

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

จากสถิติประชากรไทย ในปีพ.ศ.2555 มีจำนวน 64.3 ล้านคนในจำนวนดังกล่าวเป็นผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปถึงประมาณ 9.5 ล้านคนและมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจากผลการประมาณประชากรไทย พ.ศ. 2553-2583 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2555)และพบว่าประชากรผู้สูงอายุจำนวนดังกล่าวต้องเผชิญกับโรคเรื้อรังต่างๆ เช่นภาวะเสื่อมสภาพของร่างกายและ โรคข้อเข่าเสื่อมซึ่งมีสถิติพบได้ถึง 1 ใน 3 ของประชากรในประเทศ (กุสุมา ไตรวิทยานุรักษ์, 2556) ประกอบกับรัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนให้ประชาชนเข้าถึงการรักษาโรคข้อเข่าเสื่อมโดยวิธีการผ่าตัดเปลี่ยนข้อเข่าเทียมโดยสนับสนุนค่าอุปกรณ์ข้อเข่าเทียมให้กับโรงพยาบาลในสังกัดรัฐส่งผลให้จำนวนการใช้ข้อเข่าเทียมเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด จากสถิติการเบิกจ่ายข้อเข่าเทียมภายใต้สวัสดิการรักษายาของภาครัฐพบว่าในปีพ.ศ.2549 จนถึงปีพ.ศ.2553 มีการผ่าตัดเปลี่ยนข้อเข่าเทียมไปแล้วทั้งสิ้น 39,549 ข้อดังต่อไปนี้ ในปีพ.ศ.2549 จำนวน 4,356 ข้อ ปีพ.ศ.2550 จำนวน 5,802 ข้อ ปีพ.ศ.2551 จำนวน 6,908 ข้อ ปีพ.ศ.2552 จำนวน 7,110 ข้อ และในปีพ.ศ.2553 จำนวน 15,373 ข้อซึ่งมีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี (สุณีพร สุวรรณมณีพงศ์และพรรณิ พนิตประชา, 2555) จากปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และนโยบายของภาครัฐส่งผลให้ตลาดข้อเข่าเทียมในประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

ธุรกิจข้อเข่าเทียมในประเทศไทยปัจจุบันมีมูลค่าประมาณ 800 ล้านบาท โดยบริษัทซิมเมอร์ เมดิคัล (ประเทศไทย) จำกัดมียอดขายสูงสุดประมาณ 450 ล้านบาทรองลงมาบริษัทจอห์นสัน แอนด์จอห์นสัน เมดิคอล (ไทยแลนด์) จำกัดมีมูลค่าตลาดประมาณ 200 ล้านบาทและบริษัทสมิทแอนด์เนฟฟิว จำกัดมีมูลค่าตลาดประมาณ 80 ล้านบาทและบริษัทอื่นๆประมาณ 70 ล้านบาท (อารี ตั้งฤทัยวานิชย์, 2550) โดยบริษัทเครื่องมือแพทย์ส่วนใหญ่นำเข้าข้อเข่าเทียมจากสหรัฐอเมริกาและยุโรปในปัจจุบันมีจำนวนมากกว่า 10 บริษัทเช่นบริษัทซิมเมอร์ เมดิคัล (ประเทศไทย) จำกัด บริษัทจอห์นสัน แอนด์จอห์นสัน บริษัทสไตรเกอร์ฟาร์ อีสต์ ینگค์, บริษัทสมิทแอนด์เนฟฟิว จำกัด บริษัทเบอร์ลี่ ยุคเกอร์ จำกัด(มหาชน) และบริษัท บี บรรานันท์(ประเทศไทย) จำกัด (สมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีเครื่องมือ

แพทย์ไทย, 2556: ออนไลน์) นอกจากนั้นยังมีบริษัทที่ไม่ได้เป็นสมาชิกของสมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีเครื่องมือแพทย์ไทยอีกจำนวนหนึ่ง เช่น บริษัทไบโอเมค บริษัทบีแอลฮิว จำกัดและบริษัทจากจีนและอินเดีย แม้ว่าจะมีปัจจัยลบทางเศรษฐกิจไม่ว่าจะเป็นการเมือง น้ำมัน หรือภัยธรรมชาติแต่มูลค่าของตลาดซื้อเข้าเทียมในประเทศกลับมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีนักลงทุนทั้งในและนอกประเทศมองเห็นโอกาสของการเติบโตในธุรกิจนี้ได้เข้ามาลงทุนผลักดันให้ตลาดเติบโตมากขึ้น (ประสิทธิ์ อัสวาทวุฒิ, 2556:สัมภาษณ์)

ผลิตภัณฑ์ข้อเข้าเทียมเป็นอุปกรณ์การแพทย์ที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงเพื่อการผ่าตัดรักษาผู้ป่วยข้อเข้าเสื่อมซึ่งในปัจจุบันยังไม่มีสินค้าอื่นทดแทน แม้ว่าจำนวนประชากรที่มีโอกาสเข้ารับการรักษาโดยวิธีการผ่าตัดเปลี่ยนข้อเข้าเทียมมีจำนวนมากแต่เนื่องจากแพทย์ผู้รักษาคือแพทย์เฉพาะทางด้านกระดูกและข้อ มีจำนวนจำกัด ปัจจุบันมีจำนวน 1,871 คนทั่วประเทศไทย (สมาชิกราชวิทยาลัยแพทยออร์โธปิดิกส์, 2556) จึงทำให้ข้อเข้าเทียมจัดเป็นสินค้าเฉพาะกลุ่มมีผู้ใช้สินค้าจำนวนน้อยราย จึงทำให้แพทย์ผู้มีอิทธิพลสูงต่อบริษัทผู้จัดจำหน่าย และทำให้ผู้ค้าต้องแข่งขันกันเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่แพทย์

บริษัทซิมเมอร์เมดิคัล (ประเทศไทย) จำกัดจดทะเบียนจัดตั้งเป็นบริษัทสาขาของบริษัทซิมเมอร์อิงค์สหรัฐอเมริกาในปีพ.ศ. 2549 ดำเนินธุรกิจเป็นตัวแทนจำหน่ายและบริการอุปกรณ์ทางการแพทย์ โดยเฉพาะ ข้อเข้าเทียมเป็นสินค้าหลักที่สร้างรายได้มากกว่าร้อยละ 60 จากรายได้ทั้งหมดของบริษัทซึ่งครองส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับหนึ่งในประเทศไทย และมีเป้าหมายที่จะขยายตลาดข้อเข้าเทียมออกไปอย่างต่อเนื่อง และต่อมาทางบริษัทฯ ได้จัดตั้งบริษัทสาขาขึ้นที่จังหวัดเชียงใหม่ในปีพ.ศ. 2554 เพื่อเป็นศูนย์กลางสินค้าครอบคลุมพื้นที่ 16 จังหวัดภาคเหนือได้แก่ จังหวัดเชียงราย เชียงใหม่ น่าน พะเยา แพร่ แม่ฮ่องสอน ลำปาง ลำพูน อุตรดิตถ์ ตาก พิชณุโลกสุโขทัย เพชรบูรณ์ พิจิตร กำแพงเพชร และ นครสวรรค์ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ตลาดข้อเข้าเทียมมีอัตราการเติบโตและแข่งขันสูง โดยผู้จำหน่ายทุกรายต่างพยายามใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าและเพื่อชิงส่วนแบ่งทางการตลาดถึงแม้บริษัทซิมเมอร์ฯ จะมีความพร้อมทั้งด้านผลิตภัณฑ์ สถานที่และบุคลากร แต่ก็ยังสูญเสียส่วนแบ่งการตลาดข้อเข้าเทียมบางส่วนในพื้นที่เขตภาคเหนือให้กับบริษัทคู่แข่ง อาทิโรงพยาบาลนครพิงค์ โรงพยาบาลแพร่ โรงพยาบาลเชียงรายประชานุเคราะห์ โรงพยาบาลมหาวิทยาลัยนเรศวร และ โรงพยาบาลสวรรค์ประชารักษ์ เป็นต้น เนื่องมาจากกลยุทธ์การตลาดของกลุ่มคู่แข่ง เช่น การขายตัดราคา การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย และสูญเสียบุคลากรที่มีประสบการณ์ให้แก่คู่แข่ง สิ่งเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อจำนวนลูกค้าและยอดขายของบริษัทซิมเมอร์ฯ ในเขตภาคเหนือ

ทำให้สูญเสียยอดการจำหน่ายไปกว่าร้อยละ 15 ในปีพ.ศ. 2555 บริษัทซิมเมอร์ฯ ได้ดำเนินการพัฒนา ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ อาทิ การเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ การปรับราคา การส่งเสริมการขาย ฝึกอบรมพนักงานและการจัดการด้านกระบวนการด้านการขนส่ง การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ที่ใช้สำหรับการผ่าตัดรักษาเพื่อให้มีคุณภาพพร้อมใช้และสร้างความเชื่อมั่นและพึงพอใจแก่แพทย์ฯ ด้วยลักษณะของงานที่มีความเสี่ยงสูงและเกี่ยวข้องกับชีวิตของผู้ป่วยทำให้ไม่สามารถยอมรับความ ผิดพลาดที่เกิดขึ้นได้ และในกรณีที่มีความผิดพลาดเกิดขึ้นย่อมสร้างความไม่พึงพอใจอย่างยิ่งต่อ แพทย์ฯ ผู้รักษา และนำไปสู่การงดใช้บริการหรือเปลี่ยนไปใช้สินค้าคู่แข่งได้ในทันที อีกทั้งความ ผิดพลาดที่เกิดขึ้นอาจนำไปสู่การฟ้องร้องจากผู้ป่วย ซึ่งย่อมส่งผลกระทบต่อแพทย์ฯ ผู้รักษา และบริษัทผู้จัดจำหน่าย ความพึงพอใจของลูกค้าจึงเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งต่อการอยู่รอดและสร้าง ผลสำเร็จให้แก่องค์กร(ประสิทธิ์ อัสวาทวุฒิ, 2556:สัมภาษณ์)

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาเพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจของ ศัลยแพทย์กระดูกและข้อในเขตภาคเหนือต่อส่วนประสมการตลาดบริการของผลิตภัณฑ์ข้อเข่าเทียม บริษัทซิมเมอร์ เมดิคัล (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้ในครั้งนี้มาใช้เป็นแนวทางในการ ปรับปรุงและพัฒนาการวางแผนการตลาดเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดเมื่อใช้บริการ ทำให้ เกิดความจงรักภักดีและเกิดพฤติกรรมกรรมมาซื้อซ้ำ

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของศัลยแพทย์กระดูกและข้อในเขตภาคเหนือต่อส่วนประสม การตลาดบริการของผลิตภัณฑ์ข้อเข่าเทียม บริษัทซิมเมอร์ เมดิคัล (ประเทศไทย) จำกัด

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1.3.1 ทำให้ทราบระดับความพึงพอใจของศัลยแพทย์กระดูกและข้อในเขตภาคเหนือต่อส่วน ประสมการตลาดบริการของผลิตภัณฑ์ข้อเข่าเทียม บริษัทซิมเมอร์ เมดิคัล (ประเทศไทย) จำกัด

1.3.2 ข้อมูลที่ได้สามารถนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินธุรกิจ และปรับปรุงกลยุทธ์ ทางการตลาดบริการ ของผลิตภัณฑ์ข้อเข่าเทียม บริษัทซิมเมอร์ เมดิคัล (ประเทศไทย) จำกัด ให้ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าต่อไป

1.4 นิยามศัพท์

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ศัลยแพทย์กระดูกและข้อในเขตภาคเหนือ แสดงออกถึงความยินดี ความพอใจและประทับใจต่อส่วนประสมการตลาดบริการของผลิตภัณฑ์ข้อเข่าเทียมบริษัทซิมเมอร์ เมดิคัล (ประเทศไทย) จำกัด

ศัลยแพทย์กระดูกและข้อ หมายถึง ศัลยแพทย์กระดูกและข้อที่ได้รับประกาศนียบัตรผู้เชี่ยวชาญ สาขาศัลยศาสตร์ออร์โธปิดิกส์และมีความรู้มีความสามารถเฉพาะทางในการผ่าตัดเปลี่ยนข้อเข่าเทียมและเคยใช้ข้อเข่าเทียมของบริษัทซิมเมอร์ เมดิคัล (ประเทศไทย) จำกัด

เขตภาคเหนือ หมายถึง พื้นที่จังหวัดเชียงราย เชียงใหม่ น่าน พะเยา แพร่แม่ฮ่องสอน ลำปาง ลำพูน อุตรดิตถ์ ตาก พิชญ โลก สุโขทัย เพชรบูรณ์ พิเชียร กำแพงเพชร และนครสวรรค์ ซึ่งแบ่งเป็นเขตภาคเหนือตามเขตการขาย ของบริษัทซิมเมอร์ เมดิคัล (ประเทศไทย) จำกัด

ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง เครื่องมือที่ต้องใช้ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยด้านต่างๆ ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ข้อเข่าเทียม หมายถึง อุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ใช้เพื่อการผ่าตัดรักษา พยาธิสภาพข้อเข่าเสื่อมที่มีอาการเจ็บ ปวด ที่ข้อผิวกระดูก ข้อติดหรือผู้ป่วยไม่สามารถใช้ข้อได้ โดยตัดผิวกระดูกออกแล้วแทนที่ด้วยข้อเทียม (Prosthesis) ซึ่งจะสามารถรักษาอาการเจ็บปวดทำให้ผู้รับการรักษาสามารถใช้ข้อเข่าได้ดังปกติและกลับมาใช้ชีวิตที่ดีดังเดิม

บริษัทซิมเมอร์ เมดิคัล (ประเทศไทย) จำกัด หมายถึง บริษัทสาขาของบริษัท Zimmer Inc. สหรัฐอเมริกา ดำเนินธุรกิจในประเทศไทย โดยเป็นตัวแทนจำหน่ายอุปกรณ์ทางการแพทย์ อาทิ ข้อเข่าเทียม ข้อสะโพกเทียม ตลอดจนให้บริการเครื่องมือทางการแพทย์ ที่ตั้งสำนักงาน ณ.เลขที่ 183 อาคารรัตนการ ชั้น 2 ถนนสาทรใต้ แขวงยานนาวา เขตสาทร กรุงเทพมหานคร เริ่มก่อตั้งในปี พ.ศ. 2549 และมีสำนักงานสาขา ณ.เลขที่ 99 อาคารแอร์พอร์ต บิซิเนส พาร์ค ชั้น 1 ห้อง 111 ถนนมหิดล ตำบลหายยา อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เริ่มก่อตั้งในปี พ.ศ.2554