

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาระดับความพึงพอใจของศัลยแพทย์กระดูกและข้อในเขตภาคเหนือ ต่อส่วนประสมการตลาดบริการข้อเข่าเทียมของบริษัทซิเมอร์ เมดิคัล (ประเทศไทย) จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของศัลยแพทย์กระดูกและข้อในเขตภาคเหนือ ต่อส่วนประสมการตลาดบริการข้อเข่าเทียมของบริษัทซิเมอร์ เมดิคัล (ประเทศไทย) จำกัด ผลการศึกษาปรากฏตามหัวข้อสรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเป็นเพศชายทั้งหมด ร้อยละ 100.0 ส่วนใหญ่อายุอยู่ในช่วง 36 – 45 ปี ร้อยละ 50.0 มีประสบการณ์ทำด้านด้านการแพทย์เฉพาะทางตั้งแต่ 11 ปีขึ้นไป ร้อยละ 36.3 ใช้ข้อเข่าเทียมมากกว่า 20 ครั้งต่อปี ร้อยละ 50.0 ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลในสังกัดของรัฐ ร้อยละ 88.7 และปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีขนาดจำนวนเตียง 10 – 500 เตียง ร้อยละ 51.3

ส่วนที่ 2 ระดับความพึงพอใจของศัลยแพทย์กระดูกและข้อในเขตภาคเหนือ ต่อส่วนประสมการตลาดบริการข้อเข่าเทียมของบริษัทซิเมอร์ เมดิคัล (ประเทศไทย) จำกัด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยระดับมากเรียงลำดับดังนี้ ชื่อเสียงบริษัทฯ เป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.12) รองลงมา คือ ขนาดข้อเข่าเทียมมีให้เลือกหลายขนาด (ค่าเฉลี่ย 3.96) ข้อเข่าเทียมของบริษัทฯ ได้รับการรับรองจากองค์การอาหารและยาจากทั้งสหรัฐอเมริกาและประเทศไทย (ค่าเฉลี่ย 3.92) แบบข้อเข่าเทียมของบริษัทฯ มีหลายรุ่น (ค่าเฉลี่ย 3.85) วัสดุที่ใช้ในการผลิตข้อเข่าเทียมมีคุณภาพสูงทนทานต่อการสึกหรอ (ค่าเฉลี่ย 3.80) รูปลักษณะของข้อเข่าเทียมที่เหมือนธรรมชาติ (ค่าเฉลี่ย 3.72) และมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ มีเครื่องมือที่ใช้สำหรับการผ่าตัดข้อเข่า

เทียบหลากหลายเทคนิค (ค่าเฉลี่ย 3.48) และข้อเข้าเทียมของบริษัทที่มีรายงานผลการใช้ในร่างกายได้เป็นระยะเวลายาวนาน (ค่าเฉลี่ย 3.47)

ปัจจัยด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.55) ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับดังนี้ การตั้งราคาข้อเข้าเทียมของบริษัทฯมีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.75) รองลงมา ราคาขายข้อเข้าเทียมของบริษัทฯสามารถแข่งขันได้กับบริษัทอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.62) และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง คือระยะเวลาที่ทางบริษัทฯให้เครดิตกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.48) ราคาข้อเข้าเทียมของบริษัทฯเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ขายข้อเข้าเทียมรายอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.47) และราคาข้อเข้าเทียมของบริษัทฯสามารถต่อรองได้ (ค่าเฉลี่ย 3.46) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยระดับมากเรียงลำดับดังนี้ ที่ตั้งของสถานบริการมีความสะดวกและเอื้ออำนวยต่อการสั่งซื้อข้อเข้าเทียมของบริษัทฯ และการจัดส่งข้อเข้าเทียมของบริษัทฯได้ตรงเวลาตามที่แพทย์ต้องการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.05) รองลงมา คือ มีความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อข้อเข้าเทียมผ่านผู้แทนขายของบริษัทฯ (ค่าเฉลี่ย 3.97) การให้บริการข้อเข้าเทียมของบริษัทฯมีความครอบคลุมทุกพื้นที่ (ค่าเฉลี่ย 3.73) และมีช่องทางการสั่งซื้อข้อเข้าเทียมของบริษัทฯโดยผ่านองค์การเภสัชกรรม (ค่าเฉลี่ย 3.56)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากเรียงลำดับดังนี้ บริษัทฯมีเอกสารแนะนำข้อเข้าเทียมและเทคนิคการผ่าตัดให้แก่แพทย์อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.06) บริษัทฯให้ความร่วมมือกับองค์กรแพทย์ในงานประชุมวิชาการและร่วมออกนุชเพื่อแสดงข้อเข้าเทียม (ค่าเฉลี่ย 4.02) และบริษัทฯจัดเครื่องมือและข้อเข้าเทียมสำรองไว้พร้อมใช้อยู่ในโรงพยาบาลตลอดเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.77) ตามลำดับ และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ บริษัทฯมีการนำเสนอข้อเข้าเทียมโดยใช้ผู้แทนขายนำเสนอแก่แพทย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และบริษัทฯมีการส่งเสริมการขายข้อเข้าเทียม เช่นการให้ส่วนลดหรือแถมเป็นต้น เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.47) และบริษัทฯให้การสนับสนุนแพทย์เข้าร่วมประชุมวิชาการทั้งในและต่างประเทศอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.46)

ปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.61) ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยระดับมากเรียงลำดับดังนี้ ผู้แทนขายของบริษัทฯมีความสุภาพอ่อนน้อมต่อแพทย์ (ค่าเฉลี่ย 3.97) รองลงมา ผู้แทนขายของบริษัทฯมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อแพทย์ (ค่าเฉลี่ย 3.81) และผู้แทนขายของบริษัทฯมีความรู้ความสามารถนำเสนอข้อมูลเชิง

เทคนิคของข้อเข้าเทียมได้อย่างเชี่ยวชาญ (ค่าเฉลี่ย 3.57) และมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ ผู้แทนขายของบริษัทฯมีความสามารถตอบข้อสงสัยและแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเชิงเทคนิคของข้อเข้าเทียมได้อย่างถูกต้อง (ค่าเฉลี่ย 3.48) ผู้แทนขายของบริษัทฯแต่งกายเหมาะสมและมีบุคลิกภาพดี (ค่าเฉลี่ย 3.47) และผู้แทนขายของบริษัทฯมีการเขียนแผนขายอย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.41)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ 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)

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.92) ในปัจจัยย่อยมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยระดับมากเรียงลำดับดังนี้ เครื่องมือผ่าตัดที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.00) รองลงมา คือ บรรจุภัณฑ์สินค้าสะอาดปลอดภัยได้มาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 3.97) สถานที่ให้บริการตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย 3.91) และสำนักงานที่ให้บริการเก็บสินค้าสะอาดและเป็นระเบียบ (ค่าเฉลี่ย 3.80)

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจระดับมากเรียงลำดับดังนี้ ด้านกระบวนการให้บริการ และการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.88) ด้านการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ย 3.88) ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย 3.88) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ย 3.88) ด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ย 3.88) และด้านราคา (ค่าเฉลี่ย 3.88)

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจของศัลยแพทย์กระดูกและข้อในเขตภาคเหนือต่อส่วนประสมการตลาดบริการของผลิตภัณฑ์ข้อเข้าเทียมของบริษัทซิเมออร์ เมดิคัล (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามอายุ ประสบการณ์ทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง จำนวนครั้งในการเลือกใช้ข้อเข้าเทียม และจำนวนเตียงผู้ป่วยในโรงพยาบาล

3.1 ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการข้อเข้าเทียมของบริษัทซิเมออร์ เมดิคัล (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามอายุ

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 - 45 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มอายุให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยไม่แตกต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 35 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากในเรื่อง ชื่อเสียงของบริษัทฯเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.21) ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 - 45 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง ชื่อเสียงของบริษัทฯเป็นที่รู้จัก และขนาดข้อเช่าเทียมมีให้เลือกหลายขนาด เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.05) ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเรื่อง ชื่อเสียงของบริษัทฯเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.19)

ปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 - 45 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.60) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มอายุให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยแตกต่างกัน ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 35 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ในเรื่อง ราคาขายข้อเช่าเทียมของบริษัทฯสามารถแข่งขันได้กับบริษัทอื่นๆ(ค่าเฉลี่ย 3.78) ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 - 45 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง การตั้งราคาข้อเช่าเทียมของบริษัทฯมีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.85) และผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องการตั้งราคาข้อเช่าเทียมของบริษัทฯมีความเหมาะสมกับคุณภาพ และระยะเวลาที่ทางบริษัทฯให้เครดิตกับลูกค้า เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.76)

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 35 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.02) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มอายุให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 35 ปี และอายุ 36 - 45 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง การจัดส่งข้อเช่าเทียมของบริษัทฯได้ตรงเวลาตามที่แพทย์ต้องการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.31) และ (ค่าเฉลี่ย 4.00) และผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง ที่ตั้งของสถานบริการมีความสะดวก และเอื้ออำนวยต่อการสั่งซื้อข้อเช่าเทียมของบริษัทฯ และมีความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อข้อเช่าเทียมผ่านผู้แทนขายของบริษัทฯ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.04)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 - 45 ปีให้ความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มอายุให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 35 ปี และ 36 - 45 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก เหมือนกันในเรื่องบริษัทที่มีเอกสารแนะนำข้อเข้าเทียมและเทคนิคการผ่าตัดให้แก่แพทย์อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.05) และ (ค่าเฉลี่ย 4.20) และผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 46 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องบริษัทให้ความร่วมมือกับองค์กรแพทย์ในงานประชุมวิชาการและร่วมออกนุชเพื่อแสดงข้อเข้าเทียม (ค่าเฉลี่ย 4.23)

ปัจจัยด้านบุคลากร

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 - 45 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มอายุให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 35 ปี 36 - 45 ปี และ 46 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกเหมือนกันในเรื่องผู้แทนขายของบริษัทมีความสุภาพอ่อนน้อมต่อแพทย์ (ค่าเฉลี่ย 4.05) (ค่าเฉลี่ย 4.00) และ (ค่าเฉลี่ย 3.85) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 35 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มอายุให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 35 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องความสะดวกในการจัดซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.15) และ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 - 45 ปี และอายุ 46 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องความถูกต้องครบถ้วนในการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.10) และ (ค่าเฉลี่ย 4.09)

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 36 - 55 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มอายุให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยไม่แตกต่างกันดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุไม่เกิน 35 ปี และอายุ 46 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องเครื่องมือผ่าตัดที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.10) และ (ค่าเฉลี่ย 4.09) และผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 36 - 45 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดใน

ระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องบรรจุก๊าซสินค้าสะอาด ปลอดภัยได้มาตรฐาน และสถานที่ให้บริการ ตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกในการติดต่อ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.02)

3.2 ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการข้อเช่าเตียงของบริษัท จิมเมอร์ เมดิคัล (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านแพทย์เฉพาะทาง 4 – 6 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.84) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านแพทย์เฉพาะทางน้อยกว่า 3 ปี 7 - 10 ปี และ 11 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก เหมือนกันลำดับแรกในเรื่อง ชื่อเสียงของบริษัทฯเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.21) (ค่าเฉลี่ย 4.17) และ (ค่าเฉลี่ย 4.17) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านแพทย์เฉพาะทาง 4 – 6 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกในเรื่อง ขนาดข้อเช่าเตียงมีให้เลือกหลายขนาด (ค่าเฉลี่ย 4.26)

ปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านแพทย์เฉพาะทาง 11 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยแตกต่างกันดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านแพทย์เฉพาะทางน้อยกว่า 3 ปี 7 - 10 ปี และ 11 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง ราคาข้อเช่าเตียงของบริษัทฯสามารถต่อรองได้ (ค่าเฉลี่ย 3.78) ผู้ตอบแบบสอบถามประสบการณ์การทำงานด้านแพทย์เฉพาะทาง 4 - 6 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง ระยะเวลาที่ทางบริษัทฯให้เครดิตกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.73) ผู้ตอบแบบสอบถามประสบการณ์การทำงานด้านแพทย์เฉพาะทาง 7 - 10 ปี และ 11 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องการตั้งราคาข้อเช่าเตียงของบริษัทฯมีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.05) และ (ค่าเฉลี่ย 3.82)

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านแพทย์เฉพาะทางน้อยกว่า 3 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.06) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยแตกต่างกันดังนี้ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี

ประสบการณ์การทำงานด้านแพทย์เฉพาะทางน้อยกว่า 3 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องที่ตั้งของสถานบริการมีความสะดวกและเอื้ออำนวยต่อการสั่งซื้อข้อเข้าเทียมของบริษัทฯ และการจัดส่งข้อเข้าเทียมของบริษัทฯ ได้ตรงเวลาตามที่แพทย์ต้องการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.26) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านแพทย์เฉพาะทาง 4 – 6 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง ที่ตั้งของสถานบริการมีความสะดวกและเอื้ออำนวยต่อการสั่งซื้อข้อเข้าเทียมของบริษัทฯ (ค่าเฉลี่ย 4.20) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านแพทย์เฉพาะทาง 7 – 10 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง การจัดส่งข้อเข้าเทียมของบริษัทฯ ได้ตรงเวลาตามที่แพทย์ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.11) และผู้ตอบแบบสอบถามประสบการณ์การทำงานด้านแพทย์เฉพาะทาง 11 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง มีความสะดวกในการติดต่อสั่งซื้อข้อเข้าเทียมผ่านผู้แทนขายของบริษัทฯ และที่ตั้งของสถานบริการมีความสะดวกและเอื้ออำนวยต่อการสั่งซื้อข้อเข้าเทียมของบริษัทฯ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง 7 - 10 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.79) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยไม่แตกต่างกันดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทางไม่เกิน 3 ปี 4 – 6 ปี 7 - 10 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องบริษัทมีเอกสารแนะนำข้อเข้าเทียมและเทคนิคการผ่าตัดให้แก่แพทย์อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.10) (ค่าเฉลี่ย 4.26) และ (ค่าเฉลี่ย 4.17) ตามลำดับ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามมีประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง 11 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องบริษัทให้ความร่วมมือกับองค์กรแพทย์ในงานประชุมวิชาการและร่วมออกนุสรเพื่อแสดงข้อเข้าเทียม (ค่าเฉลี่ย 4.17)

ปัจจัยด้านบุคลากร

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทางไม่เกิน 3 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.66) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยไม่แตกต่างกันดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทางไม่เกิน 3 ปี 4 - 6 ปี 7- 10 ปี และ 11 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องผู้แทนขายของบริษัทฯ มีความสุภาพอ่อนน้อมต่อแพทย์ (ค่าเฉลี่ย 4.00)(ค่าเฉลี่ย 3.86) (ค่าเฉลี่ย 4.05) และ (ค่าเฉลี่ย 3.89) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านแพทย์เฉพาะทางไม่เกิน 3 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยไม่แตกต่างกันดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง ไม่เกิน 3 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องความสะดวกในการจัดซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.15) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง 4 – 6 ปี 7 - 10 ปี และ 11 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องความถูกต้องครบถ้วนในการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00) (ค่าเฉลี่ย 4.17) และ (ค่าเฉลี่ย 4.06) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านแพทย์เฉพาะทาง 7 - 10 ปี ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทางไม่เกิน 3 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องเครื่องมือผ่าตัดที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.10) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง 4 - 6ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องสถานที่ให้บริการตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกในการติดต่อ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.00) ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง 7 - 10 ปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง บรรจุกันท์สินค้าสะอาด ปลอดภัยได้มาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.17) และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง 11 ปีขึ้นไป มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องเครื่องมือผ่าตัดที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.03)

3.3 ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการซื้อเข้าเทียมของบริษัท ซิมเมอร์ เมดิคัล (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามจำนวนครั้งในการเลือกใช้ซื้อเข้าเทียมสำหรับผู้ป่วย

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้ซื้อเข้าเทียมมากกว่า 20 ครั้งต่อปี ให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยไม่แตกต่างกันดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้ซื้อเข้าเทียมน้อยกว่า 10 ครั้งต่อปี 10 –

20 ครั้งต่อปี และมากกว่า 20 ครั้งต่อปีมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกในเรื่อง ชื่อเสียงของบริษัทฯเป็นที่รู้จัก (ค่าเฉลี่ย 4.20) (ค่าเฉลี่ย 4.25) และ(ค่าเฉลี่ย 4.02) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้ชื่อเข้าเทียมน้อยกว่า 10 ครั้งต่อปีให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.64) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยแตกต่างกันดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้ชื่อเข้าเทียมน้อยกว่า 10 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกในเรื่องการตั้งราคาชื่อเข้าเทียมของบริษัทฯมีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.83) ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้ชื่อเข้าเทียม 10 – 20 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกในเรื่องการตั้งราคาชื่อเข้าเทียมของบริษัทฯมีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.81) และผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้ชื่อเข้าเทียมมากกว่า 20 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกในเรื่องราคาขายชื่อเข้าเทียมของบริษัทฯสามารถแข่งขันได้กับบริษัทอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.72)

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้ชื่อเข้าเทียม 10 – 20 ครั้งต่อปี ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.90) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยดังนี้ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้ชื่อเข้าเทียมน้อยกว่า 10 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกในเรื่องการจัดส่งชื่อเข้าเทียมของบริษัทฯได้ตรงเวลาตามที่แพทย์ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.12) ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้ชื่อเข้าเทียม 10 – 20 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกในเรื่อง ที่ตั้งของสถานบริการมีความสะดวกและเอื้ออำนวยต่อการสั่งซื้อชื่อเข้าเทียมของบริษัทฯ และการจัดส่งชื่อเข้าเทียมของบริษัทฯได้ตรงเวลาตามที่แพทย์ต้องการ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.12) และผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้ชื่อเข้าเทียมมากกว่า 20 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกในเรื่อง ที่ตั้งของสถานบริการมีความสะดวกและเอื้ออำนวยต่อการสั่งซื้อชื่อเข้าเทียมของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.30)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้ชื่อเข้าเทียม 10 – 20 ครั้งต่อปี ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.77) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเหมือนกันดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้ชื่อเข้าเทียมน้อยกว่า 10 ครั้งต่อปี และ 10 – 20 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกในเรื่องบริษัทฯมี

เอกสารแนะนำข้อเข้าเทียมและเทคนิคการผ่าตัดให้แก่แพทย์อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 3.91) (ค่าเฉลี่ย 4.18) และมากกว่า 20 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกในเรื่องบริษัทฯให้ความร่วมมือกับองค์กรแพทย์ในงานประชุมวิชาการและร่วมออกนุชรเพื่อแสดงข้อเข้าเทียม (ค่าเฉลี่ย 4.20)

ปัจจัยด้านบุคลากร

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้ข้อเข้าเทียม 10 – 20 ครั้งต่อปี ให้ความสำคัญปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยดังนี้ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้ข้อเข้าเทียมน้อยกว่า 10 ครั้งต่อปี 10 – 20 ครั้งต่อปี และมากกว่า 20 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกในเรื่องผู้แทนขายของบริษัทฯมีความสุภาพอ่อนน้อมต่อแพทย์ (ค่าเฉลี่ย 3.91) (ค่าเฉลี่ย 4.06) และ (ค่าเฉลี่ย 3.97) ตามลำดับ

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้ข้อเข้าเทียมน้อยกว่า 10 ครั้งต่อปี ให้ความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยแตกต่างกันดังนี้ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้ข้อเข้าเทียมน้อยกว่า 10 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกในเรื่องความรวดเร็วในการให้บริการในการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.12) ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้ข้อเข้าเทียม 10 -20 ครั้งต่อปี และมากกว่า 20 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกในเรื่องความถูกต้องครบถ้วนในการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.25) และ (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้ข้อเข้าเทียมมากกว่า 20 ครั้งต่อปี ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.95) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้ข้อเข้าเทียมน้อยกว่า 10 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกในเรื่องเครื่องมือผ่าตัดที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.08) ผู้ตอบแบบสอบถามที่เลือกใช้ข้อเข้าเทียม 10 – 20 ครั้งต่อปี และมากกว่า 20 ครั้งต่อปี มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดลำดับแรกในเรื่องบรรจุภัณฑ์สินค้าสะอาด ปลอดภัย (ค่าเฉลี่ย 4.00) และ (ค่าเฉลี่ย 4.10)

3.4 ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการข้อเช่าเตียงของบริษัท ซิมเมอร์ เมดิคัล (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามจำนวนเตียงผู้ป่วยในโรงพยาบาล

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีจำนวนเตียง 10 – 500 เตียง ให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.81) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยไม่แตกต่างกันดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีจำนวนเตียง 10 – 500 เตียง และปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีจำนวนเตียงมากกว่า 500 เตียง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกในเรื่อง ชื่อเสียงของบริษัทฯเป็นที่รู้จักเท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.14) และ (ค่าเฉลี่ย 4.10)

ปัจจัยด้านราคา

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีจำนวนเตียง 10 – 500 เตียง ให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.65) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยแตกต่างกันดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีจำนวนเตียง 10 – 500 เตียง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกในเรื่องการตั้งราคาข้อเช่าเตียงของบริษัทฯมีความเหมาะสมกับคุณภาพ (ค่าเฉลี่ย 3.87) และผู้ตอบแบบสอบถามที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีจำนวนเตียงมากกว่า 500 เตียง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องระยะเวลาที่ทางบริษัทฯให้เครดิตกับลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 3.71)

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีจำนวนเตียงมากกว่า 500 เตียง ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.87) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีจำนวนเตียง 10 – 500 เตียง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกในเรื่องการจัดส่งข้อเช่าเตียงของบริษัทฯได้ตรงเวลาตามที่แพทย์ต้องการ (ค่าเฉลี่ย 4.12) ผู้ตอบแบบสอบถามที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีจำนวนเตียงมากกว่า 500 เตียง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่อง ที่ตั้งของสถานบริการมีความสะดวกและเอื้ออำนวยต่อการสั่งซื้อข้อเช่าเตียงของบริษัท (ค่าเฉลี่ย 4.05)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีจำนวนเตียงมากกว่า 500 เตียง ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีจำนวนเตียง 10 – 500 เตียง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกในเรื่องบริษัทฯมีเอกสารแนะนำข้อเข้าเทียมและเทคนิคการผ่าตัดให้แก่แพทย์อย่างสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.04) และผู้ตอบแบบสอบถามที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีจำนวนเตียงมากกว่า 500 เตียง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากลำดับแรกในเรื่อง บริษัทฯให้ความร่วมมือกับองค์กรแพทย์ในงานประชุมวิชาการและร่วมออกบูธเพื่อแสดงข้อเข้าเทียม (ค่าเฉลี่ย 4.12)

ปัจจัยด้านบุคลากร

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีจำนวนเตียง 10 – 500 เตียง ให้ความสำคัญปัจจัยด้านบุคลากรโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.67) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีจำนวนเตียง 10 – 500 เตียง และผู้ตอบแบบสอบถามที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีจำนวนเตียงมากกว่า 500 เตียง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องผู้แทนขายของบริษัทฯมีความสุภาพอ่อนน้อมต่อแพทย์ เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 4.09) และ (ค่าเฉลี่ย 3.87)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีจำนวนเตียง 10 – 500 เตียง ให้ความสำคัญปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.91) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยแตกต่างกันดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีจำนวนเตียง 10 – 500 เตียง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องความรวดเร็วในการให้บริการในการส่งสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.14) และผู้ตอบแบบสอบถามที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีจำนวนเตียงมากกว่า 500 เตียง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมาก ลำดับแรกในเรื่องความสะดวกในการจัดซื้อสินค้า (ค่าเฉลี่ย 4.07)

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีจำนวนเตียง 10 – 500 เตียง และมากกว่า 500 เตียง ให้ความสำคัญปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับมาก เท่ากัน (ค่าเฉลี่ย 3.91) และผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละกลุ่มให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยดังนี้ ผู้ตอบ

แบบสอบถามที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีจำนวนเตียง 10 – 500 เตียง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดอันดับแรกในเรื่องบรรจุภัณฑ์สินค้าสะอาด ปลอดภัยได้มาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย 4.04) ผู้ตอบแบบสอบถามที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลที่มีจำนวนเตียงมากกว่า 500 เตียง มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในระดับมากที่สุดอันดับแรกในเรื่องเครื่องมือผ่าตัดที่ทันสมัย (ค่าเฉลี่ย 4.02)

5.2 อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการข้อเช่าเตียงของบริษัทซิมเมอร์ เมดิคัล (ประเทศไทย) จำกัด สามารถอภิปรายผลดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดอันดับแรกคือ ด้านกระบวนการให้บริการ และการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษา ของ มรกต ธิยะสืบ (2555) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อส่วนประสมการตลาดบริการของแผนกผู้ป่วยนอกทั่วไป โรงพยาบาลลานนา จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดอันดับแรก คือการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับการศึกษาของ พิมพัชวัญ สุขสันต์ศิริกุล (2552) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการบริการแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลกองบิน 41 ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดอันดับแรกด้านสิ่งของที่ปรากฏทางกายภาพ แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พูลศรี สุภาวรรณ (2542) ศึกษาเรื่องปัจจัยทางด้านส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อแพทย์ออร์โธปิดิกส์ในการสั่งจ่ายยาต้านการอักเสบที่ไม่ใช่สเตียรอยด์ชนิดรับประทานในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านราคามีความสำคัญมากที่สุดอันดับแรกสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญโดยรวมระดับมาก และปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดอันดับแรก คือ ชื่อเสียงบริษัทฯ เป็นที่รู้จัก รองลงมา คือ ขนาดข้อเช่าเตียงมีให้เลือกหลายขนาด ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อารี ตั้งฤทัยวานิชย์ (2550) ซึ่งศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้อเท้าของแพทย์ศัลยกรรมกระดูกในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยย่อยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสูงสุด คือ มีรายงานผลการวิจัยที่ดีในระยะยาว

ปัจจัยด้านราคา

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านราคามีความสำคัญโดยรวมระดับมาก และปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรก คือการตั้งราคาซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯ มีความเหมาะสมกับคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของพิมพ์ขวัญ สุขสันต์ศิริกุล (2552) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการบริการแผนกผู้ป่วยนอก โรงพยาบาลกองบิน 41 ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรก คือค่ายาเหมาะสมกับคุณภาพ และไม่สอดคล้องกับกับผลการศึกษาของมรกต ชิยะสืบ (2555) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อส่วนประสมตลาดบริการของแผนกผู้ป่วยนอกทั่วไป โรงพยาบาลลานนา จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรก คือมีการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญโดยรวมระดับมาก และปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับมากลำดับแรก คือ ที่ตั้งของสถานบริการมีความสะดวกและเอื้ออำนวยต่อการสั่งซื้อซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯ และการจัดส่งซื้อเข้าเทียมของบริษัทฯ ได้ตรงเวลาตามที่แพทย์ต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับงานกับการศึกษาของมรกต ชิยะสืบ (2555) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อส่วนประสมตลาดบริการของแผนกผู้ป่วยนอกทั่วไป โรงพยาบาลลานนา จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรก คือ ท่าเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ ปิติ เล้าสกุล (2552) ที่ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือที่ตั้งของศูนย์โรคหัวใจโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม มีความสะดวกต่อการเดินทางมาใช้บริการ

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญโดยรวมระดับมาก และปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ บริษัทฯ มีเอกสารแนะนำซื้อเข้าเทียมและเทคนิคการผ่าตัดให้แก่แพทย์อย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสมโภช แซ่ลี่ (2551) ที่ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ป่วยต่อคลินิกทางเดินอาหาร โรงพยาบาลเชียงใหม่ราม ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรกคือ มีเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการรักษาพยาบาลแจก

ปัจจัยด้านบุคลากร

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านบุคลากรมีความสำคัญโดยรวมระดับมาก และปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ผู้แทนขายของบริษัทที่มีความสุภาพอ่อนน้อมต่อแพทย์ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ชนปภพ บั้นทอง(2551) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดของร้านขายยาฟาสซิโนอำเภอเมืองเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรก คือ ความกระตือรือร้นในการให้บริการ พนักงานมีอริยาศัยที่ดีกับลูกค้า

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีความสำคัญโดยรวมระดับมาก และปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ ความถูกต้องครบถ้วนในการส่งสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ปิติ เล้าสกุล (2552) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้ป่วยโรคหัวใจต่อการบริการของโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรก คือ การให้บริการตรวจรักษาของศูนย์โรคหัวใจโรงพยาบาลเชียงใหม่ รามมีความถูกต้อง

ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพ

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอทางกายภาพมีความสำคัญโดยรวมระดับมาก และปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก คือ เครื่องมือผ่าตัดที่ทันสมัย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ปิติ เล้าสกุล (2552) ที่ศึกษาความพึงพอใจของผู้ป่วยโรคหัวใจต่อการบริการของโรงพยาบาลเชียงใหม่ ราม ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากลำดับแรก คือ เทคโนโลยี เครื่องมือ และอุปกรณ์ทางการแพทย์ เช่น เครื่องเอ็กซเรย์คอมพิวเตอร์ (CT scan) ที่ใช้ในการรักษาของศูนย์โรคหัวใจโรงพยาบาลเชียงใหม่ รามมีครบครันในการให้บริการรักษา

ความพึงพอใจของผู้รับบริการที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการข้อเช่าเตียงของบริษัทซิมเมอร์ เมดิคัล (ประเทศไทย) จำกัด จำแนกตามอายุ ประสบการณ์ทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง และจำนวนครั้งในการเลือกใช้ข้อเช่าเตียง

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุ มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเหมือนกันในเรื่องชื่อเสียงของบริษัทฯเป็นที่รู้จัก นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีประสบการณ์การทำงานแพทย์เฉพาะทางที่ต่างกัน และจำนวนเตียงผู้ป่วยในโรงพยาบาล ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจระดับมากต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในปัจจัยย่อยในเรื่องชื่อเสียงของบริษัทฯเป็นที่รู้จัก และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนครั้งในการเลือกใช้ข้อเช่าเตียงที่ต่างกันมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ปัจจัยย่อยระดับมากในเรื่องชื่อเสียงของบริษัทฯเป็นที่รู้จัก แต่เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่าในกลุ่มที่มีจำนวนครั้งการใช้ข้อเช่าเตียงน้อยกว่า 10 ครั้งต่อปี ให้ระดับความพึงพอใจระดับปานกลางในเรื่องการมีเครื่องมือที่ใช้สำหรับการผ่าตัดข้อเช่าเตียงหลายเทคนิค

ปัจจัยด้านราคา

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุ ทุกกลุ่มประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง กลุ่มจำนวนครั้งในการเลือกใช้ข้อเช่าเตียง และจำนวนเตียงผู้ป่วยในโรงพยาบาล ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเหมือนกันในเรื่อง การตั้งราคาข้อเช่าเตียงของบริษัทฯ มีความเหมาะสมกับคุณภาพ

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุ ทุกกลุ่มจำนวนครั้งในการเลือกใช้ข้อเช่าเตียง และจำนวนเตียงผู้ป่วยในโรงพยาบาล มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเหมือนกันในเรื่อง การจัดส่งข้อเช่าเตียงของบริษัทฯได้ตรงตามเวลาที่แพทย์ต้องการ ส่วนกลุ่มประสบการณ์การทำงานด้านแพทย์เฉพาะทางที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยที่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุ ทุกกลุ่มประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง กลุ่มจำนวนครั้งในการเลือกใช้ข้อเช่าเตียงและจำนวนเตียงผู้ป่วยในโรงพยาบาล มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเหมือนกัน ในเรื่อง บริษัทมีเอกสารแนะนำข้อเช่าเตียง และเทคนิคการผ่าตัดให้แก่แพทย์อย่างสม่ำเสมอ และบริษัทฯให้ความร่วมมือกับองค์กรแพทย์ในงานประชุมวิชาการ และร่วมออกบูธเพื่อแสดงข้อเช่าเตียง

ปัจจัยด้านบุคลากร

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุ ทุกกลุ่มประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง กลุ่มจำนวนครั้งในการเลือกใช้ข้อเข้าเทียม และจำนวนเตียงผู้ป่วยในโรงพยาบาลมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเหมือนกัน ในเรื่อง ผู้แทนขายของบริษัทฯมีความสุภาพอ่อนน้อมต่อแพทย์

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุ กลุ่มประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง จำนวนการเลือกใช้ข้อเข้าเทียม และจำนวนเตียงผู้ป่วยในโรงพยาบาล มีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเหมือนกัน ในเรื่อง ความสะดวกในการจัดซื้อสินค้า และความรวดเร็วในการให้บริการในการส่งสินค้า

ปัจจัยด้านการสร้างและการนำเสนอทางกายภาพ

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกกลุ่มอายุมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยเหมือนกัน ในเรื่อง เครื่องมือผ่าตัดที่ทันสมัย อย่างไรก็ตามในกลุ่มประสบการณ์การทำงานด้านการแพทย์เฉพาะทาง จำนวนครั้งในการเลือกใช้ข้อเข้าเทียม และจำนวนเตียงผู้ป่วยในโรงพยาบาล ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในปัจจัยย่อย ในเรื่องเครื่องมือผ่าตัดที่ทันสมัย และบรรจุภัณฑ์สินค้าที่สะอาด ปลอดภัย ได้มาตรฐาน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

5.3 ข้อค้นพบ

ตารางแสดงผลสรุป 10 ลำดับความพึงพอใจของคัลยแพทย์กระดูกและข้อในเขตภาคเหนือที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการของผลิตภัณฑ์ข้อเข่าเทียม บริษัทซิมเมอร์ เมดิคัล (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1	ชื่อเสียงของบริษัทเป็นที่รู้จัก	ด้านผลิตภัณฑ์	4.12	มาก
2	ความถูกต้องครบถ้วนในการส่งสินค้า	ด้านกระบวนการให้บริการ	4.07	มาก
3	บริษัทมีเอกสารแนะนำข้อเข่าเทียมและเทคนิคการผ่าตัดให้แก่แพทย์อย่างสม่ำเสมอ	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.06	มาก
4	การจัดส่งข้อเข่าเทียมของบริษัทได้ตรงเวลาตามที่แพทย์ต้องการ	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.05	มาก
5	บริษัทฯ ให้ความร่วมมือกับองค์กรแพทย์ในงานประชุมวิชาการและร่วมออกบูธเพื่อแสดงข้อเข่าเทียม	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.02	มาก
6	ความถูกต้องครบถ้วนในการส่งสินค้า	ด้านกระบวนการให้บริการ	4.00	มาก
7	เครื่องมือผ่าตัดข้อเข่าเทียมที่ทันสมัย	ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	4.00	มาก
8	ความรวดเร็วในการให้บริการในการส่งสินค้า	ด้านกระบวนการให้บริการ	4.00	มาก
9	ที่ตั้งของสถานบริการมีความสะดวกและเอื้ออำนวยต่อการสั่งซื้อข้อเข่าเทียมของบริษัทและการจัดส่งข้อเข่าเทียมของบริษัทได้ตรงเวลาตามที่แพทย์ต้องการ	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.97	มาก
10	ผู้แทนขายของบริษัทมีความสุภาพอ่อนน้อมต่อแพทย์	ด้านบุคลากร	3.97	มาก

5.4 ข้อเสนอแนะ

บริษัทซิมเมอร์ เมดิคัล (ประเทศไทย) จำกัด ควรส่งเสริมปัจจัยต่อไปนี้

1. ชูภาพลักษณ์ของตราสินค้า (Brand Awareness) ให้มีความโดดเด่น เพราะชื่อเสียงของบริษัทเป็นที่รู้จักเป็นปัจจัยที่ถูกค้ำมีความพึงพอใจสูงสุด คำรองความมีเอกลักษณ์ เน้นความแตกต่างจากคู่แข่ง และความครบถ้วนของกลุ่มผลิตภัณฑ์ข้อเข่าเทียม (Portfolio) ที่เหนือกว่าคู่แข่ง เพื่อให้แพทย์มีความมั่นใจ ศรัทธา และมีความเชื่อมั่นในการใช้ผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น

2. รักษาจุดเด่นในด้านความรวดเร็วในการให้บริการและการส่งสินค้าความถูกต้องครบถ้วน เนื่องจากผลิตภัณฑ์ข้อเข่าเทียมเป็นการผ่าตัดรักษาผู้ป่วย ดังนั้นหัวใจสำคัญของการบริการก็คือความถูกต้องและรวดเร็ว และไม่สามารถยอมรับให้เกิดข้อผิดพลาดได้ ตลอดจนกระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพจะสร้างความไว้วางใจแก่ลูกค้า ซึ่งต้องอาศัยเวลาและผลงานเป็นเครื่องพิสูจน์ แต่ใน

ขณะเดียวกันความผิดพลาดของกระบวนการบริการก็สามารถทำลายความเชื่อมั่นของลูกค้าได้อย่างทันที

3. การรับรู้ข่าวสารตลอดจนความรู้เชิงเทคนิคของผลิตภัณฑ์ข้อเข้าเทียม ส่วนใหญ่แพทย์จะได้รับจากเอกสารจากทางบริษัทฯ โดยตรง ซึ่งปัจจัยย่อยด้านที่บริษัทมีเอกสารแนะนำข้อเข้าเทียม และเทคนิคการผ่าตัดให้แก่แพทย์อย่างสม่ำเสมอ เป็นปัจจัยย่อยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด ที่บริษัทฯ ต้องดำรงรักษาไว้ และยังคงส่งเสริมให้แพทย์สามารถจดจำ ตราสินค้าได้ (Brand Recognition)

4. ควรให้ความสำคัญกับปรับปรุงเครื่องมือสำหรับการผ่าตัดเปลี่ยนข้อเข้าเทียมตามความนิยมของแพทย์ (Surgeon Preferences) เพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของแพทย์แต่ละท่าน เช่น การเลือกเครื่องมือที่จำเพาะให้แพทย์ (Customize) ซึ่งแพทย์ที่มีประสบการณ์สูงและมีจำนวนการผ่าตัดหลายรายต่อวันจะไม่นิยมเปลี่ยนเทคนิควิธีการผ่าตัด เป็นต้น

5. ควรปรับปรุงวิธีการนำเสนอข้อมูลการรายงานทางการแพทย์ (Clinical Paper) เช่น ผลการใช้ข้อเข้าเทียมของบริษัทที่มีรายงานผลการใช้ในร่างกายได้เป็นระยะเวลายาวนาน (Long Term Clinical Result) เพื่อให้แพทย์ตระหนักถึงความสำคัญของการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองจากเอกสารทางวิชาการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ข้อค้นพบ

ตารางแสดงผลสรุป 10 ลำดับความพึงพอใจของคัลยแพทย์กระดูกและข้อในเขตภาคเหนือที่มีต่อปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาดบริการของผลิตภัณฑ์ข้อเข่าเทียม บริษัทซิมเมอร์ เมดิคัล (ประเทศไทย) จำกัด ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

ลำดับที่	รายละเอียดของปัจจัยย่อย	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
1	ผู้แทนขายของบริษัทฯมีการเยี่ยมชมแพทย์อย่างสม่ำเสมอ	ปัจจัยด้านบุคลากร	3.41	ปานกลาง
2	บริษัทฯให้การสนับสนุนแพทย์เข้าร่วมประชุมวิชาการทั้งในและต่างประเทศอย่างสม่ำเสมอ	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.46	ปานกลาง
3	บริษัทฯมีการนำเสนอข้อเข่าเทียม โดยใช้ผู้แทนขายนำเสนอแก่แพทย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.46	ปานกลาง
4	ราคาข้อเข่าเทียมของบริษัทฯเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ขายข้อเข่าเทียมรายอื่น	ปัจจัยด้านราคา	3.46	ปานกลาง
5	บริษัทฯมีการส่งเสริมการขายข้อเข่าเทียม เช่นการให้ส่วนลดหรือแถมเป็นต้น	ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	3.47	ปานกลาง
6	ผู้แทนขายของบริษัทฯแต่งกายเหมาะสมและมีบุคลิกภาพดี	ปัจจัยด้านบุคลากร	3.47	ปานกลาง
7	ข้อเข่าเทียมของบริษัทฯมีรายงานผลการใช้ในร่างกายได้เป็นระยะเวลายาวนาน	ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	3.47	ปานกลาง
8	ราคาข้อเข่าเทียมของบริษัทฯสามารถต่อรองได้	ปัจจัยด้านราคา	3.47	ปานกลาง
9	ผู้แทนขายของบริษัทฯมีความสามารถตอบข้อสงสัยและแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเชิงเทคนิคของข้อเข่าเทียมได้อย่างถูกต้อง	ปัจจัยด้านบุคลากร	3.48	ปานกลาง
10	มีช่องทางจัดส่งข้อเข่าเทียมของบริษัทฯ โดยผ่านองค์กรเภสัชกรรม	ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.56	ปานกลาง

ข้อเสนอแนะ

บริษัทซิมเมอร์ เมดิคัล (ประเทศไทย) จำกัด ควรปรับปรุงปัจจัยด้านบุคลากรดังต่อไปนี้

1. เนื่องจากข้อจำกัดด้านการเพิ่มจำนวนพนักงานและความจำเป็นที่ผู้แทนขายต้องร่วมทีมในการผ่าตัดข้อเข่าเทียมทำให้ไม่มีเวลาเพียงพอที่จะไปเยี่ยมชมลูกค้าได้อย่างทั่วถึง ส่งผลให้ความพึงพอใจในปัจจัยย่อยด้านนี้อยู่ในระดับปานกลาง อีกทั้งยังทำให้ขาดโอกาสปฏิบัติตามกลยุทธ์ของบริษัทและไม่สามารถติดตามความต้องการของแพทย์ได้อย่างใกล้ชิด

2. ดังนั้น บริษัทซิมเมอร์ เมดิคัล (ประเทศไทย) จำกัด ควรพิจารณาปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานขาย โดยควรแยกทีมขายออกจากทีมบริการเพื่อให้พนักงานขายมีโอกาสนำหน้าที่ขายได้อย่างเต็มที่และมีเวลาให้ความสนใจลูกค้าได้อย่างทั่วถึงและสามารถพบปะลูกค้าได้มา

กรวยยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม ทางบริษัทฯ อาจจะพิจารณาเพิ่มจำนวนพนักงาน Part-time ในช่วงที่มีการผ่าตัดหลายรายในวันเดียวกันเพื่อให้เพียงพอต่อการให้บริการลูกค้า อาทิเช่น พนักงานเข้าช่วยผ่าตัด เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และสามารถให้บริการลูกค้าได้อย่างเหมาะสม ด้วย

3. นอกจากนั้น ควรให้การสนับสนุนส่งเสริมความรู้ด้านผลิตภัณฑ์และการพัฒนาทักษะการขายของพนักงาน ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างเสริมพนักงานให้มีความสามารถที่จะนำเสนอข้อเข้าเทียมแพทย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะกลุ่มแพทย์ที่มีประสบการณ์สูงและมีความถนัดในการใช้ข้อเข้าเทียมมาก

บริษัทซิมเมอร์ เมดิคัล (ประเทศไทย) จำกัด ควรปรับปรุงปัจจัยด้านราคาดังนี้

1. ควรรักษาระดับราคาเหมาะสมกับคุณภาพของเพราะการตั้งราคาข้อเข้าเทียมของบริษัทฯ มีความเหมาะสมกับคุณภาพเป็นปัจจัยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุด แต่ ราคาข้อเข้าเทียมของบริษัทฯ สามารถต่อรองได้มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

2. ควรเพิ่มการจัดบริษัทฯ มีการส่งเสริมการขายข้อเข้าเทียม เช่นการให้ส่วนลดหรือแถมเพื่อตอบสนองความต้องการของแพทย์ เพื่อให้กับลูกค้าประจำ หรือลูกค้ารายสำคัญ เพื่อสร้างความประทับใจและยังถือเป็นการเพื่อให้แพทย์รู้สึกถึงความเป็นทีมงานร่วมในการรักษาและยังสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship) ในระยะยาว

3. ดังนั้นการกำหนดราคาข้อเข้าเทียม อาจต้องคำนึงถึงความสามารถในการจ่ายของแต่ละโรงพยาบาล โดยเฉพาะโรงพยาบาลที่มีขนาดใหญ่ ทางบริษัทฯ อาจจะพิจารณาจากปริมาณการซื้อและราคาขาย เพื่อเป็นปัจจัยในการตั้งราคาให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า

4. การกำหนดวิธีการจัดซื้อโดยรวมมือกับโรงพยาบาล เช่นการเปิดประมูลราคา ก็เป็นทางเลือกในการสร้างอำนาจต่อรองระหว่างโรงพยาบาลกับบริษัทผู้จำหน่าย ในขณะที่เดียวกันบริษัทที่ชนะการประมูลก็สามารถครองส่วนแบ่งการตลาดและมีความมั่นคง (Sustainable) ได้ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง แม้จำเป็นต้องลดราคาลงไปบ้างก็ตาม แต่ก็สามารถลดความเสี่ยงในการสูญเสียตลาดได้เช่นกัน

บริษัทซิมเมอร์ เมดิคัล (ประเทศไทย) จำกัด ควรปรับปรุงกระบวนการให้บริการ โดยปฏิบัติดังนี้

1. ต้องกำหนดให้พนักงานของบริษัทฯ มา เตรียมความพร้อมของสินค้าและเครื่องมือก่อนผ่าตัดอย่างน้อยครึ่งชั่วโมง การผ่าตัดรักษาผู้ป่วยโดยใช้ผลิตภัณฑ์ข้อเข้าเทียม มีโอกาสเสี่ยงถึงชีวิต ดังนั้นแพทย์จึงมีความคาดหวังถึงความพร้อมก่อนการผ่าตัดสูง ปัจจัยที่จะสร้างความเชื่อมั่นและสร้างความสบายใจให้แก่แพทย์ผู้รักษา และลดปัจจัยเสี่ยงต่อคนไข้ได้ คือความพร้อมก่อนเวลาผ่าตัด ทั้งสินค้าและบุคลากร ซึ่งแสดงออกถึงความพร้อมที่จะให้บริการ จะช่วยสร้างความพึงพอใจแก่ทีมผู้รักษาได้อย่างดียิ่ง

2. ควรมีการกำหนดมาตรฐานการปฏิบัติงาน(SOP)ในแต่ละขั้นตอน การทำความสะอาด เครื่องมือและตรวจสอบความพร้อมก่อนส่งให้ทางโรงพยาบาล ควรหมั่นตรวจสอบคุณภาพของสินค้า อย่างสม่ำเสมอ และทบทวนกระบวนการทุกขั้นตอนอย่างละเอียด เพื่อป้องกัน ไม่ให้เกิดความ ผิดพลาดในการให้บริการ

3. การแจ้งให้พนักงานขายทราบถึงข้อมูลของสินค้าที่จัดส่ง เพื่อให้พนักงานขายและแพทย์ สามารถเตรียมตัวเพื่อเตรียมการวางแผนรักษาผู้ป่วยได้อย่างเหมาะสม กระบวนการให้บริการจะมี ประสิทธิภาพได้อย่างครบถ้วนนั้นจำเป็นต้องมีการสื่อสารที่สัมฤทธิ์ผล ซึ่งปัจจุบันระบบ IT สามารถ รองรับการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพและรวดเร็ว

บริษัทซิมเมอร์ เมดิคัล (ประเทศไทย) จำกัด ควรปรับปรุงปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ปฏิบัติดังนี้

1. ปัจจัยย่อยด้านการมีเครื่องมือผ่าตัดที่ทันสมัย เป็นจุดที่สร้างความพึงพอใจแก่แพทย์ผู้ทำการ ผ่าตัด และยังสร้างความพึงพอใจสูงขึ้นอีกถ้าความทันสมัยหรือความใหม่ของเครื่องมือช่วยให้ผลการ ผ่าตัดข้อเข่าเทียมดีขึ้น ดังนั้นบริษัทควรมีการพัฒนาปรับปรุงให้เครื่องมือมีความทันสมัยและใหม่อยู่ เสมอ

2. ควรมีการจัดกิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อนำเสนอความพร้อมและความเป็น ผู้นำไปปรากฏแก่สายตาของลูกค้า เช่นนำเสนอระบบการตรวจสอบสินค้าก่อนนำส่งที่ควบคุมด้วย ระบบคลื่นวิทยุ (RFID) ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่ให้ความแม่นยำและรวดเร็ว และแตกต่างจากคู่แข่งโดย สิ้นเชิง แต่เป็นสิ่งที่ลูกค้าไม่เคยรับรู้ การใช้รถขนส่งที่มีมาตรฐานเหมาะสมกับการแพทย์ซึ่งจะสร้าง ความอุ่นใจในมาตรฐานของความสะอาดและถูกต้อง ซึ่งสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่บริษัท อีกด้วย

3. เนื่องจากบริษัทซิมเมอร์ เมดิคัล (ประเทศไทย) จำกัด เป็นผู้นำในตลาดผลิตภัณฑ์ข้อเข่าเทียม ดังนั้นการการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ไม่ว่าจะเป็นสำนักงาน สินค้า พนักงาน หรือ กิจกรรมทางการตลาดย่อมเป็นที่จับตามองของลูกค้าและคู่แข่ง ดังนั้นจึงควรพิจารณาอย่างรอบคอบ และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและก่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า

ปัจจัยอื่นๆ ที่บริษัทซิมเมอร์ เมดิคัล (ประเทศไทย) จำกัด ควรปรับปรุงมีดังนี้

1. ลดจำนวนเครื่องมือที่เกินความจำเป็น โดยการปรับปรุงเครื่องมือสำหรับการผ่าตัดเปลี่ยนข้อ เข่าเทียมตามความนิยมของแพทย์ (Surgeon Preferences) เพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของแพทย์ แต่ละท่าน เช่น การเลือกเครื่องมือที่จำเพาะให้แพทย์ (Customize) ซึ่งแพทย์ที่มีประสบการณ์สูงและมี จำนวนการผ่าตัดหลายรายต่อวันจะไม่นิยมเปลี่ยนเทคนิควิธีการผ่าตัด เป็นต้น

2. ช่องทางการสั่งซื้อข้อเข่าเทียมของบริษัทฯ โดยผ่านองค์กรเภสัชกรรม ทางบริษัทฯควร

ปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ปัจจัยย่อยด้านนี้ให้ดียิ่งขึ้น เพื่อให้ลูกค้าเข้าใจถึงนโยบายของภาครัฐที่ต้องการสนับสนุนให้ผู้ป่วยข้อเข่าเสื่อมได้เข้าถึงการรักษาโดยปราศจากข้อจำกัดในทางการเงิน ซึ่งอาจส่งผลให้ลูกค้ามีความพึงพอใจปัจจัยย่อยด้านนี้สูงขึ้น

3. ควรปรับปรุงวิธีการนำเสนอข้อมูลการรายงานทางการแพทย์ (Clinical Paper) เช่น ผลการใช้ข้อเข่าเทียมของบริษัทฯ มีรายงานผลการใช้ในร่างกายได้เป็นระยะเวลายาวนาน (Long Term Clinical Result) เพื่อให้แพทย์ตระหนักถึงความสำคัญของการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองจากเอกสารทางวิชาการ

ข้อเสนอแนะกรณีข้อมูลปัญหาที่พบในการใช้บริการ

บริษัท ซิมเมอร์ เมดิคัล (ประเทศไทย) จำกัด ควรปฏิบัติดังนี้

1. มีการฝึกอบรมให้มีพนักงานที่ช่วยในระหว่างผ่าตัดควรมีความรู้และความสามารถทัดเทียมกันและจัดสรรพนักงานให้มีพื้นที่รับผิดชอบเป็นเขตประจำ หรือมีการหมุนเวียนภายในเขตแคบๆ ซึ่งสามารถสร้างความคุ้นเคยกับลูกค้าและมีลักษณะการทำงานเป็นทีม

2. ควรเลือกเครื่องมือให้เหมาะสมกับความคุ้นเคยของแพทย์แต่ละคนและตัดส่วนที่ไม่ได้ใช้งานออกซึ่งจะช่วยลดจำนวนเครื่องมือที่ใช้ในการผ่าตัดข้อเข่าเทียมให้น้อยลง

3. ควรสนับสนุนกิจกรรมทางวิชาการให้ทีมผ่าตัด อื่นๆ นอกเหนือจากแพทย์ เช่น พยาบาล หรือเจ้าหน้าที่ห้องผ่าตัด ซึ่งจะเป็นทีมที่ร่วมการผ่าตัดรักษา เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพของทีมและส่งผลดีต่อผู้ป่วย และสร้างความพึงพอใจโดยรวมกับผู้มีส่วนร่วมในการรักษาทุกคน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved