



บทความวิจัย

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาล
กรณีศึกษาโรงพยาบาลในเขตพื้นที่สุขภาพที่ 3

โดย

นางสาวอาจารย์ วิเศษอุดมคุณ

รหัส 5914173019

เสนอ

รองศาสตราจารย์ ดารณี พาลุสุข

กระบวนการวิชา BUS7096 การค้นคว้าอิสระ (Independent Study)

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริการธุรกิจมหาบัณฑิต

โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้ประกอบการยุคใหม่ รุ่นที่ 8

ปีการศึกษา 2561

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

บทความวิจัย

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์

ของโรงพยาบาลรัฐบาล

กรณีศึกษาโรงพยาบาลในเขตพื้นที่สุขภาพที่ 3

บทคัดย่อ

การศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลรัฐบาล กรณีศึกษาโรงพยาบาลในเขตพื้นที่สุขภาพที่ 3

มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยภายในของโรงพยาบาลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาล

กรณีศึกษาโรงพยาบาลในเขตพื้นที่สุขภาพที่ 3

เพื่อนำผลการวิจัยไปเป็นข้อมูลในพัฒนาธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการนำเข้าเครื่องมือแพทย์

รวมถึงผู้ที่สนใจในอุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์

ได้นำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้มีอำนาจตัดสินใจและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลรัฐบาล กรณีศึกษาโรงพยาบาลในเขตพื้นที่สุขภาพที่

3

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก และแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาล

กรณีศึกษาโรงพยาบาลในเขตพื้นที่สุขภาพที่ 3 ให้ความเห็นตรงกันว่า

วัตถุประสงค์ในการเลือกเครื่องมือแพทย์ที่สำคัญที่สุดคือการซื้อทดแทนของเก่าที่เสีย

แรงจูงใจในการเลือกเครื่องมือแพทย์ที่สำคัญที่สุดคือด้านเทคโนโลยีของเครื่องมือแพทย์

และการจัดการงบประมาณของโรงพยาบาลรัฐบาลจะมีการจัดงบสำหรับการซื้อเครื่องมือแพทย์เท่าที่จำเป็นในทุกๆ ปี ผลการศึกษาจากแบบสอบถามพบว่า

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาล

รัฐบาล กรณีศึกษาโรงพยาบาลในเขตพื้นที่สุขภาพที่ 3 มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.29$,

S.D. = 0.79) ซึ่งปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมากที่สุดคือ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{x} = 4.47$, S.D. = 0.55)

Abstract

This research aims to study about factors influencing decision making on medical devices in government hospitals, Case study of the hospitals in 3th health area. It was aimed to studying internal factors of hospital and marketing mix of the products that influenced the decision-making of medical devices in government hospitals, Case study of the hospitals in 3th health area. The results of the research can use for be information in the business development for the importer of medical devices including those interested in the medical device industry. The information is used to meet the needs of decision makers and those who are involved in the selection of medical devices in government hospitals, Case Study of government hospitals in 3th health area.

The data about marketing mix of products collected was carried out by questionnaires. Those who have the power to decide on medical devices of government hospitals, Case study of the hospitals in 3th health area. The objective of choosing the most important medical device is to buy replacement antique waste. The motive for choosing the most important medical device is the technology of the medical device. The budget of the government hospital will be budgeted for the purchase of medical equipment as necessary every year. Marketing mix factors influence the decision-making of medical devices in government hospitals, Case study of the hospitals in 3th health area. The average score was at the highest level ($\bar{x} = 4.29$, S.D. = 0.79) The marketing mix of the products that influenced the decision was the most. Distribution channels had the highest mean score ($\bar{x} = 4.47$, S.D. = 0.55).

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สุขภาพ เป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ ทุกคนมีความปรารถนาที่จะมีสุขภาพที่ดี ปัจจุบันประชากรไทยหันมาใส่ใจด้านสุขภาพมากขึ้น ส่วนหนึ่งมาจากการพัฒนาเทคโนโลยีทางการสื่อสารไม่ว่าจะเป็นทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือสื่อออนไลน์ต่างๆ ที่ทำให้ประชากรไทยได้รับความรู้ในด้านการดูแลสุขภาพมากขึ้น ประกอบกับปัจจุบันการเข้าถึงการให้บริการด้านสุขภาพนั้นค่อนข้างง่ายเพราะมีสถานที่ให้บริการทางด้านสุขภาพเกิดขึ้นอย่างมากมาย ดังนั้นธุรกิจทางด้านสุขภาพจึงมีแนวโน้มที่จะพัฒนาต่อไปอย่างต่อเนื่อง

ปัจจุบันนี้แต่ละโรงพยาบาลมียอดซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่สูงขึ้น โดยในระยะ 1-3 ปีข้างหน้า คาดว่าตลาดเครื่องมือแพทย์จะเติบโตอย่างต่อเนื่องในอัตราเฉลี่ย 8.5-10 % ต่อปี (นรินทร์ ตันไพบูลย์, 2561) ซึ่งปัจจัยสนับสนุนปัจจัยแรกคือแรงหนุนจากนโยบายภาครัฐที่สนับสนุนด้านสิทธิพิเศษการลงทุน และตั้งเป้าหมายให้ไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์และการส่งออก (Medical Hub) ภายในปี 2563 และยังมีนโยบายที่มุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสุขภาพของคนไทย เช่น โครงการ 30 บาทรักษาทุกโรค โครงการตรวจสุขภาพ โครงการบัตรทอง เป็นต้น ปัจจัยที่สองคือการเจ็บป่วยที่เพิ่มขึ้นของคนไทยโดยเฉพาะจำนวนผู้ป่วยจากโรคหัวใจ โรคหลอดเลือดสมอง โรคมะเร็ง โรคเบาหวาน และส่วนหนึ่งเนื่องจากจำนวนประชากรผู้สูงอายุที่มีมากขึ้น ปัจจัยที่สามคือสัดส่วนจากผู้ป่วยต่างชาติที่เข้ามาใช้บริการในไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากความเชื่อมั่นในมาตรฐานการรักษากว่าปัจจัยที่สี่คือแผนการขยายการลงทุนของธุรกิจโรงพยาบาลทั้งการสร้างโรงพยาบาลใหม่และการลงทุนด้านเครื่องมือแพทย์ ซึ่งในปัจจุบันเทคโนโลยีของเครื่องมือแพทย์มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่รักษาผู้ป่วยได้ดีขึ้น และโรงพยาบาลจำเป็นต้องซื้ออุปกรณ์เหล่านั้นเพื่อมารองรับกลุ่มผู้ป่วยและพัฒนาศักยภาพในด้านการรักษาของตนเองอย่างต่อเนื่อง จากเหตุผลทั้งหมดนี้จะยิ่งสนับสนุนให้ความต้องการซื้ออุปกรณ์ทางการแพทย์ของแต่ละโรงพยาบาลขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

สำหรับในประเทศไทย ภาครัฐมีบทบาทในการสร้างระบบบริการสาธารณสุขขั้นพื้นฐานแก่ประชาชนในรูปแบบสวัสดิการ ทั้งนี้

องค์การอนามัยโลก (World Health Organization: WHO) ระบุว่าระบบหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าของไทยเป็นหนึ่งในตัวอย่างที่ดีที่สุดของการมีระบบหลักประกันสุขภาพที่ดีโดยไม่ต้องจ่ายแพง สอดคล้องกับสภาวะของประเทศไทยที่มีระดับรายได้ต่อหัวค่อนข้างต่ำ ประเทศไทยได้ประกาศใช้ระบบหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าในปี 2545 โดยออกเป็นพระราชบัญญัติหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ ปัจจุบันครอบคลุมประชากรถึง 99.95% ของผู้มีสิทธิในระบบประกันสุขภาพ (พูลสุข นิลกิจศรานนท์, 2560) จากที่ได้กล่าวมานี้จะเห็นว่าโรงพยาบาลรัฐบาลมีบทบาทสำคัญต่อการให้บริการประชาชนไทยเป็นอย่างมาก

เรื่องมือแพทย์เป็นปัจจัยที่สำคัญในวงการแพทย์และการสาธารณสุข และยิ่งมีความสำคัญมากขึ้นเมื่อมีการพัฒนาเทคโนโลยีให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา บทบาทที่สำคัญของเรื่องมือแพทย์คือการทำให้คุณภาพชีวิตของมนุษย์ดีขึ้น แต่ในอีกด้านหนึ่งก็อาจก่อให้เกิดผลเสียต่อสังคมและสุขภาพของประชาชนได้เช่นกันหากเรื่องมือแพทย์ดังกล่าวไม่มีคุณภาพและความปลอดภัย นอกจากนี้ด้านเศรษฐกิจและสังคมก็ยังมีผลอย่างมากกับระบบสาธารณสุขโดยเฉพาะประเทศที่กำลังพัฒนาอย่างประเทศไทย ซึ่งมีข้อจำกัดทางด้านงบประมาณที่จะนำมาใช้พัฒนางานด้านการแพทย์ให้แก่ประชาชน งบประมาณที่หน่วยงานทางการแพทย์ของรัฐได้รับเพื่อการดำเนินงานนั้นค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับภาระหน้าที่ ดังนั้นท่ามกลางข้อจำกัดดังกล่าวจึงมีความจำเป็นที่โรงพยาบาลจะต้องมองหาช่องทางที่จะใช้ประโยชน์จากงบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัดให้มากที่สุด โดยที่การดำเนินการดังกล่าวจะต้องบรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพด้วย

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นว่าอุตสาหกรรมเรื่องมือแพทย์เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญและมีแนวโน้มที่ดีที่จะขยายตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่จากข้อจำกัดเรื่องงบประมาณของโรงพยาบาลรัฐบาลทำให้เรื่องมือแพทย์ที่โรงพยาบาลรัฐบาลจะตัดสินใจซื้อนั้นต้องสร้างประโยชน์และศักยภาพให้กับโรงพยาบาลได้อย่างสูงสุด ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษา "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเรื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลรัฐบาล กรณีศึกษาโรงพยาบาลในเขตสุขภาพที่ 3" ทั้งนี้เพื่อที่จะนำผลการศึกษาไปใช้พัฒนาแก่ผู้ประกอบการนำเข้าเรื่องมือแพทย์เพื่อให้ใช้ประโยชน์ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยภายในของโรงพยาบาลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลรัฐบาลในเขตพื้นที่สุขภาพที่ 3
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลรัฐบาลในเขตพื้นที่สุขภาพที่ 3
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลรัฐบาลในเขตพื้นที่สุขภาพที่ 3

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้มุ่งศึกษาการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลรัฐบาลในเขตสุขภาพที่ 3 โดยมีการกำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาปัจจัยภายในของโรงพยาบาล ได้แก่ วัตถุประสงค์ แรงจูงใจ งบประมาณ และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสินค้า ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลรัฐบาลในเขตพื้นที่สุขภาพที่ 3

2. ขอบเขตด้านประชากร

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของกลุ่มประชากรที่จะจัดเก็บข้อมูลเป็นกลุ่มผู้ที่มีอำนาจและมีบทบาทในการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ ได้แก่ แพทย์ เภสัชกร นักเทคนิคการแพทย์ และพยาบาลของโรงพยาบาลรัฐบาลในเขตพื้นที่สุขภาพที่ 3 โดยเลือกมาทั้งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจ

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลการวิจัยจากแบบสอบถาม การสัมภาษณ์ และอื่นๆ ที่เหมาะสม ในช่วงวันที่ 13-19 ตุลาคม 2561 และสรุปผลการวิจัยจากข้อมูลภายในวันที่ 31 ตุลาคม 2561

4. ขอบเขตด้านพื้นที่จัดเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลจากบางส่วนของโรงพยาบาลรัฐบาลในเขตพื้นที่สุขภาพที่ 3 ซึ่งได้แก่จังหวัด นครสวรรค์ กำแพงเพชร พิจิตร ชัยนาท และอุทัยธานี ซึ่งมีโรงพยาบาลทั้งหมด 54 แห่ง

สมมติฐานการวิจัย

1. การตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลรัฐบาลในเขตพื้นที่สุขภาพที่ 3 แตกต่างไปตามปัจจัยภายในของโรงพยาบาล
2. การตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลรัฐบาลในเขตพื้นที่สุขภาพที่ 3 แตกต่างไปตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสินค้า

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อได้ทราบถึงปัจจัยภายในของโรงพยาบาลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลรัฐบาลในเขตสุขภาพที่ 3
2. เพื่อได้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลรัฐบาลในเขตสุขภาพที่ 3
3. เพื่อได้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลรัฐบาลในเขตสุขภาพที่ 3
4. ผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าเครื่องมือแพทย์ในประเทศไทย รวมไปถึงผู้ที่สนใจในอุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์สามารถนำผลการวิจัยไปเป็นข้อมูลในการพัฒนาแนวทางการเสนอขายเครื่องมือแพทย์ให้สอดคล้องกับความต้องการซื้อของโรงพยาบาลรัฐบาลได้

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลกรณีศึกษาโรงพยาบาลในเขตพื้นที่สุขภาพที่ 3 นี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีดำเนินการวิจัยประกอบกัน 2 ประเภท ได้แก่ การวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ

“การวิจัยเชิงคุณภาพ” เป็นการแสวงหาความรู้เกี่ยวกับปัจจัยภายในของโรงพยาบาล ได้แก่ ด้านวัตถุประสงค์ ด้านแรงจูงใจ และด้านงบประมาณ ของผู้มีอำนาจตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลรัฐบาล กรณีศึกษาเขตสุขภาพที่ 3 โดยจะเน้นไปที่การสัมภาษณ์บุคคลที่มีอำนาจตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลรัฐบาลในเขตสุขภาพที่ 3 และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการตีความ และนำไปสู่การสร้างข้อสรุปทั่วไป

“การวิจัยเชิงปริมาณ” เป็นการนำเอาขั้นตอนทางวิทยาศาสตร์ที่ใช้กันอยู่ในปัจจุบันมาใช้เพื่อตอบปัญหาวิจัย ด้วยเหตุผลที่ว่าสภาพสิ่งต่างๆ ล้วนมีความสัมพันธ์กันในลักษณะของความเป็นเหตุเป็นผล

ซึ่งจะนำมาใช้ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ โดยใช้แบบสอบถามทั้งปลายเปิดและปลายปิด เพื่อหาคำตอบของงานวิจัยต่อไป

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ แพทย์ เภสัชกร นักเทคนิคการแพทย์ และพยาบาล ของโรงพยาบาลรัฐบาลในเขตพื้นที่สุขภาพที่ 3 คือ จังหวัดนครสวรรค์ กำแพงเพชร พิจิตร ชัยนาท และอุทัยธานี

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการใช้วิธีสัมภาษณ์ ได้แก่ บุคคลที่มีอำนาจตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ในโรงพยาบาลรัฐบาล ในเขตพื้นที่สุขภาพที่ 3 ได้แก่ จังหวัด นครสวรรค์ กำแพงเพชร พิจิตร ชัยนาท และอุทัยธานี โดยทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยคัดเลือกจากผู้ที่มีบทบาทหรือมีอำนาจในการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ เพื่อเป็นตัวแทนของการศึกษาโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก รวมทั้งสิ้น 13 คนโดยผู้วิจัยได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างดังกล่าว จากการเลือกแบบเจาะจง โดยการสังเกต สอบถาม หรือหาข้อมูลจากบุคลากรในโรงพยาบาลนั้น ๆ ว่าใครเป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์

กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในคั้งนี้คือบุคลากรทางการแพทย์ ได้แก่ แพทย์ เภสัชกร นักเทคนิคการแพทย์ และพยาบาล ที่มีสิทธิ์พลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลรัฐบาลในเขตพื้นที่สุขภาพที่ 3 โดยจะใช้วิธีการสุ่มประชากร (Random Sampling) จังหวัดละ 20 คน ได้กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม 100 คน

เครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูล

ทั้งหมดล้วนเป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลรัฐบาลในเขตสุขภาพที่ 3 ทั้งสิ้น

ปัจจัยภายในของโรงพยาบาลด้านวัตถุประสงค์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาล กรณีศึกษาโรงพยาบาลในเขตพื้นที่สุขภาพที่ 3

ผลการศึกษาสัมภาษณ์พบว่า วัตถุประสงค์หลักที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลรัฐบาลในเขตพื้นที่สุขภาพที่ 3 คือ การทดแทนของเก่าที่เสียหาย เนื่องจากผู้มีอำนาจตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นตรงกันว่ามีความจำเป็นที่จะต้องซื้อทดแทนของเก่าที่เสียหายเป็นอันดับแรก ในส่วนอื่นๆ ได้แก่ การซื้อเพิ่มจากของเดิมที่มีอยู่ และการซื้อเพราะต้องการรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ นั้น จะพิจารณาตามความเหมาะสม

ปัจจัยภายในของโรงพยาบาลด้านแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาล กรณีศึกษาโรงพยาบาลในเขตพื้นที่สุขภาพที่ 3

ผลการศึกษาสัมภาษณ์พบว่า ผู้มีอำนาจตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลรัฐบาลในเขตพื้นที่สุขภาพที่ 3 ส่วนใหญ่ มีแรงจูงใจหลักมาจากเทคโนโลยีของเครื่องมือแพทย์ รองลงมา คือ แรงจูงใจจากราคาเครื่องมือแพทย์ ผู้มีอิทธิพลบางส่วนยังให้สัมภาษณ์ว่ามีแรงจูงใจจากพนักงานขายและรูปลักษณะของเครื่องมือแพทย์ด้วย

ปัจจัยภายในของโรงพยาบาลด้านงบประมาณที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาล กรณีศึกษาโรงพยาบาลในเขตพื้นที่สุขภาพที่ 3

ผลการสัมภาษณ์ของผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลรัฐบาลในเขตพื้นที่สุขภาพที่ 3 พบว่า โรงพยาบาลรัฐบาลจะมีงบประมาณในส่วนของการซ่อมบำรุงและซื้อทดแทนของเดิมเป็นหลัก ซึ่งงบประมาณจะถูกจัดสรรไปให้แต่ละแผนกตามความเหมาะสม จากนั้นแต่ละแผนกก็ต้องไปบริหารจัดการให้ได้ตามที่จัดสรรไว้ในกรณีที่จำเป็นต้องใช้เกินจากงบประมาณที่จัดสรรไว้ก็ต้องส่งเรื่องไปยังคณะกรรมการของโรงพยาบาลให้พิจารณาเรื่องงบประมาณให้ หากคณะกรรมการเห็นชอบก็จึงจะสามารถใช้งบประมาณเพิ่มเติมได้ และถ้าหากเป็นงบประมาณที่สูงเกินกว่าที่ทางโรงพยาบาลรัฐบาลจะสนับสนุนได้ ทางคณะกรรมการก็จะส่งเรื่องของงบประมาณไปที่เขตหรือจังหวัดแทน

ผลการวิจัยเชิงปริมาณโดยการใช้แบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 67 ราย (ร้อยละ 67) มีอายุระหว่าง 30 – 40 ปี จำนวน 48 ราย (ร้อยละ 48) ประกอบอาชีพนักเทคนิคการแพทย์ จำนวน 52 คน (ร้อยละ 52) และมีอายุงานมากกว่า 5 ปี จำนวน 32 คน (ร้อยละ 32)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลกรณศึกษาโรงพยาบาลในเขตสุขภาพที่ 3

ผลการวิเคราะห์พบว่าความสำคัญที่ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลกรณศึกษาโรงพยาบาลในเขตพื้นที่สุขภาพที่ 3 โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.29$, S.D. = 0.79) โดยเมื่อพิจารณาของแต่ละด้านพบว่าระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกอยู่ในระดับมากที่สุด 3 ด้าน โดยด้านที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{x} = 4.47$, S.D. = 0.55) รองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 4.42$, S.D. = 0.59) ต่อมาคือด้านราคา ($\bar{x} = 4.29$, S.D. = 1.22) และด้านการส่งเสริมการตลาดที่อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.99$, S.D. = 0.78) ตามลำดับ โดยมีผลวิเคราะห์รายละเอียดในแต่ละด้านดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นผลรวมระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลกรณศึกษาโรงพยาบาลในเขตพื้นที่สุขภาพที่ 3 มากที่สุด ($\bar{x} = 4.42$, S.D. = 0.59) โดยเมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่าระดับความมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์โดยส่วนมากมีมากที่สุด โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์มากที่สุด คือเครื่องมือแพทย์ได้ผ่านการรับรองจากองค์การอาหารและยา และมาตรฐานอุตสาหกรรม ($\bar{x} = 4.84$, S.D. = 0.4) รองลงมาคือความปลอดภัยของเครื่องมือแพทย์มีสูง ($\bar{x} = 4.77$, S.D. = 0.49) ต่อมาคือคุณภาพและประสิทธิภาพของเครื่องมือแพทย์มีสูง ($\bar{x} = 4.74$, S.D. = 0.52) ต่อมาคือมีความน่าเชื่อถือสูง และมีข้อมูลอ้างอิงของเครื่องมือแพทย์ ($\bar{x} = 4.72$, S.D. = 0.47) ต่อมาคือใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ($\bar{x} = 4.47$, S.D. = 0.59) ต่อมาคือความสะดวกของวิธีการใช้เครื่องมือแพทย์ ($\bar{x} = 4.37$, S.D. = 0.6)

ต่อมาคือความสำคัญของประเทศผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์ ($\bar{x} = 4.409$, S.D. = 0.75)
ต่อมาคือตราสินค้าเป็นที่รู้จัก ($\bar{x} = 4.04$, S.D. = 0.63)
และความหลากหลายของเครื่องมือแพทย์ ($\bar{x} = 3.7$, S.D. = 0.86) ตามลำดับ

ด้านราคาค่าบริการ
ซึ่งเป็นผลรวมระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาล
กรณีศึกษาโรงพยาบาลในเขตพื้นที่สุขภาพที่ 3 มากที่สุด ($\bar{x} = 4.29$, S.D. = 1.22)
โดยเมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่าระดับความมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์โดย
ส่วนมากมีมากที่สุด
โดยปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์มากที่สุดคือ
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ($\bar{x} = 4.54$, S.D. = 0.63)
รองลงมาคือมีช่องทางในการชำระเงินหลากหลาย ($\bar{x} = 4.46$, S.D. = 4.07)
ต่อมาคือมีการเสนอราคาชัดเจน ($\bar{x} = 4.39$, S.D. = 0.55)
ต่อมาคือเงื่อนไขการชำระเงินเหมาะสม ($\bar{x} = 4.26$, S.D. = 0.68)
ต่อมาคือสามารถต่อรองราคาได้ ($\bar{x} = 4.25$, S.D. = 0.68) และราคาต่ำกว่าที่อื่น ($\bar{x} = 3.85$,
S.D. = 0.74) ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
ซึ่งเป็นผลรวมระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาล
กรณีศึกษาโรงพยาบาลในเขตพื้นที่สุขภาพที่ 3 มากที่สุด ($\bar{x} = 4.47$, S.D. = 0.55)
โดยเมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่าระดับความมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ทั้งหมด
มีมากที่สุด
โดยปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์มากที่สุด
คือสามารถรักษาคุณภาพได้ดีในการจัดส่ง ($\bar{x} = 4.67$, S.D. = 0.49)
รองลงมาคือมีความรวดเร็วและตรงเวลาในการสั่งซื้อและส่งสินค้า ($\bar{x} = 4.60$, S.D. = 0.51)
ต่อมาคือมีความสะดวกในการสั่งซื้อเครื่องมือแพทย์ ($\bar{x} = 4.45$, S.D. = 0.51)
และความหลากหลายของช่องทางการสั่งซื้อ ($\bar{x} = 4.17$, S.D. = 0.64) ตามลำดับ

ด้านส่งเสริมทางการตลาด
ซึ่งเป็นผลรวมระดับความสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาล
กรณีศึกษาโรงพยาบาลในเขตพื้นที่สุขภาพที่ 3 มาก ($\bar{x} = 3.99$, S.D. = 0.78)
โดยเมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่าระดับความมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์โดย
ส่วนมากมีมากที่สุด

โดยปัจจัยด้านส่งเสริมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์มากที่สุด คือ มีการรับประกันสินค้าหลังการขาย ($\bar{x} = 4.66$, S.D. = 0.48) รองลงมาคือมีการรับข้อร้องเรียนจากผู้บริโภคที่ดี ($\bar{x} = 4.40$, S.D. = 0.51) ต่อมาคือพนักงานขายสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสม ($\bar{x} = 4.30$, S.D. = 0.56) ต่อมาคือพนักงานขายตรงต่อเวลา และปฏิบัติตาเงื่อนไขให้กับลูกค้า ($\bar{x} = 4.22$, S.D. = 0.48) ต่อมาคือมีการให้ทดลองใช้เครื่องมือแพทย์กับผู้ป่วย และมีระยะเวลาการทดลองใช้ที่เหมาะสม ($\bar{x} = 4.22$, S.D. = 0.65) ต่อมาคือพนักงานขายมีความรู้เป็นอย่างดีในตัวเครื่องมือแพทย์ ($\bar{x} = 4.19$, S.D. = 0.61) ต่อมาคือพนักงานขายสามารถสร้างสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้าและบริษัท ($\bar{x} = 4.04$, S.D. = 0.72) ต่อมาคือมีการจัดประชุมวิชาการ เพื่อนำเสนอเกี่ยวกับเครื่องมือแพทย์โดยอาจารย์แพทย์ผู้เชี่ยวชาญมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.77$, S.D. = 0.89) ต่อมาคือมีของแถม และ/หรือ ส่วนลดเมื่อซื้อประจำ ($\bar{x} = 3.70$, S.D. = 0.84) ต่อมาคือมีการออกร้านตามงานที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือแพทย์ ($\bar{x} = 3.64$, S.D. = 0.82) ต่อมาคือมีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ที่เกี่ยวกับการแพทย์ ($\bar{x} = 3.53$, S.D. = 0.86) และมีการมอบของขวัญให้ในโอกาสพิเศษต่างๆ ($\bar{x} = 3.23$, S.D. = 1.13) ตามลำดับ

การอภิปรายผลที่ได้จากการวิเคราะห์

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลรัฐบาล กรณีศึกษาโรงพยาบาลในเขตพื้นที่สุขภาพที่ 3 นี้ สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ในด้านปัจจัยภายในของโรงพยาบาลรัฐบาล

ผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลรัฐบาลส่วนใหญ่มองว่า ในด้านวัตถุประสงค์การซื้อนั้น โรงพยาบาลจะมองในด้านความจำเป็นในการซื้อมาเป็นอันดับแรก โดยมีนโยบายหลักคือการซ่อมแซมเครื่องมือแพทย์ที่ชำรุดก่อน หากไม่สามารถแก้ไขการชำรุดนั้นๆ ได้ ก็จะพิจารณาซื้อทดแทนของเก่าที่เสีย และในกรณีที่ผู้ป่วยและผู้ให้บริการมีจำนวนมากขึ้น การซื้อเพิ่มเติมก็จำเป็นต้องทำเช่นกัน แต่จะต้องมีการวางแผนในการจัดซื้อโดยทำแผนของงบประมาณไว้ล่วงหน้า ซึ่งหน่วยงานที่ต้องการจะต้องทบทวนและประเมินการใช้เครื่องมือแพทย์ของหน่วยงานตนเองใน ทุกๆปี และทำการเขียนแผนการใช้งบประมาณสำหรับปีงบประมาณถัดไป เพื่อให้คณะกรรมการพิจารณาอนุมัติก่อนจะขึ้นปีงบประมาณใหม่

ใน ส่วน รูป แบบ บ ผลิ ต ภั ฑ ณ์ ์ ห รื อ เท ค โ น โ ล ยี ไ ห ม ่ ๆ นั้น
โรงพยาบาลรัฐบาลมองว่าเป็นสิ่งจำเป็นรองลงมา เนื่องจากมีข้อจำกัดในเรื่องงบประมาณ
จึงเน้นที่การให้บริการพื้นฐานที่จำเป็นต้องมีก่อน หากเทคโนโลยีนั้น ๆ
มีความจำเป็นหรือสามารถแก้ไขปัญหาให้หน่วยงานได้จึงจะมีโอกาสพิจารณาอนุมัติการสั่งซื้อใ
ด้

ใ น ต้ า น ข อ ง แ ร ง จู ง ใจ
ผู้อำนวยการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีและราคาเป็นหลัก ซึ่งแรงจูงใจหลักจะมาจากเทคโนโลยีของสินค้า
เนื่องจากเครื่องมือแพทย์ต่างๆ เหล่านี้ จะนำมาใช้ในการดูแลรักษาสุขภาพของผู้ป่วย
ซึ่ง เป็ น ก า ร ทํ า ง า น ก่ ย ว กั บ ชี วิ ต ข อ ง ม นุ ษ ย์
ทางผู้บริหารจึงต้องให้ความสำคัญในเรื่องมาตรฐานของเครื่องมือและอุปกรณ์
ซึ่ง ปัจจุบัน มี อู ป ก ร ณ์ ที่ มี เท ค โ น โ ล ยี แ ต ก ต่ า ง กั น ม า ก ม า ย
โรงพยาบาลรัฐบาลจำเป็นต้องเลือกเครื่องมือแพทย์ที่มีเทคโนโลยีที่ดี มีมาตรฐาน
และปลอดภัยต่อผู้มารับบริการ แต่เนื่องจากโรงพยาบาลมีข้อจำกัดในด้านงบประมาณ
ทำให้เป็นอุปสรรคในการที่จะเลือกใช้เครื่องมือแพทย์ที่มีเทคโนโลยีสูง ๆ
จึงมีแรงจูงใจในการซื้อจากราคาของผลิตภัณฑ์มาเป็นตัวประเมินควบคู่กันไป

ง งบประมาณของโรงพยาบาล จะถูกจัดสรรมาจากรัฐบาลในทุก ๆ ปี
โดย ค้ า นี ง จา ก ข น า ด ข อ ง ร อ ง พ ย า บ า ล แ ล ะ ป ร ะ ช า ก ร ใน พื ้น ที่
ทั้งนี้โรงพยาบาลแต่ละแห่งก็จะมีการบริหารจัดการงบประมาณของตนเองโดยการจัดทำแ
ผ น ง บ ป ร ะ ม า ณ์ ป ร ะ จ้ า ปี
ผู้บริหารจะให้แต่ละแผนกเขียนแผนการใช้งบประมาณสำหรับปีงบประมาณต่อไปส่งให้คณะกรรมการ
ม ก า ร พິ ใ จ ร ณ์ ำ จั ต ส ร ร ง บ ป ร ะ ม า ณ์ ไ ้
ทางคณะกรรมการจะพิจารณาจัดงบประมาณให้ตามความเหมาะสมโดยฟังเสียงส่วนมาก ทั้งนี้
ใ น ส่ว น เ ค รื อ ง มื อ แพ ทย ์ ที่ มี มู ล ค้ า สู ง เกิ น ก ว่ า ห้ า แ ส น บ า ท
ห รื อ เกิ น ก ว่ า ที่ ไ ด้ มี ก า ร จั ต เ ต รื ย ม ง บ ป ร ะ ม า ณ์ ไ ้
ทางคณะกรรมการและผู้บริหารจะมีการทำเรื่องส่งเรื่องการขอใช้งบประมาณการซื้อไปยังสำนักงา
นเขตสุขภาพที่ 3 เพื่อขอใช้งบประมาณเพิ่มเติม ทั้งนี้สำนักงานเขตสุขภาพที่ 3
ไ ้ ด้ มี แ ผ น ก ร ด้ า เนิ น ง า น ไ ้ ม ไ ้ โดยให้แต่ละโรงพยาบาลมีการประกาศแผนงบประมาณของตนเองลง
ก ท า ง เ ว็ ป ไ ้ ซ ด้ ข อ ง ส้ า น ก ง า น เ ช ต ส ข ภ า พ ที่ 3
เพื่ อ ใ ้ ป ร ะ ช า ช น ท ร า บ ถึ ง แ ผ น ก ร ด้ า เนิ น ง า น ไ ้ ม ไ ้

โดยได้ให้แต่ละโรงพยาบาลทยอยประกาศแล้ว และคาดว่าทุกโรงพยาบาลจะสามารถทำได้ทั้งหมดภายในปีงบประมาณปี พ.ศ.2563

ในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสินค้า

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลรัฐบาล กรณีศึกษาโรงพยาบาลในเขตพื้นที่สุขภาพที่ 3 พบว่าโดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.29$, S.D. = 0.79) โดยเมื่อพิจารณาของแต่ละด้านพบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์มากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{x} = 4.47$, S.D. = 0.55) รองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 4.42$, S.D. = 0.59) ต่อมาคือด้านราคา ($\bar{x} = 4.29$, S.D. = 1.22) และด้านการส่งเสริมการตลาดที่อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.99$, S.D. = 0.78) ตามลำดับ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า กลุ่มบุคลากรทางการแพทย์ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าในทุกๆ ด้าน ในระดับที่ใกล้เคียงกัน ดังนั้นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าจึงจำเป็นต้องมีมาตรฐานที่ดีในทุกๆ ด้าน เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลในเขตพื้นที่สุขภาพที่ 3

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลรัฐบาล กรณีศึกษาโรงพยาบาลในเขตพื้นที่สุขภาพที่ 3 มีข้อเสนอแนะดังนี้

ปัจจัยภายในของโรงพยาบาลด้านวัตถุประสงค์ในการซื้อเครื่องมือแพทย์เพื่อทดแทนของเก่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลรัฐบาลในเขตพื้นที่สุขภาพที่ 3 มากที่สุดในมุมมองของผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ เนื่องจากโรงพยาบาลมีความจำเป็นต้องมีเครื่องมือแพทย์ไว้บริการประชาชน

ส่วนที่สำคัญมากรองลงมาคือการซื้อเพิ่มเติมจากเดิมที่มีอยู่ ดังนั้นหากเป็นเครื่องมือแพทย์ที่โรงพยาบาลมีการใช้งานอยู่แล้ว ควรเสนอให้ซื้อเพิ่มเติมจากเดิมที่มีอยู่ โดยการบรรยายให้ผู้ที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเห็นภาพว่าจำเป็นจะต้องมีการซื้อเพิ่มเพื่ออะไร

ปัจจัยภายในของโรงพยาบาลด้านแรงจูงใจในการซื้อเครื่องมือแพทย์ในมุมมองของผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลรัฐบาลในเขตพื้นที่สุขภาพที่ 3 มองว่าปัจจัยด้านราคาและคุณภาพของเครื่องมือแพทย์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกมากที่สุด ดังนั้นการจะเสนอขายเครื่องมือแพทย์จำเป็นจะต้องเน้นนำเสนอถึงคุณภาพของเครื่องมือแพทย์และราคา

า
เ
ปี
น
ห
ล
ก

ผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ส่วนใหญ่จะเลือกเครื่องมือแพทย์ที่มีคุณภาพและเทคโนโลยีที่ดีที่สุดที่งบประมาณของโรงพยาบาลจะสามารถซื้อได้

ปัจจัยภายในของโรงพยาบาลด้านงบประมาณจากบทสัมภาษณ์ของผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลรัฐบาลในเขตพื้นที่สุขภาพที่ 3 ทำให้ทราบว่าโรงพยาบาลรัฐบาลจะมีงบประมาณในส่วนของการซ่อมบำรุงและซื้อทดแทนของเดิมเป็นหลัก ซึ่งงบประมาณในการส่วนการซื้อเพิ่มเติมจะต้องมีการทำแผนงบประมาณล่วงหน้า ดังนั้นหากต้องการที่จะเสนอขายเครื่องมือแพทย์จำเป็นต้องหาข้อมูลในเรื่องงบประมาณของโรงพยาบาล

ล
นี้
น
ๆ
ด้
ว
ย

และควรมีการนำเสนอให้เขียนแผนงบประมาณล่วงหน้าสำหรับซื้อเครื่องมือแพทย์ที่ต้องการจะนำเสนอ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาล กรณีศึกษาเขตสุขภาพที่ 3 ควรมุ่งเน้นว่า เครื่องมือแพทย์ต้องผ่านการรับรองจากองค์การอาหารและยา และมาตรฐานอุตสาหกรรมเป็นหลัก เพื่อที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการเลือกเครื่องมือแพทย์จะได้มั่นใจในคุณภาพของเครื่องมือแพทย์ ทั้งนี้ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในเรื่องอื่นๆ ก็มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์เช่นกัน ทั้งเรื่องของความปลอดภัยของเครื่องมือแพทย์มีสูง คุณภาพและประสิทธิภาพของเครื่องมือแพทย์มีสูง มีความน่าเชื่อถือสูง มีข้อมูลอ้างอิงของเครื่องมือแพทย์ มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย มีความสะดวกของวิธีการใช้เครื่องมือแพทย์ ความสำคัญของประเทศผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์

ตราสินค้านี้ที่รู้จัก และความหลากหลายของเครื่องมือแพทย์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ทั้งหมดนี้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลรัฐบาลในเขตพื้นที่สุขภาพที่ 3 ในระดับมากถึงมากที่สุด ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในทุกๆ เรื่องที่กล่าวไป

ต ร ง กั บ แ น ว คิ ด ที่ ว า ความพยายามที่จะลดต้นทุนการผลิตเพื่อให้สามารถแข่งขันในด้านราคาจึงไม่ใช่ปัจจัยทั้งหมดของการแข่งขัน เพราะลูกค้ายังคงคำนึงถึงคุณภาพของสินค้า บริการบางประเภทจะเน้นคุณภาพเป็นจุดขายมากกว่า (ทิพวรรณ พุ่มมณี และคณะ, 2552)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลกรณีศึกษาโรงพยาบาลในเขตพื้นที่สุขภาพที่ 3 ควรมุ่งเน้นนำเสนอในเรื่องราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพมากที่สุด เพราะเป็นด้านที่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลรัฐบาลในเขตสุขภาพที่ 3 ให้ความสำคัญว่ามีอิทธิพลมากที่สุด ทั้งนี้ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาอื่น ๆ ก็มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์อยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกัน ทั้งเรื่องช่องทางการชำระเงินหลากหลาย มีการเสนอราคาที่ชัดเจน เงื่อนไขการชำระเงินเหมาะสม และในส่วนของราคาต่ำกว่าที่อื่น กลุ่มผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลในเขตพื้นที่สุขภาพที่ 3 มองว่าเป็นส่วนที่มีอิทธิพลน้อยกว่าส่วนอื่น ๆ ที่กล่าวไปทั้งหมด แต่ก็ถือว่าอิทธิพลในระดับที่มากต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลรัฐบาลในเขตสุขภาพที่ 3 ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาในทุกๆ เรื่องที่กล่าวไป

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลกรณีศึกษาโรงพยาบาลในเขตพื้นที่สุขภาพที่ 3 ควรมุ่งเน้นนำเสนอในเรื่องความสามารถในการรักษาคุณภาพในการจัดส่ง เพราะเป็นด้านที่กลุ่มผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลรัฐบาลในเขตสุขภาพที่ 3 ให้ความสำคัญว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์มากที่สุดในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แต่ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอื่น ๆ ก็มีอิทธิพลอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกัน ได้แก่ มีความรวดเร็วและตรงเวลาในการสั่งซื้อและส่งสินค้า มีความสะดวกในการสั่งซื้อเครื่องมือแพทย์ และควมหลากหลายของช่องทางการสั่งซื้อ จึงควรให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในทุกๆ เรื่องที่กล่าวไป

ปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาล กรณีศึกษา โรงพยาบาลในเขตพื้นที่สุขภาพที่ 3 ควรมุ่งเน้นนำเสนอในเรื่องมีการรับประกันสินค้าหลังการขาย เพราะเป็นด้านที่กลุ่มผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลในเขตพื้นที่สุขภาพที่ 3 ให้ความสำคัญว่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์มากที่สุดในด้านการส่งเสริมทางการตลาด แต่ปัจจัยด้านส่งเสริมทางการตลาดอื่นๆ ก็มีอิทธิพลอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุดเช่นกัน ได้แก่ มีการรับข้อร้องเรียนจากผู้บริโภคที่ดี พนักงานขายสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสม พนักงานขายตรงต่อเวลา และปฏิบัติตาเงื่อนไขที่ให้กับลูกค้า การให้ทดลองใช้เครื่องมือแพทย์กับผู้ป่วย และมีระยะเวลาการทดลองใช้ที่เหมาะสม ขายเป็นความรู้เป็นอย่างดีในตัวเครื่องมือแพทย์ พนักงานขายสามารถสร้างสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้าและบริษัท มีการจัดประชุมวิชาการ เพื่อนำเสนอเกี่ยวกับเครื่องมือแพทย์โดยอาจารย์แพทย์ผู้เชี่ยวชาญมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก มีของแถม และ/หรือ ส่วนลดเมื่อซื้อประจำ มีการออกร้านตามงานที่เกี่ยวกับเครื่องมือแพทย์ มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ที่เกี่ยวกับการแพทย์ และมีการมอบของขวัญให้ในโอกาสพิเศษต่างๆ ดังนั้น จึงควรให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมทางการตลาดในทุกๆ เรื่องที่กล่าวไป

ข้อจำกัดในงานวิจัยและงานวิจัยในอนาคต

การสัมภาษณ์กรณีศึกษา 13 ราย ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่มีอำนาจตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลในเขตพื้นที่สุขภาพที่ 3 นั้น มีข้อจำกัดในเรื่องระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ทำให้มีเวลาสังเกตการณ์เพื่อเลือกกลุ่มเป้าหมายและเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้สัมภาษณ์ที่เป็นระดับผู้มีอำนาจตัดสินใจสูงสุดในโรงพยาบาลไม่มากนัก ในอนาคตควรเลือกกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้มีอำนาจสูงสุดในการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์เพิ่มเติม เพื่อที่จะได้ทราบรายละเอียดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลได้ดียิ่งขึ้น

แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของอุปกรณ์การแพทย์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลในเขตพื้นที่สุขภาพที่ 3 เท่านั้น ควรมีการศึกษาในมิติด้านอื่นๆเพิ่มเติม เช่น ปัจจัยด้านแวดล้อม เป็นต้น เพื่อให้ผู้ที่สนใจสามารถทราบแนวทางในการนำเสนอเครื่องมือแพทย์ให้กับโรงพยาบาลได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

1. ทิพวรรณ พุ่มมณี. สุวรรณดี เดชวรชัย. ภีรภัทร ภัทศิรี. เกิดศิริ ทองศิริ. (2552).
อุตสาหกรรมบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร:
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
2. นรินทร์ ต้นไพบูลย์, ธนาคารกรุงศรีอยุธยา. (2561). อุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์. ค้น
เมื่อ 5 กันยายน 2561. จาก <https://www.krungsri.com>
3. พูลสุข นิลกิจศรานนท์, ธนาคารกรุงศรีอยุธยา. (2560). ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน, ค้นเมื่อ
5 กันยายน 2561. จาก <https://www.krungsri.com>