



ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของพนักงานขายกับพฤติกรรมการปฏิบัติงานของพนักงานขายของบริษัทจำกัด ในจังหวัดนครศรีธรรมราช*

อรัญญา หนูรอด**

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของพนักงานขายกับพฤติกรรมการปฏิบัติงานของพนักงานขายของบริษัทจำกัด ในจังหวัดนครศรีธรรมราช กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 171 คน ได้มาจากการสุ่มแบบเจาะจงจากบริษัทจำกัด 8 บริษัท

ผลการวิจัยพบว่า ความสามารถของพนักงานขายด้านทักษะในการขายมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($r = 0.74, p < 0.01$) ความสามารถของพนักงานด้านความรู้ในตัวสินค้ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($r = 0.75, p < 0.01$) และ ทักษะในการขาย ความรู้ในตัวสินค้าร่วมกันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการปฏิบัติงานโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($r = 0.787, p < 0.01$)

ผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่าความสามารถของพนักงานขายด้านทักษะในการขายและความรู้ในตัวสินค้าของพนักงานขาย มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการปฏิบัติงานของพนักงานขาย ดังนั้นบริษัทควรมีการฝึกอบรมพัฒนาทักษะในการขายให้พนักงานขายอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้พนักงานขายมีพฤติกรรมในการปฏิบัติงานที่ดีสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร

คำสำคัญ : ความสามารถของพนักงานขาย พฤติกรรมการปฏิบัติงาน ทักษะในการขาย ความรู้ในตัวสินค้า

* ส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้

** นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้ จังหวัดนครศรีธรรมราช



The Relationship between Salespersons Capabilities and their Work Performance at Company Limited in Nakhon Si Thammarat^{*}

Aranya Noorod^{**}

Abstract

The aim of this research was to study the relationship between salespersons capabilities, and their work performance at companies in Nakhon Si Thammarat. The subjects of 171 salespersons were selected by means of purposive random sampling from eight companies.

It was revealed that there was a positive relationship between selling skills and their work performance, and between knowledge of the product being presented and their work performance. Moreover, their selling skills and knowledge regarding the product being presented together also have a positive correlation with work performance. All these relationship were statistically significant ($r = 0.74, 0.75, \text{ and } 0.79; p < 0.01$ respectively.)

The results indicated that salespersons' skills and knowledge of their products influence their work performance. Therefore, companies should provide constant sales trainings and development in order to improve their salesperson work performance to achieve the companies' goals.

Key words : Salespersons Capabilities ; Work Performance; Selling Skill Product Knowledge

^{*} Part of Thesis for the Master Degree of Business Administration, Graduate School, Southern College of Technology

^{**} Graduate Student, School of Business Administration, Southern College of Technology, Nakhon Si Thammarat



บทนำ

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจในโลกปัจจุบันมีความสลับซับซ้อนและมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และเป็นไปอย่างรวดเร็วในโลกของตลาดการค้าเสรี บริษัทต่าง ๆ จึงต้องพัฒนากลยุทธ์การขายและทักษะทางการขายของตน เพื่อให้ก้าวทันความต้องการของลูกค้าและความเปลี่ยนแปลงทางการตลาด โดยการกำหนดกลยุทธ์การขาย ด้านการขายเพื่อที่จะขยายฐานลูกค้า การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจในทุกธุรกิจ ดังนั้นธุรกิจจึงต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการขายและบริการเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าและรักษาลูกค้าที่ดีไว้ (โอฬาร เชาวเลิศโสภณ, 2546)

ในการดำเนินธุรกิจ กิจกรรมหลัก ๆ ของการดำเนินธุรกิจ คือการผลิตและการนำสินค้าและบริการไปสู่ผู้บริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค การขายเป็นกลไกที่ทำให้มีการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการสู่ผู้บริโภค ดังนั้นในหลายธุรกิจจึงให้ความสำคัญต่อการขาย การขายมีหลายรูปแบบการขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling) นั้นเป็นรูปแบบหนึ่งของการขาย ถึงแม้ว่าในปัจจุบันนี้เทคโนโลยีสมัยใหม่จะก้าวเข้ามา ส่งผลให้มีการพัฒนาสื่อและอุปกรณ์ต่าง ๆ มากขึ้น แต่ความสำคัญของพนักงานขายก็ยังคงมีความจำเป็นในธุรกิจ พนักงานขายสามารถปรับใช้กลยุทธ์และเทคนิคการขายในกระบวนการขาย เพื่อปรับการเสนอขายต่าง ๆ ให้เข้ากับสถานการณ์และสอดคล้องกับความต้องการลูกค้า สามารถเป็นตัวแทนเผยแพร่ข้อมูลสู่ลูกค้า ดังนั้นในหลายธุรกิจการขายโดยพนักงานขายจึงมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจเพื่อให้สามารถประสบผลสำเร็จได้ (วัลลภ เมฆทัพบ, 2545)

ความสามารถในการขายก็เป็นอีกตัวแปรหนึ่งที่พบว่ามีผลสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จในการขายและผลการดำเนินงานขององค์กร องค์กรไม่ศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ไม่ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคไม่ปรับปรุงแนวคิด และ

กลยุทธ์ให้ทันต่อสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง ก็ยากที่จะประสบความสำเร็จและตรงกับความต้องการของลูกค้า การที่จะทำให้องค์กรสามารถก้าวทันการเปลี่ยนแปลงอันรวดเร็ว คือ การพัฒนาบุคลากร เพราะมนุษย์ทุกคนมีความรู้ความสามารถ ตลอดจนทักษะหรือความชำนาญ รวมถึงประสบการณ์ที่มีสั่งสมอยู่ในตัวเองแตกต่างกัน พนักงานขายจึงเปรียบเสมือนทับทิมขององค์กร เป็นทรัพยากรหลักที่สำคัญ และมีคุณค่าต่อองค์กร และเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้องค์กรนั้นมีความสามารถ และสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง (ทวิศักดิ์ สุวณธ์, 2536)

ความสำคัญของความสามารถของพนักงานขายรวมถึงพฤติกรรมการปฏิบัติงานของพนักงานขายทำให้ผู้ศึกษามีความสนใจว่าความสามารถด้านใดมีผลต่อพฤติกรรมการปฏิบัติงานของพนักงานขาย ข้อค้นพบจากการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้เกี่ยวข้องเพื่อนำไปใช้ในการวางแผนการขาย และการกำหนดนโยบายส่งเสริมการขายที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล งานวิจัยฉบับนี้ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของพนักงานขายกับพฤติกรรมการปฏิบัติงาน

1. ความสามารถของพนักงานขาย (Salesperson Capabilities) ความสามารถของพนักงานขายในงานวิจัยฉบับนี้ประกอบด้วย

ทักษะในการขาย (Selling Skill) ประกอบด้วย ทักษะด้านความคิดเห็นและการตัดสินใจ หมายถึงความสามารถด้านการรับรู้ในการที่จะมององค์กรโดยรวมทั้งหมดจะเกี่ยวข้องกับการวางแผนและการใช้ความคิด ทักษะเกี่ยวกับคนเป็นทักษะที่เกี่ยวข้องกับความสามารถของพนักงานขายในการทำงานร่วมกับคนอื่น แสดงถึงวิธีการที่ใช้ในการปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น ทักษะทางเทคนิค คือความสามารถในการปฏิบัติงานเฉพาะอย่าง และความเชี่ยวชาญในวิธีการเทคนิคและเครื่องมือที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่ เช่น การขาย การฝึกอบรม เทคนิคการแก้ปัญหาบางอย่างได้ (สุปัญญา ไชยชาญ, 2550)



ความรู้ในตัวสินค้า (Product Knowledge)
 นักขายที่ประสบความสำเร็จได้นั้น ต้องมีความรอบรู้เกี่ยวกับสินค้าที่ขาย นโยบายขององค์กร ลูกค้า ตลาดและคู่แข่ง เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับพนักงานขายควรจะมี แต่สิ่งหนึ่งซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอันดับต้น ๆ ของการขายคือ ความรอบรู้ในตัวสินค้า ว่ามีคุณสมบัติอย่างไร รายละเอียดเกี่ยวกับตัวสินค้า อายุการใช้งาน ต่างๆ พนักงานขายต้องมีความเข้าใจผลิตภัณฑ์และบริการที่ขายอย่างละเอียดทุกแง่มุม เพื่อให้สามารถสื่อสารไปยังลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ควรทราบ คุณลักษณะพิเศษของผลิตภัณฑ์ การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต ประโยชน์การใช้งานของผลิตภัณฑ์ ข้อได้เปรียบและข้อจำกัดของผลิตภัณฑ์ การจัดองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ ราคาและการจัดส่งผลิตภัณฑ์ การบริการหลังการขาย การส่งเสริมการขาย (ศศินทร์ วิวัฒนชาติ, 2545)

2. พฤติกรรมการปฏิบัติงานของพนักงานขาย ประกอบด้วย 5 ด้าน

การขายแบบปรับตัว (Adaptive Selling)
 Weitz (1981) กล่าวว่า การปรับตัวในด้านการขาย คือความสามารถของพนักงานขายในการค้นหาเพื่อปรับเปลี่ยนวิธีการขายเมื่อมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งเรียนรู้จากปฏิกิริยาหรือพฤติกรรมของลูกค้าที่แสดงออกมา

การวางแผนการขาย (Sales Planning)
 Piercy (1999) ได้กล่าวเกี่ยวกับการวางแผนการขายว่า ผู้บริหารหรือผู้ที่เกี่ยวข้องยอมรับว่าการวางแผนการขายเป็นงานท้าทายต่อพนักงานขาย พนักงานขายเผชิญกับความท้าทายและกิจกรรมที่สำคัญคือการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีอยู่มหาศาล เพื่อลดความไม่แน่นอน พนักงานขายจะต้องวางแผน ความต้องการขาย เลือกกลยุทธ์การขาย และครอบคลุมพื้นที่ที่ได้รับมอบหมาย เพื่อให้ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์

การทำงานเป็นทีม (Teamwork) หมายถึง กลุ่มคนที่มีความสัมพันธ์กันค่อนข้างจะใกล้ชิดและ

คงความสัมพันธ์อยู่ค่อนข้างจะถาวรซึ่งประกอบด้วยหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงานโดยร่วมกันทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของทีมงาน (การทำงานเป็นทีมที่มีประสิทธิภาพ, 2554)

การนำเสนอขาย (Making Sales Presentation) เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการขาย และเป็นส่วนที่สำคัญที่สุดที่ลูกค้าจะตัดสินใจ ซื้อหรือไม่ซื้อสินค้าหรือบริการ การเสนอขาย แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ การเสนอขายและการขาย การเสนอขาย คือ การแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงคุณลักษณะ (Product Features) ต่าง ๆ ของสินค้าหรือบริการ การขาย คือ การแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงผลประโยชน์ (Benefits) และข้อได้เปรียบ (Advantages) ต่าง ๆ ที่ลูกค้าจะได้รับจากสินค้าหรือบริการ การเสนอขายเพื่อให้ได้ประสิทธิผล พนักงานขายจะต้องมีการเตรียมตัวให้พร้อมล่วงหน้า การที่พนักงานขายไม่พร้อมเท่ากับส่งพนักงานขายไปพบกับความล้มเหลว ความล้มเหลวของพนักงานขายคือ ความล้มเหลวของผู้บริหาร งานขาย ดังนั้นการเตรียมพนักงานขายให้พร้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเตรียม การเสนอขาย จึงเป็นหน้าที่หลักอย่างหนึ่งของผู้บริหารงานขาย (ทวีศักดิ์ สุวคนธ์, 2546)

การสนับสนุนการขาย (Sale Support)
 พนักงานขายที่ทำหน้าที่สนับสนุนการขายมุ่งมาเพื่อให้ได้รับการสั่งซื้อจากลูกค้าโดยการทำหน้าที่ให้บริการที่หลากหลาย เช่น พนักงานขายที่ทำหน้าที่แนะนำผลิตภัณฑ์ (Missionary Salespeople) จะไม่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการออกไปรับคำสั่งซื้อ แต่จะทำหน้าที่ด้านกิจกรรมการส่งเสริมทางการขายและการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ (รณชัย ต้นตระกูล, 2553)

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของพนักงานขายกับพฤติกรรมการปฏิบัติงาน



วิธีการวิจัย

ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) คือ พนักงานขายของบริษัทจำกัด ที่เป็นสมาชิกสภาอุตสาหกรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 58 บริษัท พนักงานขาย 300 คน กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ได้จากเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) พนักงานขายจาก 8 บริษัท จำนวน 171 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการใช้ตารางของ เครจซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan) ที่ระดับความคลาดเคลื่อนที่ 0.5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 169 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) ได้ศึกษาจากงานวิจัยอื่นเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือ ประกอบด้วย

แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบสำรวจรายการ (Check List) จำนวน 5 ข้อ

แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความสามารถของพนักงานขายเป็นแบบสอบถามถามระดับความคิดเห็นของพนักงานขาย จำนวน 15 ข้อ แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการปฏิบัติงานของพนักงานขายจำนวน 23 ข้อ เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบลิเคอร์ท สเกล (Likert Scale) 5 ระดับ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยการนำสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐาน ใช้สถิติการวิเคราะห์ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) และสหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Correlation) เพื่อหาความสัมพันธ์

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของพนักงานขายกับพฤติกรรมการปฏิบัติงานของพนักงานขายของบริษัทจำกัด ในจังหวัดนครศรีธรรมราช สรุปตามสมมติฐานดังนี้

1. ความสามารถของพนักงานขายด้านทักษะในการขายมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.74, p < 0.01$)

2. ความสามารถของพนักงานขายด้านความรู้ในตัวสินค้ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.75, p < 0.01$) ดังปรากฏในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของพนักงานขายกับพฤติกรรมการปฏิบัติงาน

ความสามารถของพนักงานขาย	พฤติกรรมการปฏิบัติงาน		ระดับความสัมพันธ์
	Pearson's	Sig. (2-tailed)	
ทักษะในการขาย	0.74**	.000	ปานกลาง
ความรู้ในตัวสินค้า	0.75**	.000	ปานกลาง

3. ทักษะในการขาย ความรู้ในตัวสินค้า ร่วมกันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการปฏิบัติงานโดยรวมได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($r = 0.78, p < 0.01$)

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัย ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถของพนักงานขายกับพฤติกรรมการปฏิบัติงานของพนักงานขายของบริษัท จำกัด ในจังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถอภิปรายผลได้ว่า



1. ความสามารถของพนักงานขายด้านทักษะในการขายมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.74, p < 0.01$) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ พนักงานขายมีทักษะในการขาย จะทำให้พนักงานขายมีความสามารถในการขายเป็นอย่างดีและส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการปฏิบัติงานของพนักงานขาย ในการปรับการขายในการเยี่ยมลูกค้าแต่ละราย การวางแผนการขาย สมาชิกในทีมงานมีความพึงพอใจในการทำงานร่วมกันกับทีม การนำเสนอขายสินค้าและบริการที่ดี จากผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัลลภ เมฆทัບ (2545) ได้ศึกษาวิจัยการวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จในกระบวนการขายของพนักงานขายผลิตภัณฑ์ห้องปฏิบัติการโรงพยาบาลพบว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จประกอบด้วย ส่วนแรกคือ ความรู้ความเข้าใจและทักษะในการขายในทุกขั้นตอนของกระบวนการขาย ส่วนที่สองคือ ความสามารถส่วนตัวของพนักงานขายได้แก่ความแม่นยำและความสำเร็จในการรับทราบความต้องการของลูกค้า บุคลิกภาพของพนักงานขาย มนุษย์สัมพันธ์ที่ดี จรรยาบรรณที่ดี ความสามารถในการจูงใจด้านคุณภาพ ความขยันหมั่นเพียร ความรับผิดชอบต่อนตนเอง และการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์

2. ความสามารถของพนักงานขายด้านความรู้ในตัวสินค้ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = 0.75, p < 0.01$) ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ พนักงานขายมีความรู้ในตัวสินค้า ด้านการบริการและด้านผลิตภัณฑ์ นโยบายของบริษัท ลูกค้า ตลาด และคู่แข่งเป็นอย่างดี จะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการปฏิบัติงานของพนักงานขาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มัลลิกา นกแย้ม (2546) ได้วิจัยถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในอาชีพการขายของพนักงานขายบริษัทชิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) พบว่าพนักงานขายมีความรู้ในตัวสินค้า มีความรู้ในตัวของบริษัท มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของบริษัท มีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งเป็นอย่างดี จะทำให้สามารถขาย

ความอดทน มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ขาย วางแผนการสาธิตสินค้าให้กับลูกค้า มีบริการหลังการขายให้กับลูกค้า ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับบริษัท พบว่าพนักงานขายส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับบริษัทในระดับสูง ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ในกระบวนการขาย พบว่า พนักงานขายเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าพนักงานขายส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ เพื่อจะทำให้สามารถขายสินค้าได้ง่าย การสาธิตการใช้สินค้าทำให้ลูกค้ามองเห็นประโยชน์ใช้สอย อันนำไปสู่ความต้องการซื้อสินค้า การเข้าเยี่ยมลูกค้าบ่อยทำให้ทราบถึงความต้องการใช้สินค้า และสอดคล้องกับ เกรียงศักดิ์ นิธิธนโชติ (2549) ศึกษาปัจจัยสู่ความสำเร็จในอาชีพพนักงานขายรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ พบว่าปัจจัยด้านกลยุทธ์ในงานขายรถยนต์มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในอาชีพพนักงานขายรถยนต์ กล่าวคือ จะต้องเตรียมเอกสารการเสนอขายก่อนทุกครั้ง ควรศึกษาข้อมูลของผลิตภัณฑ์คู่แข่งอยู่เสมอ ได้รับการฝึกอบรมในตัวผลิตภัณฑ์ หรือเทคนิคการขายใหม่ ๆ โดยตลอดการจัดงานเพื่อพบปะสังสรรค์กับลูกค้า ความยืดหยุ่นในการมอบผลประโยชน์ การบริการที่ดี การส่งเสริมการขาย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความสำเร็จในอาชีพพนักงานขายรถยนต์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ มัลลิกา นกแย้ม (2546) ได้วิจัยถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในอาชีพการขายของพนักงานขายบริษัท ชิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) พบว่าพนักงานขายมีความภูมิใจในการเป็นพนักงานของบริษัท โดยมีความเห็นว่า พนักงานขายต้องขยันในการทำงาน มีความอดทน มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ขาย วางแผนการสาธิตสินค้าให้กับลูกค้า ควรมีบริการหลังการขายให้กับลูกค้า ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับบริษัท พบว่าพนักงานขายส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับบริษัทในระดับสูง ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ในกระบวนการขาย พบว่าพนักงานขายเห็นด้วยอย่างยิ่งว่า พนักงานขายส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ จะทำให้สามารถขาย



สินค้าได้ง่าย การสาธิตการใช้สินค้าทำให้ลูกค้ามองเห็นประโยชน์ใช้สอยอันนำไปสู่ความต้องการซื้อสินค้า การเข้าเยี่ยมลูกค้าบ่อยทำให้ทราบถึงความต้องการใช้สินค้า และความรู้พื้นฐานของพนักงานขายไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในอาชีพการขายของพนักงานขาย

3. ทักษะในการขาย ความรู้ในตัวสินค้า ร่วมกันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการปฏิบัติงานโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($F_{2, 168}=136.716, p < 0.01$)

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

ด้านความสามารถของพนักงานขาย จากผลการวิจัยในครั้งนี้ บริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัด ต้องให้ความสำคัญกับพนักงานขายในด้านทักษะในการขาย และความรู้ในตัวสินค้า โดยการฝึกอบรมในด้านการขายให้กับพนักงานขาย เพื่อเพิ่มทักษะในด้านการขาย และความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์การขาย สินค้าให้กับพนักงานขายเพื่อให้สามารถสื่อสารไปยังลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และจะส่งผลต่อการดำเนินงานของบริษัทในการเพิ่มยอดขาย

ด้านพฤติกรรมการปฏิบัติงาน จากผลการวิจัยในครั้งนี้ พบว่า พนักงานขายต้องให้ความสำคัญในพฤติกรรมการปฏิบัติงานขายทุกด้านและต้องพัฒนาการขาย ศึกษากลยุทธ์ในการขายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานขายที่ดี ที่บริษัทต้องการ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาความสามารถของพนักงานขาย หากมีการนำตัวแปรอื่นมาเปรียบเทียบ เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของผลการปฏิบัติงาน อาจเป็นอีกแง่มุมหนึ่งที่องค์กรสามารถนำมาสร้างประโยชน์ให้เกิดเป็นรูปธรรมและสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลกับประชากรที่เป็นสมาชิกสภาอุตสาหกรรม

จังหวัดนครศรีธรรมราชเพียงอย่างเดียว ทำให้การเก็บรวบรวมข้อมูลอาจไม่ครอบคลุมพนักงานขายทั้งหมด ดังนั้นจึงควรมีการเก็บรวบรวมข้อมูลกับประชากรในเขตภูมิภาคอื่นด้วย เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างทั่วถึงประชากรทุกกลุ่ม จะส่งผลให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับความคิดเห็นของประชากรส่วนใหญ่อย่างแท้จริง

เอกสารอ้างอิง

การทำงานเป็นทีมที่มีประสิทธิภาพ. (2554).

ค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2554,

จาก <http://www.Jobs-manman.blogspot.com>

เกรียงศักดิ์ นิธิธนาโชติ. (2549). *ศึกษาปัจจัยสู่*

ความสำเร็จในอาชีพพนักงานขาย

รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร.

สารนิพนธ์หลักสูตรปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด,

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ทวีศักดิ์ สุวคนธ์. (2536). *บริหารการขาย.*

กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.

(2546). *บริหารการขาย.*

กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.

มัลลิกา นกแย้ม. (2546). *ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ*

ความสำเร็จในอาชีพการขายของพนักงานขาย

บริษัทซีเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน).

สารนิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

(การจัดการ), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

รณชัย ตันตระกูล. (2553). *การบริหารจัดการตลาด.*

กรุงเทพมหานคร: ซีเคแอนด์เอสโฟโต้สตูดิโอ.

วัลลภ เมฆทัพบ. (2545). *ศึกษาการวิเคราะห์ปัจจัย*

แห่งความสำเร็จในกระบวนการขายของ

พนักงานขายสินค้าห้องปฏิบัติการโรงพยาบาล.

การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.



ศศนันท์ วิวัฒน์ชาติ. (2545). *เทคนิคการขาย
อย่างมีประสิทธิภาพ*. กรุงเทพมหานคร:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุปัญญา ไชยชาญ. (2550). *การบริหารการขาย*.
กรุงเทพมหานคร: พี.เอ.ลิฟวิ่งจำกัด.

โอฬาร เชาวเลิศโสภ. (2546). *ศึกษากระบวนการ
ขายของพนักงานอิสระ การขายวิสาหกิจ
ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน)
อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระ
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.*

Piercy, N.F., Cravens, D.W., & Morgan, N.A.
(1999). Relationships between sales
management control, territory
design, sales force performance and
sales organization effectiveness,
British Journal of Management,
10(5), 95-111.

Weitz, B.A. (1981). Effectiveness in sales
interactions; a contingency
framework. *Journal of Marketing*,
45 (Winter), 85-103.