บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นและความสำคัญของปัญหา

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

นโยบายการพัฒนาด้านสาธารณสุขได้รับความสำคัญมากขึ้นทุกๆประเทศ เช่นเดียวกับด้านการเมืองและสังคม นอกจากนี้แผนการรวมตัวของประชาคมอาเซียนในปี 2558 ก็เป็นปัจจัยหนึ่งในการกระตุ้นการยกระดับศักยภาพการแข่งขันในตลาดผลิตภัณฑ์วัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์โดยตรง โดยเฉพาะมาตรฐานและศักยภาพในการผลิตที่ยังไม่ได้มาตรฐานในระดับสากล ดังนั้นการรวมตัวกันของประชาคมและการเปิดการค้าเสรีระหว่างประเทศสมาชิก ทำให้แต่ละประเทศมีการตื่นตัว และตระหนักถึงความจำเป็นในการยกระดับมาตรบานและศักยภาพการผลิตของตนเองให้เทียบเท่ากับระดับสากล เพื่อพัฒนาระดับความสามารในการแข่งขันของตนเอง ลดอัตราการสูญเสียส่วนแบ่งของตลาด และเปิดโอกาสในการแข่งขันในตลาดใหม่ๆ ทั้งภายในและภายนอกประเทศสมาชิกสมาคมอาเซียน (คงศักดิ์ ดอกบัว, 2558, หน้า 3-22)

เครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์เป็นปัจจัยสำคัญทางด้านการแพทย์และสาธารณสุข หากโรงพยาบาลมีการเลือกซื้อเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ทันสมัย ก็จะเป็นตัวแปรหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในการรักษาของผู้ป่วยที่สูงขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งการที่โรงพยาบาลมีเครื่องมือทางการแพทย์ที่ทันสมัยและปลอดภัยถือเป็นจุดเด่นอีกด้านหนึ่งนอกเหนือจากการมีบุคลากรทางการแพทย์ที่เชี่ยวชาญและมีความสามารถ โดยโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาลต่างๆ จะมีเกณฑ์การพิจารณาเลือกซื้อเครื่องมือทางการแพทย์จากฟังก์ชั่นการทำงานว่าสามารถทำงานได้ตามข้อกำหนดทางเทคนิคที่โรงพยาบาลต้องการหรือไม่ เช่น หากต้องการซื้อเครื่องสร้างภาพด้วยสนามแม่เหล็กไฟฟ้า (Magnetic resonance imaging) จะต้องศึกษาข้อมูลความสามารถต่างๆของเครื่องความเร็วในการทำงานวิธีการอ่านภาพที่ได้การสอบเทียบ (Calibration) การบำรุงรักษา (Maintenance) เป็นต้น มีการขอข้อมูลรายละเอียดทางเทคนิคของเครื่องมือว่าผ่านการทดสอบและได้รับการรับรองจากประเทศผู้ผลิตหรือไม่และผ่านการทดสอบตามมาตรฐานใดบ้าง ในกรณีเครื่อง

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

สร้างภาพด้วยสนามแม่เหล็กไฟฟ้า (Magnetic resonance imaging) จะต้องสอบถามถึงเครื่องผลิตจากประเทศใดหากเป็นกลุ่มประเทศในสหภาพยุโรป เช่น เยอรมัน จะต้องสอบถามว่ามีเครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์จากทางเยอรมันหรือไม่คือ มีเครื่องหมาย Verband Deutscher Elektrotechniker (VDE) หรือเครื่องหมายของกลุ่มตลาดร่วมยุโรปหรือเครื่องหมาย Conformite European Mark หรือไม่ เป็นต้น รวมถึงการขอข้อมูลคำแนะนำในการติดตั้งเครื่องมือทางการแพทย์บางชนิดไม่สามารถทำงานใกล้กับเครื่องมืออื่นๆได้มันจะสร้างสัญญาณรบกวนทางแม่เหล็กไฟฟ้าออกมาในระดับความเข้มสูงและทำให้อุปกรณ์ข้างเคียงทำงานผิดพลาดได้และเครื่องมือบางชนิดอ่อนไหวต่อการถูกรบกวนทางแม่เหล็กไฟฟ้าไม่สามารถทำงานภายใต้สนามแม่เหล็กไฟฟ้ารบกวนได้ 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 จากความเชื่อมั่นในมาตรฐานการรักษาและการเติบโตของกลุ่ม Expatriate และ Medical Tourists และ 4) แผนขยายการลงทุนของธุรกิจโรงพยาบาลทั้งการสร้างโรงพยาบาลใหม่และการลงทุนทางด้านเครื่องมือทางการแพทย์ จะยิ่งสนับสนุนให้ความต้องการอุปกรณ์ทางการแพทย์ในไทยขยายตัวอย่างต่อเนื่อง (นรินทร์ ตันไพบูลย์, 2561, หน้า 1-9)

กรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงสำคัญของประเทศไทยที่มีจำนวนประชากรอาศัยอย่างหนาแน่น ในปี 2560 พบจำนวนประชากรตามทะเบียนราษฎรกว่า 5 ล้านคน กรุงเทพมหานครมีโรงพยาบาลในสังกัดของกรุงเทพมหานครเอง 11 แห่ง (ไม่นับคณะแพทยศาสตร์ชิรพยาบาล มหาวิทยาลัยมินทราธิราช) ศูนย์บริการแพทย์ฉุกเฉินกรุงเทพมหานคร 2 แห่ง ประกอบไปด้วยศูนย์เอราวัณ สังกัดสำนักการแพทย์ กรุงเทพมหานคร และศูนย์นเรนทร สังกัดโรงพยาบาลราชวิถี โรงพยาบาลเอกชนมีทั้งหมด 93 แห่ง สถานพยาบาลเอกชนทั้งหมด 2 แห่งศูนย์รักษาเลสิคและสายตา 1 แห่ง ได้แก่ โรงพยาบาลจักษุรัตนิน และโรงพยาบาลของรัฐทั้งหมด 34 แห่ง สถาบันจิตเวชทั้งหมด 3 แห่ง สถานพยาบาลของรัฐทั้งหมด 1 แห่ง โรงพยาบาลรัฐวิสาหกิจทั้งหมด 2 แห่ง โรงพยาบาลเฉพาะทางทันตกรรม 3 แห่งได้แก่ โรงพยาบาลทันตกรรมทองหล่อ ศูนย์ทันตกรรมบางกอก อินเตอร์เนชั่นแนล เดนทัล เซ็นเตอร์ และโรงพยาบาลทันตกรรม คณะทันตแพทยศาสตร์มหาวิทยาลัยมหิดล โรงพยาบาลเฉพาะทางโรคไต 1 แห่ง ได้แก่ โรงพยาบาลสถาบันโรคไตภูมิราชนครินทร์ โรงพยาบาลรักษาด้วยวิธีสมุทัยเวชศาสตร์ 1 แห่ง ได้แก่ โรงพยาบาลเบทเทอร์บีอิ้ง โรงพยาบาลเฉพาะโรคผิวหนัง 1 แห่ง ได้แก่ โรงพยาบาลผิวหนัง อโศก รวมแล้วกรุงเทพมหานครมีสถานพยาบาลที่ได้รับการอนุมัติให้เป็นโรงพยาบาลอย่างถูกต้องตามกฎหมาย 138 แห่งโดยมี 7 แห่งใน 137 แห่งเป็นโรคพยาบาลเฉพาะทาง และมีสถาบันสถานพยาบาลหรือศูนย์การแพทย์รวมถึงคณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลสังกัดมหาวิทยาลัย 6 แห่ง แต่จากการดำรงชีวิตในปัจจุบันของประชากรที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีชีวิตประจำวันที่เร่งรีบ การจราจรติดขัด มลภาวะเป็นพิษสูง รวมถึง

การรับประทานอาหารที่ไม่มีคุณภาพประเภทฟาสฟู้ดที่เพิ่มสูงขึ้น ไม่ค่อยมีเวลาในการดูแลสุขภาพของตนเอง เนื่องจากใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับการเดินทางและการทำงาน ส่งผลให้มีอาการเจ็บป่วยมากขึ้น ถึงแม้ว่ากรุงเทพมหานครจะมีโรงพยาบาลมากถึง 138 แห่ง แต่จากสัดส่วนประชากรที่มีมากกว่า 5 ล้านคน ส่งผลให้จำนวนโรงพยาบาลต่อจำนวนผู้ใช้บริการไม่เพียงพอและปัญหาด้านค่ารักษาพยาบาลที่มีอัตราสูง ส่งผลให้ประชาชนได้บริการไม่ทั่วถึง

อีกทั้งพฤติกรรมในการตัดสินใจในการจัดซื้อจัดหาอุปกรณ์การแพทย์ของภาคเอกชนจะพิจารณาอย่างรอบคอบถึงความจำเป็นและคุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์นั้นๆ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มโรงพยาบาล ในการจัดหาอุปกรณ์และเครื่องมือทางการแพทย์ บริษัทจะสั่งซื้อผ่านผู้แทนจำหน่ายในประเทศ โดยทำสัญญาซื้อขายกับทางบริษัทผู้แทนจำหน่าย ซึ่งมีการกำหนดราคาซื้อขายที่แน่นอน และมีข้อตกลงเกี่ยวกับการให้บริการหลังการขายอย่างชัดเจน เนื่องจากอุปกรณ์และเครื่องมือทางการแพทย์เป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญในการให้บริการแก่ผู้ป่วยอย่างมีคุณภาพ และมีประสิทธิภาพ (บริษัท กรุงเทพดุสิตเวชการ จากัด (มหาชน), 2555 อ้างถึงใน สุพัตรา กุลปิยะวาจา, 2559, หน้า 1-18) อย่างไรก็ดี ธุรกิจประเภทนี้มีคู่แข่งที่อยู่ในตลาดหลายราย และแนวโน้มทางการตลาดของธุรกิจเครื่องมือแพทย์ในไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องตามความต้องการของตลาด แต่อุตสาหกรรมเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ในประเทศไทยยังไม่มีการพัฒนาเท่าที่ควร อันเป็นผลมาจากผู้ประกอบการขาดองค์ความรู้และเทคโนโลยีการผลิต ขาดการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากต่างประเทศ การยอมรับจากผู้ใช้ต่อผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ในประเทศยังอยู่ในระดับต่ำ ขาดความเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน อีกทั้งผู้ประกอบการยังจำเป็นใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มโรงพยาบาลเอกชนซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีกำลังซื้อสูง หากผู้ประกอบการทราบปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินซื้อของลูกค้ากลุ่มนี้จะทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อเพิ่มขึ้น

ผู้วิจัยมีโอกาสได้ปฏิบัติงานในบริษัทจำหน่ายเครื่องมืออุปกรณ์การแพทย์แห่งหนึ่ง ซึ่งจำหน่ายเครื่องมือแพทย์ ไม่ว่าจะเป็นเครื่องอัลตร้าซาวน์ เครื่องมือแพทย์เพื่อความงามเช่นเลเซอร์ผิวหนัง เป็นต้น ปัจจุบันธุรกิจประเภทนี้มีคู่แข่งที่อยู่ในตลาดหลายราย บริษัทจึงมีความต้องการที่จะเพิ่มยอดขายมากขึ้น และจากข้อมูลจากฝ่ายบัญชีและการเงินของบริษัทปี 2559 พบว่า จำนวนลูกค้าของบริษัทฯร้อยละ 70 เป็นลูกค้าโรงพยาบาลรัฐบาล และร้อยละ30เป็นลูกค้าโรงพยาบาลเอกชน บริษัทฯยังไม่สามารถเข้าถึงโรงพยาบาลเอกชน ซึ่งข้อดีของโรงพยาบาลเอกชนคือมีขั้นตอนไม่ยุ่งยากในการพิจารณาซื้อเครื่องมือแพทย์ รวมถึงการชำระเงินที่ตรงเวลา หากสามารถเข้าถึงบุคคลที่อำนาจในการตัดสินใจหรือมีกลยุทธ์ที่ดีทำให้ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าได้จะเป็นประโยชน์กับบริษัทฯอย่างยิ่ง

จากสภาพปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่ทำการศึกษา การตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยสามาถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาใช้เป็นแนวทางและนำมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจการขายเครื่องมือแพทย์ต่อไปในอนาคต โดยทางบริษัทเล็งเห็นว่าจะสามารถขยายฐานลูกค้าในกลุ่มนี้ได้เพิ่มขึ้นและลูกค้ากลุ่มนี้มีกำลังในการซื้อสูงอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

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

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ เจ้าหน้าที่พัสดุ/เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อ-จัดจ้าง หัวหน้าพัสดุ/หัวหน้าจัดซื้อ-จัดจ้าง แพทย์ และพยาบาลของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ซึ่งใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience sampling) เป็นประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ซื้อ/เคยซื้อเครื่องมือแพทย์สำหรับใช้โรงพยาบาลเอกชน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน ซึ่งจำนวนนี้ได้จากการใช้สูตร W.G. Cochran (สิริกาญจน์ กมลปิยะพัฒน์, 2556, หน้า 3)

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้ศึกษามุ่งศึกษาตัวแปรในการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งประกอบด้วย

2.1 ตัวแปรอิสระ (Independent variables) คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ประสบการณ์ทำงาน (อรพรรณ สินทวีเลิศ, 2556, หน้า 16)

2.2 ตัวแปรตาม (Dependent variables) คือ การตัดสินใจซื้อ (อิสรีย์ อนันต์โชคปฐมา, 2558, หน้า 20) ดังนี้

- 2.2.1 ด้านการตระหนักถึงความต้องการ
- 2.2.2 ด้านการหาข้อมูล
- 2.2.3 ด้านการประเมินทางเลือก
- 2.2.4 ด้านการตัดสินใจซื้อ
- 2.2.5 ด้านการประเมินหลังการซื้อ

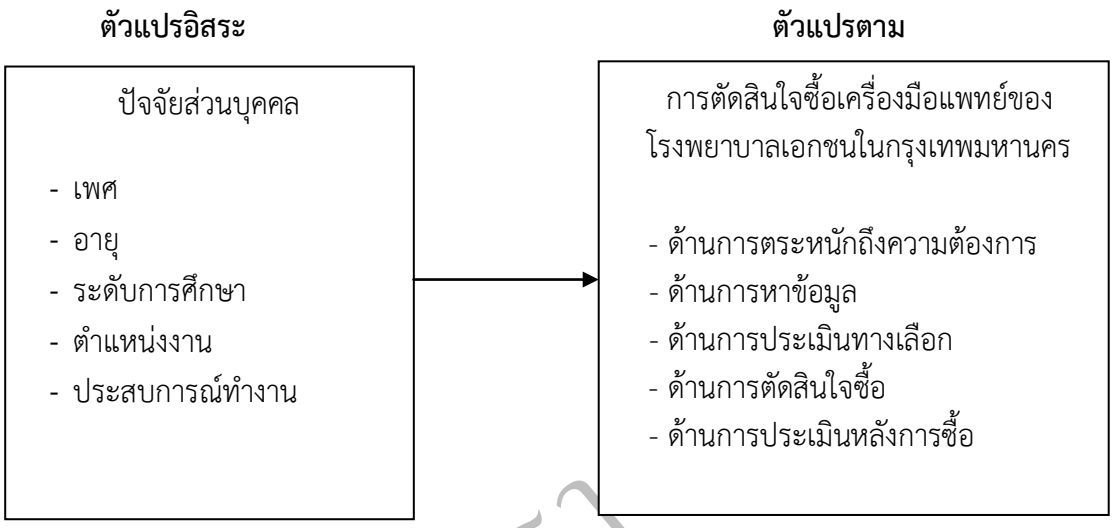
3. ขอบเขตด้านเวลา

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้ศึกษาจะเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเวลาระหว่างเดือนกรกฎาคม ถึงตุลาคม 2561 เท่านั้น

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานครผู้ศึกษาได้นำแนวคิด กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Kotler & Keller, 2012 อ้างถึงใน อิสรีย์ อนันต์โชคปฐมา, 2558, หน้า 20) มาประยุกต์ใช้เป็นการกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดคำนิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยไว้ ดังนี้

ผู้ที่ตัดสินใจซื้อ หมายถึง ผู้มีหน้าที่ในการดูแลเรื่องการจัดซื้อจัดจ้าง ซึ่งเกี่ยวข้องกับหน่วยงานและบุคคลในการซื้อหรือเคยซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร เช่น แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่พัสดุ และเจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดซื้อจัดจ้าง

เครื่องมือแพทย์ หมายถึง เครื่องใช้ผลิตภัณฑ์หรือวัตถุที่มุ่งหมายสำหรับใช้ในการประกอบวิชาชีพทางการแพทย์ หรือเครื่องมือที่ใช้ให้เกิดผลแก่โครงสร้างของร่างกายมนุษย์ เครื่องมือการตรวจวินิจฉัยโรคต่างๆ รวมทั้งการตรวจสุขภาพของทารกในครรภ์การประกอบวิชาชีพพยาบาลและการผดุงครรภ์ เครื่องมือแพทย์เพื่อความงาม เช่นเครื่องเลเซอร์ รวมถึงอุปกรณ์ทางการแพทย์และอุปกรณ์ผ่าตัด เช่น มีดผ่าตัด กรรไกรผ่าตัด เครื่องวัดความดัน เป็นต้น ที่ใช้ในโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาล

โรงพยาบาลเอกชน หมายถึง โรงพยาบาลที่จัดตั้งโดยเอกชน มีทั้งที่เป็นบริษัทจำกัด และบริษัทมหาชนจำกัดด้วย เป็นสถานที่สำหรับให้บริการด้านสุขภาพให้กับผู้ป่วย โดยมักที่จะมุ่งเน้นการส่งเสริม ป้องกัน รักษา และฟื้นฟูภาวะความเจ็บป่วย หรือโรคต่างๆ ทั้งทางร่างกายและทางจิตใจ ทั้งนี้โรงพยาบาลเอกชนบางแห่งเป็นโรงพยาบาลเฉพาะด้าน เช่น โรงพยาบาลทางด้านโรคตา โรงพยาบาลด้านความความงาม เป็นต้น

มหาวิทยาลัยราช

การตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ หมายถึง ผู้ตัดสินใจซื้อในทางเลือกต่างๆของสินค้าภายใต้ข้อจำกัดของสถานการณ์ โดยมีกระบวนการในการตัดสินใจเลือกซื้ออยู่ 5 ด้าน คือ ด้านการตระหนักถึงความต้องการ ด้านการหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านการประเมินหลังการซื้อ

1) ด้านการตระหนักถึงความต้องการ หมายถึง จุดเริ่มต้นของกระบวนการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ คือ การที่ผู้บริโภคได้ตระหนักถึงปัญหา ความต้องการของผู้บริโภคที่จะนำไปสู่การซื้อสินค้าหรือบริการ ซึ่งความต้องการหรือปัญหานั้นเกิดมาจากความจำเป็นหรือความต้องการหรือมีปัญหาที่ต้องการแก้ไข โดยสามารถเกิดได้จากหลายสาเหตุ เช่น ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาด

2) ด้านการหาข้อมูล หมายถึง การที่ผู้บริโภครับรู้ถึงความต้องการใช้บริการแล้ว จะมีการแสวงหาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ใช้เวลาในการแสวงหาข้อมูลและมีการตรวจสอบข้อมูลจากผู้ที่มีประสบการณ์เคยใช้ จากครอบครัว เพื่อน ก่อนตัดสินใจซื้อ เพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพและน่าเชื่อถือเกี่ยวกับลักษณะ คุณสมบัติ ประโยชน์ตามความต้องการนั้นให้เพียงพอต่อการตัดสินใจใช้บริการ แหล่งการค้า เช่น โฆษณา พนักงาน/เจ้าหน้าที่ แหล่งสาธารณะ เช่น สื่อมวลชนต่างๆ และแหล่งทดลอง

3) ด้านการประเมินทางเลือก หมายถึง การที่ผู้บริโภคได้รับข้อมูลข่าวสารจากแหล่งต่างๆแล้ว และได้เปรียบเทียบข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของแต่ละสินค้า ข้อดีข้อเสียของลักษณะ คุณสมบัติ ราคา ความปลอดภัยและความคงทน เป็นต้น ผู้บริโภคจะประเมินโดยการจัดลำดับความสำคัญ ลำดับความพึงพอใจของสินค้าแต่ละประเภท ตามความเชื่อทัศนคติและความสนใจของสินค้านั้นๆ

4) ด้านการตัดสินใจซื้อ หมายถึง เมื่อผู้บริโภคได้มีการศึกษาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งต่างๆแล้ว และได้มีนำข้อมูลมาเปรียบเทียบด้านคุณสมบัติของสินค้าหรือบริการให้หลากหลายชนิดมากขึ้นเพื่อเปรียบเทียบหาความแตกต่าง มีการตั้งราคาที่สูงกว่าหรือราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่ง คุณภาพและตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการโดยประเมินด้วยการจัดลำดับความสำคัญหรือความพึงพอใจมาจากความเชื่อทัศนคติและความสนใจในสินค้าให้เหลือเพียงสินค้าหรือบริการเพียงชนิดเดียว

5) ด้านการประเมินหลังการซื้อ หมายถึง เมื่อผู้บริโภคซื้อเครื่องมือแพทย์เรียบร้อยแล้วจะทำการเปรียบเทียบคุณค่าที่ได้รับจริงจากการใช้เครื่องมือแพทย์กับความคาดหวัง ถ้าคุณค่าที่ได้รับจริงสูงกว่าความคาดหวังผู้บริโภคจะมีความพึงพอใจ แต่ถ้าคุณค่าที่ได้รับจริงต่ำกว่าความคาดหวังแสดงว่าผู้บริโภคไม่พอใจในเครื่องมือแพทย์นั้นๆ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของผู้ที่ตัดสินใจซื้อ ในโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร

2. ทำให้ทราบถึงการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของผู้ที่ตัดสินใจซื้อ ในโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

3. สามารถนำผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ ไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจการขายเครื่องมือแพทย์ในโรงพยาบาลเอกชนต่อไปในอนาคตได้ รวมถึงให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ที่ตัดสินใจซื้อ

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี