



**ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในงานขายของพนักงานขายรถยนต์ญี่ปุ่น  
ในเขตจังหวัดเชียงใหม่**  
**Factors Affecting the Success of Japanese Automobile Salesmen  
in Chiang Mai**

**จุฑามาศ บุญตั้ง\***

**เทียน เสร้ามัญญ์**

**ศิริพร วิษณุหมทิมาชัย**

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ

\*e-mail: taien\_l@payap.ac.th

**Jutamas Boontang**

**Taien Layraman**

**Siriporn Visanumahimachai**

Business Administration, Payap University

**บทคัดย่อ**

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในงานขายของพนักงานขายรถยนต์ญี่ปุ่นในเขตจังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อเสนอแนะแนวทางในการเตรียมความพร้อมของพนักงานขายก่อนนำเสนอขายแก่ลูกค้า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ พนักงานขายจากศูนย์แสดงรถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่ รวบรวมแบบสอบถามที่สมบูรณ์ได้ 309 ตัวอย่าง สุ่มตัวอย่างแบบไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น เลือกตัวอย่างแบบกำหนดโควตา เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นด้วยการแจกแจงความถี่ วัดระดับความสำคัญ และการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติเชิงอนุมาน

ผลการศึกษาพบว่า ระดับปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในงานขายของพนักงานขายรถยนต์ในเขตจังหวัดเชียงใหม่มีความแตกต่างกัน จำแนกตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ เมื่อจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ประเภทของพนักงานขาย วุฒิการศึกษา รายได้ ระยะเวลาการทำงานกับบริษัท ประสบการณ์การทำงานกับบริษัทอื่น โดยใช้สถิติ t-test และ F-test ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มประชากร พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในงานขายในระดับมากที่สุด จากการวัดความคิดเห็น 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ต ได้แก่ การสร้างมิตรภาพ การมีทัศนคติเชิงบวก การเป็นคนที่มีมองโลกตามความเป็นจริงอย่างมีความรับผิดชอบ และก้าวทันการเปลี่ยนแปลงของโลก ทั้งนี้ พนักงานขายรถยนต์ควรหาข้อมูลของลูกค้าเป้าหมายเพื่อเตรียมตัวก่อนเข้าพบลูกค้า ฝึกวิธีแก้ไขสถานการณ์ โดยแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับเพื่อนร่วมงาน และเน้นการทำงานเป็นทีมเป็นสำคัญ

**คำสำคัญ:** ความสำเร็จในงานขาย พนักงานขาย ศิลปะการขาย



## Abstract

This research had the objectives to study the influencing factors of the success of Japanese automobile salesmen in Chiang Mai and to suggest the guidelines in preparing salesmen before they provide the selling service. The samples included the 309 salesmen who have currently worked in Japanese automobile showrooms. The selection of the samples was carried by applying non-probability sampling using quota method. The questionnaire was used in collecting data. The statistics employed for the data analysis were frequency, Likert scale and inferential statistics for testing hypothesis.

The level of factors affecting the success of Japanese automobile salesmen in Chiang Mai classified by gender, age, status, position, education level, income, salary, period of working, and experience were used t-test and F-test searching for the difference of populations. The findings revealed that the influencing factors on the highest level of success as the five Likert-scale were as the factor of fellowship, positive thinking, responsible realism and understanding global changes. Moreover, the salesmen should search more target customers' information before meeting them. They need more practice in problem skills by sharing experiences with each other and concentrate in team working.

**Key words:** Success of Selling; Salesmen; Salesmanship

## บทนำ

ปัจจุบันรถยนต์ญี่ปุ่นได้เข้ามามีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมากในการดำเนินชีวิตประจำวันของประชาชนในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งนอกจากรถยนต์ญี่ปุ่นจะมีราคาที่ถูกกว่าต่อการใช้แล้ว ยังมีรูปลักษณ์ที่สวยงาม สะดุดตา ไม่แตกต่างจากรถยุโรป อีกทั้งยังมีสมรรถนะในการขับเคลื่อนที่สามารถใช้งานได้ในระดับที่ดีมาก สมควรต่อการซื้อ รถญี่ปุ่นยังมีประโยชน์มากในการใช้สอย เช่น การขนส่ง การคมนาคมรับส่งผู้โดยสาร รับส่งสมาชิกในครอบครัว หรือใช้ส่วนตัว สิ่งเหล่านี้เป็นการเพิ่มความความสะดวกสบายให้กับชีวิตประจำวันของประชาชน

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดหนึ่งของประเทศไทยที่อยู่ในโซนภาคเหนือ ในเขตจังหวัดเชียงใหม่มีศูนย์รถยนต์รวมทั้งหมด 7 ยี่ห้อ ได้แก่ โตโยต้า ฮอนด้า นิสสัน มิซูบิชิ อีซูซุ ซูซูกิ และมาสด้า ตลอดเวลาที่ผ่านมาจังหวัดเชียงใหม่มีผู้ประกอบการเน้นการทำธุรกิจรถยนต์ญี่ปุ่นเป็นจำนวนมาก จึงทำให้การแข่งขันของธุรกิจตลาดรถยนต์ญี่ปุ่นมีการแข่งขันสูง และทำให้อาชีพพนักงานขายรถยนต์เป็นที่ต้องการของผู้ประกอบการเป็นอย่างมาก พนักงานขายรถยนต์ หรือที่รู้จักกันในนามของที่ปรึกษาด้านการขายนั้น หรือเรียกอย่างเป็นทางการ คือ “ผู้ช่วยในการแสวงหาความพึงพอใจสูงสุด” ซึ่งมีหน้าที่หลักคือการเป็นผู้ช่วยลูกค้าในการค้นหาสินค้าและต้องมีความเข้าใจในความต้องการของลูกค้ามากที่สุด (Bobo, 2010) พนักงานขายรถยนต์ตามบริษัทต่าง ๆ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ประเภทที่ 1 พนักงานประจำ

และประเภทที่ 2 พนักงานชั่วคราวหรือเด็กฝึกงาน พนักงานทั้ง 2 กลุ่มนี้ จะต้องได้รับการฝึกอบรมขั้นพื้นฐานจากหัวหน้างานเพื่อนำไปใช้ปฏิบัติจริง พนักงานขายรถยนต์ส่วนมากไม่ประสบความสำเร็จในอาชีพของตน จึงทำให้เกิดความท้อแท้หรือท้อถอยที่จะทำงานต่อไป (Kelly, 2014)

จากภาวะการณ์ในการแข่งขันของตลาดรถยนต์ญี่ปุ่นที่สูงมากขึ้นและเป็นที่ต้องการของประชาชนในเขตจังหวัดเชียงใหม่ แต่มีพนักงานขายรถยนต์ จำนวนไม่น้อยที่ไม่ประสบความสำเร็จในอาชีพของตน ตามที่คาดหวัง ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจมุ่งศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในงานขายของพนักงานขายรถยนต์ญี่ปุ่น ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางในการประกอบอาชีพของพนักงานขายรถยนต์เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จในอาชีพของตนเองและยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการเกี่ยวกับธุรกิจรถยนต์ให้สามารถบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตรงตามเป้าหมาย

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในงานขายของพนักงานขายรถยนต์ญี่ปุ่นในเขตจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการเตรียมความพร้อมของพนักงานขายก่อนนำเสนอขายแก่ลูกค้าเพื่อความสำเร็จในการขาย



## วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้คือพนักงานขายจากศูนย์แสดงรถยนต์ในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 7 ยี่ห้อ ได้แก่ โตโยต้า ฮอนด้า นิสสัน มิตซูบิชิ อิซูซุ ชูซูกิ และมาสด้า เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง จึงกำหนดขนาดของตัวอย่างจากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2550) ได้ขนาดของตัวอย่าง 384 คน เพื่อความสะดวกในการประเมินผลและการวิเคราะห์ข้อมูล จึงกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 400 ตัวอย่าง รวบรวมแบบสอบถามที่สมบูรณ์ได้ 309 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 77.25 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่คำนึงถึงความเป็น (Non-Probability Sampling)

เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามโดยให้ผู้ตอบกรอกคำตอบด้วยตนเอง ร่วมกับการใช้เทคนิคการวิจัยเชิงปริมาณเพื่ออธิบายข้อค้นพบที่ได้จากกลุ่มประชากรแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ (1) สัมภาษณ์ข้อมูลรายบุคคลของพนักงานขายรถยนต์ญี่ปุ่นในเขตจังหวัดเชียงใหม่ 7 ยี่ห้อ ได้แก่ โตโยต้า ฮอนด้า นิสสัน มิตซูบิชิ อิซูซุ ชูซูกิ และ มาสด้า และ (2) แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วนย่อย ได้แก่ (2.1) ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในงานขายของพนักงานขายรถยนต์ญี่ปุ่นในเขตจังหวัดเชียงใหม่ และ (2.2) ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในงานขายรถยนต์ญี่ปุ่นของพนักงานขายในเขตจังหวัดเชียงใหม่

วิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ (1) การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นใช้การแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ (2) การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อวัดระดับความสำคัญใช้วิธีกำหนดค่าของคำถามแต่ละข้อ โดยกำหนดเป็นคำตอบในการวัดความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด และ (3) ใช้สถิติ t-test และ F-test ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มประชากรที่มี 2 กลุ่มและทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป

## ผลการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ พบว่า เป็นพนักงานส่วนใหญ่ ร้อยละ 57.3 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 48.5 มีอายุระหว่าง 26-30 ปี ร้อยละ 67.0 มีประสบการณ์ในการเป็นพนักงานขาย 1-5 ปี โดยปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในงานขายประกอบไปด้วย 10 ประการ คือ ก้าวทันการเปลี่ยนแปลง

ของโลก พัฒนาการขายอยู่เสมอ มุ่งมั่นที่จะประสบความสำเร็จ การสร้างมิตรภาพ การเป็นคนที่มีโลกตามความเป็นจริงอย่างมีความรับผิดชอบ บริหารเวลา เป้าหมายและตัวเองให้ดี การมีทัศนคติเชิงบวก การมีทักษะในการปฏิสัมพันธ์และการสื่อสาร ความสามารถในการโน้มน้าวใจ และการมีมารยาทบุคลิกภาพและการแต่งกายที่ดี พบว่า พนักงานขายทั่วไปให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ การสร้างมิตรภาพ การมีทัศนคติเชิงบวก การเป็นคนที่มีโลกตามความเป็นจริงอย่างมีความรับผิดชอบ และ ก้าวทันการเปลี่ยนแปลงของโลก ส่วนปัจจัยที่พนักงานขายทั่วไปให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ มีมารยาทบุคลิกภาพ และการแต่งกายที่ดี พัฒนาการขายอยู่เสมอ มุ่งมั่นที่จะประสบความสำเร็จ มีความสามารถในการโน้มน้าวใจ การมีทักษะในการปฏิสัมพันธ์และการสื่อสาร และบริหารเวลา เป้าหมายและตัวเองให้ดี

การทดสอบสมมติฐานการวิเคราะห์ข้อมูลพนักงานขายรถยนต์ญี่ปุ่นในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ โตโยต้า ฮอนด้า นิสสัน มิตซูบิชิ อิซูซุ ชูซูกิ และมาสด้า โดยใช้ตัวแปรต้นคือปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ และตัวแปรตามคือระดับปัจจัยความสำเร็จในงานขายของพนักงานขายรถยนต์ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ วิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยประชากร (t-test) และ (F-test)

$H_0$ : ระดับปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในงานขายของพนักงานขายรถยนต์ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ไม่แตกต่างกันจำแนกตามประชากรศาสตร์

$H_1$ : ระดับปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในงานขายของพนักงานขายรถยนต์ในเขตจังหวัดเชียงใหม่แตกต่างกันจำแนกตามประชากรศาสตร์ ได้แก่

ด้านเพศ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในงานขายของพนักงานขายให้ระดับความสำคัญของการมุ่งมั่นที่จะประสบความสำเร็จและการมีความสามารถในการโน้มน้าวใจสูงกว่าเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านอายุ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในงานขาย พนักงานที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญในการพัฒนาการขายอยู่เสมอสองกว่าพนักงานที่ระดับอายุ 21 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านสถานภาพ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในงานขายของพนักงานที่มีสถานภาพสมรสให้ความสำคัญในการมีทักษะในการปฏิสัมพันธ์และการสื่อสารสูงกว่าพนักงานที่มีสถานภาพโสดและอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



ประเภทของพนักงานขาย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในงานขายของพนักงานประจำให้ความสำคัญกับความสามารถในการโน้มน้าวใจสูงกว่าพนักงานชั่วคราว/เด็กฝึกงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

วุฒิการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในงานขายของพนักงานที่มีวุฒิการศึกษาในระดับปริญญาโทหรือสูงกว่า ให้ระดับความสำคัญของการบริหารเวลา เป้าหมายและตัวเองได้ดี การเป็นคนมองโลกตามความเป็นจริง การมีมารยาท บุคลิกภาพ และการแต่งกายที่ดี และการสร้างมิตรภาพ สูงกว่าพนักงานที่มีวุฒิการศึกษาในระดับปริญญาตรีและต่ำกว่าปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

รายได้จากการขายรถยนต์เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในงานขายของพนักงานที่มีรายได้จากการขายรถยนต์เฉลี่ยต่อเดือน 20,001–30,000 บาท ให้ความสำคัญในการบริหารเวลา เป้าหมายและตัวเองได้ดี สูงกว่าพนักงานที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,001–20,000 บาท และ มากกว่า 30,001 บาท ขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ลักษณะของอาชีพ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในงานขายของพนักงานที่มีอาชีพขายเป็นอาชีพหลัก ให้ความสำคัญการมีทักษะในการปฏิสัมพันธ์และการสื่อสาร การมีทัศนคติเชิงบวกสูงกว่าพนักงานที่มีอาชีพเสริมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ระยะเวลาการทำงานกับบริษัท พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในงานขายของพนักงานที่มีระยะเวลาการทำงานกับบริษัทปัจจุบันระหว่าง 6–10 ปี ให้ความสำคัญในการบริหารเวลา เป้าหมายและตัวเองได้ดีสูงกว่าพนักงานที่ทำงานกับบริษัทปัจจุบันระหว่างน้อยกว่า 5 ปีและมากกว่า 10 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ประสบการณ์การทำงานกับบริษัทอื่น พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในงานขายของพนักงานที่ไม่เคยมีประสบการณ์ในการทำงานกับบริษัทอื่น ให้ระดับความสำคัญในการพัฒนาการขายอยู่เสมอสูงกว่าพนักงานที่เคยมีประสบการณ์การทำงานกับบริษัทอื่นไม่แตกต่างกันจำแนกตามประสบการณ์การทำงานกับบริษัทอื่น ยกเว้นการพัฒนาการขายอยู่เสมอ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

### อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในงานขายของพนักงานขายรถยนต์ญี่ปุ่นในเขตจังหวัดเชียงใหม่ ใช้ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องคือ ศิลปะการขาย การขายโดยพนักงานขาย ลักษณะของการขาย ความหมายของ

การขาย บทบาทของการขายในสังคม บทบาทของการขายในกิจการ แนวความคิดทางการตลาดและการขายสมัยใหม่ ทฤษฎีไอดาส คุณลักษณะของพนักงานขายที่ประสบความสำเร็จ ความสามารถในการเข้าใจความรู้สึกของผู้อื่น แรงขับภายในที่สร้างความสำเร็จ การสร้างความสำเร็จในการขาย (7 Step to Sales Success) การปรับปรุงประสิทธิภาพของพนักงานขาย กระบวนการขายลักษณะของงานขายประเภทต่าง ๆ จรรยาบรรณของพนักงานขาย ทศนคติเพื่อความสำเร็จในงานขาย ทักษะการเจรจาต่อรอง ทักษะการสร้างความสัมพันธ์ หน้าที่และความรับผิดชอบของพนักงานขาย ความสำเร็จของพนักงานขายกับผู้บริหารงานขาย บทบาทของหัวหน้าและลูกน้องในการบริหารงานขาย และปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในงานขาย การใช้ทฤษฎีและแนวความคิดนี้ การศึกษาด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อความสำเร็จในงานขายของพนักงานขายรถยนต์ญี่ปุ่นในเขตจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเป็นแนวทางในการจัดเครื่องมือทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม มีรายละเอียดได้ดังนี้

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในงาน พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ การสร้างมิตรภาพ มีทัศนคติเชิงบวก และเป็นคนที่มองโลกตามความเป็นจริงอย่างมีความรับผิดชอบ ให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ก้าวทันการเปลี่ยนแปลงของโลก มีมารยาท บุคลิกภาพ และการแต่งกายที่ดี พัฒนาการขายอยู่เสมอ มุ่งมั่นที่จะประสบความสำเร็จ มีความสามารถในการโน้มน้าวใจ การมีทักษะในการปฏิสัมพันธ์และการสื่อสาร บริหารเวลา เป้าหมายและตัวเองให้ดี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของพรพรรณรัตน์ บุญกว้าง (2546) ที่กล่าวว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อการเข้ารับฟังการประชุมของบริษัท เพื่อเป็นการกระตุ้นการทำงานและสร้างยอดขายให้เพิ่มมากขึ้น ให้ความสำคัญกับคุณสมบัติของพนักงานขายตรง ต้องฝึกฝนตนเองอยู่เสมอ โดยเข้ารับการศึกษาอบรมต่าง ๆ ทั้งจากแม่ทีมและตามที่บริษัทจัดให้ หรือจากสถาบันฝึกอบรมต่าง ๆ เพื่อให้ตนเองมีความพร้อมในการทำงานได้สำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 26–30 ปี สถานภาพโสด ศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ระยะเวลาในการทำงานกับบริษัทปัจจุบันคือ 1–5 ปี มีผลการวิจัยที่สอดคล้องกับแนวคิดของธนกร กรวัชรเจริญ (2555) ที่กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานเป็นทีมของพนักงานบริษัท ควอลิตี้เฮาส์ จำกัด (มหาชน) พบว่าพนักงานที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ



ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในอายุ 25-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี

การศึกษาใช้ทฤษฎีและแนวคิดคือ ทฤษฎีไอดาส ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในงานขาย ความสำเร็จของนักขายกับผู้บริหารงานขาย สอดคล้องกับแนวคิดของพรธรรมรัตน์ บุญกว้าง (2546) ที่กล่าวว่า การศึกษาใช้ทฤษฎีและแนวคิดคือทฤษฎีไอดาส แนวคิดเกี่ยวกับการทำงานเป็นทีม การสร้างทีมบันได 10 ขั้นสู่ความสำเร็จในงานขายตรง การศึกษาครั้งนี้พบว่า ผู้หญิงไทยในปัจจุบันจำเป็นต้องออกทำงานนอกบ้านมากขึ้น ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในงานตามแนวคิดของวารุณี ต้นติววงศ์วานิช (2556) ประกอบไปด้วย 10 ประการ คือ ก้าวทันการเปลี่ยนแปลงของโลก พัฒนาการขายอยู่เสมอ มุ่งมั่นที่จะประสบความสำเร็จ การสร้างมิตรภาพ เป็นคนที่มีโลกตามความเป็นจริงอย่างมีความรับผิดชอบ บริหารเวลาเป้าหมายและตัวเองให้ดี มีทัศนคติเชิงบวก การมีทักษะในการปฏิสัมพันธ์และการสื่อสาร มีความสามารถในการโน้มน้าวใจ และมีมารยาทบุคลิกภาพและการแต่งกายที่ดี มีผลวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดของตรีทิพ บุญเยี่ยม และศศิประภา ชัยประสิทธิ์ (2551) ที่กล่าวว่า พนักงานขายที่มีทัศนคติที่ดีต่อการขายจะมองเห็นว่าการขายเป็นการพัฒนาตนเองโดยใช้ศักยภาพอย่างเต็มที่เพื่อไปสู่ความสำเร็จและเป้าหมายในชีวิต พนักงานขายใดที่มีทัศนคติที่ดีต่องานขายแล้ว เขาจะทุ่มเทและพยายามนำเสนอการขายให้มากขึ้น ทัศนคติของพนักงานขายที่ดีจะมีผลต่องานขาย ต่อทีมผู้บริหาร ต่อคณาจารย์ที่ปรึกษา ต่อนโยบายของบริษัทเป็นผลในทิศทางเดียวกันกับความสำเร็จในการขายทั้งสิ้น รวมทั้งทัศนคติที่มีต่อเพื่อนร่วมทีม ศรดา ศรีศิริ (2557) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างมุมมองโลกในแง่ดี ความรู้เกี่ยวกับงานและทักษะกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย ย่อมส่งผลต่อความสำเร็จในการพัฒนาพนักงานขาย ซึ่งทางกิจการจะสามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางการคัดเลือกสรรหาบุคลากรในงานขายได้ต่อไป

## สรุป

ผลงานวิจัยในครั้งนี้เป็นที่ประจักษ์ว่าพนักงานขายที่มีความมุ่งมั่นและคาดหวังความสำเร็จในการทำงานเป็นพนักงานเพศชายที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี เพราะจะมีการพัฒนางานขายด้วยตนเองอยู่เสมอ หากเป็นพนักงานที่มีสถานภาพสมรสจะเป็นกลุ่มพนักงานที่มีทักษะในการปฏิสัมพันธ์และการสื่อสารที่ดีกว่า พนักงานที่เป็นบุคลากรประจำจะมีความสามารถโน้มน้าวใจสูงกว่า ดังนั้นกิจการที่ต้องการพนักงานขายควรให้ความสำคัญกับลักษณะส่วน

บุคคลมากขึ้น การเลือกบุคลากรที่เป็นพนักงานขายควรตระหนักถึงปัจจัยความแตกต่างในส่วนบุคคล ซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จในการขายสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าประเภทรถยนต์ ส่วนพนักงานขายที่มีวุฒิการศึกษาในระดับปริญญาโทขึ้นไป อาจสามารถก้าวขึ้นเป็นพนักงานระดับที่เลี้ยงหรือหัวหน้างานได้ดี เพราะบุคลากรกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับเรื่องการบริหารเวลาและเป้าหมายได้เป็นอย่างดี มีมารยาทบุคลิกภาพและมีความอาวุโสที่เป็นแบบอย่างให้กับพนักงานที่อายุน้อยและประสบการณ์น้อยกว่าได้อย่างเหมาะสม

## ข้อเสนอแนะ

1. ผู้ประกอบการทางอุตสาหกรรมรถยนต์ในเขตจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดอื่น ๆ ควรจัดประชุมพนักงานอย่างน้อยเดือนละครั้ง ควรเน้นอบรมเรื่องเกี่ยวกับงานขาย เทคนิคการปิดการขาย วิธีการเข้าหาลูกค้าให้ได้ผล จุดเด่นของสินค้าที่บริษัทต้องการเน้นการขาย วิธีแก้ปัญหามือถือเกิดการผิดพลาดในกรณีที่ลูกค้าและพนักงานขายสื่อสารไม่ตรงกัน และบริษัทควรสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานขายเพื่อให้พนักงานขายมีแรงกระตุ้นและกำลังใจที่ดีในการทำงาน และทั้งยังช่วยเสริมทัศนคติที่ดีต่อหน้าที่งานขายของพนักงานในบริษัทด้วย เพื่อที่บริษัทจะได้มียอดขายและกำไรเพิ่มมากยิ่งขึ้น

2. พนักงานขายรถยนต์ในเขตจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดอื่น ๆ ควรมีการเตรียมความพร้อมหรือเตรียมตัวก่อนเข้าพบกับลูกค้าเป้าหมาย นำวิธีการที่บริษัทได้จัดอบรมมาฝึกใช้กับสถานการณ์จริง ควรมีการเตรียมความพร้อมหรือเตรียมตัวก่อนเข้าพบลูกค้าเสมอ ฝึกวิธีแก้ไขสถานการณ์และการรับมือกับลูกค้าเป้าหมายโดยอาจจะฝึกกับเพื่อนร่วมงาน หรือแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับเพื่อนร่วมงาน ควรเน้นการทำงานเป็นทีมเพื่อที่จะสร้างยอดขายได้มากขึ้น พนักงานขายควรให้ความสำคัญกับการหาข้อมูลของลูกค้าเป้าหมายก่อนเข้าพบเพื่อที่จะสามารถปิดการขายได้ง่ายขึ้น จากการค้นพบพนักงานส่วนใหญ่มักจะพบปัญหาในการสื่อสารกับลูกค้าไม่ตรงกัน พนักงานขายควรใช้คำพูดที่ฟังง่าย ไม่ใช่คำพูดที่เป็นทางการเกินไปหรือศัพท์เฉพาะที่ฟังยาก เพราะจะทำให้ลูกค้าไม่เข้าใจเกิดความสับสนและเข้าใจไปเองซึ่งทำให้เกิดผลกระทบด้านลบได้



## เอกสารอ้างอิง

- ตรีทิพ บุญแยม และ ศศิประภา ชัยประสิทธิ์. (2551). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในงานขายของนักศึกษาฝึกงานภาคฤดูร้อน บริษัทจำลองรีจอยซ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. *วารสาร BU Academic Review*, 7(2), 22-30.
- ธนกร กรวัชรเจริญ. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานเป็นทีมของพนักงานบริษัท ควอลิตี้เฮาส์ จำกัด (มหาชน). การศึกษาค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ธานินทร์ ศิลปจารุ. (2550). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพฯ: วี อินเทอร์เน็ต.
- พรรณรัตน์ บุญกว้าง. (2546). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้แทนจำหน่ายอิสระผลิตภัณฑ์กีฬารีน ในจังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยพายัพ.
- วารุณี ตันติวงศ์วานิช. (2556). ศิลปะการขาย. กรุงเทพฯ: เอส.ออฟเซ็ท กราฟฟิคดีไซน์.
- ศรุดา ศรีศิริ. (2557). ความสัมพันธ์ระหว่าง การมองโลกในแง่ดี ความรู้เกี่ยวกับงานและทักษะกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*, 7(1), 51-56.
- Bobo, J. (2010). The importance of salesmanship. *National Underwriter/ Life & Health Financial Services*, 114(1), 26-27.
- Kelly, A. (2014). Salesmanship. *American Salesman*, 59(4), 12-17.
- Mark, W. J., & Greg, W. M. (2009). *Relationship Selling*. McGraw-hill.

## Translated Thai References

- Boonkwang, P. (2003). *The Factors that Influence Success of the Giffarine's Distributors in Chiang Mai*. M.B.A. Independent Study, Payap University. [in Thai]
- Boonyam, T., & Chaiprasit, S. (2003). The influential factors of successful selling on the internship program: a case of rejoice dummy company of Bangkok University. *BU Academic Review*, 7(2), 22-30. [in Thai]
- Kornwatcharacharoen, T. (2012). *Factors Affecting Work Efficiency of Employees of Quality Houses Public Company Limited*. M.B.A. Independent Study, Rajamangala University of Technology Thanyaburi. [in Thai]
- Silpacharu, T. (2007). *Research and Analysis by SPSS*. Bangkok: V. Inter Print. [in Thai]
- Srisiri, S. (2014). The relationship among optimism, job knowledge and skills and sales persons' job performance. *Journal of Southern Technology*, 7(1), 51-56. [in Thai]
- Tuntiwongwanich, W. (2013). *Salesmanship*. Bangkok: S. Offset Graphic Design. [in Thai]