

## แนวทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายยาอริพิพราโซล ในจังหวัดขอนแก่น GUIDELINE TO INCREASE SALES VOLUME OF ARIPIPRAZOLE DRUG IN KHON KAEN PROVINCE

พิชญานันท์ ลำพูน<sup>1</sup>  
วินิต ชินสุวรรณ<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการเพิ่มยอดขายยาอริพิพราโซลในจังหวัดขอนแก่น โดยทำการศึกษาแนวทางและปัจจัยการตัดสินใจในการเลือกใช้อายต้านโรคจิตกลุ่มใหม่ของจิตแพทย์ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือจิตแพทย์ทั้งหมด 25 คน ในจังหวัดขอนแก่น โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคขององค์กร การวิเคราะห์สถานการณ์การแข่งขัน การกำหนดตลาดเฉพาะส่วน และส่วนประสมทางการตลาด

ผลการศึกษาที่ได้จากการวิเคราะห์ข้างต้นสามารถกำหนดแนวทางการเพิ่มยอดขายยาอริพิพราโซล ในจังหวัดขอนแก่น จำนวน 4 โครงการ ได้แก่ 1.สนับสนุนการทำบทความงานวิจัย หรือตีพิมพ์งานวิจัยเกี่ยวกับยาอริพิพราโซล โดยเฉพาะโรคจิตเภท 2.สนับสนุนการเข้าร่วมประชุมวิชาการเพื่อนำเสนอข้อมูลยาทั้งภายในประเทศและต่างประเทศโดยเฉพาะโรคจิตเภท และโรคอารมณ์สองขั้ว 3.อบรมผู้แทนผลิตภัณฑ์ด้านความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บุคลิก และทักษะการขาย และ 4.เพิ่มช่องทางการให้ข้อมูลเพื่อสืบค้นข้อมูลของแพทย์ โดยมีเว็บไซต์ให้ความรู้และรวบรวมข้อมูลเชิงวิชาการที่เปิดเผยได้ทางการแพทย์ หลังจากดำเนินโครงการคาดว่าจะยอดขายยาอริพิพราโซล ในจังหวัดขอนแก่นเพิ่มขึ้น โดยมีการเติบโตของยอดขายเทียบเท่ากับตลาดหรือมากกว่าตลาดในอนาคต

**คำสำคัญ:** อริพิพราโซล ขอนแก่น

### Abstract

The objective of this study was to identify the activities that could increase sales volume of Aripiprazole drug in Khon Kaen Province. The study used the questionnaire with 25 psychologists in Khon Kaen Province, to determine potential activities that affected psychologist's decision on choosing a new generation atypical antipsychotic drugs. PEST, SWOT, Five Force Model, STP marketing strategy and Marketing Mix (4Ps) were analyzed.

Four projects were proposed: 1. Supporting the research and publication on Aripiprazole especially in Schizophrenia 2. Supporting for academic conferences both domestic and overseas focus on Schizophrenia and Bipolar disorder 3. Product knowledge and personality training for medical representatives and 4. Expanded channel for research doctor's information by create website that contains both educational matters and disclosed academic relevant. After implementation of these projects, it could be expected that the volume of Aripiprazole drug in Khon Kaen Province would be increased to at least equal to the growth of the market.

**Keywords:** Aripiprazole, Khon Kaen

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น  
phichaya5445@gmail.com

<sup>2</sup> รองศาสตราจารย์ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

## บทนำ

สภาวะการเจ็บป่วยทางจิตในผู้ป่วยจิตเวชมีผลกระทบต่อบุคคล ครอบครัวและสังคม โรคทางจิตเวชส่วนใหญ่ ได้แก่โรคจิตเภท และโรคอารมณ์สองขั้ว ซึ่งเป็นโรคเรื้อรังที่ส่งผลให้เกิดความบกพร่องในการทำหน้าที่การทำงาน และเป็นปัญหาทางด้านสาธารณสุขทั่วโลก โรคจิตเภทเป็นโรคที่เกิดอุบัติการณ์สูงพบในผู้ป่วยที่มีความผิดปกติทางด้านความคิด อารมณ์ และพฤติกรรม อาการของโรคส่วนใหญ่พบครั้งแรกในช่วงวัยรุ่นหรือผู้ใหญ่ตอนต้น คือ อายุระหว่าง 15-24 ปี โอกาสเป็นโรคเท่าๆกันทั้งชายและหญิง [1] นอกจากนี้โรคจิตเภท แล้ว โรคอารมณ์สองขั้ว เป็นโรคที่มีอุบัติการณ์รองลงมา ช่วงอายุที่เกิดเริ่มจากวัยเด็กจนถึงอายุ 50 ปี โอกาสเป็นโรคเท่าๆกันทั้งชายและหญิงเช่นกัน [2]

กลุ่มยาต้านโรคจิต นิยมใช้กับหลายโรคทางจิตเวชและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยมีบริษัทข้ามชาติหลายบริษัทได้นำเข้ามาจำหน่าย กลุ่มยาต้านโรคจิต แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ยาต้านโรคจิตกลุ่มเก่า และยาต้านโรคจิตกลุ่มใหม่ โดย ยาต้านโรคจิตกลุ่มใหม่มีประสิทธิภาพสูงและผลข้างเคียงน้อย

ตลาดยาจิตเวชกลุ่มใหม่ในจังหวัดขอนแก่น ในปี 2558 มีมูลค่ารวม 35,277,707 บาท อัตราการเติบโตร้อยละ 20 มีจำนวนยาทั้งหมด 5 ตัว คือ อริพิพราโซล ริสเพอร์ริโดน พาโลเพอร์ริโดน คิวไทร์ป็น และออแลนซาป็น สำหรับอริพิพราโซล มียอดขายทั้งสิ้น 6,513,750 บาท โดยมีอัตราการเติบโตร้อยละ 9.96 เทียบกับปี 2557 ซึ่งจากข้อมูลข้างต้นยังมีอัตราการเติบโตของยอดขายต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับการเติบโตของตลาด ผู้ศึกษาจึงมองเห็นโอกาสในการทำการศึกษานวทางในการเพิ่มยอดขายให้เทียบเท่าหรือมากกว่าการเติบโตของตลาด

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาแนวทาง และปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้ยาต้านโรคจิตกลุ่มใหม่ของจิตแพทย์ในจังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อกำหนดแนวทางการเพิ่มยอดขายของยาอริพิพราโซล ในจังหวัดขอนแก่น

## วิธีดำเนินงาน

1. การศึกษาแนวทางและปัจจัยในการตัดสินใจเลือกใช้ยาต้านโรคจิตกลุ่มใหม่ของจิตแพทย์ในจังหวัดขอนแก่น

1.1 ประชากรในการศึกษา ทำการศึกษาเป็นแบบเฉพาะเจาะจง โดยศึกษาจากจิตแพทย์ในเขตจังหวัดขอนแก่นทั้งหมด 25 คน จากภาควิชาจิตเวชศาสตร์ คณะแพทยศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่น โรงพยาบาลจิตเวชขอนแก่นราชนครินทร์ สถาบันพัฒนาการเด็กภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โรงพยาบาลศูนย์ขอนแก่น และสถาบันสิรินธรขอนแก่น

1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม แบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูล แบ่งออกเป็น 4 ส่วน มีรายละเอียดดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 การศึกษาแนวทางการตัดสินใจเลือกใช้ยาต้านโรคจิตกลุ่มใหม่ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ยาต้านโรคจิตกลุ่มใหม่ ของจิตแพทย์ ส่วนที่ 3 ข้อมูลผลิตภัณฑ์ยาอริพิพราโซล ส่วนที่ 4 ปัจจัยของส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ยาต้านโรคจิตกลุ่มใหม่ของจิตแพทย์

1.3 การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการเก็บข้อมูลและนำข้อมูลจากแบบสอบถาม นำมาทำการวิเคราะห์ทางสถิติ ใช้สถิติเชิงพรรณนา ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน [3]

## 2. การกำหนดแนวทางการเพิ่มยอดขายของยาอริพิพราโซล ในจังหวัดขอนแก่น

นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ ตลอดจนวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคขององค์กร สถานการณ์การแข่งขัน การกำหนดตลาดเฉพาะส่วน และส่วนประสมทางการตลาด [4] เพื่อนำมากำหนดแนวทางการเพิ่มยอดขาย

### ผลการศึกษา

#### 1. ผลการศึกษาแนวทางและปัจจัยในการตัดสินใจการเลือกใช้ยาต้านโรคจิตกลุ่มใหม่ของจิตแพทย์ ในจังหวัดขอนแก่น

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านเพศ มีเพศหญิง ร้อยละ 60 เพศชายร้อยละ 40 ด้านประสบการณ์ในการทำงาน มากกว่า 15 ปี ร้อยละ 40 รองลงมา 6-10 ปี ร้อยละ 36 อื่นๆรวม ร้อยละ 24 ด้านสาขาวิชาชีพที่จบ จิตแพทย์ทั่วไป ร้อยละ 80 จิตแพทย์เด็กและวัยรุ่น ร้อยละ 20

แนวทางการตัดสินใจเลือกใช้ยา และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ยาต้านโรคจิตกลุ่มใหม่ โรคที่แพทย์พบมากที่สุดในการรักษาคือ โรคจิตเภท ร้อยละ 64 โรคอื่นๆ รวมร้อยละ 36 เมื่อญาติแจ้งแพทย์ถึงความ ต้องการได้รับการรักษาโดยให้เลือกใช้ยาที่ดีที่สุด จิตแพทย์เลือกใช้ยาต้านโรคจิตกลุ่มใหม่ทั้งหมด (ร้อยละ 100) โดยแพทย์มีเหตุผลในการเลือกใช้ยาใหม่ เนื่องจาก อาการข้างเคียงจากยาเก่าทำให้คนไข้ไม่สามารถทนต่อการรักษาได้ต้องเปลี่ยนยาเป็นกลุ่มใหม่ ร้อยละ 92 และ แพทย์เลือกใช้ยาใหม่เพราะประสิทธิภาพของยาใหม่ที่ดีกว่า ร้อยละ 72

ข้อมูลผลิตภัณฑ์ยาอริพิพราโซล จิตแพทย์ทั้งหมดรู้จักผลิตภัณฑ์ยาอริพิพราโซล (ร้อยละ 100) โดยจิตแพทย์ได้ข้อมูลผลิตภัณฑ์จาก ผู้แทนยาและเวชภัณฑ์ ร้อยละ 96 งานประชุมสัมมนาประชุมวิชาการ ร้อยละ 88 แพทย์ทั้งหมดมีประสบการณ์ในการเลือกใช้อริพิพราโซลกับผู้ป่วย และแพทย์มีเหตุผล ในการเลือกใช้อริพิพราโซล อันดับแรก เพราะประสิทธิภาพของยาที่ดี รองลงมาคือ มีความปลอดภัยสูงและผลข้างเคียงต่ำ อันดับสุดท้าย สามารถติดต่อตัวแทนจำหน่ายได้ง่ายและรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษา อรรถสิทธิ์ แสงทอง แพทย์ตัดสินใจเลือกใช้ยาเพราะ ประสิทธิภาพ และมีผลข้างเคียงต่ำ [5]

แพทย์ให้ความสำคัญมากที่สุดสำหรับส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน โดยด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญกับ ประสิทธิภาพในการรักษาที่ดี ผลข้างเคียงต่ำ ได้รับรองมาตรฐานประเทศไทยจากองค์การอาหารและยา มีปฏิกริยาระหว่างยาดำ และ ทานยวันละหนึ่งครั้ง ด้านราคา ให้ความสำคัญกับ ราคาถูก สามารถต่อรองราคาได้ ราคาที่จำหน่ายไม่แพงกว่าเมื่อเทียบกับยาอื่น ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แพทย์ให้ความสำคัญในด้าน บริษัทมียาพร้อมส่งเพียงพอไม่ขาด ส่งยารวดเร็วตามความต้องการ และด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญกับ บทความ หรืองานวิจัย ที่ได้รับการตีพิมพ์ การจัดประชุมวิชาการเพื่อนำเสนอข้อมูลยา

## 2. การกำหนดแนวทางการเพิ่มยอดขายของยาอริพิพราโซล ในจังหวัดขอนแก่น

### ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม

**นโยบาย** จากนโยบายของกรมบัญชีกลาง ส่งผลกระทบต่อทุกโรงพยาบาล จากเหตุผลเพื่อควบคุมการเบิกจ่ายยา

**เศรษฐกิจ** ภาวะเศรษฐกิจภาคตะวันออกเฉียงเหนือเดือนเมษายน 2559 ยังชะลอตัวการ อาจส่งผลให้รายได้ประชาชนทั่วไปลดลงหรือคงตัวเมื่อต้องการบริการรักษาจึงอาจต้องการยาที่มีคุณภาพไม่ตีมากนักแต่บรรเทาอาการที่จะรักษาได้บ้างและราคาต่ำเพื่อพียงรายได้ที่อาจจะคงตัว

**สังคม** การยอมรับผู้ป่วยทางจิตเวชของสังคมในการออกมาใช้ชีวิตตามปกติยังไม่มาก จึงส่งผลให้ผู้ป่วยหลายคนที่ไม่ได้รับการรักษาและที่ยังไม่ได้รับการรักษาไม่ต้องการจะเปิดเผยตัวกับสังคมหรือทำการรักษาตัวที่โรงพยาบาล

**เทคโนโลยี** ปัจจุบันยังมียาอีกหลายตัวที่ฉีด 1 ครั้งสามารถควบคุมอาการได้ 30 วัน ซึ่งลดเวลาการดูแล และเพิ่มคุณภาพชีวิตทั้งของผู้ป่วยเองและญาติได้ดี

#### ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคขององค์กร

**การวิเคราะห์จุดแข็ง** 1. ผลิตรักษายาอริพิพราโซลของบริษัท ทีโอเอสเค จำกัด เป็นยาต้นตำรับและบริษัทได้จดสิทธิบัตรในขั้นตอนการผลิตยา 2. ผู้แทนยาเป็นเภสัชกร มีความน่าเชื่อถือ สามารถในการให้ข้อมูลยาแก่แพทย์ได้อย่างถูกต้อง 3. ใช้บริการ บริษัท ซิลลิค ฟาร์มา จำกัด ในการจัดเก็บผลิตภัณฑ์ขนส่งกระจายสินค้า ซึ่งมีระบบที่น่าเชื่อถือ 4. เป็นสมาชิกสมาคมผู้วิจัยและผลิตเภสัชภัณฑ์

**การวิเคราะห์จุดอ่อน** 1. ราคาขายอริพิพราโซล ค่อนข้างสูง ราคาในช่วง 4,815 – 9,630 บาท ต่อเดือน จากราคาต้นทุน เมื่อเทียบกับรายได้ของประชาชนที่ได้ค่าแรงขั้นต่ำโดยประมาณ 9,000 – 15,000 บาท ต่อเดือน 2. มียาต้านโรคจิตชนิดอื่นที่สามารถใช้ได้ในข้อบ่งใช้ที่ตรงกัน

**การวิเคราะห์โอกาส** 1. ตลาดของยาต้านโรคจิตในจังหวัดขอนแก่นมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น 2. การตรวจพบโรคเร็วขึ้น การทำให้การรักษาจะเริ่มได้เร็วขึ้น โอกาสการใช้ยาจึงค่อนข้างที่จะสูงขึ้น

**การวิเคราะห์อุปสรรค** 1. ภาครัฐควบคุมค่าใช้จ่ายสำหรับรายการยาที่อยู่ภายนอกบัญชียาหลักแห่งชาติ 2. การจำกัดของจำนวนรายการยาในการเข้าบัญชีของโรงพยาบาล

#### ผลการวิเคราะห์สถานการณ์การแข่งขัน

**ภัยคุกคามจากคู่แข่งรายใหม่** อุตสาหกรรมยาเป็นตลาดที่มีกำแพงสำหรับคู่แข่งค่อนข้างสูงในการเข้ามาทำธุรกิจนี้ เนื่องจากผู้ค้ารายใหม่ต้องใช้เงินทุนในปริมาณที่สูง

**อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ** โรงพยาบาลอาจรวมกลุ่มกันประกวดราคาในนามกรมสุขภาพจิต เพื่อเพิ่มอำนาจในการต่อรองราคาได้ แต่ยังไม่สามารถต่อรองได้มากนักเพราะ ยาอริพิพราโซล เป็นยากึ่งผูกขาด

**อำนาจต่อรองของผู้ขาย** บริษัท โอเอสเค จำกัด ประเทศญี่ปุ่น เป็นบริษัทแม่ผู้กำหนดราคาทำให้บริษัท ทีโอเอสเค จำกัด มีอำนาจในการต่อรองราคาน้อยหรือแทบไม่มีเลย

**ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน** สินค้าทดแทนที่อาจเกิดขึ้นคือยาต้านโรคจิตชนิดยาฉีด ซึ่งปัจจุบันมีเพียงรายเดียวที่ครองตลาดนี้ คือพาลีเพอร์ริโดน เมนเทนน่า ออกฤทธิ์ยาว 1 เดือน และยาเลียนแบบที่นำเข้าจากประเทศจีน

**การแข่งขันระหว่างคู่แข่งรายเดิมในอุตสาหกรรม** สภาวะการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการรายเดิมที่อยู่ในอุตสาหกรรมมีความรุนแรงมากโดยการแข่งขันเฉพาะยาต้นตำรับ แข่งขันกันมากทำให้อำนาจการต่อรองไปตกอยู่กับผู้ป่วย โดยแพทย์จะเสนอยาให้กับผู้ป่วยที่ชำระเงินเองในการเลือกใช้ยาตามความสามารถในการชำระการกำหนดตลาดเฉพาะส่วน

**การแบ่งส่วนตลาด** แบ่งส่วนตามภูมิศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาดังกล่าวแบบเฉพาะเจาะจงเฉพาะจิตแพทย์ในเขตจังหวัดขอนแก่น

**การกำหนดตลาดเป้าหมาย** การเลือกส่วนตลาด เลือกใช้วิธีเลือกส่วนตลาดแบบมุ่งเน้นเฉพาะส่วนเป็นการเลือกส่วนตลาดเพียงส่วนเดียว เพื่อสร้างความพึงพอใจให้ตรงกับความต้องการของจิตแพทย์

**การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์** อริพิพราโซล ผลิตในประเทศญี่ปุ่น เป็นยาต้นแบบ ใช้รักษาอาการทางจิตเวช เป็นยารุ่นใหม่ที่มีการออกฤทธิ์ลักษณะเฉพาะ ปลอดภัยทั้งเด็ก ผู้ใหญ่ คนสูงอายุ และคนไข้ที่มีโรคประจำ

ตัว ออกฤทธิ์ยาวเพียงทานวันละหนึ่งครั้ง อาการข้างเคียงน้อย ไม่่วงนอนผู้ป่วยสามารถกลับมาใช้ชีวิตได้เป็นปกติในสังคม

### ผลการกำหนดส่วนประสมทางการตลาด

**ผลิตภัณฑ์** ผลิตภัณฑ์ยาอริพิพราโซล มีคุณสมบัติตรงกับแบบสอบถามในการประเมินการตัดสินใจในการเลือกใช้ของจิตแพทย์ เหตุผลที่แพทย์เลือกใช้ยาอริพิพราโซล คือประสิทธิภาพของยาดี และปลอดภัยในการใช้ผลข้างเคียงต่ำ

**ราคา** ยาอริพิพราโซล ของบริษัท ทีโอเอสเค จำกัด นำเข้ามาจัดจำหน่ายและทำการตลาดยาในประเทศไทย มีความสอดคล้องกับความต้องการของแพทย์ในการตอบแบบสอบถามเรื่อง สามารถต่อราคาได้ และราคาที่จำหน่ายไม่แพงกว่าเมื่อเทียบกับยาอื่น

**ช่องทางการจัดจำหน่าย** ยาอริพิพราโซลใช้บริการการขนส่งกระจายสินค้าของ บริษัท ซิลลิค ฟาร์มา ซึ่งตรงกับแบบสอบถามเหตุผลในการเลือกใช้ยาอริพิพราโซล คือติดต่อผู้แทนจำหน่ายได้ง่ายและรวดเร็ว ส่วนปัจจัยที่ทำให้มีความสำคัญด้านช่องทางการจัดจำหน่าย บริษัทมียาพร้อมส่งเพียงพอไม่ขาด ส่งยารวดเร็วตามความต้องการ

**การส่งเสริมการตลาด** การโฆษณาที่มีกฎหมายการโฆษณาฯ ดังนั้นจะสามารถทำการโฆษณาได้เพียงในวารสารการแพทย์ที่สื่อถึงแพทย์โดยไม่สามารถให้ข้อมูลต่อผู้ป่วยได้โดยตรง การออกบูธในงานประชุมวิชาการ และการจัดงานประชุมวิชาการในและต่างประเทศ มีการลดราคาขายขนาด 15 มิลลิกรัม ให้ราคาเท่ากับ 10 มิลลิกรัม นอกจากนี้ บริษัทมีเภสัชกรเป็นผู้แทนยาในการให้ข้อมูลแก่แพทย์เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ ซึ่งจากการตอบแบบสอบถามของแพทย์พบว่าระดับความสำคัญของ บุคลิกลักษณะ หน้าตา และกริยามารยาทของผู้แทนยามีระดับความสำคัญมาก

### การกำหนดโครงการแนวทางการเพิ่มยอดขายของยาอริพิพราโซลในจังหวัดขอนแก่น

**โครงการที่ 1** สนับสนุนการทำบทความงานวิจัย และหรือตีพิมพ์งานวิจัยเกี่ยวกับยาอริพิพราโซล โดยเฉพาะโรคจิตเภท

วัตถุประสงค์ เพื่อเป็นแนวทางการให้ความรู้ความเข้าใจในการใช้ยาจากบทความวิจัยในประเทศไทยเกี่ยวกับยาอริพิพราโซล โดยเฉพาะโรคจิต โดยสนับสนุนแพทย์ในการทำงานวิจัยในประเทศไทย และสนับสนุนการทำบทความวิจัยหรืองานตีพิมพ์ของ ยาอริพิพราโซล ภายในประเทศไทย เพื่อให้ข้อมูลทางงานวิจัยภายในประเทศไทยและเป็นตัวอย่างในการใช้ยาในโรคจิตเภท โดยแพทย์มีความเชื่อมั่นมากขึ้นเกี่ยวกับการใช้สำหรับคนไทย ส่งผลให้การใช้ยาเพิ่มมากขึ้นและยอดขายเพิ่มมากขึ้น ยอดขายเพิ่มขึ้น ร้อยละ 10 และสามารถเหนี่ยวนำแพทย์ท่านอื่น ร้อยละ 5

**โครงการที่ 2** สนับสนุนการเข้าร่วมประชุมวิชาการเพื่อนำเสนอข้อมูลยาทั้งภายในประเทศและต่างประเทศโดยเฉพาะโรคจิตเภทและอารมณ์สองขั้ว

วัตถุประสงค์ เพื่อให้แพทย์ได้เพิ่มพูนความรู้และเกิดความจงรักภักดีในผลิตภัณฑ์ ยาอริพิพราโซล โดยสนับสนุนค่าใช้จ่ายแพทย์ในการเข้าร่วมประชุมวิชาการภายในและต่างประเทศ ซึ่งทำให้แพทย์ได้รับความรู้และเกิดความจงรักภักดีในผลิตภัณฑ์ยาอริพิพราโซล และเลือกใช้ยาในโรคจิตเภท และโรคอารมณ์สองขั้ว ในเขตจังหวัดขอนแก่น ทำให้มียอดสั่งยาเพิ่มมากขึ้น ร้อยละ 20 ของค่าใช้จ่าย

**โครงการที่ 3** อบรมผู้แทนผลิตภัณฑ์ด้านความรู้ผลิตภัณฑ์ บุคลิกภาพ และทักษะการขายให้มีความชำนาญมากขึ้น

**วัตถุประสงค์** เพื่อให้พนักงานมีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ บุคลิกภาพและการขายมากขึ้น วิธีดำเนินการ โดย จัดอบรมผู้แทนเวชภัณฑ์เกี่ยวกับความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ บุคลิกภาพ และทักษะการขาย ทำให้สามารถให้ข้อมูลแพทย์ได้อย่างถูกต้อง และสามารถขายผลิตภัณฑ์ยาอริฟิราโซล ในเขตจังหวัดขอนแก่น ได้เพิ่มมากขึ้น ร้อยละ 10 ต่อปี

**โครงการที่ 4** เพิ่มช่องทางการให้ข้อมูลเพื่อสืบค้นของแพทย์ โดยมีเว็บไซต์ให้ความรู้และรวบรวมข้อมูลเชิงวิชาการที่เปิดเผยได้ทางการแพทย์

วัตถุประสงค์ แพทย์ สามารถเข้าถึงข้อมูล ยาอริฟิราโซลของ บริษัททีโอเอสเค จำกัด ได้ง่ายและรวดเร็ว โดยจัดทำข้อมูลเว็บไซต์ข้อมูลผลิตภัณฑ์ และเอกสารทางการแพทย์ เพื่อให้แพทย์สามารถเข้าถึงข้อมูลผลิตภัณฑ์ยาอย่างน้อยร้อยละ 30 ของแพทย์ทั้งหมด โดยทำให้แพทย์เพิ่มพูนความรู้และเฝ้าระวังการใช้ยาได้อย่างถูกต้อง และมีความต้องการใช้ยาเพิ่มมากขึ้น อย่างน้อยร้อยละ 10 ของยอดขายทั้งหมด

### สรุป

ตลาดยาด้านโรคจิตในจังหวัดขอนแก่นมีการเติบโตร้อยละ 20 ในปี 2558 ซึ่ง ยาอริฟิราโซลมีการเติบโตเพียงร้อยละ 9.96 จึงเป็นเหตุให้มีการศึกษาหาแนวทางการเพิ่มยอดขาย อริฟิราโซลในจังหวัดขอนแก่น ให้ได้เทียบเท่าหรือมากกว่าตลาด

การศึกษาหาแนวทางการตัดสินใจ และปัจจัยในการเลือกใช้ยาด้านโรคจิตกลุ่มใหม่ของจิตแพทย์ในจังหวัดขอนแก่น โดยการใช้ แบบสอบถามการตัดสินใจและปัจจัยในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ จากนั้นทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคขององค์กร สถานการณ์การแข่งขัน กำหนดตลาดเฉพาะส่วนและส่วนประสมทางการตลาด เพื่อกำหนดแนวทางการเพิ่มยอดขายยาอริฟิราโซล ในจังหวัดขอนแก่น 4 โครงการ ดังนี้

1. โครงการสนับสนุนการทำบทความวิจัย หรือตีพิมพ์งานวิจัยเกี่ยวกับยาอริฟิราโซลโดยเฉพาะโรคจิตเภท
2. โครงการสนับสนุนการเข้าร่วมประชุมวิชาการเพื่อนำเสนอข้อมูลยาทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะหัวข้อเรื่อง โรคจิตเภท และโรคอารมณ์สองขั้ว
3. โครงการอบรมผู้แทนผลิตภัณฑ์ด้านความรู้ผลิตภัณฑ์ บุคลิกภาพ และทักษะการขายให้มีความชำนาญมากขึ้น
4. โครงการเพิ่มช่องทางการให้ข้อมูลเพื่อสืบค้นข้อมูลของแพทย์ โดยมีเว็บไซต์ให้ความรู้และรวบรวมข้อมูลเชิงวิชาการที่เปิดเผยได้ สำหรับแพทย์

### ข้อเสนอแนะ

1. แนวทางในการเพิ่มยอดขายยาอริฟิราโซลสามารถขยายเป็นแนวทางในจังหวัดอื่นได้โดยการทำแบบสอบถามเพิ่มเติมจากจิตแพทย์ของแต่ละจังหวัด และนำมาวิเคราะห์หาแนวทางตามตัวอย่างการศึกษานี้
2. สร้างข้อได้เปรียบในทางการแข่งขันให้เหนือคู่แข่งโดยใช้กลยุทธ์ในการพัฒนาพนักงานให้สามารถบริการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการศึกษาเพิ่มเติมด้านกลยุทธ์ระดับหน้าที่อื่นๆ เช่น ด้านบุคลากร เป็นต้น

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาอิสระฉบับนี้สำเร็จสำเร็จลุล่วงด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาของรองศาสตราจารย์ ดร.วินิต ชินสุวรรณ ที่กรุณาให้คำปรึกษา คำแนะนำและข้อเสนอแนะต่อการศึกษาในการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ตลอดการศึกษา จนทำให้รายงานการศึกษาอิสระฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์เป็นอย่างดี ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

## เอกสารอ้างอิง

- [1] พิชัย อิกฐสุกุล. (2558). โรคอารมณ์สองขั้ว. ใน ปราโมทย์ สุคนิษฐ์, และ มาโนช หล่อตระกูล(บรรณาธิการ). จิตเวชศาสตร์รามาริบัติ. (หน้า 155-166). พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: ภาควิชาจิตเวชศาสตร์ คณะแพทยศาสตร์รามาริบัติ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- [2] มาโนช หล่อตระกูล. (2558). โรคจิตเภทและโรคจิตอื่นๆ. ใน ปราโมทย์ สุคนิษฐ์, และ มาโนช หล่อตระกูล (บรรณาธิการ). จิตเวชศาสตร์รามาริบัติ. (หน้า 129-154). พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: ภาควิชาจิตเวชศาสตร์ คณะแพทยศาสตร์รามาริบัติ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- [3] สรชัย พิศาลบุตร. (2557). สถิติเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: วิทย์พัฒน์ 3
- [4] ฉัตยาพร เสมอใจ. (2556). การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- [5] อรรถสิทธิ์ แสงทอง. (2557). แผนกลยุทธ์โดยใช้สุนทรียศาสตร์เพื่อนำ Osmax® เข้าบัญชียาโรงพยาบาลสุพรรณต์ จ.ขอนแก่น. ประชุมวิชาการทางธุรกิจและนวัตกรรมทางการจัดการ ระดับชาติและนานาชาติ ประจำปี 2557, 20-21 กันยายน 2557 ณ โรงแรมเซ็นทาราแอนด์คอนเวนชันเซ็นเตอร์ ขอนแก่น. ขอนแก่น: วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.