

การพัฒนาทักษะด้านการขายของพนักงานขายในบริษัทเวชภัณฑ์ยาในเขตกรุงเทพมหานคร

Developing selling skills for salespersons in pharmaceutical companies in Bangkok

กฤษณ์ เกียรติเวชช์¹ และ ดร.สุรภา ใต้บ้านกวย²

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง การพัฒนาทักษะด้านการขายของพนักงานขายในบริษัทเวชภัณฑ์ยาในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะด้านการขายของพนักงานขายในบริษัทเวชภัณฑ์ยาในเขตกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการพัฒนาทักษะด้านการขายของพนักงานขายในบริษัทเวชภัณฑ์ยาในเขตกรุงเทพมหานคร ประชากรคือพนักงานขาย ในบริษัทเวชภัณฑ์ยา ของบริษัทเวชภัณฑ์ยาในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนหา กลุ่มตัวอย่างตามวิธีของทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973) และใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติเชิงอนุมาน โดยการใช้ทดสอบค่าที (t-Test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA) ด้วยสถิติ F-test และทดสอบความแตกต่างรายคู่ โดยวิธี Least Significant Difference (LSD) ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 68.8 อายุ 31 – 35 ปี จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 64.3 และมีประสบการณ์ในการทำงาน ไม่เกิน 5 ปี จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 โดยผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์พบว่า (1) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ การพัฒนาทักษะด้านการขายของพนักงานขายในบริษัทเวชภัณฑ์ยาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะด้านการขายของพนักงานขาย ทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.51$, $SD = 0.17$)

คำสำคัญ : การพัฒนาทักษะด้านการขาย, บริษัทเวชภัณฑ์ยา

-
1. นักศึกษาปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาการจัดการคณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยรามคำแหง
 2. อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระคณะบริหารธุรกิจมหาวิทาลัยรามคำแหง

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านการแก้ไข ปัญหา ($\bar{X} = 4.59$, $SD = 0.21$) อันดับสองด้านศิลปะการขาย ($\bar{X} = 4.54$, $SD = 0.24$) ด้านความรู้ ($\bar{X} = 4.49$, $SD = 0.26$) และ ด้านการเจรจาต่อรอง อันดับสุดท้าย มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{X} = 4.41$, $SD = 0.27$) ตามลำดับ และ (2) ผลการศึกษาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการพัฒนาทักษะด้านการขายของพนักงานขายในบริษัทผลิตภัณฑ์ยาในเขตกรุงเทพมหานครพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงาน ที่แตกต่าง มีการพัฒนาทักษะด้านการขายของพนักงานขาย ในบริษัทผลิตภัณฑ์ยาในเขตกรุงเทพมหานครทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ABSTRACT

independent research Developing sales skills of salespeople : a case study of pharmaceutical companies in Bangkok The objectives were (1) to study the level of opinion towards the development of salesperson's skills: a case study of pharmaceutical companies in Bangkok; (2) to study differences. Between personal factors and opinion levels towards sales skills development of salespeople : a case study of pharmaceutical companies in Bangkok This study It is a quantitative research. The population used in the study was a salesperson in a pharmaceutical company in Bangkok. which the researcher knows the exact population The researcher then used Taro Yamane's formula to calculate the formula to answer the question. and using online quizzes as a tool to collect data Confidence was determined at 95% and error of 5%. A total sample size of 400 participants was obtained in the analyses. Using descriptive statistics, frequencies, percentages, mean and standard deviation were used. The hypothesis was tested with inferential statistics by t-Test and one-way ANOVA by F-test and pairwise test by Least Significant Difference (LSD) method.) The results of the study found that Most of the samples were female, 275 people, representing 68.8 percent, aged 31-35 years, 103 people, representing 25.8%, having a bachelor's degree, 257 people, representing 64.3%, and having no more than 5 work experience. year, 110 people accounted for 27.5%According to the objectives of the study, it was found that

Keywords: Sales skills development, pharmaceutical companies

(1) the level of opinions about Developing sales skills of sales staff : a case study of pharmaceutical companies in Bangkok Overall, the level of opinion about the development of salesperson's sales skills. All aspects were at the highest level ($\bar{X} = 4.51, SD = 0.17$) considering each aspect from descending mean. It was found that all aspects were at the highest level. The problem solving (Problem Solving) ($\bar{X} = 4.59$, $SD = 0.21$) ranked second in selling skill ($\bar{X} = 4.54$, $SD = 0.24$) Knowledge ($\bar{X} = 4.49$), $SD = 0.26$) and the negotiating aspect (Negotiation) the last with the lowest mean) ($\bar{X} = 4.41$, $SD = 0.27$), respectively.

(2) The results of the study of differences between personal factors and It was found that the personal factors of gender that were different Sales skills of salespeople are developed. in pharmaceutical companies in Bangkok, different age, education level Different working experiences, there is a development of sales skills of sales staff. In pharmaceutical companies in Bangkok, all aspects differed at a statistically significant level of 0.05.

บทนำ

สำหรับในปี 2562 มูลค่าการจำหน่ายยาในประเทศขยายตัว 4.2% อยู่ที่ประมาณ 1.84 แสนล้านบาท (ภาพที่ 7) จำแนกเป็น (1) ยาที่จำหน่ายผ่านโรงพยาบาลและสั่งจ่ายโดยแพทย์ (prescription drug) ประกอบด้วย ยาชื่อสามัญ (generic drug) มีมูลค่า 9.02 หมื่นล้านบาท เพิ่มขึ้น 4.0% และยาดต้นตำรับ (original drug) หรือยาจดสิทธิบัตร (Patented drug) มูลค่า 5.83 หมื่นล้านบาท เพิ่มขึ้น 4.9% และ (2) ยาที่จำหน่ายผ่านร้านขายยา (OTC drug) มีมูลค่า 3.55 หมื่นล้านบาท เพิ่มขึ้น 3.7% (ภาพที่ 8 ทั้งนี้ โรงพยาบาลของรัฐและเอกชนยังคงเน้นนโยบายเพิ่มสัดส่วนการซื้อยาสามัญที่ผลิตในประเทศเพื่อควบคุมค่าใช้จ่าย (ศูนย์วิจัยกรุงศรี, 2563)

ในภาคของการผลิตยา อุตสาหกรรมยาแผนปัจจุบันของไทยส่วนใหญ่จะอยู่ในขั้นปลาย คือ การผลิตยาสำเร็จรูป โดยยาที่ผลิตได้ในประเทศเป็นยาชื่อสามัญ (generic drug) ไทยนำเข้าวัตถุดิบยาสัดส่วนสูงประมาณ 90% ของปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตยาสำเร็จรูปทั้งหมด โดยกลุ่มยาที่มีมูลค่าการผลิตสูงสุดได้แก่ กลุ่มยาแก้ปวด/แก้ไอ จากข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือ อย. ระบุว่า ไทยมีโรงงานผลิตยาแผนปัจจุบันที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิต (Good Manufacturing Practice: GMP) จำนวน 144 แห่ง และในจำนวนนี้ไม่เกิน 5% สามารถผลิตวัตถุดิบตัวยาคัญได้เอง ซึ่งนำมาใช้ในการผลิตยาสำเร็จรูปของโรงงานตนเองเป็นหลัก (Workpointtoday, 26เม.ย. 2564)แนวทางปรับกลยุทธ์ในการ

วางแผนที่จะรับมือกับการเปลี่ยนแปลงภายใต้สภาพเศรษฐกิจปัจจุบัน อันจะส่งผลให้เกิดความสำเร็จและดำเนินธุรกิจอยู่ได้ด้วยความมั่นคงและยั่งยืนด้วยความสำคัญของพนักงานขายบริษัทเวชภัณฑ์ยา จึงมีการลงทุน ที่จะพัฒนาทักษะ ด้านการขายให้กับพนักงานขาย โดยการจัดฝึกอบรม และพัฒนาพนักงานขาย ในสถานะที่ กลุ่ม ธุรกิจอุตสาหกรรมยา มีการเปลี่ยนแปลง ในแต่ละปีมากขึ้น ตามอัตราการแข่งขัน แต่ธุรกิจนี้ ดังนั้น การสร้างกระบวนการธุรกิจ เพื่อให้มีประสิทธิภาพ จึงเป็นสิ่งจำเป็น ในการขับเคลื่อนธุรกิจ ทางผู้วิจัย จึงมีความสนใจ ที่จะศึกษาการพัฒนาทักษะด้านการขายของพนักงานขายในบริษัทเวชภัณฑ์ยาในเขต กรุงเทพมหานครเพื่อสนับสนุนข้อมูล ให้กับทาง บริษัทหรือผู้เกี่ยวข้อง หรือพนักงานขายของ บริษัท เวชภัณฑ์ยา ในเขตกรุงเทพมหานครที่ต้องการปรับปรุงหรือพัฒนาธุรกิจของตนเอง ให้ได้ทราบว่าปัจจัยใดที่ ช่วยพัฒนา ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ขาย ของบริษัทเวชภัณฑ์ยาในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถนำ ข้อมูลไป ประกอบการตัดสินใจ และกำหนดกลยุทธ์ต่อไปได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะ การขายของพนักงานขาย ในบริษัท เวชภัณฑ์ ยาในเขตกรุงเทพมหานคร
- 2) เพื่อศึกษาความแตกต่าง ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับ ระดับความคิดเห็น ที่มีต่อ การพัฒนา ทักษะการขายของพนักงานขาย ในบริษัท เวชภัณฑ์ยาในเขตกรุงเทพมหานคร

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณลักษณะการขายของนักขาย นั้น มีผู้เชี่ยวชาญในวงการขายได้ให้แนวคิด แจ็คสัน และฮิสริช (Jackson & Hisrich, 1996, pp. 287-290) ได้กล่าวว่าพนักงานขายที่จะประสบความสำเร็จประกอบด้วยคุณสมบัติดังนี้

1. คุณสมบัติด้านบุคลิกภาพ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของพนักงานขายที่ประสบความสำเร็จลักษณะบุคลิกภาพ
2. คุณสมบัติด้านศิลปะการขาย พนักงาน ควรมีความรู้พื้นฐาน ในด้านศิลปะการขายและต้องพัฒนาทักษะอื่น ๆ ที่ช่วยในการขาย
3. คุณสมบัติด้านความรู้คือ มีความรู้ในตัวสินค้า (Product knowledge) ความรู้ ความเข้าใจในตัวลูกค้า (Customer Knowledge) ความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง (Knowledge of the competitor)

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

(Wiggs, 1989)อธิบายว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นกระบวนการวางแผนอย่างเป็นระบบเพื่อพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานและปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานขององค์กรให้สูงขึ้น โดยวิธีการฝึกอบรม การให้การศึกษา และการพัฒนา ขอบเขตของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการขายที่เน้นทางด้านพนักงานขายของทฤษฎีการขายไอดาส

ทฤษฎีไอดาสเป็นทฤษฎีการขายที่ถูกพัฒนาโดย Sheldon (1911) ซึ่งพัฒนามาจากทฤษฎีต้นแบบอย่าง ทฤษฎีไอค้ำ (Lewis) ของ E. St. Elmo Lewis โดย E. St. Elmo Lewis เป็นทฤษฎีที่บ่งบอกถึงขั้นตอนต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางหรือโอกาสให้กับผู้ขายที่จากก้าวผ่านขั้นตอนทั้ง 4 ไปได้อย่างไร ก่อนที่ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเกิดขึ้น ซึ่งถือเป็นการตอบสนองขั้นสุดท้ายของผู้บริโภค ซึ่งแต่ละขั้นตอนตามทฤษฎี AIDA มีดังนี้ (สิริวันต์, 2557)

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหา

(McNamara, 1999)กล่าวว่าวิธีการแก้ปัญหามีหลากหลายวิธี ไม่มีวิธีการแก้ปัญหาใดที่จะสามารถแก้ปัญหาทุกเรื่องได้ แต่มีแนวปฏิบัติพื้นฐานที่สามารถนำไปใช้ในการแก้ปัญหาได้ โดยต้องมีการฝึกใช้เสียก่อนเพื่อให้เกิดความคุ้นเคยจนสามารถปฏิบัติได้อย่างเป็นธรรมชาติ ขั้นตอนต่างๆ มีดังนี้

1. ระบุปัญหา การระบุปัญหาต้องอาศัยข้อมูลจากตนเองและผู้อื่น ซึ่งได้มาโดยใช้วิธีการตั้งคำถาม อาทิ อะไรคือสิ่งที่เห็นว่าเป็นสาเหตุที่ทำให้คิดว่ามีปัญหาเกิดขึ้น ปัญหาที่ว่านั้นเกิดขึ้นที่ไหน เกิดขึ้นอย่างไร เกิดขึ้นเมื่อใด กำลังเกิดขึ้นกับใคร และทำไมจึงเกิดขึ้น จากนั้นให้เขียนอธิบายว่าสิ่งที่กำลังเกิดในขณะนั้น โดยแท้จริงควรจะเป็นอย่างไร ต้องพยายามอธิบายให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เขียนอย่างเจาะจง และครอบคลุมประเด็น

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเจรจาต่อรอง

ทฤษฎีเกม (Game Theory) (มอร์เกินสเตรน, 1944) เป็นแนวทางหรือทฤษฎีที่ใช้ในการเจรจาต่อรองที่มีการศึกษาและนำไปใช้กันในวงกว้าง ความจริงนั้นทฤษฎีเกม(Game Theory) นั้นเป็นทฤษฎีที่มีการใช้กันในวงการต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นในทางรัฐศาสตร์ ตลอดจนเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเจรจาต่อรอง ทฤษฎีเกมสามารถที่จะใช้ในการวิเคราะห์และพยากรณ์พฤติกรรมของกลุ่มเจรจา

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

(พรอภิรัชกุล, 2556) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานขายของบริษัทฯ ในประเทศไทย จากผลการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย ทำให้ทราบถึงความความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานขาย การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้และปัจจัยทางด้านคุณลักษณะของพนักงานขายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานขายของบริษัทฯ ในประเทศไทย

(มีเจริญ, 2555) ศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพการขายผ่านโทรศัพท์ ของพนักงานขายทางโทรศัพท์ (Tele-sales) ของบริษัท ที่เป็นกรณีศึกษาพบว่า เพศ อายุ การศึกษา ไม่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ที่ทำยอดไม่ถึงเป้า แต่ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ที่ทำยอดไม่ถึงเป้านั้นเกิดจากประสิทธิภาพของระบบงานที่มีความซับซ้อนมากเกินไป ประสพการณ์การทำงานพบว่า มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานขายทางโทรศัพท์ ที่ทำยอดได้ตามเป้า บริษัทและตกเป้าเนื่องจาก พนักงานผ่านทางโทรศัพท์ ประสพการณ์ในการขายผ่านทางโทรศัพท์มาก่อนก็จะได้เปรียบกว่าพนักงานที่เพิ่งเข้ามาทำงานใหม่และยังไม่มีประสบการณ์

(จุฑามาศ บุญตั้ง, 2559) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในงานขายของพนักงานขายรถยนต์ญี่ปุ่นในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ระดับปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในงานขายของพนักงานขายรถยนต์ในเขตจังหวัดเชียงใหม่มีความแตกต่างกัน

(สาวิตรี ละครพล, 2563) ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบเส้นทางความสัมพันธ์ที่สร้างขึ้นมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์พบว่า 1) แรงจูงใจในการทำงานและความสามารถในการทำงานมีอิทธิพลทางบวกโดยตรงต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงาน และ 2) บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบมีอิทธิพลทางบวกโดยตรงต่อความสามารถในการทำงานนอกจากนี้ ความรู้ด้านการขายมีอิทธิพลทางบวกโดยตรงต่อแรงจูงใจในการทำงาน และแรงจูงใจในการทำงานมีอิทธิพลทางบวกโดยตรงต่อความสามารถในการทำงาน และผลการวิเคราะห์ยังพบอีกว่า ความรู้ด้านการขายและแรงจูงใจในการทำงานมีอิทธิพลทางบวกโดยอ้อมต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ผลการวิจัยครั้งนี้ชี้ให้เห็นถึงปัจจัยที่สำคัญในการเสริมสร้างให้พนักงานขายเกิดความสำเร็จในการปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสมยิ่งขึ้น

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานขายที่ทำงานในองค์การผลิตยาแผนปัจจุบัน จากบัญชีรายชื่อของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เมื่อ 20 กันยายน 2560 มีจำนวนทั้งสิ้น 26 สถานประกอบการ เป็นพนักงานขายทั้งสิ้น 1,781 คน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2560) ขนาดตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 326.639 ตัวอย่าง แต่ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะใช้ตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด และใช้แผนการสุ่มตัวอย่าง โดยการใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์กับกลุ่มตัวอย่าง 400 คน กับพนักงานขายระดับปฏิบัติการที่ทำงานมาอย่างน้อยไม่ต่ำกว่า 1 ปีในอุตสาหกรรมผลิตยาแผนปัจจุบันในประเทศไทยผู้วิจัยใช้สูตรของ(Yamane)

2. เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 การค้นคว้าข้อมูลจากเว็บไซต์ หนังสือ เอกสารทางวิชาการทฤษฎี ได้งานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวกับการจัดการสื่อสารและการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน เพื่อกำหนดเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดการวิจัย

ขั้นที่ 2 นำข้อมูลต่างๆมาสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ขั้นที่ 3 นำเสนอแบบสอบถามต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและภาษาที่ใช้ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามแล้วจัดพิมพ์

3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติ t-Test เพื่อหาค่าความแตกต่างระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปร ที่เป็นอิสระต่อกัน และสถิติ ANOVA (one way analysis of variance) เพื่อหาค่าความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลเปรียบเทียบมากกว่า 2 กลุ่ม กรณีเปรียบเทียบรายคู่ จะทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของ Least Significant Difference (LSD)

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 68.8 อายุ 31 – 35 ปี จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 64.3 และมีประสบการณ์ในการทำงาน ไม่เกิน 5 ปี จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5

2. การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะด้านการขายของพนักงานขายในบริษัทเวชภัณฑ์ยาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) สรุปดังตารางต่อไปนี้

ตาราง

ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะด้านการขายของพนักงานขาย ในบริษัทเวชภัณฑ์ยาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแสดงเป็นภาพรวมดังนี้

การพัฒนาทักษะด้านการขายของพนักงานขาย	\bar{X}	SD	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านศิลปะการขาย (selling skill)	4.54	0.24	มากที่สุด
2. ด้านความรู้ (knowledge)	4.49	0.26	มากที่สุด
3. ด้านการเจรจาต่อรอง (negotiation)	4.41	0.27	มากที่สุด
4. ด้านการแก้ไขปัญหา (problem solving)	4.59	0.21	มากที่สุด
รวม	4.51	0.17	มากที่สุด

จากตาราง พบว่า ภาพรวมระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ การพัฒนาทักษะด้านการขายของพนักงานขาย ในบริษัทเวชภัณฑ์ยาในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.54$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านการแก้ไขปัญหา เป็นอันดับ 1 ($\bar{X} = 4.59$) รองลงมาคือ ด้านศิลปะการขาย ($\bar{X} = 4.54$) ด้านความรู้ ($\bar{X} = 4.49$) ด้านการเจรจาต่อรอง ($\bar{X} = 4.41$) ตามลำดับ

3. ทดสอบสมมติฐานวิจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีการพัฒนาทักษะด้านการขายของพนักงานขาย ในบริษัทเวชภัณฑ์ยาในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สรุปผลดังตารางต่อไปนี้

สรุป สมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีการพัฒนาทักษะด้านการขายของพนักงานขาย ในบริษัท
เวชภัณฑ์ยาในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

การพัฒนาทักษะด้านการขาย					
ปัจจัยส่วนบุคคล	ศิลปะการขาย	ความรู้	การเจรจาต่อรอง	การแก้ไขปัญหา	รวม
เพศ	t-Test	t-Test	t-Test	t-Test	t-Test
	= -3.268	= -1.923	= -0.218	= -2.392	= -2.833
	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.
	= 0.001*	= 0.055	= 0.828	= 0.017*	= 0.005*
	แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	ไม่แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง
อายุ	ANOVA	ANOVA	ANOVA	ANOVA	ANOVA
	= 41.285	= 37.380	= 16.706	= 3.905	= 43.639
	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.
	= 0.000*	= 0.000*	= 0.000*	= 0.002*	= 0.000*
	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง
ระดับการศึกษา	ANOVA	ANOVA	ANOVA	ANOVA	ANOVA
	= 9.641	= 12.233	= 4.808	= 4.707	= 8.913
	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.
	= 0.000*	= 0.000*	= 0.009*	= 0.010*	= 0.000*
	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง
ประสบการณ์ใน การทำงาน	ANOVA	ANOVA	ANOVA	ANOVA	ANOVA
	= 60.019	= 29.355	= 37.761	= 28.257	= 93.087
	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.	Sig.
	= 0.000*	= 0.000*	= 0.000*	= 0.000*	= 0.000*
	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง	แตกต่าง

ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตาราง เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงาน ที่แตกต่างกันมีการพัฒนาทักษะด้านการขายของพนักงานขาย ในบริษัทเวชภัณฑ์ยาในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกัน รวมถึงในรายด้าน

4 ด้าน ได้แก่ ด้านศิลปะการขาย ด้านความรู้ ด้านการเจรจาต่อรอง ด้านการแก้ไขปัญหา และ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการวิจัยการพัฒนาทักษะด้านการขายของพนักงานขายในบริษัทเวชภัณฑ์ยาในเขตกรุงเทพมหานคร มีประเด็นที่สำคัญสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้จากการศึกษาพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะด้านการขายของพนักงานขายในบริษัทเวชภัณฑ์ยาในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้พิจารณาเป็นรายด้านที่อยู่ในระดับมากที่สุด 4 ด้าน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้

1. ด้านการแก้ไขปัญหา (Problem Solving) อยู่ในระดับมากที่สุด ผลการศึกษาพบว่าประเด็นสำคัญคือ สามารถหาแนวทางการแก้ปัญหาได้อย่างตรงประเด็น สามารถอธิบายให้ความกระจ่างเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างเหมาะสม แก้ปัญหาอย่างเป็นระบบได้ตามแผนที่กำหนดไว้ สามารถยุติปัญหา หรือข้อเรียกร้องของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม มีแนวทางป้องกันและแก้ไขผลกระทบที่เกิดขึ้นได้ สามารถจัดลำดับความสำคัญของปัญหาได้ก่อนหลังได้อย่างสมเหตุสมผล คาดคะเนถึงเหตุการณ์ที่อาจเกิดผลกระทบขึ้นได้ในอนาคต พิจารณาถึงเวลาและแก้ปัญหาที่ควรรายงานต่อผู้บังคับบัญชาทราบ ตัดสินใจตามหลักการและเหตุผล โดยมีกำหนดเวลาที่แน่นอน ตรวจสอบการแก้ไขปัญหาเพื่อไม่ให้เกิดขึ้นอีก

2. ด้านศิลปะการขาย (Selling Skill) อยู่ในระดับมากที่สุด จูงใจให้ลูกค้าฟังการเสนอขายได้โดยตลอด ศึกษาความต้องการของลูกค้าก่อนนำเสนอขาย มีเทคนิคในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ อย่างมีขั้นตอน วางแผนการเข้าพบลูกค้าอย่างเป็นขั้นตอน มีความเอาใจใส่ลูกค้า มีทักษะในการโต้ตอบลูกค้าเป็นอย่างดี สามารถเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า สามารถนำเสนอสินค้าในเวลาที่เหมาะสม สามารถให้รายละเอียดสินค้าได้เป็นอย่างดี มีเทคนิคการเสนอสินค้าให้ลูกค้าสนใจ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า มีความกระตือรือร้นในการขายอยู่เสมอ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาทักษะด้านการขายของพนักงานขายในบริษัทเวชภัณฑ์ยาในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. สำหรับบริษัทที่ดำเนินธุรกิจ เวชภัณฑ์ยา ควรให้ความสำคัญ ด้านการแก้ไขปัญหา (Problem Solving) ด้านศิลปะการขาย (Selling Skill) ด้านความรู้ (Knowledge) ซึ่งเป็นมุมมองของผู้ตอบแบบสอบถามของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยา ที่ให้ความสำคัญในระดับน้อยที่สุด ซึ่งผู้วิจัยเสนอแนะประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1.1 ด้านการแก้ไขปัญหา (Problem Solving) ควรให้ความสำคัญในเรื่อง ของการจัดเตรียม วิธีการแก้ไขปัญหา เฉพาะหน้าหรือ การแก้ไขปัญหาระยะยาว โดยการสร้างเป็นรูปแบบ เพื่อให้พนักงานขาย มีแนวทาง การแก้ไขปัญหาได้ชัดเจน

1.2 ด้านศิลปะการขาย (Selling Skill) ควรให้ความสำคัญในเรื่องการพัฒนาบุคลากรด้านศิลปะการขาย โดยการ จัดฝึกอบรม ฝึกสอนเพื่อพัฒนา ซึ่งจะทำให้ พนักงานขาย ในบริษัทเวชภัณฑ์ยา มีทักษะ ด้านการขายเพิ่มขึ้น

1.3 ด้านความรู้ (Knowledge) ควรให้ความสำคัญในเรื่อง การจัดฝึกอบรม ความรู้ของ ผลิตภัณฑ์ของทางบริษัท และ ผลิตภัณฑ์โดยสม่าเสมอ หรือข่าวสารที่ มีความเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมยาเพื่อให้พนักงานขาย ได้มีความรู้ทั้งในบริษัทและนอกบริษัท เพื่อสามารถเสนอสินค้า ได้อย่างถูกต้อง

ข้อเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างเพศของพนักงานขายที่มีต่อความรู้ และ การเจรจาต่อรอง
2. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานขายของบริษัทเวชภัณฑ์ยา กับบริษัทเวชภัณฑ์ยา กลับ ความจงรักภักดี ในการทำงานองค์กร
3. ศึกษาการสร้างแรงจูงใจในการทำงานของพนักงานขาย ในธุรกิจ บริษัทเวชภัณฑ์ยา

บรรณานุกรม

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2560). คือ พนักงานขายที่ทำงานในองค์การผลิตยาแผนปัจจุบัน จากบัญชีรายชื่อของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา .
- จุฑามาศ บุญตั้ง, (2559). ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในงานขายของพนักงานขายรถยนต์ญี่ปุ่นในเขตจังหวัดเชียงใหม่ .
- พรอภิรัชกุล, ก. (2556). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานขายของบริษัทขายในประเทศไทย.
- เบญจพร มีเจริญ (2555). ศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพการขายผ่านโทรศัพท์ ของพนักงาน .
- วันดี เจตนา: ชุติมา หวังเบญจหมัด และวิชัย รัตนากิรณวร บทคัดย่อ. (มิถุนายน 2558). กระบวนการบริหารจัดการที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานกองทุนหมู่บ้านเทศบาลนครหาดใหญ่เขต 4 อำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา. วารสารวิจัยบัณฑิตศึกษา.
- ธนิษา พงนะสวนีย์. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวพร้อมทานในร้านสะดวกซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศูนย์วิจัยกรุงศรี. (2563). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมยา. กรุงเทพฯ.ค้นเมื่อวันที่ 2 พฤศจิกายน 2564,จาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/summary-outlook/industry-summary-outlook-2021-2023>
- เวิร์กพอยท์ทูเดย์ (26 เม.ย. 2564). อุตสาหกรรมยาแผนปัจจุบัน. ค้นเมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน 2564 <https://workpointtoday.com/medicine-industry/>
- สาวิตรี ละครพล, ป. จ. (2563).) แรงจูงใจในการทำงานและความสามารถในการทำงานมีอิทธิพลทางบวกโดยตรงต่อความสำเร็จ.
- สุพัตรา คำรังรัตน์ บทคัดย่อ. (2558). การศึกษาระบบการจัดการและรูปแบบการปฏิบัติงานในองค์กร ที่มีผลต่อแรงจูงใจในการทำงานของพนักงาน(ย่านสีลม).
- Hair, B. B. (2014). Determinant Power of “Public Service Motivation” for “Job Satisfaction”
- Hisrich, R. and Jackson, R., 1993. Selling and sales management. Hauppauge, N.Y.: Barrons's.
- Lewis, E. S. (n.d.). AIDA-model.

McNamara, C. (1999). Basic guidelines to problem solving and decision making. Available HTTP:

<http://www.authenticityconsulting.com>

Morgenstern, Oskar (1976). "The collaboration between Oskar Morgenstern and John von Neumann on

the theory of games". *Journal of Economic Literature*. 14 (3): 805–816.

Wiggs, N. (1989). ทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์.

Yamane. (1973). Extent of Awareness of Birth Control Methods and Their.