



ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อแพทย์โรงพยาบาลในอำเภอเมือง
พิษณุโลกในการสั่งใช้ยาเม็ดลดระดับน้ำตาลในเลือด
ในผู้ป่วยโรคเบาหวานชนิดที่ 2

พัชรินทร์ มายัง

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
มกราคม 2555

600 952633

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ



247693

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อแพทย์โรงพยาบาลในอำเภอเมือง
พิษณุโลกในการสั่งใช้ยาเม็ดลดระดับน้ำตาลในเลือด
ในผู้ป่วยโรคเบาหวานชนิดที่ 2

พัชรินทร์ มายัง

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต



บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

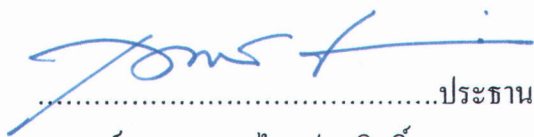
มกราคม 2555

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อแพทย์โรงพยาบาลในอำเภอเมืองพิษณุโลก
ในการสั่งใช้ยาเม็ดลดระดับน้ำตาลในเลือดในผู้ป่วยโรคเบาหวานชนิดที่ 2

พัชรินทร์ มายัง

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ


.....ประธานกรรมการ
อาจารย์ ดร.เชมกร ไชยประสิทธิ์

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ


.....
รองศาสตราจารย์อรรถ มณีสงฆ์


.....กรรมการ
รองศาสตราจารย์อรรถ มณีสงฆ์


.....กรรมการ
ดร.ศันสนา สิริตาม

31 มกราคม 2555

©ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อแพทย์โรงพยาบาลใน
อำเภอเมืองพิษณุโลกในการสั่งใช้ยาเม็ดลดระดับน้ำตาลในเลือดในผู้ป่วยโรคเบาหวานชนิดที่ 2
สำเร็จได้ด้วยความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ อรรถร มณีสงฆ์ ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระที่ได้
ให้คำแนะนำและแก้ไขข้อบกพร่อง จนการค้นคว้าแบบอิสระนี้สำเร็จได้ด้วยดี

ขอขอบคุณแพทย์ทุกท่านที่ได้กรุณาสละเวลาในการกรอกแบบสอบถามและให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้

พัชรินทร์ มายัง

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อแพทย์โรงพยาบาลในอำเภอ
เมืองพิษณุโลกในการสั่งใช้ยาเม็ดลดระดับน้ำตาลในเลือดใน
ผู้ป่วยโรคเบาหวานชนิดที่ 2

ผู้เขียน นางสาวพัชรินทร์ มายัง

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ
รองศาสตราจารย์ อรชร มณีสงฆ์

บทคัดย่อ

247693

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาถึงปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อแพทย์
โรงพยาบาลในอำเภอเมืองพิษณุโลกในการสั่งใช้ยาเม็ดลดระดับน้ำตาลในเลือดในผู้ป่วย
โรคเบาหวานชนิดที่ 2

กลุ่มประชากรที่ศึกษาคือ แพทย์ที่ทำงานประจำในโรงพยาบาลรัฐบาลและเอกชน
ในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ที่มีการตรวจผู้ป่วยนอกอายุรกรรม และเคยสั่งยาเม็ดลดระดับ
น้ำตาลในเลือดให้แก่ผู้ป่วยโรคเบาหวานชนิดที่ 2 ทุกท่าน โดยเก็บจากแพทย์ทั้งหมดจำนวน 97 ราย
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถามที่ผู้ทำการศึกษาสร้างขึ้น วิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรม
สำเร็จรูป และสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ
(Percentage) และค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)

ผลการศึกษา พบว่า แพทย์ส่วนใหญ่ประจำอยู่โรงพยาบาลรัฐบาล ไม่มีคลินิก
ส่วนตัวหรืองานนอกเวลา มีโอกาสในการจ่ายลดระดับน้ำตาลในเลือด ไม่มีส่วนในการตัดสินใจ
นำยาลดระดับน้ำตาลในเลือดเข้าเป็นยาในบัญชีโรงพยาบาล

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด แพทย์ให้ความสำคัญในระดับมากต่อปัจจัยด้าน
ด้านราคา และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญระดับปานกลางกับปัจจัยด้านการส่งเสริม
การตลาด และปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยที่แพทย์ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ตามลำดับค่าเฉลี่ยได้แก่ ด้วยามี
การใช้นานจนมั่นใจว่าปลอดภัยในการใช้ยา (Evidence Base) ด้วยามีประสิทธิภาพในการรักษา

เป็นยาที่อยู่ในบัญชียาหลักแห่งชาติ ราคาขายไม่แตกต่างจากยาที่มีคุณภาพในระดับเดียวกัน ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของยา ตัวยามีความปลอดภัยสูง ตัวยาเป็นที่นิยมใช้อย่างแพร่หลาย และตัวยามีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับและมีข้อมูลอ้างอิงที่เชื่อถือได้

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

247693

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.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	4
นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 7Ps)	5
ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	
ขอบเขตการศึกษา	10
ขอบเขตเนื้อหา	10
ขอบเขตประชากรที่ศึกษา	10
วิธีการศึกษา	11
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	11
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	12
สถานที่ในการดำเนินการศึกษา และเก็บรวบรวมข้อมูล	12
ระยะเวลาในการศึกษา	13
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป	15
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้ ยาเม็ดลดระดับน้ำตาลในเลือดในผู้ป่วยโรคเบาหวานชนิดที่ 2 ของแพทย์	19

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการสั่งจ่าย ยาลดน้ำตาลในเลือด จำแนกตามประเภทของสถานพยาบาล ของแพทย์	30
ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการสั่งจ่าย ยาลดน้ำตาลในเลือด จำแนกตามการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจนำ ยาลดระดับน้ำตาลในเลือดเข้าเป็นยาในบัญชีโรงพยาบาลของแพทย์	38
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการศึกษา	48
อภิปรายผล	54
ข้อค้นพบ	57
ข้อเสนอแนะ	58
บรรณานุกรม	62
ภาคผนวก	64
ประวัติผู้เขียน	70

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของแพทย์ จำแนกตามเพศ	15
2 แสดงจำนวนและร้อยละของแพทย์ จำแนกตามอายุ	15
3 แสดงจำนวนและร้อยละของแพทย์ จำแนกตามประเภทของสถานพยาบาล	16
4 แสดงจำนวนและร้อยละของแพทย์ จำแนกตามจำนวนเตียงของ โรงพยาบาลที่ทำงานอยู่	16
5 แสดงจำนวนและร้อยละของแพทย์ จำแนกตามจำนวนผู้ป่วยทั่วไป โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์	17
6 แสดงจำนวนและร้อยละของแพทย์ จำแนกตามจำนวนผู้ป่วยโรคเบาหวาน- ชนิดที่ 2 ที่จำเป็นต้องจ่ายยาลดระดับน้ำตาลในเลือดต่อสัปดาห์	17
7 แสดงจำนวนและร้อยละของแพทย์ จำแนกตามการมีคลินิกส่วนตัวหรือ งานนอกเวลาที่มีโอกาสในการจ่ายยาลดระดับน้ำตาลในเลือด	18
8 แสดงจำนวนและร้อยละของแพทย์ จำแนกตามการมีส่วนในการตัดสินใจ นำยาลดระดับน้ำตาลในเลือดเข้าเป็นยาในบัญชีโรงพยาบาล	18
9 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่มีผลต่อการสั่งยาของแพทย์	19
10 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาที่มีผล ต่อการสั่งยาของแพทย์	22
11 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้าน การจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการสั่งยาของแพทย์	23
12 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้าน การส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการสั่งยาของแพทย์	24
13 แสดงสรุปผลค่าเฉลี่ย ระดับความสำคัญ และระดับการให้ความสำคัญของ ส่วนผสมการตลาดทั้งหมดที่มีผลต่อการสั่งจ่ายยาลดน้ำตาลในเลือดของแพทย์	26
14 แสดงอันดับ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญ ของปัจจัยทั้งหมด	26
15 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการสั่งจ่าย ยาลดน้ำตาลในเลือด จำแนกตามประเภทของสถานพยาบาล	30

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
16 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาต่อการส่งจ่าย ยาลดน้ำตาลในเลือด จำแนกตามประเภทของสถานพยาบาล	33
17 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายต่อการ ส่งจ่ายยาลดน้ำตาลในเลือด จำแนกตามประเภทของสถานพยาบาล	34
18 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อ การส่งจ่ายยาลดน้ำตาลในเลือด จำแนกตามประเภทของสถานพยาบาล	35
19 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการส่งจ่ายยา ลดน้ำตาลในเลือด จำแนกตามการมีส่วนในการตัดสินใจนำยาลดระดับน้ำตาล ในเลือดเข้าเป็นยาในบัญชีโรงพยาบาล	38
20 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคาต่อการส่งจ่าย ยาลดน้ำตาลในเลือด จำแนกตามการมีส่วนในการตัดสินใจนำยาลดระดับ- น้ำตาลในเลือดเข้าเป็นยาในบัญชีโรงพยาบาล	42
21 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายต่อการ ส่งจ่ายยาลดน้ำตาลในเลือด จำแนกตามการมีส่วนในการตัดสินใจนำ ยาลดระดับน้ำตาลในเลือดเข้าเป็นยาในบัญชีโรงพยาบาล	43
22 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดต่อ การส่งจ่ายยาลดน้ำตาลในเลือด จำแนกตามการมีส่วนในการตัดสินใจนำ ยาลดระดับน้ำตาลในเลือดเข้าเป็นยาในบัญชีโรงพยาบาล	44
23 สรุประดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการส่งจ่ายยาลดน้ำตาล- ในเลือดในผู้ป่วยโรคเบาหวานชนิดที่ 2 ของแพทย์ โดยจำแนกตามประเภท ของสถานพยาบาล	50
24 สรุประดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ต่อการส่งจ่ายยาลดน้ำตาล- ในเลือดในผู้ป่วยโรคเบาหวานชนิดที่ 2 ของแพทย์ โดยจำแนกตามการมีส่วน ในการตัดสินใจนำยาเข้า	52