

แนวทางการเพิ่มยอดขายอุปกรณ์การแพทย์ กรณีศึกษาบริษัท ยู บี ซี เมดิคอลจำกัด

THE DIRECTION TO INCREASE SALES FOR MEDICAL APPLIANCES: A CASE STUDY OF UBC MEDICAL CO.,LTD.

ภัญญา ไชยสิน¹
สุวัฒน์ จิตต์ปรมณีย์²

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องแนวทางการเพิ่มยอดขายอุปกรณ์การแพทย์ กรณีศึกษาบริษัท ยู บี ซี เมดิคอลจำกัด เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพควบคู่กับเชิงปฏิบัติการ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจ และพิจารณาเพื่อจัดซื้ออุปกรณ์การแพทย์ของโรงพยาบาลในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจและเพิ่มยอดขายอุปกรณ์การแพทย์ โดยใช้แนวทางของสุนทรียสาธก ในการค้นหาข้อมูลเชิงบวกจากหน่วยวิเคราะห์จำนวน 35 ราย แบ่งเป็นแบบเจาะจง ที่เป็นพนักงานของบริษัทจำนวน 5 ราย แบบบังเอิญจำนวน 30 ราย จากลูกค้าหลัก 15 ราย และลูกค้ารายย่อยของบริษัท 15 ราย มาวิเคราะห์ร่วมกับทฤษฎี SOAR Analysis ส่วนผสมการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) SECI Model การทดลองปฏิบัติการทางสังคม (Social Laboratory) 7C' of Communication รวมทั้งมีการทดลองปฏิบัติการในบางโครงการ จนได้แนวทางในการเพิ่มยอดขายอุปกรณ์การแพทย์ บริษัทฯ และผลจากการดำเนินโครงการดังกล่าวทำให้ยอดขายของบริษัทเพิ่มขึ้น 7.09 เปอร์เซ็นต์

คำสำคัญ: สุนทรียสาธก การเพิ่มยอดขาย อุปกรณ์การแพทย์ ยู บี ซี เมดิคอล

Abstract

The study the direction to increase sales for medical appliances: A case study of UBC Medical Co.,Ltd. is a qualitative research coordinated with an action research. The purpose is to study factors affecting decision and consideration to purchase medical appliances of hospitals in Northeastern region and to be a direction for running a business and increasing sales for medical appliances by using Appreciative Inquiry. In order to get positive data, 35 units of analysis: a specific unit from 5 employees and a random unit from 15 primary customers and 15 retail customers of the company are analysed by applying SOAR Analysis, Marketing Mix, SECI Model, Social Laboratory, 7C' communication including some training courses. Finally, a direction to increase sales for medical appliances for UBC Medical Co.,Ltd. is discovered and increases sales 28.9%

Keywords: Appreciative Inquiry, Increase Sales, Medical Appliances, UBC Medical

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตหลักสูตรที่ 1 วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
E-mail mod_smd21@hotmail.com

² รองศาสตราจารย์ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทนำ

ปัจจุบันธุรกิจจำหน่ายเครื่องมือทางการแพทย์มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เนื่องจากเทคโนโลยีทางการแพทย์มีการพัฒนาอย่างมาก ทำให้การตรวจวินิจฉัยสามารถทำได้สะดวกขึ้น โดยประเทศไทยถือเป็นประเทศนำเข้าเครื่องมือแพทย์รายใหญ่ เนื่องจากเครื่องมือแพทย์ส่วนใหญ่มีราคาสูง การแข่งขันจึงสูงขึ้น ยิ่งประเทศเข้าสู่ประชาคมอาเซียนแล้ว บริษัทนำเข้าเครื่องมือแพทย์ก็ต้องเร่งขยายตลาดเพื่อให้เป็นที่ยอมรับในอาเซียน และเพื่อเพิ่มช่องทางให้แก่ธุรกิจด้วย ขณะเดียวกันธุรกิจโรงพยาบาลรัฐและเอกชนกำลังเร่งปรับตัวเพิ่มศักยภาพทางด้านการรักษาทางการแพทย์ ทำให้มีการนำเข้าอุปกรณ์ทางการแพทย์เพื่อรองรับบริการของผู้ป่วยเพิ่มมากขึ้น

นอกจากนั้น จากแนวโน้มของการดูแลสุขภาพสุขภาพของบุคคล พบว่าคนส่วนใหญ่ให้ความสนใจกับสุขภาพของตนเองมากขึ้นกว่าในอดีต ทำให้การเข้ารับบริการของสถานพยาบาลมีจำนวนสูงขึ้นและผู้ที่ใช้บริการต่างคาดหวังในเรื่องของการตรวจรักษาที่สะดวกรวดเร็วและถูกต้องแม่นยำ ทำให้เครื่องมือทางการแพทย์ในปัจจุบันที่มีความสะดวกและให้ผลที่แม่นยำ เป็นที่ต้องการของสถานพยาบาลเป็นอย่างมาก ส่งผลให้มีคนมาลงทุนทำธุรกิจจำหน่ายเครื่องมือทางการแพทย์มากขึ้น และทำให้บริษัทเครื่องมือแพทย์เดิม มีการขยายตลาดอุปกรณ์ทางการแพทย์อย่างต่อเนื่องทั้งในและต่างประเทศ เพื่อรองรับตลาดที่โตขึ้น

บริษัท ยู บี ซี เมดิคอลจำกัด (UBC Medical Co., Ltd) เป็นบริษัทที่จัดจำหน่ายอุปกรณ์การแพทย์ และบริการทางการแพทย์ เช่น เครื่องอัลตราซาวด์(Ultrasound) เครื่องให้สารละลายทางหลอดเลือดดำ (Infusion Pump) เครื่องติดตามการทำงานของหัวใจและสัญญาณชีพ (Patient Monitor) เครื่องฟังเสียงหัวใจทารกในครรภ์ (Droptone) เครื่องบันทึกการบีบรัดตัวของมดลูกและการเต้นของหัวใจทารกในครรภ์ (Fetal Monitor) เครื่องกระตุกหัวใจด้วยไฟฟ้า (Defibrillator) และอื่นๆ โดยเป็นผู้จัดจำหน่ายและผู้นำเข้าโดยตรงเปิดกิจการเป็นเวลากว่า 10 ปี มีพื้นที่เป้าหมายในการทำธุรกิจส่วนใหญ่ในเขตจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคอื่นๆทั่วประเทศ จากการที่ผู้จัดจำหน่ายเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์มีจำนวนเพิ่มขึ้น ทำให้บริษัทถูกแย่งชิงฐานลูกค้าเป็นอย่างมาก โดยในปัจจุบันพบว่ายอดขายและผลประกอบการของบริษัทที่ผ่านมา มีการลดลงอย่างต่อเนื่อง

เมื่อพิจารณาจากหลักการของสุนทรียาสถกที่เชื่อว่าในองค์กรมีเรื่องราวที่ดีซ่อนอยู่ [1] ก็พบว่า แมื่อยอดขายของทางบริษัทจะลดลง แต่ก็ยังมีลูกค้าจำนวนหนึ่งที่ยังซื้อสินค้าจากบริษัท หากได้นำหลักการของสุนทรียาสถกมาใช้โดยศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติเชิงบวกของกลุ่มลูกค้าของบริษัท จะทำให้ได้ข้อมูลเชิงบวกมากขึ้นพอที่จะพัฒนายอดขายของบริษัทให้เพิ่มขึ้นตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ดังนั้นผู้วิจัยเลยมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจและพิจารณาเพื่อจัดซื้ออุปกรณ์การแพทย์ของโรงพยาบาลในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและวางแผนแนวทางในการดำเนินธุรกิจและเพิ่มยอดขายอุปกรณ์การแพทย์ กรณีศึกษา บริษัท ยู บี ซี เมดิคอลจำกัด เพื่อนำผลที่ได้มาช่วยเพิ่มยอดขายของบริษัทต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาประสบการณ์เชิงบวกของลูกค้าที่ซื้อเครื่องมือแพทย์ของบริษัท ยู บี ซี เมดิคอลจำกัด
2. เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจและเพิ่มยอดขายเครื่องมือแพทย์ของบริษัท ยู บี ซี เมดิคอลจำกัด

ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ มาจากคนทำงานประจำที่เป็นพนักงานของบริษัท (แบบเจาะจง) เป็นหน่วยงานราชการ คลินิก (แบบบังเอิญ) ลูกค้าที่ซื้อปลีก รายย่อย ลูกค้าจร (แบบ

บังเอิญ) โดยทำการสัมภาษณ์หน่วยวิเคราะห์ จำนวน 35 ราย

2. ขอบเขตด้านระยะเวลา ศึกษาปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจและพิจารณาเพื่อจัดซื้ออุปกรณ์การแพทย์ในโรงพยาบาลเป้าหมายที่อยู่ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีช่วงระยะเวลาทำการศึกษาวิจัยตั้งแต่วันที่ 20 มกราคม 2559 ถึง วันที่ 20 มิถุนายน 2559

วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษาคครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพควบคู่กับการปฏิบัติการโดยใช้ทฤษฎีสุนทรียสาธกเป็นหลักในการศึกษา โดยเริ่มจากการตั้งคำถามเชิงบวกเพื่อค้นหาประสบการณ์ที่ดีที่สุดจากผู้ประกอบการ ลูกค้าประจำและลูกค้าทั่วไป แล้วนำมาเชื่อมโยงกับแบบจำลอง 4D บูรณาการร่วมกับแนวคิด SOAR Analysis [2] และนำผลที่ได้จากแนวคิดทั้งหมดมาออกแบบกิจกรรมหรือโครงการในการเพิ่มยอดขาย ดังนี้

1. การค้นพบ (Discovery)

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีสัมภาษณ์โดยตั้งคำถามตามหลักสุนทรียสาธกเพื่อให้ได้ประสบการณ์เชิงบวกจากผู้ให้สัมภาษณ์ จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่เป็นจุดร่วมและปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่น โดยสามารถระบุคำถามที่นำไปใช้ในการสัมภาษณ์ ดังนี้

1.1 เหตุผลที่คุณมาซื้อสินค้าและใช้บริการของบริษัทของเราคืออะไร

1.2 คุณรู้สึกประทับใจอะไรบ้าง ในสินค้าหรือบริการของบริษัทเรา

2. การวาดฝัน (Dream)

เมื่อได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ในขั้น Discovery และนำสิ่งที่ค้นพบมาค้นหาปัจจัยที่เป็นจุดร่วมและจุดโดดเด่นแล้ว จึงนำข้อมูลเหล่านั้นมาวาดฝันถึงเป้าหมายในการเพิ่มยอดขายขององค์กร โดยเน้นไปที่เป้าหมายที่เป็นจริงและสามารถนำมาปฏิบัติได้

3. การออกแบบ (Design)

เป็นการศึกษาจากปัจจัยที่เป็นจุดร่วมและปัจจัยที่เป็นจุดโดดเด่นร่วมกับการวิจัยเชิงปฏิบัติการ โดยนำเอาเป้าหมายที่ได้มาวางแผนการดำเนินการว่าจะทำอย่างไรที่จะทำให้เป้าหมายเป็นจริง ทำการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ร่วมกับแนวคิด ทฤษฎีต่างๆ

4. การดำเนินการ (Destiny)

วิเคราะห์ในด้านการเปลี่ยนแปลง การมอบอำนาจ และการเรียนรู้ ตลอดจนการมอบอำนาจให้ผู้รับผิดชอบ เมื่อวางแผนกลยุทธ์แล้วจึงนำไปปฏิบัติโดยการเสนอต่อหัวหน้างานและลงมือดำเนินงานตามแผนที่วางไว้

สรุปผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์ข้อแรก สามารถอธิบายปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจและพิจารณาเพื่อจัดซื้ออุปกรณ์การแพทย์ของโรงพยาบาลในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยแบ่งเป็น 4 ประเภทดังนี้

1.1 ปัจจัยด้านเจ้าหน้าที่

เจ้าหน้าที่ของบริษัทให้ข้อมูลสินค้าได้เป็นอย่างดี มีการให้รายละเอียดสินค้าครบถ้วน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องราคาหรือสมรรถนะของสินค้า มีการสาธิตการใช้เครื่องโดยนำเครื่องไปสาธิตให้ลูกค้าเข้าใจในครั้งแรกโดยนำสินค้าจริงไปสาธิตให้ลูกค้า และให้ข้อมูลที่สามารถเข้าใจได้ง่าย นอกจากนั้นการที่เจ้าหน้าที่มีอัธยาศัยดี สุภาพ พุดจาดี เป็นกันเอง เข้ามาลูกค้าบ่อย ก็เป็นปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าของบริษัทมากขึ้น

1.2 ปัจจัยด้านการบริการ

ทางบริษัทมีบริการหลังการขายที่มีคุณภาพ โทรติดต่อประสานงานง่ายทั้งในเรื่องการซ่อมและการสอบถามปัญหาการใช้งาน เข้ามาแก้ไขปัญหาย่างรวดเร็ว ในทุกครั้งที่ติดต่อไปจะมีพนักงานติดต่อกลับภายใน 5 นาที มีการโทรศัพท์ติดตามการใช้งาน จากพนักงานว่าสามารถใช้งานได้ปกติหรือไม่ และเวลาที่สินค้าเกิดปัญหา บริษัทจะส่งช่างมาดูแลทันที

1.3 ปัจจัยด้านลูกค้า

ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อง่ายขึ้น ถ้ามีลูกค้าที่เคยซื้อเป็นผู้บอกต่อ โดยลูกค้าที่บอกต่อมักจะเป็นพนักงานในโรงพยาบาลที่เคยใช้งานสินค้าจริงและมีประสบการณ์ที่ดีต่อสินค้าและบริษัท

1.4 ปัจจัยด้านสินค้า

ลูกค้ามองว่าสินค้าของบริษัทเป็นของดี มีคุณภาพ มีการรับประกันคุณภาพ มีสินค้าพร้อมส่ง คุณภาพเหมาะสมกับราคา และมีสินค้าตรงตามการใช้งานที่ต้องการ

จากวัตถุประสงค์ข้อสอง สามารถอภิปรายแนวทางในการดำเนินธุรกิจและเพิ่มยอดขายอุปกรณ์การแพทย์ กรณีศึกษา บริษัท ยู ปี ซี เมดิคอล จำกัด โดยแบ่งได้ 3 โครงการ ดังนี้

1. โครงการฝึกอบรมพัฒนาทักษะด้านผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการขาย

โดยการให้พนักงานที่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของบริษัทเป็นผู้อบรมให้กับพนักงานในบริษัททุกวันศุกร์เวลา 15.00-16.30 น. จำนวน 2 สัปดาห์ต่อหนึ่งครั้ง รวมทั้งหมด 8 ครั้ง เพื่อให้พนักงานทุกคนในบริษัทมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับตัวสินค้า สามารถตอบคำถามของลูกค้าได้

2. โครงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านประสบการณ์การขาย

โดยการให้พนักงานขายได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้เรื่องลักษณะของลูกค้าแต่ละพื้นที่ การพูดคุยและเทคนิคการขายที่ประสบความสำเร็จ ปัญหาและข้อควรระวัง รวมถึงข้อเสนอแนะต่างๆ โดยจัดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เดือนละ 1 ครั้ง ใช้เวลาครั้งละ 1 ชั่วโมง 30 นาที เพื่อให้พนักงานขายมีความเข้าใจลูกค้าและสามารถขายสินค้าได้มากขึ้น

3. โครงการสร้างสัมพันธ์กับลูกค้า

เป็นการวางรูปแบบให้พนักงานติดต่อสร้างความสัมพันธ์หลังการขายกับลูกค้า โดยการโทรศัพท์สอบถามการใช้งานหลังการขาย รวมถึงการออกไปพบลูกค้าเพื่อแสดงถึงคามใส่ใจ มีกำหนด 1 วันหลังจากลูกค้าซื้อสินค้า และสอบถามถึงการให้บริการรวมถึงปัญหาที่เกิดจากการใช้สินค้า

จากการค้นหาปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจและพิจารณาเพื่อจัดซื้ออุปกรณ์การแพทย์ของโรงพยาบาลในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และสร้างแนวทางในการดำเนินธุรกิจและเพิ่มยอดขายอุปกรณ์การแพทย์ กรณีศึกษา บริษัท ยู ปี ซี เมดิคอล จำกัด โดยจัดโครงการฝึกอบรมพัฒนาทักษะด้านผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการขาย โครงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านประสบการณ์การขาย และโครงการสร้างสัมพันธ์กับลูกค้า นั้น หลังจากดำเนินงานตามโครงการดังกล่าวแล้ว บริษัทมียอดขายสินค้าเครื่องมือการแพทย์เพิ่มขึ้น เนื่องจากปกติช่วงเดือนเมษายน-มิถุนายน เป็นช่วงที่ยอดขายลดลงในทุกปี แต่หลังจากการจัดโครงการดังกล่าว พบว่า ในเดือนเมษายน-พฤษภาคมปีพ.ศ. 2559 มียอดขายที่สูงขึ้นกว่าปีพ.ศ. 2558 จึงสามารถสรุปได้ว่าโครงการที่ได้ดำเนินการนั้น ส่งผลให้ยอดขายเพิ่มขึ้นได้จริง

ข้อเสนอแนะ

1. ควรทำการศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลกระทบต่อยอดขาย เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มยอดขาย และนำปัจจัยเหล่านั้นมาใช้พัฒนาการเพิ่มยอดขายของบริษัทต่อไป

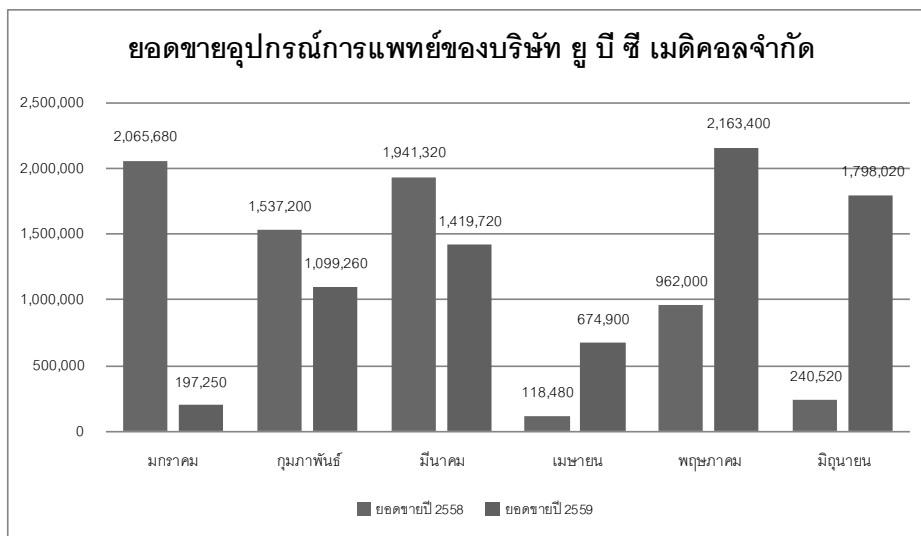
2. ศึกษาคู่แข่งในตลาด
3. มีฐานลูกค้าที่เป็น Brand royalty ของบริษัท
4. ควรศึกษาเพิ่มเติมเรื่องการสร้างความเชื่อมั่นด้านบริการหลังการขาย

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต เรื่องแนวทางการเพิ่มยอดขายอุปกรณ์การแพทย์ กรณีศึกษาบริษัท ยู บี ซี เมดิคอลจำกัด ครั้งนี้สามารถสำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความช่วยเหลือเป็นอย่างยิ่งจากรองศาสตราจารย์สุวัฒน์ จิตต์ปราณีชัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการอธิบาย คำปรึกษาและคำแนะนำอย่างละเอียด จนทำให้รายงานการศึกษานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- [1] ภิญโญ รัตนพันธุ์. (2557). Positive Deviance (PD): เครื่องมือพัฒนาองค์กรยุคใหม่. วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ, 7(1), 13-20.
- [2] อัจฉริยะ อุปการกุล. (2555). SOAR VS. SWOT Analysis. ค้นเมื่อ 16 กุมภาพันธ์ 2559, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/441791>



แผนภูมิ ยอดขายอุปกรณ์การแพทย์ของบริษัท ยู บี ซี เมดิคอลจำกัด