ปีที่ 19 ฉบับที่ 2 เดือนตุลาคม ถึง ธันวาคม 2565

คุณสมบัติของพนักงานขายเครื่องมือแพทย์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของพยาบาลในเขตกรุงเทพมหานคร

SALESPERSONS' ATTRIBUTES OF MEDICAL DEVICES AFFECTING SATISFACTION AND LOYALTY OF NURSES IN BANGKOK METROPOLITAN REGION

วรัตถ์นันท์ ศรีเจริญ, ชลธิศ ดาราวงษ์*, รมิดา วงษ์เวทวณิชย์**

Waratnunt Sricharoen, Chonlatis Darawong*, Ramida Wongvedvanij**

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาดเชิงกลยุทธ์) วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี ปีการศึกษา 2565,

e-Mail: waratnunt.pp@gmail.com (Corresponding Author)

Student, Master of Business Administration of Management, (Strategic Marketing) Sripatum University Chonburi Campus, Academic Year 2022,

e-Mail: waratnunt.pp@gmail.com (Corresponding Author)

(Received: 2022, July 31; Revised: 2022, October 3; Accepted: 2022, October 19)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจและความจงรักภักดีของพยาบาลในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และเพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณสมบัติของพนักงานขายเครื่องมือแพทย์ที่มีต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของพยาบาลในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างเป็นพยาบาลในเขตกรุงเทพมหานครที่มีประสบกาณ์การใช้หรือซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องมือแพทย์จากพนักงานขาย จำนวน 400 คน ด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นสถิติเชิงพรรณนาและเชิงอนุมานได้แก่ *t* test ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์สมการเส้นถดถอยพหุคูณ

---

*รองศาสตราจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี, e-Mail: chonlatis.da@chonburi.spu.ac.th

Associate Professor, Master of Business Administration Program Graduate College of Management, Sripatum University at Chonburi, e-Mail: chonlatis.da@chonburi.spu.ac.th

**ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด, e-Mail: ramidarx@gmail.com

Marketing Specialist, e-Mail: ramidarx@gmail.com

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านตำแหน่งงาน และด้านอายุงานมีความพึงพอใจและความจงรักภักดีของพยาบาลในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน 2) คุณสมบัติของพนักงานขายเครื่องมือแพทย์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของพยาบาลในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ความรู้ในด้านผลิตภัณฑ์และความเข้าใจ ความสามารถตอบสนองลูกค้า ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะในการนำเสนอ และการสร้างความสัมพันธ์

คำสำคัญ: คุณสมบัติของพนักงานขาย, ความพึงพอใจ, ความจงรักภักดีของลูกค้า

ABSTRACT

The objectives of this research were to compare the level of customer satisfaction and loyalty of nurses classified by personal factors, and to examine the effect of the salespersons' attributes on the satisfaction and loyalty of nurses in Bangkok metropolitan region. The samples were 400 nurses who were chosen by purposive sampling technique and who had experience in using and purchasing medical devices. The statistics conducted on the data analysis were descriptive and inferential statistics such as *t* test, ANOVA, and multiple regression analysis.

The results showed that 1) the level of customer satisfaction and loyalty of nurses was different due to gender, age, position, and experience, and 2) the salespersons' attributes of medical devices that influenced satisfaction and loyalty of nurses were product knowledge, creativity, presentation skill, responsiveness, and personal relationship with customers.

Keywords: Salespersons' Attributes, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.

บทนำ

เครื่องมือแพทย์เป็นเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ได้รับความสนใจและมีการค้นคว้าวิจัยและพัฒนามาอย่างต่อเนื่องและในปัจจุบันเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ ได้รับการพัฒนาให้มีความหลากหลายและใช้เทคโนโลยีที่สลับซับซ้อน เพื่อช่วยในการวินิจฉัยรักษาโรค ลดอัตราการพิการและเสียชีวิตลง ทำให้ประชากรมีสุขภาพที่ดีขึ้นโดยในปี 2562 มูลค่าทางการค้าเครื่องมือและอุปกรณ์การแพทย์ในตลาดโลกอยู่ที่ 80 ล้านล้านบาท แนวโน้มของธุรกิจเครื่องมือแพทย์ใน ประเทศไทยปี 2564-2565 คาดว่ามูลค่าการจำหน่ายเครื่องมือแพทย์จะเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 6.5 ต่อปี (ศูนย์วิจัยกรุงศรี, ออนไลน์, 2563)

การเจ็บป่วยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ทั้งกลุ่มโรคติดต่อและโรคไม่ติดต่อเรื้อรังโดยโรคติดต่อสำคัญที่มีอัตราการเจ็บป่วยสูงที่สุดคือโรคท้องร่วง โรคปอดอักเสบ และโรคไข้เลือดออก ส่วนโรคไม่ติดต่อ เรื้อรัง (NCDs) ที่มี

อัตราการป่วยใหม่ต่อประชากรสูงที่สุด คือ โรคความดันโลหิตสูง โรคเบาหวาน โรคปอดอุดกั้นเรื้อรัง และโรคหัวใจและหลอดเลือด และจำนวนประชากรผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ส่วนใหญ่มีภาวะเจ็บป่วยด้วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง ส่งผลให้ความต้องการใช้เครื่องมือทางการแพทย์ที่ทันสมัยที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงมากขึ้น โดยเฉพาะอุปกรณ์การตรวจวินิจฉัยโรค โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) คาดว่าผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไปของไทยจะเพิ่มขึ้นจาก 11.2 ล้านคนในปี 2561 เป็น 13.5 ล้านคนในปี 2566 และค่าใช้จ่าย ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุจะเพิ่มขึ้นเป็น 2.3 แสนล้านบาท (ร้อยละ 2.8 ของ GDP) ในปี 2565 จาก 6.3 หมื่นล้านบาทปี 2553 และจากจำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นทำให้มีมูลค่าค่าใช้จ่ายของอุปกรณ์การแพทย์ของผู้สูงอายุอยู่ที่ประมาณ 8,000-9,000 ล้านบาท และคาดว่าจะเติบโตเฉลี่ย ร้อยละ 7.8 ในอีก 5 ปีข้างหน้า (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, ออนไลน์, 2563)

เนื่องจากตลาดการแข่งขันเครื่องมือแพทย์ในปัจจุบันมีค่อนข้างรุนแรงและในการจัดซื้อเครื่องมือแพทย์ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกใช้ผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายรายอื่นทดแทนได้ง่าย บริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องมือแพทย์จึงต้องมีการพัฒนาคุณสมบัติของพนักงานขายเครื่องมือแพทย์ ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญในการทำให้ลูกค้ามีความเข้าใจและใช้ผลิตภัณฑ์ได้อย่างถูกต้องรวมทั้งเกิดเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์และพนักงานขายมีการบริการติดตามหลังการขายอย่างสม่ำเสมอทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ซึ่งจะนำไปสู่การมียอดขายอย่างต่อเนื่อง จากการที่ลูกค้าซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอ ทำให้ธุรกิจเติบโตต่อไปได้ โดยงานวิจัยที่ผ่านมาได้ศึกษาลักษณะของพนักงานขายในธุรกิจต่าง ๆ ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณสมบัติของตัวแทนขายที่ส่งผลต่อความไว้ใจและความตั้งใจซื้อของลูกค้าประกันชีวิตในจังหวัดชลบุรี (ชงคา หิรัญรตนพร และชลธิศ ดาราวงษ์, 2564, หน้า 149) สมรรถนะของผู้แทนขายเพื่อออกแบบแผนการพัฒนาสมรรถนะให้ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม (ปาณัท แลม และรังสรรค์ เกียรติ์ภานนท์, 2564, หน้า 178) อิทธิพลของความสัมพันธ์กับพนักงานขายและคุณภาพการให้บริการต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าที่ซื้อสินค้าไบโอบับของบริษัท ยูไนเต็ด ดิจิตอล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (ฉวีวรรณ ชูสนุก, รพีพรรณ ไตรแสงรุจิระ และอำพล ชูสนุก, 2560, หน้า 96) และจริยธรรมผู้แทนขายที่ส่งผลต่อคุณภาพความสัมพันธ์กับลูกค้าอุปกรณ์เครื่องมือการแพทย์ (รัตนา ชัยกัลยา และปริม ลักษิตามาศ, 2558, หน้า 57) โดยงานวิจัยนี้มุ่งเน้นถึงคุณสมบัติและความสัมพันธ์ของพนักงานขายที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้า

จากเหตุผลที่กล่าวมาธุรกิจเครื่องมือแพทย์ต้องมีการแข่งขันกันอย่างสูงมีคู่แข่งรายใหญ่และรายย่อยที่อยู่ในตลาดจำนวนมาก ธุรกิจเครื่องมือแพทย์รายใหม่จึงต้องใช้ความสามารถอย่างสูงเพื่อพยายามเพิ่มจำนวนลูกค้าให้มากขึ้นและการตัดสินใจเลือกใช้หรือจัดซื้อเครื่องมือแพทย์ในโรงพยาบาลสำหรับบางผลิตภัณฑ์หรือบางหน่วยงาน พยาบาลเป็นบุคคลสำคัญที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจหรือประเมินคุณภาพของผลิตภัณฑ์และเป็นผู้ดูแลเรื่องกระบวนการในการจัดซื้อจัดหาผลิตภัณฑ์สำหรับใช้ในโรงพยาบาล ดังนั้นพนักงานขายจึงมีส่วนสำคัญในการให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์และดูแลติดตามหลังการขายเพื่อให้เกิดความไว้วางใจและพึงพอใจนอกจากนี้

ความจงรักภักดีของพยาบาลยังมีความสำคัญกับธุรกิจเครื่องมือแพทย์ โดยลูกค้า (พยาบาล) ที่มีความพึงพอใจต่อพนักงานขายเครื่องมือแพทย์จะมีความจงรักภักดี ซึ่งความจงรักภักดีในด้านศาสตร์ทางการตลาดนั้นหมายถึงลูกค้าจะแสดงออกโดยการยินดีสนับสนุนซื้อเครื่องมือแพทย์นั้น ๆ อย่างสม่ำเสมอ (การซื้อซ้ำ) รวมถึงการแนะนำบอกต่อให้กับลูกค้ารายอื่น ๆ ต่อไป ดังนั้นบริษัทจึงต้องหากลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อครองใจผู้บริโภคในการเลือกหรือตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องมือแพทย์ซึ่งพนักงานขายเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจและระดับความจงรักภักดีของพยาบาลในเขต กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

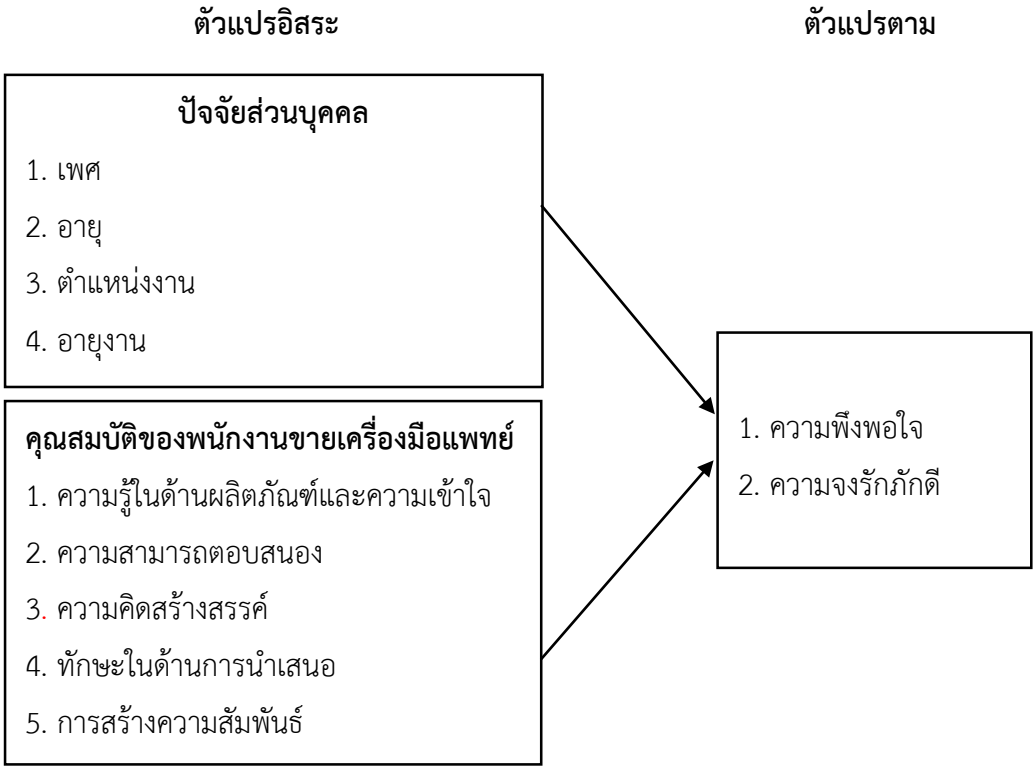
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณสมบัติของพนักงานขายเครื่องมือแพทย์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของพยาบาลในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะมีระดับความพึงพอใจและความจงรักภักดีของพยาบาลในกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 คุณสมบัติของพนักงานขายเครื่องมือแพทย์ส่งผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของพยาบาลในกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้เป็นพยาบาลในกรุงเทพมหานครที่มีประสบการณ์การใช้หรือซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องมือแพทย์จากพนักงานขายของบริษัทผู้แทนจำหน่ายเครื่องมือแพทย์

กลุ่มตัวอย่าง การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) ได้ใช้วิธีการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรนั้นตามหลักการของ Cochran (1977, pp. 83-84) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน .05 ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 384 คน ผู้ศึกษาจึงเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้ศึกษาเลือกใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือหลักสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งสอดคล้องและเหมาะสมกับการศึกษาครั้งนี้โดยสร้างแบบสอบถามจากการศึกษาเอกสารทฤษฎีและผลจากการศึกษาที่เกี่ยวข้องที่ครอบคลุมเนื้อหาและวัตถุประสงค์ในการศึกษาโดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ตำแหน่งงาน และอายุงาน โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบได้เพียงข้อเดียว

ส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นต่อคุณสมบัติของพนักงานขายเครื่องมือแพทย์ ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ความรู้ในด้านผลิตภัณฑ์และความเข้าใจของลูกค้า ความสามารถตอบสนองลูกค้าของพนักงานขายเครื่องมือแพทย์ ความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานขายเครื่องมือแพทย์ ทักษะในด้านการนำเสนอ และการสร้างความสัมพันธ์

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจและความจงรักภักดีของพยาบาลในกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบคุณภาพเครื่องมือแบบสอบถามใช้วิธีทดสอบความตรงของแบบสอบถาม โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน เพื่อทดสอบ Item Objective Congruence (IOC) พบว่าข้อที่มีค่า IOC มากกว่า .60 ถือว่าใช้ได้และการทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับพยาบาลที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ค่าความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามรายด้านได้แก่ ความรู้ในด้านผลิตภัณฑ์และความเข้าใจของลูกค้า ด้านความสามารถตอบสนองลูกค้า ด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านทักษะในด้านการนำเสนอ ด้านการสร้างความสัมพันธ์ ด้านความพึงพอใจ ด้านความจงรักภักดีและ พบว่าระดับความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง .74-.95

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิงร้อยละ 76.80 มีอายุอยู่ในช่วง 31-35 ปี ร้อยละ 27.30 มีตำแหน่งงานส่วนใหญ่เป็นผู้ปฏิบัติงาน ร้อยละ 85.20 มีอายุงาน 5-10 ปี ร้อยละ 41.00

ส่วนที่ 2 คุณสมบัติของพนักงานขายเครื่องมือแพทย์และความพึงพอใจและความจงรักภักดีของพยาบาลในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณสมบัติของพนักงานขาย เครื่องมือแพทย์ (ภาพรวม)

คุณสมบัติของพนักงานขายเครื่องมือแพทย์	*N* = 400		ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
	$\bar{X}$	*SD*		
1. ด้านความรู้ในด้านผลิตภัณฑ์	3.87	0.54	มาก	1
2. ด้านความสามารถตอบสนองลูกค้า	3.85	0.56	มาก	2
3. ด้านความคิดสร้างสรรค์	3.83	0.56	มาก	3
4. ด้านทักษะในด้านการนำเสนอ	3.80	0.59	มาก	5

ตารางที่ 1 (ต่อ)

คุณสมบัติของพนักงานขายเครื่องมือแพทย์	*N* = 400		ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
	$\bar{X}$	*SD*		
5. ด้านการสร้างความสัมพันธ์	3.82	0.65	มาก	4
รวม	3.83	0.53	มาก	

จากตารางที่ 1 พบว่าคุณสมบัติของพนักงานขายเครื่องมือแพทย์กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติของพนักงานขายเครื่องมือแพทย์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$=3.83, *SD*=0.53)

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจและระดับความจงรักภักดี

ระดับความพึงพอใจและระดับความจงรักภักดี	*N* = 400		ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
	$\bar{X}$	*SD*		
1. ด้านความพึงพอใจ	3.84	0.56	มาก	1
2. ด้านความจงรักภักดี	3.75	0.56	มาก	2
รวม	3.80	0.51	มาก	

จากตารางที่ 2 พบว่าระดับความพึงพอใจและระดับความจงรักภักดีของพยาบาลกลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจและความจงรักภักดีโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 3.80, *SD*=0.51)

ตารางที่ 3 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจและระดับความจงรักภักดีของพยาบาลในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันโดยใช้ค่า *t* test และค่า *F* test (One-way ANOVA)

ความพึงพอใจและความจงรักภักดี	ปัจจัยส่วนบุคคล			
	เพศ	อายุ	ตำแหน่งงาน	อายุงาน
ด้านความพึงพอใจ	.00*	.00*	.00*	.07
	(ชาย $\bar{X}$ = 4.06)	21-25 ปี	ผู้ปฏิบัติงาน	น้อยกว่า 5 ปี
	(หญิง $\bar{X}$ =3.77)	($\bar{X}$ =4.27)	($\bar{X}$ =3.84)	($\bar{X}$ =3.99)
		36-40 ปี	หัวหน้างาน	16 ปีขึ้นไป
		($\bar{X}$ =3.74)	($\bar{X}$ =3.83)	($\bar{X}$ =3.84)
ด้านความจงรักภักดี	.00*	.00*	.00*	.00*
	(ชาย $\bar{X}$ = 3.82)	21-25 ปี	หัวหน้างาน	น้อยกว่า 5 ปี
	(หญิง $\bar{X}$ =3.73)	($\bar{X}$ =4.27)	($\bar{X}$ =3.94)	($\bar{X}$ =3.93)
		41 ปีขึ้นไป	ผู้ปฏิบัติงาน	5-10 ปี
		($\bar{X}$ =3.81)	($\bar{X}$ =3.72)	($\bar{X}$ =3.69)

*p<.05

จากตารางที่ 3 พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันได้แก่ ด้านเพศ, ด้านอายุ, ด้านตำแหน่งงาน และ ด้านอายุงาน มีระดับความพึงพอใจและระดับความจงรักภักดีแตกต่างกันดังนี้

ด้านเพศ พบว่าชายมีระดับความพึงพอใจและระดับความจงรักภักดีมากกว่าหญิง

ด้านอายุ ผู้ที่มีอายุ 21-25 ปี จะมีระดับความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่มีอายุ 36-40 ปีและมีระดับความจงรักภักดีมากกว่าผู้ที่มีอายุ 41 ปีขึ้นไป

ด้านตำแหน่งงาน ระดับผู้ปฏิบัติงานจะมีความพึงพอใจมากกว่า ระดับหัวหน้างานส่วนด้านความจงรักภักดีระดับหัวหน้างานจะมีระดับความจงรักภักดีมากกว่าระดับผู้ปฏิบัติงาน

ด้านอายุงาน ผู้ที่มีอายุงานน้อยกว่า 5 ปีจะมีระดับความพึงพอใจมากกว่าผู้ที่มีอายุงาน 16 ปีขึ้นไปและจะมีระดับความจงรักภักดีมากกว่าผู้ที่มีอายุงาน 5-10 ปี

ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของคุณสมบัติของพนักงานขาย เครื่องมือแพทย์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของพยาบาลในเขตกรุงเทพมหานคร

คุณสมบัติของพนักงานขายเครื่องมือแพทย์	ด้านความพึงพอใจ		ด้านความจงรักภักดี	
	B	*p*	B	*p*
ค่าคงที่ (Constant)	0.77*	.00	1.55*	.00
1. ด้านความรู้ผลิตภัณฑ์	0.08*	.02	0.13*	.00
2. ด้านความสามารถตอบสนองลูกค้า	0.11*	.00	0.01	.73
3. ด้านความคิดสร้างสรรค์	0.12*	.00	0.11*	.01
4. ด้านทักษะในด้านการนำเสนอ	0.15*	.00	0.12*	.00
5. ด้านการสร้างความสัมพันธ์	0.31*	.00	0.18*	.00

*$p<.05$

จากตารางที่ 4 สามารถสร้างสมการถดถอยเพื่อพยากรณ์คุณสมบัติของพนักงานขายเครื่องมือแพทย์ส่งผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของพยาบาลได้ดังนี้

$\hat{y}$ = a + b1 x1+ b2 x2+ b3 x3+b4 x4+b5 x5

ด้านความพึงพอใจ = 0.77 + 0.08 (ด้านความรู้ผลิตภัณฑ์) + 0.11 (ด้านความสามารถตอบสนองลูกค้า) + 0.12 (ด้านความคิดสร้างสรรค์) + 0.15 (ด้านทักษะในด้านการนำเสนอ) + 0.31 (ด้านการสร้างความสัมพันธ์)

$\hat{y}$ = a + b1 x1+ b2 x2+ b3 x3+b4 x4

ด้านความจงรักภักดี = 1.55 + 0.13 (ด้านความรู้ผลิตภัณฑ์) + 0.11 (ด้านความคิดสร้างสรรค์) + 0.12 (ด้านทักษะในด้านการนำเสนอ) + 0.18 (ด้านการสร้างความสัมพันธ์)

และจากตารางที่ 4 พบว่าคุณสมบัติของพนักงานขาย เครื่องมือแพทย์ส่งผลต่อความพึงพอใจ และด้านความจงรักภักดีของพยาบาลในเขตกรุงเทพมหานคร ในด้านต่างๆ ดังนี้

1. คุณสมบัติของพนักงานขายเครื่องมือแพทย์ส่งผลต่อความพึงพอใจของพยาบาลในเขตกรุงเทพมหานครในด้านความพึงพอใจ เรียงลำดับได้ดังนี้ การสร้างความสัมพันธ์ ทักษะในด้านการนำเสนอ ความคิดสร้างสรรค์ ความสามารถตอบสนองลูกค้า และความรู้ในด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

2. คุณสมบัติของพนักงานขายเครื่องมือแพทย์ส่งผลต่อความจงรักภักดีของพยาบาลในเขตกรุงเทพมหานคร เรียงลำดับได้ดังนี้ การสร้างความสัมพันธ์ ทักษะในด้านการนำเสนอ ความรู้ในด้านผลิตภัณฑ์ ความคิดสร้างสรรค์ และความสามารถตอบสนองลูกค้า ตามลำดับ

อภิปรายผล

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีระดับความคิดเห็นต่อ ความพึงพอใจและความจงรักภักดีของพยาบาลในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลของพยาบาล (ภาพรวม) ได้แก่ เพศ อายุ ตำแหน่งงาน และอายุงาน ที่แตกต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อ ความพึงพอใจและความจงรักภักดีแตกต่างกัน สอดคล้องกับ ลัดดา บัวคลี่ (2551, หน้า 44-47) ที่ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีการซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนแตกต่างกัน ซึ่งปัจจัยส่วนบุคคลที่ศึกษาได้แก่ ระดับการศึกษา ตำแหน่งหน้าที่ และประสบการณ์ทำงาน เป็นต้น

สมมติฐานที่ 2 คุณสมบัติของพนักงานขายเครื่องมือแพทย์มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของพยาบาลในกรุงเทพมหานครพบว่า

1. คุณสมบัติของพนักงานขายเครื่องมือแพทย์ส่งผลต่อความพึงพอใจของพยาบาลในกรุงเทพมหานครโดยที่ปัจจัยที่มีผลต่อคุณสมบัติของพนักงานขายเครื่องมือแพทย์ ในด้านความพึงพอใจ ได้แก่ การสร้างความสัมพันธ์ ทักษะในด้านการนำเสนอ ความคิดสร้างสรรค์ ความสามารถตอบสนองลูกค้า และความรู้ในด้านผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับ เมวดี สวัสดิ์เรียวกุล และชลธิศ ดาราวงษ์ (2561, หน้า 191) ที่ศึกษาปัจจัยด้านการบริการ ด้านความรวดเร็วในการให้บริการและด้านความถูกต้องครบถ้วนของบริการมีผลต่อความพึงพอใจและความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ พบว่าปัจจัยด้านการบริการส่งผลต่อความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และความผูกพัน

2. คุณสมบัติของพนักงานขาย เครื่องมือแพทย์ส่งผลต่อความจงรักภักดีของพยาบาลในกรุงเทพมหานคร พบว่าคุณสมบัติของพนักงานขายเครื่องมือแพทย์ ได้แก่ ด้านการสร้างความสัมพันธ์ ด้านทักษะในด้านการนำเสนอ ด้านความรู้ในด้านผลิตภัณฑ์ และด้านความคิดสร้างสรรค์ สอดคล้องกับ ชงคา หิรัญรตนพร และชลธิศ ดาราวงษ์ (2564, หน้า 149) ที่ศึกษาคุณสมบัติของตัวแทนขายมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจและความตั้งใจซื้อ พบว่าปัจจัยด้านคุณสมบัติของตัวแทนขายมีอิทธิพลต่อความไว้ใจและความตั้งใจซื้อซ้ำ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1. ควรมุ่งเน้นอบรมพัฒนาพนักงานขายเครื่องมือแพทย์ในเรื่องการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงานขายกับลูกค้าและพัฒนาพนักงานขายในด้านทักษะในการสื่อสารในเชิงบวกเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเพิ่มมากขึ้นเพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิมและสร้างความเชื่อมั่นและความพึงพอใจให้กับลูกค้ารายใหม่

2. ควรมุ่งเน้นและติดตามให้พนักงานขายเครื่องมือแพทย์มีการตอบสนองกับลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง โดยมีความรู้ด้านเทคนิคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และสามารถตอบข้อโต้แย้งเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้อย่าง

ชัดเจนและรวดเร็ว เพื่อทำให้ลูกค้าทราบถึงข้อมูลผลิตภัณฑ์ ประสิทธิภาพ และขอบเขตในการใช้ผลิตภัณฑ์กับผู้ป่วย ทำให้ลูกค้ารับรู้และมั่นใจ ตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับผู้ป่วยในครั้งต่อ ๆ ไป

3. ควรให้พนักงานขายเครื่องมือแพทย์เพิ่มศักยภาพในการช่วยเหลือข้อมูลด้านวิชาการและพนักงานขายมีความกระตือรือร้นในการทำงาน เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า จะทำให้ลูกค้าต้องการที่จะแนะนำผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้แก่ลูกค้ารายอื่น ๆ ได้ รวมทั้งยังเป็นการสร้างความเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์ของบริษัทอีกด้วย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาปัจจัยที่เป็นตัวแปรอื่น ๆ เช่น ปัจจัยคุณภาพการบริการ ปัจจัยคุณค่าตราผลิตภัณฑ์ ปัจจัยการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าหรือปัจจัยความปลอดภัยของการใช้ผลิตภัณฑ์ เพื่อทำให้เกิดความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้า และเนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้นข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไปคือควรศึกษาในขอบเขตที่กว้างขึ้น เช่น ศึกษาวิจัยให้ครอบคลุมทั้งประเทศหรือศึกษาวิจัยในภูมิภาคอื่น ๆ

บรรณานุกรม

ฉวีวรรณ ชูสนุก, รพีพรรณ ไตรแสงรุจิระ และอำพล ชูสนุก. (2560). อิทธิพลของความสัมพันธ์กับพนักงานขายและคุณภาพการให้บริการต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าที่ซื้อสินค้าไบโอบับของบริษัท ยูไนเต็ด ดิจิตอล คอร์ปอเรชั่น จำกัด. ***วารสารปัญญาภิวัฒน์***, ***9***(3), หน้า 91-103.

ชงคา หิรัญรตนพร และชลธิศ ดาราวงษ์. (2564). ปัจจัยด้านคุณสมบัติของตัวแทนขายที่มีผลต่อความไว้ใจและความตั้งใจซื้อของลูกค้าประกันชีวิตในจังหวัดชลบุรี. ***วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี***, ***17***(4), หน้า 141-150.

ปาณัท แลม และรังสรรค์ เกียรติ์ภานนท์. (2564). สมรรถนะของผู้แทนขายเพื่อออกแบบแผนการพัฒนาสมรรถนะให้ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม. ***วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น***, ***18***(2), หน้า 170-184.

เมวดี สวัสดิ์เรียวกุล และชลธิศ ดาราวงษ์. (2561). ปัจจัยด้านการบริการที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้จัดจำหน่ายอุปกรณ์นิรภัยส่วนบุคคล. ***วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี***, ***14***(4), หน้า 183-192.

รัตนา ชัยกัลยา และปริญ ลักษิตามาศ. (2558). จริยธรรมผู้แทนขายที่ส่งผลต่อคุณภาพความสัมพันธ์กับลูกค้าอุปกรณ์เครื่องมือการแพทย์. ***วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี***, ***9***(4), หน้า 49-59.

ลัดดา บัวคลี่. (2551). ***ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องมือแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร***. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาการจัดการ, แขนงวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ศูนย์วิจัยกรุงศรี. (2563). ***แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี2563-2565: อุตสาหกรรมยา*** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/Chemicals/phamaceuticals/IO/io-pharmaceuticals-20-th [2564, 30 ตุลาคม].

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2563). ***เครื่องมือและอุปกรณ์การแพทย์ อุตสาหกรรมดาวรุ่งแม้สถานการณ์โควิด-19 คลี่คลาย*** (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/Medical-equipment-FB-061020.aspx [2564, 30 ตุลาคม].

Cochran, W.G. (1977). ***Sampling Techniques*** (3rd ed). New York, NY: John Wiley & Sons.