



การศึกษาคูณลักษณะพึงประสงค์ของพนักงานขาย ในสถานประกอบการประเภทเครื่องมือไฟฟ้าไร้สายในยุคดิจิทัล A Study of Desirable Characteristics of Salespersons in Cordless Power Tools Types of Business in the Digital Era

พีรเชษฐ์ ลพช้าง¹ วรกมล วิเศษศรี² และชุลีวรรณ โชติวงษ์³

Peerachet Lopchang¹ Worakamol Wisetsri² and Chuleewan Choti Wong³

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ภาควิชาการพัฒนารัฐกิจอุตสาหกรรมและทรัพยากรมนุษย์ คณะพัฒนารัฐกิจและอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

Master Student of Business Administration, Industrial Business and Human Resource Development King Mongkut's University of Technology North Bangkok E-mail: peerachet.lo@gmail.com

² รองศาสตราจารย์ ดร. คณะพัฒนารัฐกิจและอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

Associate Professor Lecturer of Faculty of Business and Industry Development King Mongkut's University of Technology North Bangkok

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะพัฒนารัฐกิจและอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

Assistant Professor Lecturer of Faculty of Business and Industry Development King Mongkut's University of Technology North Bangkok

Corresponding Author: E-mail: peerachet.lo@gmail.com

Received: 10 เม.ย. 65 Revised: 30 พ.ค. 65 Accepted: 18 ก.ค. 65

DOI: 10.14416/j.ted.2024.09.011

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะพึงประสงค์ของพนักงานขายในสถานประกอบการประเภทเครื่องมือไฟฟ้าไร้สายในยุคดิจิทัล เปรียบเทียบกับคุณลักษณะส่วนบุคคล 2) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลกับคุณลักษณะพึงประสงค์ของพนักงานขายในสถานประกอบการประเภทเครื่องมือไฟฟ้าไร้สาย ในเขตกรุงเทพมหานครและนนทบุรี จำนวน 228 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ T-test, F-test เทคนิค One-Way ANOVA และการวิเคราะห์ไคสแควร์

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะพึงประสงค์ของพนักงานขายโดยรวม อยู่ในระดับมาก 2) การเปรียบเทียบคุณลักษณะส่วนบุคคลกับคุณลักษณะพึงประสงค์ของพนักงานขาย ที่มีความคิดเห็นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ประสบการณ์ด้านงานขาย และรายได้ต่อเดือน และที่ไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติ คือ เพศ และ 3) ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลกับคุณลักษณะพึงประสงค์ของพนักงานขายโดยรวม พบว่าคุณลักษณะส่วนบุคคล ด้านรายได้ต่อเดือน มีค่าสัมประสิทธิ์การจูงสูงสุด เท่ากับ 0.84

คำสำคัญ: คุณลักษณะพึงประสงค์ พนักงานขาย เครื่องมือไฟฟ้าไร้สาย

Abstract

The objectives of this research were 1) To study the level of opinions about the desirable characteristics of salespeople in the cordless power tool type of establishment in the digital era. Compare to personal characteristics and 2) To find the relationship between personal characteristics and desirable characteristics of salesperson in cordless power tool establishments. The sample group used in this study was a salesperson in a cordless power tool type establishment. in Bangkok and Nonthaburi provinces, 228 people. The instrument used in this research was a questionnaire. The statistics used in the data analysis were descriptive statistics such as frequency, percentage, mean and standard deviation. Inferential statistics include T-test, F-test, One-Way ANOVA Technique, and Chi-Square Analysis.

The results of the research were as follows : 1) The level of opinion about the desirable characteristics of the salesperson as a whole at a high level 2) Comparison of personal characteristics with desirable characteristics of Salesperson with different opinions The statistical significance was age, education level, job position, sales experience. and monthly income and that did not differ statistically was sex. and 3) The relationship between personal characteristics and desirable characteristics of salesperson as a whole found that personal characteristics monthly income It has a maximum contingency coefficient of 0.84.

Keywords: Desirable Characteristics, Salesperson, Cordless Power Tools

1. บทนำ

ยุคสมัยของการเปลี่ยนแปลงทางด้านดิจิทัล หมายถึง การเปลี่ยนแปลงโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ที่ก่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ เพื่อสอดคล้องกับพฤติกรรมของ ผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตามความก้าวหน้าของ เทคโนโลยีในรูปแบบ การขายสินค้าออนไลน์ ซึ่งเป็นอีกช่องทางหนึ่งของการขายสินค้า หากธุรกิจไม่สามารถปรับปรุง เปลี่ยนแปลงให้ทันนวัตกรรม อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ จนหยุดชะงัก เพราะการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับผู้ประกอบธุรกิจ จำหน่ายเครื่องมือไฟฟ้าไร้สาย ประเภทกิจการค้าปลีกขายย่อย ยิ่งต้องปรับตัวตามกระแสโลกาภิวัตน์ เนื่องจากเป็นธุรกิจ ที่มีข้อจำกัดด้านเงินทุนและง่ายต่อการหยุดชะงักหรือหยุด ดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวทำให้ พฤติกรรมของผู้ประกอบการต้องตื่นตัวอยู่เสมอ ต้องมี พนักงานขายที่ให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าได้อย่างเหมาะสม ทั้งทางออนไลน์ และออฟไลน์ เพื่อตอบสนองความต้องการ ของผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมเปลี่ยนไปจากเดิม [1]

การพัฒนาคุณลักษณะของนักขาย ต้องพัฒนาคุณสมบัติ ด้านบุคลิกภาพ โดยเน้นการมีบุคลิกที่รวดเร็วสำหรับลูกค้าและ

พัฒนาคุณสมบัติด้านความรู้ โดยให้ความรู้ในการเปรียบเทียบ ข้อมูลขององค์กรกับบริษัทคู่แข่ง และพัฒนาทักษะการขาย ด้านความรู้เกี่ยวกับการแข่งขันในเรื่องผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง จุดเด่นและจุดด้อย และทักษะการขายด้านความรู้เกี่ยวกับ บริษัท โดยเน้นความรู้เกี่ยวกับการจูงใจ ให้ลูกค้าซื้อสินค้า ของบริษัทได้ตามเป้าหมาย และพัฒนาความรู้ด้านการเจรจาต่อรองในเรื่องการเจรจากับลูกค้าที่ไม่สนใจสินค้าขององค์กร ให้หันมาสนใจสินค้าขององค์กร [2] ความต้องการที่จำเป็น สำหรับการทำงานคือ สมรรถนะด้านต่าง ๆ จะส่งผลต่อการพัฒนา องค์กรนำไปสู่การสร้างประสิทธิภาพและผลประกอบการ ที่ดีให้กับบริษัท พนักงานภายในองค์กรถือเป็นทรัพยากรหลัก ที่จะผลักดันธุรกิจให้เป็นไปตามเป้าหมาย โดยต้องมีความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) และทัศนคติ (Attribute) สามารถนำสมรรถนะมาประยุกต์ใช้กับงานได้หลายด้าน [3] และการพัฒนาพนักงานขายให้สามารถปรับตัวให้มีความรู้ และทักษะที่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในโลกของการทำงาน โดยองค์กรสามารถส่งเสริมให้พนักงานขายมีทักษะความรู้ ความสามารถ ทัศนคติ ตลอดจนมีพฤติกรรมที่พึงปรารถนา เพื่อให้พนักงานไม่เพียงแต่ปฏิบัติงานในตำแหน่งปัจจุบัน



ได้อย่างมีประสิทธิภาพเท่านั้น แต่ยังสามารถเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับสภาวะการณ์การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ได้ [4] ดังนั้น จะเห็นได้ว่าคุณลักษณะพึงประสงค์ของพนักงานขายเครื่องมือไฟฟ้าไร้สายเป็นปัจจัยที่ช่วยให้เกิดการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพและสำเร็จตามความคาดหวังขององค์กร ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาคุณลักษณะพึงประสงค์ของพนักงานขายเครื่องมือไฟฟ้าไร้สายในยุคดิจิทัล เพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตลอดเวลา โดยผลวิจัยจะเป็นแนวทางให้องค์กรนำไปใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงยุคดิจิทัล เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเชิงธุรกิจในอนาคตต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะพึงประสงค์ของพนักงานขายในสถานประกอบการประเภทเครื่องมือไฟฟ้าไร้สายในยุคดิจิทัล เปรียบเทียบกับคุณลักษณะส่วนบุคคล

2.2 เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลกับคุณลักษณะพึงประสงค์ของพนักงานขายในสถานประกอบการประเภทเครื่องมือไฟฟ้าไร้สายในยุคดิจิทัล

3. สมมุติฐานการวิจัย

3.1 คุณลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีคุณลักษณะพึงประสงค์ของพนักงานขายในสถานประกอบการประเภทเครื่องมือไฟฟ้าไร้สายในยุคดิจิทัลแตกต่างกัน

3.2 คุณลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับคุณลักษณะพึงประสงค์ของพนักงานขายในสถานประกอบการประเภทเครื่องมือไฟฟ้าไร้สายในยุคดิจิทัล

4. วิธีการดำเนินการวิจัย

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ พนักงานขายสถานประกอบการประเภทเครื่องมือไฟฟ้าไร้สาย ในเขตกรุงเทพมหานครและนนทบุรี ที่มีทุนจดทะเบียนตั้งแต่ 100,000 ถึง

200,000,000 บาท และจดทะเบียนบริษัทไว้ตั้งแต่ 1 ถึง 20 ปี โดยกรุงเทพมหานคร จำนวน 73 แห่ง และนนทบุรี จำนวน 22 แห่ง รวมสถานประกอบการทั้งสิ้น 95 แห่ง ผู้วิจัยสนใจเฉพาะพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการขายโดยตรง ตำแหน่งละ 1 คน ประกอบด้วยตำแหน่งพนักงานขายหัวหน้าแผนกฝ่ายขายและผู้จัดการฝ่ายขาย ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ มีประสบการณ์เกี่ยวกับการขายเครื่องมือไฟฟ้าไร้สายและเหมาะสมตามจุดประสงค์ของการวิจัย นั่นคือ มาจากสถานประกอบการละ 3 คน รวมเป็นจำนวนประชากรทั้งสิ้น 285 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานขายสถานประกอบการประเภทเครื่องมือไฟฟ้าไร้สาย ในเขตกรุงเทพมหานครและนนทบุรี ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางการกำหนดกลุ่มตัวอย่างของเครซีและมอร์แกน [5] จะได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 165 คน ซึ่งเป็นจำนวนกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ โดยผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จำนวนทั้งสิ้น 228 คน ประกอบด้วย กรุงเทพมหานคร จำนวน 174 คน และนนทบุรี จำนวน 54 คน กรณีที่สถานประกอบการมีตำแหน่งไม่ครบทั้ง 3 ตำแหน่ง ในการสุ่มตัวอย่างครั้งนี้ อนุโลมให้สุ่มตัวอย่างในตำแหน่งเดิม หรือตำแหน่งอื่นใดใน 3 ตำแหน่งนี้จนครบ 3 คน ตามที่ต้องการ

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นร่วมกับข้อคำถามที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยนำข้อคำถามมาปรับให้มีความเหมาะสมกับเนื้อหาและกรอบแนวคิดในงานวิจัยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ประสบการณ์ด้านงานขายและรายได้ต่อเดือน เป็นแบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List) มีคำถามจำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะพึงประสงค์ของพนักงานขายในสถานประกอบการประเภทเครื่องมือ



ไฟฟ้าไร้สาย ประกอบด้วย ด้านความรู้ ด้านทักษะ และทัศนคติ ลักษณะของแบบสอบถามจะเป็นคำถามปลายปิดชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ มีคำถามจำนวน 44 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

4.3 การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือวิจัย

1) ศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดขอบเขตการวิจัย และสร้างเครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถามให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายของการวิจัย

2) ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสาร สร้างแบบสอบถาม และกำหนดข้อคำถามให้ครอบคลุมตัวแปรที่กำหนด โดยคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา

3) นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ โดยมีผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความสอดคล้อง โดยผลการหาค่า IOC ทุกข้อมีค่าดัชนีมากกว่า 0.50 สรุปได้ว่าแบบสอบถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์งานวิจัย

4) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปหาค่า Cronbach's Alpha จากการทดลองใช้แบบสอบถาม โดยหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม จำนวน 30 คน ได้ค่าระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยรวมทั้งฉบับเท่ากับ 0.96 ซึ่งถือได้ว่ามีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูงมาก และสามารถนำไปใช้ในการวิจัยได้

4.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ส่งลิงค์แบบสอบถามออนไลน์ ไปยังฝ่ายบุคคลของสถานประกอบการประเภทเครื่องมือไฟฟ้าไร้สาย เพื่อให้ส่งแบบสอบถามนี้ไปยังพนักงานขาย 3 คน ประกอบด้วย พนักงานขาย หัวหน้าแผนกฝ่ายขาย หรือผู้จัดการฝ่ายขาย เพื่อตอบแบบสอบถาม

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

1) คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

2) ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะพึงประสงค์ของพนักงานขายในสถานประกอบการประเภทเครื่องมือไฟฟ้าไร้สาย ประกอบด้วย

ด้านความรู้ ด้านทักษะ และด้านทัศนคติ ใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย (Mean) และหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

3) วิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะพึงประสงค์ของพนักงานขาย แยกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล ใช้การทดสอบค่าเฉลี่ย T-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวโดยใช้ F-test และหากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ตามวิธีของ Scheffé

4) วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลกับระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะพึงประสงค์ของพนักงานขายในสถานประกอบการประเภทเครื่องมือไฟฟ้าไร้สาย โดยใช้การทดสอบไคสแควร์ (Chi Square Test)

5. ผลการวิจัย

5.1 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็น และเปรียบเทียบคุณลักษณะพึงประสงค์ของพนักงานขายในยุคดิจิทัล ตามลักษณะข้อมูลส่วนบุคคล

1) ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม



บทควาณวิจัย

การศึกษาคุณลักษณะ:พึงประสงค์ของพนักงานขายในสถานประกอบการประเภทเครื่องมือไฟฟ้าไร้สายในยุคดิจิทัล

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของพนักงานขายจำแนกตามปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล

n = 228

	คุณลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	135	59.21
	หญิง	93	40.79
อายุ	น้อยกว่า 25 ปี	117	51.32
	25-35 ปี	84	36.84
	36-45 ปี	19	8.33
	มากกว่า 46 ปี	8	3.51
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	83	36.40
	ปริญญาตรี	114	50.00
	ปริญญาโท	31	13.60
ตำแหน่งงาน	พนักงานขาย	168	73.68
	หัวหน้าแผนกฝ่ายขาย	42	18.42
	ผู้จัดการฝ่ายขาย	18	7.89
ประสบการณ์ด้านงานขาย	น้อยกว่า 3 ปี	100	43.86
	3-6 ปี	85	37.28
	7-10 ปี	31	13.60
	มากกว่า 10 ปี	12	5.26
รายได้ต่อเดือน	น้อยกว่า 20,000 บาท	58	25.44
	20,000-30,000 บาท	94	41.23
	30,001-40,000 บาท	47	20.61
	มากกว่า 40,000 บาท	29	12.72

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะส่วนบุคคล ประสบการณ์ด้านงานขายน้อยกว่า 3 ปี และรายได้ต่อเดือนจำนวน 228 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุต่ำกว่า 25 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ตำแหน่งพนักงานขาย 20,000-30,000 บาท

2) ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะพึงประสงค์ของพนักงานขายในยุคดิจิทัล

ตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะพึงประสงค์ของพนักงานขายโดยรวม และรายด้าน

คุณลักษณะพึงประสงค์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ความรู้	4.31	0.17	มาก
2. ทักษะ	4.25	0.17	มาก
3. ทักษะ	3.98	0.18	มาก
รวม	4.18	0.10	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า พนักงานขายในสถานประกอบการประเภทเครื่องมือไฟฟ้าไร้สายในยุคดิจิทัล มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะพึงประสงค์โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ความรู้ ทักษะ และปัจจัย

ทัศนคติ ตามลำดับ

3) ผลการเปรียบเทียบคุณลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกับคุณลักษณะพึงประสงค์ของพนักงานขายในยุคดิจิทัลโดยรวม

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบคุณลักษณะพึงประสงค์ของพนักงานขายในยุคดิจิทัลโดยรวม จำแนกตามเพศ

ปัจจัย	ชาย	หญิง	Sig.	ผลการทดสอบโดยใช้ T-test
	ค่าเฉลี่ย $\pm$ S.D.	ค่าเฉลี่ย $\pm$ S.D.		
คุณลักษณะพึงประสงค์	4.18 $\pm$ 0.10	4.18 $\pm$ 0.10	0.85	ไม่แตกต่าง
1. ความรู้	4.31 $\pm$ 0.16	4.31 $\pm$ 0.18	0.92	ไม่แตกต่าง
2. ทักษะ	4.25 $\pm$ 0.17	4.25 $\pm$ 0.18	0.71	ไม่แตกต่าง
3. ทักษะ	3.97 $\pm$ 0.19	3.99 $\pm$ 0.18	0.46	ไม่แตกต่าง

จากตารางที่ 3 พบว่า คุณลักษณะส่วนบุคคลด้านเพศที่แตกต่างกัน มีคุณลักษณะพึงประสงค์ของพนักงานขายในยุคดิจิทัล ไม่แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ที่ระดับ 0.05 แสดงว่า เพศ ไม่มีผลต่อคุณลักษณะพึงประสงค์ของพนักงานขายในยุคดิจิทัล

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบคุณลักษณะพึงประสงค์ของพนักงานขายในยุคดิจิทัลโดยรวม จำแนกตามอายุ

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย				Sig.	ผลการทดสอบโดยใช้ F-test
	< 25 ปี	25-35 ปี	36-45 ปี	> 45 ปี		
คุณลักษณะพึงประสงค์	4.14 $\pm$ 0.08 ^B	4.18 $\pm$ 0.07 ^B	4.35 $\pm$ 0.03 ^A	4.34 $\pm$ 0.02 ^A	0.00	แตกต่าง

หมายเหตุ ตัวอักษร A B แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติที่ร้อยละ 95



ตารางที่ 5 การเปรียบเทียบคุณลักษณะพึงประสงค์ของพนักงานขายในยุคดิจิทัลโดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย			Sig.	ผลการทดสอบ โดยใช้ T-test
	ต่ำกว่า ป.ตรี	ป.ตรี	ป.โท		
คุณลักษณะพึงประสงค์	4.08 ± 0.05 ^B	4.23 ± 0.06 ^A	4.25 ± 0.09 ^A	0.00	แตกต่าง

หมายเหตุ ตัวอักษร A B แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติที่ร้อยละ 95

ตารางที่ 6 การเปรียบเทียบคุณลักษณะพึงประสงค์ของพนักงานขายในยุคดิจิทัลโดยรวม จำแนกตามตำแหน่งงาน

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย			Sig.	ผลการทดสอบ โดยใช้ T-test
	ต่ำกว่า ป.ตรี	ป.ตรี	ป.โท		
คุณลักษณะพึงประสงค์	4.14 ± 0.07 ^C	4.27 ± 0.03 ^B	4.36 ± 0.02 ^A	0.00	แตกต่าง

หมายเหตุ ตัวอักษร A B C แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติที่ร้อยละ 95

ตารางที่ 7 การเปรียบเทียบคุณลักษณะพึงประสงค์ของพนักงานขายในยุคดิจิทัลโดยรวม จำแนกตามประสบการณ์ด้านงานขาย

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย				Sig.	ผลการทดสอบ โดยใช้ F-test
	< 3 ปี	3-6 ปี	7-10 ปี	> 10 ปี		
คุณลักษณะพึงประสงค์	4.09 ± 0.05 ^D	4.21 ± 0.03 ^C	4.31 ± 0.02 ^B	4.37 ± 0.00 ^A	0.00	แตกต่าง

หมายเหตุ ตัวอักษร A B C D แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติที่ร้อยละ 95

ตารางที่ 8 การเปรียบเทียบคุณลักษณะพึงประสงค์ของพนักงานขายในยุคดิจิทัลโดยรวม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย				Sig.	ผลการทดสอบ โดยใช้ T-test
	< 20,000	20,001-30,000	30,001-40,000	> 40,000		
คุณลักษณะพึงประสงค์	4.06 ±	4.16 ± 0.03 ^C	4.26 ± 0.02 ^B	4.35 ± 0.03 ^A	0.00	แตกต่าง

หมายเหตุ ตัวอักษร A B C แสดงความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติที่ร้อยละ 95

จากตารางที่ 4 ถึง 8 พบว่า คุณลักษณะส่วนบุคคล ด้านอายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ประสบการณ์ด้านงานขาย และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีคุณลักษณะพึงประสงค์ของพนักงานขายในยุคดิจิทัลโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

โดยด้านอายุ พบว่า พนักงานอายุ 36-45 ปี และพนักงานอายุมากกว่า 45 ปี มีคุณลักษณะพึงประสงค์มากกว่าพนักงานอายุน้อยกว่า 25 ปี และพนักงานอายุ 25-35 ปี

ด้านระดับการศึกษา พบว่า พนักงานระดับการศึกษาปริญญาตรีและปริญญาโท มีคุณลักษณะพึงประสงค์มากกว่า

พนักงานระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี

ด้านตำแหน่งงาน พบว่า พนักงานตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายขาย มีคุณลักษณะพึงประสงค์มากที่สุด รองลงมาคือพนักงานตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายขาย และ พนักงานตำแหน่งพนักงานขาย ตามลำดับ

ด้านประสบการณ์ด้านงานขายพบว่า พนักงานประสบการณ์ด้านงานขายมากกว่า 10 ปี มีคุณลักษณะพึงประสงค์มากที่สุด รองลงมาคือพนักงานประสบการณ์ด้านงานขาย 7-10 ปี พนักงานประสบการณ์ด้านงานขาย 3-6 ปี และพนักงานประสบการณ์ด้านงานขายน้อยกว่า 3 ปี ตามลำดับ



ด้านรายได้ต่อเดือน พบว่า พนักงานที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท มีคุณลักษณะพึงประสงค์สูงสุด รองลงมาคือพนักงานที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001-40,000 บาท พนักงานที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท และ

พนักงานที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 20,000 บาท ตามลำดับ 5.2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลกับคุณลักษณะพึงประสงค์ของพนักงานขายในยุคดิจิทัล

ตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลกับคุณลักษณะพึงประสงค์ของพนักงานขายโดยรวม

คุณลักษณะส่วนบุคคล	ค่าสถิติ		ผลการทดสอบโดยใช้ไคสแควร์
	ค่าสัมประสิทธิ์การจร : C.C.	ค่า Sig	
1. เพศ	0.06	0.92	ไม่มีความสัมพันธ์
2. อายุ	0.72	0.00*	มีความสัมพันธ์
3. ระดับการศึกษา	0.67	0.00*	มีความสัมพันธ์
4. ตำแหน่งงาน	0.72	0.00*	มีความสัมพันธ์
5. ประสบการณ์ด้านงานขาย	0.76	0.00*	มีความสัมพันธ์
6. รายได้ต่อเดือน	0.84	0.00*	มีความสัมพันธ์

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 9 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลกับคุณลักษณะพึงประสงค์ของพนักงานขายโดยรวม พบว่า เพศ ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนคุณลักษณะส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ประสบการณ์ด้านการขาย และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณลักษณะพึงประสงค์ของพนักงานขายในช่วง 0.67-0.84 โดยด้านรายได้ต่อเดือนมีค่าสัมประสิทธิ์การจรสูงสุด เท่ากับ 0.84

6. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

6.1 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล

6.1.1 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะพึงประสงค์ของพนักงานขายในสถานประกอบการประเภทเครื่องมือไฟฟ้าไร้สายในยุคดิจิทัลโดยรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทั้ง 3 ด้าน คือ ความรู้ ทักษะ และทัศนคติ ตามลำดับ ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์การแปลความหมายของงานวิจัย สอดคล้องกับชมพูชนันทะชมพู [6] ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของนักขายรุ่นเยาว์

วิทยาลัยเทคโนโลยีและการจัดการ กฟผ.แม่เมาะ จังหวัดลำปาง พบว่า คุณลักษณะของนักขายรุ่นเยาว์ วิทยาลัยเทคโนโลยีและการจัดการ กฟผ.แม่เมาะ จังหวัดลำปาง ในภาพรวมทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับมากและสอดคล้องกับเจษฎา พลายชุมพล [7] ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของช่างไฟฟ้าภายในอาคาร พบว่า คุณลักษณะที่พึงประสงค์ช่างไฟฟ้าภายในอาคารในภาพรวม อยู่ในระดับมาก

6.1.2 เปรียบเทียบคุณลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกับคุณลักษณะพึงประสงค์ของพนักงานขายในยุคดิจิทัล พบว่า คุณลักษณะส่วนบุคคล ด้านอายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ประสบการณ์ด้านงานขาย และรายได้ต่อเดือน มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะพึงประสงค์ของพนักงานขายโดยรวม แตกต่างกัน สอดคล้องกับจิตติมา ปฏิมาประกร [8] ศึกษาเรื่อง การพัฒนาและการจัดการคุณลักษณะ ทักษะการขายของนักขายที่ส่งผลกระทบต่อเป้าหมายบริษัทในอุตสาหกรรม การพิมพ์ ประเภทฉลากสินค้า : กรณีศึกษา นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร พบว่า อายุ ตำแหน่ง ระดับการศึกษา และประสบการณ์ ที่แตกต่างกันทำให้การบรรลุเป้าหมายแตกต่างกันและสอดคล้องกับนาถรพี ชัยมงคล [9] ศึกษา



บทควาณวิจัย

การศึกษาคุณลักษณะพึงประสงค์ของพนักงานขายในสถานประกอบการประเภทเครื่องมือไฟฟ้าไร้สายในยุคดิจิทัล

เรื่อง ความพึงพอใจในงานและพฤติกรรมอันพึงประสงค์ของพนักงานที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงาน : กรณีศึกษาบริษัท คริสเตียนีและนีสเส้น (ไทย) จำกัด (มหาชน) พบว่าพนักงานที่มีระดับการศึกษาและระยะเวลาในการปฏิบัติงานที่ต่างกันมีผลการปฏิบัติงานแตกต่างกัน

6.1.3 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลกับคุณลักษณะพึงประสงค์ของพนักงานขายในยุคดิจิทัล พบว่า พนักงานขายเพศหญิงหรือชายสามารถทำงานทดแทนกันได้ ไม่ทำให้ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะพึงประสงค์ของพนักงานขายแตกต่างกัน หากมีการเปลี่ยนแปลงคุณลักษณะส่วนบุคคลด้านอื่น ๆ คือ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ประสบการณ์ด้านงานขาย และรายได้ต่อเดือน จะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะพึงประสงค์ของพนักงานขาย สอดคล้องกับ จิตติมา ปฏิมาประกร [8] ศึกษาเรื่อง การพัฒนาและการจัดการคุณลักษณะ ทักษะการขายของนักขายที่ส่งผลต่อเป้าหมายบริษัทในอุตสาหกรรมการพิมพ์ ประเภทผลากสินค้า : กรณีศึกษา นิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร พบว่า อายุ ตำแหน่ง ระดับการศึกษา และประสบการณ์ ส่งผลต่อการบรรลุเป้าหมายของบริษัท

6.2 ข้อเสนอแนะ

6.2.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1) ด้านการสรรหาบุคลากร ควรมุ่งเน้นดังนี้ ไม่ควรจำกัดเรื่องเพศ พนักงานขายมีอายุตั้งแต่ 36-45 ปี การศึกษาระดับปริญญาโท ตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายขาย ประสบการณ์ด้านงานขายมากกว่า 10 ปี และรายได้ต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท

2) ด้านคุณลักษณะพึงประสงค์ของพนักงานขายในยุคดิจิทัล คือ พนักงานต้องมีความรู้ ในด้านความรู้ในสายอาชีพ และความรู้ด้านเทคโนโลยี ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่สำคัญของพนักงานขายในยุคดิจิทัล

6.2.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1) ศึกษาคูณลักษณะประสงค์ของพนักงานขายในสถานประกอบการประเภทเครื่องมือไฟฟ้าไร้สายในยุคดิจิทัล ด้านทัศนคติเชิงลึกต่อไป เพื่อหาสาเหตุว่าทำไมระดับความคิดเห็นด้านทัศนคติจึงมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

จากปัจจัยทั้ง 3 ด้าน

2) ศึกษาคูณลักษณะพึงประสงค์ของพนักงานขายในสถานประกอบการประเภทเครื่องมือไฟฟ้าไร้สายในยุคดิจิทัลในปัจจัยอื่น ๆ เพิ่ม เช่น ปัจจัยด้านภาษาเพื่อการขยายตลาดไปยังกลุ่มประเทศอาเซียน (AEC)

เอกสารอ้างอิง

- [1] มติชนออนไลน์. (2564). [ออนไลน์]. Digital Disruption คืออะไร และเราต้องเตรียมรับมืออย่างไร. [สืบค้นเมื่อวันที่ 8 ตุลาคม 2564]. จาก <https://shorturl.asia/rcvHx>.
- [2] จิตติมา ขำดำ. (2562). ความรู้ความสามารถของนักบัญชีและความเข้าใจในมาตรฐานการจัดทำบัญชีภาครัฐที่มีผลต่อประสิทธิภาพงานของนักบัญชีของสำนักงานอัยการสูงสุด. วารสารนักบริหาร. 39(2), 52-65.
- [3] นิสตารก์ เวชยานนท์. (2556). Competency-Based Approach. กรุงเทพมหานคร: กราฟิโก ซิสเต็มส์.
- [4] กิตตินันท์ อารยชาติสกุล. (2560). สมรรถนะที่ต้องการของผู้แทนขายบริษัท SCG Plastics. สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต. วิทยาลัยการจัดการ. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- [5] Krejcie, R.V. & Morgan, D.W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. Educational and Psychological Measurement. 30(3), 607-610.
- [6] ชมพูนุช คันทะชมภู. (2557). คุณลักษณะของนักขายรุ่นเยาว์วิทยาลัยเทคโนโลยีและการจัดการ กฟผ.แม่เมาะ จังหวัดลำปาง. การค้นคว้าอิสระศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาอาชีวศึกษา. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- [7] เจษฎา พลายชุมพล. (2560). แนวทางการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของช่างไฟฟ้าภายในอาคาร. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต. สาขาวิชาการศึกษาตลอดชีวิตและการพัฒนามนุษย์. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- [8] จิตติมา ปฏิมาประกร. (2559). การพัฒนาและการจัดการคุณลักษณะทักษะการขายของนักขายที่ส่งผลต่อเป้าหมายบริษัทในอุตสาหกรรมการพิมพ์ ประเภทผลากสินค้า : กรณีศึกษานิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการพัฒนาองค์การและการจัดการสมรรถนะของมนุษย์. มหาวิทยาลัยบูรพา.



- [9] นารถพี ชัยมงคล. (2561). ความพึงพอใจในงานและพฤติกรรมอันพึงประสงค์ของพนักงานที่มีอิทธิพลต่อผล
การปฏิบัติงาน:กรณีศึกษาบริษัท คริสเตียนและนัลเสน (ไทย)
จำกัด (มหาชน). วารสารสหวิทยาการวิจัย. 7(2),105-117.