

ชื่อการค้นคว้าอิสระ การตัดสินใจซื้อแผ่นปิดแผลแนวใหม่ในการรักษาผู้ป่วยของโรงพยาบาลวชิระภูเก็ต
ผู้วิจัย นายศนิช สະนนท์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
อาจารย์ที่ปรึกษา 1) ดร.จริยา รุกขพันธ์ 2) ดร.สิทธิชัย ฝรั่งทอง ปีการศึกษา 2560 จำนวน 91 หน้า
คำสำคัญ การตัดสินใจซื้อ แผ่นปิดแผลแนวใหม่

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการตัดสินใจซื้อแผ่นปิดแผลแนวใหม่ในการรักษาผู้ป่วยของโรงพยาบาลวชิระภูเก็ต และ 2) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกแผ่นปิดแผลแนวใหม่ในการรักษาผู้ป่วยของโรงพยาบาลวชิระภูเก็ต จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ เจ้าหน้าที่คลังเวชภัณฑ์ แพทย์ พยาบาล บุคลากรทางการแพทย์ แผนกศัลยกรรมโรงพยาบาลวชิระภูเก็ต จำนวน 86 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ค่าความเชื่อมั่น .95 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยโดยใช้สถิติทดสอบที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวน และเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อแผ่นปิดแผลแนวใหม่ในการรักษาผู้ป่วยของโรงพยาบาลวชิระภูเก็ต ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับปานกลาง และ 2) ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อแผ่นปิดแผลแนวใหม่ในการรักษาผู้ป่วยของโรงพยาบาลวชิระภูเก็ต พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และอายุงานต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกซื้อแผ่นปิดแผลแนวใหม่ในการรักษาผู้ป่วยของโรงพยาบาลวชิระภูเก็ต ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 1..... 2.....

Independent study title: The Affecting Purchase Decision toward Advanced Wound Dressing for Wound Treatment at Vachira Phuket Hospital

Researcher: Mr. Sanich Sanont. Degree: Master of Business Administration. Dhonburi Rajabhat University. Independent study advisors: 1) Dr.Jariya Rukkhaphan 2) Dr.Sittichai Farlangthong. Academic year: 2017. 91 pp. Keywords: purchase decision, advanced wound dressing

Abstract

The purposes of this research were to: 1) investigate the affecting purchase decision toward advanced wound dressing at Vachira Phuket Hospital, and 2) compare the marketing mixes factors used in the affecting purchase decision toward advanced wound dressing at Vachira Phuket Hospital. Categorized by personal factors. The sample group of this research was 86 medical supply officers, doctors, nurses, medical personnel in Surgery Department, Vachira Phuket Hospital. Instrument used was questionnaire with .95 reliability. Statistics used for data analysis were frequency, percentage, means, standard deviations, t-test, and analysis of variance with LSD.

The findings of the research revealed that: 1) marketing mixes factors affected purchase decision toward advanced wound dressing at Vachira Phuket Hospital overall at a high level, considering each factor, it was found that product and price factors were at high levels while place and promotion factors were at moderate levels; and 2) the comparison of the marketing mixes factors used in the affecting purchase decision toward advanced wound dressing at Vachira Phuket Hospital showed that the subjects with different gender, age, status, education background, position and service year had no statistical difference in the overall level of purchase decision toward advanced wound dressing at Vachira Phuket Hospital.

Student's signature.....

Independent study advisors' signatures 1..... 2.....