



Journal of
Buddhist Innovation Review



บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

กระบวนการพัฒนาการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยาโดยพุทธสันติวิธี

The Process of Communication Development of Pharmaceutical Salesperson

By Buddhist Peaceful Means

Research Articles

บทความวิจัย

สมมนัส มนัสไพบุลย์

Sommanat Manatphaiboon

พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสันติศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

Ph.D. Student Department of Philosophy Program Peace Studies Graduate School

Mahachulalongkornrajavidyalaya University

E-mail : 6401105050@mcu.ac.th.

Article history

Received: June 9, 2024 / Revised: July 10, 2024

Accepted: July 26, 2024 / Available Online: August 5, 2024

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.ศึกษาสภาพปัญหา ความต้องการ ความจำเป็น ในการพัฒนาการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยา และแนวคิดทฤษฎีการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขายตามศาสตร์สมัยใหม่ 2.ศึกษาหลักพุทธธรรมที่เอื้อต่อการพัฒนาการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยา และ 3.พัฒนาและนำเสนอกระบวนการพัฒนาการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยาโดยพุทธสันติวิธี งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปฏิบัติการ โดยมีเครื่องมือวิจัย คือการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม และการสนทนากลุ่ม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 29 รูป/คน แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ประกอบด้วย 1.กลุ่มผู้บริหารบริษัทขายส่งเวชภัณฑ์ยา 2.กลุ่มพนักงานขายเวชภัณฑ์ยา 3.กลุ่มวิทยากรกระบวนการฝึกอบรม/นักออกแบบการสื่อสาร 4.กลุ่มนักขายมืออาชีพ และ 5.กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านพระพุทธศาสนาและพุทธสันติวิธี นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา บูรณาการหลักพุทธธรรมร่วมกับศาสตร์สมัยใหม่ ร่างหลักสูตรการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนากลุ่มเป้าหมาย จากนั้นนำร่างหลักสูตรนำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิในการสนทนากลุ่มเฉพาะเพื่อปรับปรุงแก้ไข คัดเลือกกลุ่มเป้าหมายโดยการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) นำหลักสูตรลงพัฒนากลุ่มเป้าหมาย และประเมินผลแสดงผลการวิจัยเชิงปริมาณเป็นค่าเฉลี่ย ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา และนำเสนอองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยในรูปแบบโมเดล

ผลการวิจัยพบว่า 1.สภาพปัญหาของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยา ประกอบด้วย 1.พนักงานขายเวชภัณฑ์ยาขาดทักษะการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ 2.พนักงานขายเวชภัณฑ์ยาขาดเทคนิคการขายอย่างมืออาชีพ 3. พนักงานขายเวชภัณฑ์ยาขาดวิธีจัดการความรู้เพื่อพัฒนาทักษะการสื่อสารสำหรับการขาย และ 4. พนักงาน

ขายเวชภัณฑ์ยา ยังไม่มีการนำหลักพุทธสันติวิธีมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขาย แนวคิดทฤษฎีศาสตร์สมัยใหม่ที่นำมาใช้ในการพัฒนากระบวนการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยา มี 4 ทฤษฎี ได้แก่ ทฤษฎีการสื่อสาร ทฤษฎีการขาย ทฤษฎีการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม และ ทฤษฎีการเรียนรู้ผู้ใหญ่อายุ 2. หลักพุทธธรรมที่เอื้อต่อการพัฒนาการสื่อสารของพนักงานขาย ประกอบด้วย หลักสังคหวัตถุ 4 ได้แก่ แบ่งปัน ความรู้ (ทาน) สื่อสารจริงใจ (ปิยวาจา) เต็มใจบริการ (อถถจริยา) และ ประสานไมตรี (สมานัตตา) และหลักภavana 4 มุ่งให้เกิดกระบวนการครอบคลุมการพัฒนา 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านกายภาพ พฤติภาพ จิตภาพ และปัญญาภาพ 3. นำเสนอกระบวนการพัฒนาการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยาโดยพุทธสันติวิธี และ นำเสนอองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยด้วยโมเดล 8S-CPR ประกอบด้วย 8S หมายถึง หลักสูตรการพัฒนา ได้แก่ หลักสูตรการอบรมเชิงปฏิบัติการ 8 module ได้แก่ 1. สันติภายใน (Smart Inner Peace) 2. นักขายต้นแบบ (Smart Salesperson) 3. ทักษะการขาย (Salesmanship) 4. ทักษะการสื่อสาร (Smart Communication) 5. จิตบริการ (Service Mind) 6. การทำงานเป็นทีม (Smart Team Work) 7. การนำไปประยุกต์ใช้ (Smart Application) และ 8. การถอดบทเรียน (Super Reflection) การออกแบบการเรียนรู้ในแต่ละ module ใช้ หลักการพัฒนา 3 ขั้นตอน ประกอบด้วย ขั้นตอนที่ 1. เสริมสร้างปัญญา (Cognitive Development : C) ขั้นตอนที่ 2. พัฒนาการสื่อสาร (Practice : P) และขั้นตอนที่ 3. จัดการถอดบทเรียน (Review : R) หรือเรียกชื่อย่อว่า CPR ผลลัพธ์จากกระบวนการพัฒนา (1) พนักงานขายเวชภัณฑ์ยาที่ผ่านหลักสูตรการอบรมเชิงปฏิบัติการ มีคะแนนพฤติกรรมการเรียนรู้เฉลี่ยเพิ่มขึ้น (จาก 3.33 เป็น 4.93) และความพึงพอใจต่อการฝึกอบรมในทุกด้าน อยู่ในระดับสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.99) (2) พนักงานขายเวชภัณฑ์ยาที่ผ่านหลักสูตรการอบรมเชิงปฏิบัติการมีการพัฒนา 4 ด้านตามหลักภavana 4 และ (3) 8S-CPR model เป็นกระบวนการที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนาการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยาโดยใช้แนวทางพุทธสันติวิธี

คำสำคัญ: กระบวนการพัฒนา; การสื่อสาร; การขาย; เวชภัณฑ์ยา; พุทธสันติวิธี

Abstract

The research article consisted of the following objectives: 1. To study the context, problem conditions, needs, and necessities in development of communication skills for pharmaceutical sales staff and explore theoretical concepts on developing sales communication based on modern sciences; 2. examine and analyze Buddhist principles that facilitate communication development for pharmaceutical sales staff and 3. To develop and propose a communication development process for pharmaceutical sales staff by Buddhist peaceful means.

Research Methodology: This action research utilized tools such as in-depth interviews, participatory observation, and focus group discussions. The key informant population consisted of 29 individuals, divided into five groups: 1. Pharmaceutical wholesale company executives. 2. Pharmaceutical sales staff. 3. Facilitators/communication designers. 4. Professional salespersons. and 5. Key informants in Buddhism and Buddhist peaceful means. The data collected were analyzed through content analysis, integrating Buddhist principles with modern sciences. A draft training curriculum was developed for the target group, which was

then presented to experts in a specific focus group for further improvement. The target group was selected through purposive sampling, and the training curriculum was implemented and evaluated.

The research findings can be summarized as follows: (1) a lack of effective communication skills (2) a deficiency in professional sales techniques (3) inadequate knowledge management techniques for developing communication skills and (4) no application of Buddhist principles in communication development for sales. The modern theoretical concepts used to develop the communication process of pharmaceutical sales staff include four theories: communication theory, sales theory, participatory learning theory, and adult learning theory. 2. Buddhist Principles Facilitating Communication Development: Principles of Sangahavatthu 4, which include Sharing knowledge (Dana), Sincere communication (Piyavaca), Willingness to serve (Atthacariya), Harmonious integration (Samanattata) and Principles of Bhavana 4, aiming to cover the development of four aspects: Physical (Kaya), Behavioral (Sila), Mental (Citta), Intellectual (Panna). 3. Proposed Development Process: Introduction of the 8S-CPR model, which includes eight training modules: Smart Inner Peace, Smart Salesperson, Salesmanship, Smart Communication, Service Mind, Smart Team Work, Smart Application, and Super Reflection. Each module is designed using a three-step development principle: 1. Cognitive Development (C) 2. Practice (P) 3. Review (R) referred to collectively as CPR.

Research Outcomes: 1) Pharmaceutical sales representatives who completed the training program showed an increase in average learning behavior scores (from 3.33 to 4.93) and high satisfaction with the training (average score of 4.99). 2) Pharmaceutical sales representatives who completed the training program demonstrated development in all four aspects according to the principles of Bhavana 4. 3) The 8S-CPR model is an effective process for improving communication skills of pharmaceutical sales representatives using Buddhist peaceful means.

Keywords: Development process; Communication; Sales; Pharmaceutical products; Buddhist peaceful Means

บทนำ

ยาเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่มีความสำคัญยิ่งต่อชีวิตมนุษย์ โดยช่วยรักษาอาการเจ็บป่วย ป้องกันโรค และลดการเสียชีวิต ทำให้มนุษย์มีสุขภาพดีและสามารถดำเนินชีวิตประจำวันได้อย่างราบรื่น ธุรกิจยามีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจในหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นการผลิต การจำหน่าย และการให้บริการทางการแพทย์ จากการวิเคราะห์แนวโน้มธุรกิจอุตสาหกรรมโดยวิจัยกรุงศรี พบว่าในช่วงปี 2562 ถึง 2564 มีการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจในกลุ่มยาและเวชภัณฑ์เพิ่มขึ้นเกือบสองเท่า และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอนาคต หลังการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ความตื่นตัวในการดูแลสุขภาพและป้องกันโรคก่อนเจ็บป่วยของประชาชนเพิ่มมากขึ้น สินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ เช่น ยา เวชภัณฑ์ อาหารเสริม และสมุนไพรต่าง ๆ มีส่วนแบ่งทางการตลาดมากขึ้น ในปี 2567 สังกมไทยได้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ มีสัดส่วนผู้สูงอายุร้อยละ 14 ของประชากรทั้งหมด กลุ่มผู้สูงอายุที่มีกำลังทรัพย์จึงมีบทบาทสำคัญต่อภาคธุรกิจ นอกจากนี้นโยบายของสำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (สปสช.) ที่ขยายการให้บริการผู้ป่วยบัตรทองที่มีอาการเจ็บป่วยเล็กน้อย (common illness) สามารถมารับบริการที่ร้านขายยาได้ ส่งผลให้ธุรกิจเวชภัณฑ์ยาเติบโตอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อรับมือกับการ

แข่งขันที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น นอกจากนี้การก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัล ทำให้รูปแบบการดำเนินธุรกิจเปลี่ยนแปลงไป มีการทำธุรกิจผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ มีการใช้แอปพลิเคชันต่าง ๆ ในการทำธุรกิจ ดังนั้นองค์กรและพนักงาน เวชภัณฑ์ยา จึงต้องมีการปรับตัวภายใต้การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเพื่อความอยู่รอด

ธุรกิจจำหน่ายเวชภัณฑ์ยาต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมาย ได้แก่ พระราชบัญญัติยา ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2522 ซึ่งกำหนดว่า การโฆษณาขายยาต้องได้รับอนุญาต และห้ามโฆษณาอันตรายหรือยาควบคุมพิเศษ ผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อป้องกันการเข้าถึงผู้บริโภคโดยตรง องค์กรที่ประกอบธุรกิจขายยาจึงต้องใช้ช่องทางการจำหน่ายผ่านพนักงานขายหรือผู้แทนยา บริษัท ทีที เมดิซิน จำกัด ประกอบธุรกิจจำหน่ายยาและเวชภัณฑ์ให้กับ ร้านขายยาเป็นการขายแบบธุรกิจสู่ธุรกิจ (Business to Business: B2B) ได้รับอนุญาตจากสำนักงาน คณะกรรมการอาหารและยาตามกฎหมาย บริษัทจดทะเบียนเมื่อปี 2549 และมีทุนจดทะเบียนเริ่มต้น 10 ล้านบาท ปัจจุบันบริษัทได้ใช้แพลตฟอร์มในการจำหน่ายยาและเวชภัณฑ์ทางช่องทางออนไลน์ อย่างไรก็ตามบริษัท ยังคงให้ความสำคัญกับช่องทางการจำหน่ายโดยพนักงานขาย เนื่องจากพนักงานขายสามารถให้บริการลูกค้าและปรับเปลี่ยนการขายตามบริบทและสถานการณ์ที่เกิดขึ้นด้วยการสื่อสารโดยตรงกับลูกค้า บริษัทมีพนักงานขายมากกว่า 30 คน เพื่อดูแลร้านขายยามากกว่า 5,000 ร้านทั่วประเทศ หลังการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 บริษัท ต้องเผชิญกับความท้าทายในการประกอบธุรกิจหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแข่งขันจากผู้ประกอบการ ขายส่งยาและเวชภัณฑ์ ทั้งในด้านราคาและการบริการ ส่งผลกระทบกับรายได้ของบริษัท มีการลาออกของ พนักงานขายเพิ่มขึ้น บริษัทจึงต้องปรับโครงสร้างองค์กรและพัฒนาพนักงานที่เหลือให้มีศักยภาพมากขึ้น จาก การทบทวนงานวิจัยที่ผ่านมา พบว่าพนักงานขายที่ประสบความสำเร็จในอาชีพ ต้องมีทักษะที่สำคัญคือ ทักษะการ สื่อสาร ทักษะการขาย การพัฒนาทักษะดังกล่าวให้กับพนักงานขายจะช่วยเพิ่มยอดขาย และทำให้พนักงานขาย ทำงานด้วยความสุขมากกว่าพนักงานที่ไม่ได้รับการพัฒนา จากการลงพื้นที่สัมภาษณ์ และสนทนากับผู้มีส่วน เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยพบปัญหาเกี่ยวกับการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยา 4 ประการดังนี้ 1.พนักงานขาย เวชภัณฑ์ยาขาดทักษะการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ 2.พนักงานขายเวชภัณฑ์ยาขาดเทคนิคการขายอย่างมืออาชีพ 3. พนักงานขายเวชภัณฑ์ยาขาดวิธีการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาทักษะการสื่อสารสำหรับการขาย และ 4. พนักงาน ขายเวชภัณฑ์ยายังไม่มีการนำหลักพุทธวิธีมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขาย ปัญหา เหล่านี้ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการขายและความสัมพันธ์กับลูกค้าดังนี้ 1) การสื่อสารกับลูกค้าไม่ราบรื่น การขาดทักษะการสื่อสารทำให้เกิดความไม่เข้าใจหรือความเข้าใจผิดระหว่างพนักงานขายและลูกค้า ซึ่งอาจส่งผล ให้ลูกค้าไม่พอใจและไม่กลับมาซื้อซ้ำ 2) ยอดขายลดลง เมื่อพนักงานขายไม่มีเทคนิคการขายแบบมืออาชีพ อาจ ไม่สามารถปิดการขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ หรือขาดความมั่นใจในการนำเสนอ ส่งผลให้บริษัทสูญเสียรายได้ 3) การขาดวิธีการจัดการความรู้ส่งผลให้พนักงานขายไม่สามารถปรับปรุงและพัฒนาทักษะของตนเองอย่างต่อเนื่อง ทำ ให้ขาดนวัตกรรมในกระบวนการขายและอาจส่งผลให้พนักงานรู้สึกไม่ท้าทายหรือขาดแรงจูงใจ และ 4) หาก พนักงานขายได้รับการพัฒนามิตินทางด้านความคิดและจิตใจ เช่น ความมีสติ ความเมตตา การเป็นผู้ให้ จะเป็นส่วน ช่วยให้การซื้อขายเป็นไปอย่างราบรื่น เพื่อแก้ปัญหาเกี่ยวกับการสื่อสารในพนักงานขายเวชภัณฑ์ยา สามารถใช้ แนวทางต่อไปนี้ 1) บริษัทควรจัดให้มีการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการสื่อสารของพนักงานขาย รวมถึงการ เรียนรู้วิธีการฟังที่ดี การพูดอย่างชัดเจน และการปรับตัวตามสถานการณ์ เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการขายและ ความสัมพันธ์กับลูกค้า 2) การพัฒนาเทคนิคการขายอย่างมืออาชีพ จัดให้มีการอบรมและการฝึกฝนเพื่อให้

พนักงานขายเข้าใจเทคนิคการขายที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การนำเสนอที่ดี และการแก้ไขข้อโต้แย้งอย่างสร้างสรรค์ 3) การสร้างระบบจัดการความรู้ สร้างฐานข้อมูลหรือแพลตฟอร์มสำหรับการจัดการความรู้ที่สามารถใช้ในการแบ่งปันข้อมูลและประสบการณ์เกี่ยวกับการขาย เพื่อให้พนักงานขายสามารถเข้าถึงข้อมูลและพัฒนาทักษะของตนเองได้อย่างต่อเนื่อง และ 4) สร้างกระบวนการหรือหลักสูตรการพัฒนาการสื่อสารโดยการสนับสนุนให้พนักงานขายเรียนรู้และประยุกต์ใช้หลักพุทธธรรมในการพัฒนาทักษะการสื่อสาร เช่น การแบ่งปันความรู้ (ทาน) สื่อสารจริงใจ (ปิยวาจา) เต็มใจบริการ (อิตถจริยา) และ ประสานไมตรี (สมานัตตา) และการพัฒนาตามหลักท้าว 4 ประกอบด้วย ด้านกายภาพ พุทธิภาพ จิตภาพ และปัญญาภาพ เพื่อสร้างบรรยากาศการขายที่เป็นมิตรและมีประสิทธิภาพ โดยการใช้แนวทางเหล่านี้ บริษัทสามารถปรับปรุงประสิทธิภาพการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยา ซึ่งจะส่งผลให้ยอดขายเพิ่มขึ้น ความสัมพันธ์กับลูกค้าดีขึ้น และสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เป็นมืออาชีพและเป็นมิตรยิ่งขึ้น การพัฒนาพนักงานขายให้มีทักษะการสื่อสารเป็นสิ่งจำเป็น เนื่องจากการสื่อสารเป็นส่วนสำคัญของกระบวนการขาย ซึ่งส่งผลให้เกิดความมั่นคงขององค์กร โดยเฉพาะในการพัฒนาพนักงานขายเพื่อให้มีทักษะการสื่อสารที่ดีเพื่อสร้างความสุขในการทำงานและบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากบริบทและปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะพัฒนากระบวนการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยาของ บริษัท ทีที เมดิซิน จำกัด โดยใช้แนวคิดทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการขายตามศาสตร์สมัยใหม่ คือ ทฤษฎีการสื่อสาร และ ทฤษฎีการขาย บูรณาการร่วมกับหลักพุทธธรรม คือ สังคหวัตถุ 4 และหลักท้าว 4 โดยสร้างกระบวนการเรียนรู้จากทฤษฎีการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม และทฤษฎีการเรียนรู้แบบผู้ใหญ่ และใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการ สร้างกระบวนการพัฒนาการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยาโดยพุทธสันติวิธี เพื่อนำไปพัฒนาการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยาของบริษัท ประเมินผล และนำเสนอองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย และนำองค์ความรู้ที่ได้เป็นต้นแบบในการพัฒนาการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยาในองค์กรอื่นต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาวิเคราะห์บริบท สภาพปัญหา ความจำเป็น ความต้องการ เกี่ยวกับการพัฒนาการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยา และศึกษาแนวคิดทฤษฎีการสื่อสารเพื่อการขายตามศาสตร์สมัยใหม่
2. เพื่อศึกษาหลักพุทธธรรมที่เอื้อต่อการพัฒนาการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยา
3. เพื่อพัฒนาและนำเสนอกระบวนการพัฒนาการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยาโดยพุทธสันติวิธี

วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาจากเอกสาร (Documentary Study)

ผู้วิจัยศึกษา หนังสือ ตำรา บทความวิชาการ งานวิจัย พระไตรปิฎกฉบับภาษาบาลีและฉบับ ภาษาไทย ของมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยโดย 1) ศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสภาพปัญหา ความต้องการ ความจำเป็น ในการพัฒนาการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยา 2) ศึกษาหลักพุทธธรรมที่เอื้อต่อการพัฒนาการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยา และ 3) ศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขายตามศาสตร์สมัยใหม่

ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาภาคสนาม (Field Study)

ผู้วิจัยศึกษาภาคสนามโดยการลงพื้นที่วิจัย เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ การสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสนทนากลุ่มย่อย การสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาบริบท ความเป็นมา สภาพปัญหา ความต้องการ ความจำเป็น ในการพัฒนาการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยา ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูล นำมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ และบูรณาการข้อมูลที่ได้จากการการศึกษาจากเอกสาร และการศึกษาภาคสนาม นำมาสร้างเครื่องมือวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

ขั้นตอนที่ 3 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Information)

- 1) ผู้วิจัยคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 29 รูป/คน แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ประกอบด้วย 1.กลุ่มผู้บริหารบริษัทขายส่งเวชภัณฑ์ยา 2.กลุ่มพนักงานขายเวชภัณฑ์ยา 3.กลุ่มวิทยากรกระบวนการฝึกอบรม/นักร้องแบบการสื่อสาร 4.กลุ่มนักขายมีอาชีพ และ 5.กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้านพระพุทธศาสนาและพุทธสันติวิธี
- 2) ผู้วิจัยจัดสัมมนาวิชาการ (เวทีสนทนา) โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญในด้านพระพุทธศาสนา ด้านการสื่อสาร และด้านการขาย จำนวน 5 รูป/คน มาเป็นวิทยากร ถ่ายทอดความรู้

ขั้นตอนที่ 4 เครื่องมือและวิธีการที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการวิจัยได้แก่

- 1) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) เพื่อศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นปัญหาและปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จของกระบวนการพัฒนา
- 2) การจัดสัมมนาวิชาการ (academic seminar) เพื่อระดมความคิดจากผู้เชี่ยวชาญ ด้านพระพุทธศาสนา ด้านการสื่อสาร และด้านการขาย

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาด้านเอกสาร การลงพื้นที่วิจัย การสัมภาษณ์เชิงลึก การจัดสัมมนาวิชาการ แล้วนำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis) เพื่อออกแบบกระบวนการในการพัฒนากลุ่มเป้าหมาย การยกย่องกระบวนการพัฒนาการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยา ภายใต้กรอบแนวคิดบูรณาการกระบวนการพัฒนาการสื่อสารของพนักงานขาย ตามศาสตร์สมัยใหม่กับหลักพุทธสันติวิธี มีองค์ประกอบที่สำคัญคือ แนวคิดพื้นฐาน หลักการ จุดมุ่งหมาย เนื้อหาสาระของหลักสูตร ขั้นตอนการพัฒนา และการประเมินผล

- 3) การสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus group Discussion) ผู้วิจัยนำร่างกระบวนการพัฒนาการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยาโดยพุทธสันติวิธี เสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 12 รูป/คน โดยการจัดประชุมสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group) เมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2567 เพื่อให้ผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญให้ข้อคิดเห็นและคำแนะนำ และรับรองผลกระบวนการดังกล่าว ผู้วิจัยสรุปประเด็นหลักที่เป็นข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาเป็นกระบวนการพัฒนาการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยาโดยพุทธสันติวิธีที่สามารถนำไปใช้ฝึกอบรมเพื่อพัฒนาการสื่อสารให้กับพนักงานขายเวชภัณฑ์ยาในสถานการณ์จริงได้

- 4) การพัฒนากลุ่มเป้าหมาย/การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ

ผู้วิจัยคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 25 ราย เพื่อเข้าร่วมการพัฒนาและฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ หลักสูตร “กระบวนการพัฒนาการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยาโดยพุทธสันติวิธี” วันที่ 28-30 เดือนมีนาคม พ.ศ. 2567 เวลา 8.30-16.00 น. ณ ห้องประชุม บริษัท เวสต์เกต เมดิแคร์ จำกัด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี รายละเอียดโครงสร้างกิจกรรมการฝึกอบรม มีดังนี้ Module 1

สันติภายใน Module 2 นักชายต้นแบบ Module 3 ทักษะการชาย Module 4 ทักษะการสื่อสาร Module 5 จิตบริการ Module 6 การทำงานเป็นทีม Module 7 การนำไปประยุกต์ใช้ และ Module 8 การถอดบทเรียน กระบวนการพัฒนาการสื่อสารของพนักงานชายเวชภัณฑ์ยาโดยพุทธสันติวิธี ดำเนินการโดยใช้กระบวนการพัฒนา "ซีพีอาร์ (CPR-Process) 3 ขั้นตอนหลัก ประกอบด้วยขั้นที่ 1 เสริมสร้างปัญญา (Cognitive Development : C) ขั้นที่ 2 พัฒนาการสื่อสาร (Practice : P) และขั้นที่ 3 จัดการถอดบทเรียน (Review) รายละเอียดของแต่ละขั้นตอนกระบวนการ มีดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 เสริมสร้างปัญญา (Cognitive Development : C) ขั้นตอนนี้เป็นการอบรมอบรมเชิงปฏิบัติการ เน้นประสบการณ์ทางปัญญาที่เกิดจากการเรียนรู้ กระบวนการคิด และการลงมือปฏิบัติของผู้เข้าอบรมเป็นสำคัญ จนผู้เข้าอบรมเกิดความคิดรวบยอดเป็นความรู้ความเข้าใจของตนเอง ที่สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขายเวชภัณฑ์ยาของตนเองได้ ในทุกกิจกรรมใช้ขั้นตอนการฝึกอบรม 3 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นที่ 1 เรียนรู้จากประสบการณ์ (Experiential learning) วิทยากรทำหน้าที่จัดกระบวนการเรียนรู้ให้ผู้เข้าอบรมเกิดการคิด และการลงมือปฏิบัติตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ที่ได้กำหนดไว้ ขั้นที่ 2 สะท้อนการปฏิบัติ (Reflect) เป็นขั้นที่วิทยากรส่งเสริมให้ผู้เข้าอบรมได้มีการสะท้อนความรู้สึก การอภิปรายและแลกเปลี่ยนจากประสบการณ์ปฏิบัติกิจกรรมในขั้นที่ผ่านมา จนเกิดเป็นข้อสรุป หลักการ หรือแนวทางการปฏิบัติ และขั้นที่ 3 จัดนำไปประยุกต์ใช้ (Application) เป็นขั้นที่วิทยากรส่งเสริมให้ผู้เข้าอบรมได้นำความรู้ที่ได้จากการสะท้อนความคิดและการอภิปรายมาสรุปจัดเป็นองค์ความรู้ แนวทางหรือแผนการปฏิบัติ (Plan) ที่จะใช้ในการทำงานในสถานการณ์จริง

ขั้นตอนที่ 2 พัฒนาการสื่อสาร (Practice : P) เป็นขั้นที่วิทยากรส่งเสริมให้ผู้เข้าอบรมได้นำความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่ได้รับจากการฝึกอบรม ไปใช้ปฏิบัติการสื่อสารเพื่อการขายเวชภัณฑ์ยาของตนเองในสถานการณ์การทำงานจริง เป็นระยะเวลา 2 สัปดาห์ ระยะเวลาในดำเนินการ 2 สัปดาห์ มี 2 ขั้นตอนย่อย ดังนี้ ขั้นที่ 1 ให้งมือปฏิบัติ (Doing) เป็นขั้นที่ผู้เข้าอบรมจะต้องลงมือปฏิบัติการสื่อสารเพื่อการขายเวชภัณฑ์ยาในสถานการณ์ทำงานจริงกับลูกค้า และเก็บข้อมูลผลที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารอย่างเป็นระบบด้วยวิธีการที่หลากหลาย เช่น การจดบันทึก การถ่ายภาพ ที่ไม่ผิดกฎหมายและละเมิดสิทธิ์ของลูกค้า และ ขั้นที่ 2 จัดประเมินตน (Assessment) เป็นขั้นที่ผู้เข้าอบรมนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบและประเมินตนเองว่า วิธีการสื่อสารหรือการทำงานเกิดผลลัพธ์เป็นอย่างไร บรรลุเป้าหมายหรือไม่ เพราะอะไร และมีแนวทางปรับปรุงอย่างไรเพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น จากนั้นจึงนำไปปฏิบัติในสถานการณ์การทำงานจริงกับลูกค้า โดยผู้เข้าอบรมทำเช่นนี้อย่างเป็นระบบในลักษณะเป็นวงจรการพัฒนาการสื่อสารของตนเอง

ขั้นตอนที่ 3 จัดการถอดบทเรียน (Review : R) เป็นขั้นตอนที่วิทยากรจัดเวทีสันติสนทนา เพื่อถอดบทเรียนการเรียนรู้สู่การเปลี่ยนแปลงของตนเอง ว่าเกิดการเปลี่ยนแปลงเรื่องใดบ้าง และเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างไร มีผลอย่างไร โดยวิทยากรจัดกระบวนการเพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้มีการถอดบทเรียน ระยะเวลาในการดำเนินการ 3 ชั่วโมง มี 2 ขั้นตอนย่อย คือ ขั้นที่ 1 สืบค้นพิจารณา (Contemplative) เป็นขั้นตอนที่วิทยากรกำหนดประเด็นหรือคำถามให้ผู้เรียนได้มีการพิจารณาใคร่ครวญประสบการณ์ที่เกิดขึ้นจากการทำงานของตนเองว่ามีการพัฒนาในเรื่องใดบ้าง มีการเปลี่ยนแปลงอย่างไร องค์ความรู้ใหม่ที่เกิดขึ้นคืออะไร และจะนำไปใช้ในการพัฒนาตนเองอย่างไรบ้าง และขั้นที่ 2 สนทนาแลกเปลี่ยน (Dialogue) เป็นขั้นตอนที่วิทยากร

ส่งเสริมให้ผู้เข้าอบรมได้มีการบันทึกผล การครุ่นคิด การใคร่ครวญด้วยใจ ที่เป็นการเปลี่ยนแปลงความรู้สึก นึกคิด และพฤติกรรมสื่อสารเพื่อการขายเวชภัณฑ์ยาของตนเอง และความรู้ใหม่ที่เกิดขึ้น

ขั้นตอนที่ 5 การรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลจากการสังเกตอย่างมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึก สันติสนทนาวิชาการ การอบรมเชิงปฏิบัติการ จัดเก็บข้อมูลผ่านเครื่องบันทึกเสียง ภาพถ่าย ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และนำข้อมูลที่ได้นำ วิเคราะห์ สังเคราะห์ เพื่อออกแบบหลักสูตรและประเมินผล

ขั้นตอนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ที่ได้จากหนังสือ ตำรา เอกสารทางวิชาการ วารสาร บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง คำแนะนำจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญและจากการดำเนินการตาม กระบวนการพัฒนา โดยการจัดหมวดหมู่ข้อมูล คัดแยกข้อมูลที่สอดคล้อง ลดทอนข้อมูลที่ซ้ำซ้อน และจัดทำ ข้อมูลสรุป เกี่ยวกับกระบวนการพัฒนาการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยาโดยพุทธสันติวิธี

ขั้นตอนที่ 7 สรุปผลการศึกษาวิจัย และ การนำเสนอผลการศึกษาวิจัย

แนวทางการวัดและประเมินผลของกระบวนการพัฒนาการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยา โดยพุทธสันติวิธี เน้นการประเมินผู้เข้าอบรมตามสภาพจริง (Authentic Assessment) โดยใช้เครื่องมือและ วิธีการที่หลากหลาย ดังนี้ 1. ประเมินผลการเรียนรู้ของผู้เข้าอบรมจากผลงาน/ชิ้นงาน และการสังเกตพฤติกรรม การปฏิบัติ โดยใช้แบบสังเกตพฤติกรรมและแบบประเมินผลงาน และ 2. ประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าอบรม สรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณโดยแสดงเป็นค่าเฉลี่ย ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา การนำเสนอ ผลการศึกษาเป็นองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยในรูปแบบโมเดล

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องกระบวนการพัฒนาการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยาโดยพุทธสันติวิธี มี วัตถุประสงค์ 3 ประการ คือ 1) ศึกษาบริบท สภาพปัญหา ความจำเป็น ในการพัฒนาการสื่อสารของพนักงาน ขายเวชภัณฑ์ยา และแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขายตามศาสตร์สมัยใหม่ 2) ศึกษาหลัก พุทธสันติวิธีที่เอื้อต่อการพัฒนาการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยา 3) พัฒนาและนำเสนอกระบวนการ พัฒนาการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยาโดยพุทธสันติวิธี ผลการวิจัยพบว่า

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

บริบท สภาพปัญหา ความต้องการ ความจำเป็น ในการพัฒนา บริษัท ทีที เมดิซิน จำกัด เป็น บริษัทที่ดำเนินกิจการขายยา โดยจำหน่ายยารักษาโรคแผนปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเวชสำอางให้กับ ร้านขายยาแผนปัจจุบันในราคาส่ง บริษัทจะจำหน่ายยาเวชภัณฑ์ออกสู่ตลาดได้มากน้อยเพียงใดก็ขึ้นอยู่กับ พนักงานขายยา การวัดผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย (Sales person Performance) ทางบริษัทจะแบ่งเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกจะเป็นผลการปฏิบัติงานทางด้านผลลัพธ์ โดยบริษัทจะมียอดขายเป้าหมายกำหนดไว้ทุกเดือน การ วัดผลนั้นจะดูการทำยอดขายที่ได้ตามเป้าหมาย การเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งทางการตลาด อัตราเติบโตของยอดขาย และจำนวนครั้งในการเยี่ยมลูกค้า และส่วนที่สองจะเป็นผลการปฏิบัติงานทางด้านพฤติกรรม โดยบริษัทจะมีการ สอบประเมินหรือให้คะแนนจากหัวหน้างาน ทั้งทางด้านความรู้ การวางแผน การวิเคราะห์ปัญหา ทักษะการขาย

การทำงานเป็นทีม และการสอบเกณฑ์จริยธรรม จะเห็นได้ว่าอาชีพพนักงานขายเวชภัณฑ์ยาต้องพัฒนาหลายด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องทักษะการสื่อสารเพื่อการขาย

จากการลงพื้นที่สัมภาษณ์และสนทนากับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง พบปัญหาสภาพปัญหา (ทุกข์) ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยา 4 ประการ ประกอบด้วย 1.พนักงานขายเวชภัณฑ์ยาขาดทักษะการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ 2.พนักงานขายเวชภัณฑ์ยาขาดเทคนิคการขายอย่างมืออาชีพ 3. พนักงานขายเวชภัณฑ์ยาขาดวิธีการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาทักษะการสื่อสารสำหรับการขาย และ 4. พนักงานขายเวชภัณฑ์ยายังไม่มีการนำหลักพุทธสันติวิธีมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขาย ภายใต้สภาพปัญหาที่เกิดขึ้นข้างต้น ผู้วิจัยเห็นว่ามีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งที่จะพัฒนาศักยภาพของพนักงานขายให้มีความรู้ความสามารถ และทักษะการสื่อสารเพื่อการขายเวชภัณฑ์ยากับลูกค้า โดยใช้วิธีการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาพนักงานขาย ด้วยวิธีการที่หลากหลายและสอดคล้องกับสภาพปัญหาและความต้องการของผู้เข้าอบรม เพื่อให้สามารถนำความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่ได้จากการฝึกอบรมไปใช้ในการทำงานสถานการณ์จริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2) แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขายตามศาสตร์สมัยใหม่ แนวคิดทฤษฎีศาสตร์สมัยใหม่ร่วมสมัยที่นำมาใช้ในการพัฒนากระบวนการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยา ได้แก่ 1) ทฤษฎีการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม ทฤษฎีนี้ให้ความสำคัญกับผู้เรียนจุดเน้นของการเรียนแบบมีส่วนร่วมคือการให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมทางด้านจิตใจ การได้รับประสบการณ์ที่สัมพันธ์กับชีวิตจริง ได้รับการฝึกฝนทักษะชีวิตต่างๆ การแสวงหาความรู้ การคิด การจัดการความรู้ การแสดงออก การสร้างความรู้ใหม่และการทำงาน และ 2) ทฤษฎีการเรียนรู้ด้วยผู้ใหญ่ การจัดการประสบการณ์การเรียนรู้ของผู้ใหญ่เน้นความเข้าใจตนเอง ความพร้อม ประสบการณ์ และการรู้คุณค่าของเวลา ช่วยให้ผู้เรียนมีอิสระทางความคิด เชื่อมมั่นในตนเอง มีความสามารถในการคิดสร้างสรรค์ มีการแลกเปลี่ยนทัศนะระหว่างผู้เรียนและผู้สอน ช่วยให้ผู้เรียนได้เรียนรู้โดยดึงสิ่งดีที่สุดในตัวมาใช้ให้เป็นประโยชน์เต็มศักยภาพ

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 หลักพุทธธรรมที่เอื้อต่อการพัฒนาการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยา ประกอบด้วย หลักสังคหวัตถุ 4 และภาวนา 4

หลักสังคหวัตถุ 4 ได้แก่ 1) ทาน การให้ข้อมูลที่ถูกต้องตามความเป็นจริง ทั้งด้านประสิทธิภาพและความปลอดภัย ซึ่งให้เห็นถึงความจำเป็น ตรงต่อความต้องการของลูกค้า มีไหวพริบในการตอบคำถาม ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับการขายเวชภัณฑ์ยา 2) ปิยวาจา มีมนุษยสัมพันธ์ดี สื่อสารด้วยความสุภาพ อ่อนโยน มีความอ่อนน้อมถ่อมตน ให้บริการด้วยความเต็มใจ 3) อตถจริยา มีความขยันอดทนในการทำงาน พัฒนาตนเองให้มีความชำนาญในทักษะการขาย มีวินัย และมีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค และ 4) สมานัตตตารักษามาตรฐานของการให้บริการเพื่อรักษาผลประโยชน์ให้แก่ลูกค้า ดูแลเอาใจใส่ให้คำปรึกษา และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกันอย่างสม่ำเสมอ (Thai Tripitaka, 1992: 21/32/50)

หลักภาวนา 4 เป็นหลักธรรมสำหรับการพัฒนาพนักงานให้มีความสามารถในการสื่อสารเพื่อการขายอย่างรอบด้าน ได้แก่ 1) ทางกายหรือกายภาวนา เป็นการพัฒนาพนักงานให้มีการปฏิบัติต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางกายภาพและวัตถุในทางที่ถูกต้องและดีงาม 2) ทางพฤติกรรมหรือศีลภาวนา เป็นการพัฒนาพนักงานให้มีทักษะการสื่อสารเพื่อการขาย ทักษะการให้บริการ ทักษะการสื่อสาร การทำงานร่วมกับทีม รวมถึงการปฏิบัติกับลูกค้า

หรือบุคลากรในองค์กรในทางที่ถูกต้องและดีงาม การมีจรรยาบรรณของการเป็นนักการขาย 3) ทางจิตใจหรือจิตตภาวนา เป็นการพัฒนาพนักงานให้มีทัศนคติที่ดีและถูกต้องต่อการขาย มีความซื่อสัตย์สุจริต มีสติ มีความเมตตา กรุณาต่อลูกค้า เป็นต้น และ 4) ทางปัญญาหรือปัญญาภาวนา เป็นการพัฒนาพนักงานให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องการสื่อสารเพื่อการขาย ความมีเหตุผลและการคิดวิเคราะห์ในการแก้ปัญหา (Thai Tripitaka, 1992: 21/32/50)

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3

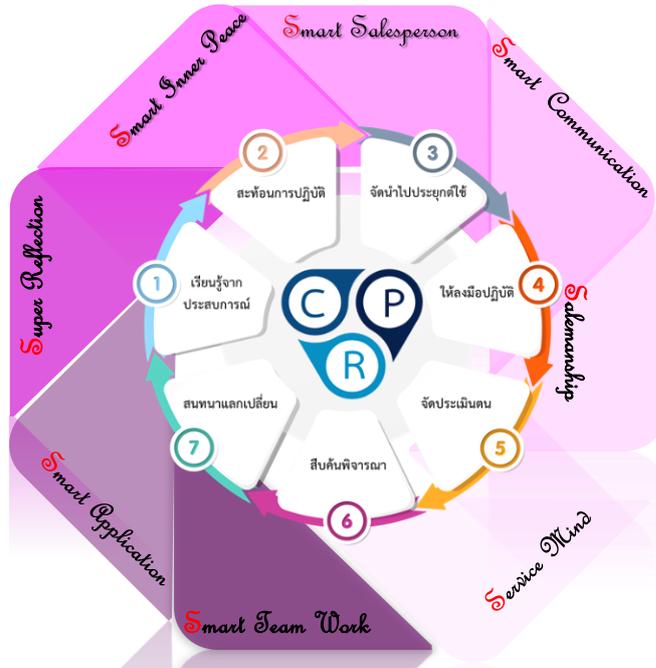
1) นำเสนอองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยเรื่องกระบวนการพัฒนาการสื่อสารของพนักงานขาย **เวชภัณฑ์ยาโดยพุทธสันติวิธี** องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย ได้แก่ 8S-CPR Model โดย 8S หมายถึง การเรียนรู้ 8 module ประกอบด้วย

1. สันติภายใน (Smart Inner Peace) 2. นักขายต้นแบบ (Smart Salesperson) 3. ทักษะการขาย (Salesmanship) 4. ทักษะการสื่อสาร (Smart Communication) 5. จิตบริการ (Service Mind) 6. การทำงานเป็นทีม (Smart Team Work) 7. การนำไปประยุกต์ใช้ (Smart Application) และ 8. การถอดบทเรียน (Super Reflection) CPR หมายถึง การออกแบบการเรียนรู้ 3 ขั้นตอน ประกอบด้วย ขั้นตอนที่ 1 เสริมสร้างปัญญา (Cognitive Development : C) ขั้นตอนที่ 2 พัฒนาการสื่อสาร (Practice : P) และขั้นตอนที่ 3 จัดการถอดบทเรียน (Review : R)

2) ผลการประเมินพฤติกรรมการเรียนรู้ก่อนและหลังทำกิจกรรมของผู้เข้าอบรมโดยกระบวนการหลังทำกิจกรรมพบว่าผู้เข้าร่วมอบรมมีค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการเรียนรู้เพิ่มขึ้นจากระดับมาก (3.33) เป็นระดับมากที่สุด (4.93)

3) ผลประเมินผลความพึงพอใจของผู้เข้าอบรมที่มีต่อการฝึกอบรมการพัฒนาการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยาโดยพุทธสันติวิธี พบว่าความพึงพอใจของผู้เข้าอบรมที่มีต่อการฝึกอบรมการพัฒนาการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยาโดยพุทธสันติวิธี ความพึงพอใจต่อการฝึกอบรมในทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.99 และมีความพึงพอใจต่อการฝึกอบรมทุกด้านในระดับมากที่สุด

4) ผลการสะท้อนสภาวะของตนเองหลังการฝึกอบรม พบว่า พนักงานขายมีความรู้สึกที่ดี กระตือรือร้น อยากเรียนรู้กิจกรรมในแต่ละ module สิ่งที่ได้การเรียนรู้จากการอบรมคือ การมีสติ การมีทักษะในการทำงาน และจะนำความรู้ที่ได้จากการฝึกอบรมไปพัฒนาตนเองทั้งเรื่องงานและชีวิตส่วนตัว



องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย 8S-CPR Model : ที่มารูปแบบโมเดล:ผู้วิจัย

อภิปรายผลการวิจัย

อภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

1) บริบท สภาพปัญหา ความต้องการ ความจำเป็น ด้านการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยา

บริบท สภาพปัญหา และความต้องการจำเป็นด้านการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยาสรุปได้เป็น 4 ประการดังนี้ 1. พนักงานขายเวชภัณฑ์ยาขาดทักษะการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ 2. พนักงานขายเวชภัณฑ์ยาขาดเทคนิคการขายอย่างมืออาชีพ 3. พนักงานขายเวชภัณฑ์ยาขาดวิธีจัดการความรู้เพื่อพัฒนาทักษะการสื่อสารสำหรับการขาย และ 4. พนักงานขายเวชภัณฑ์ยายังไม่มีการนำหลักพุทธสันติวิธีมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขาย สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Padapassorn Padapiladdhanun พบว่า สภาพปัญหาที่สภาพ ของพนักงานขาย ได้แก่ พนักงานขายขาดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้า ขาดทักษะในการแนะนำสินค้าเพื่อเพิ่มยอดขาย ไม่มีประสบการณ์ในการทำงาน ขาดการอบรมเกี่ยวกับงานบริการ และทักษะการพูดโน้มน้าวลูกค้า สำหรับแนวทางในการพัฒนาพนักงานขาย ส่วนใหญ่ต้องการได้รับการพัฒนาในด้านความรู้และทักษะที่จำเป็นเกี่ยวกับงานบริการ โดยเห็นความสำคัญในการจัดการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ จัดสัมมนา จัดให้มีการศึกษาดูงาน และจัดกิจกรรมสัมพันธ์ (BUDDHIST PSYCHOLOGY MODEL TO ENHANCE SALES PERSON'S PERFORMANCE, 2018, pp. 3025-3043)

2) แนวคิดทฤษฎีการพัฒนาการสื่อสารของพนักงานขายตามศาสตร์สมัยใหม่

แนวคิดทฤษฎีการพัฒนาการสื่อสารของพนักงานขายตามศาสตร์สมัยใหม่ในงานวิจัยนี้ประกอบด้วย แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการขาย บูรณาการร่วมกับทฤษฎีการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม และการเรียนรู้ด้วยผู้ใหญ่ นำมาใช้ออกแบบการเรียนรู้ในบริบทของการพัฒนาการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยา ผลการนำทฤษฎีการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมมาใช้ออกแบบการเรียนรู้พบว่า ผู้เข้าอบรม มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมด้านกายภาพ พฤติภาพ จิตภาพ ปัญญาภาพ ที่ดีขึ้น มีความพึงพอใจในการ

อบรมในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Lee T, Wong S. พบว่าการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมส่งผลต่อการพัฒนาทักษะการสื่อสารและการปรับตัวในสถานการณ์ที่หลากหลาย (Journal of Business Communication. 2020, 15 (1); 65-72)

สำหรับทฤษฎีการเรียนรู้ผู้ใหญ่(Adult Theory) ในบริบทของการพัฒนาการสื่อสารสำหรับพนักงานขายเวชภัณฑ์ยา พบว่า การฝึกอบรมที่เน้นประสบการณ์และความต้องการของพนักงานขายจะช่วยให้การเรียนรู้มีประสิทธิภาพมากขึ้น สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Phimlada anansirikasem ที่พบว่า การพัฒนาการจัดการเรียนการสอนตามแนวคิดแอนดราโกจี ผลลัพธ์การเรียนรู้ตามมาตรฐานคุณวุฒิระดับปริญญาตรีหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนและความรู้หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) 3) ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.27) (Journal of MCU Nakhondhat. 2021, 8 (5); 435-448) นอกจากนี้งานวิจัยโดย Roberts และ Smith แสดงให้เห็นว่าการฝึกอบรมที่ตอบสนองต่อความต้องการและประสบการณ์ของผู้ใหญ่ส่งผลต่อการพัฒนาทักษะการสื่อสารและความพึงพอใจในการทำงาน

กล่าวโดยสรุปผลการวิจัยพบว่า แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการขายร่วมกับ ทฤษฎีการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม (Participatory learning) และทฤษฎีการเรียนรู้ผู้ใหญ่ (Adult Learning) เป็นแนวคิดทฤษฎีที่เอื้อต่อการพัฒนาทักษะการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยา สอดคล้องกับผลการวิจัยที่ผ่านมา

อภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

ผลการวิจัยพบว่าหลักพุทธธรรมที่เอื้อต่อการพัฒนาการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยาประกอบด้วย

หลักสังคหวัตถุ 4 ประกอบด้วย 1) ทาน การให้หมายถึงการแบ่งปันข้อมูล ความรู้ และทรัพยากรต่างๆ การที่พนักงานขายเวชภัณฑ์ยาแบ่งปันข้อมูลที่เป็นประโยชน์และตรงกับความต้องการของลูกค้าสามารถสร้างความไว้วางใจและเสริมสร้างความสัมพันธ์ 2) ปิยวาจา การส่งเสริมให้พนักงานมีการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ จริงใจ ให้ข้อมูลที่ไม่เกินความจริง การพูดด้วยถ้อยคำที่ไพเราะ สุภาพและเป็นมิตรสามารถสร้างบรรยากาศที่ดีในการสื่อสารและลดความขัดแย้ง ช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า 3) อตถจริยา การส่งเสริมให้พนักงานมีวินัยและความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค พัฒนาตนให้มีทักษะความชำนาญในการขาย ในการพัฒนาการสื่อสาร พนักงานขายเวชภัณฑ์ยาที่มุ่งทำประโยชน์ให้แก่ลูกค้า จะสร้างความสัมพันธ์ที่ดี และ 4) สมานัตตา ส่งเสริมให้พนักงานรักษามาตรฐานของการให้บริการ (Thai Tripitaka, 1992: 21/32/50) และรักษาผลประโยชน์ให้แก่ลูกค้า พูดคุยเพื่อให้ทราบความต้องการ ดูแลเอาใจใส่ให้คำปรึกษา และสร้างความสัมพันธ์ที่ดี การที่พนักงานขายเวชภัณฑ์ยาปฏิบัติต่อลูกค้าทุกคนอย่างเท่าเทียมและไม่มีอคติ จะสร้างความเชื่อมั่นและความยุติธรรม สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Pimchaya Boonchana ที่พบว่า การใช้หลักสังคหวัตถุ 4 ในการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขาย และการนำหลักพุทธสันติวิธีมาใช้ในการพัฒนาการสื่อสารของพนักงานขายเป็นแนวทางที่มีประสิทธิภาพ โดยเน้นการพูดด้วยถ้อยคำที่ไพเราะ การให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ และการปฏิบัติอย่างเป็นธรรมจะช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ สร้างความสัมพันธ์ที่ดี และลดความขัดแย้ง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของพุทธสันติวิธีในบริบทของการขายเวชภัณฑ์ยา (Journal of MCU Peace Studies. November-December, 2003. 11 (7); 2924-2938)

หลักภavana 4

สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยาโดยใช้แนวคิดพุทธสันติวิธี หลักภavana 4 เป็นหลักธรรมสำหรับการพัฒนาพนักงานให้มีความสามารถในการสื่อสารเพื่อการขายอย่างรอบด้าน ได้แก่ 1) ทางกายหรือกายภavana เป็นการพัฒนาพนักงานให้มีการปฏิบัติต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางกายภาพและวัตถุในทางที่ถูกต้องและดีงาม 2) ทางพฤติกรรมหรือศีลภavana เป็นการพัฒนาพนักงานให้มีทักษะการสื่อสารเพื่อการขาย ทักษะการให้บริการ ทักษะการสื่อสาร การทำงานร่วมกับทีม รวมถึงการปฏิบัติกับลูกค้าหรือบุคลากรในองค์กรในทางที่ถูกต้องและดีงาม 3) ทางจิตใจหรือจิตตภavana เป็นการพัฒนาพนักงานให้มีทัศนคติที่ดีและถูกต้องต่อการขาย มีความซื่อสัตย์ สุจริตจริงใจ มีสติ ไม่เห็นแก่ตัว ไม่เอาแต่ใจ ไม่เอาเปรียบลูกค้า มีความเมตตากรุณาต่อลูกค้า เป็นต้น และ 4) ทางปัญญาหรือปัญญาภavana เป็นการพัฒนาพนักงานให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องการสื่อสารเพื่อการขาย ความมีเหตุผลและการคิดแก้ปัญหา (Thai Tripitaka, 1992: 21/32/50) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Anukun Bunraksa เรื่อง การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ตามหลักภavana 4 ของกองบัญชาการมณฑลทหารบกที่ 31 พบว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ตามหลักภavana 4 ทั้งด้านกายภavana ศีลภavana จิตตภavana และปัญญาภavana อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของต่างประเทศ เกี่ยวกับกายภavana (การฝึกฝนทางร่างกาย) ในบริบทของการสื่อสาร กายภavanaเกี่ยวข้องกับการแสดงออกทางกายภาพและภาษากาย พนักงานขายเวชภัณฑ์ยาที่ฝึกฝนการแสดงออกทางร่างกายอย่างเหมาะสม เช่น การยิ้ม การสบตา และท่าทางที่เป็นมิตร จะช่วยสร้างบรรยากาศที่ดีในการสื่อสาร (Human Resource Development Of 31st Military Circle In Accordance With Bhavana 4, 2011, p. Abstract) งานวิจัยของ Smith J, Brown L, Johnson T. พบว่า ภาษากายที่เป็นมิตรและเปิดกว้างมีผลดีต่อการสร้างความไว้วางใจและความพึงพอใจของลูกค้า ศีลภavana (การฝึกฝนศีลธรรม) ศีลภavanaเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตามศีลธรรมและจริยธรรม การที่พนักงานขายเวชภัณฑ์ยาปฏิบัติตามหลักจริยธรรม เช่น ความซื่อสัตย์ การให้ข้อมูลที่ถูกต้อง และการปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างยุติธรรม จะช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นและความเคารพ (Journal of Pharmaceutical Sales, 2019. 25 (2); 112-119) งานวิจัยโดย Lee T, Wong S. พบว่า การสื่อสารที่มีจริยธรรมส่งผลดีต่อความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานขายกับลูกค้า จิตตภavana (การฝึกฝนจิตใจ) จิตตภavanaเกี่ยวข้องกับการควบคุมอารมณ์และจิตใจ การที่พนักงานขายเวชภัณฑ์ยาสามารถควบคุมอารมณ์ได้ดี และมีจิตใจที่สงบ จะช่วยลดความตึงเครียดในการสื่อสารและส่งเสริมการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี (Journal of Business Communication. 2020, 15 (1); 65-72) งานวิจัยของ Paige Billing พบว่าพนักงานขายที่สามารถควบคุมอารมณ์และรักษาความสงบได้ มีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จในการสื่อสารและการขาย ปัญญาภavana (การฝึกฝนปัญญา) ปัญญาภavanaเกี่ยวข้องกับการเรียนรู้และการพัฒนาความรู้ พนักงานขายเวชภัณฑ์ยาที่มีความรู้ในผลิตภัณฑ์และความสามารถในการให้คำแนะนำอย่างเหมาะสมจะสร้างความไว้วางใจและความน่าเชื่อถือ (A study of emotional intelligence, thinking styles, and selling effectiveness of pharmaceutical sales representatives, 2012, pp. 185-187) งานวิจัยของ Roberts M, Smith A. พบว่า พนักงานขายที่มีความรู้และความเข้าใจในผลิตภัณฑ์จะได้รับ การยอมรับและสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า (Journal of Pharmaceutical Industry, 2017. 9 (4); 58-64) กล่าวโดยสรุป การนำหลักภavana 4 มาใช้ในการพัฒนาการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยาโดยพุทธสันติวิธีเป็นแนวทางที่เน้นการฝึกฝนทางกาย ศีล จิต และปัญญา เพื่อส่งเสริมการสื่อสารที่สงบและสร้าง

ความสัมพันธ์ที่ดี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในไทยและต่างประเทศแสดงให้เห็นว่าการปฏิบัติตามหลักภาวนา 4 สามารถช่วยลดความตึงเครียดในการสื่อสารและส่งเสริมความสำเร็จในการขาย

อภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3

ผลการพัฒนากระบวนการพัฒนาการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยาโดยพุทธสันติวิธี ผู้วิจัยได้บูรณาการแนวคิดการพัฒนาการสื่อสารของพนักงานขายตามศาสตร์สมัยใหม่เข้ากับหลักพุทธสันติวิธี พัฒนาเป็นหลักสูตรการพัฒนาการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยาโดยพุทธสันติวิธี จากนั้นนำหลักสูตรไปพัฒนากลุ่มเป้าหมาย ผลการวิจัยพบว่า การประเมินผลพฤติกรรมการเรียนรู้ของผู้เข้าอบรมโดยกระบวนการ พบว่าในแต่ละ Module กลุ่มตัวอย่างมีคะแนนพฤติกรรมการเรียนรู้ ตั้งใจและให้ความร่วมมือกับวิทยากร กระตือรือร้นในการทำกิจกรรม รับผิดชอบต่อกิจกรรมที่ได้รับมอบหมาย แสดงความคิดเห็นด้วยเหตุผล ยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น แลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน สนใจและตั้งใจในการทำงานของกลุ่ม ทบทวนไตร่ตรองการเรียนรู้จากกิจกรรม ทำกิจกรรมเสร็จตามเวลาที่กำหนด ในระดับมากที่สุด ทุกกิจกรรมการเรียนรู้ ความพึงพอใจของผู้เข้าอบรมที่มีต่อการฝึกอบรมการพัฒนาการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยาโดยพุทธสันติวิธี อยู่ในระดับมากที่สุด และมีความพึงพอใจต่อการฝึกอบรมทุกด้าน ในระดับมากที่สุด นำเสนอองค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัย เรียกว่า “8S-CPR Model”

ผลการวิจัยสอดคล้องกับ งานวิจัยของ Sutin Bangyim and Phra Pramote Vadagovido พบว่าการฝึกอบรมที่ใช้แนวทางพุทธสันติวิธีมีผลดีต่อการพัฒนาทักษะการสื่อสารและการสื่อสารเชิงบวกภายในองค์กร การใช้หลักการเช่นเดียวกับ "8S-CPR Model" ช่วยให้ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมสามารถพัฒนาทักษะทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น (Journal of MCU Peace Studies. July-August, 2023. 11(5); 2051-2063) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Pimchaya Boonchana and Phra Pramote Vadagovido ที่พบว่า การเรียนรู้เชิงปฏิบัติการสามารถช่วยเสริมสร้างปัญญาและทักษะการสื่อสารในกลุ่มพนักงานขาย โดยเฉพาะเมื่อมีการนำแนวคิดพุทธสันติวิธีมาใช้ในกระบวนการฝึกอบรม (Journal of MCU Peace Studies. November-December, 2023. 11 (7); 2924-2938) ในงานวิจัยของต่างประเทศ Brown และ Johnson ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะการสื่อสารในอุตสาหกรรมเวชภัณฑ์ยา ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการฝึกอบรมที่ใช้แนวทางแบบมีส่วนร่วมและการเน้นการพัฒนาความรู้และทักษะการสื่อสารมีผลดีต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของพนักงานขาย โดยที่แนวทางนี้ (Journal of Pharmaceutical Sales, 2019. 16 (2); 45-53) สอดคล้องกับแนวคิด 8S-CPR Model

บทสรุป

กระบวนการพัฒนาการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยาโดยพุทธสันติวิธีตาม "8S-CPR Model" แสดงให้เห็นว่าการฝึกอบรมที่บูรณาการหลักพุทธวิธีและการเรียนรู้เชิงปฏิบัติช่วยให้ผู้เข้าอบรมสามารถพัฒนาทักษะการสื่อสารและเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ดีขึ้น งานวิจัยทั้งในไทยและต่างประเทศสอดคล้องกับแนวทางนี้ โดยเน้นความสำคัญของการฝึกอบรมที่มีโครงสร้างชัดเจน การมีส่วนร่วม และการถอดบทเรียนเพื่อพัฒนาทักษะการสื่อสาร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. บริษัทควรสนับสนุนการเรียนรู้และพัฒนาองค์ความรู้ของพนักงานด้วยเครื่องมือและแหล่งข้อมูลที่เหมาะสม เช่น การจัดอบรมภายในและการสร้างระบบการแบ่งปันความรู้ พร้อมทั้งสนับสนุนการศึกษาต่อของพนักงาน เพื่อเพิ่มสมรรถนะและสามารถให้พนักงานพัฒนาตัวเองได้อย่างต่อเนื่อง

2. ควรนำหลักสูตรการเรียนรู้ไปขยายผลกับองค์กรอื่น และพัฒนาต่อเพื่อให้เป็นเอกลักษณ์ของบริษัท เพื่อใช้เป็นหลักสูตรอบรมพนักงานในเครือและบริษัทคู่ค้าในอนาคต

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้วิจัยควรมีการวิเคราะห์ผลกระทบของการนำไปใช้จริงในองค์กร รวมถึงการวัดผลความสำเร็จของกระบวนการใหม่ๆ ตามตัวชี้วัดที่กำหนดไว้ เพื่อปรับปรุงและปรับเปลี่ยนต่อไป

2. ผู้วิจัยควรสร้างเครื่องมือสนับสนุนการเรียนรู้และการปฏิบัติของพนักงานขาย เช่น คู่มือการใช้งาน วิดีโอการสอน หรือเครื่องมือการประเมินผล 3. การวิจัยครั้งต่อไปควรแบ่งพนักงานเป็นกลุ่ม เช่น จัด workshop กลุ่มใหญ่ กรณีให้ความรู้ผลิตภัณฑ์ หากต้องการฝึกทักษะ มีการโค้ชแบบ Focus group กลุ่มเล็ก และพนักงานที่มีปัญหาการสื่อสารใช้วิธีฝึกแบบตัวต่อตัว

ข้อเสนอแนะดังกล่าวจะช่วยให้งานวิจัยมีความเหมาะสมและเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนากระบวนการสื่อสารของพนักงานขายเวชภัณฑ์ยาในองค์กร เพื่อสนับสนุนการปรับตัวและการเติบโตของธุรกิจในยุคสมัยใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

Reference

Books

Mahachulalongkornrajavidyalaya University. (1992). *Thaii Tripitaka Mahachulalongkorn-rajaviDya-
laya*. Bangkok: Mahachulalongkornrajavidyalaya Printing House.

Phrabrahmapundit (Prayoon Thammachitto). (2014). *Methods of Integrating Buddhism with Modern
Sciences: Buddhism and National Reconciliation*. Bangkok: MahachulalongkornRajaVid-
yalaya University Press.

Somkid Mimma. (2021). *Basic Selling*. Bangkok : Se-education public company limited.

Somdet Phra Phutthakhosachan (P.A. Payutto). (2007). *The Charter of Life. 4th Edition*. Bangkok:
National Office of Buddhism Printing House.

Journal

Brown K, et al. (2018). THE ROLE OF EMOTIONAL CONTROL IN SUCCESSFUL SALES COMMUNICATION.
Journal of Sales Practice. 10 (3); 85-91. (in Thai)

- Brown K, Johnson L. (2019). DEVELOPING COMMUNICATION SKILLS IN THE PHARMACEUTICAL INDUSTRY: A PARTICIPATORY APPROACH. *Journal of Pharmaceutical Sales*.16 (2); 45-53. (in Thai)
- Lee T, Wong S. (2020). ETHICAL COMMUNICATION AND ITS EFFECT ON CUSTOMER SATISFACTION. *Journal of Business Communication*. 15 (1); 65-72. (in Thai)
- Padapassorn Padapiladdhanun. (2019). BUDDHIST PSYCHOLOGY MODEL TO ENHANCE SALES PERSON'S PERFORMANCE. *Journal of MCU Nakhondhat*. 6 (6); 3025–3043. (in Thai)
- Pimchaya Boonchana and Phra Pramote Vadagovido. (2023). THE DEVELOPMENT OF SALES COMMUNICATION FOR THE PERSONNELIN TUNKATANG BEST CENTER CO., LTD., BY BUDDHIST PEACEFUL MEANS. *Journal of MCU Peace Studies*. November-December, 11 (7); 2924-2938. (in Thai)
- Phimlada anansirikasem. (2021). THE DEVELOPMENT OF TEACHING AND LEARNING BASED ON ANDRAGOGY CONCEPT IN BIostatistics AND EPIDEMIOLOGY SUBJECT. *Journal of MCU Nakhondhat*. 8 (5); 435–448. (in Thai)
- Roberts M, Smith A. (2017). KNOWLEDGE AND EXPERTISE IN PHARMACEUTICAL SALES: IMPACT ON CUSTOMER RELATIONSHIPS. *Journal of Pharmaceutical Industry*. 9 (4); 58-64. (in Thai)
- Smith J, Brown L, Johnson T. (2019). THE IMPACT OF BODY LANGUAGE IN PHARMACEUTICAL SALES. *Journal of Pharmaceutical Sales*. 25 (2); 112-119. (in Thai)
- Sutin Bangyim and Phra Pramote Vadagovido. (2023). THE PROCESS OF DEVELOPING COMMUNICATION AMONG PERSONNELBY BUDDHIST PEACEFUL MEANS. *Journal of MCU Peace Studies*. July-August. 11 (5); 2051-2063. (in Thai)

Thesis

- Anukun Bunraksa. (2011). Human Resource Development Of 31st Military Cercle In Accordance With Bhavana4. Master of Arts (Public Administration) Graduate Shool Mahachulalongkornrajavidyalaya University.
- Paige Billing. (2012). A study of emotional intelligence, thinking styles, and selling effectiveness of pharmaceutical sales representatives. Doctor of Philosophy. University of Pennsylvania.