

บทที่ 1

บทนำ

หลักการและเหตุผล

โรคกระดูกพรุน ในอดีตเป็นโรคที่ไม่ได้รับการรักษา เนื่องจากเป็นโรคที่ไม่มีอาการ การรักษาในอดีตจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อผู้ป่วยมีการหักของกระดูก ซึ่งก็พบว่าการรักษาแบบนี้ จะทำให้คนไข้เสียค่าใช้จ่ายในการผ่าตัดเป็นเงินจำนวนมาก อีกทั้งยังมีความเสี่ยงสูงที่ผู้ป่วยจะเสียชีวิตและมีคุณภาพชีวิตที่ต่ำลง ซึ่งก็เป็นปัญหาด้านสาธารณสุขอย่างมาก

ในปัจจุบันได้มีการคัดกรองผู้ป่วยที่มีภาวะของโรคกระดูกพรุน และให้การรักษาอย่างทันท่วงทีมากขึ้น โดยการรักษาโรคกระดูกพรุนจะมีอยู่ 2 วิธีหลักๆคือ วิธีที่ 1 การรักษาโดยไม่ใช้ยา คือการส่งเสริมให้ผู้ป่วยรับประทานอาหารที่มีแคลเซียมสูง การดื่มนมและออกกำลังกาย วิธีที่ 2 คือการรักษาโดยใช้ยา ซึ่งยาในปัจจุบันนี้จะมียาอยู่หลายกลุ่มด้วยกัน แต่สามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม (มูลนิธิโรคกระดูกพรุนแห่งประเทศไทย, 2553) ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ยาที่ยับยั้งการสลายกระดูก เช่น ยา กลุ่ม บิสฟอสโฟเนต, ซีเลคทีฟเอสโตรเจน, ฮอโรโมนทดแทน กลุ่มที่ 2 ยากระตุ้นการสร้างกระดูก เช่น เทอริพาราไทน์ กลุ่มที่ 3 ยาที่ออกฤทธิ์ยับยั้งการสลายกระดูกและกระตุ้นการสร้างกระดูก คือ สตรอนเตียมมลานีเลต

ตลาดยาในปัจจุบันมีมูลค่าประมาณ 80,000 ล้านบาท ซึ่งจะมีส่วนของตลาดการรักษาโรคกระดูกพรุนอยู่ประมาณหนึ่งพันล้านบาท และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆเมื่อติดตามจากการเติบโตของตลาดยากระดูกพรุน (DDD Data หรือ Drug Distribution Data ตลาดการรักษาโรคกระดูกพรุน 2553) ซึ่งการแข่งขันในตลาดยานั้นก็มีความรุนแรงมากขึ้น ในปัจจุบัน บริษัทที่ขายยาในกลุ่มรักษาโรคกระดูกพรุน ประกอบด้วย บริษัทโนวาติส (ประเทศไทย) จำกัด, บริษัทสโนฟิอเวเนดิส, บริษัทเซอร์เวียร์ (ประเทศไทย) จำกัด, บริษัทเอ็มเอสดี และบริษัทโรช (ประเทศไทย) จำกัด ดังนั้นบริษัทยาแต่ละแห่งที่ผลิตและจำหน่ายยารักษาโรคกระดูกพรุนจึงพยายามใช้กลยุทธ์ต่างๆเพื่อให้ได้ครอบครองส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุด แต่ด้วยงบประมาณที่จำกัดจึงทำให้ต้องมีการประเมินก่อนการสร้างกลยุทธ์ต่างๆว่าปัจจัยในส่วนประสมการตลาดใดที่มีผลต่อแพทย์ในการสั่งจ่ายยาแต่ละตัวให้กับผู้ป่วย ซึ่งจุดนี้ก็ยังคงคลุมเครือและไม่ชัดเจน จึงทำให้บริษัทเสียค่าใช้จ่ายทางการตลาดอย่างไม่คุ้มค่า (ตีแผ่ความจริง วงการหมอ เรื่องเล่า จากคนขายยา, 2554: ออนไลน์)

กล่าวโดยสรุป ปัจจัยด้านการแข่งขันและข้อจำกัดด้านงบประมาณของบริษัทผู้จัด/จำหน่าย ทำให้ธุรกิจยาต้องทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อแพทย์ประจำโรงพยาบาลในจังหวัดเชียงใหม่ใน

การสั่งใช้ยารักษาโรคระดูกพรุนและเพื่อให้ทราบถึงส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยอื่นๆที่แพทย์ประจำโรงพยาบาลให้ความสำคัญในการตัดสินใจสั่งจ่ายยาในกลุ่มนี้ เพื่อสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของยารักษาโรคระดูกพรุนให้มีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแพทย์ประจำโรงพยาบาลในจังหวัดเชียงใหม่ ในการสั่งใช้ยารักษาโรคระดูกพรุน

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อแพทย์ประจำโรงพยาบาลในจังหวัดเชียงใหม่ ในการสั่งใช้ยารักษาโรคระดูกพรุน
2. สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างเหมาะสมและเป็นการใช้งบประมาณทางการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ

นิยามศัพท์

โรคระดูกพรุน คือโรคของกระดูกที่มีความแข็งแรงของกระดูกลดลง ร่วมกับการเสื่อมคุณภาพของกระดูก ส่งผลให้เพิ่มความเสี่ยงต่อการเกิดกระดูกหัก โดยส่วนใหญ่จะเริ่มตรวจพบในผู้หญิงที่มีอายุประมาณ 40 ปีขึ้นไปหรือเริ่มมีภาวะหมดประจำเดือน และในผู้ชายที่มีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป ซึ่งการเป็นโรคระดูกพรุนนี้จะป็นสาเหตุการนำไปสู่การหักของกระดูก โดยส่วนมากจะพบว่าเป็นกระดูกบริเวณสะโพกและกระดูกสันหลัง การตรวจหาผู้ที่ป็นโรคระดูกพรุนจะใช้วิธีการตรวจค่าความหนาแน่นของมวลกระดูกโดยใช้เครื่องมือวัดและค่าที่วัดได้คือค่ามวลกระดูก หรือค่าบีเอ็มดี โดยคนที่เริ่มเป็นโรคระดูกพรุนนั้นจะมีค่าบีเอ็มดีที่น้อยกว่าหรือเท่ากับ -2.5 (แนวทางปฏิบัติสำหรับ โรคระดูกพรุน พ.ศ.2553)

แพทย์ ในที่นี้ คือแพทย์แผนกศัลยกรรมกระดูก แพทย์แผนกสูตินรีเวช(วัยทอง) และแพทย์แผนกเวชศาสตร์ฟื้นฟู

ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ยา หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อแพทย์ในการสั่งใช้ยารักษาโรคระดูกพรุนในผู้ป่วย ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด อีกทั้งรวมไปถึงปัจจัยอื่นๆ เช่น ระเบียบปฏิบัติในการสั่งซื้อของโรงพยาบาลรัฐบาลและเอกชน

โรงพยาบาลในจังหวัดเชียงใหม่ หมายถึง โรงพยาบาลรัฐบาลยกเว้นโรงพยาบาล
ชุมชนที่อยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ และ โรงพยาบาลเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved