

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาคความพึงพอใจของศัลยแพทย์กระดูกและข้อในเขตภาคเหนือ ต่อส่วนประสมการตลาดบริการของผลิตภัณฑ์ข้อเข่าเทียมของบริษัทซิมเมอร์ เมดิคัล (ประเทศไทย) จำกัด ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ประสบการณ์ด้านการแพทย์เฉพาะทาง จำนวนครั้งในการเลือกใช้อุปกรณ์ข้อเข่าเทียมสำหรับผู้ป่วย โรงพยาบาลที่สังกัด และจำนวนเตียงผู้ป่วยในโรงพยาบาล

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของศัลยแพทย์กระดูกและข้อในเขตภาคเหนือ ต่อส่วนประสมการตลาดบริการของผลิตภัณฑ์ข้อเข่าเทียมของบริษัทซิมเมอร์ เมดิคัล (ประเทศไทย) จำกัด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจของศัลยแพทย์กระดูกและข้อในเขตภาคเหนือ ส่วนประสมการตลาดบริการของผลิตภัณฑ์ข้อเข่าเทียมของบริษัทซิมเมอร์ เมดิคัล (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามอายุ ประสบการณ์ทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง จำนวนครั้งในการเลือกใช้อุปกรณ์ข้อเข่าเทียม และจำนวนเตียงผู้ป่วยในโรงพยาบาล

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	80	100.0
หญิง	0	0.0
รวม	80	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายทั้งหมด ร้อยละ 100.0

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 35 ปี	19	23.8
36 – 45 ปี	40	50.0
มากกว่า 46 ปีขึ้นไป	21	26.3
รวม	80	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุอยู่ในช่วง 36 – 45 ปี ร้อยละ 50.0 รองลงมาอายุไม่เกิน 35 ปี ร้อยละ 23.8 และ อายุตั้งแต่ 46 ปีขึ้นไป ร้อยละ 26.3

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามประสบการณ์ทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง

ประสบการณ์ทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 3 ปี	19	23.7
4 - 6 ปี	15	18.7
7 – 10 ปี	17	21.3
มากกว่า 11 ปีขึ้นไป	29	36.3
รวม	80	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์ทำด้านด้านการแพทย์เฉพาะทางตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไป ร้อยละ 36.3 รองลงมา ไม่เกิน 3 ปี ร้อยละ 23.7 7 – 10 ปี ร้อยละ 21.3 และ 4 – 6 ปี ร้อยละ 18.7

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามจำนวนครั้งการเลือกใช้อุปกรณ์เทียมสำหรับผู้ป่วย

จำนวนครั้งการเลือกใช้อุปกรณ์เทียม	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10 ครั้งต่อปี	24	30.0
10 – 20 ครั้งต่อปี	16	20.0
มากกว่า 20 ครั้งต่อปี	40	50.0
รวม	80	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้อุปกรณ์เทียมมากกว่า 20 ครั้งต่อปี ร้อยละ 50.0 รองลงมาใช้น้อยกว่า 10 ครั้งต่อปี ร้อยละ 30.0 และ ใช้ปีละ 10 – 20 ครั้ง ร้อยละ 20.0

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามโรงพยาบาลที่สังกัด

โรงพยาบาลที่สังกัด	จำนวน	ร้อยละ
โรงพยาบาลในสังกัดของรัฐ	71	88.7
โรงพยาบาลเอกชน	9	11.3
รวม	80	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลในสังกัดของรัฐ ร้อยละ 88.7 รองลงมา คือ โรงพยาบาลเอกชน ร้อยละ 11.3

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามจำนวนเตียงผู้ป่วยในโรงพยาบาล

โรงพยาบาลที่สังกัด	จำนวน	ร้อยละ
10 – 500 เตียง	41	51.3
มากกว่า 500 เตียง	39	48.7
รวม	80	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีขนาดจำนวนเตียง 10 – 500 เตียง ร้อยละ 51.3 รองลงมา มากกว่า 500 เตียง ร้อยละ 48.7

ส่วนที่ 2 ข้อมูลระดับความพึงพอใจของคัลยแพทย์กระดูกและข้อในเขตภาคเหนือต่อส่วนประสม
การตลาดบริการของผลิตภัณฑ์ข้อเข่าเทียมของบริษัทซิมเมอร์ เมดิคัล (ประเทศไทย) จำกัด

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก
ตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อย ละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
แบบข้อเข่าเทียมของบริษัทฯมีหลายรุ่น	9 (11.3)	50 (62.4)	21 (26.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.85 (มาก)	0.59	4
ขนาดข้อเข่าเทียมมีให้ เลือกหลายขนาด	14 (17.4)	49 (61.3)	17 (21.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.96 (มาก)	0.62	2
มีเครื่องมือที่ใช้สำหรับ การผ่าตัดข้อเข่าเทียม หลากหลายเทคนิค	6 (7.5)	27 (33.8)	47 (58.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.48 (ปาน กลาง)	0.63	7
ชื่อเสียงของบริษัทฯ เป็นที่รู้จัก	15 (18.7)	60 (75.0)	5 (6.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.12 (มาก)	0.48	1
รูปลักษณะของข้อเทียม ที่เหมือนธรรมชาติ	8 (10.0)	42 (52.5)	30 (37.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.72 (มาก)	0.63	6
วัสดุที่ใช้ในการผลิต ข้อเข่าเทียมมี คุณภาพสูงทนทานต่อ การสึกหรอ	6 (7.5)	52 (65.0)	22 (27.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.80 (มาก)	0.56	5
ข้อเข่าเทียมของบริษัทฯ ได้รับการรับรองจาก องค์การอาหารและยา จากทั้งสหรัฐอเมริกา และประเทศไทย	12 (22.5)	50 (62.5)	18 (15.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.92 (มาก)	0.61	3

ตารางที่ 4.7 (ต่อ) แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ข้อเข้าเทียมของบริษัทฯ มีรายงานผลการใช้ใน ร่างกายได้เป็น ระยะเวลายาวนาน	6 (6.3)	26 (43.7)	48 (50.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.47 (ปาน กลาง)	0.60	8
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.79 (มาก)		

จากตารางที่ 4.7 พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยระดับมากเรียงลำดับดังนี้ ชื่อเสียงบริษัทฯเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมา คือ ขนาดข้อเข้าเทียมมีให้เลือกหลายขนาด (ค่าเฉลี่ย 3.96) ข้อเข้าเทียมของบริษัทฯได้รับการรับรองจากองค์การอาหารและยาจากทั้งสหรัฐอเมริกาและประเทศไทย (ค่าเฉลี่ย 3.92) แบบข้อเข้าเทียมของบริษัทฯมีหลายรุ่น (ค่าเฉลี่ย 3.85) วัสดุที่ใช้ในการผลิตข้อเข้าเทียมมีคุณภาพสูงทนทานต่อการสึกหรอ (ค่าเฉลี่ย 3.80) รูปลักษณะของข้อเทียมที่เหมือนธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 3.72) และมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ มีเครื่องมือที่ใช้สำหรับการผ่าตัดข้อเข้าเทียมหลากหลายเทคนิค (ค่าเฉลี่ย 3.48) และข้อเข้าเทียมของบริษัทฯมีรายงานผลการใช้ในร่างกายได้เป็นระยะเวลายาวนาน (ค่าเฉลี่ย 3.47)

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคา	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ราคาขายซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯสามารถแข่งขันได้กับบริษัทอื่นๆ	5 (6.3)	40 (50.0)	35 (43.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.62 (มาก)	0.60	2
การตั้งราคาซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯมีความเหมาะสมกับคุณภาพ	5 (6.3)	50 (62.4)	25 (31.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.75 (มาก)	0.56	1
ราคาซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯสามารถต่อรองได้	4 (5.0)	29 (36.3)	47 (58.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.46 (ปาน กลาง)	0.59	5
ระยะเวลาที่ทางบริษัทฯให้เครดิตกับลูกค้า	5 (6.3)	29 (36.2)	46 (57.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.48 (ปาน กลาง)	0.58	3
ราคาซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ขายซื้อเข้าเทียมรายอื่น	5 (6.3)	28 (35.0)	47 (58.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.47 (ปาน กลาง)	0.61	4
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.55 (มาก)		

จากตารางที่ 4.8 พบว่าปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับดังนี้ การตั้งราคาซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯมีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.75) รองลงมา ราคาขายซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯสามารถแข่งขันได้กับบริษัทอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.62) และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง คือ ระยะเวลาที่ทางบริษัทฯให้เครดิตกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.48) ราคาซื้อเข้าเทียมของ

บริษัทฯเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ขายข้อเช่าเทียบรายอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.47) และราคาข้อเช่าเทียบของบริษัทฯสามารถต่อรองได้ (ค่าเฉลี่ย 3.46) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
มีความสะดวกในการติดต่อ สั่งซื้อข้อเช่าเทียบผ่าน ผู้แทนขายของบริษัทฯ	16 (20.0)	46 (57.5)	18 (22.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.97 (มาก)	0.65	2
การให้บริการข้อเช่าเทียบ ของบริษัทฯ มีความ ครอบคลุมทุกพื้นที่	5 (6.3)	49 (61.2)	26 (32.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.73 (มาก)	0.56	3
ที่ตั้งของสถานบริการมี ความสะดวกและเอื้อ อำนวยต่อการสั่งซื้อข้อเช่า เทียบของบริษัทฯ	21 (26.2)	42 (52.5)	17 (21.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.05 (มาก)	0.69	1
การจัดส่งข้อเช่าเทียบของ บริษัทฯ ได้ตรงเวลาตามที่ แพทย์ต้องการ	22 (27.5)	40 (50.0)	18 (22.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.05 (มาก)	0.70	1
มีช่องทาง การสั่งซื้อข้อเช่า เทียบของบริษัทฯ โดยผ่าน องค์การเภสัชกรรม	5 (6.3)	35 (43.7)	40 (50.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.56 (มาก)	0.61	4
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.87 (มาก)		

จากตารางที่ 4.9 พบว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยระดับมากเรียงลำดับดังนี้
ที่ตั้งของสถานบริการมีความสะดวกและเอื้ออำนวยต่อการสั่งซื้อข้อเช่าเทียบของบริษัทฯ และการ

จัดส่งข้อเข้าเทียมของบริษัทฯ ได้ตรงเวลาตามที่แพทย์ต้องการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมา คือ มีความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อข้อเข้าเทียมผ่านผู้แทนขายของบริษัทฯ (ค่าเฉลี่ย 3.97) การให้บริการข้อเข้าเทียมของบริษัทฯ มีความครอบคลุมทุกพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 3.73) และมีช่องทางการสั่งซื้อข้อเข้าเทียมของบริษัทฯ โดยผ่านองค์การเภสัชกรรม (ค่าเฉลี่ย 3.56)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อย ละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
บริษัทฯมีการส่งเสริมการขาย ข้อเข้าเทียม เช่น การให้ ส่วนลดหรือแถมเป็นต้น	6 (6.3)	26 (43.7)	48 (50.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.47 (ปาน กลาง)	0.63	4
บริษัทฯมีเอกสารแนะนำข้อ เข้าเทียมและเทคนิคการผ่าตัด ให้แก่แพทย์อย่างสม่ำเสมอ	22 (26.2)	42 (53.8)	16 (20.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.06 (มาก)	0.68	1
บริษัทฯให้ความร่วมมือกับ องค์กรแพทย์ในงานประชุม วิชาการและร่วมออกบูธเพื่อ แสดงข้อเข้าเทียม	21 (26.3)	40 (50.0)	19 (23.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.02 (มาก)	0.71	2
บริษัทฯมีการนำเสนอข้อเข้า เทียม โดยใช้ผู้แทนขาย นำเสนอแก่แพทย์ได้อย่างมี ประสิทธิภาพ	5 (6.3)	28 (35.0)	47 (58.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.47 (ปาน กลาง)	0.61	4
บริษัทฯให้การสนับสนุน แพทย์เข้าร่วมประชุมวิชาการ ทั้งในและต่างประเทศอย่าง สม่ำเสมอ	4 (5.0)	29 (36.3)	47 (58.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.46 (ปาน กลาง)	0.59	5
บริษัทฯจัดเครื่องมือและข้อ เข้าเทียมสำรองไว้พร้อมใช้ อยู่ในโรงพยาบาลตลอดเวลา	6 (7.5)	50 (62.5)	24 (30.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.77 (มาก)	0.57	3
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.70 (มาก)		

จากตารางที่ 4.10 พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เรียงลำดับดังนี้ บริษัทฯมีเอกสารแนะนำข้อเข้าเทียมและเทคนิคการผ่าตัดให้แก่แพทย์อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.06) บริษัทฯให้ความร่วมมือกับองค์กรแพทย์ในงานประชุมวิชาการและร่วมออกบูธเพื่อ แสดงข้อเข้าเทียม (ค่าเฉลี่ย 4.02) และบริษัทฯจัดเครื่องมือและข้อเข้าเทียมสำรองไว้พร้อมใช้อยู่ใน โรงพยาบาลตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.77) ตามลำดับ และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ บริษัทฯมีการนำเสนอข้อเข้าเทียม โดยใช้ผู้แทนขายนำเสนอแก่แพทย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.47) และบริษัทฯให้การสนับสนุนแพทย์เข้าร่วมประชุมวิชาการทั้งในและต่างประเทศ อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.46)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านบุคลากร

ปัจจัยด้านบุคลากร	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ผู้แทนขายของบริษัทฯแต่งกายเหมาะสมและมีบุคลิกภาพดี	4 (5.0)	30 (37.5)	46 (57.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.47 (ปานกลาง)	0.59	5
ผู้แทนขายของบริษัทฯมีความสุภาพอ่อนน้อมต่อแพทย์	20 (25.0)	38 (47.5)	22 (27.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.97 (มาก)	0.72	1
ผู้แทนขายของบริษัทฯมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อแพทย์	10 (12.5)	45 (56.2)	25 (31.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.81 (มาก)	0.63	2
ผู้แทนขายของบริษัทฯมีความรู้ความสามารถนำเสนอข้อมูลเชิงเทคนิคของข้อเข้าเทียมได้อย่างเชี่ยวชาญ	6 (7.5)	34 (42.5)	40 (50.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.57 (มาก)	0.63	3
ผู้แทนขายของบริษัทฯมีความสามารถตอบข้อสงสัยและแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเชิงเทคนิคของข้อเข้าเทียมได้อย่างถูกต้อง	7 (8.7)	25 (31.3)	48 (60.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.48 (ปานกลาง)	0.65	4
ผู้แทนขายของบริษัทฯมีการเขียนเขียนแพทย์อย่างสม่ำเสมอ	4 (5.0)	25 (31.3)	51 (63.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.41 (ปานกลาง)	0.58	6
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.61 (มาก)		

จากตารางที่ 4.11 พบว่าปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยระดับมากเรียงลำดับดังนี้ ผู้แทนขายของบริษัทฯมีความสุภาพอ่อนน้อมต่อแพทย์ (ค่าเฉลี่ย 3.81) รองลงมา ผู้แทนขายของบริษัทฯมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อแพทย์ (ค่าเฉลี่ย 3.97) และผู้แทนขายของบริษัทฯมีความรู้ความสามารถนำเสนอข้อมูลเชิงเทคนิคของข้อเข้าเทียมได้อย่างเชี่ยวชาญ (ค่าเฉลี่ย 3.57) ตามลำดับ และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ ผู้แทนขายของบริษัทฯมีความสามารถตอบข้อสงสัยและแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเชิงเทคนิคของข้อเข้าเทียมได้อย่างถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.48) ผู้แทนขายของบริษัทฯแต่งกายเหมาะสมและมีบุคลิกภาพดี (ค่าเฉลี่ย 3.47) และผู้แทนขายของบริษัทฯมีการเยี่ยมเยียนแพทย์อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.41) ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ลำดับที่
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
ความรวดเร็วในการให้บริการในการส่งสินค้า	20 (25.0)	40 (50.0)	20 (25.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.00 (มาก)	0.71	2
ความถูกต้องครบถ้วนในการส่งสินค้า	22 (27.5)	42 (52.5)	16 (20.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.07 (มาก)	0.68	1
ความสะดวกในการจัดซื้อสินค้า	21 (26.3)	36 (45.0)	23 (28.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.97 (มาก)	0.74	3
ความสามารถในการเตรียมความพร้อมของสินค้าและเครื่องมือก่อนผ่าตัด	6 (7.4)	45 (56.3)	29 (36.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.71 (มาก)	0.59	6
การมีส่วนร่วมและให้บริการในการผ่าตัดรักษา	9 (11.3)	50 (62.4)	21 (26.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.85 (มาก)	0.59	4
การบันทึกประวัติการใช้สินค้าสำหรับแพทย์	10 (12.5)	38 (47.5)	32 (40.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.72 (มาก)	0.67	5
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.88 (มาก)		

จากตารางที่ 4.12 พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.88) ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยระดับมากเรียงลำดับดังนี้ ความถูกต้องครบถ้วนในการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมา ความรวดเร็วในการให้บริการในการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00) ความสะดวกในการจัดซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.97) การมีส่วนร่วมและให้บริการในการผ่าตัดรักษา (ค่าเฉลี่ย 3.85) การบันทึกประวัติการใช้สินค้าสำหรับแพทย์ (ค่าเฉลี่ย 3.72) และความสามารถในการเตรียมความพร้อมของสินค้าและเครื่องมือก่อนผ่าตัด (ค่าเฉลี่ย 3.71) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามปัจจัยการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ

ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอทางกายภาพ	ระดับความพึงพอใจ					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ลำดับ ที่
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)			
สำนักงานที่ให้บริการ เก็บสินค้าสะอาดและเป็นระเบียบ	9 (11.3)	46 (57.4)	25 (31.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.80 (มาก)	0.62	4
สถานที่ให้บริการตั้งอยู่ ในทำเลที่สะดวกในการ ติดต่อ	11 (13.8)	51 (63.7)	18 (22.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.91 (มาก)	0.59	3
บรรจุภัณฑ์สินค้า สะอาด ปลอดภัยได้ มาตรฐาน	18 (22.5)	42 (52.5)	20 (25.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3.97 (มาก)	0.69	2
เครื่องมือผ่าตัดที่ ทันสมัย	20 (25.0)	40 (50.0)	20 (25.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.00 (มาก)	0.71	1
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)						3.92 (มาก)		

จากตารางที่ 4.13 พบว่าปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอด้านกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยระดับมากเรียงลำดับดังนี้ เครื่องมือผ่าตัดที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา คือ บรรจุภัณฑ์สินค้าสะอาดปลอดภัยได้มาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.97) สถานที่ให้บริการตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.91) สำนักงานที่ให้บริการเก็บสินค้าสะอาดและเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.80) และมีระบบการตรวจสอบความถูกต้องของสินค้าก่อนนำไปยังลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.76) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการซื้อเช่าเหมืองของบริษัทซิมเมอร์ เมคคัล (ประเทศไทย) จำกัด

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล	ลำดับที่
ด้านผลิตภัณฑ์	3.79	มาก	3
ด้านราคา	3.55	มาก	6
ด้านการจัดจำหน่าย	3.87	มาก	2
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.70	มาก	4
ด้านบุคลากร	3.61	มาก	5
ด้านกระบวนการให้บริการ	3.88	มาก	1
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	3.88	มาก	1

จากตารางที่ 4.14 พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ มีผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจระดับมากเรียงลำดับดังนี้ ด้านกระบวนการให้บริการ และการสร้างและนำเสนอทางกายภาพเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.88) ด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.88) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.88) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.88) ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.88) และด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของสัลดแพทย์กระดูกและข้อในเขตภาพเหนือต่อส่วนประสมการตลาดบริการของผลิตภัณฑ์ข้อเข่าเทียมของบริษัทซิมเมอร์ เมดิคัล (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามอายุ ประสบการณ์ทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง จำนวนครั้งในการเลือกใช้ข้อเข่าเทียม และจำนวนเตียงผู้ป่วยในโรงพยาบาล

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อบัณฑิตด้านผลิตภัณฑ์ข้อเข่าเทียม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ					
	ไม่เกิน 35 ปี		36 – 45 ปี		46 ปีขึ้นไป	
	n = 19		n = 40		n = 21	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.
แบบข้อเข่าเทียมของบริษัทฯ มีหลายรุ่น	3.89 (มาก)	0.65	3.85 (มาก)	0.57	3.80 (มาก)	0.60
ขนาดข้อเข่าเทียมมีให้เลือกหลายขนาด	3.84 (มาก)	0.50	4.05 (มาก)	0.63	3.90 (มาก)	0.70
มีเครื่องมือที่ใช้สำหรับการผ่าตัดข้อเข่าเทียมหลากหลายเทคนิค	3.42 (ปานกลาง)	0.50	3.55 (มาก)	0.74	3.42 (ปานกลาง)	0.50
ชื่อเสียงของบริษัทฯเป็นที่รู้จัก	4.21 (มาก)	0.41	4.05 (มาก)	0.50	4.19 (มาก)	0.51
รูปลักษณะของข้อเทียมที่เหมือนธรรมชาติ	3.78 (มาก)	0.71	3.70 (มาก)	0.64	3.71 (มาก)	0.56
วัสดุที่ใช้ในการผลิตข้อเข่าเทียมมีคุณภาพสูงทนทานต่อการสึกหรอ	3.84 (มาก)	0.60	3.80 (มาก)	0.51	3.76 (มาก)	0.62
ข้อเข่าเทียมของบริษัทฯได้รับการรับรองจากองค์การอาหารและยาจากทั้งสหรัฐอเมริกาและประเทศไทย	3.84 (มาก)	0.60	3.92 (มาก)	0.61	4.00 (มาก)	0.63

ตารางที่ 4.15 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	อายุ					
	ไม่เกิน 35 ปี		36 – 45 ปี		46 ปีขึ้นไป	
	n = 19		n = 40		n = 21	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.
ข้อเข้าเทียมของบริษัทฯ มี รายงานผลการใช้ในร่างกายได้ เป็นระยะเวลายาวนาน	3.68 (มาก)	0.58	3.65 (มาก)	0.66	3.52 (มาก)	0.51
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.79 (มาก)		3.82 (มาก)		3.78 (มาก)	

จากตารางที่ 4.15 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 -45 ปีให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มอายุให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 35 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง ชื่อเสียงของบริษัทฯเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.21) รองลงมา คือ แบบข้อเข้าเทียมของบริษัทฯมีหลายรุ่น (ค่าเฉลี่ย 3.89) และวัสดุคิบัที่ใช้ในการผลิตข้อเข้าเทียมมีคุณภาพสูงทนทานต่อการสึกหรอ และข้อเข้าเทียมของบริษัทฯได้รับการรับรองจากองค์การอาหารและยาจากทั้งสหรัฐอเมริกาและประเทศไทย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 - 45 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง ชื่อเสียงของบริษัทฯเป็นที่รู้จัก และขนาดข้อเข้าเทียมมีให้เลือกหลายขนาด เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมา คือ ข้อเข้าเทียมของบริษัทฯได้รับการรับรองจากองค์การอาหารและยาจากทั้งสหรัฐอเมริกาและประเทศไทย (ค่าเฉลี่ย 3.92) และแบบข้อเข้าเทียมของบริษัทฯมีหลายรุ่น (ค่าเฉลี่ย 3.85)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง ชื่อเสียงของบริษัทฯเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.19) รองลงมา คือ ข้อเข้าเทียมของบริษัทฯได้รับการ

รับรองจากองค์การอาหารและยาจากทั้งสหรัฐอเมริกาและประเทศไทย (ค่าเฉลี่ย 4.00) และขนาดซื้อ
เช่าเทียบมีให้เลือกหลายขนาด (ค่าเฉลี่ย 3.90)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านราคา	อายุ					
	ไม่เกิน 35 ปี		36 – 45 ปี		มากกว่า 46 ปี	
	n = 19		n = 40		n = 21	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.
ราคาขายซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯสามารถแข่งขันได้กับบริษัทอื่นๆ	3.78 (มาก)	0.71	3.60 (มาก)	0.59	3.52 (มาก)	0.51
การตั้งราคาซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯมีความเหมาะสมกับคุณภาพ	3.52 (มาก)	0.51	3.85 (มาก)	0.53	3.76 (มาก)	0.62
ราคาซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯสามารถต่อรองได้	3.57 (มาก)	0.50	3.40 (ปานกลาง)	0.63	3.47 (ปานกลาง)	0.60
ระยะเวลาที่ทางบริษัทฯให้เครดิตกับลูกค้า	3.51 (มาก)	0.60	3.72 (มาก)	0.64	3.76 (มาก)	0.43
ราคาซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ขายซื้อเข้าเทียมรายอื่น	3.47 (ปานกลาง)	0.61	3.45 (ปานกลาง)	0.63	3.52 (มาก)	0.60
ค่าเฉลี่ยรวม (แปลผล)	3.57 (มาก)		3.60 (มาก)		3.60 (มาก)	

จากตารางที่ 4.16 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 – 45 ปี และอายุ 46 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มอายุให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 35 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง ราคาขายซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯสามารถแข่งขันได้กับบริษัทอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.78) รองลงมา

คือ ราคาซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯสามารถต่อรองได้ (ค่าเฉลี่ย 3.57) และการตั้งราคาซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯมีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.52)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 - 45 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง การตั้งราคาซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯมีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.85) รองลงมา คือ ระยะเวลาที่ทางบริษัทฯให้เครดิตกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.72) และราคาขายซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯสามารถแข่งขันได้กับบริษัทอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องระยะเวลาที่ทางบริษัทฯให้เครดิตกับลูกค้า และการตั้งราคาซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯมีความเหมาะสมกับคุณภาพ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.76) รองลงมา คือ ราคาขายซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯสามารถแข่งขันได้กับบริษัทอื่นๆ และราคาซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ขายซื้อเข้าเทียมรายอื่น เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.52)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายจำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	อายุ					
	ไม่เกิน 35 ปี		36 – 45 ปี		46 ปีขึ้นไป	
	n = 19		n = 40		n = 21	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.
มีความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อขอ เช่าเหมาผ่านผู้แทนขายของบริษัทฯ	4.00 (มาก)	0.74	3.55 (มาก)	0.65	4.04 (มาก)	0.58
การให้บริการขอเช่าเหมาของบริษัทฯ ที่มีความครอบคลุมทุกพื้นที่	3.89 (มาก)	0.65	3.60 (มาก)	0.49	3.85 (มาก)	0.57
ที่ตั้งของสถานบริการมีความสะดวก และเอื้ออำนวยต่อการสั่งซื้อขอเช่า เหมาของบริษัทฯ	4.21 (มาก)	0.63	3.97 (มาก)	0.73	4.04 (มาก)	0.66
การจัดส่งขอเช่าเหมาของบริษัทฯได้ ตรงเวลาตามที่แพทย์ต้องการ	4.31 (มาก)	0.74	4.00 (มาก)	0.71	3.90 (มาก)	0.62
มีช่องทาง การสั่งซื้อขอเช่าเหมาของ บริษัทฯ โดยผ่านองค์กรเภสัชกรรม	3.73 (มาก)	0.73	3.50 (มาก)	0.55	3.52 (มาก)	0.60
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	4.02 (มาก)		3.72 (มาก)		3.87 (มาก)	

จากตารางที่ 4.17 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 35 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มอายุให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 35 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง การจัดส่งขอเช่าเหมาของบริษัทฯได้ตรงเวลาตามที่แพทย์ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมาคือ ที่ตั้งของสถานบริการมีความสะดวกและเอื้ออำนวยต่อการสั่งซื้อขอเช่าเหมาของบริษัทฯ (ค่าเฉลี่ย 4.21) และมีความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อขอเช่าเหมาผ่านผู้แทนขายของบริษัทฯ (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 - 45 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องการจัดส่งข้อเข้าเทียมของบริษัทฯ ได้ตรงเวลาตามที่แพทย์ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.31) รองลงมาคือ ที่ตั้งของสถานบริการมีความสะดวกและเอื้ออำนวยต่อการสั่งซื้อข้อเข้าเทียมของบริษัทฯ (ค่าเฉลี่ย 4.21) และการให้บริการข้อเข้าเทียมของบริษัทฯ มีความครอบคลุมทุกพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง มีความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อข้อเข้าเทียมผ่านผู้แทนขายของบริษัทฯ และ ที่ตั้งของสถานบริการมีความสะดวกและเอื้ออำนวยต่อการสั่งซื้อข้อเข้าเทียมของบริษัทฯ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมา คือ การจัดส่งข้อเข้าเทียมของบริษัทฯ ได้ตรงเวลาตามที่แพทย์ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.90)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.18 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	อายุ					
	ไม่เกิน 35 ปี		36 – 45 ปี		46 ปีขึ้นไป	
	n = 19		n = 40		n = 21	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.
บริษัทฯมีการส่งเสริมการขาย ข้อเข้าเทียม เช่นการให้ส่วนลด หรือแถมเป็นต้น	3.36 (ปานกลาง)	0.49	3.57 (มาก)	0.67	3.38 (ปานกลาง)	0.66
บริษัทฯมีเอกสารแนะนำข้อเข้า เทียมและเทคนิคการผ่าตัด ให้แก่แพทย์อย่างสม่ำเสมอ	4.05 (มาก)	0.62	4.20 (มาก)	0.64	3.85 (มาก)	0.79
บริษัทฯให้ความร่วมมือกับ องค์กรแพทย์ในงานประชุม วิชาการและร่วมออกบูธเพื่อ แสดงข้อเข้าเทียม	3.84 (มาก)	0.76	4.00 (มาก)	0.67	4.23 (มาก)	0.70
บริษัทฯมีการนำเสนอข้อเข้า เทียมโดยใช้ผู้แทนขายนำเสนอ แก่แพทย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	3.68 (มาก)	0.82	3.47 (ปานกลาง)	0.55	3.28 (ปานกลาง)	0.46
บริษัทฯให้การสนับสนุน แพทย์เข้าร่วมประชุมวิชาการ ทั้งในและต่างประเทศอย่าง สม่ำเสมอ	3.42 (ปานกลาง)	0.50	3.40 (ปานกลาง)	0.63	3.52 (มาก)	0.60
บริษัทฯจัดเครื่องมือและข้อเข้า เทียมสำรองไว้พร้อมใช้อยู่ใน โรงพยาบาลตลอดเวลา	3.68 (มาก)	0.58	3.77 (มาก)	0.60	3.80 (มาก)	0.51
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	3.67 (มาก)		3.73 (มาก)		3.67 (มาก)	

จากตารางที่ 4.18 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 - 45 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มอายุให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 35 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องบริษัทมีเอกสารแนะนำข้อเข้าเทียมและเทคนิคการผ่าตัดให้แก่แพทย์อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมา บริษัทให้ความสำคัญร่วมมือกับองค์กรแพทย์ในงานประชุมวิชาการและร่วมออกบูธเพื่อแสดงข้อเข้าเทียมคือ (ค่าเฉลี่ย 3.84) และบริษัทจัดเครื่องมือและข้อเข้าเทียมสำรองไว้พร้อมใช้อยู่ในโรงพยาบาลตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.68)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 - 45 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องบริษัทมีเอกสารแนะนำข้อเข้าเทียมและเทคนิคการผ่าตัดให้แก่แพทย์อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมา บริษัทให้ความสำคัญร่วมมือกับองค์กรแพทย์ในงานประชุมวิชาการและร่วมออกบูธเพื่อแสดงข้อเข้าเทียมคือ (ค่าเฉลี่ย 3.84) และบริษัทจัดเครื่องมือและข้อเข้าเทียมสำรองไว้พร้อมใช้อยู่ในโรงพยาบาลตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.68)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องบริษัทให้ความสำคัญร่วมมือกับองค์กรแพทย์ในงานประชุมวิชาการและร่วมออกบูธเพื่อแสดงข้อเข้าเทียมคือ (ค่าเฉลี่ย 4.23) รองลงมา คือ บริษัทมีเอกสารแนะนำข้อเข้าเทียมและเทคนิคการผ่าตัดให้แก่แพทย์อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.85) และ บริษัทจัดเครื่องมือและข้อเข้าเทียมสำรองไว้พร้อมใช้อยู่ในโรงพยาบาลตลอดเวลา เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากรจำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านบุคลากร	อายุ					
	ไม่เกิน 35 ปี		36 – 45 ปี		46 ปีขึ้นไป	
	n = 19		n = 40		n = 21	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.
ผู้แทนขายของบริษัทฯแต่งกายเหมาะสมและมีบุคลิกภาพดี	3.42 (ปานกลาง)	0.60	3.52 (มาก)	0.59	3.42 (ปานกลาง)	0.50
ผู้แทนขายของบริษัทฯมีความสุภาพอ่อนน้อมต่อแพทย์	4.05 (มาก)	0.62	4.00 (มาก)	0.54	3.85 (มาก)	0.72
ผู้แทนขายของบริษัทฯมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อแพทย์	3.78 (มาก)	0.71	3.80 (มาก)	0.60	3.85 (มาก)	0.65
ผู้แทนขายของบริษัทฯมีความรู้ความสามารถนำเสนอข้อมูลเชิงเทคนิคของข้อเข้าเทียมได้อย่างเชี่ยวชาญ	3.68 (มาก)	0.74	3.60 (มาก)	0.59	3.42 (ปานกลาง)	0.59
ผู้แทนขายของบริษัทฯมีความสามารถตอบข้อสงสัยและแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเชิงเทคนิคของข้อเข้าเทียมได้อย่างถูกต้อง	3.36 (ปานกลาง)	0.49	3.55 (มาก)	0.71	3.47 (มาก)	0.67
ผู้แทนขายของบริษัทฯมีการเขียนแพทย์อย่างสม่ำเสมอ	3.42 (ปานกลาง)	0.60	3.50 (มาก)	0.64	3.23 (ปานกลาง)	0.48
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	3.61 (มาก)		3.66 (มาก)		3.54 (มาก)	

จากตารางที่ 4.19 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 - 45 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มอายุให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 35 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องผู้แทนขายของบริษัทฯ มีความสุภาพอ่อนน้อมต่อแพทย์ (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมา ผู้แทนขายของบริษัทฯ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อแพทย์ (ค่าเฉลี่ย 3.78) และ ผู้แทนขายของบริษัทฯ มีความรู้ความสามารถนำเสนอข้อมูลเชิงเทคนิคของข้อเข้าเทียมได้อย่างเชี่ยวชาญ (ค่าเฉลี่ย 3.68)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 - 45 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องผู้แทนขายของบริษัทฯ มีความสุภาพอ่อนน้อมต่อแพทย์ (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา ผู้แทนขายของบริษัทฯ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อแพทย์ (ค่าเฉลี่ย 3.80) และผู้แทนขายของบริษัทฯ สามารถตอบข้อสงสัยและแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเชิงเทคนิคของข้อเข้าเทียมได้อย่างถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.55)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง ผู้แทนขายของบริษัทฯ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อแพทย์ และผู้แทนขายของบริษัทฯ มีความสุภาพอ่อนน้อมต่อแพทย์ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.85) และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง คือ ผู้แทนขายของบริษัทฯ มีความรู้ความสามารถนำเสนอข้อมูลเชิงเทคนิคของข้อเข้าเทียมได้อย่างเชี่ยวชาญ (ค่าเฉลี่ย 3.47)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.20 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	อายุ					
	ไม่เกิน 35 ปี		36 – 45 ปี		46 ปีขึ้นไป	
	n = 19		n = 40		n = 21	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.
ความรวดเร็วในการให้บริการในการส่งสินค้า	4.10 (มาก)	0.73	3.95 (มาก)	0.71	4.00 (มาก)	0.70
ความถูกต้องครบถ้วนในการส่งสินค้า	4.00 (มาก)	0.66	4.10 (มาก)	0.68	4.09 (มาก)	0.76
ความสะดวกในการจัดซื้อสินค้า	4.15 (มาก)	0.68	3.85 (มาก)	0.76	4.04 (มาก)	0.77
ความสามารถในการเตรียมความพร้อมของสินค้าและเครื่องมือก่อนผ่าตัด	3.73 (มาก)	0.73	3.70 (มาก)	0.56	3.71 (มาก)	0.56
การมีส่วนร่วมและให้บริการในการผ่าตัดรักษา	4.00 (มาก)	0.47	3.80 (มาก)	0.64	3.80 (มาก)	0.60
การบันทึกประวัติการใช้สินค้าสำหรับแพทย์	3.73 (มาก)	0.56	3.80 (มาก)	0.72	3.57 (มาก)	0.67
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	3.95 (มาก)		3.86 (มาก)		3.86 (มาก)	

จากตารางที่ 4.20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 35 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มอายุให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 35 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องความสะดวกในการจัดซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมาความรวดเร็วในการให้บริการในการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.10) และการมีส่วนร่วมและให้บริการในการผ่าตัดรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 - 45 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องความถูกต้องครบถ้วนในการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา ความรวดเร็วในการให้บริการในการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.80) และความสะดวกในการจัดซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.55)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง ความถูกต้องครบถ้วนในการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมา คือ ความสะดวกในการจัดซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.04) และความเร็วในการให้บริการในการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.21 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพจำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอทางกายภาพ	อายุ					
	ไม่เกิน 35 ปี		36 – 45 ปี		46 ปีขึ้นไป	
	n = 19		n = 40		n = 15	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.
สำนักงานที่ให้บริการเก็บสินค้า สะอาดและเป็นระเบียบ	3.73 (มาก)	0.73	3.90 (มาก)	0.58	3.95 (มาก)	0.58
สถานที่ให้บริการตั้งอยู่ในทำเลที่ สะดวกในการติดต่อ	3.84 (มาก)	0.37	4.02 (มาก)	0.65	3.76 (มาก)	0.62
บรรจุภัณฑ์สินค้าสะอาด ปลอดภัย ได้มาตรฐาน	3.84 (มาก)	0.83	4.02 (มาก)	0.65	4.00 (มาก)	0.63
เครื่องมือผ่าตัดที่ทันสมัย	4.10 (มาก)	0.73	3.90 (มาก)	0.70	4.09 (มาก)	0.70
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	3.87 (มาก)		3.96 (มาก)		3.95 (มาก)	

จากตารางที่ 4.21 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มอายุให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 35 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องเครื่องมือผ่าตัดที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมา สถานที่ให้บริการตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกในการติดต่อ และบรรจุภัณฑ์สินค้าสะอาด ปลอดภัยได้มาตรฐาน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.84) และสำนักงานที่ให้บริการเก็บสินค้าสะอาดและเป็นระเบียบ และมีระบบการตรวจสอบความถูกต้องของสินค้าก่อนนำส่งไปยังลูกค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.73)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 - 45 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องบรรจุภัณฑ์สินค้าสะอาด ปลอดภัยได้มาตรฐาน และสถานที่ให้บริการตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวก

ในการติดต่อ เท่านั้น (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมาสำนักงานที่ให้บริการเก็บสินค้าสะอาดและเป็นระเบียบ และเครื่องมือผ่าตัดที่ทันสมัย เท่านั้น (ค่าเฉลี่ย 3.90) และมีระบบการตรวจสอบความถูกต้องของสินค้าก่อนนำส่งไปยังลูกค้า เท่านั้น (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องเครื่องมือผ่าตัดที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.09) รองลงมา บรรจุภัณฑ์สินค้าสะอาด ปลอดภัยได้มาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.00) และสำนักงานที่ให้บริการเก็บสินค้าสะอาดและเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 4.00)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.22 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง							
	ไม่เกิน 3 ปี		4 – 6 ปี		7 - 10 ปี		11 ปีขึ้นไป	
	n = 19		n = 15		n = 17		n = 29	
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.
	(แปลผล)		(แปลผล)		(แปลผล)		(แปลผล)	
แบบซื้อเข้าเทียมของ บริษัทที่มีหลายรุ่น	3.84 (มาก)	0.6	3.73 (มาก)	0.83	4.11 (มาก)	0.6	3.75 (มาก)	0.57
ขนาดซื้อเข้าเทียมมีให้ เลือกหลายขนาด	3.89 (มาก)	0.56	4.26 (มาก)	0.59	3.82 (มาก)	0.63	3.93 (มาก)	0.65
มีเครื่องมือที่ใช้สำหรับ การผ่าตัดข้อเข่าเทียม หลากหลายเทคนิค	3.52 (มาก)	0.61	3.6 (มาก)	0.82	3.41 (ปาน กลาง)	0.71	3.44 (ปาน กลาง)	0.5
ชื่อเสียงของบริษัทฯ เป็นที่รู้จัก	4.21 (มาก)	0.41	3.93 (มาก)	0.45	4.17 (มาก)	0.52	4.17 (มาก)	0.53
รูปลักษณะของข้อ เทียมที่เหมือนธรรมชาติ	3.73 (มาก)	0.65	3.66 (มาก)	0.61	3.58 (มาก)	0.61	3.82 (มาก)	0.65
วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ข้อเข่าเทียมมี คุณภาพสูงทนทานต่อ	3.84 (มาก)	0.6	4 (มาก)	0.53	3.64 (มาก)	0.49	3.75 (มาก)	0.57
ข้อเข่าเทียมของบริษัท ฯได้รับการรับรองจาก องค์การอาหารและยา จากทั้งสหรัฐอเมริกา และประเทศไทย	3.89 (มาก)	0.56	3.86 (มาก)	0.63	3.82 (มาก)	0.63	4.03 (มาก)	0.62
ข้อเข่าเทียมของบริษัท ฯมีรายงานผลการใช้ใน ร่างกายได้เป็น ระยะเวลายาวนาน	3.68 (มาก)	0.58	3.73 (มาก)	0.56	3.7 (มาก)	0.77	3.48 (ปาน กลาง)	0.5
ค่าเฉลี่ย	3.82		3.84		3.78		3.79	
(แปลผล)	(มาก)		(มาก)		(มาก)		(มาก)	

จากตารางที่ 4.22 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านแพทย์เฉพาะทาง 4 – 6 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านแพทย์เฉพาะทางน้อยกว่า 3 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง ชื่อเสียงของบริษัทฯเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.21) รองลงมา คือ แบบซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯมีหลายรุ่น และซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯได้รับการรับรองจากองค์การอาหารและยาจากทั้งสหรัฐอเมริกาและประเทศไทย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.89) และแบบซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯมีหลายรุ่น และวัสดุคิบัที่ใช้ในการผลิตซื้อเข้าเทียมมีคุณภาพสูงทนทานต่อการสึกหรอ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านแพทย์เฉพาะทาง 4 – 6 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง ขนาดซื้อเข้าเทียมมีให้เลือกหลายขนาด (ค่าเฉลี่ย 4.26) รองลงมา คือวัสดุคิบัที่ใช้ในการผลิตซื้อเข้าเทียมมีคุณภาพสูงทนทานต่อการสึกหรอ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และชื่อเสียงของบริษัทฯเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านแพทย์เฉพาะทาง 7 - 10 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง ชื่อเสียงของบริษัทฯเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมา คือแบบซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯมีหลายรุ่น (ค่าเฉลี่ย 4.11) และ ขนาดซื้อเข้าเทียมมีให้เลือกหลายขนาด และซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯได้รับการรับรองจากองค์การอาหารและยาจากทั้งสหรัฐอเมริกาและประเทศไทย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านแพทย์เฉพาะทาง 11 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง ชื่อเสียงของบริษัทฯเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมา คือ ซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯได้รับการรับรองจากองค์การอาหารและยาจากทั้งสหรัฐอเมริกาและประเทศไทย (ค่าเฉลี่ย 4.03) และขนาดซื้อเข้าเทียมมีให้เลือกหลายขนาด (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านแพทย์เฉพาะทาง 4 – 6 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง ขนาดซื้อเข้าเทียมมีให้เลือกหลายขนาด (ค่าเฉลี่ย 4.26) รองลงมา คือวัสดุคิบัที่ใช้ในการผลิตซื้อเข้าเทียมมีคุณภาพสูงทนทานต่อการสึกหรอ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และชื่อเสียงของบริษัทฯเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านแพทย์เฉพาะทาง 7 - 10 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง ชื่อเสียงของบริษัทฯเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมา คือแบบซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯมีหลายรุ่น (ค่าเฉลี่ย 4.11) และขนาดซื้อเข้าเทียมมีให้เลือก

หลายขนาด และข้อเข้าเทียมของบริษัทฯ ได้รับการรับรองจากองค์การอาหารและยาจากทั้งสหรัฐอเมริกาและประเทศไทย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.82)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านแพทย์เฉพาะทาง 11 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุด อันดับแรกในเรื่อง ชื่อเสียงของบริษัทฯเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมา คือ ข้อเข้าเทียมของบริษัทฯได้รับการรับรองจากองค์การอาหารและยาจากทั้งสหรัฐอเมริกาและประเทศไทย (ค่าเฉลี่ย 4.03) และขนาดข้อเข้าเทียมมีให้เลือกหลายขนาด (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ตารางที่ 4.23 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	ประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง							
	ไม่เกิน 3 ปี		4 - 6 ปี		7 - 10 ปี		11 ปีขึ้นไป	
	n = 19		n = 15		n = 17		n = 29	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.
รูปลักษณะของข้อเทียมที่เหมือนธรรมชาติ	3.73 (มาก)	0.65	3.66 (มาก)	0.61	3.58 (มาก)	0.61	3.82 (มาก)	0.65
วัสดุที่ใช้ในการผลิตข้อเข้าเทียมมีคุณภาพสูงทนทานต่อการสึกหรอ	3.84 (มาก)	0.6	4 (มาก)	0.53	3.64 (มาก)	0.49	3.75 (มาก)	0.57
ข้อเข้าเทียมของบริษัทฯได้รับการรับรองจากองค์การอาหารและยาจากทั้งสหรัฐอเมริกา	3.89 (มาก)	0.56	3.86 (มาก)	0.63	3.82 (มาก)	0.63	4.03 (มาก)	0.62
ข้อเข้าเทียมของบริษัทฯมีรายงานผลการใช้ในร่างกายได้เป็นระยะเวลายาวนาน	3.68 (มาก)	0.58	3.73 (มาก)	0.56	3.7 (มาก)	0.77	3.48 (ปานกลาง)	0.5
ค่าเฉลี่ย	3.82		3.84		3.78		3.79	
(แปลผล)	(มาก)		(มาก)		(มาก)		(มาก)	

ตารางที่ 4.23 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคาจำแนกตามประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง

ปัจจัยด้านราคา	ประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง							
	ไม่เกิน 3 ปี		4 – 6 ปี		7 - 10 ปี		11 ปีขึ้นไป	
	n = 19		n = 15		n = 17		n = 29	
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.
	(แปลผล)		(แปลผล)		(แปลผล)		(แปลผล)	
ราคาขายซื้อเข้าเทียมของ บริษัทสามารถแข่งขัน ได้กับบริษัทอื่นๆ	3.73 (มาก)	0.73	3.6 (มาก)	0.5	3.52 (มาก)	0.62	3.62 (มาก)	0.56
การตั้งราคาซื้อเข้าเทียม ของบริษัทที่มีความ เหมาะสมกับคุณภาพ	3.52 (มาก)	0.51	3.53 (มาก)	0.51	4.05 (มาก)	0.55	3.82 (มาก)	0.53
ราคาซื้อเข้าเทียมของ บริษัทสามารถต่อรองได้	3.78 (มาก)	0.5	3.33 (ปาน กลาง)	0.61	3.29 (ปาน กลาง)	0.58	3.55 (มาก)	0.63
ระยะเวลาที่ทางบริษัทฯให้ เครดิตกับลูกค้า	3.52 (มาก)	0.51	3.73 (มาก)	0.7	3.82 (มาก)	0.63	3.72 (มาก)	0.52
ราคาซื้อเข้าเทียมของ บริษัทฯเมื่อเปรียบเทียบกับ ผู้ขายซื้อเข้าเทียมราย อื่น	3.42 (ปาน กลาง)	0.6	3.46 (ปาน กลาง)	0.63	3.29 (ปาน กลาง)	0.46	3.62 (มาก)	0.67
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	3.59 (มาก)		3.53 (มาก)		3.59 (มาก)		3.66 (มาก)	

จากตารางที่ 4.23 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีที่มีประสบการณ์การทำงานด้านแพทย์เฉพาะทาง 11 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านแพทย์เฉพาะทางน้อยกว่า 3 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องราคาซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯสามารถต่อรองได้ (ค่าเฉลี่ย 3.78) รองลงมา คือราคาขายซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯสามารถแข่งขันได้กับบริษัทอื่นๆ

(ค่าเฉลี่ย 3.73) และการตั้งราคาซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯมีความเหมาะสมกับคุณภาพ และระยะเวลาที่ทางบริษัทฯให้เครดิตกับลูกค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.52)

ผู้ตอบแบบสอบถามประสพการณ์การทำงานด้านแพทย์เฉพาะทาง 4 - 6 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องระยะเวลาที่ทางบริษัทฯให้เครดิตกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.73) รองลงมา คือ ราคาขายซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯสามารถแข่งขันได้กับบริษัทอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.60) และการตั้งราคาซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯมีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.53)

ผู้ตอบแบบสอบถามประสพการณ์การทำงานด้านแพทย์เฉพาะทาง 7 - 10 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องการตั้งราคาซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯมีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมา คือระยะเวลาที่ทางบริษัทฯให้เครดิตกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.82) และราคาขายซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯสามารถแข่งขันได้กับบริษัทอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.52)

ผู้ตอบแบบสอบถามประสพการณ์การทำงานด้านแพทย์เฉพาะทาง 11 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องการตั้งราคาซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯมีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.82) รองลงมา คือ ระยะเวลาที่ทางบริษัทฯให้เครดิตกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.72) และราคาขายซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯสามารถแข่งขันได้กับบริษัทอื่นๆและราคาซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ขายซื้อเข้าเทียมรายอื่น เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.62)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.24 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายจำแนกตามประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	ประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง							
	ไม่เกิน 3 ปี		4 – 6 ปี		7 - 10 ปี		11 ปีขึ้นไป	
	n = 19		n = 15		n = 17		n = 29	
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ค่าเฉลี่ย	S.D.
	(แปลผล)		(แปลผล)		(แปลผล)		(แปลผล)	
มีความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อซื้อเข้าเทียมผ่านผู้แทนขายของบริษัทฯ	4.1 (มาก)	0.73	3.66 (มาก)	0.61	4.05 (มาก)	0.65	4 (มาก)	0.59
การให้บริการซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯมีความครอบคลุมทุกพื้นที่	3.84 (มาก)	0.68	3.8 (มาก)	0.41	3.41 (ปานกลาง)	0.5	3.82 (มาก)	0.53
ที่ตั้งของสถานบริการมีความสะดวกและเอื้ออำนวยต่อการสั่งซื้อซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯ	4.26 (มาก)	0.65	4.2 (มาก)	0.67	3.76 (มาก)	0.75	4 (มาก)	0.65
การจัดส่งซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯได้ตรงเวลาตามที่แพทย์ต้องการ	4.26 (มาก)	0.73	4.13 (มาก)	0.74	4.11 (มาก)	0.78	3.82 (มาก)	0.6
มีช่องทาง การสั่งซื้อซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯ โดยผ่านองค์กรเภสัชกรรม	3.84 (มาก)	0.74	3.8 (มาก)	0.61	3.41 (ปานกลาง)	0.5	3.82 (มาก)	0.56
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	4.06 (มาก)		3.91 (มาก)		3.74 (มาก)		3.89 (มาก)	

จากตารางที่ 4.24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านแพทย์เฉพาะทางน้อยกว่า 3 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านแพทย์เฉพาะทางน้อยกว่า 3 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องที่ตั้งของสถานบริการมีความสะดวกและเอื้ออำนวยต่อการสั่งซื้อซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯ และการจัดส่งซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯ ได้ตรงเวลาตามที่แพทย์ต้องการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.26) รองลงมา มีความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อซื้อเข้าเทียม

ผ่านผู้แทนขายของบริษัทฯ (ค่าเฉลี่ย 4.10) และการให้บริการซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯ มีความครอบคลุมทุกพื้นที่ และมีช่องทางการสั่งซื้อซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯ โดยผ่านองค์การเภสัชกรรม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.84)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านแพทย์เฉพาะทาง 4 – 6 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง ที่ตั้งของสถานบริการมีความสะดวกและเอื้ออำนวยต่อการสั่งซื้อซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯ (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมา คือ การจัดส่งซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯ ได้ตรงเวลาตามที่แพทย์ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.13) และการให้บริการซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯ มีความครอบคลุมทุกพื้นที่ และมีช่องทางการสั่งซื้อซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯ โดยผ่านองค์การเภสัชกรรม เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านแพทย์เฉพาะทาง 7 – 10 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง การจัดส่งซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯ ได้ตรงเวลาตามที่แพทย์ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมา คือ มีความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อซื้อเข้าเทียมผ่านผู้แทนขายของบริษัทฯ (ค่าเฉลี่ย 4.05) และที่ตั้งของสถานบริการมีความสะดวกและเอื้ออำนวยต่อการสั่งซื้อซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯ (ค่าเฉลี่ย 3.76)

ผู้ตอบแบบสอบถามประสบการณ์การทำงานด้านแพทย์เฉพาะทาง 11 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง มีความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อซื้อเข้าเทียมผ่านผู้แทนขายของบริษัทฯ และที่ตั้งของสถานบริการมีความสะดวกและเอื้ออำนวยต่อการสั่งซื้อซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา คือ การจัดส่งซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯ ได้ตรงเวลาตามที่แพทย์ต้องการ มีช่องทางการสั่งซื้อซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯ โดยผ่านองค์การเภสัชกรรม และการให้บริการซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯ มีความครอบคลุมทุกพื้นที่ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.82)

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.25 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	ประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง							
	ไม่เกิน 3 ปี		4 – 6 ปี		7 - 10 ปี		11 ปีขึ้นไป	
	n = 19		n = 15		n = 17		n = 29	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.
บริษัทที่มีการส่งเสริมการขายข้อเข้าเทียม เช่นการให้ส่วนลดหรือแถมเป็นต้น	3.42 (ปานกลาง)	0.49	3.53 (มาก)	0.74	3.7 (มาก)	0.88	3.37 (ปานกลาง)	0.62
บริษัทที่มีเอกสารแนะนำข้อเข้าเทียมและเทคนิคการทำศัลยกรรมให้แก่แพทย์อย่างสม่ำเสมอ	4.1 (มาก)	0.65	4.26 (มาก)	0.45	4.17 (มาก)	0.72	3.93 (มาก)	0.77
บริษัทให้ความสำคัญกับองค์การแพทย์ในงานประชุมวิชาการและร่วมออกบูธเพื่อแสดงข้อเข้าเทียม	3.89 (มาก)	0.8	4.2 (มาก)	0.59	3.88 (มาก)	0.6	4.17 (มาก)	0.75
บริษัทมีการนำเสนอข้อเข้าเทียมโดยให้ตัวแทนขายนำเสนอแก่แพทย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	3.68 (มาก)	0.82	3.53 (มาก)	0.51	3.47 (ปานกลาง)	0.62	3.31 (ปานกลาง)	0.47
บริษัทให้การสนับสนุนแพทย์เข้าร่วมประชุมวิชาการทั้งในและต่างประเทศอย่างสม่ำเสมอ	3.42 (ปานกลาง)	0.5	3.06 (ปานกลาง)	0.25	3.64 (มาก)	0.7	3.51 (มาก)	0.63
บริษัทจัดเครื่องมือและข้อเข้าเทียมสำรองไว้พร้อมใจอยู่ในโรงพยาบาลตลอดเวลา	3.68 (มาก)	0.58	3.8 (มาก)	0.56	3.88 (มาก)	0.6	3.75 (มาก)	0.57
ค่าเฉลี่ย	3.69		3.73		3.79		3.67	
(แปลผล)	(มาก)		(มาก)		(มาก)		(มาก)	

จากตารางที่ 4.25 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง 7 - 10 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามประสพการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทางไม่เกิน 3 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องบริษัทมีเอกสารแนะนำข้อเข้าเทียมและเทคนิคการผ่าตัดให้แก่แพทย์อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมา บริษัทฯให้ความร่วมมือกับองค์กรแพทย์ในงานประชุมวิชาการและร่วมออกนุชเพื่อแสดงข้อเข้าเทียมคือ (ค่าเฉลี่ย 3.89) และบริษัทมีการนำเสนอข้อเข้าเทียมโดยใช้ผู้แทนขายนำเสนอแก่แพทย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และบริษัทฯจัดเครื่องมือและข้อเข้าเทียมสำรองไว้พร้อมใช้อยู่ในโรงพยาบาลตลอดเวลา เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.68)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีประสพการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง 4 – 6 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องบริษัทมีเอกสารแนะนำข้อเข้าเทียมและเทคนิคการผ่าตัดให้แก่แพทย์อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.26) รองลงมา บริษัทฯให้ความร่วมมือกับองค์กรแพทย์ในงานประชุมวิชาการและร่วมออกนุชเพื่อแสดงข้อเข้าเทียมคือ (ค่าเฉลี่ย 4.20) และบริษัทฯจัดเครื่องมือและข้อเข้าเทียมสำรองไว้พร้อมใช้อยู่ในโรงพยาบาลตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีประสพการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง 7 - 10 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง บริษัทฯมีเอกสารแนะนำข้อเข้าเทียมและเทคนิคการผ่าตัดให้แก่แพทย์อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมา คือบริษัทฯให้ความร่วมมือกับองค์กรแพทย์ในงานประชุมวิชาการและร่วมออกนุชเพื่อแสดงข้อเข้าเทียม และบริษัทฯจัดเครื่องมือและข้อเข้าเทียมสำรองไว้พร้อมใช้อยู่ในโรงพยาบาลตลอดเวลา เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.88) และบริษัทฯมีการส่งเสริมการขายข้อเข้าเทียม เช่นการให้ส่วนลดหรือแถมเป็นต้น (ค่าเฉลี่ย 3.70)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีประสพการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง 11 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องบริษัทฯให้ความร่วมมือกับองค์กรแพทย์ในงานประชุมวิชาการและร่วมออกนุชเพื่อแสดงข้อเข้าเทียม (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมา คือ บริษัทฯมีเอกสารแนะนำข้อเข้าเทียมและเทคนิคการผ่าตัดให้แก่แพทย์อย่างสม่ำเสมอ(ค่าเฉลี่ย 3.93) และบริษัทฯจัดเครื่องมือและข้อเข้าเทียมสำรองไว้พร้อมใช้อยู่ในโรงพยาบาลตลอดเวลา เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ตารางที่ 4.26 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากรจำแนกตามประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง

ปัจจัยด้านบุคลากร	ประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง							
	ไม่เกิน 3 ปี		4 – 6 ปี		7 - 10 ปี		11 ปีขึ้นไป	
	n = 19		n = 15		n = 17		n = 29	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.
ผู้แทนขายของบริษัทฯแต่งกายเหมาะสมและมีบุคลิกภาพดี	3.42 (ปานกลาง)	0.60	3.46 (ปานกลาง)	0.51	3.41 (ปานกลาง)	0.50	3.55 (มาก)	0.68
ผู้แทนขายของบริษัทฯมีความสุภาพอ่อนน้อมต่อแพทย์	4.00 (มาก)	0.62	3.86 (มาก)	0.83	4.05 (มาก)	0.74	3.89 (มาก)	0.75
ผู้แทนขายของบริษัทฯมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อแพทย์	3.94 (มาก)	0.68	3.86 (มาก)	0.51	3.76 (มาก)	0.56	3.79 (มาก)	0.72
ผู้แทนขายของบริษัทฯมีความรู้ความสามารถนำเสนอข้อมูลเชิงเทคนิคของข้อเข้าเทียมได้อย่างเชี่ยวชาญ	3.68 (มาก)	0.74	3.73 (มาก)	0.59	3.58 (มาก)	0.61	3.41 (ปานกลาง)	0.56

ตารางที่ 4.26 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากรจำแนกตามประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง

ปัจจัยด้านบุคลากร	ประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง							
	ไม่เกิน 3 ปี		4 – 6 ปี		7 - 10 ปี		11 ปีขึ้นไป	
	n = 19		n = 15		n = 17		n =29	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.
ผู้แทนขายของบริษัทที่มีความสามารถตอบข้อสงสัยและแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเชิงเทคนิคของข้อเช่าเทียมได้อย่างถูกต้อง	3.42 (ปานกลาง)	0.49	3.33 (ปานกลาง)	0.61	3.58 (มาก)	0.71	3.58 (มาก)	0.73
ผู้แทนขายของบริษัทที่มีการเขียนเขียนแพทย์อย่างสม่ำเสมอ	3.52 (มาก)	0.69	3.26 (ปานกลาง)	0.45	3.41 (ปานกลาง)	0.50	3.41 (ปานกลาง)	0.62
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	3.66 (มาก)		3.58 (มาก)		3.63 (มาก)		3.60 (มาก)	

จากตารางที่ 4.26 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทางไม่เกิน 3 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทางไม่เกิน 3 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องผู้แทนขายของบริษัทที่มีความสุภาพอ่อนน้อมต่อแพทย์ (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา ผู้แทนขายของบริษัทที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อแพทย์ (ค่าเฉลี่ย 3.94) และ ผู้แทนขายของบริษัทที่มีความรู้ความสามารถนำเสนอข้อมูลเชิงเทคนิคของข้อเข้าเทียมได้อย่างเชี่ยวชาญ (ค่าเฉลี่ย 3.68)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง 4 - 6 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องผู้แทนขายของบริษัทที่มีความสุภาพอ่อนน้อมต่อแพทย์ และผู้แทนขายของบริษัทที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อแพทย์ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.86) รองลงมาผู้แทนขายของบริษัทที่มีความรู้ความสามารถนำเสนอข้อมูลเชิงเทคนิคของข้อเข้าเทียมได้อย่างเชี่ยวชาญ (ค่าเฉลี่ย 3.73)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง 7- 10 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องผู้แทนขายของบริษัทที่มีความสุภาพอ่อนน้อมต่อแพทย์ (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมา ผู้แทนขายของบริษัทที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อแพทย์ (ค่าเฉลี่ย 3.76) และผู้แทนขายของบริษัทที่มีความรู้ความสามารถนำเสนอข้อมูลเชิงเทคนิคของข้อเข้าเทียมได้อย่างเชี่ยวชาญ และผู้แทนขายของบริษัทมีความสามารถตอบข้อสงสัยและแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเชิงเทคนิคของข้อเข้าเทียมได้อย่างถูกต้อง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.58)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง 11 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องผู้แทนขายของบริษัทที่มีความสุภาพอ่อนน้อมต่อแพทย์ (ค่าเฉลี่ย 3.89) รองลงมา ผู้แทนขายของบริษัทที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อแพทย์ (ค่าเฉลี่ย 3.79) และผู้แทนขายของบริษัทมีความสามารถตอบข้อสงสัยและแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเชิงเทคนิคของข้อเข้าเทียมได้อย่างถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.58)

ตารางที่ 4.27 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง

ปัจจัยด้านบุคลากร	ประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง							
	ไม่เกิน 3 ปี		4 – 6 ปี		7 - 10 ปี		11 ปีขึ้นไป	
	n = 19		n = 15		n = 17		n = 29	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.
ความรวดเร็วในการให้บริการในการส่งสินค้า	4.10 (มาก)	0.73	3.86 (มาก)	0.83	3.94 (มาก)	0.42	4.03 (มาก)	0.77
ความถูกต้องครบถ้วนในการส่งสินค้า	4.05 (มาก)	0.62	4.00 (มาก)	0.75	4.17 (มาก)	0.72	4.06 (มาก)	0.70
ความสะดวกในการจัดซื้อสินค้า	4.15 (มาก)	0.68	3.60 (มาก)	0.73	4.17 (มาก)	0.72	3.93 (มาก)	0.75
ความสามารถในการเตรียมความพร้อมของสินค้าและเครื่องมือก่อนผ่าตัด	3.78 (มาก)	0.71	3.73 (มาก)	0.45	3.52 (มาก)	0.62	3.75 (มาก)	0.57
การมีส่วนร่วมและให้บริการในการผ่าตัดรักษา	3.94 (มาก)	0.52	3.66 (มาก)	0.72	4.05 (มาก)	0.55	3.75 (มาก)	0.57
การบันทึกประวัติการใช้สินค้าสำหรับแพทย์	3.73 (มาก)	0.56	3.66 (มาก)	0.63	3.82 (มาก)	0.75	3.62 (มาก)	0.72
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	3.95 (มาก)		3.75 (มาก)		3.94 (มาก)		3.85 (มาก)	

จากตารางที่ 4.27 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านแพทย์เฉพาะทางไม่เกิน 3 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มอายุให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง ไม่เกิน 3 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องความสะดวกในการจัดซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.15) รองลงมา ความรวดเร็วในการให้บริการในการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.10) และความถูกต้องครบถ้วนในการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง 4 – 6 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องความถูกต้องครบถ้วนในการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา ความรวดเร็วในการให้บริการในการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.86) และความสามารถในการเตรียมความพร้อมของสินค้าและเครื่องมือก่อนผ่าตัด (ค่าเฉลี่ย 3.73)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง 7 - 10 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องความถูกต้องครบถ้วนในการส่งสินค้า และความสะดวกในการจัดซื้อสินค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมา การมีส่วนร่วมและให้บริการในการผ่าตัดรักษา (ค่าเฉลี่ย 4.05) และความเร็วในการให้บริการในการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.94)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง 11 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง ความถูกต้องครบถ้วนในการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมา ความรวดเร็วในการให้บริการในการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.03) และความสะดวกในการจัดซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.28 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการ

ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอทางกายภาพ	ประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง							
	ไม่เกิน 3 ปี		4 – 6 ปี		7 - 10 ปี		11 ปีขึ้นไป	
	n = 19		n = 15		n = 17		n = 29	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.
สำนักงานที่ให้บริการเก็บ สินค้าสะอาดและเป็น ระเบียบ	3.78 (มาก)	0.71	3.46 (ปาน กลาง)	0.51	4.00 (มาก)	0.70	3.86 (มาก)	0.51
สถานที่ให้บริการตั้งอยู่ ในทำเลที่สะดวกในการ ติดต่อ	3.78 (มาก)	0.41	4.00 (มาก)	0.75	4.00 (มาก)	0.70	3.89 (มาก)	0.55
บรรจุภัณฑ์สินค้าสะอาด ปลอดภัยได้มาตรฐาน	3.89 (มาก)	0.80	3.86 (มาก)	0.63	4.17 (มาก)	0.72	3.96 (มาก)	0.62
เครื่องมือผ่าตัดที่ทันสมัย	4.10 (มาก)	0.73	3.86 (มาก)	0.59	4.05 (มาก)	0.82	4.03 (มาก)	0.68
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	3.88 (มาก)		3.76 (มาก)		4.05 (มาก)		3.93 (มาก)	

จากตารางที่ 4.28 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านแพทย์เฉพาะทาง 7 - 10 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทางไม่เกิน 3 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องเครื่องมือผ่าตัดที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมา บรรจุก๊าซสูดอากาศ ปลอดภัยได้มาตรฐาน เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.89) และสำนักงานที่ให้บริการเก็บสูดอากาศและเป็นระเบียบ และสถานที่ให้บริการตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกในการติดต่อเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.78)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง 4 – 6 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องสถานที่ให้บริการตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกในการติดต่อ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมาบรรจุก๊าซสูดอากาศ ปลอดภัยได้มาตรฐาน และเครื่องมือผ่าตัดที่ทันสมัย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.86) และมีระบบการตรวจสอบความถูกต้องของสูดอากาศก่อนนำส่งไปยังลูกค้ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.73)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง 7 - 10 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง บรรจุก๊าซสูดอากาศ ปลอดภัยได้มาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.17) รองลงมาเครื่องมือผ่าตัดที่ทันสมัย และมีระบบการตรวจสอบความถูกต้องของสูดอากาศก่อนนำส่งไปยังลูกค้ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.05) และสถานที่ให้บริการตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกในการติดต่อ และสำนักงานที่ให้บริการเก็บสูดอากาศและเป็นระเบียบ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง 11 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องเครื่องมือผ่าตัดที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.03) รองลงมาบรรจุก๊าซสูดอากาศ ปลอดภัยได้มาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.96) และสถานที่ให้บริการตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ตารางที่ 4.29 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามจำนวนครั้งในการเลือกใช้อ้อยเข้าเทียมสำหรับผู้ป่วย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	จำนวนครั้งการเลือกใช้อ้อยเข้าเทียม					
	น้อยกว่า 10 ครั้งต่อปี		10 – 20 ครั้งต่อปี		มากกว่า 20 ครั้งต่อปี	
	n = 24		n = 16		n = 40	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.
แบบอ้อยเข้าเทียมของบริษัทฯมีหลายรุ่น	3.83 (มาก)	0.63	4.06 (มาก)	0.68	3.77 (มาก)	0.53
ขนาดอ้อยเข้าเทียมมีให้เลือกหลายขนาด	3.91 (มาก)	0.58	3.93 (มาก)	0.77	4.00 (มาก)	0.52
มีเครื่องมือที่ใช้สำหรับการผ่าตัดอ้อยเข้าเทียมหลากหลายเทคนิค	3.41 (ปานกลาง)	0.58	3.56 (มาก)	0.72	3.50 (มาก)	0.64
ชื่อเสียงของบริษัทฯเป็นที่รู้จัก	4.20 (มาก)	0.41	4.25 (มาก)	0.68	4.02 (มาก)	0.42
รูปลักษณะของอ้อยเทียมที่เหมือนธรรมชาติ	3.62 (มาก)	0.71	3.50 (มาก)	0.63	3.90 (มาก)	0.56
วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตอ้อยเทียมมีคุณภาพสูงทนทานต่อการสึกหรอ	3.70 (มาก)	0.62	3.81 (มาก)	0.54	3.85 (มาก)	0.53
อ้อยเข้าเทียมของบริษัทฯได้รับการรับรองจากองค์การอาหารและยาจากทั้งสหรัฐอเมริกาและประเทศไทย	4.12 (มาก)	0.61	3.62 (มาก)	0.50	3.92 (มาก)	0.61
อ้อยเข้าเทียมของบริษัทฯมีรายงานผลการใช้ในร่างกายได้เป็นระยะเวลายาวนาน	3.62 (มาก)	0.49	3.62 (มาก)	0.61	3.65 (มาก)	0.66
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	3.80 (มาก)		3.79 (มาก)		3.82 (มาก)	

จากตารางที่ 4.29 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้ข้อเข้าเทียมมากกว่า 20 ครั้งต่อปี ให้ ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ ละกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้ข้อเข้าเทียมน้อยกว่า 10 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ย สูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง ชื่อเสียงของบริษัทฯเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมา คือข้อ เข้าเทียมของบริษัทฯได้รับการรับรองจากองค์การอาหารและยาจากทั้งสหรัฐอเมริกาและประเทศไทย (ค่าเฉลี่ย 4.12) และขนาดข้อเข้าเทียมมีให้เลือกหลายขนาด (ค่าเฉลี่ย 3.91)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้ข้อเข้าเทียม 10 – 20 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง ชื่อเสียงของบริษัทฯเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมา คือ แบบข้อ เข้าเทียมของบริษัทฯมีหลายรุ่น (ค่าเฉลี่ย 4.06) และขนาดข้อเข้าเทียมมีให้เลือกหลายขนาด (ค่าเฉลี่ย 3.93)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้ข้อเข้าเทียมมากกว่า 20 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ย สูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง ชื่อเสียงของบริษัทฯเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมา คือ ขนาดข้อเข้าเทียมมีให้เลือกหลายขนาด (ค่าเฉลี่ย 4.00) และข้อเข้าเทียมของบริษัทฯได้รับการรับรอง จากองค์การอาหารและยาจากทั้งสหรัฐอเมริกาและประเทศไทย เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.92)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.30 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามจำนวนการครั้งการเลือกใช้ซื้อเข้าเทียม

ปัจจัยด้านราคา	จำนวนครั้งการเลือกใช้ซื้อเข้าเทียม					
	น้อยกว่า 10 ครั้งต่อปี		10 – 20 ครั้งต่อปี		มากกว่า 20 ครั้งต่อปี	
	n = 24		n = 16		n = 40	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.
ราคาขายซื้อเข้าเทียมของบริษัท ฯสามารถแข่งขันได้กับบริษัท อื่นๆ	3.54 (มาก)	0.65	3.50 (มาก)	0.51	3.72 (มาก)	0.59
การตั้งราคาซื้อเข้าเทียมของ บริษัทฯมีความเหมาะสมกับ คุณภาพ	3.83 (มาก)	0.56	3.81 (มาก)	0.54	3.67 (มาก)	0.57
ราคาซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯ สามารถต่อรองได้	3.50 (มาก)	0.51	3.43 (ปาน กลาง)	0.72	3.45 (ปาน กลาง)	0.59
ระยะเวลาที่ทางบริษัทฯให้ เครดิตกับลูกค้า	3.79 (มาก)	0.65	3.75 (มาก)	0.57	3.62 (มาก)	0.54
ราคาซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯ เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ขายซื้อเข้า เทียมรายอื่น	3.54 (มาก)	0.72	3.50 (มาก)	0.51	3.42 (ปาน กลาง)	0.59
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	3.64 (มาก)		3.59 (มาก)		3.57 (มาก)	

จากตารางที่ 4.30 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้ซื้อเข้าเทียมน้อยกว่า 10 ครั้งต่อปีให้ ความสำคัญปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละ กลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้ซื้อเข้าเทียมน้อยกว่า 10 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องการตั้งราคาซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯมีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.83) รองลงมา คือระยะเวลาที่ทางบริษัทฯให้เครดิตกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.79) และราคาขายซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯสามารถแข่งขันได้กับบริษัทอื่นๆ และราคาซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ขายซื้อเข้าเทียมรายอื่น เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.54)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้ซื้อเข้าเทียม 10 – 20 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องการตั้งราคาซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯมีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.81) รองลงมา คือ ระยะเวลาที่ทางบริษัทฯให้เครดิตกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.75) และราคาขายซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯสามารถแข่งขันได้กับบริษัทอื่นๆ และราคาซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ขายซื้อเข้าเทียมรายอื่น เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.50)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้ซื้อเข้าเทียมมากกว่า 20 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องราคาขายซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯสามารถแข่งขันได้กับบริษัทอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.72) รองลงมา คือการตั้งราคาซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯมีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.67) และระยะเวลาที่ทางบริษัทฯให้เครดิตกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.62)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.31 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายจำแนกตามจำนวนการครั้งการใช้ซื้อเข้าเทียม

ปัจจัยด้านการจัด จำหน่าย	จำนวนครั้งการใช้ซื้อเข้าเทียม					
	น้อยกว่า 10 ครั้งต่อปี		10 – 20 ครั้งต่อปี		มากกว่า 20 ครั้งต่อปี	
	n = 24		n = 16		n = 40	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.
มีความสะดวกในการติดต่อ สั่งซื้อซื้อเข้าเทียมผ่านผู้แทน ขายของบริษัทฯ	3.95 (มาก)	0.62	3.93 (มาก)	0.44	4.00 (มาก)	0.75
การให้บริการซื้อเข้าเทียม ของ บริษัท ฯ มีความ ครอบคลุมทุกพื้นที่	3.75 (มาก)	0.67	3.81 (มาก)	0.40	3.70 (มาก)	0.56
ที่ตั้งของสถานบริการมี ความสะดวกและเอื้ออำนวย ต่อการสั่งซื้อซื้อเข้าเทียม ของบริษัท ฯ	4.00 (มาก)	0.58	4.12 (มาก)	0.80	4.30 (มาก)	0.71
การจัดส่งซื้อเข้าเทียมของ บริษัทฯ ได้ตรงเวลาตามที่ แพทย์ต้องการ	4.12 (มาก)	0.67	4.12 (มาก)	0.61	3.97 (มาก)	0.76
มีช่องทางการสั่งซื้อซื้อเข้า เทียมของบริษัท ฯ โดยผ่าน องค์กรเภสัชกรรม	3.62 (มาก)	0.71	3.56 (มาก)	0.62	3.52 (มาก)	0.55
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	3.88 (มาก)		3.90 (มาก)		3.89 (มาก)	

จากตารางที่ 4.31 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้ซื้อเข้าเทียม 10 – 20 ครั้งต่อปี ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้ซื้อเข้าเทียมน้อยกว่า 10 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องการจัดส่งซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯ ได้ตรงเวลาตามที่แพทย์ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมา ที่ตั้งของสถานบริการมีความสะดวกและเอื้ออำนวยต่อการสั่งซื้อซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และมีความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อซื้อเข้าเทียมผ่านผู้แทนขายของบริษัทฯ (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้ซื้อเข้าเทียม 10 – 20 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง ที่ตั้งของสถานบริการมีความสะดวกและเอื้ออำนวยต่อการสั่งซื้อซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯ และการจัดส่งซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯ ได้ตรงเวลาตามที่แพทย์ต้องการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมาคือ มีความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อซื้อเข้าเทียมผ่านผู้แทนขายของบริษัทฯ (ค่าเฉลี่ย 3.93) และการให้บริการซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯ มีความครอบคลุมทุกพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 3.81)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้ซื้อเข้าเทียมมากกว่า 20 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง ที่ตั้งของสถานบริการมีความสะดวกและเอื้ออำนวยต่อการสั่งซื้อซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯ (ค่าเฉลี่ย 4.30) รองลงมาคือ มีความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อซื้อเข้าเทียมผ่านผู้แทนขายของบริษัทฯ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และการจัดส่งซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯ ได้ตรงเวลาตามที่แพทย์ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.97)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.32 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อบัณฑิตด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามจำนวนการครั้งการเลือกใช้อีช้อปเข้าเทียม

ปัจจัยด้านการส่งเสริม การตลาด	จำนวนครั้งการเลือกใช้อีช้อปเข้าเทียม					
	น้อยกว่า 10 ครั้งต่อปี		10 – 20 ครั้งต่อปี		มากกว่า 20 ครั้งต่อปี	
	n = 24		n = 16		n = 40	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.
บริษัทฯมีการส่งเสริมการขายอีช้อปเข้าเทียม เช่นการให้ส่วนลดหรือแถมเป็นต้น	3.33 (ปานกลาง)	0.63	3.62 (มาก)	0.71	3.50 (มาก)	0.59
บริษัทฯมีเอกสารแนะนำอีช้อปเข้าเทียมและเทคนิคการผ่าตัดให้แก่แพทย์อย่างสม่ำเสมอ	3.91 (มาก)	0.71	4.18 (มาก)	0.65	4.12 (มาก)	0.68
บริษัทฯให้ความร่วมมือกับองค์กรแพทย์ในงานประชุมวิชาการและร่วมออกบูธเพื่อแสดงอีช้อปเข้าเทียม	3.79 (มาก)	0.72	3.93 (มาก)	0.57	4.20 (มาก)	0.55
บริษัทฯมีการนำเสนออีช้อปเข้าเทียมโดยใช้ผู้แทนขายนำเสนอแก่แพทย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	3.58 (มาก)	0.77	3.62 (มาก)	0.50	3.35 (ปานกลาง)	0.53
บริษัทฯให้การสนับสนุนแพทย์เข้าร่วมประชุมวิชาการทั้งในและต่างประเทศอย่างสม่ำเสมอ	3.33 ()	0.48	3.50 (มาก)	0.73	3.47 (ปานกลาง)	0.59
บริษัทฯจัดเครื่องมือและอีช้อปเข้าเทียมสำรองไว้พร้อมใช้อยู่ในโรงพยาบาลตลอดเวลา	3.75 (มาก)	0.60	3.81 (มาก)	0.75	3.77 (มาก)	0.47
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	3.61 (มาก)		3.77 (มาก)		3.73 (มาก)	

จากตารางที่ 4.32 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้ข้อเข้าเทียม 10 – 20 ครั้งต่อปี ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้ข้อเข้าเทียมน้อยกว่า 10 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องบริษัทมีเอกสารแนะนำข้อเข้าเทียมและเทคนิคการผ่าตัดให้แก่แพทย์อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.91) รองลงมา บริษัทฯให้ความร่วมมือกับองค์กรแพทย์ในงานประชุมวิชาการและร่วมออกนุชเพื่อแสดงข้อเข้าเทียมคือ (ค่าเฉลี่ย 3.79) และบริษัทฯจัดเครื่องมือและข้อเข้าเทียมสำรองไว้พร้อมใช้อยู่ในโรงพยาบาลตลอดเวลา เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้ข้อเข้าเทียม 10 – 20 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องบริษัทมีเอกสารแนะนำข้อเข้าเทียมและเทคนิคการผ่าตัดให้แก่แพทย์อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.18) รองลงมา บริษัทฯให้ความร่วมมือกับองค์กรแพทย์ในงานประชุมวิชาการและร่วมออกนุชเพื่อแสดงข้อเข้าเทียมคือ (ค่าเฉลี่ย 3.93) และบริษัทฯจัดเครื่องมือและข้อเข้าเทียมสำรองไว้พร้อมใช้อยู่ในโรงพยาบาลตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.81)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้ข้อเข้าเทียมมากกว่า 20 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง บริษัทมีเอกสารแนะนำข้อเข้าเทียมและเทคนิคการผ่าตัดให้แก่แพทย์อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.20) รองลงมา คือบริษัทฯให้ความร่วมมือกับองค์กรแพทย์ในงานประชุมวิชาการและร่วมออกนุชเพื่อแสดงข้อเข้าเทียม (ค่าเฉลี่ย 4.12) และบริษัทฯจัดเครื่องมือและข้อเข้าเทียมสำรองไว้พร้อมใช้อยู่ในโรงพยาบาลตลอดเวลา เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.77)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.33 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากรจำแนกตามจำนวนการครั้งการใช้ข้อเข้าเทียม

ปัจจัยด้านบุคลากร	จำนวนครั้งการใช้ข้อเข้าเทียม					
	น้อยกว่า 10 ครั้งต่อปี		10 – 20 ครั้งต่อปี		มากกว่า 20 ครั้งต่อปี	
	n = 24		n = 16		n = 40	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.
ผู้แทนขายของบริษัทฯ แต่งกายเหมาะสมและมีบุคลิกภาพดี	3.45 (ปานกลาง)	0.58	3.62 (มาก)	0.61	3.42 (ปานกลาง)	0.59
ผู้แทนขายของบริษัทฯ มีความสุภาพอ่อนน้อมต่อแพทย์	3.91 (มาก)	0.82	4.06 (มาก)	0.85	3.97 (มาก)	0.61
ผู้แทนขายของบริษัทฯ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อแพทย์	3.75 (มาก)	0.67	3.81 (มาก)	0.65	3.85 (มาก)	0.62
ผู้แทนขายของบริษัทฯ มีความรู้ความสามารถนำเสนอข้อมูลเชิงเทคนิคของข้อเข้าเทียมได้อย่างเชี่ยวชาญ	3.66 (มาก)	0.70	3.62 (มาก)	0.50	3.50 (มาก)	0.64
ผู้แทนขายของบริษัทฯ มีความสามารถตอบข้อสงสัยและแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเชิงเทคนิคของข้อเข้าเทียมได้อย่างถูกต้อง	3.50 (มาก)	0.65	3.31 (ปานกลาง)	0.60	3.55 (มาก)	0.67
ผู้แทนขายของบริษัทฯ มีการเยี่ยมชมแพทย์อย่างสม่ำเสมอ	3.41 (ปานกลาง)	0.58	3.50 (มาก)	0.51	3.37 (ปานกลาง)	0.62
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	3.61 (มาก)		3.65 (มาก)		3.61 (มาก)	

จากตารางที่ 4.33 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้ข้อเข้าเทียม 10 – 20 ครั้งต่อปี ให้ความสำคัญปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้ข้อเข้าเทียมน้อยกว่า 10 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องผู้แทนขายของบริษัทที่มีความสุภาพอ่อนน้อมต่อแพทย์ (ค่าเฉลี่ย 3.91) รองลงมา ผู้แทนขายของบริษัทที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อแพทย์ (ค่าเฉลี่ย 3.75) และ ผู้แทนขายของบริษัทที่มีความรู้ความสามารถนำเสนอข้อมูลเชิงเทคนิคของข้อเข้าเทียมได้อย่างเชี่ยวชาญ (ค่าเฉลี่ย 3.66)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้ข้อเข้าเทียม 10 – 20 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องผู้แทนขายของบริษัทที่มีความสุภาพอ่อนน้อมต่อแพทย์ (ค่าเฉลี่ย 4.06) รองลงมา คือผู้แทนขายของบริษัทที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อแพทย์ (ค่าเฉลี่ย 3.81) และผู้แทนขายของบริษัทที่มีความรู้ความสามารถนำเสนอข้อมูลเชิงเทคนิคของข้อเข้าเทียมได้อย่างเชี่ยวชาญ และผู้แทนขายของบริษัทที่แต่งกายเหมาะสมและมีบุคลิกภาพดี เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.62)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้ข้อเข้าเทียมมากกว่า 20 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องผู้แทนขายของบริษัทที่มีความสุภาพอ่อนน้อมต่อแพทย์ (ค่าเฉลี่ย 3.97) รองลงมา ผู้แทนขายของบริษัทที่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อแพทย์ (ค่าเฉลี่ย 3.85) และผู้แทนขายของบริษัทที่มีความสามารถตอบข้อสงสัยและแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเชิงเทคนิคของข้อเข้าเทียมได้อย่างถูกต้อง เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.55)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.34 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามจำนวนการครั้งการเลือกใช้อีช้อปเข้าเทียม

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	จำนวนครั้งการเลือกใช้อีช้อปเข้าเทียม					
	น้อยกว่า 10 ครั้งต่อปี		10 – 20 ครั้งต่อปี		มากกว่า 20 ครั้งต่อปี	
	n = 24		n = 16		n = 40	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.
ความรวดเร็วในการให้บริการในการส่งสินค้า	4.12 (มาก)	0.79	4.12 (มาก)	0.71	3.87 (มาก)	0.64
ความถูกต้องครบถ้วนในการส่งสินค้า	4.00 (มาก)	0.72	4.25 (มาก)	0.77	4.05 (มาก)	0.63
ความสะดวกในการจัดซื้อสินค้า	3.95 (มาก)	0.75	4.00 (มาก)	0.73	3.97 (มาก)	0.74
ความสามารถในการเตรียมความพร้อมของสินค้าและเครื่องมือก่อนผ่าตัด	3.70 (มาก)	0.62	3.81 (มาก)	0.65	3.67 (มาก)	0.57
การมีส่วนร่วมและให้บริการในการผ่าตัดรักษา	3.87 (มาก)	0.53	3.68 (มาก)	0.70	3.90 (มาก)	0.59
การบันทึกประวัติการใช้สินค้าสำหรับแพทย์	3.87 (มาก)	0.61	3.56 (มาก)	0.62	3.70 (มาก)	0.72
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	3.91 (มาก)		3.90 (มาก)		3.86 (มาก)	

จากตารางที่ 4.34 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้อีช้อปเข้าเทียมน้อยกว่า 10 ครั้งต่อปี ให้ความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้อีช้อปเข้าเทียมน้อยกว่า 10 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องความรวดเร็วในการให้บริการในการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.12)

รองลงมา คือ ความถูกต้องครบถ้วนในการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00) และความสะดวกในการจัดซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้ซื้อเข้าเทียม 10 -20 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องความถูกต้องครบถ้วนในการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.25) รองลงมา ความรวดเร็วในการให้บริการในการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.12) และความสะดวกในการจัดซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้ซื้อเข้าเทียมมากกว่า 20 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องความถูกต้องครบถ้วนในการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมา ความสะดวกในการจัดซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.97) และการมีส่วนร่วมและให้บริการในการผ่าตัดรักษา (ค่าเฉลี่ย 3.90)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.35 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพจำแนกตามจำนวนการครั้งการเลือกใช้อาคารเทียบ

ปัจจัยด้านการสร้างและ นำเสนอทางกายภาพ	จำนวนครั้งการเลือกใช้อาคารเทียบ					
	น้อยกว่า 10 ครั้งต่อปี		10 – 20 ครั้งต่อปี		มากกว่า 20 ครั้งต่อปี	
	n = 24		n = 16		n = 40	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.
สำนักงานที่ให้บริการเก็บ สินค้าสะอาดและเป็นระเบียบ	3.54 (มาก)	0.58	3.93 (มาก)	0.57	3.90 (มาก)	0.62
สถานที่ให้บริการตั้งอยู่ในทำเล ที่สะดวกในการติดต่อ	3.91 (มาก)	0.50	3.87 (มาก)	0.71	3.92 (มาก)	0.61
บรรจุกันท์สินค้าสะอาด ปลอดภัยได้มาตรฐาน	3.75 (มาก)	0.73	4.00 (มาก)	0.81	4.10 (มาก)	0.59
เครื่องมือผ่าตัดที่ทันสมัย	4.08 (มาก)	0.71	3.68 (มาก)	0.70	4.07 (มาก)	0.69
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	3.82 (มาก)		3.87 (มาก)		3.99 (มาก)	

จากตารางที่ 4.35 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้อาคารเทียบมากกว่า 20 ครั้งต่อปี ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.99) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้อาคารเทียบน้อยกว่า 10 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องเครื่องมือผ่าตัดที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.08) รองลงมา สถานที่ให้บริการตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.91) และบรรจุกันท์สินค้าสะอาด ปลอดภัยได้มาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.75)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้อาคารเทียบ 10 – 20 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องบรรจุกันท์สินค้าสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา สำนักงานที่ให้บริการเก็บสินค้าสะอาดและเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.93) และสถานที่ให้บริการตั้งอยู่ในทำเลที่

สะดวกในการติดต่อ และมีระบบการตรวจสอบความถูกต้องของสินค้าก่อนนำไปยังลูกค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้ซ้ำเข้าเทียมมากกว่า 20 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง บรรจุกันท์สินค้าสะอาด ปลอดภัยได้มาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมา เครื่องมือผ่าตัดที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.07) และสถานที่ให้บริการตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.92)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.36 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จำแนกตามจำนวนเตียงผู้ป่วยในโรงพยาบาล

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	จำนวนเตียงผู้ป่วยในโรงพยาบาล			
	10 – 500 เตียง		มากกว่า 500 เตียง	
	n = 41		n = 39	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.
แบบซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯมีหลายรุ่น	3.87 (มาก)	0.62	3.82 (มาก)	0.57
ขนาดซื้อเข้าเทียมมีให้เลือกหลายขนาด	4.00 (มาก)	0.67	3.92 (มาก)	0.57
มีเครื่องมือที่ใช้สำหรับการผ่าตัดซื้อเข้าเทียม หลากหลายเทคนิค	3.58 (มาก)	0.66	3.38 (ปานกลาง)	0.59
ชื่อเสียงของบริษัทฯเป็นที่รู้จัก	4.14 (มาก)	0.52	4.10 (มาก)	0.44
รูปลักษณะของซื้อเทียมที่เหมือนธรรมชาติ	3.70 (มาก)	0.65	3.74 (มาก)	0.61
วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตซื้อเทียมมีคุณภาพสูง ทนทานต่อการสึกหรอ	3.65 (มาก)	0.52	3.94 (มาก)	0.59
ซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯได้รับการรับรองจาก องค์การอาหารและยาจากทั้งสหรัฐอเมริกาและ ประเทศไทย	3.95 (มาก)	0.63	3.89 (มาก)	0.59
ซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯมีรายงานผลการใช้ใน ร่างกายได้เป็นระยะเวลายาวนาน	3.60 (มาก)	0.49	3.64 (มาก)	0.70
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	3.81 (มาก)		3.80 (มาก)	

จากตารางที่ 4.36 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีจำนวนเตียง 10 – 500 เตียง ให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) และผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสองกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีจำนวนเตียง 10 – 500 เตียง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง ชื่อเสียงของบริษัทฯเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.14) รองลงมา คือ ขนาดข้อเข้าเทียมมีให้เลือกหลายขนาด (ค่าเฉลี่ย 4.00) และข้อเข้าเทียมของบริษัทฯได้รับการรับรองจากองค์การอาหารและยาจากทั้งสหรัฐอเมริกาและประเทศไทย (ค่าเฉลี่ย 3.95)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีจำนวนเตียงมากกว่า 500 เตียง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง ชื่อเสียงของบริษัทฯเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.10) รองลงมา คือ วัสดุคิบบที่ใช้ในการผลิตข้อเข้าเทียมมีคุณภาพสูงทนทานต่อการสึกหรอ (ค่าเฉลี่ย 3.94) และขนาดข้อเข้าเทียมมีให้เลือกหลายขนาด (ค่าเฉลี่ย 3.92)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.37 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามจำนวนเตียงผู้ป่วยในโรงพยาบาล

ปัจจัยด้านราคา	จำนวนเตียงผู้ป่วยในโรงพยาบาล			
	10 – 500 เตียง		มากกว่า 500 เตียง	
	n = 41		n = 39	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.
ราคาขายซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯสามารถแข่งขันได้ กับบริษัทอื่นๆ	3.60 (มาก)	0.62	3.64 (มาก)	0.58
การตั้งราคาซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯมีความเหมาะสม กับคุณภาพ	3.87 (มาก)	0.50	3.61 (มาก)	.59
ราคาซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯสามารถต่อรองได้	3.53 (มาก)	0.63	3.38 (ปานกลาง)	0.54
ระยะเวลาที่ทางบริษัทฯให้เครดิตกับลูกค้า	3.68 (มาก)	0.60	3.71 (มาก)	0.55
ราคาซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ขาย ซื้อเข้าเทียมรายอื่น	3.58 (มาก)	0.66	3.35 (ปานกลาง)	0.53
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	3.65 (มาก)		3.53 (มาก)	

จากตารางที่ 4.37 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีจำนวนเตียง 10 – 500 เตียง ให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) และผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสองกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีจำนวนเตียง 10 – 500 เตียง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องการตั้งราคาซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯมีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.87) รองลงมา ระยะเวลาที่ทางบริษัทฯให้เครดิตกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.68) และราคาขายซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯสามารถแข่งขันได้กับบริษัทอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีจำนวนเตียงมากกว่า 500 เตียง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องระยะเวลาที่ทางบริษัทฯ ให้เครดิตกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.71) รองลงมา คือ ราคาขายซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯสามารถแข่งขันได้กับบริษัทอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.64) และการตั้งราคาซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯมีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.61)

ตารางที่ 4.38 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายจำแนกตามจำนวนเตียงผู้ป่วยในโรงพยาบาล

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	จำนวนเตียงผู้ป่วยในโรงพยาบาล			
	10 – 500 เตียง		มากกว่า 500 เตียง	
	n = 41		n = 39	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.
มีความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อซื้อเข้าเทียมผ่านผู้แทนขายของบริษัทฯ	3.92 (มาก)	0.60	4.02 (มาก)	0.70
การให้บริการซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯมีความครอบคลุมทุกพื้นที่	3.75 (มาก)	0.59	3.71 (มาก)	0.54
ที่ตั้งของสถานบริการมีความสะดวกและเอื้ออำนวยต่อการสั่งซื้อซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯ	4.04 (มาก)	0.70	4.05 (มาก)	0.68
การจัดส่งซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯได้ตรงเวลาตามที่แพทย์ต้องการ	4.12 (มาก)	0.64	3.97 (มาก)	0.77
มีช่องทาง การสั่งซื้อซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯ โดยผ่านองค์การเภสัชกรรม	3.48 (ปานกลาง)	0.63	3.64 (มาก)	0.62
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	3.86 (มาก)		3.87 (มาก)	

จากตารางที่ 4.38 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีจำนวนเตียงมากกว่า 500 เตียง ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) และผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสองกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีจำนวนเตียง 10 – 500 เตียง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องการจัดส่งข้อเช่าเทียมนของบริษัทฯ ได้ตรงเวลาตามที่แพทย์ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมาที่ตั้งของสถานบริการมีความสะดวกและเอื้ออำนวยต่อการสั่งซื้อข้อเช่าเทียมนของบริษัทฯ (ค่าเฉลี่ย 4.04) และมีความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อข้อเช่าเทียมนผ่านผู้แทนขายของบริษัทฯ (ค่าเฉลี่ย 3.92)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีจำนวนเตียงมากกว่า 500 เตียง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องที่ตั้งของสถานบริการมีความสะดวกและเอื้ออำนวยต่อการสั่งซื้อข้อเช่าเทียมนของบริษัทฯ (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมา คือมีความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อข้อเช่าเทียมนผ่านผู้แทนขายของบริษัทฯ (ค่าเฉลี่ย 4.02) และการจัดส่งข้อเช่าเทียมนของบริษัทฯ ได้ตรงเวลาตามที่แพทย์ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.97)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.39 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามจำนวนเตียงผู้ป่วยในโรงพยาบาล

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวนเตียงผู้ป่วยในโรงพยาบาล			
	10 – 500 เตียง		มากกว่า 500 เตียง	
	n = 41		n = 39	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.
บริษัทฯมีการส่งเสริมการขายข้อเข้าเทียม เช่นการให้ส่วนลดหรือแถมเป็นต้น	3.53 (มาก)	0.74	3.41 (มาก)	0.54
บริษัทฯมีเอกสารแนะนำข้อเข้าเทียมและเทคนิคการผ่าตัดให้แก่แพทย์อย่างสม่ำเสมอ	4.04 (มาก)	0.66	4.10 (มาก)	0.71
บริษัทฯให้ความร่วมมือกับองค์กรแพทย์ในงานประชุมวิชาการและร่วมออกบูธเพื่อแสดงข้อเข้าเทียม	3.92 (มาก)	0.67	4.12 (มาก)	0.72
บริษัทฯมีการนำเสนอข้อเข้าเทียมโดยใช้ผู้แทนขายนำเสนอแก่แพทย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	3.53 (มาก)	0.67	3.41 (มาก)	0.54
บริษัทฯให้การสนับสนุนแพทย์เข้าร่วมประชุมวิชาการทั้งในและต่างประเทศอย่างสม่ำเสมอ	3.39 (ปานกลาง)	0.54	3.48 (มาก)	0.64
บริษัทฯจัดเครื่องมือและข้อเข้าเทียมสำรองไว้พร้อมใช้อยู่ในโรงพยาบาลตลอดเวลา	3.80 (มาก)	0.64	3.74 (มาก)	0.49
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	3.70 (มาก)		3.71 (มาก)	

จากตารางที่ 4.39 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีจำนวนเตียงมากกว่า 500 เตียง ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) และผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสองกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีจำนวนเตียง 10 – 500 เตียง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง บริษัทฯมีเอกสารแนะนำข้อเข้าเทียมและเทคนิคการผ่าตัดให้แก่แพทย์อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมาบริษัทฯให้ความร่วมมือกับองค์กร

แพทย์ในงานประชุมวิชาการและร่วมออกนุชรเพื่อแสดงข้อเข้าเทียม (ค่าเฉลี่ย 3.92) และบริษัทฯ จัดเครื่องมือและข้อเข้าเทียมสำรองไว้พร้อมใช้อยู่ในโรงพยาบาลตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีจำนวนเตียงมากกว่า 500 เตียง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องบริษัทฯ ให้ความร่วมมือกับองค์กรแพทย์ในงานประชุมวิชาการและร่วมออกนุชรเพื่อแสดงข้อเข้าเทียม (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมา คือบริษัทฯ มีเอกสารแนะนำข้อเข้าเทียมและเทคนิคการผ่าตัดให้แก่แพทย์อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.10) และบริษัทฯ จัดเครื่องมือและข้อเข้าเทียมสำรองไว้พร้อมใช้อยู่ในโรงพยาบาลตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.74)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.40 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากรจำแนกตามจำนวนเตียงผู้ป่วยในโรงพยาบาล

ปัจจัยด้านบุคลากร	จำนวนเตียงผู้ป่วยในโรงพยาบาล			
	10 – 500 เตียง		มากกว่า 500 เตียง	
	n = 41		n = 39	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.
ผู้แทนขายของบริษัทฯ แต่งกายเหมาะสมและมีบุคลิกภาพดี	3.53 (มาก)	0.59	3.41 (ปานกลาง)	0.59
ผู้แทนขายของบริษัทฯ มีความสุภาพอ่อนน้อมต่อแพทย์	4.09 (มาก)	0.78	3.87 (มาก)	0.65
ผู้แทนขายของบริษัทฯ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อแพทย์	3.82 (มาก)	0.62	3.79 (มาก)	0.68
ผู้แทนขายของบริษัทฯ มีความรู้ความสามารถนำเสนอข้อมูลเชิงเทคนิคของข้อเข้าเทียมได้อย่างเชี่ยวชาญ	3.65 (มาก)	0.61	3.48 (ปานกลาง)	0.64
ผู้แทนขายของบริษัทฯ มีความสามารถตอบข้อสงสัยและแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเชิงเทคนิคของข้อเข้าเทียมได้อย่างถูกต้อง	3.48 (ปานกลาง)	0.67	3.48 (ปานกลาง)	0.64
ผู้แทนขายของบริษัทฯ มีการเขียนเขียนแพทย์อย่างสม่ำเสมอ	3.48 (ปานกลาง)	0.63	3.33 (ปานกลาง)	0.52
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	3.67 (มาก)		3.56 (มาก)	

จากตารางที่ 4.40 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีจำนวนเตียง 10 - 500 เตียง ให้ความสำคัญปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) และผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสองกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีจำนวนเตียง 10 – 500 เตียง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง ผู้แทนขายของบริษัทฯ มีความสุภาพอ่อนน้อม

ต่อแพทย์ (ค่าเฉลี่ย 3.80) รองลงมา คือ ผู้แทนขายของบริษัทฯมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดีต่อแพทย์ (ค่าเฉลี่ย 4.04) และผู้แทนขายของบริษัทฯมีความรู้ความสามารถนำเสนอข้อมูลเชิงเทคนิคของข้อเข้าเทียมได้ อย่างเชี่ยวชาญ (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีจำนวนเตียงมากกว่า 500 เตียง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง ผู้แทนขายของบริษัทฯมีความสุภาพอ่อนน้อม ต่อแพทย์ (ค่าเฉลี่ย 3.87) รองลงมา คือ ผู้แทนขายของบริษัทฯมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดีต่อแพทย์ (ค่าเฉลี่ย 3.79)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.41 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการจำแนกตามจำนวนเตียงผู้ป่วยในโรงพยาบาล

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ	จำนวนเตียงผู้ป่วยในโรงพยาบาล			
	10 – 500 เตียง		มากกว่า 500 เตียง	
	n = 41		n = 39	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.
ความรวดเร็วในการให้บริการในการส่งสินค้า	4.14 (มาก)	0.72	3.84 (ปานกลาง)	0.67
ความถูกต้องครบถ้วนในการส่งสินค้า	4.09 (มาก)	0.73	4.05 (มาก)	0.64
ความสะดวกในการจัดซื้อสินค้า	3.87 (มาก)	0.74	4.07 (มาก)	0.73
ความสามารถในการเตรียมความพร้อมของสินค้าและเครื่องมือก่อนผ่าตัด	3.78 (มาก)	0.57	3.64 (ปานกลาง)	0.62
การมีส่วนร่วมและให้บริการในการผ่าตัดรักษา	3.82 (ปานกลาง)	0.62	3.87 (ปานกลาง)	0.57
การบันทึกประวัติการใช้สินค้าสำหรับแพทย์	3.78 (ปานกลาง)	0.68	3.66 (ปานกลาง)	0.66
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	3.91 (มาก)		3.85 (มาก)	

จากตารางที่ 4.41 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีจำนวนเตียง 10 - 500 เตียง ให้ความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) และผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสองกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีจำนวนเตียง 10 – 500 เตียง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องความรวดเร็วในการให้บริการในการส่งสินค้า

(ค่าเฉลี่ย 4.14) รองลงมา คือความถูกต้องครบถ้วนในการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.09) และความสะดวกในการจัดซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีจำนวนเตียงมากกว่า 500 เตียง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องความสะดวกในการจัดซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.07) รองลงมา คือความถูกต้องครบถ้วนในการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.05) และการมีส่วนร่วมและให้บริการในการผ่าตัดรักษา (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ตารางที่ 4.42 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพจำแนกตามจำนวนเตียงผู้ป่วยในโรงพยาบาล

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ	จำนวนเตียงผู้ป่วยในโรงพยาบาล			
	10 – 500 เตียง		มากกว่า 500 เตียง	
	n = 41		n = 39	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.
สำนักงานที่ให้บริการเก็บสินค้าสะอาดและเป็นระเบียบ	3.75 (มาก)	0.66	3.84 (ปานกลาง)	0.58
สถานที่ให้บริการตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกในการติดต่อ	3.90 (มาก)	0.58	3.92 (มาก)	0.62
บรรจุภัณฑ์สินค้าสะอาด ปลอดภัยได้มาตรฐาน	4.04 (มาก)	0.73	3.89 (มาก)	0.64
เครื่องมือผ่าตัดที่ทันสมัย	3.97 (มาก)	0.72	4.02 (ปานกลาง)	0.70
ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	3.91 (มาก)		3.91 (มาก)	

จากตารางที่ 4.42 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีจำนวนเตียง 10 – 500 เตียง และมากกว่า 500 เตียง ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ โดย

รวมอยู่ในระดับมาก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.91) และผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสองกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีจำนวนเตียง 10 – 500 เตียง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องบรรจุภัณฑ์สินค้าสะอาด ปลอดภัยได้มาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.04) รองลงมา คือ เครื่องมือผ่าตัดที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 3.97) และสถานที่ให้บริการตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.90)

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีจำนวนเตียงมากกว่า 500 เตียง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง เครื่องมือผ่าตัดที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.02) รองลงมา คือสถานที่ให้บริการตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.92) และบรรจุภัณฑ์สินค้าสะอาด ปลอดภัยได้มาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.89)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved