



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (จิตวิทยาอุตสาหกรรม)

ปริญญา

จิตวิทยาอุตสาหกรรม

จิตวิทยา

สาขา

ภาควิชา

เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานของพนักงานขายรถยนต์บริษัทตัวแทนจำหน่าย
รถยนต์แห่งหนึ่ง

Factors Affecting Work Behaviors of Automobile Salesmen at An Automobile Dealer

นามผู้วิจัย นางนาถนดา กุศลนันต์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ถวัลย์ เนียมทรัพย์, ปร.ค.)

กรรมการ

(รองศาสตราจารย์พวงเพชร วัชรอยู่, กศ.ค.)

กรรมการ

(รองศาสตราจารย์อภิญา หิรัญวิทย์, ศศ.ค.)

หัวหน้าภาควิชา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทิพย์วัลย์ สุรินยา, Ph.D.)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์รับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์กัญญา ชีระกุล, D.Agr.)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ ๕ เดือน มิถุนายน พ.ศ. ๒๕๕๑

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานของพนักงานขายรถยนต์
บริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์แห่งหนึ่ง

Factors Affecting Work Behaviors of Automobile Salesmen
at An Automobile Dealer

โดย

นางนงนดา กุศลนันต์

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (จิตวิทยาอุตสาหกรรม)

พ.ศ. 2551

นาถนดา กุศลนันต์ 2551: ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานของพนักงานขายรถยนต์
บริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์แห่งหนึ่ง ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (จิตวิทยาอุตสาหกรรม)
สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรม ภาควิชาจิตวิทยา ปรธานกรรมการที่ปรึกษา:
ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรรถวิทย์ เนียมทรัพย์, ปร.ค. 117 หน้า

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับความรู้ด้านการขาย ทักษะคิต้องงานขาย แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และพฤติกรรมการทำงานของพนักงานขายรถยนต์บริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์แห่งหนึ่ง 2) อิทธิพลของปัจจัยส่วนบุคคล ความรู้ด้านการขาย ทักษะคิต้องงานขาย และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ที่มีต่อพฤติกรรมการทำงานของพนักงานขายรถยนต์บริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์แห่งหนึ่ง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ พนักงานขายรถยนต์ของบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์แห่งหนึ่ง จำนวน 126 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล แบบวัดความรู้ด้านการขาย แบบสอบถามวัดทักษะคิต้องงานขาย แบบสอบถามวัดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงาน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบขั้นตอน

ผลการวิจัยพบว่า 1) พนักงานขายรถยนต์มีความรู้ด้านการขายอยู่ในระดับดี คิดเป็นร้อยละ 76.20 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.71 2) พนักงานขายรถยนต์มีทักษะคิต้องงานขายอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 54 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 3) พนักงานขายรถยนต์มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์อยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 82.50 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 4) พนักงานขายรถยนต์มีพฤติกรรมการทำงานด้านการขายและการให้บริการอยู่ในระดับดี คิดเป็นร้อยละ 82.50 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 5) พนักงานขายรถยนต์มีพฤติกรรมการทำงานด้านการจัดเอกสารการขายอยู่ในระดับดี คิดเป็นร้อยละ 87.30 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 6) พนักงานขายรถยนต์มีพฤติกรรมการทำงานด้านพฤติกรรมทั่วไปอยู่ในระดับดี คิดเป็นร้อยละ 95.20 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 7) พนักงานขายรถยนต์มีพฤติกรรมการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับดี คิดเป็นร้อยละ 91.30 โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 8) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ความรู้ด้านการขาย ทักษะคิต้องงานขาย และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ สามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการทำงานด้านการขายและการให้บริการของพนักงานขายรถยนต์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยสามารถร่วมกันพยากรณ์ได้ร้อยละ 57.70 9) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุงาน ความรู้ด้านการขาย ทักษะคิต้องงานขาย และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ สามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการทำงานด้านการจัดเอกสารการขายของพนักงานขายรถยนต์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยสามารถร่วมกันพยากรณ์ได้ร้อยละ 32.60 10) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุงาน ความรู้ด้านการขาย ทักษะคิต้องงานขาย และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ สามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการทำงานด้านพฤติกรรมทั่วไปของพนักงานขายรถยนต์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยสามารถร่วมกันพยากรณ์ได้ร้อยละ 57.60 11) ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุงาน ความรู้ด้านการขาย ทักษะคิต้องงานขาย และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ สามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการทำงานโดยรวมของพนักงานขายรถยนต์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยสามารถร่วมกันพยากรณ์ได้ร้อยละ 63



ลายมือชื่อนิติ



ลายมือชื่อประธานกรรมการ

๒๙ / พค / ๒๕๕๑

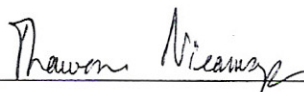
Nardnada Kusalanana 2008: Factors Affecting Work Behaviors of Automobile Salesmen at An Automobile Dealer. Master of Science (Industrial Psychology), Major Field: Industrial Psychology, Department of Psychology. Thesis Advisor: Assistant Professor Thawan Nicamsup, Ph.D. 117 pages.

The objectives of this research are to study: 1) level of selling knowledge, attitude towards sales, achievement motivation and work behaviors of automobile salesmen at an automobile dealer, 2) the influence of personal factors, selling knowledge, attitude towards sales and achievement motivation over work behaviors of automobile salesmen at an automobile dealer. The samples used in this research are automobile salesmen at an automobile dealer, in total 126 persons. The methods used to collect data are selling knowledge questionnaire, attitude towards sales questionnaire, achievement motivation questionnaire and work behaviors of automobile salesmen questionnaire. The data is analyzed by computer program. The statistical methods used in the research are percentage, mean, standard deviation and stepwise multiple regression analysis.

The research reveals the following: 1) 76.20 percent of automobile salesmen have selling knowledge in good level with mean at 0.71. 2) 54 percent of automobile salesmen have attitude towards sales in moderate level with mean at 3.60. 3) 82.50 percent of automobile salesmen have achievement motivation in high level with mean at 4.15. 4) 82.50 percent of automobile salesmen have selling and service work behaviors in good level with mean at 4.07. 5) 87.30 percent of automobile salesmen have selling document management work behaviors in good level with mean at 4.31. 6) 95.20 percent of automobile salesmen have general work behaviors in good level with mean at 4.42. 7) 91.30 percent of automobile salesmen have total work behaviors in good level with mean at 4.27. 8) Age, selling knowledge, attitude towards sales and achievement motivation are capable to predict selling and service work behaviors of the automobile salesmen at .001 statistical significance level with cooperative prediction at 57.70 percent. 9) Tenure, selling knowledge, attitude towards sales and achievement motivation are capable to predict selling document management work behaviors of the automobile salesmen at .001 statistical significance level with cooperative prediction at 32.60 percent. 10) Tenure, selling knowledge, attitude towards sales and achievement motivation are capable to predict general work behaviors of the automobile salesmen at .001 statistical significance level with cooperative prediction at 57.60 percent. 11) Tenure, Work experience, selling knowledge, attitude towards sales and achievement motivation are capable to predict total work behaviors of the automobile salesmen at .001 statistical significance level with cooperative prediction at 63 percent.



Student's signature



Thesis Advisor's signature

29 / May / 2008

กิติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ถวัลย์ เนียมทรัพย์ ประธาน กรรมการวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.พวงเพชร วัชรอยู่ กรรมการสาขาวิชาเอก รองศาสตราจารย์ ดร.อภิญา หิรัญวงษ์ กรรมการสาขาวิชารอง และ รองศาสตราจารย์ทองฟู ศิริวงศ์ ผู้แทนบัณฑิตวิทยาลัย ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ และช่วยแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนทำให้ วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านด้วยความซาบซึ้ง ในความกรุณาเป็นอย่างยิ่ง

ขอขอบพระคุณ นายกี นูน กี ที่ให้คำแนะนำและตรวจสอบโครงสร้างเนื้อหาของแบบวัด ความรู้ด้านการขาย และขอขอบคุณ นางสาวลัดดา พโยมชน ที่ให้ความช่วยเหลือในการแจก แบบสอบถาม ตลอดจนพนักงานขายรถยนต์ของบริษัทผู้จัดจำหน่ายรถยนต์ทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมือ ในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ภาควิชาจิตวิทยาทุกท่าน ที่ได้ให้ความรู้ตลอดระยะเวลาของการศึกษา และขอขอบใจเพื่อนๆ นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรม ภาควิเศษ รุ่นที่ 9 ทุกคนที่เป็นกำลังใจและให้ความช่วยเหลือในทุกๆ ด้าน

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ นายอภิสิทธิ์ กุศลนันต์ และขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ เป็นอย่างสูง ที่ส่งเสริมและสนับสนุน รวมทั้งเป็นกำลังใจให้กับผู้วิจัยตลอดมา

นาถนดา กุศลนันต์

พฤษภาคม 2551

สารบัญ

หน้า

สารบัญตาราง	(3)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
ขอบเขตของการวิจัย	4
นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	7
แนวคิดเกี่ยวกับความรู้	7
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ	14
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์	24
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงาน	30
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	34
กรอบแนวคิดในการวิจัย	39
สมมติฐานการวิจัย	39
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	40
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	40
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	41
การทดสอบเครื่องมือ	47
การเก็บรวบรวมข้อมูล	48
สถิติที่ใช้ในการวิจัย	49
สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	50

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์	52
ผลการวิจัย	52
ข้อวิจารณ์	70
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	83
สรุปผลการวิจัย	83
ข้อเสนอแนะ	86
 เอกสารและสิ่งอ้างอิง	 92
 ภาคผนวก	 100
ภาคผนวก ก แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย	101
ภาคผนวก ข คำบรรยายลักษณะงานตำแหน่งพนักงานขายรถยนต์	114
 ประวัติการศึกษา และการทำงาน	 117

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 จำนวนและร้อยละของพนักงานขายรถยนต์จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล	53
2 จำนวนและร้อยละของพนักงานขายรถยนต์จำแนกตามความรู้ด้านการขาย	55
3 จำนวนและร้อยละของพนักงานขายรถยนต์จำแนกตามทัศนคติต่องานขาย	56
4 จำนวนและร้อยละของพนักงานขายรถยนต์จำแนกตามแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์	57
5 จำนวนและร้อยละของพนักงานขายรถยนต์จำแนกตามพฤติกรรมการทำงานด้านการขายและการให้บริการ	58
6 จำนวนและร้อยละของพนักงานขายรถยนต์จำแนกตามพฤติกรรมการทำงานด้านการจัดเอกสารการขาย	59
7 จำนวนและร้อยละของพนักงานขายรถยนต์จำแนกตามพฤติกรรมการทำงานด้านพฤติกรรมทั่วไป	60
8 จำนวนและร้อยละของพนักงานขายรถยนต์จำแนกตามพฤติกรรมการทำงานโดยรวม	61
9 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ความรู้ด้านการขาย ทัศนคติต่องานขาย และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์	63
10 การวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบขั้นตอนของตัวแปรพยากรณ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานด้านการขายและการให้บริการของพนักงานขายรถยนต์	64

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
11	การวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบขั้นตอนของตัวแปรพยากรณ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานด้านการจัดเอกสารการขายของพนักงานขายรถยนต์	65
12	การวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบขั้นตอนของตัวแปรพยากรณ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานด้านพฤติกรรมทั่วไปของพนักงานขายรถยนต์	66
13	การวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบขั้นตอนของตัวแปรพยากรณ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานโดยรวมของพนักงานขายรถยนต์	68
14	สรุปผลตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงาน of พนักงานขายรถยนต์	69

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

สืบเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันมีการแข่งขันด้านธุรกิจสูง ซึ่งเป็นการท้าทายศักยภาพในการบริหารและการจัดการอย่างมาก องค์กรที่ดีต้องมีการเปลี่ยนแปลงตามภาวะเศรษฐกิจที่ไม่หยุดนิ่ง เพราะการหยุดนิ่งอยู่กับที่เท่ากับเป็นการเดินถอยหลัง (Not going forwards means going backwards.) การค้าระหว่างประเทศเข้ามามีบทบาทอย่างยิ่งต่อการดำเนินธุรกิจ และจากการประชุมแกตต์รอบอุรุกวัยซึ่งใช้เวลาในการประชุมยาวนานถึง 7 ปี ผลการประชุมดังกล่าวทำให้เกิดองค์การการค้าโลก (World Trade Organization: WTO) ขึ้นในปี พ.ศ. 2538 โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เปิดเสรีทางการค้า จากจุดนี้ทำให้ประเทศที่เข้าเป็นสมาชิกกว่า 100 ประเทศ รวมทั้งประเทศไทย จะต้องเปิดเสรีทางการค้าทั้งสินค้าและบริการ (อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง, 2543)

ผลจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวทำให้ในปัจจุบันประเทศไทยได้รวมกลุ่มความร่วมมือทางเศรษฐกิจในภูมิภาคอาเซียน (Asean Free Trade Area: AFTA) หรือที่เรียกว่าเขตการค้าเสรีอาเซียน ประกอบด้วยประเทศต่างๆ ได้แก่ บรูไน อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไทย เวียดนาม ลาว พม่า และกัมพูชา โดยเปิดให้มีการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตและการลงทุนระหว่างภูมิภาค ทำให้มีบริษัทต่างชาติใช้สิทธิการเป็นสมาชิกของประเทศในกลุ่ม AFTA เข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรมต่างๆ ในประเทศไทย โดยเฉพาะอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและจำหน่ายรถยนต์ มีบริษัทต่างชาติเข้ามาลงทุนจัดตั้งบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์อย่างเป็นทางการให้แก่รถยนต์ยี่ห้อต่างๆ เป็นจำนวนมาก (ชลิดา พันธุ์กระวี, 2548)

ในภาวะปัจจุบันรถยนต์อาจถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่ 5 และขณะเดียวกันยังเป็นเครื่องบ่งบอกสถานะภาพและเศรษฐกิจของผู้เป็นเจ้าของด้วย การขายรถยนต์ในปัจจุบันนี้จึงไม่จำกัดอยู่เพียงการขายที่หน้าร้านเท่านั้น พนักงานขายรถยนต์ต้องเพิ่มการบริการโดยนำรถยนต์ตัวอย่างรุ่นที่ถูกค่าสนใจไปให้ลูกค้าทดลองขับและเสนอขายถึงบ้านหรือที่ทำงาน โดยที่ผู้บริหารการขายไม่สามารถติดตามไปช่วยเหลือแนะนำพนักงานขายรถยนต์ได้ ดังนั้นพนักงานขายรถยนต์จึงจำเป็นต้องมีความรู้

ด้านการขาย ทักษะการขาย ความรู้เกี่ยวกับสินค้า ความรู้เรื่องการตลาด ความรู้เกี่ยวกับกลุ่มลูกค้า ความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งและกิจกรรมต่างๆ ของคู่แข่ง รวมถึงความรู้เกี่ยวกับบริษัท และความรู้เบ็ดเตล็ดอื่นๆ อันเป็นความรู้เกี่ยวเนื่องกับการขายในระดับเชี่ยวชาญ เพื่อให้เกิดผลสำเร็จในการปฏิบัติงานได้ด้วยตนเอง

การขายรถยนต์นั้นแตกต่างจากการขายสินค้าอื่นๆ โดยสิ้นเชิง เมื่อพิจารณาจากการเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากลูกค้ารายเดิม พบว่า เมื่อพนักงานขายรถยนต์ได้คันหนึ่งจะได้รับผลประโยชน์จากการขายในครั้งนั้นเพียงครั้งเดียว ซึ่งต่างจากการขายประกันชีวิตที่พนักงานขายได้รับส่วนแบ่งผลกำไรจากบริษัทเป็นเวลาอีกหลายปี รวมถึงการที่พนักงานขายรถยนต์ต้องแสวงหาผู้ที่คาดว่าจะเป็ลูกค้ารายใหม่อยู่ตลอดเวลา แตกต่างจากการขายแบบลูกค้าประจำเช่นการขายสินค้าอุปโภคบริโภคที่ใช้แล้วหมดไปต้องจัดซื้อสินค้าใหม่มาทดแทน หรือการขายวัตถุดิบอุตสาหกรรมที่ลูกค้าต้องใช้ประจำ พนักงานขายสามารถสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้ยาวนานและทราบความต้องการของลูกค้าแต่ละรายเป็นอย่างดีว่าลูกค้ามีความต้องการสินค้าประเภทใด จะแบ่งซื้อเมื่อไหร่ และซื้อสินค้าแต่ละครั้งเป็นจำนวนเท่าใด พนักงานขายมีหน้าที่เพียงติดตามตรวจสอบกับลูกค้าถึงการจัดซื้อสินค้าครั้งต่อไปเท่านั้น (สุปัญญา ไชยชาญ, 2546) และลูกค้ามักจะสั่งซื้อจากพนักงานคนเดิม เพื่อเป็นการประหยัดเวลาและหวังผลในด้านการบริการ ความแตกต่างนี้ทำให้การขายรถยนต์เป็นงานที่มีความท้าทายสูง พนักงานขายรถยนต์จึงต้องมีทัศนคติที่ดีต่องานขายรถยนต์ ต้องการยึัดงานขายเป็นอาชีพจริงจัง อีกทั้งต้องมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงเพื่อผลักดันตนเองให้ประสบความสำเร็จในการปฏิบัติงาน

บริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ให้แก่อรถยนต์ยี่ห้อต่างๆ นั้น ไม่มีอำนาจควบคุมกระบวนการผลิตพัฒนาคุณภาพ หรือสรรหาสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตัวผลิตภัณฑ์ได้เอง การขายจึงเป็นกิจกรรมเดียวเท่านั้นที่บริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์สามารถควบคุมได้ การขายจึงเป็นกิจกรรมที่สำคัญที่สุดต่อความอยู่รอดของบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ ดังนั้น “พนักงานขายรถยนต์” ซึ่งเป็นผู้มีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญของการบริหารการขายที่ผู้บริหารต้องคำนึงถึงเป็นอย่างยิ่ง เพราะพฤติกรรมการทำงานที่ดีของพนักงานขายรถยนต์จะทำให้การขายสัมฤทธิ์ผลได้ตามเป้าหมายขององค์กร แต่ความท้าทายของลักษณะงานขายนั้น ส่งผลให้พนักงานขายรถยนต์มีอารมณ์แปรปรวนไปมาระหว่างความยินดีที่ตนขายผลิตภัณฑ์ได้ กับความกดดันที่เกิดขึ้นเมื่อถูกลูกค้าปฏิเสธการซื้อผลิตภัณฑ์ ความน่าเบื่อหน่ายที่ต้องพบปะพูดคุยโน้มน้าวใจคนแปลกหน้าที่อาจไม่มีความคิดที่จะซื้อสินค้ามาก่อนเลย รวมทั้งความจำเจซ้ำซากที่ต้องเจรจาต่อรองกับลูกค้ารายเดิม หรือเสนอขายผลิตภัณฑ์เดิมๆ จนเป็นกิจวัตร

เป็นสภาพการทำงานด้านการขาย ที่ทำให้พนักงานขายรถยนต์จำเป็นต้องมีทัศนคติที่ดีต่องานขาย เพราะทัศนคติจะส่งผลให้พนักงานขายรถยนต์แสดงพฤติกรรม ซึ่งอาจปรากฏเป็นพฤติกรรมที่ดีหรือไม่ดีได้ (จุฑารัตน์ เอื้ออำนวย, 2549) พนักงานขายรถยนต์ยังต้องมีความรู้ด้านการขายในระดับเชี่ยวชาญ สามารถเปรียบเทียบสินค้าของตนกับสินค้าของคู่แข่งได้ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจ และเชื่อถือในสินค้า สามารถจัดซื้อได้แย่งต่างๆ ของลูกค้าได้ จนลูกค้าเกิดความพอใจ และตัดสินใจซื้อสินค้าในที่สุด การจะประสบความสำเร็จในอาชีพขายนั้น พนักงานขายรถยนต์จะต้องเป็นผู้มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง มีความรับผิดชอบและใส่ใจกับงาน มีเป้าหมายที่จะทำงานให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ของตนและองค์กรโดยไม่ย่อท้อต่อปัญหาหรืออุปสรรค และพยายามทำงานให้ได้ดีกว่าคนอื่น ๆ หรือดีกว่ามาตรฐานที่ได้ตั้งไว้ มีความกล้าเสี่ยงพอประมาณในการทำงานให้สำเร็จสมบูรณ์ (สิริอร จำปาทอง, 2548)

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาระดับความรู้ด้านการขาย ทัศนคติต่องานขายและแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่น่าจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานของพนักงานขายรถยนต์บริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์แห่งหนึ่ง โดยศึกษาว่าปัจจัยต่างๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานของพนักงานขายรถยนต์หรือไม่ อย่างไร และจะนำประโยชน์จากการศึกษานี้ไปใช้เป็นแนวทางในการคัดเลือกบุคคลเข้าทำงานในตำแหน่งพนักงานขายรถยนต์ การปรับปรุงพัฒนาการฝึกอบรม และการสร้างแรงจูงใจเพื่อเสริมสร้างศักยภาพและความสามารถของพนักงานขายรถยนต์ ให้สร้างพฤติกรรมการทำงานที่ดีเพื่อให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายสมความมุ่งหวังต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้คือ

1. เพื่อศึกษาระดับความรู้ด้านการขาย ทัศนคติต่องานขาย แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และพฤติกรรมการทำงานของพนักงานขายรถยนต์บริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์แห่งหนึ่ง
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยส่วนบุคคล ความรู้ด้านการขาย ทัศนคติต่องานขาย และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ที่มีต่อพฤติกรรมการทำงานของพนักงานขายรถยนต์บริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์แห่งหนึ่ง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการวิจัยในครั้งนี้ จะนำไปใช้เป็นแนวทางในการคัดเลือกบุคคลเข้าทำงานในตำแหน่ง พนักงานขายรถยนต์ การปรับปรุงพัฒนาการฝึกอบรม และการสร้างแรงจูงใจ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพ และความสามารถของพนักงานขายรถยนต์ให้สร้างพฤติกรรมการทำงานที่ดีในระดับที่องค์กรมุ่งหวัง

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ทำการศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ เป็นพนักงานขายรถยนต์ทั้งหมด ของบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 183 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 14 พฤศจิกายน 2549)

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย มีดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) มี 4 ตัวแปรดังนี้

- 1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุงาน รายได้
- 1.2 ความรู้ด้านการขาย
- 1.3 ทักษะความต้องการขาย
- 1.4 แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือ พฤติกรรมการทำงาน โดยศึกษาด้าน

- 2.1 พฤติกรรมด้านการขายและการให้บริการ
- 2.2 พฤติกรรมด้านการจัดเอกสารการขาย
- 2.3 พฤติกรรมทั่วไป

นิยามศัพท์

พนักงานขายรถยนต์ หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่ในการเสนอขายรถยนต์ให้แก่ลูกค้า สังกัดบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ที่ปฏิบัติงานในช่วงระยะเวลาที่ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล

ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง คุณสมบัติเฉพาะของพนักงานขายรถยนต์แต่ละคน ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุงาน และรายได้

อายุ หมายถึง ระยะเวลา นับตั้งแต่ปีเกิดของพนักงานขายรถยนต์ จนถึงปีปัจจุบันที่ตอบแบบสอบถาม มีหน่วยนับเป็นปี

ระดับการศึกษา หมายถึง วุฒิการศึกษาขั้นสูงสุดที่พนักงานขายรถยนต์ได้รับในปีปัจจุบันที่ตอบแบบสอบถาม

อายุงาน หมายถึง ระยะเวลา นับตั้งแต่ปีที่พนักงานขายรถยนต์เริ่มเข้ามาปฏิบัติงานกับบริษัทแห่งนี้ จนถึงปีปัจจุบันที่ตอบแบบสอบถาม มีหน่วยนับเป็นปี

รายได้ หมายถึง เงินเดือนและรายได้อื่นๆ ที่พนักงานขายรถยนต์ได้รับจากการทำงานต่อเดือน

ความรู้ด้านการขาย หมายถึง ข้อเท็จจริงหรือข้อมูล หรือรายละเอียดของกระบวนการขาย โดยที่พนักงานขายรถยนต์ต้องสามารถที่จะอธิบายลำดับขั้นตอนของกิจกรรมการขาย นับตั้งแต่การเสนอขายสินค้าให้แก่ลูกค้าจนทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้า ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับองค์การ ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ความรู้เกี่ยวกับระเบียบการขาย ความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการขาย ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค และภารกิจหลักของพนักงานขายรถยนต์

ทัศนคติต่องานขาย หมายถึง สภาวะทางจิตใจที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดของพนักงานขายรถยนต์ เป็นตัวกำหนดแนวทางในการแสดงออกและพฤติกรรมทั้งด้านบวกและด้านลบที่มีต่ออาชีพงานขาย

แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ หมายถึง ความต้องการที่จะประสบความสำเร็จในงานที่ทำ โดยจะตั้งเป้าหมายที่จะทำให้สำเร็จ เพื่อบรรลุตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ โดยไม่ย่อท้อต่อปัญหาหรืออุปสรรค พยายามทำให้ดีกว่าคนอื่น ๆ หรือดีกว่ามาตรฐานที่ได้ตั้งไว้ มีความกล้าเสี่ยงพอประมาณในการทำงานเพื่อความสำเร็จ มีความรับผิดชอบและใส่ใจกับงานจนงานเสร็จสมบูรณ์

พฤติกรรมการทำงาน หมายถึง การแสดงออกหรือการปฏิบัติของพนักงานขายรถยนต์ นับตั้งแต่เสนอขายสินค้าให้แก่ลูกค้าจนทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้า แบ่งเป็น 3 ด้าน คือ ด้านการขายและการให้บริการ ด้านการจัดทำเอกสารการขาย และพฤติกรรมทั่วไป

พฤติกรรมการทำงานด้านการขายและการให้บริการ หมายถึง การแสดงออกหรือการปฏิบัติของพนักงานขายรถยนต์เพื่อขายสินค้าให้ได้ตามจำนวนเป้าหมายและกำไรที่บริษัทกำหนด และการให้บริการลูกค้า โดยการรู้จักใช้กรรมวิธีต่างๆ ตามที่ได้รับการฝึกอบรมจากบริษัท ในการการจัดแสดงสินค้าและขายสินค้าเพื่อก่อให้เกิดความประทับใจแก่ลูกค้า จนกระทั่งทำให้ตัดสินใจซื้อสินค้า รวมถึงความเข้าใจในลักษณะหรือนิสัยของลูกค้าที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าและการใช้บริการ เพื่อผูกมิตรกับลูกค้า ทำให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าอีก หรือแนะนำลูกค้าใหม่ๆ ให้แก่บริษัท

พฤติกรรมการทำงานด้านการจัดเอกสารการขาย หมายถึง การแสดงออกหรือการปฏิบัติของพนักงานขายรถยนต์ในการนำเงินค่าสินค้าส่งมอบให้แก่บริษัท การจัดทำเอกสารและบัญชีการขาย การคำนวณกำไรหรือขาดทุน การคำนวณส่วนลดการขาย การคำนวณกำไรการขาย การจัดทำเอกสารการขอกู้เงินส่งให้แก่สถาบันการเงินซึ่งเสนอให้สินเชื่อแก่ลูกค้าที่ซื้อรถยนต์ การจัดทุนสินค้าเพื่อให้มีปริมาณเพียงพอไว้พร้อมจำหน่าย และการรับผิดชอบดูแลสินค้าที่ได้รับมอบหมาย ไม่ให้สูญหายหรือเสียหาย เมื่ออยู่ในความครอบครองของพนักงานขายรถยนต์ ตามนโยบายที่บริษัทกำหนด

พฤติกรรมการทำงานด้านพฤติกรรมทั่วไป หมายถึง การแสดงออกหรือการปฏิบัติของพนักงานขายรถยนต์ในฐานะพนักงานที่ดีของบริษัท ได้แก่ การปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ ข้อบังคับของบริษัท การให้ความร่วมมือกับบริษัทในการปฏิบัติงาน มีความขยันหมั่นเพียรและความตั้งใจในการพัฒนาตนเองเพื่อปรับปรุงการปฏิบัติงาน

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานของพนักงานขายรถยนต์บริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์แห่งหนึ่ง ผู้วิจัยได้ค้นคว้ารวบรวมเนื้อหาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับความรู้
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงาน
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับความรู้

ความหมายของความรู้

มีผู้ให้ความหมายของความรู้ไว้ต่างๆ กัน ดังนี้

ชวาล แพรัตกุล (2526: 11) ให้ความหมายว่า ความรู้ หมายถึง บรรดาข้อเท็จจริงและรายละเอียดของเรื่องราวและการกระทำใดๆ ที่มนุษย์ได้สะสมและถ่ายทอดกันต่อมาตั้งแต่ในอดีต และเราสามารถรับทราบสิ่งเหล่านั้นได้

บุญชม ศรีสะอาด (2535: 51) ให้ความหมายว่า ความรู้ หมายถึง ความสามารถทางสมองในอันที่จะทรงไว้หรือรักษาไว้ซึ่งเรื่องราวต่างๆ ที่บุคคลได้รับรู้เข้าใจในสมอง การวัดว่าบุคคลมีความ

สามารถในการจำเรื่องราวต่างๆ ได้มากขึ้นเพียงใดนั้น วัดได้จากความสามารถในการระลึกได้ของบุคคลซึ่งสามารถจำแนกได้ 3 ข้อย่อย คือ ความรู้ในเนื้อเรื่อง ความรู้ในวิธีดำเนินการ ความรู้รวบยอดในเนื้อเรื่อง

บุญธรรม กิจปริดาปริสุทธิ์ (2535: 7) ให้ความหมายว่า ความรู้ หมายถึง การระลึกได้ถึงเรื่องราวต่างๆ ที่เคยมีประสบการณ์มาแล้ว และรวมถึงการจำเนื้อเรื่องต่างๆ ทั้งที่ปรากฏอยู่ในแต่ละเนื้อหาวิชาและที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาวิชานั้นด้วย เช่น ระลึกหรือจำได้ถึงวัตถุประสงค์ วิธีการ แบบแผน และเค้าโครงเรื่องนั้นๆ

จากที่กล่าวมาแล้วสามารถสรุปได้ว่า ความรู้ หมายถึง ข้อเท็จจริง ข้อมูล และรายละเอียดของเรื่องราวและการกระทำใดๆ ที่มนุษย์ได้รับหรือมีประสบการณ์เก็บสะสมไว้ และบุคคลสามารถรับทราบสิ่งเหล่านั้นได้ไม่ว่าจะมาจากการเข้ารับการฝึกอบรมหรือสื่อการประชาสัมพันธ์ต่างๆ

ประเภทของความรู้

Anderson (1983: 261-295) ได้กล่าวไว้ว่า ความรู้มี 2 ประเภท คือ

1. Declarative Knowledge หมายถึง ความรู้ที่เกี่ยวกับความจริงต่างๆ
2. Procedural Knowledge หมายถึง ความรู้ ความเข้าใจ ว่าความจริงต่างๆ เหล่านั้นสามารถนำมาใช้ได้อย่างไร

ระดับความรู้

Louis (1999: 16) ได้แบ่งความรู้ออกเป็น 4 ระดับ ดังนี้

โลกแห่งความคิดเห็น ประกอบไปด้วย 2 ระดับได้แก่

ระดับที่ 1: จินตนาการ (Imagination) เป็นระดับที่มีจินตนาการเพื่อฝัน เป็นโลกแห่งภาพลวงตา บุคคลทั่วไปยังคงมีความสับสนต่อสิ่งที่มีปฏิกิริยาต่อตนว่าเป็นสิ่งลวงหรือสิ่งจริง

ระดับที่ 2: ความเชื่อ (Belief) เป็นระดับที่มีการรับรู้ทางประสาทสัมผัส มีจินตนาการทางความคิดในเชิงศิลปะและธรรมชาติ

โลกแห่งความรู้และความจริงประกอบไปด้วย 2 ระดับได้แก่

ระดับที่ 1: เซวณปัญญา (Intelligence) เป็นระดับที่บุคคลเริ่มมีอิสระทางความคิดและเริ่มมีความคิดความเข้าใจเชิงคณิตศาสตร์แต่เป็นความคิดที่ยังไม่สัมพันธ์กันดี

ระดับที่ 2: เหตุผล (Reason) เป็นระดับที่แนวคิดเริ่มมีความสัมพันธ์กันมากยิ่งขึ้น เกิดความเข้าใจมากยิ่งขึ้น บุคคลมีอิสระทางความคิดอย่างเต็มที่

Bloom (อ้างใน สุกนิตย์ พลไพรินทร์, 2540: 20-21) ได้ศึกษาและจำแนกพฤติกรรมด้านความรู้เป็นลำดับชั้นจากง่ายไปหายาก ดังนี้

1. ความรู้ (Knowledge) หมายถึง พฤติกรรมที่เกี่ยวกับความรู้ความจำและระลึกได้
2. ความเข้าใจ (Comprehensive) หมายถึง เมื่อได้รับความรู้มาก่อนแล้ว ผู้เรียนจะเกิดความเข้าใจ ซึ่งความหมายจะออกมาในรูปของการแปลความ การตีความ และการคาดคะเน
3. การนำไปใช้ (Application) หมายถึง การรู้จักนำวิธีการ ทฤษฎี หลักการ กฎเกณฑ์ต่าง ๆ นำไปใช้เพื่อแก้ปัญหา โดยการประยุกต์ใช้ได้เหมาะสมกับสถานการณ์ใหม่หรือสถานการณ์จริง
4. การวิเคราะห์ (Analysis) หมายถึง ความสามารถในการพิจารณาจำแนกข้อมูลหรือเรื่องราวที่สมบูรณ์ออกเป็นส่วนย่อยๆ ได้ และมองเห็นความสัมพันธ์ของส่วนประกอบต่างๆ เหล่านั้น รวมทั้งมองเห็นหลักการที่ส่วนประกอบย่อยนั้น จะมารวมกันแล้วเกิดปัญหาหรือสถานการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง
5. การสังเคราะห์ (Synthesis) หมายถึง ความสามารถในการรวบรวมข้อมูลที่เป็นส่วนย่อยๆ เข้ามารวมกันเป็นส่วนรวม เกิดเป็นโครงสร้างใหม่ๆ ซึ่งมีความชัดเจนและมีคุณภาพ

6. การประเมินค่า (Evaluation) หมายถึง การตัดสินใจเกี่ยวกับคุณค่าของความคิด ซึ่งวิธีการแนวทาง และมาตรฐานต่างๆ ถูกนำมาใช้เพื่อตัดสินใจประเมินค่าเป็นความสามารถในการวินิจฉัย

การวัดความรู้

ไพศาล หวังพานิช (2526: 96-104) ได้กล่าวถึงการวัดความรู้ ความจำ ว่าเป็นการวัดความสามารถในการระลึก (Recall) เรื่องราวข้อเท็จจริงหรือประสบการณ์ต่างๆ หรือเป็นการวัดการระลึกประสบการณ์เดิมที่บุคคลได้รับจากคำสอน การบอกกล่าว การฝึกฝนของผู้สอน รวมทั้งจากตำรา และจากสิ่งแวดล้อมต่างๆ ด้วย การวัดความรู้แบ่งออกเป็น 3 ชนิด ดังนี้

1. ความรู้ในเนื้อเรื่อง เป็นการถามรายละเอียดของเนื้อหา ข้อเท็จจริงต่างๆ ของเรื่องราวทั้งหลาย ประกอบด้วยคำถามประเภทต่างๆ เช่น ศัพท์และนิยาม กฎและความจริง หรือรายละเอียดของเนื้อหาต่างๆ

2. ความรู้ในวิธีการดำเนินการ เป็นการสอบถามวิธีปฏิบัติต่างๆ แบบแผนประเพณี ขั้นตอนของการปฏิบัติทั้งหลาย เช่น ระเบียบแบบแผน ลำดับขั้น และแนวโน้มการจัดประเภทและหลักเกณฑ์ต่างๆ

3. ความรู้รวบยอด เป็นการถามความสามารถในการจัดลำดับข้อสรุปหรือหลักการของเรื่องที่เกิดขึ้นจากการผสมผสานหาลักษณะร่วม เพื่อรวบรวมและย่อลงมาเป็นหลัก หรือหัวใจของเนื้อหานั้น

ความรู้ด้านการขาย

สุปัญญา ไชยชาญ (2546: 103-104) ได้กล่าวไว้ว่า พนักงานขายจะต้องมีความรู้ในเรื่องต่างๆ ดังนี้

1. ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ได้แก่ วิธีการใช้งานผลิตภัณฑ์ สามารถเปรียบเทียบให้เห็นถึงจุดเด่นที่เหนือกว่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแข่งขัน และที่สำคัญที่สุดคือ ต้องรู้จักที่จะแปรจุดเด่นดังกล่าวออกมาให้ลูกค้าเห็นว่าเป็นประโยชน์ด้วย

2. ความรู้เกี่ยวกับตลาด ข่าวสารข้อมูล และภูมิหลังของตลาดที่จะนำสินค้าไปเสนอขาย รวมไปถึงความต้องการ รูปแบบการซื้อ ตลอดจนกรรมวิธีการซื้อของลูกค้า พนักงานขายยังควรมีความรู้เรื่องแนวปฏิบัติของวงการค้าที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมที่บริษัทดำเนินธุรกิจอยู่

3. ความรู้เกี่ยวกับบริษัท ถือได้ว่าพนักงานขายเป็นตัวแทนของบริษัท พนักงานขายจึงควรมีความรู้เกี่ยวกับประวัติ โครงสร้างและนโยบายของบริษัท ขั้นตอนการดำเนินงานต่างๆ ที่บริษัท ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน เช่น การรับคืนสินค้า การประกันสินค้า การประกันราคา การให้ส่วนลด การให้สินเชื่อ แหล่งกำเนิดสินค้า การจัดการเกี่ยวกับคำสั่งซื้อ และการเร่งรัดจัดส่งสินค้า เป็นต้น

4. ความรู้เกี่ยวกับทักษะการขาย ได้แก่

4.1 การเสาะแสวงหาผู้ที่คาดว่าจะเป็ลูกค้า (Prospecting) หมายถึง วิธีดำเนินการ เพื่อให้ได้มาซึ่งบัญชีรายชื่อของบุคคลหรือสถาบันที่อาจจะเป็ผู้ที่คาดว่าจะเป็ลูกค้า การจะได้รายชื่อเหล่านี้มามีวิธีการดังต่อไปนี้

4.1.1 จากการติดต่อสอบถามของลูกค้า (Inquiries) เมื่อได้รับทราบข้อมูลจากโฆษณาประชาสัมพันธ์ การออกข่าวเผยแพร่ และการส่งเสริมการขายต่างๆ ลูกค้าอาจติดต่อสอบถามเข้ามาเพราะมีความสนใจในผลิตภัณฑ์

4.1.2 จากการคั่นนามสงเคราะห์ (Directories) พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (อ้างใน สุปัญญา ไชยชาญ, 2546) ได้ให้ความหมายของนามสงเคราะห์ว่าหมายถึงสมุดรายชื่อพร้อมทั้งที่อยู่หรือที่ทำงานของบุคคล เช่น สมุดรายนามผู้ใช้โทรศัพท์ ทะเบียนสมาชิกสมาคมพลาสติก เป็นต้น

4.1.3 จากการขอให้ลูกค้าแนะนำต่อแบบลูกโซ่ (Endless Chain) การคั่นหารายชื่อผู้ที่คาดว่าจะเป็ลูกค้าโดยวิธีนี้ ทำได้โดยการขอร้องลูกค้าที่ได้เข้าพบให้ช่วยแนะนำบุคคล หรือสถาบัน ตลอดจนสถานที่ติดต่อให้แล้วพนักงานขายจะติดตามไปพบด้วยตนเอง

4.1.4 จากการขอให้ลูกค้าเฝ้ารับรองให้ (Referrals) ขอให้ลูกค้าเก่าเป็นคนกลางแนะนำและรับรองให้รู้จักโดยวิธีต่างๆ เช่น พาไปแนะนำให้รู้จัก โทรศัพท์นัดหมายให้ หรือเขียนจดหมายให้ถือไปพบ เป็นต้น

4.1.5 จากการขายให้ผู้นำทางความคิดของกลุ่ม (Opinion Leaders) หากพนักงานขายสามารถขายผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้นำกลุ่มได้ สมาชิกคนอื่นๆ ภายในกลุ่มย่อมมีความโน้มเอียงที่จะซื้อตาม โดยหัวหน้ากลุ่มจะได้รับส่วนแบ่งของผลประโยชน์ตอบแทนจากพนักงานขายจำนวนหนึ่ง เมื่อสมาชิกในกลุ่มซื้อผลิตภัณฑ์จากพนักงานขาย แต่หัวหน้ากลุ่มจะต้องช่วยสนับสนุนการขายของพนักงานขายด้วย

4.1.6 จากการเข้าพบโดยไม่ได้นัดหมายไว้ก่อน (Cold Canvassing) แม้จะไม่มีกำหนดตัวบุคคลหรือสถาบันที่จะเข้าพบไว้ล่วงหน้า แต่สิ่งหนึ่งที่พนักงานขายต้องกำหนดคือพื้นที่ที่จะไปตระเวนเข้าพบ การเข้าพบโดยไม่ได้นัดหมายไว้ก่อนนี้ บางครั้งปรากฏว่าลูกค้าที่ได้พบไม่ได้มีศักยภาพว่าจะซื้อด้วยเหตุต่างๆ กัน แต่พนักงานขายได้สิ้นเปลืองเวลาและทรัพยากรอื่นๆ ไปแล้ว จึงทำให้ต้นทุนการขายสูง นับเป็นจุดอ่อนสำคัญของการแสวงหาลูกค้าโดยวิธีนี้

4.2 การกลั่นกรองลูกค้า (Screening) หลังจากทีรวบรวมรายชื่อผู้ที่คาดว่าจะจะเป็นลูกค้ามาได้แล้ว ขั้นตอนต่อไปเป็นการคัดหาบุคคลหรือสถาบันที่มีคุณสมบัติที่จะเป็นลูกค้า เกณฑ์หลักที่ใช้ในการเฟ้นคัดได้แก่

4.2.1 ความต้องการซื้อ (Require to Buy) บุคคลหรือสถาบันที่จะเป็นลูกค้าได้ดีที่สุดนั้น ประการแรกจะต้องเป็นผู้มีความจำเป็นต้องบริโภคผลิตภัณฑ์ของบริษัท และควรมีแผนการซื้อในระยะเวลาอันใกล้ด้วย

4.2.2 อำนาจในการตัดสินใจซื้อของลูกค้า (Buying Authority) บุคคลหรือสถาบันที่จะเป็นลูกค้าที่ดีต้องมีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ เพราะมีหลายๆ กรณีที่เมื่อพบลูกค้าที่มีความต้องการซื้อแล้ว แต่ปรากฏว่าลูกค้าตัดสินใจซื้อไม่ได้ เนื่องจากไม่มีอำนาจในการตัดสินใจ ปัญหาทำนองนี้มักประสบมากในการขายผลิตภัณฑ์ให้แก่ตลาดอุตสาหกรรมหรือตลาดราชการ ซึ่งกรรมวิธีในการจัดซื้อค่อนข้างจะซับซ้อน มีการพิจารณาตัดสินใจในรูปของคณะกรรมการ

4.2.3 ความสามารถในการชำระเงิน (Ability to Pay) การเพิกัดจนค้นพบลูกค้าที่มีความต้องการและมีอำนาจในการตัดสินใจซื้อนั้น ยังไม่เป็นการเพียงพอต่อการที่จะเข้าไปติดต่อขาย เพราะรายได้ที่จะไหลเข้าสู่บริษัทจนกลายมาเป็นผลประโยชน์ตอบแทนให้แก่พนักงานขายนั้น ขึ้นอยู่กับขีดความสามารถในการชำระเงินของลูกค้าเป็นสำคัญ

4.3 การเตรียมการก่อนเข้าพบลูกค้า (Pre-Approach) เป็นขั้นตอนที่พนักงานขายจะต้องคาดการณ์ล่วงหน้าว่าจะพบกับสถานการณ์ใดบ้างเมื่อเข้าพบลูกค้า และเตรียมตัวรับมือกับปัญหาและข้อโต้แย้งต่างๆ จากลูกค้า โดยวิเคราะห์จากข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าที่ได้รวบรวมมา เช่น ชื่อ อายุ การศึกษา อาชีพ ที่อยู่ของลูกค้า ข้อมูลเกี่ยวกับครอบครัว และกลุ่มอ้างอิงเพื่อทราบถึงสถานภาพทางสังคมและสายตระกูลของลูกค้า ความต้องการผลิตภัณฑ์ อำนาจในการตัดสินใจซื้อ ความสามารถในการชำระหนี้ ลักษณะเฉพาะที่แปลกไปจากบุคคลอื่นของลูกค้า ความสนใจในเรื่องต่างๆ และ การใช้เวลาว่าง การได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าและนำมาวางแผนการเสนอขายไว้เป็นอย่างดี จะทำให้พนักงานขายเกิดความเชื่อมั่นในตนเอง โอกาสที่จะขายได้ย่อมมีมาก และเป็นการสะท้อนให้เห็นว่าพนักงานขายมีการเตรียมการล่วงหน้ามาอย่างดี มีแบบแผนการทำงานอย่างมีอาชีพ

4.4 การเข้าพบลูกค้า (Approach) หมายถึง การใช้ความพยายามทุกวิถีทางเพื่อให้มีโอกาสเข้าพบปะสนทนากับลูกค้าเพื่อเสนอขายผลิตภัณฑ์ แสดงวิธีใช้ผลิตภัณฑ์ เปิดโอกาสให้ลูกค้าได้สอบถามถึงข้อข้องใจต่างๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อีก และพิสูจน์ให้ลูกค้าเชื่อว่าสิ่งที่พนักงานขายนำไปเสนอนายนั้นตอบสนองความต้องการหรือแก้ปัญหาของลูกค้าได้

4.5 การเสนอขาย (Presentation) หลังจากได้เข้าพบลูกค้า ทักทายปราศรัยสนทนาเพื่อสร้างความสนิทสนมเป็นกันเองแล้ว พนักงานขายต้องเบนหัวข้อการสนทนาเข้ามาสู่การเสนอขายอย่างแนบเนียน

4.6 การจัดการกับข้อโต้แย้ง (Handling Objection) เมื่อลูกค้ามีข้อโต้แย้งแสดงว่าลูกค้าสนใจสินค้าจึงแสวงหาข้อมูลโดยยกเอาปัญหาต่างๆ ขึ้นมาสอบถาม พนักงานขายต้องพร้อมที่จะตอบปัญหาต่างๆ ได้

4.7 การปิดการขาย หากลูกค้าพร้อมจะซื้อ พนักงานขายควรเตรียมใบสั่งซื้อให้ลูกค้าลงนามได้ทันที แต่หากลูกค้าปฏิเสธที่จะซื้อ พนักงานขายยังสามารถนำหัวข้อการสนทนากลับไปสู่ขั้นตอนการเสนอขายได้อีกเสมอ

4.8 การติดตามผล กรณีทำการปิดการขายแล้วไม่ประสบผลสำเร็จ พนักงานขายควรต้องย้อนกลับไปเริ่มต้นกระบวนการขายใหม่ นับแต่การกลั่นกรองลูกค้ามาจนถึงการปิดการขายใหม่อีกครั้งหนึ่งหรือหลายๆ ครั้ง เพราะการขายสินค้าหรือบริการนั้น บางครั้งจำเป็นต้องพบปะกับลูกค้าหลายหนจึงจะตกลงกันได้ การติดตามผลยังหมายถึงการแวะเยี่ยมลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ไปแล้วเพื่อตรวจสอบระดับความพึงพอใจของลูกค้า การแวะเยี่ยมลูกค้าจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องทำ หากประสงค์จะขายผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้ารายเดิมอีก

5. ทักษะการแก้ปัญหา การกิจสำคัญประการหนึ่งของพนักงานขาย คือ การช่วยแก้ปัญหาให้ลูกค้า ยังมีลูกค้าจำนวนมากปัญหาก็ยังหลากหลาย พนักงานขายจึงควรมีความรู้ความชำนาญในการค้นหาและแก้ไขปัญหามาไว้หลายๆ รูปแบบ เพื่อให้มีความพร้อมที่จะเผชิญกับสถานการณ์เฉพาะหน้าได้

6. ความรู้เบ็ดเตล็ด เป็นความรู้เกี่ยวกับการขาย เช่น การทำบัญชีสินค้า การทำรายงานการขาย การวางแผนการทำงาน การพยากรณ์ยอดขาย การเบิกเงินค่านายหน้า เบี้ยเลี้ยง พาหนะรวมตลอดถึงความรู้อื่นๆ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการสนทนากับลูกค้าก่อนที่จะเสนอขายด้วย

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

ความหมายของทัศนคติ

มีผู้ให้ความหมายของทัศนคติไว้ต่างๆ กัน ดังนี้

Allport (อ้างใน จุฑารัตน์ เอื้ออำนวย, 2549: 168) ให้คำนิยามว่า ทัศนคติ หมายถึง สภาวะทางจิตที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ของบุคคล และมีอิทธิพลในการกำหนดทิศทางต่อพฤติกรรมที่มีต่อเหตุการณ์หรือสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่บุคคลนั้นเกี่ยวข้อง

เจดศักดิ์ โฆวาสินธุ์ (2520) ให้คำนิยามว่า ทศนคติ หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งเร้าต่างๆ อันเป็นผลเนื่องมาจากการเรียนรู้และประสบการณ์ และเป็นตัวกำหนดให้บุคคลแสดงพฤติกรรมหรือมีแนวโน้มที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้านั้นๆ ไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง อาจเป็นไปในทางสนับสนุนหรือคัดค้านก็ได้ ดังนั้น ทศนคติจึงขึ้นอยู่กับกระบวนการในการเรียนรู้ระเบียบวิธีของสังคม ทศนคตินี้จะแสดงออกหรือปรากฏให้เห็นได้ชัดเจนในกรณีที่สิ่งเร้านั้นเป็นสิ่งเร้าทางสังคม

กาญจนา คำสุวรรณ และ นิตยา เสาร์มณี (2521: 225) ให้คำนิยามว่า ทศนคติ หมายถึง เงื่อนไขภายในตัวบุคคลที่มีส่วนในการกำหนดการแสดงออกและทิศทางของพฤติกรรม และยังเป็นตัวกำหนดการรับรู้ด้วย เงื่อนไขภายในนี้ เกิดจากเงื่อนไขภายนอกที่หล่อหลอมเข้ามาจนตกตะกอนอยู่ภายใน

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526: 1) ให้คำนิยามว่า ทศนคติหมายถึงความเชื่อ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ เช่น บุคคล สิ่งของ การกระทำ สภาพการณ์ และอื่นๆ รวมทั้งท่าทีที่แสดงออกที่บ่งถึงสภาพของจิตใจของบุคคลต่อสิ่งหนึ่ง

สมพงษ์ เกษมสิน (2526: 338) ให้คำนิยามว่า ทศนคติหมายถึงนามธรรมซึ่งเป็นผลที่ทำให้เกิดการแสดงออกซึ่งพฤติกรรม แต่ทศนคตินี้มีแรงจูงใจ (Motive) และแรงขับ (Drive) หากแต่เป็นสภาพแห่งการพร้อมที่จะได้ตอบ (State of Readiness) และแสดงให้เห็นถึงแนวทางของการสนองตอบของบุคคลใดบุคคลหนึ่งต่อสิ่งเร้า

พรรณราย ทรัพย์ประภา (2529: 76) ให้คำนิยามว่า ทศนคติ หมายถึง ความพร้อมที่จะแสดงออกในทางใดทางหนึ่ง ในส่วนที่มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบเฉพาะบางประการอันเกี่ยวกับงาน

ธงชัย สันติวงษ์ (2539: 25) ให้คำนิยามว่า ทศนคติหมายถึงคุณลักษณะที่มีความมั่นคงต่อเนื่องในความคิด ความรู้สึก และแนวทางในการปฏิบัติของพฤติกรรมที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด หรือต่อความดีต่อบุคคลและต่อกลุ่มคน

จากแนวคิดข้างต้นจะเห็นได้ว่า ทักษคติ คือ ผลผสมผสานของความรู้สึกรู้จักคิด ความเชื่อ ความคิดเห็น และความรู้สึกรู้ของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง บุคคลใดบุคคลหนึ่ง สถานการณ์ใด สถานการณ์หนึ่ง ซึ่งออกมาในรูปการประเมินค่า อันอาจเป็นไปในทางยอมรับหรือปฏิเสธก็ได้ และความรู้สึกรู้เหล่านี้ มีแนวโน้มที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่งขึ้น และทิศทางของพฤติกรรมนั้นอาจเป็นได้ทั้งทางบวกหรือทางลบและสามารถเปลี่ยนแปลงได้

องค์ประกอบของทัศนคติ

รัตติกรณ จงวิศาล (2544: 68) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของทัศนคติว่า แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของทัศนคตินั้นมีหลายแนวคิด สามารถแบ่งกลุ่มได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ ดังนี้

1. แนวคิดที่กล่าวว่าทัศนคตินั้นมี 3 องค์ประกอบ คือ

1.1 ความรู้คิดหรือความเชื่อ (Cognitive or Belief Component) เป็นการรับรู้ เป็นความคิดเห็นของบุคคลต่อเป้าหมายของทัศนคตินั้น

1.2 ความรู้สึกหรือการประเมิน (Affective or Evaluative Component) เป็นความรู้สึกที่แสดงออกว่าชอบหรือไม่ชอบ ดีหรือไม่ดีต่อเป้าหมายของทัศนคตินั้น

1.3 พฤติกรรม (Behavioral Component) เป็นความพร้อมหรือความโน้มเอียงที่จะกระทำหรือปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งต่อเป้าหมายของทัศนคตินั้น

2. แนวคิดที่กล่าวว่าทัศนคตินั้นมี 2 องค์ประกอบ คือ

2.1 ด้านสติปัญญา เป็นความเชื่อที่บุคคลมีต่อเป้าหมายของทัศนคติ

2.2 ด้านความรู้สึก เป็นความรู้สึกที่บุคคลมีเมื่อถูกกระตุ้นโดยเป้าหมายของทัศนคติ

3. แนวคิดที่กล่าวว่าทัศนคตินั้นมีองค์ประกอบเดียว คือ อารมณ์ ความรู้สึก ในทางชอบหรือไม่ชอบที่บุคคลมีต่อเป้าหมายของทัศนคติ

ปัจจัยที่ก่อให้เกิดทัศนคติ

Allport (อ้างใน จุฑารัตน์ เอื้ออำนวย, 2549: 168-169) ได้กล่าวว่าการก่อรูปของทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดๆ เกิดจากสาเหตุ ดังนี้

1. การเรียนรู้ถึงวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมต่างๆ ของสังคม และนำเอาสิ่งที่เรารู้ขึ้นมาเป็นรากฐานของทัศนคติ
2. การแบ่งแยกความรู้ที่ได้มาจากประสบการณ์ของตนเอง
3. ประสบการณ์ที่ได้รับมาจากเดิม แต่รุนแรงในด้านดี หรือไม่ดี
4. การเลียนแบบ

อนันต์ ศรีโสภ (2527: 18) ได้กล่าวว่า ทัศนคติเกิดจากปัจจัยสำคัญ 2 ประการ คือ

1. ประสบการณ์ที่บุคคลมีต่อสิ่งของ บุคคล หรือสถานการณ์ ที่เกิดขึ้นกับบุคคล จากการพบเห็น คู้้นเคย ได้ยิน ได้ฟัง หรือได้อ่านเกี่ยวกับสิ่งนั้นๆ บุคคลจะไม่มีทัศนคติต่อสิ่งที่เขาไม่มีประสบการณ์เลย
2. ระบบค่านิยม การที่บุคคลมีทัศนคติดีหรือไม่ดี หรือมีความรู้สึกว่าสิ่งใดผิดหรือสิ่งใดถูกนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับค่านิยม วัฒนธรรม และมาตรฐานของกลุ่มที่เขาใช้ชีวิตอยู่

ลัดดา กิติวิภาต (2526) ได้กล่าวว่าการเกิดทัศนคติไว้ 5 ประการ สรุปได้ดังนี้

1. เกิดจากการเรียนรู้ ได้แก่ การอบรมเลี้ยงดูจากครอบครัวหรือเป็นการเลียนแบบอย่าง ซึ่งเป็นการถ่ายทอดทัศนคติจากบุคคลที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องทั้งโดยตรงและโดยอ้อม
2. เกิดจากประสบการณ์ที่สั่งสมกันมาของบุคคล ซึ่งเป็นการประสบพบด้วยตนเองอาจจะในด้านดีหรือไม่ดี สิ่งที่ได้ประสบพบนี้จะมีผลต่อทัศนคติของบุคคลดังกล่าวในเวลาต่อมา

3. เกิดจากประสบการณ์ที่เป็นผลให้เราจดจำไปนาน เป็นประสบการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้นทันทีทันใดหรือเกิดขึ้นอย่างไม่น่าเชื่อว่าจะเป็นไปได้

4. เกิดจากบุคลิกภาพ เป็นบุคลิกภาพส่วนของบุคคลที่เป็นลักษณะพิเศษ บุคลิกภาพเหล่านี้จะมีผลต่อทัศนคติของบุคคลด้วย

5. เกิดจากสื่อมวลชนต่างๆ การเสนอข่าวต่างๆ หรือข้อมูลของสื่อมวลชน ล้วนมีอิทธิพลต่อทัศนคติของบุคคลด้วย

ลักษณะของทัศนคติ

Allport (อ้างใน จุฑารัตน์ เอื้ออำนวย, 2549: 168-169) ได้กล่าวถึงลักษณะของทัศนคติไว้ดังนี้

1. เป็นภาวะจิตใจและประสาท ซึ่งแสดงออกให้เห็นทางพฤติกรรม เช่น โกรธเกลียด รัก
2. เป็นความพร้อมที่จะตอบสนอง เมื่อมีทัศนคติที่ดีหรือไม่ดีต่อสิ่งใด ก็พร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งนั้นตามลักษณะของทัศนคติที่เกิดขึ้น
3. เกิดขึ้นเป็นระบบโดยจัดระบบในตนเอง เมื่อเกิดทัศนคติต่อสิ่งใดแล้วจะเกิดต่อเนื่องและติดตามมาด้วยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กัน
4. เกิดจากประสบการณ์ของแต่ละบุคคลมีส่วนในการสร้างเสริมทัศนคติได้ดี
5. เป็นพลังสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่แสดงออก หมายถึง การแสดงออกของพฤติกรรมต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้น ขึ้นอยู่กับทัศนคติเป็นสำคัญ

ส. วาสนา ประมวลพจนานุกรม (2524: 5) ได้กล่าวถึงลักษณะสำคัญของทัศนคติไว้ว่า

1. ทัศนคติ เป็นการเตรียมหรือความพร้อมในการตอบสนองต่อสิ่งเร้า ในทางที่ชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งนั้นๆ ซึ่งการเตรียมนั้นจะเป็นการเตรียมภายในของจิตใจมากกว่าภายนอกที่จะสังเกตเห็นได้
2. สภาวะของความพร้อมจะตอบสนองนั้น เป็นลักษณะที่ซับซ้อนของบุคคลที่จะยอมรับหรือไม่ยอมรับ ชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งต่างๆ จะเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับอารมณ์ด้วย ซึ่งเป็นสิ่งที่อธิบายไม่ค่อยได้และบางครั้งไม่มีเหตุผล
3. ทัศนคติไม่ใช่พฤติกรรม แต่เป็นสภาวะทางจิตใจ ที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิด และเป็นตัวกำหนดแนวทางในการแสดงออกของพฤติกรรม
4. ทัศนคติไม่สามารถวัดได้โดยตรง แต่สามารถสร้างเครื่องมือวัดพฤติกรรมที่แสดงออกเพื่อใช้เป็นแนวทางในการทำนายหรืออธิบายทัศนคติได้
5. ทัศนคติเกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ บุคคลมีทัศนคติในเรื่องเดียวกันแตกต่างกันได้ด้วยสาเหตุหลายประการ เช่น สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคม ระดับอายุ และเชาวน์ปัญญา
6. ทัศนคติมีความคงที่และแน่นอนพอสมควร แต่อาจเปลี่ยนแปลงได้ เมื่อประสบกับสภาพแวดล้อมที่ไม่เหมาะสมและแตกต่างไปจากเดิม

พยอม วงศ์สารศรี (2531: 230-231) ได้กล่าวถึงลักษณะของทัศนคติไว้ ดังนี้

1. ทัศนคติกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรม เมื่อบุคคลมีความคิดเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เราจะได้รู้ได้ด้วยการสังเกตพฤติกรรมที่บุคคลนั้นแสดงออกมา อาจจะแสดงออกมาด้วยคำพูด สีหน้า และท่าทาง
2. ทัศนคติเป็นสิ่งที่ซับซ้อน บุคคลอาจมีความรู้สึกนึกคิดต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในลักษณะซับซ้อนมาก

3. ทักษะเป็นสิ่งที่ยั่งยืนได้ ทักษะที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งจะเป็นในทางดีหรือไม่ดีก็ตาม อาจเปลี่ยนแปลงได้ ถ้าสภาพแวดล้อมและเหตุการณ์ต่างๆ เปลี่ยนแปลงไป หรือมีการได้รับข้อมูลใหม่มากขึ้น ทักษะของบุคคลอาจเปลี่ยนจากทักษะที่ยอมรับไปสู่ทักษะที่ไม่ยอมรับ หรือเปลี่ยนจากทักษะที่ไม่ยอมรับไปสู่ทักษะที่ยอมรับ

กระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

Fishbein and Ajzen (1975) ได้กล่าวถึงขั้นตอนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติไว้ว่ามี 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. ขั้นของการให้ความสนใจ (Attention) หรือการรับรู้ การที่จะชักจูงให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ บุคคลนั้นต้องยอมรับรู้ข่าวสารในการชักจูง ถ้าหากบุคคลไม่ให้ความสนใจย่อมไม่สามารถเปลี่ยนความเชื่อและทัศนคติได้

2. ขั้นเกิดความเข้าใจ (Comprehension) เป็นขั้นที่เกิดขึ้นหลังจากที่บุคคลได้ให้ความสนใจแก่การชักจูง ซึ่งจะทำให้เกิดความเข้าใจ และส่งผลให้ผู้ถูกชักจูงเปลี่ยนความเชื่อและทัศนคติตามในที่สุด

3. ขั้นการยอมรับ (Acceptance) เป็นขั้นที่สำคัญที่สุด กล่าวคือ เมื่อผู้ถูกชักจูงให้ความสนใจและมีความเข้าใจในสารที่ส่งออกไปแล้ว ผู้ถูกชักจูงยอมรับและเชื่อตามสารดังกล่าว ถือว่าสารนั้นสามารถชักจูงให้เปลี่ยนทัศนคติได้ การยอมรับมี 3 แบบ คือ

- 3.1 การยินยอม (Compliance) เป็นการเปลี่ยนทัศนคติแต่เพียงภายนอกเพื่อทำตามผู้มีอิทธิพลหรือทำตามความจำเป็นของสภาวะแวดล้อม ซึ่งบุคคลนั้นอาจจะไม่เชื่อหรือไม่เห็นด้วย แต่เป็นการทำตามด้วยความจำเป็น

- 3.2 การเลียนแบบ (Identification) เป็นการเปลี่ยนเพื่อรับทัศนคติใหม่เข้ามาไว้ในใจ เพราะต้องการสร้างพฤติกรรมของตนให้เหมือนกับบุคคลอื่นๆ โดยเฉพาะผู้มีอิทธิพลเหนือตน

3.3 การเปลี่ยนด้วยความเต็มใจ (Internalization) เป็นการเปลี่ยนและยอมรับทัศนคติใหม่ด้วยความพอใจเพราะเหมาะสมและสอดคล้องกับความเชื่อของตน

นอกจากนี้ Zimbardo (1977) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมว่าการเปลี่ยนแปลงทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ กล่าวคือ ถ้ามีความรู้ความเข้าใจ ทัศนคติก็จะเปลี่ยนแปลง ถ้าผู้ใดมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องนั้นดี ทัศนคติที่มีต่อสิ่งนั้นก็จะเป็นไปด้วยดี และส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมตามมา

การวัดทัศนคติ

รัตติกกรณ จงวิศาล (2544) ได้กล่าวว่า เนื่องจากทัศนคติเป็นนามธรรม เป็นความรู้สึกลึกซึ้งที่แฝงเร้นอยู่ภายในและสัมพันธ์กับพฤติกรรมภายนอกของบุคคล การที่จะวัดทัศนคติจึงต้องใช้วิธีการต่างๆ หลายวิธีที่สอดคล้องเหมาะสมกับสถานการณ์นั้นๆ วิธีที่ใช้ทั่วไปมี 4 วิธี ดังนี้

1. การสัมภาษณ์ เป็นการพูดคุยอย่างมีจุดหมาย โดยเตรียมสิ่งที่จะถามให้พร้อมจึงจะสามารถวัดทัศนคติได้ตรงเป้าหมาย

2. การสังเกต เป็นการเฝ้ามองดูสิ่งที่จะวัดทัศนคติอย่างมีเป้าหมาย ต้องใช้ความอดทนในการสังเกตและใช้ระยะเวลาพอสมควร ผู้สังเกตต้องได้รับการฝึกฝนและควรเป็นคนที่ไม่มีการรับรู้ไว้

3. การรายงานตนเอง (Self-Report) วิธีนี้ให้ผู้ถูกวัดทัศนคติดำเนินการรายงานความรู้สึกออกมาโดยใช้ข้อคำถามเป็นสิ่งที่เร้า ซึ่งได้แก่ แบบทดสอบหรือแบบสอบถามของเทอร์สโตน (Thurstone) กัตแมน (Guttman) ลิเคิร์ต (Likert) และออสกู๊ด (Osgood)

4. เทคนิคการฉายออกหรือเทคนิคจินตนาการ (Projective Technique) วิธีนี้ใช้สถานการณ์ไปเร้าผู้รับการทดสอบ เช่น ใช้ภาพ เรื่องราว ประโยคที่ไม่สมบูรณ์ แล้วให้ผู้รับการทดสอบจินตนาการและบรรยายออกมา จากนั้นผู้ทดสอบนำมาแปลความหมายเป็นทัศนคติต่อสิ่งเร้านั้น

ทัศนคติต่องาน

กรองแก้ว อยู่สุข (2537: 33-35) กล่าวว่า บุคคลแต่ละคนจะมีทัศนคติได้มากมายเป็นร้อยเป็นพันชนิด ซึ่งบุคคลอาจมีทัศนคติต่องานที่เขาทำในด้านบวกหรือลบก็ได้ และจัดแบ่งทัศนคติของบุคคลที่มีต่องานออกได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. ความพอใจในงาน (Job Satisfaction) ทัศนคติโดยทั่วไปของพนักงานที่มีต่องานของเขา ถ้าเขาได้รับการปฏิบัติที่ดี ตอบสนองความต้องการของเขาตามสมควร เช่น สภาพการทำงานที่มีความมั่นคงปลอดภัย ได้รับเงินเดือนหรือค่าจ้างตอบแทนพอเพียงต่อการยังชีพ สวัสดิการที่สามารถมีคุณภาพชีวิตที่เหมาะสม จะทำให้พนักงานพอใจและมีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร ดังนั้น เมื่อกล่าวถึงทัศนคติเราก็ต้องนึกถึงความพอใจหรือไม่พอใจในงาน

2. การมีส่วนร่วมในงาน (Job Involvement) เมื่อทัศนคติของพนักงานมีความพึงพอใจอยู่ในระดับหนึ่งแล้ว ฝ่ายบริหารยังควรที่จะต้องตอบสนองความต้องการในลำดับขั้นต่อไปอีก เช่น มีการสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน ทำให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคคล วิธีการปกครองบังคับบัญชามีประสิทธิภาพและยุติธรรม สิ่งเหล่านี้จะทำให้พนักงานทวีความพอใจจนกระทั่งเกิดความกระตือรือร้นที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในองค์กร

3. ความผูกพันต่อองค์กร (Organizational Commitment) ถ้าองค์กร “ให้” พนักงานมากขึ้นไปอีก เช่น ช่วย使他ทำงานได้สำเร็จ เป็นที่ยกย่องนับถือเจริญในหน้าที่การงาน และตัวองค์กรเองก็เจริญเติบโต ซึ่งทำให้พนักงานมีหน้ามีตาด้วย พนักงานก็จะเกิดทัศนคติที่ดีต่อองค์กร มีความจงรักภักดี (Loyalty) และเกิดความผูกพันต่อองค์กร มีความต้องการที่จะเห็นองค์กรบรรลุเป้าหมาย และเมื่อองค์กรกำลังอยู่ในฐานะวิกฤติอันเนื่องมาจากปัจจัยต่างๆ เช่น เศรษฐกิจตกต่ำ ก็จะพยายามช่วยกันแก้ปัญหาไม่คิดที่จะลาออก

Gilmer *et al.* (1977) กล่าวถึงองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องในการทำงานว่ามีอยู่ 10 ประการ ดังนี้

1. ความมั่นคงปลอดภัยในการทำงานกับองค์กรที่มีความมั่นคงมีเสถียรภาพ บุคคลจะมีความรู้สึกว่าเขาเองมีคุณค่าต่อองค์กร เป็นคนที่มีความสามารถ และมีโอกาสที่จะได้ทำงานต่อไป

นานๆ ดังนั้น จึงต้องทำให้ตนเองเป็นที่ต้องการขององค์กร โดยเพิ่มทักษะความชำนาญงานและความรับผิดชอบที่มากขึ้น

2. โอกาสเพื่อความก้าวหน้าในการทำงาน (Opportunity for Advancement) จะแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ในระดับผู้เชี่ยวชาญหรือปฏิบัติการจะคำนึงถึงสิ่งนี้ก่อนองค์ประกอบตัวอื่น สำหรับผู้บริหารระดับกลางจะเป็นสิ่งบ่งชี้ถึงอนาคตว่าจะคงอยู่กับองค์กรต่อไปหรือไม่ ในระดับพนักงานจะขึ้นอยู่กับความสามารถในงานที่ทำ ส่วนในระดับอาวุโสที่มีบทบาทสำคัญต่อองค์กรจะคำนึงถึงการได้ต่อสัญญาจ้างทำงาน แต่ถ้าเป็นคนหนุ่มสาวแล้วเขาปรารถนาที่จะมีชื่อเสียงหรือได้รับตำแหน่งที่สูงขึ้น การขาดโอกาสเพื่อความก้าวหน้าในการทำงาน เป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้บุคคลไม่ชอบงาน

3. ชื่อเสียงของบริษัทและการบริหารงาน (Company and Management) บุคคลจะมองถึงขนาดองค์กร ชื่อเสียงของบริษัท ผลกำไร หรือการมีส่วนช่วยเหลือสังคม โดยมีความเชื่อว่าการได้ทำงานกับบริษัทที่ดีจะทำให้เขารู้สึกว่ามีความมั่นคงปลอดภัยในการทำงาน

4. ค่าจ้าง (Wages) เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อบุคคลที่ทำงาน

5. ลักษณะภายในเนื้องาน (Intrinsic Aspects of the Job) บุคคลจะชอบงานที่ทำถ้าได้ทำงานที่ตรงกับความสามารถและความชำนาญของเขา ทักษะและการศึกษาของบุคคลมีความสัมพันธ์ที่มีความสำคัญมากกับการทำงาน ผู้บริหารหรือบุคคลระดับหัวหน้างานจะชอบงานที่ทำทนาย ในขณะที่พนักงานในระดับที่ต่ำกว่าจะไม่ชอบงานที่มีความท้าทาย

6. การกำกับดูแลงาน (Supervision) ผู้บังคับบัญชาหรือหัวหน้างานอาจเป็นแบบอย่างแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาได้ทั้ง 2 รูปแบบ คือ ทั้งด้านดีและไม่ดี หัวหน้างานจึงปฏิบัติต่อผู้ใต้บังคับบัญชาได้หลายบทบาท

7. ลักษณะทางสังคมในการทำงาน (Social Aspects of the Job) เป็นสิ่งเกี่ยวพันกับความต้องการที่จะเป็นเจ้าของและต้องการการยอมรับทางสังคม บุคคลที่รู้สึกว่าตนเองเป็นสมาชิกคนหนึ่งของการทำงานหรือของกลุ่ม จะมีความสุขกับงานของเขามากกว่าบุคคลที่พบว่าตนเองไม่เหมาะสม

กับกลุ่ม องค์กรประกอบทางสังคมนี้มีความสำคัญต่อหญิงมากกว่าชายเพียงเล็กน้อย และเป็นอิสระ ไม่ขึ้นกับอายุและระดับอาชีพ

8. การติดต่อสื่อสาร (Communication) การขาดการติดต่อสื่อสารที่ดี อาจเป็นสาเหตุของการไม่ชอบงาน แต่ก็ไม่ได้เป็นสาเหตุเฉพาะที่จะทำให้ชอบงานที่ทำ องค์กรประกอบของการติดต่อสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญกับบุคคลที่มีระดับการศึกษาสูงกว่า การติดต่อสื่อสารที่ดีจะทำให้บุคคลรู้สึกว่าตนเป็นส่วนหนึ่งในกิจการงานที่ทำและพยายามจะปรับปรุงการติดต่อสื่อสารให้ดียิ่งขึ้น

9. สภาพการทำงาน (Working Condition) ได้แก่ อุณหภูมิ แสงสว่าง การระบายอากาศ สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ ร้านอาหาร และ ห้องน้ำห้องส้วม เป็นต้น

10. ผลประโยชน์ตอบแทน (Benefits) การเตรียมพร้อมเมื่อเกษียณอายุ การรักษาพยาบาล การลาหยุดงาน วันหยุดพักผ่อนประจำปี และวันหยุดต่างๆ

จากแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยขอสรุปทัศนคติต่องานขายว่า คือ สภาพทางจิตใจที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิด เป็นตัวกำหนดแนวทางในการแสดงออกและพฤติกรรมทั้งด้านบวกและด้านลบที่มีต่ออาชีพงานขาย

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์

ความหมายของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์

ได้มีผู้ให้ความหมายของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ไว้หลากหลาย ผู้วิจัยได้สรุปบางส่วนมาไว้ ดังนี้

Murray (อ้างใน Beck, 1990: 291) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ว่า หมายถึง ความต้องการหรือความโน้มน้าวในการที่จะเอาชนะอุปสรรค การดำเนินการด้วยพลัง การพยายามต่อสู้ดิ้นรนในการทำสิ่งที่ยากให้สำเร็จรวดเร็วเท่าที่จะเป็นไปได้

McClelland (อ้างใน Smith, 1992: 144) ให้ความหมายของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ว่า หมายถึง ความต้องการทำสิ่งที่ดีกว่าให้สามารถเปรียบกับมาตรฐานที่ดีที่สุด

สงวนศรี วิรัชชัย (2527: 85) ให้ความหมายของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ว่า หมายถึง แรงจูงใจของบุคคล ที่มุ่งจะให้ได้รับความสำเร็จในการควบคุม และจัดระเบียบสิ่งแวดล้อมทางสังคม ตลอดจนสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เพื่อเอาชนะอุปสรรคต่างๆ และคงมาตรฐานระดับสูงในการทำงานไว้ หรือกล่าวได้ว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ คือ แรงจูงใจของคนที่ต้องการจะทำงานให้สำเร็จลุล่วงอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

อารี เพชรผุด (2537: 98) ให้ความหมายของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ว่าหมายถึง แรงจูงใจภายในที่พัฒนาจากความต้องการขั้นพื้นฐานของบุคคลที่ต้องการแสดงความสามารถ ต้องการแข่งขันกับตนเอง และตั้งใจแน่วแน่ที่จะทำ ต้องการที่จะทำสิ่งมีมาตรฐานที่ดีที่สุด

จากความหมายของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ที่ได้รวบรวมมาดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ หมายถึง แรงจูงใจภายในของบุคคลที่ต้องการและตั้งใจแน่วแน่ที่จะทำสิ่งต่างๆ ให้ได้รับความสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ให้ดีที่สุด โดยเปรียบเทียบกับมาตรฐานที่ดีที่สุด ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการบรรลุเป้าหมายที่ยากและท้าทายแต่มุ่งมั่นที่จะทำให้ประสบผลสำเร็จ

ทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์

ริเอ็องรอง รัตนวิไลสกุล (2540: 171) กล่าวว่า พฤติกรรมส่วนใหญ่ของคนจะเกิดจากแรงจูงใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งพฤติกรรมที่เน้นเป้าหมาย หากเป็นความต้องการที่จะประสบผลสำเร็จ ลุล่วงเป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ก็ยิ่งจะมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในระดับสูง ซึ่งในที่นี้ผู้วิจัยได้รวบรวมทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มานำเสนอต่อไปนี้

ทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ของ McClelland

McClelland (อ้างใน สร้อยตระกูล ธรรมมานะ, 2542: 108) เป็นผู้สร้างทฤษฎีการจูงใจในความสำเร็จหรือแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Motivation) ได้ศึกษาวิจัยถึงระดับความต้องการในความสำเร็จของมนุษย์ที่ต่างกัน McClelland เห็นว่าโดยทั่วไปการจูงใจของผู้ปฏิบัติงานจะเป็นผลจากความต้องการสำคัญ 3 ประการ คือ

1. ความต้องการที่จะมีความสัมพันธ์กับผู้อื่นหรือแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ (Need for Affiliation Aff)
2. ความต้องการที่จะมีอำนาจหรือแรงจูงใจใฝ่อำนาจ (Need for Power-n Pow)
3. ความต้องการที่จะทำงานให้สำเร็จหรือแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Need for Achievement-n Ach)

McClelland (อ้างใน สร้อยตระกูล ธรรมดาณะ, 2542) ได้ให้ความสนใจเป็นอย่างมากในเรื่องแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และยังได้ศึกษาถึงลักษณะของผู้ที่จะประสบความสำเร็จสูงว่าจะมีลักษณะกล้าเสี่ยงอยู่พอสมควร แต่ทั้งนี้ต้องไม่เป็นการเสี่ยงมากเกินไป และก็ไม่ใช่เป็นคนไม่กล้าเสี่ยงเอาเสียเลย บุคคลเหล่านี้จะเป็นผู้มีความกระตือรือร้น มีความรับผิดชอบสูงและฉลาดในการวางแผนเป้าหมายในระยะยาวที่สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง แต่เป้าหมายเป็นเป้าหมายที่อยู่ในระดับศักยภาพของเขา เขาจะเป็นคนที่มุ่งมั่นในความสำเร็จของงาน และเมื่องานสำเร็จก็เกิดความพึงพอใจในความสำเร็จ เขาจะมุ่งผลตอบแทนในลักษณะที่จับต้องได้เป็นสำคัญ บุคคลพวกนี้จะพยายามแสวงหาข้อมูลป้อนกลับอยู่เสมอ ทั้งนี้ เพื่อประเมินค่าสิ่งที่ตนทำ และพร้อมที่จะปรับปรุงแก้ไขในขณะเดียวกันความรวดเร็วของข้อมูลป้อนกลับที่ได้รับจะมีความหมายยิ่ง ทั้งนี้เพื่อจะได้ทราบถึงระดับความสำเร็จหรือล้มเหลว และเพื่อที่จะได้คิดวิธีการแก้ไขปัญหาหรือข้อผิดพลาดในงานได้ทันทั่วทั้งที่

McClelland (อ้างใน อัมพิกา ไกรฤทธิ์, 2532: 45) ยังได้ตรวจสอบพฤติกรรมเพื่อดูว่าผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์แตกต่างกันอย่างไรในฐานะผู้ประกอบการ (Entrepreneur) และได้พบข้อเท็จจริงดังนี้

ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์จะมีคุณลักษณะ ดังนี้

1. กล้าเสี่ยงพอสมควร ในกรณีที่ต้องใช้ความสามารถไม่ใช่อาศัยโชค มีวิธีการตัดสินใจที่เด็ดเดี่ยว
2. แข่งขัน หรือ กระทำการแปลกๆ ใหม่ๆ อันจะทำให้ตนรู้สึกว่าจะประสบความสำเร็จ

3. รับผิดชอบในตนเอง
4. ต้องการทราบให้แน่ชัดว่าการตัดสินใจของตนมีผลอย่างไร
5. คาดการณ์ล่วงหน้า
6. มีความสั่นไหวในการจัดระบบงาน

จากการศึกษาของ McClelland (อ้างใน Lussier and Achua, 2001: 42-43) พบว่า ประชากรในประเทศสหรัฐอเมริกาจำนวนร้อยละสิบ มีลักษณะเด่นในการมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ หลักฐานปรากฏชัดว่า ในกลุ่มประชากรทั่วไปความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์และผลการปฏิบัติงานจะมีความสัมพันธ์ในทางบวก ซึ่งแสดงให้เห็นว่าไม่เป็นความจริงเสมอไปที่ความสัมพันธ์ดังกล่าวนี้จะมีในเฉพาะผู้นำและบุคคลที่อยู่ในตำแหน่งเกี่ยวกับการจัดการ

ทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของ Atkinson

Atkinson (อ้างใน Beck, 1990: 293) ได้เสนอแนวคิดเพิ่มเติมเกี่ยวกับทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ โดยอันดับแรกเขาได้จัดทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ให้เข้ากรอบความคิดของทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy-Value Theory) ตามคำแนะนำของ Tolman และ Kurt Lewin อันดับถัดมา Atkinson เน้นบทบาทของความขัดแย้ง โดยเฉพาะที่เกิดขึ้นระหว่างแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์และความกลัวความเสียหาย Atkinson ได้เสนอทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์เป็นตัวแทนหรือสมการเชิงคณิตศาสตร์ โดยอาศัยทฤษฎีการตัดสินใจเพื่อทำนายแนวโน้มของพฤติกรรมมุ่งสัมฤทธิ์ Atkinson เชื่อว่าสิ่งที่กระตุ้นให้บุคคลทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อมุ่งผลสัมฤทธิ์นั้น ขึ้นกับผลบวกขององค์ประกอบ 3 ประการ ได้แก่

1. แนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จ (Tendency to Success; Ts) ซึ่งได้มาจากผลคูณขององค์ประกอบ 3 ตัว คือ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Motive to Success; Ms) การรับรู้โอกาสที่จะประสบความสำเร็จ (Perceived Probability of Success; Ps) และค่าของสิ่งล่อใจที่เป็นเป้าหมายของความสำเร้ง (Incentive Value of Success; Is or 1-Ps)

$$Ts = Ms \times Ps \times Is$$

2. แนวโน้มที่จะหลีกเลี่ยงความล้มเหลว (Tendency to Avoid Failure; Taf) ซึ่งได้มาจากผลคูณขององค์ประกอบ 3 ตัว คือ แรงจูงใจที่จะหลีกเลี่ยงความล้มเหลว (Motive to Avoid Failure; Maf) ความน่าจะเป็นความล้มเหลว (Probability of Failure: PF or 1-Ps) และค่าของสิ่งล่อใจในแง่ลบที่เป็นเป้าหมายของความล้มเหลว (Negative Incentive Value of Failure; I-for_Ps)

$$Taf = Maf \times Pf \times I-f$$

3. องค์ประกอบซึ่งเป็นอิทธิพลจากภายนอก (Extrinsic Tendency; Text) ซึ่งทำให้บุคคลปรารถนาที่จะกระทำกิจกรรมนั้นหรือไม่ ดังนั้น จะสามารถสรุปแนวโน้มที่จะกระทำพฤติกรรมมุ่งผลสัมฤทธิ์ (Tendency to Achievement; Ta) คือ

$$\begin{aligned} Ta &= Ts + Taf + Text \\ &= (Ms \times P S \times Is) + (Maf \times Pf \times I-f) + Text \end{aligned}$$

ดังนั้น หลักการของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ คือ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ขึ้นอยู่กับหลายปัจจัยมาประกอบกัน ปัจจัยหลักที่สำคัญ 2 ประการที่แสดงให้เห็นในสมการของ Atkinson คือความต้องการประสบความสำเร็จและความกลัวการล้มเหลวของมนุษย์ บุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์แตกต่างกันเป็นเพราะมีปัจจัย 2 ประการนี้แตกต่างกัน

ทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของ Spence และ Helmreich

Spence and Helmreich (อ้างใน Beck, 1990) ได้เสนอทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ที่เรียกว่า The Spence-Helmreich Model โดยแนวคิดของทฤษฎีนี้ได้แบ่งองค์ประกอบของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ออกเป็น 3 มิติ ดังนี้ คือ

1. ความพึงพอใจในการทำงาน (Satisfaction in Work) เป็นความมุ่งมั่นในการทำงานของตัวบุคคลที่จะสามารถทำงานนั้นให้ดีที่สุด โดยพอใจในประสิทธิภาพการทำงานของตนเอง และต้องการให้ผลงานออกมาดีที่สุด โดยได้ยกตัวอย่างกรณีของนักเรียนที่ต้องทำข้อสอบ เขาจะคิดถึงเรื่องของระดับคะแนนที่จะได้ แต่ก็ยังต้องคำนึงถึงผลคะแนนของรายงานหรือการบ้านที่ได้ส่งไปก่อนหน้านี้ด้วย

2. ความต้องการเพชฌุณงานที่ยาก (Sense of Completion or Mastery) เป็นความต้องการงานที่ท้าทายความสามารถหรืองานที่ยาก ในบางครั้งเมื่อเขาทำงานที่ง่าย เขาก็จะพอใจที่ได้ทำงานนั้น แต่ก็ยังไม่คิดว่างานนั้นเป็นอันเสร็จสิ้น เขาจะรู้สึกภาคภูมิใจยิ่งกว่าเมื่อได้ทำงานที่ยาก

3. ความต้องการแข่งขัน (Sense of Competitiveness) เป็นความชอบในการที่จะแข่งขันเพื่อเปรียบเทียบกับบุคคลอื่นๆ และเพื่อต้องการให้ได้รับชัยชนะ

จุดมุ่งหมายในการตั้งทฤษฎีแรงงูใจไฟัสมฤทธิ์ของ Spence และ Helmreich คือ เพื่อต้องการหาคำตอบของปัญหา 2 ประการในการทำความเข้าใจแรงงูใจไฟัสมฤทธิ์ ปัญหาดังกล่าวคือ 1) สามารถวัดแรงงูใจไฟัสมฤทธิ์ด้วยวิธีเดียวกันได้หรือไม่ และโครงสร้างของแรงงูใจไฟัสมฤทธิ์ในชายและหญิงแตกต่างกันหรือเหมือนกัน 2) แรงงูใจไฟัสมฤทธิ์แสดงออกอย่างไร ในการดำเนินชีวิตประจำวัน สามารถวัดแรงงูใจไฟัสมฤทธิ์จากกิจกรรมต่างๆ ไปในการดำรงชีวิตได้หรือไม่ เพราะโดยทั่วไป การศึกษามักให้ความสนใจกับความสัมฤทธิ์ของการศึกษา (Academic Achievement) และความสัมฤทธิ์ของการประกอบอาชีพ (Vocational Achievement) ในขณะที่แรงงูใจไฟัสมฤทธิ์ในเพศหญิงไม่ได้รับความสนใจ เนื่องจากการทำงานประจำของเพศหญิงมักเป็นงานบ้าน

Spence and Helmreich (อ้างใน Beck, 1990) ได้สร้างแบบทดสอบเพื่อวัดแรงงูใจไฟัสมฤทธิ์ โดยใช้ข้อั้ประกอบทั้ง 3 เป็นเครื่องมือวัด โดยเป็นแบบทดสอบที่เรียกว่า Work and Family Orientation Questionnaire (WOFO) โดยได้วัดแรงงูใจไฟัสมฤทธิ์ของเพศชายและเพศหญิง ซึ่งพบว่า สามารถวัดแรงงูใจไฟัสมฤทธิ์ของเพศชายและเพศหญิงด้วยวิธีเดียวกัน และไม่มี ความแตกต่างกัน ในธรรมชาติของแรงงูใจทั้งสองเพศ

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงาน

นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของพฤติกรรม ดังนี้

โยธิน ศันสนยุท และ จุมพล พูลภัทรชีวิน (2524) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมว่า หมายถึง การกระทำต่างของมนุษย์หรือสัตว์ ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ พฤติกรรมภายนอก และพฤติกรรมภายใน

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมว่า หมายถึง กิจกรรมทุกประการ ที่มนุษย์กระทำไม่ว่าสิ่งนั้นจะสังเกตได้หรือไม่ เช่น การทำงานของหัวใจ การทำงานของกล้ามเนื้อ การเดิน การพูด การคิด ความรู้สึก ความชอบ ความสนใจ เป็นต้น

พรรณราย ทรัพย์ะประภา (2529: 1) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมว่าหมายถึง การกระทำต่างๆ ที่เราแสดงออกมาเป็นคำพูด หรือภาษาท่าทาง ซึ่งบ่งบอกความรู้สึภายในจิตใจของเรา เรียกว่า พฤติกรรมภายนอก และรวมไปถึงพฤติกรรมภายใน ซึ่งหมายถึงการทำงานของระบบต่างๆ ภายในร่างกายของคนเรา เช่น ระบบการไหลเวียนของโลหิต ระบบการหายใจ ระบบประสาท ซึ่งมีผลกระทบถึงพฤติกรรมภายนอกด้วย

จากนิยามดังกล่าวพอสรุปได้ว่า พฤติกรรมคือการกระทำหรือกิริยาอาการที่แสดงออกมาให้ปรากฏทางร่างกาย ซึ่งก็คือ พฤติกรรมภายนอก และรวมทั้งความรู้สึนึกคิดต่างๆ ที่ไม่สามารถปรากฏให้เห็นได้ คือ พฤติกรรมภายใน พฤติกรรมของมนุษย์แสดงออกในรูปแบบต่างๆ ที่เป็นกระบวนการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของตน

กระบวนการที่ทำให้เกิดพฤติกรรม

Leavitt (1964) ได้กล่าวถึงกระบวนการที่ทำให้เกิดพฤติกรรม 3 ประการ คือ

1. การเกิดพฤติกรรมต้องมีปัจจัยที่เป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดพฤติกรรมนั้นเกิดขึ้น
2. พฤติกรรมต้องมีสิ่งจูงใจ หรือมีแรงจูงใจให้บุคคลแสดงพฤติกรรมนั้นๆ ออกมา
3. พฤติกรรมย่อมมีจุดหมาย คือการที่บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมาก็เพื่อให้บรรลุผล

มนุษย์แสดงพฤติกรรมมาในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ความเห็นแก่ตัว มนุษย์บางคนจะช่วยเหลือคนอื่นก็ต่อเมื่อตัวเองได้ประโยชน์ หรือเมื่อมนุษย์มีความต้องการทรัพยากรอย่างใดอย่างหนึ่ง แต่ทรัพยากรเหล่านั้นมีจำนวนจำกัด มนุษย์ก็อาจแย่งชิงหรือทำร้ายกัน

การแสดงพฤติกรรมมนุษย์ บางครั้งเป็นในลักษณะก้าวร้าวรุนแรง เช่น เมื่อผิดหวังหรือไม่พอใจก็อาจทำร้ายตัวเองหรือผู้อื่น รวมไปถึงการใช้กิริยาจาไม่สุภาพ หรือบริภาษผู้อื่นอย่างรุนแรง เป็นต้น นอกจากนี้มนุษย์อาจแสดงพฤติกรรมในลักษณะที่เบี่ยงเบน หมายถึง พฤติกรรมที่กระทำผิดไปจากบรรทัดฐานที่สังคมกำหนดไว้ เช่น การก่ออาชญากรรม การเป็นโสเภณี การติดยาเสพติด การเล่นการพนัน โดยทั่วไปมนุษย์จะแสดงพฤติกรรมปกติคือปฏิบัติตามบทบาทและหน้าที่ หรือตามสถานภาพที่สังคมกำหนด เป็นไปตามแบบแผน ระเบียบข้อบังคับ และกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่สังคมกำหนดไว้

อย่างไรก็ตามพฤติกรรมที่มนุษย์แสดงออกมาในสังคมนั้น อาจจะเรียกว่าเป็นพฤติกรรมของสมาชิกในสังคมแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบรรทัดฐานของสังคมค่านิยม และการอบรมขัดเกลาทางสังคม เช่น ในสังคมไทยเด็กจะต้องแสดงกิริยาจาอ่อนน้อมต่อผู้ใหญ่ เนื่องจากสังคมไทยมีค่านิยมยกย่องผู้อาวุโส ครอบครัวไทยจึงมักอบรมสั่งสอนบุตรและธิดาให้แสดงกิริยามารยาทและจาอ่อนน้อมต่อผู้ใหญ่ นับตั้งแต่ บิดา มารดา เครือญาติและผู้อาวุโส

พฤติกรรมการทำงาน

ลักษณะพฤติกรรมการทำงานของพนักงานขายรถยนต์บริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์แห่งหนึ่ง ที่องค์กรมุ่งหวัง คือ การที่พนักงานขายรถยนต์สามารถทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดในแต่ละช่วงเวลา ทั้งผลงานในเชิงผลลัพธ์วัดเป็นหน่วยปริมาณ เช่น ยอดขาย กำไร จำนวนลูกค้าใหม่ จำนวนลูกค้าที่สูญเสียไป ค่าใช้จ่ายในการขาย จำนวนใบสั่งซื้อ และผลงานในเชิงคุณภาพพฤติกรรม เช่น ความรู้เกี่ยวกับบริษัท ลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่ง ความรับผิดชอบ บุคลิกภาพ และความพึงพอใจของลูกค้า

เพื่อทราบระดับความสำเร็จ หรือความล้มเหลวของพฤติกรรมการทำงานของพนักงานขายรถยนต์บริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์แห่งหนึ่ง ด้วยการนำผลงานของพนักงานขายรถยนต์ที่ทำได้จริงในช่วงระยะเวลาที่กำหนดมาวิเคราะห์เปรียบเทียบทั้งในเชิงผลลัพธ์วัดเป็นหน่วยปริมาณ และ

ผลงานในเชิงคุณภาพกับมาตรฐานหรือเกณฑ์ของงานที่ได้ตั้งไว้ และเป็นที่ตกลงยอมรับของทุกฝ่าย แล้วล่วงหน้า เพื่อที่จะได้ทราบว่าผลงานที่ปฏิบัติได้จริงนั้น แตกต่างจากมาตรฐานและเป้าหมายขององค์กรหรือไม่ อย่างไร ในระดับใด เพื่อที่จะได้นำผลของการเปรียบเทียบมาวิเคราะห์เพื่อดำเนินการแก้ไขพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพของพนักงานขายรถยนต์ และนำมาใช้ร่วมกัน หรือเป็นพื้นฐานในการพิจารณาความดีความชอบของพนักงานขายรถยนต์ (ทวิศักดิ์ สุวคนธ์, 2546)

เกณฑ์ในการประเมินผลการปฏิบัติงานขาย

การกำหนดเกณฑ์ในการประเมินผลการปฏิบัติงานขายนั้น แบ่งได้ออกเป็น 2 ประเภท (Jackson and Hisrich, 1996: 409-421) คือ

1. เกณฑ์ในเชิงผลลัพธ์วัดเป็นหน่วยปริมาณ (Outcome-Based Measure) ที่เห็นเด่นชัดสามารถวัดออกมาได้ดังนี้คือ

1.1 ยอดขาย จะวัดจากมูลค่าของยอดขาย หน่วย หรือปริมาณที่ขายได้ ยอดขายเป็นมูลค่าและเป็นหน่วยใบสั่งซื้อ จะวัดจากจำนวนใบสั่งซื้อเทียบกับระยะเวลา หรือคุณภาพของการสั่งซื้อ เช่น มูลค่าของใบสั่งซื้อ จำนวนใบสั่งซื้อต่อจำนวนลูกค้า จำนวนใบสั่งซื้อต่อจำนวนครั้งที่เยี่ยมลูกค้า ที่มาของใบสั่งซื้อ ความถูกต้อง โดยวัดจากการส่งสินค้าคืน

1.2 ลูกค้า จะวัดจากจำนวนลูกค้าที่ซื้อต่อเดือนหรือคุณภาพของลูกค้า

1.3 ค่าใช้จ่าย ดูจากค่าใช้จ่ายในการขายของพนักงานขายต่อเดือน

1.4 เวลา ดูจากจำนวนวันทำงาน เวลาที่ให้ผลประโยชน์ เทียบกับเวลาที่ใช้ในกิจกรรมอื่น

1.5 กำไร วัดจากกำไรที่ได้จากการขายต่อระยะเวลา

1.6 กิจกรรมอื่นๆ พิจารณาจากการทำกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานขาย เช่น การจัดแสดงสินค้า (ทวิศักดิ์ สุวคนธ์, 2546: 167-172)

2. เกณฑ์ในเชิงคุณภาพพฤติกรรม (Outcome-Based Measure) สนใจการมีพฤติกรรมที่เหมาะสมกับงานคุณภาพของการปฏิบัติงานสัมพันธ์กับผลงานในเชิงปริมาณของพนักงานขาย แต่เนื่องจากไม่สามารถวัดออกมาเป็นปริมาณที่แน่นอนได้ จะต้องอาศัยการตัดสินใจจากผู้บริหารงานขายเป็นหลัก โดยมีเกณฑ์ที่สำคัญคือ

2.1 ทักษะการขาย จะพิจารณาจากขั้นตอนในกระบวนการขาย เช่น ทักษะในการเสาะแสวงหาผู้ที่คาดว่าจะเป็ลูกค้า การกลั่นกรองลูกค้า การเตรียมการก่อนเข้าพบลูกค้า การเข้าพบลูกค้า การเสนอขาย การจัดการกับข้อโต้แย้ง การปิดการขาย และการติดตามผลการขาย

2.2 ความรู้ วัดจากความรู้เกี่ยวกับสินค้า ความรู้ด้านการตลาดอันหมายรวมถึงลูกค้า คู่แข่งและกิจกรรมต่างๆ ของคู่แข่ง ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรม ความรู้เกี่ยวกับบริษัท ความรู้เบ็ดเตล็ดเกี่ยวกับการขาย

2.3 ทักษะในการสื่อความหมาย วัดจากการพูด ฟัง อ่าน เขียน รวมไปถึงการอ่านสีหน้า ท่าทางของกลุ่มสนทนาและความถูกต้องในการแปลความ

2.4 การจัดการ ดูจากการวางแผนการขาย การวางแผนการปฏิบัติงาน

2.5 การบริหารเวลา วัดจากความสามารถในการใช้เวลาที่มีอยู่ การจัดลำดับความสำคัญของงาน

2.6 การปฏิบัติตามกฎของบริษัท เป็นการวัดความรับผิดชอบ ความซื่อสัตย์

2.7 รายละเอียดส่วนตัว เช่น ทักษะคติเกี่ยวกับงาน และบุคลิกภาพ โดยที่บุคลิกภาพมักจะเป็นส่วนหนึ่งของเกณฑ์ในการประเมินผลของพนักงานขาย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Crowe (1990) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจโดยใช้ทฤษฎีของ David McClelland ที่มีอิทธิพลต่อผู้นำของวิทยาลัยต่างๆ ในสหรัฐอเมริกา ผลการวิจัยพบว่า ผู้นำวิทยาลัยทั้งกลุ่มมีความต้องการและแรงจูงใจเหมือนกัน คือ มีความต้องการอำนาจสูงสุด มีความต้องการสัมฤทธิ์ผลรองลงมา และมีความต้องการมุ่งสัมพันธ์น้อยที่สุด ทั้งนี้ เป็นเพราะผู้นำวิทยาลัยเป็นผู้นำระดับสูง ส่วนระดับของความต้อการนั้น จะมีความแตกต่างกันในระดับของความต้อการอำนาจ และความต้อการสัมฤทธิ์ผล และไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างความต้อการทั้ง 3 อย่างนี้กับภูมิหลังหรือคุณสมบัติส่วนตัวของผู้นำ

Fishback (1992) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ เชื้อชาติ ตำแหน่งงาน ประสบการณ์การทำงาน และระดับการศึกษา กับทักษะและคุณลักษณะในการทำงาน ได้แก่ การวิเคราะห์และแก้ไขปัญหา ความยุติธรรม ความสามารถทางด้านการจัดการ การตัดสินใจ ความเป็นผู้นำ ระดับความสนใจ แรงจูงใจ ค่านิยมในเรื่องการศึกษา และการติดต่อสื่อสารของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 133 คน โดยศูนย์ประเมิน NASSP ทำการประเมินกลุ่มตัวอย่างในช่วง 1 มกราคม 1987 ถึง 31 ธันวาคม 1991 ผลการวิจัยพบว่า มีแต่เพียงเพศเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับทักษะและลักษณะในการทำงาน โดยผู้หญิงจะมีทักษะและคุณลักษณะในการทำงานโดยรวมสูงกว่าผู้ชาย โดยเฉพาะทางด้านการติดต่อสื่อสาร ส่วนเชื้อชาติ ตำแหน่งงาน ประสบการณ์การทำงาน และระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิจัยไม่พบความแตกต่างในเรื่องที่เกี่ยวกับการใช้ทักษะ และคุณลักษณะในการทำงานในทุกๆ ด้าน ระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะส่วนบุคคลด้านดังกล่าวแตกต่างกัน

Krahe (1991) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และทักษะที่เป็นจริง และทักษะตามที่รับรู้ของตัวแทนการบริษัทประกันชีวิตและทรัพย์สิน ในด้านแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์เป็นตัวทำนายผลการปฏิบัติงานได้พอประมาณ มีความเที่ยงและเชื่อถือได้ และไม่พบความแตกต่างในเรื่องแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ระหว่างตัวแทนการขายและหญิง

Veroff *et al.* (1980) ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ แรงจูงใจใฝ่อำนาจ และแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ของคนอเมริกันชายและหญิง ในระหว่างปี 1957 ถึง 1976 ผลการวิจัยพบว่า ผู้หญิงและผู้ชายมีแรงจูงใจทั้ง 3 ด้าน โดยปีที่เพิ่มขึ้น 19 ปีนั้น (มีการควบคุมในเรื่องอายุและการศึกษา)

พบว่าทำให้ผู้ชายมีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธลดลงและแรงจูงใจใฝ่อำนาจเพิ่มขึ้น ส่วนผู้หญิงจะมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์และแรงจูงใจใฝ่อำนาจมากขึ้น ในด้านอายุพบว่า ผู้ชายที่อยู่ในวัยกลางคนจะมีแรงจูงใจใฝ่อำนาจสูง ส่วนผู้หญิงจะมีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธสูง ในด้านการศึกษาพบว่า ทั้งผู้หญิงและผู้ชายที่ได้รับการศึกษาสูง จะมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงกว่าผู้มีการศึกษาดำกว่าระดับวิทยาลัย

ชำนาญ ทองทิพย์ (2542) ทำการศึกษาเรื่องผลการฝึกอบรมหลักสูตรศิลปการขายที่มีผลต่อความรู้ที่จำเป็นในการขายและพฤติกรรมในการทำงานของพนักงานขายบริษัทรองเท้าบาจา แห่งประเทศไทย จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเป็นพนักงานขาย จำนวน 44 คน พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ที่จำเป็นในการขายกับพฤติกรรมในการทำงานของพนักงานขายที่ได้รับการฝึกอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ปราณี ภักดีไพบุลย์ผล (2540) ทำการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์และผลการปฏิบัติงานของหัวหน้าระดับต้นในโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเป็นหัวหน้าระดับต้น จำนวน 141 คน ผู้บังคับบัญชาของหัวหน้างานระดับต้น จำนวน 24 คน ผลการวิจัยในส่วนของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์พบว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของหัวหน้างานระดับต้น อยู่ในระดับปานกลาง และพบว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สุสติ ธนากรนิธิกุล (2541) ทำการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจในกฎระเบียบและข้อบังคับขององค์การกับพฤติกรรมการทำงานของพนักงาน: ศึกษาเฉพาะกรณีบริษัท โมเดอร์นเทคโนโลยี คอมพิวเตอร์ จำกัด กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานระดับปฏิบัติการ จำนวน 280 คน พบว่า พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในกฎระเบียบและข้อบังคับขององค์การอยู่ในระดับปานกลางเป็นส่วนใหญ่ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.67 คิดเป็นร้อยละ 65.9 ระดับความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับปานกลางและไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วิภาวี สิมเนตร (2546) ศึกษาเรื่อง ทักษะที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงาน: กรณีศึกษาบริษัท เนวาร์ตน์พัฒนาการ จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานรายเดือน จำนวน 398 คน ทำการศึกษาทักษะที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานของพนักงาน แบ่งเป็น 6 ด้าน คือ ด้านสถานที่ทำงาน ด้านเงินเดือนและสวัสดิการ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ด้านความสำเร็จของงาน ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน และด้านการได้รับการยอมรับนับถือ พบว่า

1. ทักษะด้านสถานที่ทำงานของพนักงานที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานโดยรวมนั้น อยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.47 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .172 เมื่อวิเคราะห์รายชื่อของทักษะด้านสถานที่ทำงานของพนักงานอยู่ในระดับที่ดี ส่วนทักษะด้านสถานที่ทำงานของพนักงานอยู่ในระดับไม่แน่ใจ คือ พื้นที่ในที่ทำงาน และเครื่องมือและอุปกรณ์ในการทำงาน

2. ทักษะด้านเงินเดือนและสวัสดิการของพนักงานที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานโดยรวม อยู่ในระดับไม่แน่ใจ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.95 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .244 เมื่อวิเคราะห์รายชื่อของทักษะด้านเงินเดือนและสวัสดิการของพนักงาน ระดับไม่แน่ใจ คือ เงินเดือนที่ได้รับในปัจจุบัน การปรับเงินเดือนประจำปี การจ่ายโบนัสประจำปี และสวัสดิการที่ได้รับ

3. ทักษะด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของพนักงานที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงาน โดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.94 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .235 เมื่อวิเคราะห์เป็นรายชื่อของทักษะด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลอยู่ในระดับระดับดี คือ ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา การได้รับความร่วมมือจากเพื่อนร่วมงาน และการได้รับความแนะนำและความช่วยเหลือจากผู้บังคับบัญชา

4. ทักษะด้านความสำเร็จของงานของพนักงานที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงาน โดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.81 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .269 เมื่อวิเคราะห์เป็นรายชื่อของทักษะด้านความสำเร็จของงานอยู่ในระดับดี คือ สามารถทำงานได้ตรงตามกำหนดเวลาที่ตั้งไว้และประสบความสำเร็จกับงานที่ปฏิบัติ

5. ทักษะด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงานของพนักงานที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงาน โดยรวมอยู่ในระดับไม่แน่ใจ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.86 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

เท่ากับ .251 เมื่อวิเคราะห์เป็นรายชื่อของทัศนคติด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงานอยู่ในระดับไม่แน่ใจ คือ การเปลี่ยนแปลงตำแหน่งหน้าที่ในอนาคต งานในตำแหน่งที่ทำอยู่มีโอกาสก้าวหน้า และบริษัทสนับสนุนในด้านการหาความรู้เพิ่มเติม

6. ทัศนคติด้านการได้รับการยอมรับนับถือของพนักงาน ที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงาน โดยรวมอยู่ในระดับดีโดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.58 และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .221 เมื่อวิเคราะห์เป็นรายชื่อของทัศนคติด้านการได้รับการยอมรับนับถืออยู่ในระดับดี คือ ได้รับการยอมรับนับถือจากผู้บังคับบัญชาและได้รับการยอมรับนับถือในองค์กร

7. พฤติกรรมการทำงานโดยรวมของพนักงานมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับทัศนคติในการทำงานในด้านสถานที่ทำงาน ด้านเงินเดือนและสวัสดิการ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ด้านความสำเร็จของงาน ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน และด้านการยอมรับนับถือ ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .172, .244, .235, .269, .251 และ .221 ตามลำดับ

วีระชัย บุญจุนาค (2542) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่องค์การค้ำของครูสภา กลุ่มตัวอย่างเป็นเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานที่โรงพิมพ์ครูสภาลาดพร้าว จำนวน 319 คน ผลการวิจัยในด้านแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์พบว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ศิริพร ประโยค (2542) ทำการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบห้าประการของบุคลิกภาพ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ กับผลการปฏิบัติงานของหัวหน้าระดับกลางในโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษา: บริษัท ริท-ไรท์ (ประเทศไทย) จำกัด กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานของบริษัท จำนวน 101 คน ผลการวิจัยส่วนของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์พบว่ามีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานในเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

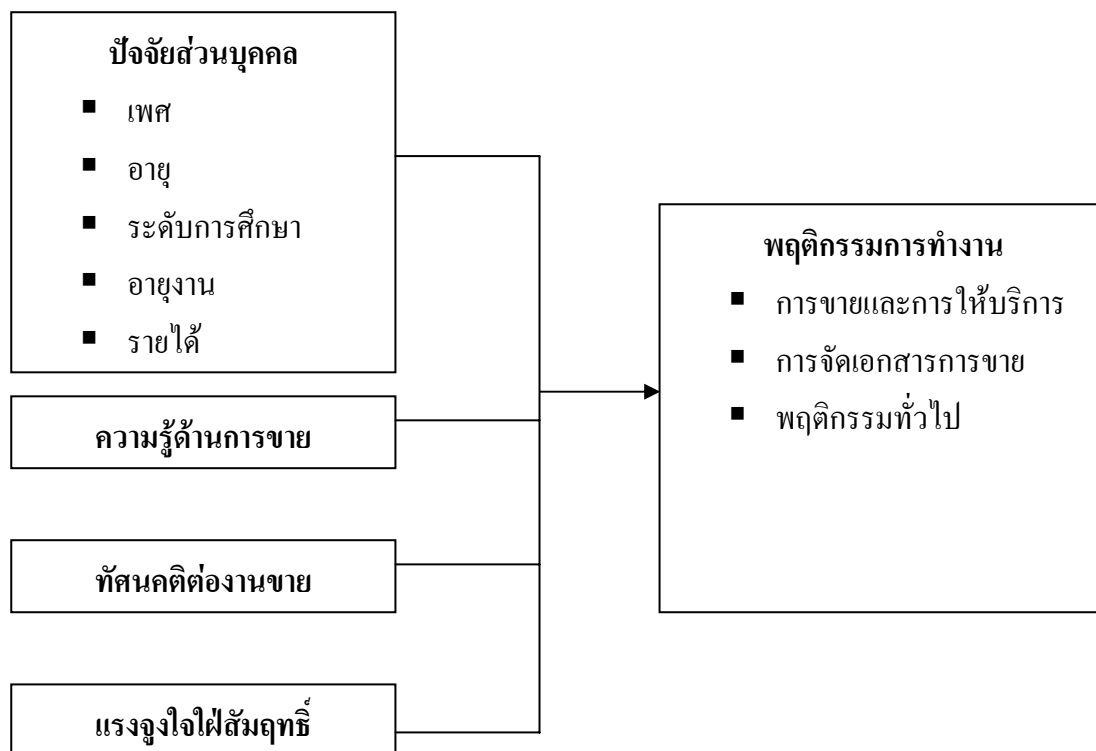
อัญชนา พันธุ์อรุณ (2546) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานของมัคคุเทศก์ ที่จดทะเบียนในเขตกรุงเทพมหานคร ณ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างในการศึกษารุ่นนี้เป็นมัคคุเทศก์ทั่วไป (ต่างประเทศ) จดทะเบียนในเขตกรุงเทพมหานคร ณ การท่องเที่ยว

แห่งประเทศไทย จำนวน 372 คน พบว่า 1) มักุเทศก์ที่มีรายได้และประสบการณ์การทำงานต่างกัน มีพฤติกรรมการทำงานที่แตกต่างกัน 2) ปัจจัยภายใน คือ ความเชื่ออำนาจในตน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ทักษะคติในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานในทางบวก 3) ปัจจัยภายนอก คือ ความมั่นคงปลอดภัยในการทำงาน โอกาสก้าวหน้าในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานในทางบวก ความคิดเห็นด้านค่าตอบแทนและเงินรางวัลในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานในทางลบ

อิสริยา สดมณี (2546) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงาน ของตำรวจท่องเที่ยวในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างเป็นตำรวจท่องเที่ยวสังกัดกองกำกับการ 2 แผนก 3, 5, 6 (ประจำที่กรุงเทพมหานคร) และกองกำกับการ 3 แผนก 2 ถึง 15 จำนวน 311 คน พบว่า ระยะเวลาที่ปฏิบัติงานในกองบังคับการตำรวจท่องเที่ยวเพียงปัจจัยเดียวที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานของตำรวจท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานของตำรวจท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทักษะคติต่อการทำงานของตำรวจท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานของตำรวจท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 บรรยากาศองค์การทั้งภาพรวมและรายมิติทุกมิติ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานของตำรวจท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 บรรยากาศองค์การทั้งภาพรวมและรายมิติ ทุกมิติมีความสัมพันธ์กับทักษะคติต่อการทำงานของตำรวจท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ผลการศึกษาการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล เฉพาะระดับการศึกษา และสถานภาพสมรสกับพฤติกรรมการทำงานของตำรวจท่องเที่ยวทั้งภาพรวมและรายด้าน พบว่า ไม่มีความแตกต่างกัน ระดับพฤติกรรมการทำงานของตำรวจท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูงทุกด้าน คือ ด้านความปลอดภัย ด้านการให้บริการและช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ด้านความมั่นคง และด้านมวลชนสัมพันธ์

จากแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความรู้ด้านการขาย ทักษะคติต่องานขาย แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และพฤติกรรมการทำงาน สามารถสรุปได้ว่า ความรู้ด้านการขาย ทักษะคติต่องานขาย และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงาน ผู้วิจัยนำมาสรุปเป็นกรอบความคิดในการวิจัยได้ดังนี้

กรอบแนวคิดในการวิจัย



สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล ความรู้ด้านการขาย ทัศนคติต่องานขายและแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ สามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการทำงานของพนักงานขายรถยนต์

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของปัจจัยส่วนบุคคล ความรู้ด้านขาย ทักษะคติที่มีต่องานขาย และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ที่มีต่อพฤติกรรมการทำงานของพนักงานขายรถยนต์บริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์แห่งหนึ่ง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ทำการศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ เป็นพนักงานขายรถยนต์ทั้งหมดของบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์แห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 183 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 14 พฤศจิกายน 2549) ได้คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างจาก Yamane's (1973 อ้างใน บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2535: 88) เพื่อคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดที่ยอมรับได้ว่ามากพอที่จะใช้เป็นตัวแทนของประชากรได้ ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดยที่ n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากรทั้งหมดที่ใช้ในการศึกษา

e = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างซึ่งกำหนดให้เท่ากับ .05

แทนค่าลงในสูตรได้ดังนี้

$$n = \frac{183}{1 + 183(.05)^2}$$

$$= 125.56 \text{ คน}$$

เพื่อให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 126 คน

การเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจับสลากจากบัญชีรายชื่อพนักงานขายรถยนต์ทั้งหมดของบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์แห่งหนึ่ง จนได้ครบตามขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 126 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามขึ้นจากแนวความคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแบบสอบถามประกอบด้วย 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล เป็นแบบตรวจสอบรายการและแบบปลายเปิด ประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบวัดความรู้ด้านการขาย เป็นแบบวัดซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยใช้เอกสารการฝึกอบรมความรู้ด้านการขายให้แก่พนักงานขายรถยนต์ของบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์แห่งหนึ่งเป็นแนวทาง จำนวน 20 ข้อ เป็นคำถามให้ผู้ตอบเลือกตอบคำตอบที่ถูกต้องที่สุด 1 คำตอบ

เกณฑ์การแปลผลคะแนน

วิธีการให้คะแนนความรู้ด้านการขาย คือ เมื่อผู้ตอบแบบสอบถามตอบได้ถูกต้องตามเฉลยได้คะแนน 1 คะแนน และหากตอบไม่ถูกต้องได้ 0 คะแนน ผู้วิจัยแบ่งระดับความรู้ด้านการขายเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ความรู้ด้านการขายระดับไม่ดี ความรู้ด้านการขายระดับปานกลาง และความรู้ด้านการขายระดับดี โดยนำคะแนนสูงสุดลบคะแนนต่ำสุดและหารด้วยจำนวนระดับ ตามหลักสถิติการวัดการกระจายข้อมูล เพื่อให้ได้ความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}}$$

$$\text{สำหรับการวิจัยครั้งนี้ได้ช่วงคะแนนเท่ากับ } \frac{1-0}{3} = 0.33$$

ช่วงคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
0.00 - 0.33	มีความรู้ด้านการขายในระดับไม่ดี
0.34 - 0.67	มีความรู้ด้านการขายในระดับปานกลาง
0.68 - 1.00	มีความรู้ด้านการขายในระดับดี

จากการวิเคราะห์ดังกล่าวทำให้สามารถหาช่วงคะแนนระดับความรู้ด้านการขายได้ดังนี้

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามวัดทัศนคติต่องานขาย เป็นแบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยใช้แนวคิดของ Gilmer (1997) จำนวน 17 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตรวัดของ Likert (Likert Scale) มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยข้อความเชิงบวกมีจำนวน 6 ข้อ ได้แก่ ข้อ 7, 9, 11, 14, 16, 17 และข้อความเชิงลบมีจำนวน 11 ข้อ ได้แก่ ข้อ 1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 10, 12, 13, 15 โดยมีรายละเอียดการให้คะแนน สำหรับข้อความเชิงบวกและข้อความเชิงลบ ดังนี้

คำตอบ	เกณฑ์การให้คะแนน	
	ข้อความเชิงบวก	ข้อความเชิงลบ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5 คะแนน	1 คะแนน
เห็นด้วย	4 คะแนน	2 คะแนน
ไม่แน่ใจ	3 คะแนน	3 คะแนน
ไม่เห็นด้วย	2 คะแนน	4 คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1 คะแนน	5 คะแนน

เกณฑ์การแปลผลคะแนน

ผู้วิจัยแบ่งระดับทัศนคติต่องานขายเป็น 3 ระดับได้แก่ ทัศนคติต่องานขายระดับไม่ดี ทัศนคติต่องานขายระดับปานกลาง และทัศนคติต่องานขายระดับดี โดยนำคะแนนสูงสุดลบคะแนนต่ำสุดและหารด้วยจำนวนระดับ ตามหลักสถิติการวัดการกระจายข้อมูล เพื่อให้ได้ความกว้างของอันตรภาคชั้นดังนี้

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}}$$

$$\text{สำหรับการวิจัยครั้งนี้ได้ช่วงคะแนนเท่ากับ } \frac{5-1}{3} = 1.33$$

จากการวิเคราะห์ดังกล่าวทำให้สามารถหาช่วงคะแนนระดับทัศนคติต่องานขายได้ดังนี้

ช่วงคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
1.00 - 2.33	มีทัศนคติต่องานขายในระดับไม่ดี
2.34 - 3.67	มีทัศนคติต่องานขายในระดับปานกลาง
3.68 - 5.00	มีทัศนคติต่องานขายในระดับดี

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามวัดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ เป็นแบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยใช้แนวคิดของ McClelland (1961) จำนวน 11 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตรวัดของ Likert (Likert Scale) มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยข้อความเชิงบวกมีจำนวน 9 ข้อได้แก่ ข้อ 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 10, 11 และข้อความเชิงลบมีจำนวน 2 ข้อได้แก่ ข้อ 8, 9 โดยมีรายละเอียดการให้คะแนนสำหรับข้อความเชิงบวกและข้อความเชิงลบ ดังนี้

คำตอบ	เกณฑ์การให้คะแนน	
	ข้อคำถามเชิงบวก	ข้อคำถามเชิงลบ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5 คะแนน	1 คะแนน
เห็นด้วย	4 คะแนน	2 คะแนน
ไม่แน่ใจ	3 คะแนน	3 คะแนน
ไม่เห็นด้วย	2 คะแนน	4 คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1 คะแนน	5 คะแนน

เกณฑ์การแปลผลคะแนน

ผู้วิจัยแบ่งระดับแรงงูใจไฟัสมฤทธิเป็น 3 ระดับได้แก่ แรงงูใจไฟัสมฤทธิระดับต่ำ แรงงูใจไฟัสมฤทธิระดับปานกลาง และแรงงูใจไฟัสมฤทธิระดับสูง โดยนำคะแนนสูงสุดลบ คะแนนต่ำสุดและหารด้วยจำนวนระดับ ตามหลักสถิติการวัดการกระจายข้อมูล เพื่อให้ได้ความกว้าง ของอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}}$$

$$\text{สำหรับการวิจัยครั้งนี้ได้ช่วงคะแนนเท่ากับ } \frac{5-1}{3} = 1.33$$

จากการวิเคราะห์ดังกล่าวทำให้สามารถหาช่วงคะแนนระดับแรงงูใจไฟัสมฤทธิได้ดังนี้

ช่วงคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
1.00 - 2.33	มีแรงงูใจไฟัสมฤทธิในระดับต่ำ
2.34 - 3.67	มีแรงงูใจไฟัสมฤทธิในระดับปานกลาง
3.68 - 5.00	มีแรงงูใจไฟัสมฤทธิในระดับสูง

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงาน เป็นแบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยใช้เอกสารการฝึกอบรมความรู้ด้านการขายพนักงานขายรถยนต์ คำบรรยายลักษณะงาน ตำแหน่งพนักงานขายรถยนต์ และคู่มือพนักงานว่าด้วยเรื่องกฎ ระเบียบ และข้อบังคับของบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์เป็นแนวทาง จำนวน 28 ข้อ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบการประเมินค่า (Rating Scale) มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ เป็นประจำ บ่อยครั้ง บางครั้ง นานๆ ครั้ง และไม่เคยเลย และแบ่งการวัดพฤติกรรมการทำงานออกเป็น 3 ด้าน ดังนี้

พฤติกรรมด้านการขายและการให้บริการ จำนวน 10 ข้อ คือ ข้อที่ 1 ถึงข้อที่ 10

พฤติกรรมด้านการจัดเอกสารการขาย จำนวน 9 ข้อ คือ ข้อที่ 11 ถึงข้อที่ 19

พฤติกรรมด้านพฤติกรรมทั่วไป จำนวน 9 ข้อ คือ ข้อที่ 20 ถึงข้อที่ 28

เกณฑ์การแปลผลคะแนน

ผู้วิจัยแบ่งพฤติกรรมการทำงานเป็น 3 ระดับ ได้แก่ พฤติกรรมการทำงานระดับไม่ดี พฤติกรรมการทำงานระดับปานกลาง และพฤติกรรมการทำงานระดับดี โดยนำคะแนนสูงสุดลบ คะแนนต่ำสุด และหารด้วยจำนวนระดับ ตามหลักสถิติการวัดการกระจายข้อมูล เพื่อให้ได้ความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}}$$

จากการวิเคราะห์ดังกล่าวทำให้สามารถหาช่วงคะแนนระดับพฤติกรรมการทำงานได้ดังนี้

$$\text{พฤติกรรมการทำงานโดยรวมได้ช่วงคะแนนเท่ากับ} \quad \frac{5-1}{3} = 1.33$$

$$\text{พฤติกรรมด้านการขายและการให้บริการได้ช่วงคะแนนเท่ากับ} \quad \frac{5-1}{3} = 1.33$$

พฤติกรรมด้านการจัดทำเอกสารการขายได้ช่วงคะแนนเท่ากับ $\frac{5-1}{3} = 1.33$

พฤติกรรมทั่วไปได้ช่วงคะแนนเท่ากับ $\frac{5-1}{3} = 1.33$

จากการวิเคราะห์ดังกล่าวทำให้สามารถหาช่วงคะแนนพฤติกรรมการทำงานในแต่ละด้าน และโดยรวมได้ดังนี้

พฤติกรรมการทำงานโดยรวม

ช่วงคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
1.00 - 2.33	พฤติกรรมการทำงานโดยรวมในระดับไม่ดี
2.34 - 3.67	พฤติกรรมการทำงานโดยรวมในระดับปานกลาง
3.68 - 5.00	พฤติกรรมการทำงานโดยรวมในระดับดี

พฤติกรรมการทำงานด้านการขายและการให้บริการ

ช่วงคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
1.00 - 2.33	พฤติกรรมการทำงานด้านการขายและการให้บริการในระดับไม่ดี
2.34 - 3.67	พฤติกรรมการทำงานด้านการขายและการให้บริการในระดับปานกลาง
3.68 - 5.00	พฤติกรรมการทำงานด้านการขายและการให้บริการในระดับดี

พฤติกรรมการทำงานด้านการจัดเอกสารการขาย

ช่วงคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
1.00 - 2.33	พฤติกรรมการทำงานด้านการจัดเอกสารการขายในระดับไม่ดี
2.34 - 3.67	พฤติกรรมการทำงานด้านการจัดเอกสารการขายในระดับปานกลาง
3.68 - 5.00	พฤติกรรมการทำงานด้านการจัดเอกสารการขายในระดับดี

พฤติกรรมการทำงานทั่วไป

ช่วงคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
1.00 - 2.33	พฤติกรรมทั่วไปในระดับไม่ดี
2.34 - 3.67	พฤติกรรมทั่วไปในระดับปานกลาง
3.68 - 5.00	พฤติกรรมทั่วไปในระดับดี

การทดสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นสำหรับการวิจัยไปทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

1. การหาความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบวัดความรู้ด้านการขาย ทักษะคิดต่องานขาย แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และพฤติกรรมการทำงาน ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเสนอคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของข้อคำถาม

2. ผู้วิจัยนำแบบวัดความรู้ด้านการขาย ทักษะคิดต่องานขาย แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และพฤติกรรมการทำงานไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มประชากรที่จะทำการศึกษา จำนวน 30 คน โดยกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวเป็นพนักงานขายรถยนต์ของบริษัทต่างชาติแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งไม่ใช่ประชากรที่ศึกษา

3. ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาคำนวณหาความเชื่อมั่น (Reliability) ตามองค์ประกอบรายด้าน และทั้งฉบับ โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาร์ค (Cronbach's Coefficient Alpha) และการหาความสอดคล้องภายในสำหรับแบบวัดความรู้ด้านการขาย โดยวิธีคูเดอร์ริชาร์ดสันสูตร 20 (Kuder-Richardson Formula 20) โดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป จากผลการวิเคราะห์ได้ค่าความเชื่อมั่น ดังนี้

3.1 แบบวัดความรู้ด้านการขายมีความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .9389

3.2 แบบสอบถามทัศนคติต่อการทำงานมีความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .9489

3.3 แบบสอบถามวัดระดับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มีความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .9185

3.4 แบบสอบถามพฤติกรรมการทำงานมีความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .9303
และรายด้าน คือ

3.4.1 พฤติกรรมด้านการขายและการบริการ มีความเชื่อมั่นเท่ากับ .8438

3.4.2 พฤติกรรมด้านการจัดทำเอกสารการขาย มีความเชื่อมั่นเท่ากับ .8629

3.4.3 พฤติกรรมทั่วไป มีความเชื่อมั่นเท่ากับ .9135

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัย ดังนี้

1. ผู้วิจัยจัดทำหนังสือจากภาควิชาจิตวิทยาเพื่อขออนุญาตในการเก็บข้อมูล โดยส่งถึงกรรมการผู้จัดการบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์

2. ผู้วิจัยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยการนำบัญชีรายชื่อพนักงานขายรถยนต์ทั้งหมดของบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์มาทำการสุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random

Sampling) โดยการจับสลาก และส่งแบบสอบถามไปตามกลุ่มตัวอย่างที่ได้เลือกไว้โดยผ่านผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรบุคคลของบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์

3. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามจำนวน 126 ชุด ไปดำเนินการเก็บข้อมูลโดยได้รับแบบสอบถามคืนมา จำนวน 126 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100

4. ผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมแบบสอบถาม และนำแบบสอบถามที่ครบถ้วนสมบูรณ์มาทำการตรวจให้คะแนน จากนั้นนำมาวิเคราะห์ทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. วิเคราะห์เพื่อบรรยายลักษณะข้อมูลได้แก่

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้ในการรายงานผลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้แปลความหมายของข้อมูลต่างๆ

1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้แสดงการกระจายของข้อมูล

2. ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบระดับความสัมพันธ์ของตัวแปร

3. การวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงาน

สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการแปลผลและความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูลได้ถูกต้องตรงกัน จึงได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อ ดังนี้

สัญลักษณ์

$\bar{X}$	คือ	ค่าเฉลี่ย
S.D.	คือ	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	คือ	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-test
F	คือ	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-test
F Overall	คือ	ค่าสถิติ F- test ของสมการพหุคูณ
df	คือ	ค่าองศาความเป็นความเป็นอิสระ
a	คือ	ค่าคงที่ของสมการพหุคูณ
SS	คือ	ผลบวกของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง
MS	คือ	ผลต่างของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง
r	คือ	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน
R	คือ	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุ
R^2	คือ	ค่าสัมประสิทธิ์การพหุคูณ
R^2 Adj	คือ	ค่าสัมประสิทธิ์การพหุคูณเมื่อปรับแล้ว
b	คือ	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพหุคูณ
SE b	คือ	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน b
Beta	คือ	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพหุคูณในรูปคะแนนมาตรฐาน
p	คือ	ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ
*	คือ	ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	คือ	ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
***	คือ	ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

อักษรย่อ

SEX	คือ	เพศ (หญิง = 0 ชาย = 1)
AGE	คือ	อายุ (หน่วยเป็นปี)
EDU	คือ	ระดับการศึกษา (หน่วยเป็นปี)
WORK	คือ	อายุงานในบริษัท (หน่วยเป็นปี)
SALARY	คือ	รายได้
KNOW	คือ	ความรู้ด้านการขาย
ATTI	คือ	ทัศนคติต่องานขาย
MOTI	คือ	แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์
BEHA_SALES	คือ	พฤติกรรมการทำงานด้านการขายและการให้บริการ
BEHA_DOC	คือ	พฤติกรรมการทำงานด้านการจัดเอกสารการขาย
BEHA_GEN	คือ	พฤติกรรมการทำงานด้านพฤติกรรมทั่วไป
BEHA_TOTAL	คือ	พฤติกรรมการทำงานด้านพฤติกรรมโดยรวม

บทที่ 4

ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาพฤติกรรมการทำงานของพนักงานขายรถยนต์ ในบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์แห่งหนึ่ง ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่างๆ และเสนอผลการวิจัยเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานขายรถยนต์

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ความรู้ด้านการขาย ทักษะการขาย แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และพฤติกรรมการทำงานของพนักงานขายรถยนต์

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานขายรถยนต์

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของพนักงานขายรถยนต์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

(n=126)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
หญิง	55	43.70
ชาย	71	56.30
อายุ		
ไม่เกิน 30 ปี	72	57.14
31-40 ปี	37	29.37
มากกว่า 40 ปี	17	13.49
ค่าเฉลี่ย = 31.41 ปี ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 7.363 ค่าต่ำสุด = 22 ปี ค่าสูงสุด = 52 ปี		
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	57	45.20
สูงกว่าปริญญาตรี	69	54.80
อายุงาน		
1 ปี	61	48.41
2 ปี	40	31.75
3 ปี	25	19.84
ค่าเฉลี่ย = 1.71 ปี ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = .788 ค่าต่ำสุด = 1 ปี ค่าสูงสุด = 3 ปี		
รายได้ต่อเดือน		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	97	77.00
10,001 ขึ้นไป	29	23.00
ค่าเฉลี่ย = 10,769.84 บาท ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 1,964.33 ค่าต่ำสุด = 7,000 บาท		
ค่าสูงสุด = 15,000 บาท		

จากตารางที่ 1 ซึ่งแสดงจำนวนและร้อยละของพนักงานขายรถยนต์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุงาน และรายได้ พบว่า

เพศ พนักงานขายรถยนต์มากกว่าครึ่งเป็นเพศชาย จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 56.30 และเพศหญิง จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 43.70

อายุ พนักงานขายรถยนต์มากกว่าครึ่งมีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 57.14 รองลงมา อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 29.37 และอายุ 41 ปีขึ้นไป จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 13.49 ตามลำดับ โดยมีอายุน้อย 31.41 ปี

ระดับการศึกษา พนักงานขายรถยนต์มากกว่าครึ่งมีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 54.80 และการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 45.20

อายุงาน พนักงานขายรถยนต์เกือบครึ่งมีอายุงาน 1 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 48.41 รองลงมามีอายุงาน 2 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 31.75 และมีอายุงาน 3 ปี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 19.84

รายได้ พนักงานขายรถยนต์ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 76.98 ที่เหลือมีรายได้ต่อเดือน 10,001 ขึ้นไป จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 23.02 โดยพนักงานขายรถยนต์มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 10,769.84 บาท

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความรู้ด้านการขาย ทักษะคิต้องานขาย แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และ พฤติกรรมการทำงานของพนักงานขายรถยนต์

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของพนักงานขายรถยนต์ จำแนกตามความรู้ด้านการขาย

(n=126)

ความรู้ด้านการขาย	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	จำนวน	ร้อยละ
ระดับไม่ดี	0.00 - 0.33	24	19.00
ระดับปานกลาง	0.34 - 0.67	6	4.80
ระดับดี	0.68 - 1.00	96	76.20

$\bar{X} = 0.71$ S.D. = 0.300

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า พนักงานขายรถยนต์มีความรู้ด้านการขายอยู่ในระดับดีโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.71 และพนักงานขายรถยนต์ส่วนใหญ่ จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 76.20 มีความรู้ด้านการขายอยู่ในระดับดี รองลงมามีพนักงานขายรถยนต์ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 19 มีความรู้ด้านการขายอยู่ในระดับไม่ดี และอีกจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.80 มีความรู้ด้านการขายอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของพนักงานขายรถยนต์ จำแนกตามทัศนคติต่องานขาย

(n=126)

ทัศนคติต่องานขาย	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	จำนวน	ร้อยละ
ระดับไม่ดี	1.00 - 2.33	0	0
ระดับปานกลาง	2.34 - 3.67	68	54.00
ระดับดี	3.68 - 5.00	58	46.00
$\bar{X} = 3.60$ S.D. = 0.356			

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า พนักงานขายรถยนต์มีทัศนคติต่องานขาย อยู่ในระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 และพนักงานขายรถยนต์มากกว่าครึ่ง จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 54 มีทัศนคติต่องานขายอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมามีพนักงานขายรถยนต์ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 46 มีทัศนคติต่องานขายอยู่ในระดับดี

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของพนักงานขายรถยนต์ จำแนกตามแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์

(n=126)

แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	จำนวน	ร้อยละ
ระดับต่ำ	1.00 - 2.33	0	0
ระดับปานกลาง	2.34 - 3.67	22	17.50
ระดับสูง	3.68 - 5.00	104	82.50
$\bar{X} = 4.15$		S.D. = 0.541	

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า พนักงานขายรถยนต์มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์อยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และพนักงานขายรถยนต์ส่วนใหญ่ จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 82.50 มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์อยู่ในระดับสูง รองลงมามีพนักงานขายรถยนต์ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของพนักงานขายรถยนต์ จำแนกตามพฤติกรรมการทำงาน
ด้านพฤติกรรมการขายและการให้บริการ

(n=126)

พฤติกรรมการทำงาน ด้านการขายและการให้บริการ	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	จำนวน	ร้อยละ
ระดับไม่ดี	1.00 - 2.33	0	0
ระดับปานกลาง	2.34 - 3.67	22	17.50
ระดับดี	3.68 - 5.00	104	82.50
$\bar{X} = 4.07$ S.D. = 0.531			

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า พนักงานขายรถยนต์มีพฤติกรรมการทำงานด้านการขายและการให้บริการอยู่ในระดับดีโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และพนักงานขายรถยนต์ส่วนใหญ่ จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 82.50 มีพฤติกรรมการทำงานด้านการขายและการให้บริการอยู่ในระดับดี รองลงมา มีพนักงานขายรถยนต์ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 มีพฤติกรรมการทำงานด้านการขายและการให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของพนักงานขายรถยนต์ จำแนกตามพฤติกรรมการทำงานด้านการจัดเอกสารการขาย

(n=126)

พฤติกรรมการทำงาน ด้านการจัดเอกสารการขาย	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	จำนวน	ร้อยละ
ระดับไม่ดี	1.00 - 2.33	0	0
ระดับปานกลาง	2.34 - 3.67	16	12.70
ระดับดี	3.68 - 5.00	110	87.30
$\bar{X} = 4.31$ S.D. = 0.581			

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่า พนักงานขายรถยนต์มีพฤติกรรมการทำงานด้านการจัดเอกสารการขายอยู่ในระดับดีโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และพนักงานขายรถยนต์ส่วนใหญ่ จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 87.30 มีพฤติกรรมการทำงานด้านการจัดเอกสารการขายอยู่ในระดับดี รองลงมา มีพนักงานขายรถยนต์ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 12.70 มีพฤติกรรมการทำงานด้านการจัดเอกสารการขายอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของพนักงานขายรถยนต์ จำแนกตามพฤติกรรมการทำงาน
ด้านพฤติกรรมทั่วไป

(n=126)

พฤติกรรมการทำงาน ด้านพฤติกรรมทั่วไป	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	จำนวน	ร้อยละ
ระดับไม่ดี	1.00 - 2.33	0	0
ระดับปานกลาง	2.34 - 3.66	6	4.80
ระดับดี	3.67 - 5.00	120	95.20
$\bar{X} = 4.42$ S.D. = 0.513			

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่า พนักงานขายรถยนต์มีพฤติกรรมการทำงานด้านพฤติกรรมทั่วไปอยู่ในระดับดีโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 และพนักงานขายรถยนต์ส่วนใหญ่ จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 95.20 มีพฤติกรรมการทำงานด้านพฤติกรรมทั่วไปอยู่ในระดับดี รองลงมา มีพนักงานขายรถยนต์ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.80 มีพฤติกรรมการทำงานด้านพฤติกรรมทั่วไปอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของพนักงานขายรถยนต์ จำแนกตามพฤติกรรมการทำงานโดยรวม

(n=126)

พฤติกรรมการทำงาน โดยรวม	ช่วงคะแนนเฉลี่ย	จำนวน	ร้อยละ
ระดับไม่ดี	1.00 - 2.33	0	0
ระดับปานกลาง	2.34 - 3.66	11	8.70
ระดับดี	3.67 - 5.00	115	91.30
$\bar{X} = 4.27$ S.D. = 0.461			

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่า พนักงานขายรถยนต์มีพฤติกรรมการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับดีโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และพนักงานขายรถยนต์ส่วนใหญ่ จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 91.30 มีพฤติกรรมการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับดี รองลงมา มีพนักงานขายรถยนต์ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 8.70 มีพฤติกรรมการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล ความรู้ด้านการขาย ทักษะคิดต้องงานขาย และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ สามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการทำงานของพนักงานขายรถยนต์

การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ทั้งนี้ เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานของพนักงานขายรถยนต์ โดยที่ปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วยปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ความรู้ด้านการขาย ทักษะคิดต้องงานขาย และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ โดยแบ่งการวิเคราะห์เป็นประเด็นหลัก ดังนี้

การตรวจสอบข้อกำหนด (Assumption) ของการวิเคราะห์ถดถอยที่ว่าตัวแปรอิสระทุกตัวจะต้องไม่มีความสัมพันธ์กันสูงเกิน .80 โดยทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระซึ่งได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ความรู้ด้านการขาย ทักษะคิดต้องงานขาย และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ เพื่อดูว่าตัวแปรอิสระเหล่านั้นมีความสัมพันธ์กันสูงเกิน .80 หรือไม่ เพราะถ้าตัวแปรอิสระต่างๆ ไม่เป็นอิสระต่อกันแล้ว จะทำให้แยกอิทธิพลของตัวแปรหนึ่งออกจากตัวแปรอีกตัวหนึ่งไม่ได้ ก่อให้เกิดปัญหาที่เรียกว่า “Multicollinearity Problem” ขึ้นได้ และจะทำให้ไม่สามารถใช้เทคนิคการวิเคราะห์ดังกล่าวได้ ซึ่งถ้าเกิดปัญหานี้ขึ้น จะต้องแก้ไขด้วยการตัดตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กันสูงออกไป (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2540)

ตารางที่ 9 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ความรู้ด้านการขาย ทักษะคิดต้องงานขาย และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์

ตัวแปร	SEX	AGE	EDU	WORK	SALARY	KNOW	ATTI	MOTI
SEX	-	-	-	-	-	-	-	-
AGE	.002	-	-	-	-	-	-	-
EDU	-.107	-.044	-	-	-	-	-	-
WORK	-.015	-.084	-.045	-	-	-	-	-
SALARY	.052	.025	.011	.077	-	-	-	-
KNOW	.036	-.014	-.005	.496**	-.013	-	-	-
ATTI	.032	.141	-.064	-.111	-.185*	.208**	-	-
MOTI	.032	.045	-.009	.483**	.021	.289**	.058	-

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ความรู้ด้านการขาย ทักษะคิดต้องงานขาย และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกและเชิงลบกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ .01 โดยในการวิจัยครั้งนี้กำหนดให้ตัวแปรอิสระจะต้องไม่มีค่าความสัมพันธ์สูงเกิน .80 และจากตารางจะเห็นได้ว่าไม่มีตัวแปรอิสระใดที่มีค่าความสัมพันธ์สูงเกิน .80 ดังนั้นจึงสามารถนำตัวแปรเหล่านี้ไปวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบขั้นต่อไป

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนของตัวแปรพยากรณ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานของพนักงานขายรถยนต์ ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. การวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนของตัวแปรพยากรณ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการขายและการให้บริการของพนักงานขายรถยนต์
2. การวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนของตัวแปรพยากรณ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการจัดเอกสารการขายของพนักงานขายรถยนต์

3. การวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนของตัวแปรพยากรณ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมทั่วไปของพนักงานขายรถยนต์

4. การวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนของตัวแปรพยากรณ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานโดยรวมของพนักงานขายรถยนต์

ตารางที่ 10 การวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบขั้นตอนของตัวแปรพยากรณ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานด้านการขายและการให้บริการของพนักงานขายรถยนต์

ตัวแปรพยากรณ์	b	SE b	Beta	t	Sig
แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (MOTI)	.651	.060	.664	10.913	.000
ทัศนคติต่องานขาย (ATTI)	-.328	.090	-.220	-3.653	.000
ความรู้ด้านการขาย (KNOW)	.358	.110	.203	3.262	.001
อายุ (AGE)	.009	.004	.137	2.323	.022
ค่าคงที่ (a)	1.982	.395		5.018	.000
R = .768 R ² = .590 R ² Adj = .577 F Overall = 43.595 Sig = .000					

จากตารางที่ 10 การวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบขั้นตอนของตัวแปรพยากรณ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานด้านการขายและการให้บริการของพนักงานขายรถยนต์ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ความรู้ด้านการขาย ทัศนคติต่องานขาย และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ สามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการทำงานด้านการขายและการให้บริการของพนักงานขายรถยนต์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยสามารถร่วมกันพยากรณ์ได้ร้อยละ 57.70 (R² Adj = .577) และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุเท่ากับ .768 เมื่อนำตัวแปรทั้ง 4 ตัวที่สามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการทำงานด้านการขายและการให้บริการของพนักงานขายรถยนต์มาเขียนเป็นสมการ จะได้สมการวิเคราะห์ถดถอยพหุในรูปคะแนนดิบดังนี้

$$\text{BEHA_SALES} = 1.982 + .651 (\text{MOTI}) - .328 (\text{ATTI}) + .358 (\text{KNOW}) + .009 (\text{AGE})$$

และได้สมการการวิเคราะห์ถดถอยพหุในรูปคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

$$Z_{\text{BEHA_SALES}} = .664 (\text{MOTI}) - .220 (\text{ATTI}) + .203 (\text{KNOW}) + .137 (\text{AGE})$$

จากสมการพยากรณ์พฤติกรรมการทำงาน ด้านการขายและการให้บริการของพนักงานขายรถยนต์ พบว่า ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในการพยากรณ์พฤติกรรมการทำงานด้านการขายและการให้บริการของพนักงานขายรถยนต์ได้ดีที่สุด คือ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ รองลงมา คือ ทักษะติดต่องานขาย ความรู้ด้านการขาย และอายุ ตามลำดับ โดยตัวแปรอิสระต่อไปนี้เป็นคือแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ความรู้ด้านการขาย และอายุ มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการทำงานด้านการขายและการให้บริการของพนักงานขายรถยนต์ และทักษะติดต่องานขายมีอิทธิพลในเชิงลบต่อพฤติกรรมการทำงานด้านการขายและการให้บริการของพนักงานขายรถยนต์

ตารางที่ 11 การวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบขั้นตอนของตัวแปรพยากรณ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานด้านการจัดเอกสารการขายของพนักงานขายรถยนต์

ตัวแปรพยากรณ์	b	SE b	Beta	t	Sig
แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (MOTI)	.536	.091	.499	5.904	.000
ทักษะติดต่องานขาย (ATTI)	-.635	.127	-.389	-4.981	.000
ความรู้ด้านการขาย (KNOW)	.707	.172	.365	4.116	.000
อายุงาน (WORK)	-.286	.072	-.383	-3.976	.000
ค่าคงที่ (a)	4.364	.536		8.146	.000
R = .590 R ² = .348 R ² Adj = .326 F Overall = 16.142 Sig = .000					

จากตารางที่ 11 การวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบขั้นตอนของตัวแปรพยากรณ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงาน ด้านการจัดเอกสารการขายของพนักงานขายรถยนต์ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุงาน ความรู้ด้านการขาย ทักษะติดต่องานขาย และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ สามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการทำงาน ด้านการจัดเอกสารการขายของพนักงานขายรถยนต์ได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยสามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการทำงานด้านการจัดเอกสารการขายของพนักงานขายรถยนต์ได้ร้อยละ 32.60 (R²Adj = .326) และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

พหุ (R) เท่ากับ .590 เมื่อนำตัวแปรทั้ง 4 ตัวที่สามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการทำงานด้านการจัดเอกสารการขายของพนักงานขายรถยนต์มาเขียนเป็นสมการ จะได้สมการวิเคราะห์ถดถอยพหุในรูปคะแนนดิบ ดังนี้

$$\text{BEHA_DOC} = 4.364 + .536 (\text{MOTI}) - .635 (\text{ATTI}) + .707 (\text{KNOW}) - .286 (\text{WORK})$$

และได้สมการการวิเคราะห์ถดถอยพหุในรูปคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

$$Z_{\text{BEHA_DOC}} = .499 (\text{MOTI}) - .389 (\text{ATTI}) + .365 (\text{KNOW}) - .383 (\text{WORK})$$

จากสมการพยากรณ์พฤติกรรมการทำงาน ด้านการจัดเอกสารการขายของพนักงานขายรถยนต์ พบว่า ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในการพยากรณ์พฤติกรรมการทำงานด้านการจัดเอกสารการขายของพนักงานขายรถยนต์ได้ดีที่สุด คือ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ รองลงมา คือ ทักษะคิต่องานขาย อายุงาน และความรู้ด้านการขาย ตามลำดับ โดยตัวแปรอิสระต่อไปนี้เป็น แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และความรู้ด้านการขาย มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการทำงานด้านการจัดเอกสารการขายของพนักงานขายรถยนต์ ขณะที่ทักษะคิต่องานขายและอายุงาน มีอิทธิพลในเชิงลบต่อพฤติกรรมการทำงานด้านการจัดเอกสารการขายของพนักงานขายรถยนต์

ตารางที่ 12 การวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบขั้นตอนของตัวแปรพยากรณ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงาน ด้านพฤติกรรมทั่วไปของพนักงานขายรถยนต์

ตัวแปรพยากรณ์	b	SE b	Beta	t	Sig
แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (MOTI)	.778	.064	.821	12.242	.000
อายุงาน (WORK)	-.225	.050	-.341	-4.465	.000
ความรู้ด้านการขาย (KNOW)	.392	.120	.229	3.255	.001
ทักษะคิต่องานขาย (ATTI)	-.277	.089	-.192	-3.100	.002
ค่าคงที่ (a)	2.295	.375		6.112	.000
R = .768 R ² = .590 R ² Adj = .576 F Overall = 43.462 Sig = .000					

จากตารางที่ 12 การวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบขั้นตอนของตัวแปรพยากรณ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงาน ด้านพฤติกรรมทั่วไปของพนักงานขายรถยนต์ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุงาน ความรู้ด้านการขาย ทักษะคิดต่องานขาย และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ สามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการทำงาน ด้านพฤติกรรมทั่วไปของพนักงานขายรถยนต์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยสามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการทำงานด้านพฤติกรรมทั่วไปของพนักงานขายรถยนต์ได้ร้อยละ 57.60 ($R^2 \text{ Adj} = .576$) และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุ (R) เท่ากับ .768 เมื่อนำตัวแปรทั้ง 4 ตัว ที่สามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการทำงาน ด้านพฤติกรรมทั่วไปของพนักงานขายรถยนต์มาเขียนเป็นสมการจะได้สมการวิเคราะห์ถดถอยพหุในรูปคะแนนดิบ ดังนี้

$$\text{BEHA_GEN} = 2.295 + .778 (\text{MOTI}) - .277 (\text{ATTI}) + .392 (\text{KNOW}) - .225 (\text{WORK})$$

และได้สมการการวิเคราะห์ถดถอยพหุในรูปคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

$$Z_{\text{BEHA_GEN}} = .821 (\text{MOTI}) - .341 (\text{ATTI}) + .229 (\text{KNOW}) - .192 (\text{WORK})$$

จากสมการพยากรณ์พฤติกรรมการทำงานด้านพฤติกรรมทั่วไปของพนักงานขายรถยนต์ พบว่า ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในการพยากรณ์พฤติกรรมการทำงานด้านพฤติกรรมทั่วไป ของพนักงานขายรถยนต์ได้ดีที่สุด คือ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ รองลงมา คือ อายุงาน ความรู้ด้านการขาย และทักษะคิดต่องานขาย ตามลำดับ โดยตัวแปรอิสระต่อไปนี้เป็น แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และความรู้ด้านการขายมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการทำงานด้านพฤติกรรมทั่วไปของพนักงานขายรถยนต์ ขณะที่ทักษะคิดต่องานขาย และอายุงาน มีอิทธิพลในเชิงลบต่อพฤติกรรมการทำงานด้านพฤติกรรมทั่วไปของพนักงานขายรถยนต์

ตารางที่ 13 การวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบขั้นตอนของตัวแปรพยากรณ์ที่มีผลต่อพฤติกรรม
การทำงานโดยรวมของพนักงานขายรถยนต์

ตัวแปรพยากรณ์	b	SE b	Beta	t	Sig
แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (MOTI)	.676	.053	.793	12.646	.000
ทัศนคติต่องานขาย (ATTI)	-.420	.075	-.324	-5.592	.000
ความรู้ด้านการขาย (KNOW)	.520	.101	.338	5.139	.000
อายุงาน (WORK)	-.205	.042	-.346	-4.841	.000
ค่าคงที่ (a)	2.956	.316		9.365	.000

R = .801	R ² = .641	R ² Adj = .630	F Overall = 54.119	Sig = .000
----------	-----------------------	---------------------------	--------------------	------------

จากตารางที่ 13 การวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบขั้นตอนของตัวแปรพยากรณ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานโดยรวมของพนักงานขายรถยนต์ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุงาน ความรู้ด้านการขาย ทัศนคติต่องานขาย และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ สามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการทำงานโดยรวมของพนักงานขายรถยนต์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยสามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการทำงานของพนักงานขายรถยนต์โดยรวมได้ร้อยละ 63.0 (Adjusted R Square = .630) และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุ (R) เท่ากับ .801 เมื่อนำตัวแปรทั้ง 4 ตัว ที่สามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการทำงานของพนักงานขายรถยนต์โดยรวมมาเขียนเป็นสมการ จะได้สมการการวิเคราะห์ถดถอยพหุในรูปคะแนนดิบ ดังนี้

$$BEHA_TOTAL = 2.956 + .676 (MOTI) - .420 (ATTI) + .520 (KNOW) - .205 (WORK)$$

และได้สมการการวิเคราะห์ถดถอยพหุในรูปคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

$$Z_{TOTAL} = .793 (MOTI) - .324 (ATTI) + .338 (KNOW) - .346 (WORK)$$

จากสมการพยากรณ์พฤติกรรมการทำงานโดยรวมของพนักงานขายรถยนต์ พบว่า ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยในการพยากรณ์พฤติกรรมการทำงานโดยรวมของพนักงานขายรถยนต์ได้ดีที่สุด คือ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ รองลงมา คือ อายุงาน ความรู้ด้านการขาย และทัศนคติต่องานขาย

ตามลำดับ โดยตัวแปรอิสระต่อไปนี้ คือ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และความรู้ด้านการขาย มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการทำงานโดยรวมของพนักงานขายรถยนต์ ขณะที่ทัศนคติต่องานขาย และอายุงาน มีอิทธิพลในเชิงลบต่อพฤติกรรมการทำงานโดยรวมของพนักงานขายรถยนต์

ผู้วิจัยขอเสนอผลสรุปอิทธิพลของปัจจัยส่วนบุคคล ความรู้ด้านการขาย ทัศนคติต่องานขาย และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ที่มีต่อพฤติกรรมการทำงานของพนักงานขายรถยนต์บริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์แห่งหนึ่ง ดังนี้

ตารางที่ 14 สรุปผลตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานของพนักงานขายรถยนต์

ตัวแปรอิสระ	พฤติกรรมการทำงาน			
	การขายและการให้บริการ	การจัดเอกสารการขาย	พฤติกรรมทั่วไป	พฤติกรรมการทำงานโดยรวม
ปัจจัยส่วนบุคคล				
- เพศ				
- อายุ	✓ (+)			
- ระดับการศึกษา				
- อายุงาน		✓ (-)	✓ (-)	✓ (-)
- รายได้				
ความรู้ด้านการขาย	✓ (+)	✓ (+)	✓ (+)	✓ (+)
ทัศนคติต่องานขาย	✓ (-)	✓ (-)	✓ (-)	✓ (-)
แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์	✓ (+)	✓ (+)	✓ (+)	✓ (+)

หมายเหตุ: เครื่องหมายในวงเล็บ ()

+ หมายถึง อิทธิพลทางบวก

- หมายถึง อิทธิพลทางลบ

ข้อวิจารณ์

ผลการวิจัยถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานของพนักงานขายรถยนต์บริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์แห่งหนึ่งสามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

ความรู้ด้านการขาย

เมื่อพิจารณาผลการวิจัยพบว่า พนักงานขายรถยนต์มีความรู้ด้านการขายอยู่ในระดับดีโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.71 และพนักงานขายรถยนต์ส่วนใหญ่ จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 76.20 มีความรู้ด้านการขายอยู่ในระดับดี รองลงมาคือพนักงานขายรถยนต์ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 19 มีความรู้ด้านการขายอยู่ในระดับไม่ดี และอีกจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.80 มีความรู้ด้านการขายอยู่ในระดับปานกลาง

สาเหตุที่พนักงานขายรถยนต์ส่วนใหญ่มีความรู้ด้านการขายอยู่ในระดับดี อาจเนื่องมาจากการที่บริษัทได้มุ่งเน้นการเสริมสร้างความรู้ด้านการขายให้แก่พนักงานขายรถยนต์อย่างจริงจัง โดยในแต่ละปีนั้น บริษัทจะจัดสรรงบประมาณด้านจัดฝึกอบรมเป็นเงินจำนวนมากเมื่อเปรียบเทียบกับงบประมาณด้านอื่นๆ และมีเป้าหมายระยะเวลาฝึกอบรมพนักงานขายรถยนต์ถึง 200 ชั่วโมง หรือ 25 วันทำงานต่อปี โดยมีแผนฝึกอบรมในฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคลเป็นผู้รับผิดชอบประสานงานกับฝ่ายขายและแผนกฝึกอบรมจากสำนักงานใหญ่ในต่างประเทศ ร่วมกันจัดทำคู่มือฝึกอบรมพนักงานขายรถยนต์ โดยเนื้อหาหลักสูตรนั้น เริ่มต้นตั้งแต่ประวัติการก่อตั้งบริษัท การเสาะหาลูกค้า มุ่งหวังการเตรียมตัวเข้าพบลูกค้า การต้อนรับลูกค้า ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การปิดการขาย การจัดทำเอกสารการขายต่างๆ รวมทั้งจัดส่งพนักงานขายรถยนต์ไปเข้าร่วมรับการฝึกอบรมจากบริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์อีกด้วย และทุกๆ สัปดาห์จะมีการทบทวนความรู้โดยให้พนักงานขายรถยนต์ฝึกปฏิบัติบทบาทสมมุติ (Role Play) โดยสมมติให้ผู้จัดการฝ่ายขายเป็นลูกค้า และให้พนักงานขายรถยนต์ทำการสาธิตการขายตามที่ได้รับฝึกอบรมมา รวมทั้งจัดให้มีหน่วยงานภายนอกเข้ามาสุ่มตรวจ (Mysterious Customer) เพื่อทดสอบความรู้และพฤติกรรมการทำงานด้านต่างๆ ของพนักงานขายรถยนต์ในทุกไตรมาสอีกด้วย

ทัศนคติต่องานขาย

เมื่อพิจารณาผลการวิจัยพบว่า พนักงานขายรถยนต์มีทัศนคติต่องานขายอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 และพนักงานขายรถยนต์มากกว่าครึ่งจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 54 มีทัศนคติต่องานขายอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมา มีพนักงานขายรถยนต์ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 46 มีทัศนคติต่องานขายอยู่ในระดับดี

สาเหตุที่พนักงานขายรถยนต์จำนวนมากกว่าครึ่งมีทัศนคติต่องานขายอยู่ในระดับปานกลาง อาจเนื่องมาจากการที่พนักงานขายรถยนต์ พบว่า งานขายเป็นงานที่ยากแต่กลับมีรายได้ไม่แน่นอน ลักษณะงานขายก่อให้เกิดความเครียดสูง พนักงานขายรถยนต์ต้องติดตามลูกค้าและเจรจาต่อรอง เพื่อโน้มน้าวใจให้ลูกค้าซื้อสินค้าให้ได้ เพื่อที่ตนจะทำยอดขายได้ตามจำนวนเป้าหมายที่บริษัทกำหนด หากพนักงานขายรถยนต์ขายสินค้าไม่ได้ตามเป้าหมาย พนักงานขายรถยนต์จะไม่ได้รับเงินรางวัล หรือค่านายหน้า (Commission) ใดๆ จากบริษัทเลย จะได้รับเพียงเงินเดือนซึ่งบริษัทจ่ายให้ในอัตราเท่ากับค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำตามที่กฎหมายกำหนดเท่านั้น นอกจากนี้พนักงานขายรถยนต์จะถูกพิจารณาโทษถึงขั้นออกหนังสือเตือนและเลิกจ้างในที่สุด หากขายสินค้าไม่ได้จำนวนตามเป้าหมายเป็นเวลา 3 เดือนติดต่อกัน นโยบายนี้จัดทำขึ้นเพื่อผลักดันให้พนักงานขายรถยนต์สินค้าให้ได้ตามจำนวนเป้าหมายที่องค์กรกำหนด พนักงานขายรถยนต์จึงต้องทำทุกวิถีทางเพื่อความอยู่รอดแม้บางครั้งจะต้องทำผิดจริยธรรมทางธุรกิจในหลายรูปแบบก็ตาม ทำให้เพื่อนร่วมงานฝ่ายอื่นๆ ในองค์กรและลูกค้าขาดความเชื่อถือต่อพนักงานขายรถยนต์และอาชีพขายอีกด้วย ความท้าทายต่างๆ ดังกล่าวเกิดขึ้นซ้ำๆ กันทุกวันในการปฏิบัติงาน โดยที่พนักงานขายรถยนต์ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ ทำให้พนักงานขายรถยนต์เกิดความเบื่อหน่ายต่องานขาย ส่งผลให้พนักงานขายรถยนต์มีทัศนคติต่องานขายอยู่ในระดับปานกลาง

แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์

เมื่อพิจารณาผลการวิจัยพบว่า พนักงานขายรถยนต์มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์อยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และพนักงานขายรถยนต์ส่วนใหญ่ จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 82.50 มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์อยู่ในระดับสูง รองลงมา มีพนักงานขายรถยนต์ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์อยู่ในระดับปานกลาง

สาเหตุที่พนักงานขายรถยนต์ส่วนใหญ่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในระดับสูง อาจเนื่องมาจาก ลักษณะงานขายรถยนต์เป็นงานที่ท้าทาย บุคคลที่จะยึดงานขายเป็นอาชีพได้นั้น ต้องมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในระดับสูง กล้าเสี่ยงพอประมาณ มีความกระตือรือร้น มีความรับผิดชอบสูง ฉลาดในการวางเป้าหมายที่สอดคล้องกับความเป็นจริงและศักยภาพของตน และต้องสร้างผลงานให้ได้ตามเป้าหมายของบริษัทอย่างต่อเนื่อง จึงจะประสบความสำเร็จในองค์กรได้ ประกอบกับการที่บริษัทมีระบบการสร้างแรงจูงใจให้แก่พนักงานขายรถยนต์ ที่มุ่งเน้นให้เกิดการแข่งขันระหว่างพนักงานขายรถยนต์ เช่น เงินรางวัล ค่านายหน้า (Commission) และรางวัลพนักงานขายดีเด่นประจำเดือน บริษัทจะจัดงานเลี้ยงและมอบรางวัลให้แก่พนักงานขายรถยนต์ที่ได้รับเลือก พนักงานขายรถยนต์ที่ได้รับรางวัลจะได้รับการยกย่องจากองค์กร รวมทั้งมีกิจกรรมที่ให้พนักงานขายรถยนต์ผู้ที่ได้รับรางวัลมาบอกเล่าวิธีการทำงานที่ทำให้ตนประสบความสำเร็จให้เพื่อนร่วมงานคนอื่นฟัง และเมื่อรวมคะแนนจากการวัดผลการขายทั้งปีแล้ว บริษัทจะคัดเลือกพนักงานขายรถยนต์ดีเด่นประจำปี โดยพนักงานที่ได้รับเลือกเป็นพนักงานขายรถยนต์ดีเด่นประจำปี จะได้รับรางวัลเป็นการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ ระบบการสร้างจูงใจต่างๆ ของบริษัทเหล่านี้ ทำให้พนักงานขายรถยนต์ต้องการสร้างผลงานให้ได้ตามเป้าหมายของบริษัทอย่างต่อเนื่อง

พฤติกรรมการทำงาน

การวิจัยในครั้งนี้ได้ศึกษาพฤติกรรมการทำงานของพนักงานขายรถยนต์ในด้านต่างๆ ดังนี้

1. พฤติกรรมการทำงานด้านการขายและการให้บริการ

เมื่อพิจารณาผลการวิจัยพบว่า พนักงานขายรถยนต์มีพฤติกรรมการทำงานด้านการขายและการให้บริการอยู่ในระดับดีโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และพนักงานขายรถยนต์ส่วนใหญ่ จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 82.50 มีพฤติกรรมการทำงานด้านการขายและการให้บริการอยู่ในระดับดี รองลงมามีพนักงานขายรถยนต์ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 มีพฤติกรรมการทำงานด้านการขายและการให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง

สาเหตุที่ทำให้พนักงานขายรถยนต์ส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมการทำงานด้านการขายและการให้บริการอยู่ในระดับดีนั้น อาจเป็นผลมาจากลักษณะข้อจำกัดขององค์กรในฐานะบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ซึ่งไม่มีอำนาจควบคุมกระบวนการผลิต พัฒนาคุณภาพ และการโฆษณาสินค้าเองได้

การขายจึงเป็นกิจกรรมเดียวที่บริษัทสามารถควบคุมได้ การฝึกอบรมของบริษัทที่จัดให้แก่พนักงานขายรถยนต์จึงมีการสื่อสารเรื่องข้อจำกัดทางธุรกิจดังกล่าว และมุ่งเน้นการสร้างความรู้ให้แก่พนักงานขายรถยนต์ในด้านการขายและการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าเป็นสำคัญ ทำให้พนักงานขายรถยนต์เกิดความเข้าใจในข้อจำกัดทางธุรกิจขององค์กร และรับรู้ความสำคัญของคนที่ต้ององค์การในฐานะพนักงานขาย และการขายยังเป็นกิจกรรมที่สร้างรายได้ให้แก่พนักงานขายรถยนต์ เมื่อพนักงานขายรถยนต์ขายสินค้าได้จำนวนตามเป้าหมายขององค์กรจะได้รับค่าตอบแทนและรางวัลต่างๆ รวมถึงการยกย่องชมเชยจากบริษัทตามนโยบายสร้างแรงจูงใจขององค์กร พนักงานขายรถยนต์จึงต้องการแสดงพฤติกรรมด้านการขายและการให้บริการที่ดี เพื่อให้ลูกค้าพอใจและซื้อสินค้าจากตนซึ่งหมายถึงการสร้างรายได้ให้แก่ตนเองและบริษัทด้วย

2. พฤติกรรมการทำงานด้านการจัดเอกสารการขาย

เมื่อพิจารณาผลการวิจัยพบว่า พนักงานขายรถยนต์มีพฤติกรรมการทำงานด้านการจัดเอกสารการขายอยู่ในระดับดีโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และพนักงานขายรถยนต์ส่วนใหญ่จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 87.30 มีพฤติกรรมการทำงานด้านการจัดเอกสารการขายอยู่ในระดับดี รองลงมา มีพนักงานขายรถยนต์จำนวน 16 คน คิดเป็น ร้อยละ 12.70 มีพฤติกรรมการทำงานด้านการจัดเอกสารการขายอยู่ในระดับปานกลาง

สาเหตุที่ทำให้พนักงานขายรถยนต์ส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมการทำงานด้านการจัดเอกสารการขายอยู่ในระดับดีนั้น อาจเนื่องมาจากสาเหตุ 2 ประการ ประการแรก คือ การที่บริษัทได้นำระบบบัญชีสำเร็จรูป ซึ่งใช้คอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือในการประมวลผลมาช่วยในการจัดทำเอกสารการขายให้แก่พนักงานขายรถยนต์ และจัดฝึกอบรมให้ความรู้การใช้คอมพิวเตอร์แก่พนักงานขายรถยนต์ของบริษัท โดยใช้วิทยากรภายนอกที่มีความชำนาญสูงในการถ่ายทอดความรู้ ส่งผลให้พนักงานขายรถยนต์สามารถทำงานด้านเอกสารได้ง่ายและสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น ประการที่สอง คือ ระเบียบการตรวจทานเอกสารการขาย ที่ระบุว่าเมื่อพนักงานขายได้จัดเตรียมเอกสารการขายเสร็จเรียบร้อยแล้ว จะต้องส่งเอกสารให้ฝ่ายจัดส่งสินค้า ฝ่ายบัญชี และผู้จัดการฝ่ายขายเพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องของเอกสารต่างๆ ซ้ำอีกครั้งก่อนการเสนอให้ผู้บริหารลงนามอนุมัติ หลังจากนั้นเอกสารจะถูกส่งต่อไปยังสถาบันการเงินเพื่อขอสินเชื่อให้แก่ลูกค้าในที่สุด เอกสารการขายที่ถูกจัดเตรียมอย่างสมบูรณ์ถูกต้อง จะทำให้ลูกค้าได้รับการอนุมัติสินเชื่อจากสถาบันการเงินได้โดยง่าย และพนักงานขายรถยนต์สามารถส่งมอบรถยนต์ให้แก่ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว การแสดงพฤติกรรมการทำงานที่ดีในด้านการจัดเอกสารการขาย จะช่วยให้พนักงานขายรถยนต์สามารถปิดการขายแต่ละครั้งได้โดยใช้เวลาน้อยลง

3. พฤติกรรมการทำงานด้านพฤติกรรมทั่วไป

เมื่อพิจารณาจากผลการวิจัยพบว่า พนักงานขายรถยนต์มีพฤติกรรมการทำงานด้านพฤติกรรมทั่วไปอยู่ในระดับดีโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 และพนักงานขายรถยนต์ส่วนใหญ่จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 95.20 มีพฤติกรรมการทำงานด้านพฤติกรรมทั่วไปอยู่ในระดับดี รองลงมา มีพนักงานขายรถยนต์ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.80 มีพฤติกรรมการทำงานด้านพฤติกรรมทั่วไปอยู่ในระดับปานกลาง

การที่พนักงานขายรถยนต์ส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมการทำงานด้านพฤติกรรมทั่วไปซึ่งหมายถึง การแสดงออกหรือการปฏิบัติของพนักงานขายรถยนต์ในฐานะพนักงานที่ดีของบริษัท ได้แก่ การปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ และข้อบังคับของบริษัท การให้ความร่วมมือกับบริษัทในการปฏิบัติงาน มีความขยันหมั่นเพียรและความตั้งใจในการพัฒนาตนเอง เพื่อปรับปรุงการปฏิบัติงานอยู่ในระดับดีนั้น อาจเนื่องมาจากการที่บริษัทต้องการสนับสนุนการทำงานของพนักงานขายรถยนต์อย่างเป็นรูปธรรม จึงได้กำหนดนโยบายให้กฎ ระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ ที่ใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์มีความยืดหยุ่นสูงและง่ายต่อการปฏิบัติตาม เช่น การที่พนักงานขายรถยนต์ไม่ต้องตอบกั๊ตบันทึกเวลาทำงาน แต่ใช้วิธีการเขียนรายงานการปฏิบัติงาน (Time Sheet Report) เพื่อรายงานการทำงานในแต่ละวันให้ผู้จัดการฝ่ายขายทราบ เพราะลักษณะการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์นั้น มีความแตกต่างจากพนักงานตำแหน่งอื่นๆ ที่ปฏิบัติงานในสำนักงาน พนักงานขายรถยนต์อาจต้องทำงานนอกสถานที่เป็นประจำ และบางครั้งไม่อาจกำหนดเวลาเริ่มงานและเลิกงานได้ชัดเจน การที่องค์กรมีประกาศชัดเจนในเรื่องนโยบายยืดหยุ่นด้านกฎ ระเบียบ และข้อบังคับที่เอื้อต่อการปฏิบัติงานขาย ทำให้พนักงานขายรถยนต์รับรู้ถึงสิทธิพิเศษต่างๆ นี้ และไม่ต้องเกรงจะเสียสิทธิที่องค์กรได้จัดให้เฉพาะแก่ตน พนักงานขายรถยนต์จึงตอบแทนบริษัทด้วยการแสดงพฤติกรรมการทำงานด้านพฤติกรรมทั่วไปในระดับดี

4. พฤติกรรมการทำงานโดยรวม

เมื่อพิจารณาผลการวิจัยพบว่า พนักงานขายรถยนต์มีพฤติกรรมการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับดีโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และพนักงานขายรถยนต์ส่วนใหญ่จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 91.30 มีพฤติกรรมการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับดี รองลงมา มีพนักงานขายรถยนต์ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 8.70 มีพฤติกรรมการทำงานโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง

การที่พนักงานขายรถยนต์มีพฤติกรรมการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับนี้นั้น อาจเนื่องมาจากการที่พนักงานขายรถยนต์ตระหนักถึงบทบาทและความสำคัญของตนในฐานะ “พนักงานขาย” โดยมีการสนับสนุนขององค์กรเป็นเครื่องกระตุ้นและผลักดัน อันได้แก่ ระบบการสร้างแรงจูงใจให้แก่พนักงานขายรถยนต์โดยการให้รางวัลและค่าตอบแทนการขายเมื่อขายสินค้าได้จำนวนตามเป้าหมาย การสื่อสารเรื่องข้อจำกัดทางธุรกิจในฐานะการเป็นเพียงบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ที่ไม่ใช่ผู้ผลิต และการฝึกอบรมที่มุ่งเน้นการให้ความรู้เรื่องการปฏิบัติงานขายในด้านต่างๆ เช่น เทคนิคการขายและการให้บริการที่ดีลูกค้า ทำให้พนักงานขายรถยนต์มีความมั่นใจในการแสดงพฤติกรรมการทำงานด้านการขายและการให้บริการที่ดี นอกจากนี้การอบรมการใช้ระบบบัญชีสำเร็จรูปและการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ที่บริษัทจัดให้มีการทบทวนความรู้แก่พนักงานขายรถยนต์อย่างสม่ำเสมอ รวมถึงระบบการตรวจทานเอกสารและการสนับสนุนจากฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดเอกสารการขายเอื้ออำนวยให้พนักงานขายรถยนต์มีพฤติกรรมการทำงานด้านการจัดเอกสารการขายที่ดี รวมถึงการที่องค์กรให้สิทธิพิเศษด้านการใช้กฎ ระเบียบ และข้อบังคับที่ยืดหยุ่นเพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานขายทำให้พนักงานขายรถยนต์ต้องการแสดงพฤติกรรมการทำงานด้านพฤติกรรมทั่วไปที่ดี จึงส่งผลให้พฤติกรรมการทำงานโดยรวมของพนักงานขายรถยนต์อยู่ในระดับดีตามไปด้วย

การทดสอบสมมติฐาน

ปัจจัยส่วนบุคคล ความรู้ด้านการขาย ทักษะคิดต้องงานขาย และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ สามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการทำงานของพนักงานขายรถยนต์

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ความรู้ด้านการขาย ทักษะคิดต้องงานขาย และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ สามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการทำงานด้านการขายและการให้บริการของพนักงานขายรถยนต์

จากผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ความรู้ด้านการขาย ทักษะคิดต้องงานขาย และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ สามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการทำงานด้านการขายและการให้บริการของพนักงานขายรถยนต์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยสามารถร่วมกันพยากรณ์ได้ร้อยละ 57.70 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยที่ตัวแปรอิสระต่อไปนี้เป็น คือ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ความรู้ด้านการขาย และอายุมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการทำงานด้านการขายและการให้บริการ

พนักงานขายรถยนต์ ขณะที่ทัศนคติต่องานขายมีอิทธิพลในเชิงลบต่อพฤติกรรมการทำงานด้านการขาย และการให้บริการของพนักงานขายรถยนต์

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และความรู้ด้านการขาย มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการทำงานด้านการขายและการให้บริการของพนักงานขายรถยนต์ อธิบายได้ว่าพนักงานขายรถยนต์ที่มีอายุมากตระหนักดีว่าตนเองเสียเปรียบพนักงานขายรถยนต์ที่มีอายุน้อยในด้านการเรียนรู้นวัตกรรมใหม่ๆ โดยจากสถิติของการฝึกอบรมการใช้ระบบบัญชีสำเร็จรูปและการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ที่บริษัทจัดให้มีการทบทวนความรู้แก่พนักงานขายรถยนต์อย่างสม่ำเสมอ พบว่า พนักงานขายรถยนต์ที่มีอายุมากเรียนรู้การใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ได้ช้า ดังนั้นพนักงานขายรถยนต์ที่มีอายุมากจึงต้องสร้างจุดแข็งอื่นได้แก่ การวางตัวสงบเยือกเย็นและอดทนต่อข้อเรียกร้องต่างๆ ของลูกค้าได้ดีกว่า พนักงานขายรถยนต์ที่มีอายุน้อยกว่า อันเป็นคุณสมบัติประการสำคัญของพนักงานขายรถยนต์ที่มีอายุมาก

พนักงานขายรถยนต์ส่วนใหญ่ของบริษัท จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 86.50 เป็นผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง มีลักษณะชอบแข่งขัน มีความกระตือรือร้น มีความรับผิดชอบสูง และมุ่งมั่นในความสำเร็จของงาน เป็นผลมาจากระบบการสร้างแรงจูงใจของบริษัท ซึ่งมุ่งจ่ายค่าตอบแทนในลักษณะที่จับต้องได้ เช่น เงินรางวัล ค่านายหน้า (Commission) กิจกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศ เพื่อกระตุ้นและผลักดันให้พนักงานขายรถยนต์เกิดความต้องการที่จะรักษาระดับการขายสินค้าของตนให้ได้จำนวนตามเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง พนักงานขายรถยนต์เกิดการเปรียบเทียบถึงความคุ้มค่าในการทำงานหรือผลงานของตน ถ้าคุ้มค่าจะเกิดความพึงพอใจ อันจะนำไปสู่การจูงใจอีกครั้งหนึ่ง หรือความพยายามในการทำงานให้ได้ตามเป้าหมายอีกครั้ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Lamont and Lundstorm (1977) ที่พบว่า ลักษณะการมุ่งมั่นทำให้บุคคลเต็มใจที่จะทำงานเป็นระยะเวลายาวนาน สามารถเผชิญหน้ากับความยากลำบาก และมีนิสัยอดทนในการทำงาน ซึ่งเป็นคุณสมบัติส่วนหนึ่งของผู้มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Austin (1986) ที่พบว่า นักศึกษาที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ต่ำจะมีลักษณะของความสามารถต่ำ ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพของการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์

การสื่อสารเรื่องอุตสาหกรรมรถยนต์ที่บริษัทได้ดำเนินการผ่านการฝึกอบรม ส่งผลให้พนักงานขายรถยนต์เกิดความตระหนักรู้ถึงข้อจำกัดทางธุรกิจขององค์กรในฐานะบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ ว่าไม่มีอำนาจควบคุมกระบวนการผลิต พัฒนาคุณภาพ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้า

ได้เอง การขายและการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าจึงเป็นกิจกรรมที่สำคัญที่สุดต่อการอยู่รอดขององค์กร รวมถึงการที่บริษัทได้มุ่งมั่นในนโยบายการฝึกอบรม ส่งผลให้พนักงานขายรถยนต์มีความรู้ด้านการขายในระดับดีจนเกิดความมั่นใจในตนเองในการเสนอขายสินค้าและปิดการขายได้ พนักงานขายรถยนต์ได้นำความรู้ที่ได้รับจากการฝึกอบรมไปปรับใช้ในการทำงาน ซึ่งได้ก่อให้เกิดความคุ้มค่าและบรรลุวัตถุประสงค์ที่องค์กรได้ตั้งเป้าหมายไว้ สอดคล้องกับ ชูชัย สมितिไกร (2540: 121) ที่กล่าวว่า การถ่ายโอนความรู้ภายหลังการฝึกอบรม (Transfer of Training) เป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากที่สุดประการหนึ่งของการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร เพราะเป้าหมายสูงสุดของการฝึกอบรมและพัฒนา คือ การปรับปรุงและพัฒนาให้บุคคลสามารถปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เป็นที่น่าสังเกตว่า ทักษะคติต่องานขายมีอิทธิพลในเชิงลบต่อพฤติกรรมการทำงานด้านการขาย และการให้บริการของพนักงานขายรถยนต์ สามารถอธิบายได้ว่าพนักงานขายรถยนต์พบว่า งานขายรถยนต์เป็นงานที่ยาก เนื่องจากรถยนต์เป็นสินค้าที่มีราคาแพงและมีอายุการใช้งานยาวนาน ลูกค้าจะไม่ซื้อรถยนต์จนกว่าจะมีความจำเป็นที่ทำให้ต้องเปลี่ยนรถยนต์คันใหม่ พนักงานขายรถยนต์เกิดความเบื่อหน่ายที่ต้องแสวงหาลูกค้าใหม่อยู่ตลอดเวลา ส่งผลให้พนักงานขายรถยนต์มีความรู้สึกที่ไม่ดีต่องานขายซึ่งเป็นอาชีพของตน อย่างไรก็ตามพนักงานขายรถยนต์ยังคงต้องทนปฏิบัติงานขายต่อไป เพราะเป็นแหล่งที่มาของรายได้ อาจกล่าวได้ว่าทักษะคติต่องานขายไม่ใช่ปัจจัยหลักที่ส่งเสริมให้พนักงานขายรถยนต์แสดงพฤติกรรมการทำงานด้านการขายและการให้บริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภาวี สัมเนตร ที่ศึกษาทักษะคติที่มีอิทธิพลต่อการทำงาน กรณีศึกษาบริษัทเนาวรัตน์ พัฒนาการ จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานรายเดือน พบว่า พฤติกรรมการทำงานโดยรวมของพนักงานมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับทักษะคติในการทำงานในด้านสถานที่ทำงาน ด้านเงินเดือน และสวัสดิการ ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ด้านความสำเร็จของงาน ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน และด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ซึ่งมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.172, 0.244, 0.235, 0.269, 0.251 และ 0.221 ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคล ความรู้ด้านการขาย ทักษะคติต่องานขาย และแรงจูงใจ ใฝ่สัมฤทธิ์ สามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการทำงานด้านการจัดเอกสารการขายของพนักงานขายรถยนต์

ผลการวิจัยพบว่า อายุงาน ความรู้ด้านการขาย ทักษะคิต้องงานขาย และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ สามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการทำงาน ด้านการจัดเอกสารการขายของพนักงานขายรถยนต์ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยสามารถร่วมกันพยากรณ์ได้ร้อยละ 32.60 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน โดยที่ตัวแปรอิสระต่อไปนี้เป็นคือแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์และความรู้ด้านการขายมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการทำงานด้านการจัดเอกสารการขายของพนักงานขายรถยนต์ ขณะที่ทักษะคิต้องงานขายและอายุงาน มีอิทธิพลในเชิงลบต่อพฤติกรรมการทำงานด้านการจัดเอกสารการขายของพนักงานขายรถยนต์

แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์และความรู้ด้านการขาย มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการทำงานด้านการจัดเอกสารการขายของพนักงานขายรถยนต์ อธิบายได้ว่าพนักงานขายรถยนต์มีความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนการจัดเอกสารการขาย มีความรู้ด้านระบบบัญชี และมีความชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์ จนสามารถจัดทำเอกสารการขายได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว ทั้งนี้ เป็นผลมาจากการที่บริษัทได้จัดให้มีการฝึกอบรมการใช้ระบบบัญชีสำเร็จรูปซึ่งประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ เพื่อเป็นเครื่องมือในการจัดทำเอกสารการขายให้แก่พนักงานขายรถยนต์ การฝึกอบรมนี้ถือเป็นส่วนหนึ่งในการให้ความรู้ด้านปฏิบัติงานขายแก่พนักงานขายรถยนต์ด้วย ในระบบการจัดเอกสารการขายนั้นในเบื้องต้น พนักงานขายรถยนต์จะเป็นผู้จัดเตรียมเอกสารการขาย จากนั้นเอกสารการขายจะถูกตรวจสอบความถูกต้องโดยฝ่ายจัดส่งสินค้า ฝ่ายบัญชี และผู้จัดการฝ่ายขายซึ่งผู้เป็นผู้บังคับบัญชาโดยตรงของพนักงานขายรถยนต์ก่อนเสนอให้ผู้บริหารลงนามอนุมัติการขาย ท้ายที่สุด เอกสารการขายจะถูกส่งต่อไปให้แก่สถาบันการเงินที่ให้สินเชื่อแก่ลูกค้าที่ซื้อรถยนต์จากบริษัท หากเอกสารการขายมีความถูกต้องและครบสมบูรณ์ จะส่งผลให้สถาบันการเงินสามารถอนุมัติสินเชื่อให้แก่ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ทำให้พนักงานขายรถยนต์สามารถปิดการขายในครั้งนั้นได้อย่างรวดเร็วด้วย การที่การจัดเอกสารการขายของพนักงานขายรถยนต์ต้องถูกตรวจสอบโดยฝ่ายต่างๆ รวมทั้งสถาบันการเงินด้วยนั้นทำให้พนักงานขายรถยนต์ส่วนใหญ่ขององค์กรซึ่งเป็นผู้มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง รับรู้ความท้าทายนี้ และแสดงความกระตือรือร้นที่จะพยายามทำให้ดีกว่ามาตรฐานที่ได้ตั้งไว้ในการทำงาน และรับผิดชอบต่อการแสดงพฤติกรรมการทำงานด้านการจัดเอกสารการขายในระดับดี เพื่อความสำเร็จและคงมาตรฐานระดับสูงในการทำงานของตนไว้

ส่วนปัจจัยทักษะคิต้องงานขาย และอายุงาน มีอิทธิพลในเชิงลบต่อพฤติกรรมการทำงานด้านการจัดเอกสารการขายของพนักงานขายรถยนต์ อาจอธิบายได้ว่า ถึงแม้ว่าองค์กรจะมีพนักงานขายรถยนต์ คิดเป็นร้อยละ 54 ที่มีทักษะคิต้องงานขายต้องงานขายอยู่ในระดับปานกลาง แต่พนักงาน

ขายรถยนต์ยังคงแสดงพฤติกรรมการทำงานด้านการจัดเอกสารการขายที่ดี เนื่องจากระบบการจูงใจพนักงานขายรถยนต์ขององค์กรเป็นเครื่องกระตุ้นและผลักดันที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้พนักงานขายรถยนต์ต้องการจัดเอกสารการขายที่สมบูรณ์แบบ เพื่อให้ปิดการขายและส่งมอบสินค้าได้ในระยะเวลาอันสั้น เพื่อที่ตนจะได้รับค่าตอบแทนและรางวัลต่างๆ จากการขายได้อย่างรวดเร็วด้วยเช่นกัน อาจกล่าวได้ว่าทัศนคติต่องานขายไม่ใช่ปัจจัยหลักที่ส่งเสริมให้พนักงานขายรถยนต์แสดงพฤติกรรมการทำงานด้านการจัดเอกสารการขาย

การจัดเอกสารการขายมีขั้นตอนยุ่งยาก พนักงานขายรถยนต์ต้องใช้ความรู้ทางคอมพิวเตอร์และระบบบัญชี รวมทั้งต้องประสานงานกับฝ่ายต่างๆ ในบริษัทเพื่อให้ช่วยตรวจสอบความถูกต้องของเอกสารการขาย หากพนักงานขายรถยนต์จัดเอกสารการขายผิดพลาดจะต้องนำกลับมาแก้ไขใหม่ให้ถูกต้องและอาจได้รับการตำหนิจากผู้บังคับบัญชา รวมทั้งการที่ต้องรอคอยผลการอนุมัติสินเชื่อจากสถาบันการเงินโดยใช้เอกสารการขายที่ตนเป็นผู้จัดเตรียม ความยุ่งยากต่างๆ ของระบบการจัดการเอกสารซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของงานขายด้วยนั้น ส่งผลให้พนักงานขายรถยนต์ที่มีอายุงานมากสะสมความเบื่อหน่ายต่อการจัดทำเอกสารการขาย หรืออาจกล่าวได้ว่าพนักงานขายรถยนต์มีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมการทำงานด้านการจัดเอกสารการขายในระดับไม่ดีหากมีอายุงานมาก

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยส่วนบุคคล ความรู้ด้านการขาย ทัศนคติต่องานขาย และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ สามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการทำงานด้านพฤติกรรมทั่วไปของพนักงานขายรถยนต์

ผลการวิจัยพบว่า อายุงาน ความรู้ด้านการขาย ทัศนคติต่องานขาย และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการทำงานด้านพฤติกรรมทั่วไปของพนักงานขายรถยนต์ได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยสามารถร่วมกันพยากรณ์ได้ร้อยละ 57.60 ซึ่งเป็นไปตาม สมมติฐาน โดยตัวแปรอิสระต่อไปนี้ คือ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์และความรู้ด้านการขาย มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการทำงานด้านพฤติกรรมทั่วไปของพนักงานขายรถยนต์ ขณะที่ทัศนคติต่องานขายและอายุงานมีอิทธิพลในเชิงลบต่อพฤติกรรมการทำงานด้านพฤติกรรมทั่วไปของพนักงานขายรถยนต์

แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และความรู้ด้านการขาย มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการทำงานด้านพฤติกรรมทั่วไปของพนักงานขายรถยนต์

อธิบายได้ว่าเนื่องจากการเน้นย้ำนโยบายเรื่องกฎ ระเบียบ ข้อบังคับของบริษัท ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการให้ความรู้ด้านการขายที่บริษัทได้จัดการฝึกอบรมให้แก่พนักงานขายรถยนต์อย่างต่อเนื่อง ทำให้พนักงานขายรถยนต์รับรู้และตระหนักถึงความคาดหวังของบริษัทอย่างชัดเจน พนักงานขายรถยนต์จึงต้องมีส่วนร่วมในการแสดงพฤติกรรมการทำงานทั่วไปในระดับดี รวมถึงการที่องค์กรมีพนักงานขายรถยนต์ส่วนใหญ่เป็นผู้มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์อยู่ในระดับสูง จึงทุ่มเทความพยายามอย่างต่อเนื่องที่จะปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ ข้อบังคับของบริษัท ให้ความร่วมมือกับบริษัทในการปฏิบัติงาน มีความขยันหมั่นเพียรและความตั้งใจในการพัฒนาตนเองเพื่อปรับปรุงการปฏิบัติงานให้ดีที่สุด เพื่อให้ตนเองจะได้รับข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) ที่ดีจากผู้บังคับบัญชา และได้รับการยกย่องชมเชย เนื่องจากบริษัทได้กำหนดกฎ ระเบียบ และข้อบังคับ ที่ยืดหยุ่นเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานให้แก่พนักงานขายรถยนต์แล้วเพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการทำงานขาย ดังนั้น หากพนักงานขายรถยนต์กระทำ ความผิดพลาดวินัยจะส่งผลให้ได้รับการลงโทษจากผู้บังคับบัญชาในทันที รวมทั้งอาจส่งผลให้สูญเสีย สิทธิพิเศษต่างๆ เช่น การได้รับอนุญาตจากองค์กรให้ไม่ต้องตอบบัตรเข้าทำงาน พนักงานขายรถยนต์ผู้มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง จึงพยายามสร้างพฤติกรรมการทำงานด้านการพฤติกรรมทั่วไปให้อยู่ในระดับดีตามที่องค์กรต้องการ

จากการวิจัยพบว่า ทักษะคติต้องงานขายและอายุงานมีอิทธิพลในเชิงลบต่อพฤติกรรมการทำงาน ด้านพฤติกรรมทั่วไปของพนักงานขายรถยนต์ อธิบายได้ว่า แม้พนักงานขายรถยนต์จะมีความรู้สึกที่ไม่ดีต่ออาชีพขาย แต่ยังคงดำรงตนอยู่ในกฎ ระเบียบ และข้อบังคับของบริษัทและให้ความร่วมมือกับบริษัทในการปฏิบัติงาน เนื่องจากสาเหตุ 2 ประการ คือ ประการแรกพนักงานขายรถยนต์ต้องการได้รับรายได้ ค่าตอบแทน และรางวัลจากการขายจากนโยบายการสร้างแรงจูงใจขององค์กร ซึ่งมีเกณฑ์กำหนดให้ส่งรายงานการปฏิบัติงาน (Time Sheet Report) เพื่อรายงานการทำงานในแต่ละวันให้ผู้จัดการฝ่ายขายทราบ และยังกำหนดให้พนักงานขายรถยนต์ต้องไม่ละเมิดกฎ ระเบียบ และข้อบังคับของบริษัทอีกด้วย ประการที่สอง พนักงานขายรถยนต์ต้องการรักษาสิทธิพิเศษต่างๆ เช่น การได้รับอนุญาตจากองค์กรให้ไม่ต้องตอบบัตรเข้าทำงานไว้ด้วย หรืออาจกล่าวได้ว่าทัศนคติต้องงานขายไม่ใช่ปัจจัยหลักที่ส่งเสริมให้พนักงานขายรถยนต์แสดงพฤติกรรมการทำงานด้านพฤติกรรมทั่วไป

เมื่อบริษัทได้กำหนดให้แนวปฏิบัติของพนักงานขายรถยนต์มีความยืดหยุ่นมากกว่าพนักงานทั่วไป อาจทำให้พนักงานขายรถยนต์เกิดความกดดันที่ต้องปฏิบัติตามให้ได้ตามความคาดหวังขององค์กร ผู้บังคับบัญชา รวมถึงเพื่อนร่วมงานในฝ่ายอื่นๆ ที่ไม่ได้รับสิทธิพิเศษเช่นเดียวกับตน พนักงานขายรถยนต์มีอายุงานมากนั้นย่อมมีประสบการณ์และได้เรียนรู้ว่าพฤติกรรมการทำงานระดับใดเป็นสิ่งที่

องค์การต้องการและคาดหวัง ทำให้พนักงานขายรถยนต์ต้องทนทำพฤติกรรมนั้นซ้ำๆ เพื่อให้ได้รับการยอมรับจากบริษัท ผู้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงานในฝ่ายอื่นๆ ส่งผลให้พนักงานขายรถยนต์เกิดความเบื่อหน่ายต่อการที่ต้องรักษาระดับพฤติกรรมของตน หรืออาจกล่าวได้ว่าพนักงานขายรถยนต์มีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมการทำงานด้านพฤติกรรมทั่วไปในระดับไม่ดีหากมีอายุงานมากขึ้น

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยส่วนบุคคล ความรู้ด้านการขาย ทักษะคิต้องานขาย และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ สามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการทำงานโดยรวมของพนักงานขายรถยนต์

จากการวิจัยพบว่า อายุงาน ความรู้ด้านการขาย ทักษะคิต้องานขาย และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ สามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการทำงานโดยรวมของพนักงานขายรถยนต์ได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยสามารถร่วมกันพยากรณ์ได้ร้อยละ 63 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานโดยตัวแปรอิสระต่อไปนี้ คือ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์และความรู้ด้านการขายมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการทำงานโดยรวมของพนักงานขายรถยนต์ ขณะที่ทักษะคิต้องานขายและอายุงานมีอิทธิพลในเชิงลบต่อพฤติกรรมการทำงานโดยรวมของพนักงานขายรถยนต์

แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และความรู้ด้านการขาย มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อพฤติกรรมการทำงานโดยรวมของพนักงานขายรถยนต์ อาจเนื่องมาจากการที่บริษัทมีระบบการคัดเลือกพนักงานขายรถยนต์ที่ดีทำให้ได้บุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์เข้าร่วมงานกับบริษัทเป็นจำนวนมาก รวมถึงการที่บริษัทประสบความสำเร็จในการสร้างระบบการสร้างแรงจูงใจด้วยรายได้ ค่าตอบแทน และรางวัลที่จับต้องได้ การได้รับการยกย่องจากบริษัทอย่างต่อเนื่อง รวมถึงสิทธิพิเศษในการปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ต้องการ เมื่อรวมเข้ากับนโยบายการให้ความรู้ด้านการขายในด้านต่างๆ อันได้แก่ ทักษะการขายและการให้บริการที่ดี ความรู้ทางธุรกิจและอุตสาหกรรมรถยนต์ ระบบบัญชีและการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ รวมทั้งกฎ ระเบียบ และข้อบังคับยืดหยุ่นที่ใช้เป็นแนวปฏิบัติเฉพาะแก่พนักงานขายรถยนต์ ทำให้พนักงานขายรถยนต์ผู้แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง และมีความรู้ด้านการขายในระดับดีสามารถแสดงพฤติกรรมการทำงานโดยรวมให้ได้ในระดับที่ดีตามความปรารถนาขององค์การ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อาริดา สัวบุตร (2539) ที่ได้ศึกษา แรงจูงใจและพฤติกรรมการทำงานของผู้นำระดับกลางในโรงงานผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป พบว่า แรงจูงใจมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการทำงานของผู้นำระดับกลางในโรงงานผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปในทุกๆ ด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .001 รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิกรณ์ รุจิวัชรโอพาร (2544) ที่ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ความเชื่ออำนาจในตนกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานช่างซ่อมบำรุง

อากาศยานฝ่ายช่าง (ท่าอากาศยานกรุงเทพ) บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ที่พบว่า แรงจูงใจ ใฝ่สัมฤทธิ์ และความเชื่ออำนาจในตน มีความสัมพันธ์ทางบวกทั้งกับผลการปฏิบัติงานทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านการปฏิบัติงาน ด้านคุณสมบัติส่วนบุคคล และด้านการจัดการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

ส่วนทัศนคติต่องานขาย และอายุงาน เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงลบต่อพฤติกรรมการทำงาน โดยรวมของพนักงานขายรถยนต์ อธิบายได้ว่า พนักงานขายรถยนต์มีความรู้สึกไม่ดีต่องานขาย มีความคิดว่างานขายรถยนต์เป็นงานที่ยาก การที่จะทำยอดขายให้ได้ตามเป้าหมายของบริษัทนั้น พนักงานขายรถยนต์จะต้องพากเพียรและมีความอดทนที่จะติดตามเอาใจลูกค้า พนักงานขายรถยนต์ สะสมความเครียดจากลักษณะการทำงานที่ต้องมีความชำนาญทั้งในด้านการขายและการทำงานเอกสาร พนักงานขายรถยนต์ยังได้รับความกดดันจากผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงานฝ่ายอื่นๆ และลูกค้าให้ต้อง ดำรงตนอยู่ในระเบียบวินัยและปฏิบัติงานให้ได้ตามความคาดหวังขององค์กร แต่กระนั้นพนักงานขายรถยนต์ยังแสดงพฤติกรรมการทำงานโดยรวมที่ดีได้เพราะต้องการรายได้ ค่าตอบแทน และรางวัล ต่างๆ จากการขายสินค้า หรืออาจกล่าวได้ว่าปัจจัยทัศนคติต่องานขาย ไม่ใช่ปัจจัยหลักที่ส่งเสริม พฤติกรรมการทำงานโดยรวมของพนักงานขายรถยนต์

อายุงาน เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงลบต่อพฤติกรรมการทำงานโดยรวมของพนักงานขายรถยนต์ ด้วย สืบเนื่องจากระบบการสร้างแรงจูงใจขององค์กร ที่มีการจ่ายเงินเดือนให้แก่พนักงานขายรถยนต์ ทุกคนในอัตราที่เท่ากันไม่ว่าจะมีอายุงาน 1 เดือน หรือ 3 ปี จะได้รับเงินเดือนไม่แตกต่างกัน คือ เท่ากับอัตราค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำที่รัฐบาลกำหนด เพื่อผลักดันให้พนักงานขายรถยนต์เกิดการแข่งขัน กันขายสินค้าให้ได้จำนวนตามเป้าหมายที่บริษัทกำหนด เพื่อที่จะได้รับค่าตอบแทนต่างๆ ตามระบบ การจูงใจ และการประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์กรทำขึ้นเพื่อผลทางด้านการค้นหาความต้องการ ในการฝึกอบรมเท่านั้น ไม่ใช่เพื่อการขึ้นเงินเดือนให้แก่พนักงานขายรถยนต์ ส่งผลให้พนักงานขายรถยนต์ที่มีอายุงานมาก ไม่กระตือรือร้นที่จะแสดงพฤติกรรมการทำงานโดยรวมที่ดี หรืออาจกล่าวได้ว่า พนักงานขายรถยนต์มีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมการทำงานโดยรวมที่ไม่ดีหากมีอายุงานมาก อาจกล่าวได้ว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุงาน ไม่ใช่ปัจจัยหลักที่ส่งเสริมพฤติกรรมการทำงานโดยรวมของพนักงานขายรถยนต์ด้วย

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เพื่อศึกษาระดับความรู้ด้านการขาย ทักษะคิดทำงานขาย แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และพฤติกรรมการทำงานของพนักงานขายรถยนต์บริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์แห่งหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยส่วนบุคคล ความรู้ด้านการขาย ทักษะคิดทำงานขาย และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ที่มีต่อพฤติกรรมการทำงานของพนักงานขายรถยนต์บริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์แห่งหนึ่ง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ เป็นพนักงานขายรถยนต์ของบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์แห่งหนึ่ง จำนวน 126 คน ใช้วิธีการสุ่มอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยการนำบัญชีรายชื่อพนักงานขายรถยนต์ทั้งหมดของบริษัทมาทำการสุ่มตัวอย่างโดยการจับสลาก จนได้ครบตามจำนวนของขนาดกลุ่มตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้น จากการรวบรวมแนวคิดและทฤษฎี แบ่งออกเป็น 5 ส่วนได้แก่ แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน 5 ข้อ แบบวัดความรู้ด้านการขาย จำนวน 20 ข้อ แบบสอบถามวัดทัศนคติต่องานขาย จำนวน 17 ข้อ แบบสอบถามวัดระดับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ จำนวน 11 ข้อ และแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงาน จำนวน 28 ข้อ แบ่งการวัดพฤติกรรมการทำงานออกเป็น 3 ด้านได้แก่ พฤติกรรมด้านการขายและการให้บริการ พฤติกรรมด้านการจัดเอกสารการขาย และพฤติกรรมด้านพฤติกรรมทั่วไป

วิธีดำเนินการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลนั้น ผู้วิจัยได้จัดทำหนังสือจากภาควิชาจิตวิทยาเพื่อขออนุญาตในการเก็บข้อมูลโดยส่งถึงกรรมการผู้จัดการบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ ได้รับแบบสอบถามคืนมา 126 ชุด จากนั้นได้นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ตามกระบวนการทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบขั้นตอน

ผลการวิจัย

1. พนักงานขายรถยนต์มีความรู้ด้านการขายอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.71 และพนักงานขายรถยนต์ส่วนใหญ่จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 76.20 มีความรู้ด้านการขายอยู่ในระดับดี รองลงมามีพนักงานขายรถยนต์ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 มีความรู้ด้านการขายอยู่ในระดับไม่ดี และอีกจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.80 มีความรู้ด้านการขายอยู่ในระดับปานกลาง
2. พนักงานขายรถยนต์มีทัศนคติต่องานขายอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 และพนักงานขายรถยนต์มากกว่าครึ่ง จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 54 มีทัศนคติต่องานขายอยู่ในระดับปานกลาง รองลงมามีพนักงานขายรถยนต์ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 46 มีทัศนคติต่องานขายอยู่ในระดับดี
3. พนักงานขายรถยนต์มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์อยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และพนักงานขายรถยนต์ส่วนใหญ่ จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 82.50 มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์อยู่ในระดับสูง รองลงมามีพนักงานขายรถยนต์ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์อยู่ในระดับปานกลาง
4. พนักงานขายรถยนต์มีพฤติกรรมการทำงานด้านการขายและการให้บริการอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และพนักงานขายรถยนต์ส่วนใหญ่จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 82.50 มีพฤติกรรมการทำงานด้านการขายและการให้บริการอยู่ในระดับดี รองลงมามีพนักงานขายรถยนต์ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 มีพฤติกรรมการทำงานด้านการขายและการให้บริการอยู่ในระดับปานกลาง

5. พนักงานขายรถยนต์มีพฤติกรรมการทำงานด้านการจัดเอกสารการขายอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และพนักงานขายรถยนต์ส่วนใหญ่จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 87.30 มีพฤติกรรมการทำงานด้านการจัดเอกสารการขายอยู่ในระดับดี รองลงมามีพนักงานขายรถยนต์จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 12.70 มีพฤติกรรมการทำงานด้านการจัดเอกสารการขายอยู่ในระดับปานกลาง

6. พนักงานขายรถยนต์มีพฤติกรรมการทำงานด้านพฤติกรรมทั่วไปอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 และพนักงานขายรถยนต์ส่วนใหญ่จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 95.20 มีพฤติกรรมการทำงานด้านพฤติกรรมทั่วไปอยู่ในระดับดี รองลงมามีพนักงานขายรถยนต์จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.80 มีพฤติกรรมการทำงานด้านพฤติกรรมทั่วไปอยู่ในระดับปานกลาง

7. พนักงานขายรถยนต์มีพฤติกรรมการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และพนักงานขายรถยนต์ส่วนใหญ่จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 91.30 มีพฤติกรรมการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับดี รองลงมามีพนักงานขายรถยนต์จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 8.70 มีพฤติกรรมการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง

8. ปัจจัยส่วนบุคคล ความรู้ด้านการขาย ทักษะความต้องการขาย แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงาน of พนักงานขายรถยนต์ พบว่า

8.1 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ความรู้ด้านการขาย ทักษะความต้องการขาย และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการทำงานด้านการขายและการให้บริการของพนักงานขายรถยนต์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยสามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการทำงานด้านการขายและการให้บริการของพนักงานขายรถยนต์ได้ร้อยละ 57.70 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุเท่ากับ .768

8.2 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุงาน ความรู้ด้านการขาย ทักษะความต้องการขาย และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ สามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการทำงานด้านการจัดเอกสารการขายของพนักงานขายรถยนต์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยสามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการทำงานด้านการจัดเอกสารการขายของพนักงานขายรถยนต์ได้ร้อยละ 32.60 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุเท่ากับ .590

8.3 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุงาน ความรู้ด้านการขาย ทักษะคิดต้องงานขาย และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ สามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการทำงานด้านพฤติกรรมทั่วไปของพนักงานขายรถยนต์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยสามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการทำงานด้านพฤติกรรมทั่วไปของพนักงานขายรถยนต์ได้ร้อยละ 57.60 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุเท่ากับ .768

8.4 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุงาน ความรู้ด้านการขาย ทักษะคิดต้องงานขาย และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ สามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการทำงานโดยรวมของพนักงานขายรถยนต์ได้อย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยสามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการทำงานโดยรวมของพนักงานขายรถยนต์ได้ร้อยละ 63 และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุเท่ากับ .801

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ผู้วิจัยขอเสนอแนะความคิดเห็นที่ได้จากผลการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์

เมื่อพิจารณาจากผลการศึกษาพบว่าพนักงานขายรถยนต์ส่วนใหญ่ มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์อยู่ในระดับสูง และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์เป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถร่วมทำนายพฤติกรรมการทำงานของพนักงานขายรถยนต์ได้ในทุกด้าน งานขายนั้นต้องการคนที่สำนึกในคุณค่าของงาน มีความมุ่งมั่น และปฏิบัติงานอย่างละเอียดรอบคอบ จึงจะได้รับความไว้วางใจจากลูกค้าและสามารถขายสินค้าได้ พนักงานขายรถยนต์ต้องทำบัญชีตรวจสอบจำนวนสินค้าและใบเสร็จรับเงินเพื่อคอยอดขาย และบันทึกว่าได้ขายรถยนต์รุ่นอะไรไป จำนวนเท่าไร สีอะไร พนักงานขายรถยนต์ต้องมีความ พากเพียรและความอดทนอดกลั้น สามารถปรับตัวดีได้กับสถานการณ์ทุกรูปแบบ จะเห็นได้ว่าลักษณะของบุคคลที่เหมาะสมกับอาชีพพนักงานขายรถยนต์ของบริษัทนั้น จะต้องเป็นบุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์อยู่ในระดับสูง บริษัทจึงควรกำหนดวิธีการในการสร้างและรักษาระดับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของพนักงานขายรถยนต์ให้อยู่ในระดับสูงเช่นนี้ต่อไป แต่เนื่องจากลักษณะของระบบการสร้างแรงจูงใจของบริษัทนั้น มุ่งเน้นให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงในหมู่พนักงานขายรถยนต์ และเน้นการวัดผลจากจำนวน

ยอดขายที่พนักงานขายรถยนต์ต้องทำให้ได้ตามเป้าหมายอย่างต่อเนื่องเท่านั้น ส่งผลให้พนักงานขาย
 ละเอียดการทำงานอย่างมีจริยธรรม เกิดการทะเลาะกันระหว่างพนักงานขายรถยนต์เพื่อแย่งลูกค้า และ
 พบว่ามีพนักงานขายรถยนต์ทำการการคดโกง (Corruption) ต่อบริษัท เกิดขึ้นบ่อยครั้งด้วย ดังนั้น
 ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะให้บริษัททำการปรับปรุงระบบการสร้างแรงจูงใจ โดยเพิ่มเติมข้อกำหนดการ
 วัดผลด้านจริยธรรมและการมีความสามัคคีเข้ามาเพื่อให้เกิดสมดุลในหมู่พนักงานขายรถยนต์ บริษัท
 ควรนำระบบการบริหารตามเป้าหมาย (Management by Objectives) มาใช้ เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้
 พนักงานขายรถยนต์ได้มีส่วนร่วมในการตั้งเป้าหมายการดำเนินงานร่วมกันกับฝ่ายบริหาร การได้รับรู้
 ความคาดหวังของผู้บังคับบัญชา ผู้บริหาร และองค์กรอย่างชัดเจน จะช่วยให้พนักงานขายรถยนต์
 ผูกพันกับเป้าหมายที่ตนมีส่วนร่วมในการสร้างขึ้น และจะมุ่งมั่นทำให้สำเร็จด้วยดี พนักงานขาย
 รถยนต์จะอุทิศตน และทุ่มเทกับงานที่ตนได้มีส่วนร่วมวางเป้าหมายไว้ รวมทั้งควรจัดระบบการกำหนด
 ความก้าวหน้าในสายอาชีพ (Career Path) ซึ่งคือ การกำหนดความก้าวหน้าตามวิชาชีพของแต่ละ
 บุคคล โดยมีการกำหนดคุณสมบัติชัดเจนในแต่ละชั้น ตำแหน่ง ยกตัวอย่างเช่น ต้องมีผลการปฏิบัติงาน
 ในระดับดีมากติดต่อกัน 3 ปี จบการการศึกษา ระดับปริญญาตรี มีทักษะภาษาอังกฤษในระดับดี
 มีประวัติการเงินดี ไม่เคยได้รับคำร้องเรียนจากลูกค้า ทำยอดขายได้ตามเป้าหมายที่บริษัทกำหนด
 อย่างต่อเนื่อง ผ่านการฝึกอบรมหลักสูตรต่างๆ ตามที่บริษัทกำหนด และได้รับการยอมรับจากเพื่อน
 ร่วมงานทุกฝ่าย จึงจะสามารถเลื่อนขึ้นจากพนักงานขายรถยนต์มาเป็นหัวหน้าพนักงานขายรถยนต์
 ได้ และกำหนดคุณสมบัติที่ชัดเจนในขั้น ตำแหน่งที่สูงขึ้นต่อไป จากหัวหน้าพนักงานขายรถยนต์
 ต้องมีคุณสมบัติใดบ้าง จึงจะได้รับการเลื่อนตำแหน่งเป็นผู้จัดการฝ่ายขาย และผู้จัดการสาขา ตามลำดับ
 เพื่อสร้างแรงจูงใจที่ดีให้เกิดขึ้นในหมู่พนักงานขายรถยนต์ต่อไป

ความรู้ด้านการขาย

จากการวิจัยนี้พบว่า พนักงานขายรถยนต์ส่วนใหญ่มีความรู้ด้านการขายโดยรวม อยู่ในระดับดี
 ความรู้ด้านการขายนั้น เป็นอีกปัจจัยหนึ่งซึ่งสามารถที่จะร่วมทำนายพฤติกรรมการทำงานของ
 พนักงานขายรถยนต์ได้ในทุกด้าน บริษัทควรกำหนดมาตรการที่จะรักษาระดับความรู้ของพนักงาน
 ขายรถยนต์ไว้ รวมทั้งสร้างเสริมให้พนักงานขายรถยนต์มีความรู้ที่กว้างขวางยิ่งขึ้นอีก ปัจจุบันนี้
 การฝึกอบรมของบริษัทได้มุ่งเน้นเพียงการให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการขายเท่านั้น ทำให้พนักงานขาย
 รถยนต์ขาดคุณสมบัติด้านอื่นๆ เช่น การมีจริยธรรมในการทำงาน การมีทัศนคติที่ดีต่องานขายและ
 องค์กร การดำรงตนในฐานะพนักงานที่ดีของบริษัท การมีความสามัคคีกันในกลุ่มของตน และทักษะ
 ภาษาอังกฤษ บริษัทจึงควรจัดการฝึกอบรมให้ครอบคลุมความรู้ทุกด้าน รวมถึงการให้ความรู้เรื่อง

ระบบงานของฝ่ายอื่นๆ และธุรกิจของบริษัทในภาพรวม เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมให้แก่พนักงานขายรถยนต์ในการปรับเปลี่ยนไปทำงานในตำแหน่งอื่น หรือในการก้าวไปสู่ตำแหน่งใหม่ที่สูงขึ้น การมีบุคลากรที่มีความสามารถครบถ้วนทุกด้านอยู่ในองค์กรเอง จะส่งผลดีต่อบริษัทในการจัดการระบบทรัพยากรบุคคล ทำให้มีจำนวนพนักงานที่มีความพร้อมอยู่ในกิจการของบริษัทตลอดเวลาที่จะทดแทนคนที่ลาออกจากบริษัทไปหรือเพื่อปรับเปลี่ยนไปสู่ตำแหน่งที่ต้องมีภาระหน้าที่รับผิดชอบที่สูงขึ้น บริษัทควรทำการสำรวจความต้องการด้านการฝึกอบรม โดยวัดจากพนักงานขายรถยนต์เองโดยตรง เพราะขณะนี้ข้อมูลที่ใช้ในการวางแผนนโยบายการฝึกอบรมนั้นได้มาจากการประเมินผลการปฏิบัติงานซึ่งเป็นการให้ข้อมูลจากผู้จัดการฝ่ายขายแต่เพียงฝ่ายเดียว เป็นการกำหนดนโยบายโดยพนักงานขายรถยนต์ไม่มีส่วนร่วม และทำให้องค์การไม่ได้รับข้อมูลจากพนักงานขายรถยนต์โดยตรง

ทัศนคติต่องานขาย

เมื่อพิจารณาจากผลการศึกษาพบว่า พนักงานขายรถยนต์มากกว่าครึ่ง มีทัศนคติต่องานขายอยู่ในระดับปานกลาง และทัศนคติต่องานขายนั้น เป็นตัวแปรหนึ่งที่สามารถร่วมทำนายพฤติกรรมการทำงานของพนักงานขายรถยนต์ได้ในทุกด้าน โดยมีอิทธิพลเชิงลบกับพฤติกรรมการทำงานทุกด้านของพนักงานขายรถยนต์ด้วย เนื่องจากพนักงานขายรถยนต์พบว่า การขายเป็นอาชีพที่ไม่มีความมั่นคงทางการเงินแต่มีค่าใช้จ่ายทางสังคมสูง ได้แก่ ค่าโทรศัพท์ และค่าเดินทาง มีเวลาการทำงานไม่แน่นอนทำให้เกิดปัญหากับครอบครัว เป็นอาชีพไม่มีเกียรติเพราะต้องคอยเอาใจลูกค้าอยู่ตลอดเวลา ได้รับความกดดันสูงจากทั้งบริษัท ลูกค้า และครอบครัว ทำให้เกิดปัญหาสุขภาพเพราะพักผ่อนน้อย ไม่ได้รับประทานอาหารตรงเวลาและไม่เคยได้ออกกำลังกาย แต่เนื่องจากค่าตอบแทนและรางวัลสูงจูงใจที่พนักงานขายรถยนต์ได้รับ และสิทธิพิเศษต่างๆ ในการปฏิบัติงานที่มีความยืดหยุ่นสูง การที่พนักงานขายรถยนต์สามารถจัดเวลาการทำงานของตนเองได้ ไม่ต้องตอกบัตรเข้าทำงาน ไม่มีการกำหนดเวลาเข้าหรือเลิกงาน เมื่อพนักงานขายรถยนต์ทำจำนวนยอดขายได้ตามเป้าหมายที่บริษัทกำหนดแม้ขาดงานเป็นเวลาหลายวัน แต่ผู้จัดการฝ่ายขายกลับละเลย ไม่แสดงความสนใจที่จะติดตามหาสาเหตุการขาดงานและติดตามตัวพนักงานขายรถยนต์มาลงโทษ เพราะถือว่าพนักงานขายรถยนต์ทำงานบรรลุวัตถุประสงค์แล้ว และหากมีงานเอกสารค้างอยู่ ผู้จัดการฝ่ายขายจะขอให้ฝ่ายบัญชีดำเนินการจัดการให้อีกด้วย ทำให้ฝ่ายงานอื่นไม่พอใจ เกิดการแบ่งแยกและการเกี่ยงงานในองค์กร ในขณะที่พนักงานขายรถยนต์ได้รับความพึงพอใจอย่างมากต่อการตอบสนองขององค์กรต่อลักษณะการทำงานที่มีเอกลักษณ์ของตน แม้จะมีทัศนคติในระดับปานกลางแต่พนักงานขายรถยนต์กลับสร้างพฤติกรรมการทำงานที่ดีได้ แสดงให้เห็นว่าบริษัทควรเร่งปรับปรุงการบริหารงานด้านการฝึกอบรม

เพื่อพัฒนาให้พนักงานขายรถยนต์มีทัศนคติในระดับที่ดีขึ้น โดยจัดการสำรวจความพึงพอใจในการทำงาน (Employee Satisfaction Survey) เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงระดับทัศนคติต่องานขายที่ดีขึ้นในหมู่พนักงาน รวมทั้งควรเร่งพัฒนาระบบทรัพยากรบุคคลด้านแรงงานสัมพันธ์ โดยจัดช่องทางรับข้อมูลความคิดเห็นจากพนักงานทุกฝ่ายโดยตรง เพื่อจัดปัญหาการแตกแยกในหมู่พนักงานซึ่งกำลังก่อตัวขึ้น

อายุนาน

จากการวิจัยนี้พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุนาน สามารถที่จะร่วมทำนายพฤติกรรมการทำงานของพนักงานขายรถยนต์ได้ 3 ด้าน คือ พฤติกรรมการทำงานด้านการจัดการเอกสารการขาย ด้านพฤติกรรมทั่วไป และด้านพฤติกรรมการทำงานโดยรวม โดยมีอิทธิพลเชิงลบต่อพฤติกรรมการทำงานด้านทั้ง 3 ด้านของพนักงานขายรถยนต์ด้วย หรืออาจกล่าวได้ว่า พนักงานขายรถยนต์ที่มีอายุนานมากไม่กระตือรือร้นที่จะปฏิบัติงานและให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า ไม่แสวงหาลูกค้ามุ่งหวังใหม่ ต้องการเพียงรักษาลูกค้าเดิมของตนไว้ และใช้เวลาการทำงานไปในการหางานใหม่ บริษัทควรทบทวนนโยบายการสร้างแรงจูงใจในส่วนการจ่ายเงินเดือน ที่จ่ายในอัตราเท่ากันทุกคน ถึงแม้จะมีอายุนานแตกต่างกัน ซึ่งทำให้เกิดผลกระทบที่ไม่ดีต่อพนักงานขายรถยนต์ที่มีอายุนานมาก หากไม่ต้องการเพิ่มต้นทุนด้านเงินเดือน บริษัทอาจสร้างระบบค่าตอบแทนพนักงานขายรถยนต์ที่มีอายุนานมาก โดยการจัดสวัสดิการในด้านการประกันชีวิตและสุขภาพ หรือกองทุนเงินออมหลังการเกษียณ เพื่อเป็นการพัฒนาแรงจูงใจที่ดีให้แก่พนักงานขายรถยนต์ที่มีอายุนานมาก ทั้งนี้ จะต้องพิจารณาจากผลการปฏิบัติงานและพฤติกรรมการทำงานเป็นสำคัญ

พฤติกรรมการทำงาน

จากผลการวิจัยพบว่า พนักงานขายรถยนต์มีพฤติกรรมการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีพฤติกรรมการทำงานด้านการขายและการให้บริการ ด้านการจัดเอกสารการขาย และรวมถึงด้านพฤติกรรมทั่วไปอยู่ในระดับดีทั้งสิ้น นับเป็นสิ่งที่ดีอยู่แล้วและบริษัทควรรักษาไว้ แต่เป็นที่น่าเสียดายว่า องค์การไม่ได้ให้ความสำคัญอย่างจริงจังกับระดับคุณภาพการแสดงผลพฤติกรรมการทำงานด้านต่างๆ ดังกล่าว แต่มุ่งเน้นเพียงการวัดผลจากจำนวนยอดขายสินค้าเท่านั้นเป็นเกณฑ์ในการกำหนดค่าตอบแทนและรางวัลในระบบการสร้างแรงจูงใจของบริษัทแก่พนักงานขายรถยนต์ เพราะในฐานะบริษัทที่เป็น

องค์การที่จัดตั้งขึ้นเพื่อแสวงหาผลกำไรและยังอยู่ในระยะแรกเริ่มของการก่อตั้งกิจการ ยอดขายจึงเป็นปัจจัยอันสำคัญยิ่งต่อการอยู่รอดของบริษัท แต่การปฏิบัติดังกล่าวของบริษัทในระยะยาวอาจส่งผลเสียต่อองค์การเอง เพราะเป็นการสร้างแรงกดดันให้พนักงานขายรถยนต์ต้องทำทุกวิถีทางเพื่อให้ตนขายสินค้าได้ตามจำนวนเป้าหมาย เพื่อให้ได้ยอดขายตามที่บริษัทต้องการเพื่อความอยู่รอดของตนด้วย ทำให้พนักงานขายรถยนต์ละเลยคุณภาพในการแสดงพฤติกรรมการทำงาน เพราะบริษัทเองไม่ได้ให้ความสำคัญต่อเรื่องดังกล่าวเท่าที่ควร ดังนั้นองค์การจึงควรให้ความสำคัญและหาวิธีบริหารจัดการเพื่อให้พนักงานขายรถยนต์รักษาระดับคุณภาพพฤติกรรมการทำงานให้อยู่ในระดับที่ดีเช่นนี้หรือดียิ่งๆ ขึ้นไปอีก โดยเพิ่มระดับคุณภาพการแสดงพฤติกรรมการทำงานด้านต่างๆ เข้าไปเป็นเกณฑ์ในการกำหนดค่าตอบแทนและรางวัลในระบบการสร้างแรงจูงใจของบริษัทด้วย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้ผลการวิจัยในครั้งนี้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างกว้างขวางมากขึ้น ผู้วิจัยใคร่ขอเสนอแนะความคิดเห็นเพื่อการวิจัยในครั้งต่อไป ดังนี้

1. ควรมีการศึกษาพฤติกรรมการทำงาน of พนักงานขายรถยนต์ โดยวัดการรับรู้จากพนักงานในฝ่ายอื่น ผู้บังคับบัญชาและลูกค้า นำมาเปรียบเทียบกับ การรับรู้ของพนักงานขายรถยนต์ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาพฤติกรรมการทำงาน of พนักงานขายรถยนต์ต่อไป
2. ศึกษาตัวแปรด้านอื่นๆ ที่คาดว่าจะสามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการทำงาน of พนักงานได้ เช่น ภาวะผู้นำขององค์การ จริยธรรมในการทำงาน ความพึงพอใจในการทำงาน คุณภาพชีวิตในการทำงาน บรรยากาศขององค์การ ความเครียดในการทำงาน เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการวางแผนนโยบายด้านทรัพยากรบุคคล
3. ควรศึกษาเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มประชากรที่มีตำแหน่งการทำงานที่แตกต่างกันจากกลุ่มประชากรที่ทำการศึกษา เช่น ฝ่ายจัดส่งสินค้า ฝ่ายบัญชีและการเงิน ฝ่ายทรัพยากรบุคคล ฝ่ายบริการซ่อมรถยนต์ เพื่อนำผลมาเปรียบเทียบว่าสอดคล้องหรือแตกต่างกันอย่างไร

4. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกรณีองค์การเกี่ยวกับธุรกิจการขายรถยนต์ ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไป ควรจะทำการศึกษาพฤติกรรมการทำงานของพนักงานขายในกลุ่มธุรกิจอื่นๆ เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาเปรียบเทียบว่าสอดคล้องหรือแตกต่างกันอย่างไรระหว่างธุรกิจแต่ละประเภท

เอกสารและสิ่งอ้างอิง

กมลรัตน์ ทองสว่าง. 2546. ปัจจัยทางชีวสังคมและจิตลักษณะบางประการที่เกี่ยวข้องกับ

พฤติกรรมการทำงานของพยาบาลโรงพยาบาลแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร.

วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาพัฒนาการ, มหาวิทยาลัย

ศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

กรองแก้ว อยู่สุข. 2537. พฤติกรรมองค์การ. กรุงเทพมหานคร: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กาญจนา คำสุวรรณ และ นิตยา เสาร์มณี. 2521. จิตวิทยาเบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร:

สำนักพิมพ์การเวก.

จุฑารัตน์ เอื้ออำนวย. 2549. จิตวิทยาสังคม. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: บริษัท แอคทีฟ

พริ้นท์ จำกัด.

เชิดศักดิ์ โฉวาสินธุ์. 2520. การวัดทัศนคติและบุคลิกภาพ. กรุงเทพมหานคร: สำนักทดสอบ

ทางการศึกษาและจิตวิทยา, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

ชวาล แพร่ตกุล. 2526. เทคนิคการเขียนข้อทดสอบ. กรุงเทพมหานคร: บริษัทโรงพิมพ์

ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.

ชำนาญ ทองทิพย์. 2542. ผลการฝึกอบรมหลักสูตรศิลปะการขายที่มีผลต่อความรู้ที่จำเป็น

ในการ ขายและพฤติกรรมในการทำงานของพนักงานขายบริษัทรองเท้าบาจาแห่ง

ประเทศไทย จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขา

จิตวิทยาอุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ชูชัย สมิทธิไกร. 2540. การฝึกอบรมบุคลากรในองค์การ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์

แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชลิดา พันธุ์กระวี. 2548. การใช้สิทธิพิเศษทางภาษีอากรกับข้อตกลงเขตการค้าเสรี.

วารสารสมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย. 4 (เมษายน 2548): 2.

ทวีศักดิ์ สุวคนธ์. 2546. บริหารงานขาย. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด.

ธงชัย สันติวงษ์. 2539. การบริหารงานบุคคล. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพมหานคร: บริษัทโรงพิมพ์
ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.

บุญชม ศรีสะอาด. 2535. การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. 2535. ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 6.
กรุงเทพมหานคร: บี บี พับลิชชิ่ง.

ประภาเพ็ญ สุวรรณ. 2526. ทศนคติ: การจัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย.
กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.

ปราณี ภักดีไพบูลย์ผล. 2540. ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ กับ
ผลการปฏิบัติงานของหัวหน้าระดับต้นในโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์.
วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรม,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สุสติ ธนากรนิธิกุล. 2541. ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจในกฎระเบียบและข้อบังคับ
ขององค์การกับพฤติกรรมการทำงานของพนักงาน: ศึกษาเฉพาะกรณีบริษัทโมเดอร์น
เทคโนโลยี จำกัด. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.

ไพศาล หวังพานิช. 2526. การวัดผลการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: บริษัทโรงพิมพ์
ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.

พยอม วงศ์สารศรี. 2531. จิตวิทยาการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์เศรษฐี.

พรรณราย ทรัพย์ะประภา. 2529. จิตวิทยาอุตสาหกรรม. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ โอเดียนสโตร์.

โยธิน ศันสนยุทธ และ จุมพล พูลภัทรชีวิน. 2524. จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.

รัตติกรณ์ จงวิศาล. 2544. เอกสารประกอบการสอนวิชาการทดสอบทางจิตวิทยาในวงการ อุตสาหกรรม. ภาควิชาจิตวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (อัดสำเนา)

ราชบัณฑิตยสถาน. 2525. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์อักษรเจริญทัศน์.

วีระจรรอง รัตนวิไลสกุล. 2540. มนุษย์สัมพันธ์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: สถาบัน เทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

ลัดดา กิติวิภาต. 2526. ทักษะจิตทางสังคมเบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร: แสงจันทร์การพิมพ์.

วิกรณ์ รุจิวัชรโอฬาร. 2544. ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ความเชื่ออำนาจในตน กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานช่างซ่อมบำรุงอากาศยาน ฝ่ายช่าง (ท่าอากาศยาน กรุงเทพฯ) บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วิภาวี ส้มเนตร. 2546. ทักษะที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงาน: กรณีศึกษาบริษัท เนวรัตน์ พัฒนาการ จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

วีระชัย บุญจูนาค. 2542. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่องค์การคำรุธา. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์.

วุฒิสกดิ์ รองเมือง. 2544. ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ ค่านิยมในวิถีปฏิบัติและพฤติกรรม
การทำงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจสายตรวจในจังหวัดขอนแก่น.

วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาการศึกษา, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ศุภกนิษฐ์ พลไพรินทร์. 2540. ความรู้ ทัศนคติเกี่ยวกับโรคเอดส์ และพฤติกรรมของพยาบาล
ที่ปฏิบัติงานในแผนกผู้ป่วยโรคเอดส์ในโรงพยาบาลรัฐ. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร
มหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ศิริพร ประโยค. 2542. ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบห้าประการของบุคลิกภาพ แรงจูงใจ
ใฝ่สัมฤทธิ์กับผลการปฏิบัติงานของหัวหน้างานระดับกลาง ในโรงงานอุตสาหกรรม
อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษา: บริษัทรีท-ไทร์ (ประเทศไทย) จำกัด. วิทยานิพนธ์
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ส. วาสนา ประवालพฤษย์. 2524. ทัศนคติในแง่จิตวิทยา. วารสารวัดผลการศึกษา.
2 (กันยายน-ธันวาคม 2524): 5.

สงวนศรี วิรัชชัย. 2527. จิตวิทยาสังคมเพื่อการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ศึกษาพร จำกัด.

สมพงษ์ เกษมสิน. 2526. การบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์
ไทยวัฒนาพานิช.

สร้อยตระกูล (ดิยานนท์) อรรถมานะ. 2542. พฤติกรรมองค์การ: ทฤษฎีและการประยุกต์ใช้.
พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สิริอร จำปาทอง และคณะ. 2548. จิตวิทยาธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ชรรมสาร จำกัด.

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. 2540. ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 10.
กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์เลี่ยมเชียง.

สุปัญญา ไชยชาญ. 2546. การบริหารการขาย. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพมหานคร: บริษัท พี.เอ. ลีฟวิ่ง จำกัด.

อนันต์ ศรีโสภณ. 2527. หลักการวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ ไทยวัฒนาพานิช.

อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง. 2543. ธุรกิจระหว่างประเทศ. กรุงเทพมหานคร: บริษัทธนรัชการพิมพ์ จำกัด.

อัญญา พันธุ์อรุณ. 2546. ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานของมัคคุเทศก์ที่จดทะเบียนในเขตกรุงเทพมหานคร ณ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

อัมพิกา ไกรฤทธิ. 2532. มนุษย์สัมพันธ์ในโรงงานอุตสาหกรรม. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด.

อาภัสรา วงศ์สัมพันธ์ชัย. 2538. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานอนามัยแม่และเด็กของเจ้าหน้าที่สาธารณสุขระดับตำบลในจังหวัดบุรีรัมย์. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการเจริญพันธุ์และวางแผนประชากร, มหาวิทยาลัยมหิดล.

อาริดา ล้วนตร. 2539. การศึกษาแรงจูงใจและพฤติกรรมการทำงานของผู้นำระดับกลางในโรงงานผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อารี เพชรผด. 2537. จิตวิทยาอุตสาหกรรม. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เนติกุลการพิมพ์ จำกัด.

อิสริยา สดมณี. 2546. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานของตำรวจท่องเที่ยวในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

- Allport, G. 1953. **Handbook of Social Psychology**. Worcester: Clark University Press.
- Anderson, J. K. 1983. A Spreading Activation Theory of Memory. **Journal of Verbal Hearing and Verbal Behavior**. 22 (February 1983): 261-295.
- Atkinson, J. W. 1974. **Motivation and Achievement**. Washington D.C.: V.H. Winston and Sons.
- Austin, H. S. 1986. Associations of Student Characteristics to Measures of Introductory Pascal Computer Programming Achievement for Suburban Community College Students. **Dissertation Abstracts International**. 47 (March 1986): 47/03A.
- Beck, R. C. 1990. **Motivation Theories and Principles**. 3rd ed. New Jersey: Prentice-Hall.
- Bloom, M. 1969. **Successful Programs and Practices for Counseling the College-Bound Student**. New York: Prentice-Hall.
- Crowe, W. R. 1990. Motivation Factors Influencing Community College Leader: A Study of Selected Chief Executive Officers. **Dissertation Abstracts International**. 51 (December 1990): 1844-A.
- Fishback, P. D. 1992. The Relationship between Selected Demographic Factors and Personal Characteristics and Skill Dimension Scores of Participants in an Assessment Center. **Dissertation Abstracts International**. 53 (October 1992): 1001.
- Fishbein, M. and I. Ajzen. 1975. **Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research**. Reading Mass: Addison-Wesley.
- Gilmer, B. and L. Edward. 1977. **Industrial and Organizational Psychology**. 4th ed. New York: Magraw-Hill.

- Jackson, R. W. and R. D. Hisrich. 1996. **Sales and Sales Management**. New Jersey: Prentice-Hall.
- Krahe, M. J. 1991. An Analysis of Achievement Motivates, Skills, and Values and Their Effect of Managerial Performance. **Dissertation Abstracts International**. 52 (September 1991): 823-A.
- Lamont, L. M. and W. J. Lundstrom. 1977. Identifying Successful Industrial Salesmen by Personality and Personal Characteristics. **Journal of Marketing Research**. 14 (November 1977): 517-529.
- Leavitt, H. J. 1964. **Managerial Psychology**. 2nded. Chicago: The University of Chicago Press.
- Louis, P. P. 1999. **The Theory of Knowledge: Classical and Contemporary Reading**. 2nded. Belmont California: Wadsworth Pub.
- Lussier, R. N. and C. F. Achua. 2001. **Leadership Theory Application Skill Development**. Ohio: South-Western College Publishing.
- McClelland, D. C. 1961. **The Achieving Society**. Princeton: Van Nostrand.
- Murray, E. J. 1964. **Motivation and Emotion**. New York: Prentice-Hall.
- Smith, C. P. 1992. **Motivation and Personality: Handbook of Thematic Content Analysis**. New York: Cambridge University Press.
- Spence, J. T and R. L. Helmreich. 1983. Achievement-Related Motives and Behavior. In J. T. Spence (ed.). **Perspectives on Achievement and Achievement Motivation: Psychological and Sociological Approaches**. San Francisco: Freeman.

Veroff, S., C. Depner, R. Kulka and E. Douvan. 1980. Comparison of American Motives: 1957.

Journal of Personality and Social Psychology. 39 (November 1980): 1249-1262.

Yamane, T. 1967. **Statistics: An Introductory Analysis.** New York: Harper and Row.

Zimbardo, P. G. 1977. **Influencing Attitudes and Changing Behavior: An Introduction**

Method, Theory and Applications of Social Control and Personal Power.

New York: Addison-Wesley.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความหรือเติมข้อความลงในช่องว่าง
ตามความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

() หญิง

() ชาย

2. ขณะนี้ท่านอายุ _____ ปี _____ เดือน

3. ระดับการศึกษาสูงสุด _____

4. ระยะเวลาที่ท่านทำงานกับบริษัทนี้รวม _____ ปี _____ เดือน

5. รายได้ทั้งหมดที่ได้รับจากบริษัทต่อเดือน _____ บาท

ตอนที่ 2 ความรู้ด้านการขาย

คำชี้แจง แบบสอบถามในตอนนี้มีทั้งหมด 20 ข้อ ใช้เวลาในการทำ 30 นาที ให้วงกลมล้อมรอบตัวเลือกที่ถูกต้องที่สุดเพียงตัวเลือกเดียว

1. สำนักงานใหญ่ (Head Quarter) ในต่างประเทศของบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ที่ท่านทำงานอยู่ขณะนี้ ได้ดำเนินกิจการมาจนถึงปี พ.ศ. 2550 รวมเป็นเวลากี่ปี
 - ก. 94 ปี
 - ข. 95 ปี
 - ค. 96 ปี
 - ง. 97 ปี
2. บริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ที่ท่านทำงานอยู่ขณะนี้ เริ่มดำเนินกิจการในประเทศไทยในปีใด
 - ก. พ.ศ. 2541
 - ข. พ.ศ. 2542
 - ค. พ.ศ. 2543
 - ง. พ.ศ. 2544
3. ลักษณะการดำเนินธุรกิจของบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์แห่งนี้เป็นข้อใด
 - ก. เป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายรถยนต์
 - ข. เป็นผู้จัดจำหน่ายรถยนต์และศูนย์บริการอย่างเป็นทางการ
 - ค. เป็นผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายรถยนต์
 - ง. เป็นศูนย์บริการซ่อมและล้างทำความสะอาดรถยนต์
4. สิ่งใดไม่จัดอยู่ใน Sales Kits
 - ก. รายนามผู้บริหารและประวัติย่อของบริษัท
 - ข. ข้อมูลราคารถยนต์
 - ค. เครื่องคิดเลข
 - ง. ใบโฆษณารายการส่งเสริมการขายพิเศษ

5. เมื่อปฏิบัติงานพนักงานขายควรแต่งกายอย่างไร
 - ก. สวมเครื่องแบบตามที่กำหนด
 - ข. แต่งกายโก้หรูเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ
 - ค. ไม่สวมรองเท้าแตะ
 - ง. ตกแต่งร่างกายด้วยเครื่องประดับอัญมณีเพื่อสร้างความประทับใจ

6. ข้อใดคือความหมายของลูกค้ำมุงหวังที่มีสถานภาพ Warm Prospect
 - ก. ลูกค้ำมุงหวังที่คาดว่าจะซื้อรถยนต์ภายใน 1 สัปดาห์
 - ข. ลูกค้ำมุงหวังที่คาดว่าจะซื้อรถยนต์ภายใน 1 เดือน
 - ค. ลูกค้ำมุงหวังที่คาดว่าจะซื้อรถยนต์ภายใน 3 เดือน
 - ง. ลูกค้ำมุงหวังที่คาดว่าจะซื้อรถยนต์ภายใน 3 เดือนขึ้นไป

7. ข้อใดคือลำดับที่ถูกต้องของกิจกรรมการขายตามคู่มือบริษัท
 - ก. นำเสนอเงื่อนไขการขาย-การสาธิตรถยนต์-การทดสอบขับ-การตกลงเงื่อนไขการขาย- การแลกซื้อรถยนต์เก่า
 - ข. นำเสนอเงื่อนไขการขาย-การตกลงเงื่อนไขการขาย-การแลกซื้อรถยนต์เก่า-การสาธิตรถยนต์-การทดสอบขับ
 - ค. การสาธิตรถยนต์-นำเสนอเงื่อนไขการขาย-การตกลงเงื่อนไขการขาย-การทดสอบขับ-การแลกซื้อรถยนต์เก่า
 - ง. การสาธิตรถยนต์-นำเสนอเงื่อนไขการขาย-การแลกซื้อรถยนต์เก่า-การทดสอบขับ-การตกลงเงื่อนไขการขาย

8. ข้อใดคือข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของลูกค้ำมุงหวัง
 - ก. ประเภทของผู้ติดต่อ (เป็นผู้ซื้อ / เป็นเจ้าของเอง / เป็นผู้ใช้)
 - ข. สาเหตุที่ลูกค้ำสนใจรถยนต์ยี่ห้อนี้หรือรุ่นนี้
 - ค. สิ่งที่สามารถเข้าถึงลูกค้ำได้
 - ง. ข้อมูลการท่องเที่ยว

9. ข้อใดคือข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์ลูกค้ามุ่งหวัง
 - ก. รายละเอียดรถยนต์ที่ลูกค้าใช้อยู่
 - ข. ลักษณะการใช้รถ(ส่วนตัวหรือนำไปใช้งาน)
 - ค. งานอดิเรกที่สนใจ
 - ง. ข้อมูลส่วนตัว เช่น อาชีพ รายได้ ฯลฯ

10. ข้อใดไม่ใช่วิธีการต้อนรับลูกค้าที่ถูกต้อง
 - ก. พนักงานขายควรทักทายลูกค้าในนาทีแรกที่ลูกค้าเข้ามาในโชว์รูม
 - ข. พนักงานขายควรปล่อยให้ลูกค้าเดินดูสินค้าด้วยตนเอง ไม่ติดตามใกล้ชิด เพราะจะสร้าง ความรำคาญ
 - ค. ทักทายลูกค้าด้วยรอยยิ้มเมื่อเดินผ่านลูกค้าไม่ว่าจะเป็นลูกค้าของเราหรือพนักงานขายคนอื่น
 - ง. เป็นผู้ฟังที่ดี รับฟังความคิดเห็นของลูกค้าอย่างตั้งใจ

11. ขณะกำลังต้อนรับลูกค้าพนักงานควรจัดการกับโทรศัพท์มือถืออย่างไร
 - ก. ปิดเครื่องโทรศัพท์มือถือ
 - ข. ปรับโทรศัพท์มือถือเป็นระบบสั่นหรือระบบไร้เสียง
 - ค. เปิดเสียงไว้ตามปกติเพื่อจะได้ไม่พลาดการติดต่อจากลูกค้ารายอื่นๆ
 - ง. เปิดเสียงไว้ตามปกติแต่ฝากไว้กับเพื่อนเพื่อจะได้ไม่พลาดการติดต่อจากลูกค้ารายอื่นๆ

12. การตั้งคำถามเพื่อค้นหาความต้องการของลูกค้าควรมีลักษณะอย่างไร
 - ก. ตั้งใจจะซื้อหรือเปลี่ยนรถเมื่อไหร่
 - ข. ต้องการใช้รถประเภทใด
 - ค. ต้องการซื้อรถยี่ห้อใด
 - ง. ถูกทุกข้อ

13. การสาธิต 6 จุดคือข้อใด

- ก. รูปลักษณ์ด้านหน้า-ระบบเครื่องยนต์-ที่นั่งคนขับ-เครื่องเสียง-การตกแต่งภายใน-ห้องเก็บสัมภาระ
- ข. รูปลักษณ์ด้านหน้า-ระบบเครื่องยนต์-ที่นั่งคนขับ-ภายในห้องโดยสาร-การตกแต่งภายใน-ห้องเก็บสัมภาระ
- ค. รูปลักษณ์ด้านหน้า-ระบบเครื่องยนต์-ที่นั่งคนขับ-ภายในห้องโดยสาร-ระบบกันขโมย-ห้องเก็บสัมภาระ
- ง. สมรรถนะของเครื่องยนต์-ระบบเครื่องยนต์-ที่นั่งคนขับ-ภายในห้องโดยสาร-การตกแต่งภายใน-ห้องเก็บสัมภาระ

14. ข้อใดไม่ควรใช้เป็นรายการอ้างอิงในการเสนอขายรถยนต์

- ก. รายงานผลสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า
- ข. ข้อมูลและประวัติของพนักงานขายรถยนต์
- ค. ประวัติการบริการของแผนกบริการ
- ง. เอกสารประกอบราคาของกลุ่มแข่ง

15. เพราะเหตุใดบริษัทจึงต้องการให้ลูกค้าทดสอบขับรถยนต์

- ก. เพื่อตอบสนองต่อความต้องการขอทดลองขับของลูกค้า
- ข. สร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้าในคุณภาพและสมรรถนะของรถยนต์
- ค. สร้างความภูมิใจแก่ลูกค้าที่ได้ขับรถยนต์ใหม่
- ง. ให้ลูกค้าคุ้นชินกับเครื่องยนต์

16. ข้อใดไม่ใช่การจัดเตรียมเพื่อให้ลูกค้าทดลองขับ

- ก. รถยนต์ต้องอยู่ในสภาพสมบูรณ์พร้อมทดลองขับ
- ข. มีน้ำมันเชื้อเพลิงในปริมาณที่เหมาะสม
- ค. กำหนดแผนที่เส้นทางในการขับ
- ง. จัดเตรียมคนขับรถไว้ให้ลูกค้า

17. ข้อใดไม่ใช่แนวทางในการเจรจาปิดการขาย
 - ก. ตรวจสอบจำนวนสต็อกครรถ (Car Stock) และวิเคราะห์กำไรขาดทุน
 - ข. เสนอราคาพร้อมทั้งเงื่อนไขการขาย
 - ค. ทบทวนข้อเสนอและเงื่อนไขการขาย
 - ง. เข้าใจข้อมูลในการนำเสนออย่างครบถ้วน

18. เมื่อลูกค้าตัดสินใจซื้อรถยนต์ พนักงานขายจะต้องดำเนินการตามข้อใด
 - ก. ตรวจสอบจำนวนสต็อกครรถ (Car Stock) และวิเคราะห์กำไรขาดทุน
 - ข. ให้ลูกค้าวางเงินมัดจำและส่งมอบเอกสารสำคัญเพื่อตรวจสอบ
 - ค. ออกใบรับจองรถซึ่งลงนามโดยผู้จัดการ
 - ง. ถูกทุกข้อ

19. ข้อใดไม่ใช่วิธีการชำระเงินค่ารถยนต์ตามระบบบริษัท
 - ก. รับชำระโดยเงินสด
 - ข. เช่าซื้อผ่านบริษัทไฟแนนซ์
 - ค. พนักงานขายสามารถจัดหาแหล่งเงินทุนอื่นๆให้ลูกค้าได้
 - ง. ผู้จัดการสาขาเท่านั้นที่มีอำนาจอนุมัติวิธีการชำระเงินค่ารถยนต์ของลูกค้า

20. ในการเช่าซื้อรถยนต์ ข้อใดไม่ใช่เอกสารที่ต้องจัดส่งบริษัทไฟแนนซ์
 - ก. สำเนาทะเบียนบ้านของลูกค้า
 - ข. สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนของลูกค้า
 - ค. สัญญาขอกู้เงินที่ลูกค้าลงนามแล้ว
 - ง. เอกสารยืนยันเรื่องราวรายได้ของลูกค้า

ตอนที่ 3 ทักษะคติต่องานขาย

คำชี้แจง โปรดอ่านและพิจารณาข้อความต่อไปนี้ แล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง
ท้ายข้อความที่ตรงตามความรู้สึกหรือความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

ข้อที่	ข้อความ	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1.	งานขายเป็นอาชีพที่ใครๆ ก็ทำได้ แม้ไม่มีความรู้และไม่เคยได้รับ การอบรมด้านการขายมาก่อน ก็สามารถทำได้ทันที					
2.	งานขายเป็นอาชีพที่ต้องใช้ความรู้ และประสบการณ์ พนักงานขาย ต้องฝึกฝนตนเองอย่างหนักและ สม่ำเสมอ					
3.	งานขายเป็นงานชั่วคราวระหว่าง ที่ยังหางานดีๆ ทำไม่ได้					
4.	งานขายเป็นงานที่ยืดเป็นอาชีพ ยั่งยืนได้					
5.	ทันทีที่หาอาชีพใหม่ได้ท่าน จะเลิกอาชีพพนักงานขายทันที					
6.	งานขายเป็นอาชีพที่สามารถสร้าง รายได้และสร้างความภาคภูมิใจ ให้กับท่าน					
7.	ท่านกังวลใจที่จะเปิดเผยให้ใครๆ รู้ว่าท่านมีอาชีพเป็นพนักงานขาย					
8.	ท่านภูมิใจที่จะบอกใครๆ ว่าท่าน มีอาชีพเป็นพนักงานขาย					
9.	พนักงานขายมักเป็นคนไม่จริงใจ ยอมทำทุกอย่างเพื่อให้ขายสินค้าได้					

ข้อที่	ข้อความ	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
10.	การขายที่ประสบความสำเร็จคือการใช้คุณธรรมความจริงใจ และการบริการที่ดีแก่ลูกค้าเป็นสำคัญ					
11.	หากท่านมีทางเลือกอื่นท่านจะไม่ประกอบอาชีพขาย เพราะสร้างความเครียดสูง					
12.	ท่านชอบอาชีพขายเพราะเป็นงานที่สนุกและท้าทายความสามารถ					
13.	หากท่านมีทางเลือกอื่นท่านจะไม่ประกอบอาชีพขาย เพราะแม้แต่พนักงานขายด้วยกันเองยังดูถูกเพื่อนร่วมอาชีพ					
14.	ท่านชอบอาชีพพนักงานขาย เพราะรู้สึกภูมิใจที่เป็นผู้ทำรายได้เข้าบริษัท					
15.	งานขายทำให้คนไม่มีศักดิ์ศรีถึงแม้ลูกค้าจะหยาบคายก็ต้องยอมทนเอาใจ					
16.	ท่านชอบอาชีพพนักงานขาย เพราะได้สร้างความดีสู่สังคม โดยการให้บริการที่จริงใจแก่ลูกค้า					
17.	งานขายเป็นอาชีพที่สังคมรังเกียจ เพราะใครๆ ก็กลัวว่าจะไปต้อขายสินค้า					

ตอนที่ 4 แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์

คำชี้แจง โปรดอ่านและพิจารณาข้อความต่อไปนี้ แล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างท้าย
ข้อความที่ตรงตามความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

ข้อที่	ข้อความ	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1.	ท่านเป็นคนที่มีความรับผิดชอบ ในการทำงานสูง					
2.	ท่านต้องการงานที่มีโอกาสได้ เลื่อนตำแหน่งสูงขึ้น					
3.	ท่านมักจะทำสิ่งต่าง ๆ ให้สำเร็จ ลุล่วงไปตามที่ท่านได้วางแผน การทำงานนั้นๆ ไว้					
4.	ท่านมีความมุ่งมั่นที่จะทำงานให้ ประสบความสำเร็จ โดยไม่คำนึง ถึงความเหน็ดเหนื่อย					
5.	ท่านมีความมุ่งมั่นและเพียร พยายามทำงานหนัก เพราะ ต้องการเห็นความสำเร็จของงาน					
6.	ท่านเชื่อในเรื่องความพยายาม อยู่ที่ไหนความสำเร็จอยู่ที่นั่น					
7.	ท่านทำงานอย่างหนัก เพราะ ต้องการประสบความสำเร็จ มากกว่าล้มเหลว					
8.	ท่านชอบทำงานที่สบายและง่ายๆ มากกว่างานที่ยากและท้าทาย					
9.	เมื่องานมีอุปสรรคท่านรู้สึกท้อแท้ ไม่อยากทำต่อไป					

ข้อที่	ข้อความ	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
10.	ท่านพยายามที่จะแก้ไขปัญหาด้วย ตนเอง โดยไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค					
11.	ท่านชอบทำงานที่เสี่ยงพอประมาณ					

ตอนที่ 5 พฤติกรรมการทำงาน

คำชี้แจง โปรดอ่านและพิจารณาข้อความต่อไปนี้ แล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างท้าย
ข้อความที่ตรงตามความเป็นจริงของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

ข้อที่	ข้อความ	ไม่ เคยเลย	นานๆ ครั้ง	บาง ครั้ง	บ่อย ครั้ง	เป็น ประจำ
1.	ท่านสามารถเสนอขายจุดเด่นของรถยนต์ แต่ละรุ่นต่อลูกค้าได้อย่างถูกต้อง					
2.	ท่านแสดงความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ แก่ลูกค้า					
3.	ท่านสามารถจัดซื้อได้แข่งของลูกค้า ได้อย่างเหมาะสม					
4.	ท่านสามารถแนะนำการใช้ปั๊มควบคุม ต่างๆ ในรถยนต์แต่ละรุ่นให้แก่ลูกค้า ได้อย่างถูกต้อง					
5.	ท่านได้ปฏิบัติตามการสาธิต 6 จุด ตามมาตรฐานของบริษัท					
6.	ท่านดูแลความสะอาดรถยนต์ที่จัดแสดง ในโชว์รูม					
7.	ท่านติดตามลูกค้ามุ่งหวัง					
8.	ท่านสามารถวิเคราะห์ความต้องการซื้อ ของลูกค้ามุ่งหวังได้อย่างถูกต้อง					

ข้อที่	ข้อความ	ไม่เคยเลย	นานๆ ครั้ง	บางครั้ง	บ่อยครั้ง	เป็นประจำ
9.	ท่านสามารถรวบรวมรายชื่อลูกค้ามุ่งหวังได้ตามจำนวนที่บริษัทกำหนด					
10.	ท่านสามารถทำกำไรจากการขายรถยนต์ได้ตามเป้าหมายของบริษัท					
11.	ท่านจัดทำเอกสารการขายเพื่อนำส่งฝ่ายบัญชีของบริษัทได้อย่างถูกต้อง					
12.	ท่านพิมพ์ข้อมูลด้านการขายลงในระบบคอมพิวเตอร์ของบริษัทได้อย่างถูกต้องและสมบูรณ์					
13.	ท่านนำเงินมัดจำป้ายแดงและเงินดาวน์รถยนต์ส่งให้แก่ฝ่ายบัญชีของบริษัทได้ภายในเวลาที่กำหนด					
14.	ท่านจัดทำรายงานการขายของตนได้อย่างถูกต้อง					
15.	ท่านคำนวณกำไรหรือส่วนลดการขาย (Margin) จากการขายรถยนต์ได้เองอย่างถูกต้องโดยไม่ต้องให้ผู้จัดการขายช่วยเหลือ					
16.	ท่านจัดส่งเอกสารการขายไปยังแผนกต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้อย่างถูกต้อง					
17.	ท่านติดต่อเจ้าหน้าที่แผนกต่างๆ ที่เกี่ยวกับกระบวนการขายได้อย่างถูกต้อง					
18.	ท่านคำนวณกำไรหรือส่วนลดการขาย (Margin) จากการขายอุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์ได้เองอย่างถูกต้องโดยไม่ต้องให้ผู้จัดการขายช่วยเหลือ					
19.	ท่านจัดทำใบเสนอราคาได้อย่างถูกต้อง					

ข้อที่	ข้อความ	ไม่เคยเลย	นานๆ ครั้ง	บาง ครั้ง	บ่อย ครั้ง	เป็นประจำ
20.	ท่านมีความกระตือรือร้นและมีความวิริยะ อุตสาหะในการปฏิบัติงาน					
21.	ท่านสามารถทำงานเป็นทีมร่วมกับผู้อื่นได้					
22.	ท่านมาทำงานสม่ำเสมอและตรงเวลา					
23.	ท่านมีความตั้งใจในการทำงานโดยไม่ต้อง ให้ผู้บังคับบัญชาดูแลควบคุมอย่างใกล้ชิด					
24.	ท่านมีความสนใจที่พัฒนาตนเองและ เพิ่มพูนความรู้ของท่าน					
25.	ท่านพยายามปรับปรุงและพัฒนาส่วนที่ ท่านยังบกพร่องในการทำงาน					
26.	ท่านปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ และคำสั่งต่างๆ ของบริษัทอย่างเคร่งครัด					
27.	ท่านให้ความร่วมมือช่วยเหลือกิจกรรม อื่นๆ ของบริษัทที่ไม่เกี่ยวข้องกับการขาย เสมอ					
28.	ท่านเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อเพื่อนร่วมงาน					

ขอขอบพระคุณในความร่วมมืออย่างดียิ่งของท่าน

ภาคผนวก ข

คำบรรยายลักษณะงานตำแหน่งพนักงานขายรถยนต์

คำบรรยายลักษณะงานตำแหน่งพนักงานขายรถยนต์

รายงานตรงต่อ: ผู้จัดการฝ่ายขาย

ความรับผิดชอบหลัก:

1. ขายรถยนต์ให้ได้จำนวน_____คัน ตามเป้าหมายที่ผู้จัดการฝ่ายขายกำหนดให้ในแต่ละเดือน
2. ขายอุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์ได้ตามจำนวนเป้าหมายที่ผู้จัดการฝ่ายขายกำหนดให้ในแต่ละเดือน
3. ทำกำไร (Margin) จากการขายรถยนต์และอุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์ได้ตามเป้าหมายของบริษัท

หน้าที่:

1. ต้อนรับและให้บริการต่างๆ ในการจำหน่ายรถยนต์แก่ลูกค้าที่เข้าชมรถยนต์ในโชว์รูม
2. สาธิตและเสนอขายจุดเด่นของรถยนต์แต่ละรุ่นได้อย่างถูกต้อง
3. จัดซื้อได้逞ของลูกค้าได้อย่างนุ่มนวลเหมาะสม
4. โน้มน้าวให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อรถยนต์และอุปกรณ์ตกแต่งรถยนต์ได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว
5. สร้างความผูกพันกับลูกค้าให้กลับมาซื้อรถยนต์อีกหรือแนะนำผู้อื่นให้มาซื้อรถยนต์จากบริษัท

6. จัดเตรียมเอกสารการขาย จัดทำใบเสนอราคา การจองรถ การรับเงินมัดจำป้ายแดง การรับเงินค่าน้ำรด ฯลฯ และส่งไปยังฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้สมบูรณ์ถูกต้อง

7. ปฏิบัติตนตาม กฎ ระเบียบ ข้อบังคับของบริษัท

คุณสมบัติของผู้ดำรงตำแหน่งพนักงานขายรถยนต์:

ความรู้: มัธยมศึกษาปีที่ 6 ขึ้นไป พินิจดีได้

ประสบการณ์: 0 ปี

ลักษณะทั่วไป: มีบุคลิกดี ชอบพูดคุยพบปะผู้คน ซื่อสัตย์ ขยัน อดทน และมีใจรักงานบริการ

ประวัติการศึกษา และการทำงาน

ชื่อ – นามสกุล	นางนาถนดา กุศลนันต์
วัน เดือน ปี ที่เกิด	วันที่ 20 เดือนมีนาคม พ.ศ. 2507
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	อักษรศาสตรบัณฑิต (ภาษาอังกฤษ) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้จัดการสาขาบางนา
ตำแหน่งปัจจุบัน	บริษัทจัดหางานอเด็คโก้บางนา จำกัด
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	