

CONTENTS / สารบัญ

Message from the Vice President of Chonburi Campus

สารรองอธิการบดี วิทยาเขตชลบุรี

Message from the Organizing Committee Chairperson

สารประธานคณะกรรมการฝ่ายอำนวยการจัดประชุม

กำหนดการประชุมวิชาการ

กำหนดการนำเสนอผลงานวิจัย

2022 SPUC International Conference

Researcher (Oral Presentation)

Page

Benjawan Janmanit

MATHEMATICAL MODEL OF THE RISK ASSESSMENT FOR AIRBORNE
TRANSMISSION IN A CLASSROOM WITH A SURGICAL MASK EFFICIENCY....

1

Chanakarn Kingkaew

A GAMIFICATION TECHNIQUE TO PROMOTE SELF-REGULATED LEARNING
ON DISTANCE LEARNING DURING COVID-19 SITUATION.....

12

LIU TUO

PEER ASSESSMENT TEACHING MODEL WITH A WEB-BASED CLOUD
PLATFORM TO ENHANCE PARTICIPATION OF STUDENT.....

21

Nay Ye' Htike

EVOLUTION OF THE E-SPORTS ERA & MARKET TRENDS.....

31

Nuttanuch Munsakorn

READING TOOLS AS COUNTERMEASURES AGAINST TEXT'S
INCOMPREHENSIBILITY FOR VARSITY STUDENTS.....

43

Pratchaya Kaewkaen

CARDAMOM EXTRACT DECREASE BRAIN INFARCTION AND INHIBIT LIPID
PEROXIDATION PRODUCT IN CEREBRAL ISCHEMIA RAT.....

59

Sadayut Cheedlamduan

DEVELOPMENT OF A LINEAR TRIP GENERATION MODEL FOR BANGKOK...

67

Siranee Wongkrachang

SUITABILITY AREAS FOR RICE SEED PRODUCTION AND RICE SEED
PRODUCTIVITY IN RATTAPHUM DISTRICT, SONGKHLA PROVINCE.....

84

Wang Shizhao

STUDENT ACHIEVEMENT IMPROVEMENT IN AN TPACK INSTRUCTIONAL
DESIGN MODEL.....

92

CONTENTS (CONTINUE) / สารบัญ (ต่อ)

Researcher (Oral Presentation)	Page
Waris Rattananimit DEVELOPMENT OF SMART HOME SECURITY SERVER USING BLYNK IOTS PLATFORM.....	106
Xi Qing STUDY OF EXPERIENTIAL TEACHING METHOD TO ENHANCE ENGLISH SPEAKING ABILITY OF BUSINESS ENGLISH STUDENTS.....	114
นามนักวิจัย (นำเสนอแบบบรรยาย)	หน้า
กฤษฎา นรังอรธราชู คุณภาพการบริการของผู้แทนยาที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าใน เขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.....	123
กัญญาพัฒน์ เมคัน การปรับตัวในอาชีพของพนักงานที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของบริษัทขนส่ง แห่งหนึ่งในจังหวัดสมุทรปราการ.....	132
กิตติธัช ตระกูลแสง ระบบโต้ตอบอัตโนมัติเพื่อการให้บริการองค์ความรู้กรณีศึกษาสำนักงาน ปลัดกระทรวงวัฒนธรรม.....	140
เก็จวลี ศรีจันทร์ การจัดการห่วงโซ่อุปทานสับปรดของเกษตรกรตำบลบ้านเสด็จ จังหวัดลำปาง.....	150
คิสตินาร์ จารุวัฒนาตระกูล ปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมรายจังหวัด	163
จันทรัตน์ มั่นวิเชียร การศึกษาอัตลักษณ์บุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดชัยนาท.....	175
จิตาภา วรประยูร ปัจจัยด้านการบริหารงานที่มีผลต่อความพึงพอใจ คุณภาพชีวิต และการบอกต่อ ของผู้พักอาศัยคอนโดมิเนียมเคหะชุมชน ในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรี.....	185
จิราหนู โสภา การเสริมสร้างความเข้มแข็งด้านการพัฒนากำลังคนระดับสูงต่อการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในเขตเศรษฐกิจตะวันออก กรณีตำบลไร่หลักทอง อำเภอพนสนิมคม จังหวัดชลบุรี.....	196
จิโรจน์ พรวัฒนา การปรับปรุงชุดควบคุมการสวิตซ์แหล่งจ่ายไฟ ตรงรางคู่สำหรับเครื่องขยายเสียง สาธารณะคลาสจี.....	209

คุณภาพการบริการของผู้แทนยาที่มีอิทธิพล
ต่อความพึงพอใจของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
SERVICE QUALITY OF MEDICAL REPRESENTATIVES INFLUENCING
CUSTOMER SATISFACTION IN BANGKOK
METROPOLITAN REGION

กฤษฎา นรังอรธัญ*

Kitsada Narangoatthi

รองศาสตราจารย์ ดร.ชลธิศ ดาราวงษ์**

Assoc. Prof. Dr. Chonlatis Darawong

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อเปรียบเทียบระดับตามความพึงพอใจของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำแนกปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ อายุ สถานภาพสมรส สายงาน วิชาชีพ ประสบการณ์การทำงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 2) เพื่อศึกษาระดับอิทธิพลคุณภาพการบริการของผู้แทนยาที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้าในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้คือ เภสัชกร พยาบาล ผู้ช่วยเภสัชกร และผู้ชำนาญการ ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 378 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย การทดสอบความแปรปรวน และการวิเคราะห์สมการเส้นถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับปัจจัยความพึงพอใจลูกค้า (ด้านความพึงพอใจ ด้านตั้งใจซื้อซ้ำ และด้านความภักดี) ที่แตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ อายุ สถานภาพสมรส และสายงานวิชาชีพ) 2) คุณภาพการบริการของผู้แทนยาที่มีอิทธิพลต่อด้านความพึงพอใจ ได้แก่ ด้านความเอาใจใส่ และด้านการให้ความมั่นใจ ส่วนคุณภาพการบริการของผู้แทนยาที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ ได้แก่ ด้านความเอาใจใส่ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านความน่าเชื่อถือ และส่วนคุณภาพการบริการของผู้แทนยาที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้า ได้แก่ ด้านความเอาใจใส่ ด้านความน่าเชื่อถือ และด้านการให้ความมั่นใจ

คำสำคัญ: คุณภาพการบริการ, ความพึงพอใจของลูกค้า

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาดเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

** รองศาสตราจารย์ประจำวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

ABSTRACT

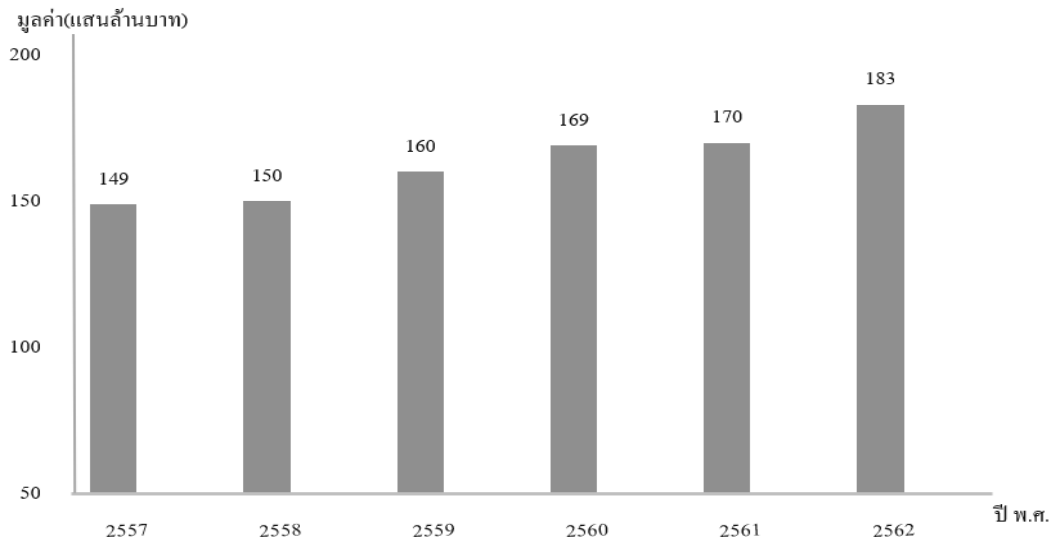
This research aimed to 1) to compared the level of customer satisfaction in Bangkok Metropolitan Region classified personal factors in terms of gender age marital status occupation working experience and income (average per month). and 2) to studied the level of service quality of medical representatives influencing customer satisfaction in Bangkok metropolitan region. The sample groups of this research were pharmacists, nurses, assistance of pharmacists and specialists. Total 378 samples were analyzed. The statistics conducted on the data analysis were frequency mean variance test. and multiple regression analysis. The results showed that 1) the respondents had a different level of factor of customer satisfaction (satisfaction, intention to repurchase, and loyalty) according to personal factors (gender age marital status occupation). and 2) service quality of medical representatives that influencing customer satisfaction were empathy and assurance. Service quality of medical representatives that influencing intention to repurchase were empathy assurance and reliability. In addition, service quality of medical representatives loyalty were empathy reliability and assurance.

Keywords: Service quality, Customer satisfaction.

บทนำ

ยาแผนปัจจุบันและเวชภัณฑ์ที่ใช้ในการวินิจฉัยและรักษาโรคแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ 1) ยาต้นตำรับ/ยาต้นแบบ (original drug) หรือเรียกว่า ยาจดสิทธิบัตร (patented drug) คือยาที่ผ่านการวิจัยและพัฒนาซึ่งต้องใช้เวลาและค่าใช้จ่ายด้านการลงทุนสูง ผู้ผลิตยาต้นตำรับจะได้รับสิทธิบัตรผูกขาดในการผลิตยาเป็นเวลา 20 ปี เมื่อสิทธิบัตรสิ้นสุดลง ผู้ผลิตรายอื่นสามารถผลิตยานั้นออกจำหน่ายได้ ส่วนยาชื่อสามัญ (generic drug) เป็นการผลิตลอกเลียนสูตรยาต้นตำรับ/ยาต้นแบบซึ่งหมดสิทธิบัตรไปแล้ว โดยผลิตขึ้นภายใต้เครื่องหมายการค้าที่ไม่ใช่เครื่องหมายการค้าตามสิทธิของผู้ครองสิทธิบัตรยา แต่มีตัวยาสำคัญชนิดเดียวกับยาต้นตำรับเนื่องจากการผลิตใช้วัตถุดิบที่มีต้นทุนต่ำกว่าและไม่มีค่าใช้จ่ายในการวิจัยตัวยา ต้นทุนในการผลิตยาชื่อสามัญจึงต่ำกว่ายาต้นตำรับมากการจำหน่ายผ่านร้านขายยา (over the counter: OTC): โดยที่ระบบประกันสุขภาพของรัฐมีผลให้คนไข้บางส่วนเปลี่ยนพฤติกรรมไปรับการรักษาที่โรงพยาบาลแทนการซื้อยาจากร้านขายยา แต่ร้านขายยายังเป็นช่องทางที่ประชาชนเลือกใช้บริการเมื่อมีอาการเจ็บป่วยเบื้องต้น หรือสามารถดูแลตนเองได้โดยไม่จำเป็นต้องไปพบแพทย์ โดยมูลค่าการจำหน่ายยาผ่านร้านขายยา มีสัดส่วนร้อยละ 20 ของมูลค่าตลาดยาทั้งหมด ทั้งนี้ จำนวนร้านขายยาแผนปัจจุบันทั่วประเทศมีทั้งสิ้น 20,516 แห่ง (ข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, สิงหาคม 2562)

มูลค่าตลาดยาในประเทศไทยปี พ.ศ. 2562 มีจำนวน 183,250 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 3.75 สำหรับภาวะอุตสาหกรรมยาในปี พ.ศ. 2563 สรุปได้ดังนี้ ตลาดยาในประเทศขยายตัวร้อยละ 2.8 คิดเป็นมูลค่า 1.9 แสนล้านบาท



ภาพที่ 1 ยอดขายภายในประเทศ

อุตสาหกรรมยาในปี พ.ศ. 2563 คาดว่าจะเติบโตได้ดี ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมยา คาดว่า รายได้มีแนวโน้มเติบโตได้ดีได้รับปัจจัยสนับสนุนมาจากการเข้าถึงช่องทางการรักษาที่ดีขึ้นภายใต้ระบบ หลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า ส่งผลให้ความต้องการใช้ยาที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายเล็กยังต้องเผชิญกับภาวะการแข่งขันที่รุนแรงทั้งจากผู้ผลิตยาในประเทศ และผู้นำเข้าจากต่างประเทศเนื่องจากมีเงินทุนค่อนข้างจำกัด (แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี พ.ศ. 2564-2566)

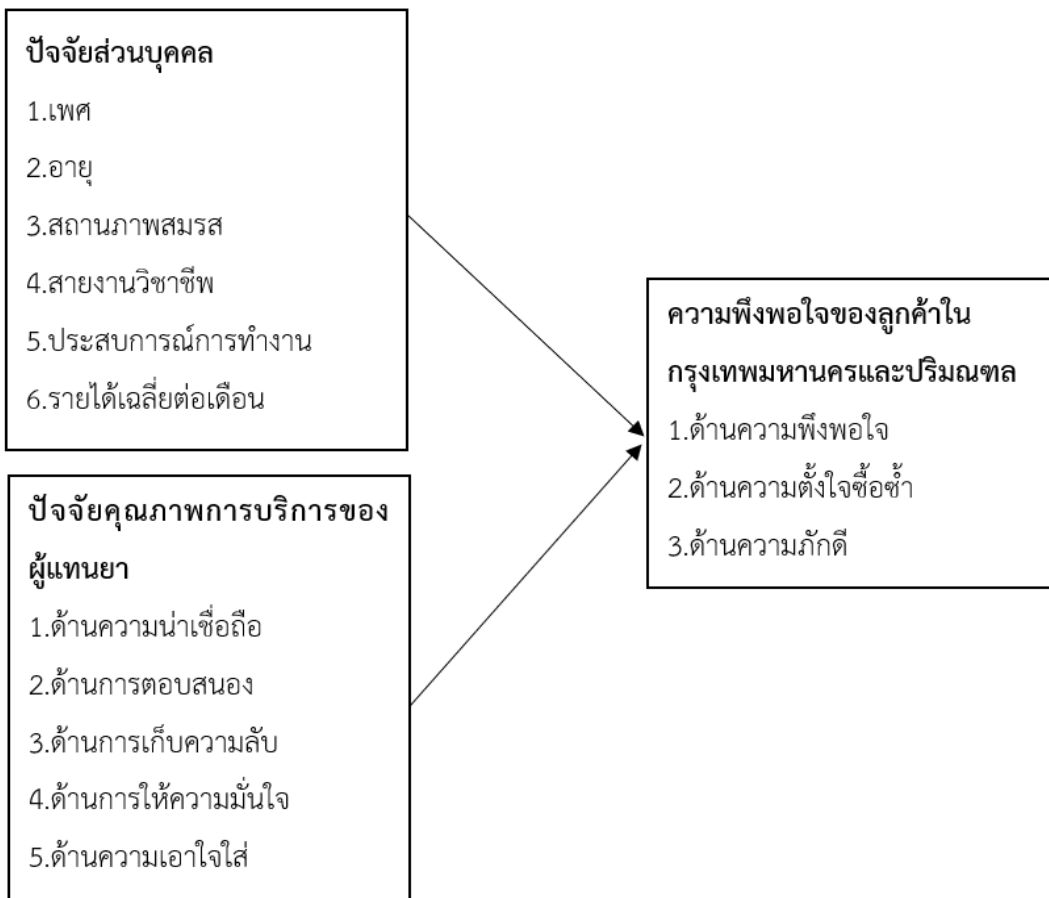
คุณภาพการบริการจึงมีความสำคัญในการทำธุรกิจ ถือเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ ไปสู่ความสำเร็จ เป็นหนึ่งในกลยุทธ์ขององค์กรในการบริการให้โดดเด่นและแตกต่าง สามารถสร้างความ ได้เปรียบคู่แข่งและสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า รวมทั้งสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า ได้มาก ดังนั้นคุณภาพการบริการจึงสามารถนำมาใช้เป็นกลยุทธ์ในการเสริมสร้างศักยภาพขององค์กร และพัฒนาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้

งานวิจัยที่ผ่านมา ได้ศึกษาเรื่องลักษณะการทำงานของผู้แทนยาที่เป็นเภสัชกร และผู้แทนยา ที่ไม่ใช่เภสัชกรทำหน้าที่เป็นผู้ให้ข้อมูลยาแก่แพทย์เพื่อให้แพทย์เกิดการสั่งใช้ยา (อรรณพ สุนทรนนท์ และวรรณีย์ ชัยเฉลิมพงษ์, 2556) งานวิจัยของ สายสุรีย์ พิณจรรยาภรณ์ (2562) ได้ศึกษาเรื่องคุณลักษณะ ของผู้แทนยาในมุมมองของผู้ประกอบธุรกิจร้านยาเพื่อการดำเนินธุรกิจวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง บุคลิกลักษณะ พฤติกรรม และคุณสมบัติด้านต่าง ๆ ของผู้แทนยา และงานวิจัยของ ภัชภิชา จิรัฐติกาลไชย (2556) ได้ศึกษาเรื่องความคิดเห็นและความพึงพอใจของแพทย์ที่มีต่อการสื่อสารของ ผู้แทนยา นอกจากนี้มีงานวิจัยของ ภาวิณี ทองแย้ม (2560) ได้ศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการเป็น เครื่องมือสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ และนราธิป แนวคำดี, กฤษณ์ ทัพพญา และดวงใจ อังโกล๊ะ (2562) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของบริษัทพธอมิส (ประเทศไทย)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบระดับตามความพึงพอใจของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกปัจจัยส่วนบุคคล เพศ อายุ สถานภาพสมรส สายงานวิชาชีพ ประสบการณ์การทำงานและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
2. เพื่อศึกษาระดับอิทธิพลคุณภาพการบริการของผู้แทนยาที่มีต่อความพึงพอใจของลูกค้าในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยความพึงพอใจของลูกค้าในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่แตกต่างกัน
2. ปัจจัยคุณภาพการบริการของผู้แทนยามีอิทธิพลต่อปัจจัยความพึงพอใจของลูกค้าในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ ผู้ส่งซื้อขายที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กลุ่มตัวอย่างได้แก่ลูกค้าผู้ส่งซื้อขายในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (sample size) ได้ใช้วิธีการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรนั้นตามหลักการของ W.G. Cochran (Cochran, 1977)

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย เป็นแบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล (ประชากรศาสตร์) ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (check list) ประกอบด้วยข้อมูลส่วนต่าง ๆ เพศ อายุ สถานภาพสมรส สายงานวิชาชีพ ประสบการณ์การทำงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการบริการของผู้แทนยา จำนวน 5 ด้าน โดยดัดแปลงจาก Akter, S., D'Ambra, J., and Ray, P. (2013) ซึ่งประกอบด้วย ด้านความน่าเชื่อถือด้านการตอบสนอง ด้านการเก็บความลับ ด้านการให้ความมั่นใจ และด้านความเอาใจใส่

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยความพึงพอใจของลูกค้าในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งประกอบด้วย 3 ด้าน โดยดัดแปลงจาก Cheng-Min Chao & Bor-Wen Cheng (2017) ซึ่งประกอบด้วย ด้านความพึงพอใจ ด้านความตั้งใจซื้อซ้ำ และด้านความภักดี

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62.4 มีอายุอยู่ในช่วง 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 31.7 สถานภาพสมรสส่วนใหญ่คือผู้ที่มีการสมรสแล้วคิดเป็นร้อยละ 47.6 สายงานวิชาชีพคือวิชาชีพเภสัชกร คิดเป็นร้อยละ 33.3 ประสบการณ์การทำงาน มากกว่า 9 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 48.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 34.7 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการบริการของผู้แทนยาโดยภาพรวมของปัจจัยคุณภาพการบริการของผู้แทนยา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.45$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า อันดับแรกคือ ด้านความน่าเชื่อถือโดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$) อันดับสองคือ ด้านการตอบสนอง โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.48$) อันดับสามคือ ด้านการให้ความมั่นใจ โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.44$) อันดับสี่คือ ด้านการเก็บความลับโดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.43$) และอันดับห้าคือ ด้านความเอาใจใส่ โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.40$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเชิงอนุมานของผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบระดับตามปัจจัยความพึงพอใจของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำแนกปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัย ความพึง พอใจของ ลูกค้า	ปัจจัยส่วนบุคคล					
	เพศ	อายุ	สถานภาพ สมรส	สายงาน วิชาชีพ	ประสบการณ์ การทำงาน	รายได้ เฉลี่ยต่อ เดือน
ด้านความ พึงพอใจ	0.00*	0.00*	0.08	0.00*	0.78	0.69
	ชาย	41-50 ปี		ผู้ชำนาญการ		
	($\bar{X} = 4.37$)	($\bar{X} = 4.23$)		($\bar{X} = 4.55$)		
	หญิง	51 ปีขึ้นไป		อื่น ๆ		
	($\bar{X} = 4.41$)	($\bar{X} = 4.51$)		($\bar{X} = 4.05$)		
ด้านตั้งใจ ซื้อซ้ำ	0.14	0.00*	0.02*	0.00*	0.55	0.37
		41-50 ปี	หม้าย	ผู้ชำนาญการ		
		($\bar{X} = 4.18$)	($\bar{X} = 4.54$)	($\bar{X} = 4.48$)		
		51 ปีขึ้นไป	สมรส	อื่น ๆ		
		($\bar{X} = 4.47$)	($\bar{X} = 4.42$)	($\bar{X} = 4.02$)		
ด้านความ ภักดี	0.06	0.00*	0.00*	0.00*	0.70	0.17
		41-50 ปี	หม้าย	ผู้ชำนาญการ		
		($\bar{X} = 4.18$)	($\bar{X} = 4.54$)	($\bar{X} = 4.46$)		
		51 ปีขึ้นไป	สมรส	อื่น ๆ		
		($\bar{X} = 4.43$)	($\bar{X} = 4.34$)	($\bar{X} = 3.99$)		

* $p < .05$

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีความพึงพอใจในความตั้งใจซื้อซ้ำ ความภักดี แตกต่างกันตามปัจจัย ด้านเพศ อายุ สถานภาพสมรส และสายงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ด้านเพศ โดยที่เพศหญิงจะมีความพึงพอใจมากกว่าเพศชาย

ด้านอายุ โดยที่ผู้ที่อายุ 51 ปีขึ้นไปจะมีความพึงพอใจ ความตั้งใจซื้อซ้ำและความภักดีมากกว่าผู้ที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี

ด้านสถานภาพสมรส โดยที่ผู้ที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้างมีความตั้งใจซื้อซ้ำและความภักดีมากกว่าผู้ที่มีสถานภาพที่สมรส

ด้านสายงานโดยที่ผู้ที่มีสายงานเป็นผู้ชำนาญการจะมีความพึงพอใจ ความตั้งใจซื้อซ้ำและความภักดีมากกว่าผู้ที่มีสายงานอื่น ๆ

ตารางที่ 2 ทดสอบสมมติฐานปัจจัยคุณภาพการบริการของผู้แทนยาที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยความพึงพอใจ (ด้านความพึงพอใจ, ด้านความตั้งใจซื้อซ้ำและด้านความภักดี)

ปัจจัยคุณภาพการบริการ	ด้านความพึงพอใจ		ด้านตั้งใจซื้อซ้ำ		ด้านความภักดี	
	<i>B</i>	<i>p</i>	<i>B</i>	<i>p</i>	<i>B</i>	<i>p</i>
1. ด้านความน่าเชื่อถือ	0.08	0.12	0.13	0.01*	0.23	0.00*
2. ด้านการตอบสนอง	0.09	0.11	0.06	0.27	0.01	0.86
3. ด้านการเก็บความลับ	0.03	0.52	0.04	0.49	0.07	0.17
4. ด้านการให้ความมั่นใจ	0.22	0.00*	0.15	0.01*	0.19	0.00*
5. ด้านความเอาใจใส่	0.37	0.00*	0.44	0.00*	0.33	0.00*

**p* < .05

จากตารางที่ 2 พบว่า จากการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยปัจจัยคุณภาพการบริการของผู้แทนยาที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยความพึงพอใจของลูกค้า ในด้านต่าง ๆ ต่อไปนี้

1. ด้านความพึงพอใจ ปัจจัยคุณภาพการบริการของผู้แทนยาที่มีอิทธิพลต่อด้านความพึงพอใจ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านความเอาใจใส่ ด้านการให้ความมั่นใจ ด้านการตอบสนอง ด้านความน่าเชื่อถือและด้านการเก็บความลับ ตามลำดับ

2. ด้านความตั้งใจซื้อซ้ำ ปัจจัยคุณภาพการบริการของผู้แทนยาที่มีอิทธิพลต่อด้านความตั้งใจซื้อซ้ำ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านความเอาใจใส่, ด้านการให้ความมั่นใจ, ด้านความน่าเชื่อถือ, ด้านการตอบสนองและด้านการเก็บความลับ ตามลำดับ

3. ด้านความภักดี ปัจจัยคุณภาพการบริการของผู้แทนยาที่มีอิทธิพลต่อด้านความภักดี โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านความเอาใจใส่, ด้านความน่าเชื่อถือ, ด้านการให้ความมั่นใจ, ด้านการเก็บความลับและด้านการตอบสนอง ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการของผู้แทนยาที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถนำมาอภิปรายตามผลเชิงพรรณนาได้ดังต่อไปนี้

ปัจจัยคุณภาพการบริการของผู้แทนยาที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยความพึงพอใจในด้านความพึงพอใจ ได้แก่ ด้านความเอาใจใส่และด้านการให้ความมั่นใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นราริปี แนวคำดี และคณะ (2562) ซึ่งศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีอิทธิพลต่อการให้บริการของบริษัทพรอมิส (ประเทศไทย) จำกัดสาขาบางแคพลาซ่า กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยคุณภาพการบริการของผู้แทนยาที่มีอิทธิพลปัจจัยความพึงพอใจในด้านตั้งใจซื้อซ้ำ ได้แก่ ด้านการให้ความมั่นใจ, ด้านความเอาใจใส่และด้านความน่าเชื่อถือ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาวิณี ทองแย้ม (2560) ศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการเป็นเครื่องมือสำคัญในการบริหารจัดการ ซึ่งในปัจจุบันธุรกิจได้ตระหนักถึงความสำคัญเป็นอย่างมากต่อความสำเร็จของธุรกิจ ความสำคัญของคุณภาพการบริการที่มุ่งมองด้านความคิดและหลักการ

ปัจจัยคุณภาพการบริการของผู้แทนยาที่มีอิทธิพลด้านความภักดี ด้านตั้งใจซื้อซ้ำ ได้แก่ ด้านการให้ความมั่นใจ, ด้านความเอาใจใส่และด้านความน่าเชื่อถือ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัชชิกา จิรัฐติกาลไชย (2556) ซึ่งศึกษาเรื่อง "ความคิดเห็นและความพึงพอใจของแพทย์ที่มีต่อการสื่อสารของผู้แทนยา แผนก Pharma SP หน่วยผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ บริษัท ดีเคเอสเอช (ประเทศไทย) จำกัด"

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. ด้านความพึงพอใจ สำหรับการจัดจำหน่ายเวชภัณฑ์ยา ควรแสดงให้ผู้ประกอบการร้านขายยารับรู้ถึงความพึงพอใจที่จะได้รับจากการซื้อเวชภัณฑ์ยาจากบริษัท ซึ่งสามารถนำผลจากการวิจัยครั้งนี้ไปใช้ในการสร้างกลยุทธ์ของบริษัท โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยปัจจัยคุณภาพบริการสร้างความตระหนักถึงการบริการให้กับผู้ประกอบการร้านขายยา และการนำเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริการ เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. ด้านความตั้งใจซื้อซ้ำ สำหรับการจัดจำหน่ายเวชภัณฑ์ยา ควรเข้าใจถึงการใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด วิธีการและขั้นตอนที่จะที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ ของผู้ประกอบการร้านขายยา ซึ่งอาจเกิดจากความต้องการในด้านการทำการโฆษณาการประชาสัมพันธ์โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยด้านคุณภาพการบริการส่งเสริมการตลาดด้วยการสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า

3. ด้านความภักดี การที่จะผู้แทนยาจะพบเจอกับลูกค้าจำเป็นจะต้องมีเครื่องมือที่จะเข้าไปพูดคุยกับลูกค้า โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยด้านความภักดี สร้างแผนการฝึกอบรมผู้แทนยาในเรื่องการบริการ การเข้าถึงหรือการเรียนรู้คุณสมบัติยาของบริษัทเพื่อตอบสนองความพึงพอใจให้ร้านขายยาเพื่อเป็นการลดความวิตกกังวลได้ อีกทั้งยังเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ประกอบการร้านขายยาอีกด้วย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาปัจจัยที่เป็นตัวแปรต้นอื่น ๆ เกี่ยวกับปัจจัยคุณภาพการบริการของผู้แทนยาที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยความพึงพอใจของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลให้ลึกมากยิ่งขึ้น เช่น ปัจจัยที่เกี่ยวกับคุณค่าตราผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่เกี่ยวกับคุณภาพผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่เกี่ยวกับการจัดส่งผลิตภัณฑ์และปัจจัยที่เกี่ยวกับความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยคุณภาพการบริการของผู้แทนยาที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยความพึงพอใจของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ดังนั้นข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาครอบคลุมทั้งประเทศหรือศึกษาในแต่ละภูมิภาค

บรรณานุกรม

- นราธิป แนวคำดี, กฤษณ์ ทักษุหา, ดวงใจ อังโกล๊ะ. (2562). ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการของบริษัทพรอมิส (ประเทศไทย) จำกัดสาขาบางแคพลาซ่า. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม*, 6(2), หน้า 203-204.
- นรินทร์ ต้นไพบูลย์. (2564). *แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2564-2566: อุตสาหกรรมยา* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://www.krungsri.com/th/research/industry-gutlook/chemicals/phammaceuticals/IO> [2564, 25 ธันวาคม].
- ภัชภิชา จิรัฐติกาลไชย. (2556). *ความคิดเห็นและความพึงพอใจของแพทย์ที่มีต่อการสื่อสารของผู้แทนยา แผนก Pharma SP หน่วยผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ บริษัท ดีเคเอชเอช (ประเทศไทย) จำกัด*. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภาวิณี ทองแย้ม. (2560). ความสำคัญของคุณภาพการบริการต่อความสำเร็จของธุรกิจ. *วารสารเกษมบัณฑิต*, 18(1), หน้า 219-232.
- สายสุรีย์ พินิจวารารณ. (2562). *คุณลักษณะของผู้แทนยาในมุมมองของผู้ประกอบธุรกิจร้านยาเพื่อการดำเนินธุรกิจ*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำนักงานอาหารและยา. (2562). *จำนวนร้านขายยาแผนปัจจุบันทั่วประเทศ* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://www.fda.moph.go.th/Pages/HomeP-D2.aspx> [2564, 8 ธันวาคม].
- อรรณพ สุนทรนนท์ และวรรณิ ชัยเฉลิมพงษ์. (2556). *ลักษณะการทำงานของผู้แทนยาที่เป็นเภสัชกร และผู้แทนยาที่ไม่ใช่เภสัชกร*. วิทยานิพนธ์เภสัชศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเภสัชศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- Akter, S., D'Ambra, J., & Ray, P. (2013). Development and validation of an instrument to measure user perceived service quality of mHealth. *Information and Management*, 50(4), page 181-195.
- Cochran, W G. (1977). *Sampling Techniques*. New York: Wiley.