

## การตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร

วรรณภา แซ่เอี้ยว<sup>1</sup>

จรียา รุกขพันธุ์<sup>2</sup>

สิทธิชัย ฝรั่งทอง<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร และ 2) เปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ประสบการณ์ทำงาน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ เจ้าหน้าที่พัสดุ/เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อ-จัดจ้าง หัวหน้าพัสดุ/หัวหน้าจัดซื้อ-จัดจ้าง แพทย์และพยาบาล ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครจำนวน 385 คน สุ่มตัวอย่างด้วยวิธีแบบสะดวกเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยใช้ค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ผลการวิจัยพบว่า 1) การตัดสินใจซื้อของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครมีระดับการตัดสินใจซื้อโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านการหาข้อมูล ด้านตระหนักถึงความต้องการ ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านการประเมินทางเลือก และด้านการประเมินหลังการขายและ 2) เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่ามีระดับการตัดสินใจซื้อในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามอายุพบว่า มีระดับการตัดสินใจซื้อด้านการตระหนักถึงความต้องการ ด้านการหาข้อมูล และด้านการตัดสินใจซื้อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า มีระดับการตัดสินใจซื้อ ด้านการตระหนักถึงความต้องการ ด้านการหาข้อมูล และด้านการตัดสินใจซื้อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อจำแนกตามตำแหน่งงานพบว่า มีระดับการตัดสินใจซื้อ ด้านการตระหนักถึงความต้องการ ด้านการหาข้อมูล และด้านการตัดสินใจซื้อ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเมื่อจำแนกตามประสบการณ์ทำงานพบว่า ระดับการตัดสินใจซื้อด้านการตระหนักถึงความต้องการ ด้านการหาข้อมูล และด้านการตัดสินใจซื้อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**คำสำคัญ :** การตัดสินใจซื้อ, เครื่องมือแพทย์, โรงพยาบาลเอกชน

<sup>1</sup> นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

<sup>2</sup> อาจารย์ ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต โครงการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

## The Decision-making to Buy Medical Instruments of Private Hospitals in Bangkok

WannapaSae-aiao

JariyaRookkapan

SittichaiFarangthong

### Abstract

The objectives of this research were to: 1) study the decision-making to buy medical instruments of private hospitals in Bangkok, and 2) compare the decision-making to buy medical instruments of private hospitals in Bangkok classified by personal factors, such as, gender, age, level of education, position and work-experience. The research sample were 385 people from storage procuring personnel, heads of storage procuring office, doctors, and nurses of private hospitals in Bangkok, obtained by using accidental sampling method. The research instrument was a questionnaire. The data were analysed for frequency, percentage, mean, standard deviation, and mean difference was tested by t-test and One-way Analysis of variance.

The research revealed that:1) the decision making to buy medical instruments of private hospitals in Bangkok as a whole was at high levels, arranging from high to low means as follows: information collecting, needs awareness, decision-making to buy, choice assessment, and post-sale assessment; and 2) the comparison of decision making levels to buy medical instruments of private hospitals in Bangkok classified by sex it was found that the decision-making levels as a whole were not different; classified by age it was found that the decision-making levels on needs awareness, information collecting, and decision-making to buy were different at .05 level of significance. Classified by level of education it was found that the levels of decision-making on needs awareness, information collecting, and decision-making to buy were different at .01 level of significance; classified by positions it was found that the levels of decision-making on needs awareness, information collecting and decision-making to buy were different at .01 level of significance, and classified by work experience it was found that the levels of decision making on needs awareness, information collecting, and decision-making to buy were different at .05 level of significance.

**Keywords:** decision-making, medical instruments

## บทนำ

ในปัจจุบัน สถานการณ์โลกมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว รวมถึงด้านการรักษาพยาบาล ผู้รับบริการทางการแพทย์มีแนวโน้มในการดูแลและให้ความสำคัญกับสุขภาพร่างกายมากขึ้น และตระหนักในการป้องกันโรคร้ายไข้เจ็บต่างๆ หรือเข้ารับการรักษาแต่เนิ่นๆ ซึ่งต่างจากในอดีตที่ต้องรอให้เกิดอาการหรือโรคขึ้นจึงจะไปพบแพทย์ นอกจากนี้ผู้รับบริการยังมีพฤติกรรมในการใช้บริการทางการแพทย์ในด้านอื่นๆที่ไม่ใช่การรักษาโรคโดยตรง เช่น การเสริมความงาม เป็นต้น อีกทั้งแพทย์ได้มีการใช้เครื่องมือแพทย์ที่มีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาผสมผสานเพื่อตอบสนองต่อความต้องการในการรักษาผู้ป่วย และช่วยเหลือได้ทันเวลา เครื่องมือแพทย์จึงมีความสำคัญโดยถือเป็นอุปกรณ์ช่วยชีวิต มนุษย์และบรรเทาความเจ็บปวดให้กับมนุษย์ (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2556, หน้า 1-3)

เครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์เป็นปัจจัยสำคัญทางการแพทย์และสาธารณสุข หากโรงพยาบาลมีการเลือกซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ทันสมัย ก็จะเป็นตัวแปรหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในการรักษาของผู้ป่วยที่สูงขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งการที่โรงพยาบาลมีเครื่องมือทางการแพทย์ที่ทันสมัยและปลอดภัยถือเป็นจุดเด่นอีกด้านหนึ่งนอกเหนือจากการมีบุคลากรทางการแพทย์ที่เชี่ยวชาญและมีความสามารถ โดยโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาลต่างๆ จะมีเกณฑ์การพิจารณาเลือกซื้อเครื่องมือทางการแพทย์จากฟังก์ชันการทำงานว่าสามารถทำงานได้ตามข้อกำหนดทางเทคนิคที่โรงพยาบาลต้องการหรือไม่ เช่น หากต้องการซื้อเครื่องสร้างภาพด้วยสนามแม่เหล็กไฟฟ้า (Magnetic resonance imaging) จะต้องศึกษาข้อมูลความสามารถต่างๆของเครื่องความเร็วในการทำงานวิธีการอ่านภาพที่ได้การสอบเทียบ (Calibration) การบำรุงรักษา (Maintenance) เป็นต้น มีการขอข้อมูลรายละเอียดทางเทคนิคของเครื่องมือว่าผ่านการทดสอบและได้รับการรับรองจากประเทศผู้ผลิตหรือไม่และผ่านการทดสอบตามมาตรฐานใดบ้าง ในกรณีเครื่องสร้างภาพด้วยสนามแม่เหล็กไฟฟ้า (Magnetic resonance imaging) จะต้องสอบถามถึงเครื่องผลิตจากประเทศใดหากเป็นกลุ่มประเทศในสหภาพยุโรป เช่น เยอรมัน จะต้องสอบถามว่ามีเครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์จากทางเยอรมันหรือไม่คือมีเครื่องหมาย Verband Deutscher Elektrotechniker (VDE) หรือเครื่องหมายของกลุ่มตลาดร่วมยุโรป หรือเครื่องหมาย Conformance European Mark หรือไม่ เป็นต้น รวมถึงการขอข้อมูลคำแนะนำในการติดตั้งเครื่องมือทางการแพทย์บางชนิด ไม่สามารถทำงานใกล้เคียงกับเครื่องมืออื่นๆได้มันจะสร้างสัญญาณรบกวนทางแม่เหล็กไฟฟ้าออกมาในระดับความเข้มสูงและทำให้อุปกรณ์ข้างเคียงทำงานผิดพลาดได้และเครื่องมือบางชนิดอ่อนไหวต่อการถูกรบกวนทางแม่เหล็กไฟฟ้า ไม่สามารถทำงานภายใต้สนามแม่เหล็กไฟฟ้ารบกวนได้ ดังนั้นผู้ผลิตเครื่องมือจะต้องมีคำแนะนำในการติดตั้งเครื่องมือด้วย

ในปี 2561-2563 ทางวิจัยกรุงศรีคาดว่า ตลาดเครื่องมือแพทย์ ยอดขายในประเทศและส่งออก จะเติบโตต่อเนื่องในอัตราเฉลี่ย 8.5-10.0% ต่อปี ปัจจัยหนุนจาก 1) นโยบายภาครัฐสนับสนุนด้านสิทธิพิเศษการลงทุน และตั้งเป้าหมายให้ไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์และการส่งออก (Medical hub)

ภายในปี 2563 2) การเจ็บป่วยที่เพิ่มขึ้นของคนไทยโดยเฉพาะจำนวนผู้ป่วยจากโรคหัวใจ โรคหลอดเลือดสมอง โรคมะเร็ง และโรคเบาหวาน ส่วนหนึ่งเนื่องจากจำนวนประชากรผู้สูงอายุที่มีมากขึ้น 3) สัดส่วนจำนวนผู้ป่วยต่างชาติที่เข้ามาใช้บริการในไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จากความเชื่อมั่นในมาตรฐานการรักษา และการเติบโตของกลุ่ม Expatriate และ Medical Tourists และ 4) แผนขยายการลงทุนของธุรกิจโรงพยาบาลทั้งการสร้างโรงพยาบาลใหม่และการลงทุนทางด้านเครื่องมือทางการแพทย์ จะยิ่งสนับสนุนให้ความต้องการอุปกรณ์ทางการแพทย์ในไทยขยายตัวอย่างต่อเนื่อง (นรินทร์ ต้นไพบูลย์, 2561, หน้า 1-9)

อีกทั้งพฤติกรรมในการตัดสินใจในการจัดซื้อจัดหาอุปกรณ์การแพทย์ของภาคเอกชนจะพิจารณาอย่างรอบคอบถึงความจำเป็นและคุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์นั้นๆ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มโรงพยาบาล ในการจัดซื้อจัดหาอุปกรณ์และเครื่องมือทางการแพทย์ บริษัทจะสั่งซื้อผ่านผู้แทนจำหน่ายในประเทศ โดยทำสัญญาซื้อขายกับทางบริษัทผู้แทนจำหน่าย ซึ่งมีการกำหนดราคาซื้อขายที่แน่นอน และมีข้อตกลงเกี่ยวกับการให้บริการหลังการขายอย่างชัดเจน เนื่องจากอุปกรณ์และเครื่องมือทางการแพทย์เป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญในการให้บริการแก่ผู้ป่วยอย่างมีคุณภาพ และมีประสิทธิภาพ (กรุงเทพธุรกิจ จำกัด (มหาชน), 2555 อ้างถึงใน สุพัตรากุล ปิยะวาจา, 2559, หน้า 1-18) อย่างไรก็ดี ธุรกิจประเภทนี้มีคู่แข่งที่อยู่ในตลาดหลายราย และแนวโน้มทางการตลาดของธุรกิจเครื่องมือแพทย์ในไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องตามความต้องการของตลาด แต่อุตสาหกรรมเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ในประเทศไทยยังไม่มีพัฒนาเท่าที่ควร อันเป็นผลมาจากผู้ประกอบการขาดองค์ความรู้และเทคโนโลยีการผลิต ขาดการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากต่างประเทศ การยอมรับจากผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ในประเทศยังอยู่ในระดับต่ำ ขาดความเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน อีกทั้งผู้ประกอบการยังจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มโรงพยาบาลเอกชนซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีกำลังซื้อสูง หากผู้ประกอบการทราบปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของลูกค้ากลุ่มนี้จะทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อเพิ่มขึ้น

ผู้วิจัยมีโอกาสดำเนินปฏิบัติงานในบริษัทจำหน่ายเครื่องมืออุปกรณ์การแพทย์แห่งหนึ่ง ซึ่งจำหน่ายเครื่องมือแพทย์ ไม่ว่าจะเป็นเครื่องอัลตราซาวด์ เครื่องมือแพทย์เพื่อความงามเช่นเลเซอร์ผิวหนัง เป็นต้น ปัจจุบันธุรกิจประเภทนี้มีคู่แข่งที่อยู่ในตลาดหลายราย บริษัทจึงมีความต้องการที่จะเพิ่มยอดขายมากขึ้น และจากข้อมูลจากฝ่ายบัญชีและการเงินของบริษัทปี 2559 พบว่า จำนวนลูกค้าของบริษัทร้อยละ 70 เป็นลูกค้าโรงพยาบาลรัฐบาล และร้อยละ 30 เป็นลูกค้าโรงพยาบาลเอกชน บริษัทฯยังไม่สามารถเข้าถึงโรงพยาบาลเอกชน ซึ่งข้อดีของโรงพยาบาลเอกชน คือ มีขั้นตอนไม่ยุ่งยากในการพิจารณาซื้อเครื่องมือแพทย์ รวมถึงการชำระเงินที่ตรงเวลา หากสามารถเข้าถึงบุคคลที่อำนาจในการตัดสินใจหรือมีกลยุทธ์ที่ดีทำให้ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าได้จะเป็นประโยชน์กับบริษัทฯอย่างยิ่ง

จากสภาพปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่ทำการศึกษา การตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาใช้เป็นแนวทางและ

นำมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจการขายเครื่องมือแพทย์ต่อไปในอนาคต โดยทางบริษัทเล็งเห็นว่าจะสามารถขยายฐานลูกค้าในกลุ่มนี้ซึ่งมีกำลังในการซื้อสูงได้เพิ่มขึ้นอีกด้วย

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ประสบการณ์ทำงาน

### สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้คือ เจ้าหน้าที่พัสดุ เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อจัดจ้าง หัวหน้าพัสดุ/หัวหน้าจัดซื้อ-จัดจ้าง แพทย์และพยาบาล ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน คน เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นขนาดตัวอย่างคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน (สิริกาญจน์ กมลปิยะพัฒน์, 2558, หน้า 25)

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามที่สร้างขึ้น โดยมีขั้นตอนตามลำดับ ดังนี้

1. การศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสาร และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยครั้งนี้
2. การจัดทำโครงสร้างของแบบสอบถาม ให้มีเนื้อหาครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้

แบบสอบถามมี 3 ตอน

ตอนที่1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลซึ่งเป็นปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และ ประสบการณ์ทำงาน ลักษณะคำถามปลายปิด ให้เลือกตอบ (Check list) จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ในกรุงเทพมหานคร แบบสอบถามนี้ จำนวน 20 ข้อ และมีลักษณะเป็นการประเมินค่าระดับความคิดเห็นตามความเป็นจริง 5 ระดับ

เกณฑ์วัดระดับความสำคัญใช้มาตรฐานส่วนประมาณค่า (Likert scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยกำหนดระดับคะแนนการวัดแบบอันตรภาคชั้น (Interval scale) มีลักษณะกำหนดเป็นข้อความสำหรับแปลความหมาย ดังนี้

เห็นด้วยมากที่สุด	มีน้ำหนักคะแนนเท่ากับ 5
เห็นด้วยมาก	มีน้ำหนักคะแนนเท่ากับ 4
เห็นด้วยปานกลาง	มีน้ำหนักคะแนนเท่ากับ 3
เห็นด้วยน้อย	มีน้ำหนักคะแนนเท่ากับ 2
เห็นด้วยน้อยที่สุด	มีน้ำหนักคะแนนเท่ากับ 1

การแปลความหมายของระดับคะแนนในตอนต้นที่ 3 ได้แปลผลระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ในกรุงเทพมหานครโดยใช้ค่าเฉลี่ยของผลคะแนนเป็นตัวชี้วัดตามเกณฑ์ในการวิเคราะห์ ตามแนวคิดของ เบสท์ (Best, 1997, p.190) มีรายละเอียดดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง	ระดับเห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง	ระดับเห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง	ระดับเห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง	ระดับเห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง	ระดับเห็นด้วยน้อยที่สุด

#### ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะแสดงความคิดเห็น

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิได้ตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหา กับวัตถุประสงค์ของการวิจัย เป็นการศึกษาความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้คำถามชัดเจนสามารถสื่อความหมายได้ตรงประเด็นและเหมาะสมยิ่งขึ้น

4. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่พัสดุ เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อจัดจ้าง แพทย์และพยาบาลจากโรงพยาบาลเอกชนอื่นที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 30 คน แล้วนำข้อมูลดังกล่าวมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) (Cronbach, 1990, pp.202-204) ค่าความเชื่อมั่น ต้องมากกว่า 0.70 (อนัญญา จำปาทอง, 2559, หน้า 58) ปรากฏว่า มีค่าแอลฟา ( $\alpha$ - Coefficient) ความเชื่อมั่นแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร ทั้งฉบับมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.704 โดยแยกเป็นรายด้านดังนี้

1. ด้านการตระหนักถึงความต้องการ	เท่ากับ	0.847
2. ด้านการหาข้อมูล	เท่ากับ	0.702
3. ด้านการประเมินทางเลือก	เท่ากับ	0.741
4. ด้านการตัดสินใจซื้อ	เท่ากับ	0.732
5. ด้านการประเมินหลังการซื้อ	เท่ากับ	0.951

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีสะดวกด้วยการขอความร่วมมือจาก เจ้าหน้าที่พัสดุ เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อจัดจ้าง แพทย์และพยาบาล ที่ปฏิบัติงานอยู่ในโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร โดยนำแบบสอบถามไปแจกให้กลุ่มตัวอย่างกรอกข้อมูล จำนวน 385 คน และขอรับคืนแบบสอบถามด้วยตนเอง

## การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยใช้ค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวน

## สรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย

### สรุปผลการวิจัย

#### 1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีตำแหน่งงานพนักงานเจ้าหน้าที่พัสดุ/เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อ-จัดจ้าง และมีประสบการณ์ทำงานตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไป

#### 2. วิเคราะห์ระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.29$ , S.D. = 0.80) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นในด้านการหาข้อมูลในระดับมากที่สุด โดยมีรายละเอียดเรียงความสำคัญดังต่อไปนี้

#### ด้านการหาข้อมูล

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร ด้านการหาข้อมูลในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.10$ , S.D. = 0.55)

#### ด้านการตระหนักถึงความต้องการ

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร ด้านการตระหนักถึงความต้องการในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.95$ , S.D. = 0.56)

#### ด้านการตัดสินใจซื้อ

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร ด้านการตัดสินใจซื้อในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.89$ , S.D. = 0.52)

#### ด้านการประเมินทางเลือก

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร ด้านการประเมินทางเลือกในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.79$ , S.D. = 0.56)

### ด้านการประเมินหลังการซื้อ

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร ด้านการประเมินหลังการซื้อในระดับมาก ( $\bar{x}=3.71$ , S.D. = 0.58)

3. การเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า

3.1 ผู้ที่ตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3.2 ผู้ที่ตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.3 ผู้ที่ตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

3.4 ผู้บริโภคที่มีตำแหน่งงานที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

3.5 ผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ทำงานที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### อภิปรายผลการวิจัย

วิเคราะห์การตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร

ด้านการตระหนักถึงความต้องการ

ผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อด้านการตระหนักถึงความต้องการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากปัจจุบันผู้บริโภคที่ซื้อเครื่องมือแพทย์จะทราบถึงปัญหาและความต้องการของผู้ป่วยว่าต้องการเครื่องมือแพทย์ชนิดใด แบบใดจึงจะเหมาะสมกับผู้ป่วยมากที่สุด ดังนั้นจึงทำตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือแพทย์ให้ได้คุณภาพตามที่กำหนด อีกทั้งระยะเวลาในการส่งมอบสินค้าจะต้องไม่นาน

เกินไปและต้องตรงเวลา ประกอบกับเครื่องมือแพทย์บางชนิดมีความสำคัญกับผู้ป่วยมากหากมีการส่งมอบที่ไม่ตรงเวลาอาจส่งผลกระทบต่อชีวิตของผู้ป่วยได้รวมถึงจะต้องมีการติดตามข่าวสารความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทางการแพทย์ใหม่ๆอย่างสม่ำเสมออีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของนภาพิทย ไตรกุลนิภัทร (2559, หน้า 13) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชมพูนุท กิตติดุลยการ (2558, บทคัดย่อ) เรื่อง การศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อและกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้บริโภค ผลการวิจัยพบว่า เพศ ช่วงอายุ และช่วงรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อทั้ง 5 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นตอนตระหนักถึงปัญหา (เหตุผลที่ซื้อข้อมูลที่จูงใจ และกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพล) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### ด้านการหาข้อมูล

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อด้านการหาข้อมูลโดยรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากสินค้าเครื่องมือแพทย์เป็นสินค้าที่จะต้องมีความปลอดภัยต่อผู้ใช้งานสูง จะต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานสากล ดังนั้นผู้บริโภคจะต้องค้นหาข้อมูลมาตรฐานการรับรองของเครื่องมือแพทย์แต่ละประเภทเพื่อให้ได้เครื่องมือแพทย์ที่มีคุณภาพและปลอดภัยผ่านสื่อต่างๆ อีกทั้งจะต้องทำการค้นหาข้อมูลจากหลายๆ ผู้ผลิตเพื่อให้ได้เครื่องมือแพทย์ที่มีคุณภาพตรงกับความต้องการมากที่สุดและข้อมูลด้านราคาของผู้ผลิตแต่ละรายก็มีความสำคัญบางครั้งเครื่องมือแพทย์ชนิดเดียวกัน ฟังก์ชันการทำงานเหมือนกัน ผู้ผลิตแต่ละรายจะกำหนดราคาขายที่แตกต่างกัน ผู้บริโภคควรพิจารณาราคาเครื่องมือแพทย์ที่เหมาะสมก่อนตัดสินใจซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของ คอตเลอร์และเคลเลอร์ (Kotler&Keller, 2012) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชมพูนุท กิตติดุลยการ (2558, บทคัดย่อ) เรื่อง การศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลวิจัยพบว่า เพศ ช่วงอายุ และช่วงรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อ ขั้นตอนแสวงหาข้อมูล (แหล่งข้อมูล และข้อมูลที่ค้นหา) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

### ด้านการประเมินทางเลือก

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อด้านการประเมินทางเลือกโดยรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากจะทำการเปรียบเทียบคุณภาพ ราคา หรือแม้กระทั่งชื่อเสียงของผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์แต่ละรายก่อนการตัดสินใจซื้อ เพื่อให้มั่นใจว่าจะได้รับเครื่องมือแพทย์ที่ดีที่สุด อีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคใช้เป็นตัวเลือกก่อนการซื้อคือ การให้เครดิตของผู้ผลิตแต่ละราย ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของคอตเลอร์และเคลเลอร์ (Kotler& Keller, 2012) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชมพูนุท กิตติดุลยการ (2558, บทคัดย่อ) เรื่อง การศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลวิจัยพบว่า พบว่า เพศ ช่วงอายุ และช่วงรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อ ขั้นตอนการประเมินทางเลือก (เกณฑ์ที่ใช้) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

### ด้านการตัดสินใจซื้อ

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อด้านการตัดสินใจซื้อโดยรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจาก เมื่อผู้บริโภคได้ทำการประเมินทางเลือกว่าจะเลือกซื้อเครื่องมือแพทย์จากผู้ผลิตรายใดจะทำตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ที่มีคุณภาพสูงตรงกับความต้องการของผู้ป่วยมีราคาที่เหมาะสมและสามารถชำระเงินได้หลายวิธี เช่น การผ่อนชำระหลายงวด การให้ส่วนลดทางการค้า เป็นต้นซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของ คอตเลอร์และเคลเลอร์ (Kotler and Keller, 2012) กล่าวว่า เมื่อผู้บริโภคได้ทำการประเมินทางเลือกจากข้อมูลต่างๆ แล้ว ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้า/บริการที่มีตราสินค้าเป็นที่ชื่นชอบตัดสินใจเลือกผู้ขาย ปริมาณในการซื้อ ช่วงวันเวลาที่ซื้อวิธีการชำระเงิน เป็นต้นและสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดาวสวรรค์ ศุภธนศักดิ์ศิริ และดาริณี ตัณฑวิเชษฐ (2560, หน้า 32-41) เรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องมือทางการแพทย์เพื่อการผ่าตัดของโรงพยาบาลภาครัฐ ในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ในภาพรวม มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า สินค้ามีใบรับรองมาตรฐานการผลิต มีการบรรจุภัณฑ์ที่สะอาดปลอดภัย มีการให้ทดลองใช้ก่อนตัดสินใจ เช่น Locking plate Pedicular screw fixation กระดูกข้อเท้าเทียมมือใหม่เย็บอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านราคา พบว่า มีราคาให้เลือกหลายราคาแล้วแต่ยี่ห้อ สามารถต่อรองราคาได้ มีการให้เครดิต และระยะเวลาการชำระเงิน ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า สินค้าคงคลังมีเพียงพอสนองความต้องการอยู่เสมอ ความรวดเร็วในการส่งมอบสินค้าครบตามจำนวน สามารถติดต่อได้โดยตรงกับพนักงานขาย สามารถติดต่อซื้อโดยตรงกับบริษัท และสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า มีความรวดเร็วในการจัดส่งของบริษัท มีการติดต่อประสานงานกับเจ้าหน้าที่บริษัทได้อย่างรวดเร็ว มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า และคุณสมบัติของพนักงานขายที่มีความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี

### ด้านการประเมินหลังการซื้อ

ผู้บริโภคในโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครมีความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อด้านการประเมินหลังการซื้อโดยรวมอยู่ในระดับมาก กล่าวคือ หลังจากผู้บริโภคได้รับประสบการณ์ในการบริโภค ซึ่งอาจจะได้รับความพอใจหรือไม่พอใจ ถ้าพอใจผู้บริโภคได้รับทราบถึงข้อดีต่างๆของสินค้าทำให้เกิดการซื้อซ้ำได้หรืออาจมีการแนะนำลูกค้ารายใหม่ แต่ถ้าไม่พอใจ ผู้บริโภคก็อาจเลิกซื้อสินค้านั้นๆในครั้งต่อไปและอาจส่งผลเสียต่อเนื่องจากการบอกต่อ ทำให้ลูกค้าซื้อสินค้าน้อยลงตามไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของ คอตเลอร์และเคลเลอร์ (Kotler & Keller, 2012) และสอดคล้องกับงานวิจัยของSunyansanoa (2013 อ้างถึงใน ชมพูนุท กิตติตุลยการ, 2558, หน้า 19) เรื่อง ศึกษาการประเมินหลังการซื้อของผู้บริโภคที่มีการซื้อซ้ำของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ได้รับการยอมรับในประเทศไทย ผลวิจัยพบว่าความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคไม่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำในผลิตภัณฑ์วิตามิน เกลือแร่ สมุนไพรอื่นๆแต่อย่างไรก็ตาม ความคาดหวังในผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค ความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ของ

ผู้บริโภคส่งผลต่อการซื้อซ้ำ รวมทั้งประสบการณ์ในตราสินค้าของผู้บริโภคส่งผลต่อการซื้อซ้ำด้วยเช่นเดียวกัน

**3. ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล** ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ประสบการณ์ทำงาน พบว่าผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ พบว่า เพศต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติส่วนจำแนกตามอายุพบว่า อายุต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนจำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนจำแนกตามตำแหน่งงานพบว่า ตำแหน่งงานต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และจำแนกตามประสบการณ์ทำงานพบว่า ประสบการณ์ทำงานต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ที่มีลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกันย่อมมีความคิดเห็นแตกต่างกัน เนื่องจากรู้ในด้านภาระหนักถึงความต้องการด้านการหาข้อมูลด้านการประเมินทางเลือกด้านการตัดสินใจซื้อด้านการประเมินหลังการซื้อที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับอนุสัญญา จำปาทอง (2559, บทคัดย่อ) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจนำเข้าเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ ตำแหน่งงาน ประสบการณ์ ระยะเวลาการดำเนินงานที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจนำเข้าเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์แตกต่างกัน

#### **การเปรียบเทียบเป็นรายคู่ตาม Least Significant Difference (LSD)**

1. การเปรียบเทียบเป็นรายคู่ตาม Least Significant Difference (LSD) จำแนกตามอายุ

1.1 จำแนกตามอายุด้านการตระหนักถึงความต้องการพบว่า ผู้ที่ตัดสินใจซื้อที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี และผู้ที่ตัดสินใจซื้อที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร โดยเฉลี่ยแตกต่างจากผู้ตัดสินใจซื้อที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปีและผู้ที่มีอายุมากกว่า 50 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.2 จำแนกตามอายุด้านการหาข้อมูลผู้ที่ตัดสินใจซื้อที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มีการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร โดยเฉลี่ยแตกต่างจากผู้ตัดสินใจซื้อที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปีส่วนผู้ที่ตัดสินใจซื้อที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของ



ด้านการตระหนักถึงความต้องการ โดยเฉลี่ยแตกต่างจากผู้ที่ตัดสินใจที่มีตำแหน่งงานแพทย์ ด้านการตัดสินใจซื้อพบว่า ผู้ที่ตัดสินใจซื้อที่มีตำแหน่งงานเจ้าหน้าที่พัสดุ/เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อ-จัดจ้างมีการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครด้านการตัดสินใจซื้อโดยเฉลี่ยแตกต่างจากผู้ที่ตัดสินใจที่มีตำแหน่งงานพยาบาลและแพทย์ ส่วนผู้ที่ตัดสินใจซื้อที่มีตำแหน่งงานหัวหน้าพัสดุ/หัวหน้าจัดซื้อ-จัดจ้างมีการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชน ในกรุงเทพมหานครด้านการตัดสินใจซื้อโดยเฉลี่ยแตกต่างจากผู้ที่ตัดสินใจที่มีตำแหน่งงานพยาบาลและแพทย์ ส่วนผู้ที่ตัดสินใจซื้อที่มีตำแหน่งงานพยาบาล มีการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครด้านการตัดสินใจซื้อโดยเฉลี่ยแตกต่างจากผู้ที่ตัดสินใจที่มีตำแหน่งงานแพทย์ ส่วนด้านการประเมินหลังการซื้อพบว่า ผู้ที่ตัดสินใจซื้อที่มีตำแหน่งงานเจ้าหน้าที่พัสดุ/เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อ-จัดจ้างมีการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร ด้านการประเมินหลังการซื้อ โดยเฉลี่ยแตกต่างจากผู้ที่ตัดสินใจที่มีตำแหน่งงานพยาบาลและแพทย์ และผู้ที่ตัดสินใจซื้อที่มีตำแหน่งงานหัวหน้าพัสดุ/หัวหน้าจัดซื้อ-จัดจ้างมีการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร ด้านการประเมินหลังการซื้อ โดยเฉลี่ยแตกต่างจากผู้ที่ตัดสินใจที่มีตำแหน่งงานแพทย์

4. การเปรียบเทียบเป็นรายคู่ตาม Least Significant Difference (LSD) จำแนกตามประสบการณ์ทำงาน พบว่า ผู้ที่ตัดสินใจซื้อที่มีประสบการณ์ทำงานต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี มีการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร ด้านการตระหนักถึงความต้องการ โดยเฉลี่ยแตกต่างจากผู้ที่ตัดสินใจที่มีประสบการณ์ทำงานตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไป และผู้ที่ตัดสินใจซื้อที่มีประสบการณ์ทำงานระหว่าง 6-10 ปีมีการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร ด้านการตระหนักถึงความต้องการ โดยเฉลี่ยแตกต่างจากผู้ที่ตัดสินใจที่มีประสบการณ์ทำงานตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไป ส่วนด้านการหาข้อมูล พบว่า ผู้ที่ตัดสินใจซื้อที่มีประสบการณ์ทำงานต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี มีการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร ด้านการหาข้อมูลโดยเฉลี่ยแตกต่างจากผู้ที่ตัดสินใจที่มีประสบการณ์ทำงานระหว่าง 6-10 ปี และ ตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไป และผู้ที่ตัดสินใจซื้อที่มีประสบการณ์ทำงานระหว่าง 6-10 ปีมีการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร ด้านการหาข้อมูลโดยเฉลี่ยแตกต่างจากผู้ที่ตัดสินใจที่มีประสบการณ์ทำงานตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไป ส่วนด้านการตัดสินใจซื้อ พบว่า ผู้ที่ตัดสินใจซื้อที่มีประสบการณ์ทำงานต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี มีการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร ด้านการตัดสินใจซื้อโดยเฉลี่ยแตกต่างจากผู้ที่ตัดสินใจที่มีประสบการณ์ทำงาน ตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไป และผู้ที่ตัดสินใจซื้อที่มีประสบการณ์ทำงานระหว่าง 6-10 ปีมีการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร ด้านการตัดสินใจซื้อ โดยเฉลี่ยแตกต่างจากผู้ที่ตัดสินใจที่มีประสบการณ์ทำงานตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไป ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้ที่ตัดสินใจซื้อได้มีทางเลือกในการเลือกซื้อที่ให้ตรงกับความต้องการซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (2559, บทคัดย่อ) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อ

กระบวนการตัดสินใจนำเข้าเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ ของผู้ประกอบการในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ ตำแหน่งงาน ประสบการณ์ ระยะเวลาการดำเนินงานที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจนำเข้าเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ แตกต่างกันในระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

#### 1. ด้านการตระหนักถึงความต้องการ

1.1 โรงพยาบาลควรตระหนักถึงความต้องการของเครื่องมือแพทย์ที่เหมาะสม เข้ามาใช้ในกา รักษาผู้ป่วย และควรมีการติดตามข่าวสารในการพัฒนาเทคโนโลยีเครื่องมือแพทย์ใหม่ๆ เพื่อเป็นข้อมูล การตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ที่ทันสมัยในยุคปัจจุบันอย่างสม่ำเสมอ

1.2 โรงพยาบาลควรตระหนักถึงความต้องการเครื่องมือแพทย์ ที่มีการพัฒนาคุณสมบัติให้ ตรงกับความต้องการของผู้ป่วย และมีการพิจารณาระยะเวลาในการส่งมอบสินค้าให้ตรงเวลาทันต่อความ ต้องการ

#### 2. ด้านการหาข้อมูล

2.1 โรงพยาบาลควรมีการตรวจสอบข้อมูลจากผู้ที่มีประสบการณ์เคยใช้เครื่องมือแพทย์ชนิด นั้นก่อนตัดสินใจซื้ออย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการเปรียบเทียบคุณภาพ ราคา ของเครื่องมือ แพทย์ก่อนพิจารณาในการตัดสินใจซื้อ

2.2 โรงพยาบาลควรมีการค้นหาข้อมูลด้านราคาและคุณภาพจากหลายๆ ผู้ผลิตเพื่อให้ได้ เครื่องมือแพทย์ที่มีคุณภาพตรงกับความต้องการมากที่สุด โดยการให้มีการประกวดราคาเครื่องมือแพทย์ และให้แต่ละรายนำเสนอเครื่องมือแพทย์ให้กับคณะกรรมการที่มีอำนาจในการตัดสินใจได้พิจารณา คุณสมบัติของเครื่องมือแพทย์

#### 3. ด้านการประเมินทางเลือก

3.1 โรงพยาบาลควรมีการเปรียบเทียบราคา และการให้เครดิตของผู้ผลิตแต่ละราย เพื่อเป็น อีกช่องทางหนึ่งในการตัดสินใจซื้อ เช่น ราคาของผู้ผลิตแต่ละรายแตกต่างกันเท่าไร มีการให้เครดิตได้กี่เดือน เป็นต้น

3.2 โรงพยาบาลควรมีการเปรียบเทียบชื่อเสียงของผู้ผลิตแต่ละราย โดยอาจจะสอบถามจาก ผู้ที่รู้จักกันในโรงพยาบาลอื่นๆ หรือเปรียบเทียบจากประวัติผลงานของผู้ผลิต เช่น ประกอบธุรกิจด้านนี้มา นานกี่ปี มีการนำเข้าเครื่องมือแพทย์ใหม่ๆจากต่างประเทศ หรือมีการคิดค้นผลิตเครื่องมือแพทย์ที่ทันสมัย อยู่เสมอๆ

#### 4. ด้านการตัดสินใจซื้อ

4.1 โรงพยาบาลควรตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์จากผู้ผลิตที่สามารถให้โรงพยาบาลชำระเงิน ได้หลายวิธี เช่น การผ่อนชำระหลายงวด การให้ส่วนลดทางการค้า เป็นต้น

4.2 โรงพยาบาลควรตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ที่มีราคาที่เหมาะสม เน้นประโยชน์ในการใช้สอยที่คุ้มค่าสมราคา

#### 5. ด้านการประเมินหลังการซื้อ

5.1 โรงพยาบาลควรมีการประเมินหลังการซื้อเครื่องมือแพทย์ ถึงความมีประสิทธิภาพที่มีต่อความคาดหวังก่อนการตัดสินใจซื้อ

5.2 เมื่อโรงพยาบาลพบว่าเครื่องมือแพทย์ที่ซื้อมีประสิทธิภาพเกินความหวัง โรงพยาบาลควรซื้อเครื่องมือแพทย์จากผู้ผลิตรายเดิมที่เคยซื้อ เพื่อที่จะได้รับสินค้าที่มีคุณภาพและราคาเหมาะสม สามารถใช้งานได้ตรงตามวัตถุประสงค์

### เอกสารอ้างอิง

ชมพูนุท กิตติคุณการ. (2558). *การศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ดาวสวรรค์ ศุภณศักดิ์สิริ และดาริณีต้นทิวโช. (2560). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องมือทางการแพทย์เพื่อการผ่าตัดของโรงพยาบาลภาครัฐ ในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารรวมบทความวิจัยบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ*, 6 (1), 32-41.

นภาพิพย์ ไตรกุลนิภัทร. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์กันแดดในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นรินทร์ ต้นไพบูลย์. (2561). *อุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์*. *วารสารแนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2561-63*, (กุมภาพันธ์), 1-9.

สิริกาญจน์ กมลปิยะพัฒน์. (2556). *การตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร*. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สุพัตรากุล ปิยะวาจา. (2559). *กรณีศึกษาการลงทุนโครงการศูนย์สุขภาพครบวงจรของบริษัทกรุงเทพดุสิตเวชการ จำกัด (มหาชน)*. การค้นคว้าอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการเงิน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อนัญญา จำปาทอง. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจนำเข้าเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาธุรกิจระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

Best, J. W. (1997). *Research in education*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Cronbach, L. (1990). *Essentials of psychology testing*. New York: Harper Collins Publishers.

Kotler, Philip. & Keller, L. Kevin.(2012).*Marketing Management*. (14<sup>th</sup> ed.) New Jersey: person education. Inc.