ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อแพทย์ในการสั่งใช้ยาลดกรดในกระเพาะอาหารในโรงพยาบาล ในอำเภอเมืองเชียงใหม่

ผู้เขียน นางสาวขนิษฐา วัฒนโรจนกิจ

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ อาจารย์ ดร.อดิศักดิ์ ธีรานุพัฒนา

บทคัดย่อ

การศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อแพทย์ในการสั่งใช้ยาลดกรดในกระเพาะอาหารในโรงพยาบาลในอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อแพทย์ในการสั่งใช้ยาลดกรดในกระเพาะอาหาร ในโรงพยาบาลในอำเภอเมืองเชียงใหม่ โดยเก็บข้อมูลจากแพทย์ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวน 134 ราย โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ซึ่งสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 41 – 50 ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 – 40,000 บาท อยู่โรงพยาบาลรัฐบาล ที่มีจำนวนเตียง 1,000 เตียงขึ้นไป รักษาผู้ป่วยทั่วไปในโรงพยาบาลโดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ 100 รายขึ้นไป รักษาผู้ป่วยโรคกระเพาะอาหารในโรงพยาบาลโดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ 30 รายขึ้นไป โดยสาเหตุในการสั่งใช้ยาลดกรดในกระเพาะอาหารจากบริษัทยา คือ ตัวยามีประสิทธิภาพในการรักษา และทราบข้อมูลเกี่ยวกับยาลดกรดในกระเพาะอาหาร จากเว็บไซต์

ผลการศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อแพทย์ในการสั่งใช้ยาลดกรดในกระเพาะอาหาร ในโรงพยาบาลในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ในระดับมาก ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ส่วนปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลในระดับปานกลาง คือ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

โดยปัจจัยย่อยของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อแพทย์ในการสั่งใช้ยาลดกรดในกระเพาะอาหาร ในโรงพยาบาลในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละด้านดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ คือ ตัวยามีความปลอดภัยสูง ด้านราคา คือ ราคาอยู่ในเกณฑ์ที่คนไข้สามารถรับผิดชอบได้ ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ ความสม่ำเสมอในการเยี่ยมของผู้แทนยา และ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ มีการรักษาคุณภาพในขณะจัดส่ง ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Marketing Mix Affecting Physicians Towards Prescribing Proton Pump Inhibitor in Hospitals in Mueang Chiang Mai District

Author Miss Kanittha Wattanarotjanakit

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisor Dr. Adisak Theeranuphattana

ABSTRACT

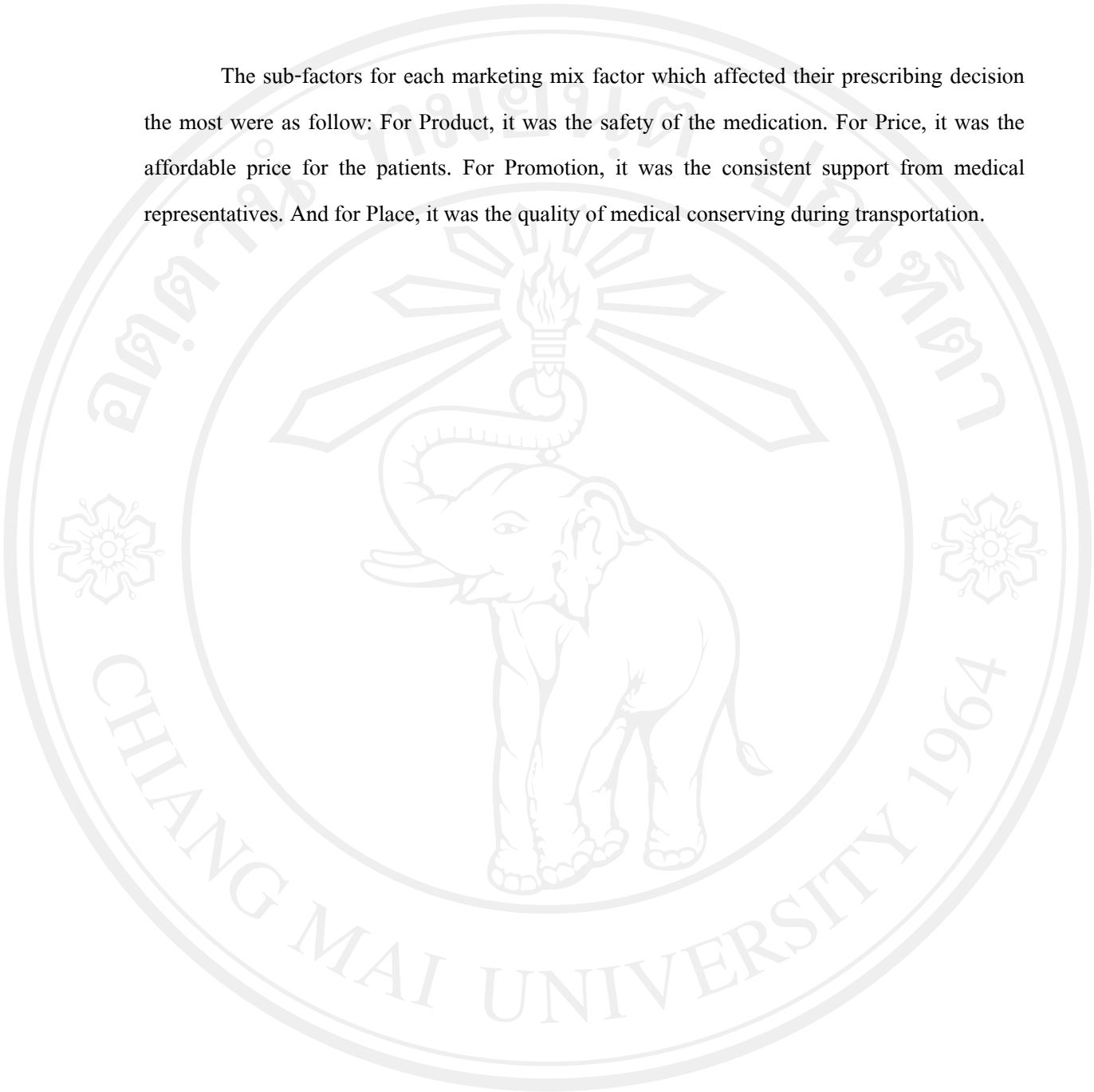
This independent study aimed at exploring marketing mix affecting physicians towards prescribing Proton Pump Inhibitor in hospitals in Mueang Chiang Mai District. Data collection was compiled from the distribution of questionnaires to 134 physicians in Chiang Mai Province. The given data were then analyzed by descriptive statistics comprising of frequency, percentage, and mean.

Based upon the findings, most respondents were 41 – 50 years old male, with 30,000 – 40,000 baht monthly incomes. They worked in government hospitals with more than 1,000 units of hospital beds, had more than 100 patients per weeks, 30 of them were peptic ulcer patients. The main reason affected their Proton Pump Inhibitor prescription was the medication effectiveness. They learned about Proton Pump Inhibitor from websites.

According to the study, the marketing mix factors which affected physicians towards prescribing Proton Pump Inhibitor in hospitals in Mueang Chiang Mai District at high level were Product, Price, and Promotion, respectively. The marketing mix factor which affected physicians towards prescribing Proton Pump Inhibitor in hospitals in Mueang Chiang Mai District at medium level was Place.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

The sub-factors for each marketing mix factor which affected their prescribing decision the most were as follow: For Product, it was the safety of the medication. For Price, it was the affordable price for the patients. For Promotion, it was the consistent support from medical representatives. And for Place, it was the quality of medical conserving during transportation.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved