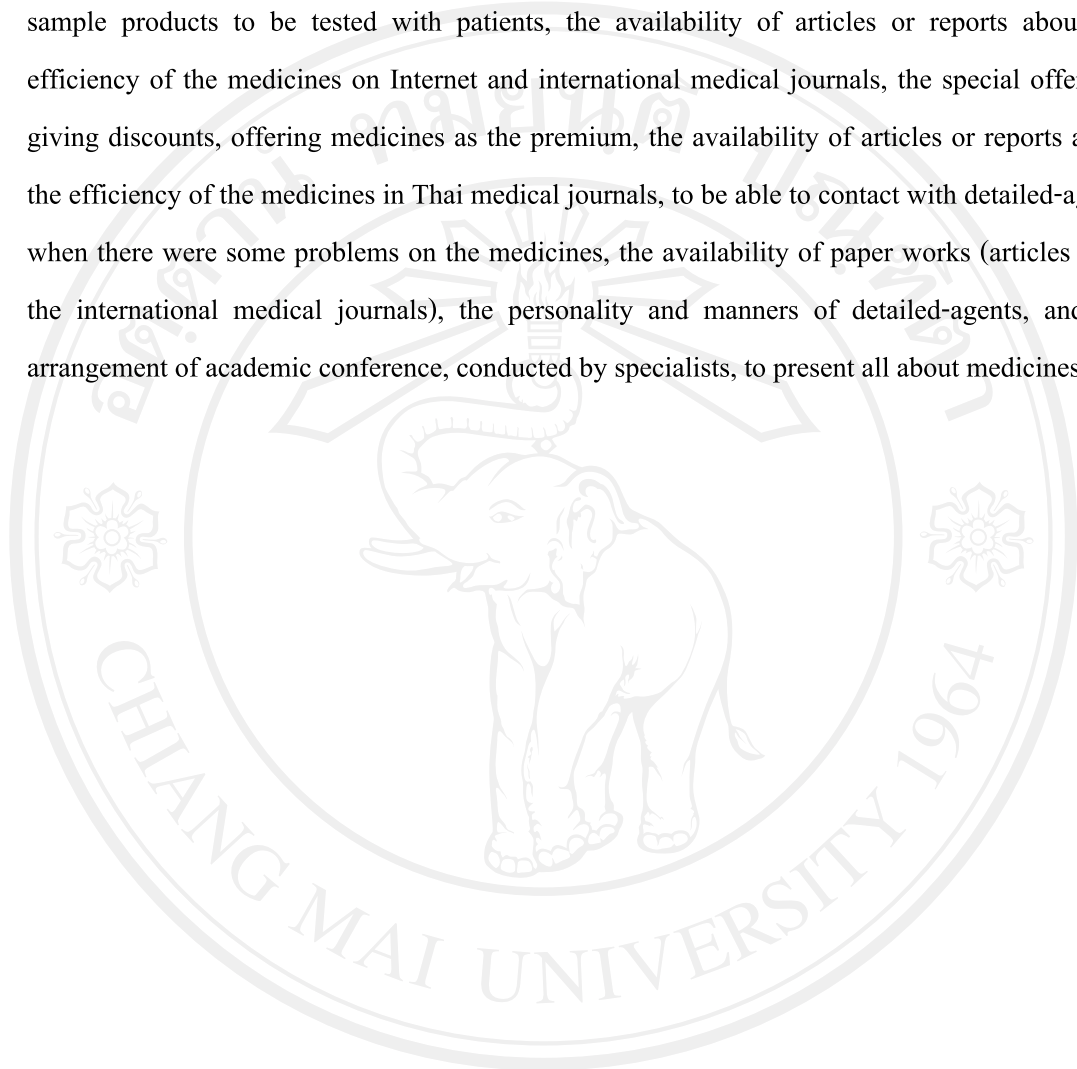
ABSTRACT

This independent study aimed at exploring the marketing mix factors affecting internists of hospitals in Mueang Chiang Mai district towards prescribing Angiotensin Receptor Blockers: ARB Drug Group. Data were collected from 102 full-time internists of government and private hospitals in Mueang Chiang Mai district. Then, all obtained data were statistically analyzed in forms of frequency, percentage, and mean.

The findings showed that the majority of internists were females, aged 31-35 years old, and worked at government hospitals with more than 500 sickbeds. In a week, there were averagely 20-50 patients with high-blood pressure coming to the hospitals and less than 10 of them were prescribed the medicines in ARB group in order to decrease blood pressure.

The marketing mix factors that those internists paid the highest concern on were product, price, promotion, and place factors, respectively. For product factor, the most important sub-factors were the positive evidence base, as seen from the long-term usage without harmfulness, and the high safety of medicines, which could remedy patients effectively in the long run. For price factor, the high important sub-factors were being able to claim for reimbursement, having reasonable cost which corresponded well with patient's financial status, and having indifferent cost comparing to other medicines in the same class. For place factor, the high important sub-factor was the constant quality in delivering medicines. For promotion factor,

the high important sub-factor were the availability of brochures with general background of medicines distributed to patients, the knowledge on medicines of those detailed-agents, the sample products to be tested with patients, the availability of articles or reports about the efficiency of the medicines on Internet and international medical journals, the special offers by giving discounts, offering medicines as the premium, the availability of articles or reports about the efficiency of the medicines in Thai medical journals, to be able to contact with detailed-agents when there were some problems on the medicines, the availability of paper works (articles from the international medical journals), the personality and manners of detailed-agents, and the arrangement of academic conference, conducted by specialists, to present all about medicines



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved