



แนวทางการสำเร็จของพนักงานขาย ผลิตภัณฑ์ กองทุน เงินฝาก สินเชื่อ ธนาคาร ABC ที่ตั้งอยู่ใน
จังหวัด สมุทรปราการ

THE SUCCESS STORIES OF THE BANK SALES PRODUCT MUTUAL FUNDS DEPOSITS
LOANS IS THAT ABC BANK IS LOCATED IN SAMUTPRAKARN

จารุวรรณ ศิริพันธ์

มหาวิทยาลัยบูรพา

2561



2688252301

BUU iThesis 59710077 independent study / recv: 04012562 17:35:42 / seq: 95



59710077_2688252301

แนวทางการสำเร็จของพนักงานขาย ผลิตภัณฑ์ กองทุน เงินฝาก สินเชื่อ ธนาคาร ABC ที่ตั้งอยู่ใน
จังหวัด สมุทรปราการ

จรรุวรรณ ศิริพันธ์

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร
วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
2561
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา



2688252301

BUU iThesis 59710077 independent study / recv: 04012562 17:35:42 / seq: 95

THE SUCCESS STORIES OF THE BANK SALES PRODUCT MUTUAL FUNDS DEPOSITS
LOANS IS THAT ABC BANK IS LOCATED IN SAMUTPRAKARN

JARUWAN SIRIPAN

AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
IN BUSINESS ADMINISTRATION FOR EXECUTIVE
GRADUATE SCHOOL OF COMMERCE
BURAPHA UNIVERSITY

2018

COPYRIGHT OF BURAPHA UNIVERSITY



2688252301

BUU iThesis 59710077 independent study / recv: 04012562 17:35:42 / seq: 95

59710077: สาขาวิชา: บริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร; บช.ม. (บริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร)
คำสำคัญ: แนวทางความสำเร็จของพนักงานขาย

จรรุวรรณ ศิริพันธ์ : แนวทางความสำเร็จของพนักงานขาย ผลิตภัณฑ์ กองทุน เงินฝาก
สินเชื่อ ธนาคาร ABC ที่ตั้งอยู่ในจังหวัด สมุทรปราการ. (THE SUCCESS STORIES OF THE
BANK SALES PRODUCT MUTUAL FUNDS DEPOSITS LOANS IS THAT ABC BANK IS
LOCATED IN SAMUTPRAKARN) คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์: ศรีณยา เลิศพุทธรักษ์,
Ed.D. ปี พ.ศ. 2561.

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแนวทางความสำเร็จของพนักงานขาย
ผลิตภัณฑ์ กองทุน เงินฝาก สินเชื่อ ธนาคาร ABC ที่ตั้งอยู่ใน จังหวัดสมุทรปราการ 2) เพื่อเสนอ
แนวทางในการพัฒนาบุคลากรของธนาคารให้ประสบความสำเร็จในการเป็นพนักงานขาย
ผลิตภัณฑ์ กองทุน เงินฝาก สินเชื่อ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับ PB Retail
และพนักงานธุรกิจ (ที่มีผลงานโดดเด่น) ของธนาคาร ABC ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ
การวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการสัมภาษณ์แบบเป็นทางการ ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสัมภาษณ์
ชนิดมีโครงสร้าง ผู้วิจัยเลือกสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องเป็น พนักงานตำแหน่ง PB Retail และ ตำแหน่ง
พนักงานธุรกิจ (ที่มีผลงานที่โดดเด่น) ของธนาคาร ABC ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ
เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการพัฒนา
บุคลากรของธนาคารให้ประสบความสำเร็จในการเป็นพนักงานขายผลิตภัณฑ์ กองทุน เงินฝาก
สินเชื่อ

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จในการเป็นพนักงานขาย
เป็นปัจจัยด้านความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ พนักงานขายต้องมีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์
ที่จะนำเสนอขายในการที่จะทำเสนอขายให้กับลูกค้า และต้องตอบคำถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้
ลูกค้าเข้าใจได้ มีทักษะด้านกระบวนการขาย การสื่อสารกับลูกค้าต้องสื่อสารให้ลูกค้าเข้าใจถึง
ตัวผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอ ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ ต้องนำเสนออย่างถูกต้องและครบถ้วน
ตามหลักความเป็นจริงทุกข้อ ด้านอุปกรณ์ที่เป็นตัวช่วยในการขายนอกสถานที่ ทำให้พนักงานจะ
สามารถเข้าถึงข้อมูลได้สะดวกรวดเร็ว และ โบวชัวร์เพื่อให้ลูกค้าได้กลับไปศึกษาต่อหากมีความ
สนใจมีผลต่อความสำเร็จในการเป็นพนักงานขาย กองทุน เงินฝาก สินเชื่อ

59710077: MAJOR: BUSINESS ADMINISTRATION FOR EXECUTIVE; M.B.A.
(BUSINESS ADMINISTRATION FOR EXECUTIVE)

KEYWORDS: SUCCESS FACTORS OF THE BANK SALES STAFF

JARUWAN SIRIPAN : THE SUCCESS STORIES OF THE BANK SALES
PRODUCT MUTUAL FUNDS DEPOSITS LOANS IS THAT ABC BANK IS LOCATED IN
SAMUTPRAKARN. ADVISORY COMMITTEE: SARUNYA LERTPUTTARAK, Ed.D. 2018.

This research aims to 1) examine the success factors of the bank sales staff regarding the banking products: mutual funds, deposits, and loans of ABC bank in Samutprakarn; 2) provide guidelines for the development of the bank’s staff to succeed as sales staff of the banking products: mutual funds, deposits, and loans. This is a qualitative research study employing in-depth interviews with PB Retail officers and business-related officers with outstanding performance of ABC Bank located in Samut Prakarn. The data gained would be served as guidelines for the development of the bank’s staff to be successful sales staff of the banking products: mutual funds, deposits, and loans.


The results show that the factors that influence the success of the sales staff are the knowledge of the products. They need to have a thorough understanding of the banking products to be sold to customers. They need to be able to answer questions about the products so that the customers understand. They must have sales skills on the sales process. They must be able to communicate with customers to fully understand about the proposed products. During a sales pitch, it needs to be presented accurately and completely, based on facts, not exaggerating or omitting certain conditions. In terms of assistance equipment for off-site sales, it would allow them to quickly access the information. Brochures of the banking products for the interested customers to further study would impact the success of being sales staff selling the banking products: mutual funds, deposits, and loans.


คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบงานนิพนธ์ได้พิจารณางาน
นิพนธ์ของ จารุวรรณ ศิริพันธ์ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

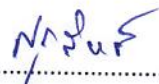
คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์


.....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศรีณยา เลิศพุทธรักษ์)

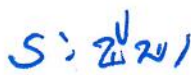
คณะกรรมการสอบงานนิพนธ์


.....ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศรีณยา เลิศพุทธรักษ์)


.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุชนนี เมธิโยธิน)


.....กรรมการ
(ดร. ศุภสิทธิ์ เลิศบัวสิน)

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์อนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร ของมหาวิทยาลัยบูรพา


..... คณบดีวิทยาลัย
พาณิชยศาสตร์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ระพีพร ศรีจำปา)

วันที่..... เดือน..... พ.ศ.....



กิตติกรรมประกาศ

งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาเป็นอย่างยิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์ อาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์ ซึ่งได้สละเวลาให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ตลอดจนช่วยแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่ คอยเป็นกำลังใจ และให้ความห่วงใยเสมอมา ผู้ทำการวิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่งจึงกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชนัน เมธิโยธิน กรรมการสอบงานนิพนธ์ ที่กรุณาให้ข้อเสนอแนะในงานวิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และผู้ทำวิจัยได้รับความกรุณาอย่างสูงจาก ดร.ศุภสิทธิ์ เลิศบัวสิน กรรมการสอบงานนิพนธ์ที่กรุณาให้คำแนะนำแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลในการทำวิจัยทำให้งานนิพนธ์มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และกราบขอบพระคุณคณาจารย์ วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพาทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้และประสบการณ์ การเรียนการสอนอันมีค่ายิ่ง

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณบิดา มารดา พี่น้อง และญาติมิตร ซึ่งเปิดโอกาสให้ได้เล่าเรียน และคอยช่วยเหลือให้กำลังใจ ตลอดจนขอขอบคุณเพื่อน ๆ ทุกคน ที่คอยให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ และเป็นกำลังใจให้เสมอมา จนการศึกษาครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

คุณค่าและประโยชน์ที่ได้รับจากงานนิพนธ์ฉบับนี้ผู้ทำการวิจัยขอมอบให้แก่บุพการี คณาจารย์ และผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชา และท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้

จารุวรรณ ศิริพันธ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่ 1	1
บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
บทที่ 2	7
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดและทฤษฎีความสำเร็จ	7
แนวคิดและทฤษฎีการขาย และการเสนอขายผลิตภัณฑ์ของธนาคาร	11
แนวคิดและทฤษฎีการพัฒนาพนักงาน	14
แนวคิดและทฤษฎีการประเมินความสามารถพนักงาน.....	17
แนวคิดและทฤษฎีปัญหาและอุปสรรค.....	20

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	24
บทที่ 3	29
วิธีดำเนินการวิจัย	29
การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	29
การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research)	30
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	31
ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือการวิจัย	32
ความน่าเชื่อถือของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	35
การจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล	35
บทที่ 4	37
ผลการวิจัย.....	37
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูลโดยการสัมภาษณ์.....	38
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จในการเป็น พนักงานขาย.....	39
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารปัจจัยแห่งความสำเร็จในการเป็น พนักงานขาย.....	42
ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จในการเป็น พนักงานขายและข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงพัฒนาการปฏิบัติงาน	46
ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จที่จะส่งผลให้ PB กับพนักงาน ธุรกิจทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ	50
ส่วนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการพัฒนาบุคลากรเพื่อการประสบ ความสำเร็จของพนักงานขาย.....	53
ส่วนที่ 7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและเกณฑ์การประเมินความสำเร็จของ พนักงานขาย.....	56



ส่วนที่ 8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อการปรับปรุงกระบวนการ
ขายและเพิ่มศักยภาพในการขายของพนักงาน59

บทที่ 564

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....64

 สรุปผลการวิจัย.....64

 อภิปรายผลการวิจัย.....67

 ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย71

 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....73

บรรณานุกรม74

ภาคผนวก77

 ภาคผนวก ก78

 ภาคผนวก ข83

ประวัติย่อของผู้วิจัย85



2638252301

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1	Branch: Grade.....	5
ตารางที่ 2	ธนาคารพาณิชย์ (Summary performance by branch: Grade)	30
ตารางที่ 3	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูล โดยการสัมภาษณ์	38
ตารางที่ 4	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จในการเป็นพนักงานขาย.....	41
ตารางที่ 5	วิเคราะห์การบริหารจัดการปัจจัยแห่งความสำเร็จเพื่อสนับสนุนการขายของพนักงาน .44	
ตารางที่ 6	วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จในการเป็นพนักงานขาย.....	48
ตารางที่ 7	วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยแห่งความสำเร็จที่จะส่งผลให้ PB กับพนักงานธุรกิจทำงานร่วมกัน.52	
ตารางที่ 8	วิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบการพัฒนาบุคลากรเพื่อการประสบความสำเร็จของพนักงานขาย .55	
ตารางที่ 9	วิเคราะห์ข้อมูลขั้นตอนและเกณฑ์การประเมินความสำเร็จของพนักงานขาย.....	58
ตารางที่ 10	วิเคราะห์ข้อมูลข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อปรับปรุงกระบวนการขายและเพิ่มศักยภาพในการขายของพนักงาน.....	61



2638252301

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	3
ภาพที่ 2 Model แนวทางความสำเร็จในการเป็นพนักงานขาย	64



2688252301

BUU iThesis 59710077 independent study / recv: 04012562 17:35:42 / seq: 95

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ยุค Thailand 4.0 เป็นการขับเคลื่อนธุรกิจด้วยโมเดลใหม่ โดยรัฐบาลต้องการเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจเป็นแบบ Value-based economy เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ทำให้เกิดเป็นกระแสเทคโนโลยี เข้ามามีอิทธิพลต่อธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจการเงินและการธนาคาร ธนาคารในยุค Thailand 4.0 ทุกแห่งจะมุ่งเน้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการอิงกับนวัตกรรมและเทคโนโลยี Fin tech (Financial technology) คือการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการเงิน เช่น Application ที่ให้บริการทางการเงินของธนาคารพาณิชย์สามารถทำธุรกรรมต่าง ๆ บนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ได้โดยไม่ต้องไปธนาคาร เพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้ใช้บริการ และลดต้นทุนของธนาคาร

ในช่วง 2-3 กระแสฟินเทคมีบทบาทต่อสังคม และเศรษฐกิจในประเทศเป็นอย่างมาก ปัจจุบันเทคโนโลยีที่เข้ามามีผลกระทบกับรูปแบบ ประเภท และกระบวนการของการให้บริการทางการเงินแบบเดิม การพัฒนาทางการเงินแบบดิจิทัล และเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ได้เข้ามาเปลี่ยนแปลงลักษณะขององค์กร และ โมเดลทางธุรกิจ เพื่อพัฒนาการให้บริการทางด้านเทคโนโลยีทางการเงินที่ทันสมัย เพื่อก้าวทันยุค Digital economy พร้อมทั้งแหล่งความรู้เพื่อตอบ โจทย์ ด้านการเงิน การลงทุนที่มีประสิทธิภาพ ธนาคารปรับมาใช้รูปแบบการบริการใหม่ที่สะดวกและง่ายขึ้น เช่น การโอนเงินระหว่างกันโดยตัดตัวกลาง (Peer to peer transfers) และการใช้จ่ายผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile money) เป็นนวัตกรรมที่เปลี่ยนไปตามความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่ถูกนำมาประยุกต์ใช้ ทำให้เกิดความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลที่สูงขึ้น ต้นทุนการทำธุรกิจที่ต่ำกว่าโครงสร้างพื้นฐานแบบเดิม มีการเชื่อมต่อฐานงานธนาคาร (Banking as platform) และธุรกรรมทางธนาคารผ่านโทรศัพท์มือถือ (Evolution of mobile) พรชัย ชุนหจินดา (2560)

นอกจากจะมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยแล้ว ต้องมีทีมผู้เชี่ยวชาญที่มากประสบการณ์และความรู้ พร้อมทั้งจะให้บริการเป็นที่ปรึกษาทางการเงินอย่างมีประสิทธิภาพ จากฐานข้อมูลลูกค้าขนาดใหญ่ที่จัดเก็บรวบรวมอยู่ (Big data) พนักงานทุกคนสามารถเข้าถึงข้อมูลของลูกค้าได้ ทำให้พนักงานตอบ โจทย์ความต้องการของลูกค้าได้ตรงตาม ความต้องการ จากฐานข้อมูลที่ถูกรวบรวม โดยโอกาสที่จะทำการครองใจลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการบริการ



2688252301

BTU iThesis 59710077 independent study / rev: 04012562 17:35:42 / seq: 95

นอกจากนี้ธนาคารพาณิชย์จึงปรับโครงสร้างการให้บริการ โดยแบ่งพนักงานให้บริการสาขาและพนักงานขายออกอย่างชัดเจน เนื่องจากที่ผ่านมามีการบริการมีรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น เน้นการใช้เครื่อง Machine มากขึ้น โดยมีพนักงานคอยดูแลแก้ไขปัญหาและคอยแนะนำ เช่น Standalone หลายขนาด ตู้ Kiosk เว็บ โมบาย เพื่อรองรับการใช้งานของผู้บริโภคที่แตกต่างกันไป โดยการให้บริการทางการเงินกับลูกค้าผ่านระบบออนไลน์

จากการที่ธนาคารพาณิชย์มีการปรับรูปแบบการให้บริการ เพื่อตอบสนองนวัตกรรมและเทคโนโลยี ส่งผลให้รูปแบบการทำงานถูกปรับเปลี่ยนไป พนักงานหน่วยงานบริการหน้าสาขา ถูกลดจำนวนลงจากการเข้ามาทดแทนของระบบ Digital banking ที่อำนวยความสะดวกกับลูกค้ามากขึ้น โดยที่ลูกค้าไม่จำเป็นต้องมาที่สาขาเพื่อทำรายการ ธนาคารจึงแยกส่วนงานส่วนงานบริการและส่วนงานขายออกจากกัน โดยส่วนกลุ่มงานขายนั้นต้องเพิ่มศักยภาพในการทำงาน เนื่องจากธนาคารมุ่งขยายลูกค้าระดับแมสกับระดับกลุ่มบุคคลมากขึ้น เช่น กลุ่มลูกค้าผู้ประกอบการรายย่อย (SME) จากเดิมที่เน้นลูกค้ารายใหญ่ โดยตั้งเป้าหมายไปที่สินเชื่อ Corporate และ Wealth management ส่วนงานขายเป็นส่วนงานที่สำคัญที่จะมีบทบาทหน้าที่ ในการสร้างรายได้ให้กับองค์กร พนักงานขายจึงถูกกำหนดเป้าหมายไว้อย่างชัดเจนในการขาย พนักงานขายต้องมีการรับรู้และเรียนรู้ เพื่อสร้างปัจจัยสำเร็จในการขาย รูปแบบการพัฒนาเพื่อให้ประสบความสำเร็จในการขายผลิตภัณฑ์ของธนาคาร

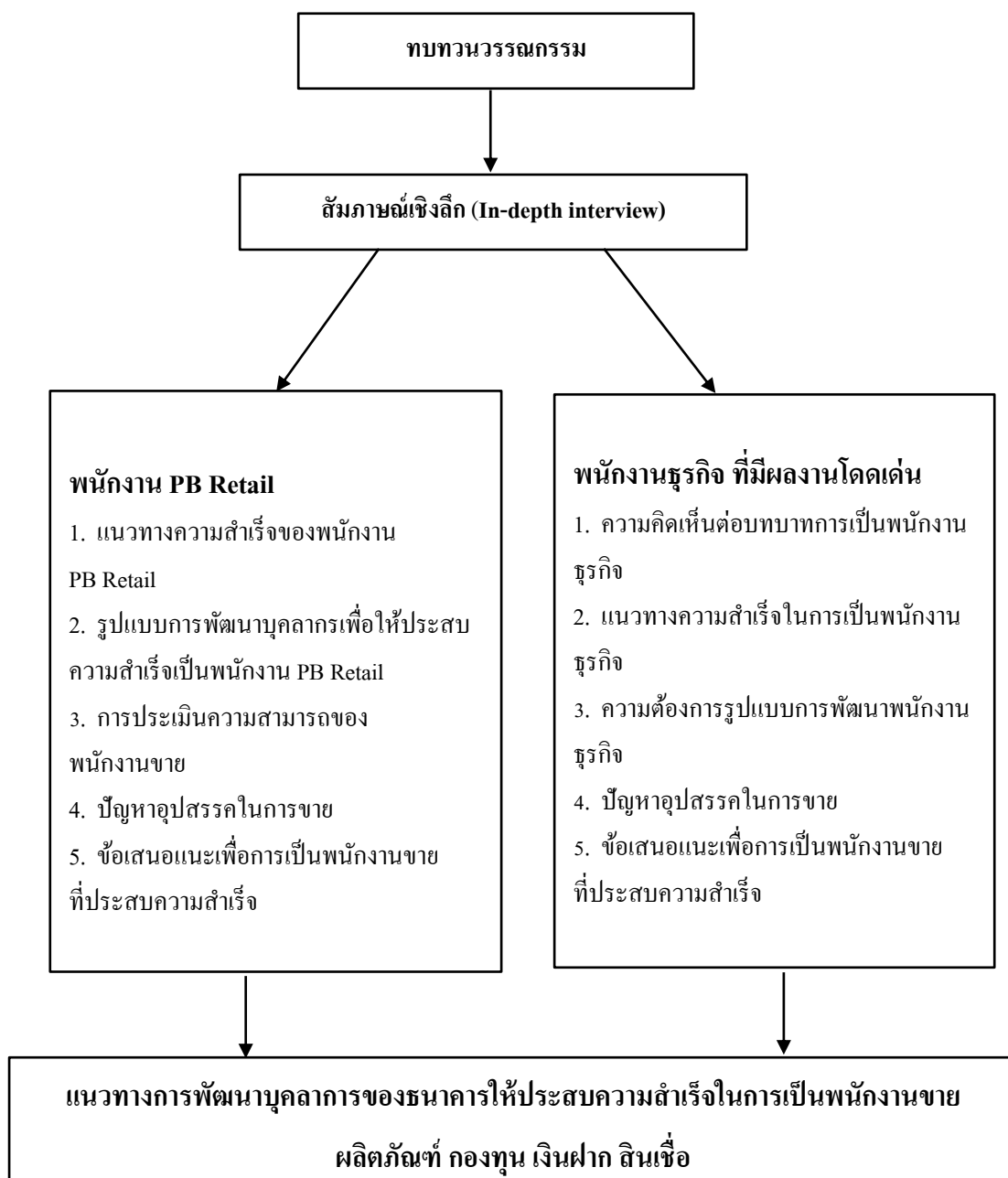
งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาจึงทำการวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของพนักงานขาย และรูปแบบการพัฒนากุศลกรเพื่อให้ประสบความสำเร็จเป็นพนักงานขาย ซึ่งจะเป็ประโยชน์ต่อธนาคารพาณิชย์ในเขตพื้นที่ จังหวัดสมุทรปราการ ในการนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนากุศลกร ในการสร้างรายได้ให้กับธนาคารต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางการความสำเร็จของพนักงานขาย ผลิตภัณฑ์ กองทุน เงินฝาก สินเชื่อธนาคาร ABC ที่ตั้งอยู่ใน จังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนากุศลกรของธนาคารให้ประสบความสำเร็จในการเป็นพนักงานขาย ผลิตภัณฑ์ กองทุน เงินฝาก สินเชื่อ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. พนักงานขายของธนาคารพาณิชย์ทราบถึงแนวทางความสำเร็จของพนักงานขายและวิธีการพัฒนาทักษะการขายเพื่อให้สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ให้เกิดประสิทธิภาพ
2. ธนาคารสามารถนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาพนักงานขายเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการขาย

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตเนื้อหาการวิจัย

การศึกษานี้ต้องการศึกษาถึงแนวทางความสำเร็จของพนักงานขายที่จะนำมาเป็นแนวทางการพัฒนาบุคลากรของธนาคารให้ประสบความสำเร็จในการขายผลิตภัณฑ์ กองทุน เงินฝาก สินเชื่อ เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกจากพนักงานธนาคาร ABC ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ โดยการสัมภาษณ์พนักงาน PB Retail สัมภาษณ์ถึง ปัจจัยแห่งความสำเร็จของพนักงานขาย ปัญหาอุปสรรค และรูปแบบการพัฒนาบุคลากรเพื่อให้ประสบความสำเร็จเป็นพนักงานขาย พนักงาน PB Retail และพนักงานธุรกิจ (พนักงานขายที่มีผลงานที่โดดเด่น) สัมภาษณ์ถึง ความคิดเห็นต่อบทบาทการเป็นพนักงานขาย แนวทางความสำเร็จในการเป็นพนักงานขาย ปัญหาอุปสรรคในการขาย ความต้องการรูปแบบการพัฒนาพนักงานขาย ข้อเสนอแนะเพื่อการเป็นพนักงานขายที่ประสบความสำเร็จ

ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้ต้องการศึกษาถึงแนวทางความสำเร็จของพนักงานขายที่จะนำมาเป็นแนวทางการพัฒนาบุคลากรของธนาคารให้ประสบความสำเร็จในการขายผลิตภัณฑ์ กองทุน เงินฝาก สินเชื่อ กลุ่มตัวอย่างสัมภาษณ์เชิงลึกพนักงานธนาคารพาณิชย์ ABC ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ เลือกสัมภาษณ์พนักงานพนักงานในตำแหน่ง PB Retail จำนวน 10 คน และพนักงานตำแหน่งธุรกิจที่มีผลงานที่โดดเด่นจำนวน 10 คน ในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการมีจำนวนสาขาทั้งหมด 80 สาขา โดยจะเลือกสัมภาษณ์พนักงานในสาขาที่มีผลประกอบการดีที่สุดจากเกรดสาขาในช่วงไตรมาสที่ผ่านมาโดยเลือกจากสาขาที่มีเกรดสูงสุดตามลำดับ โดยสาขาที่ได้รับคัดเลือกมีดังนี้



Summary performance by branch: Grade

ตารางที่ 1 Branch: Grade

Branch name	Grade branch					
	5	4	3 Upper	3 Botton	2	1
A	+					
B	+					
C	+					
D		+				

ธนาคารพาณิชย์ (Summary Performance by Branch : Grade 2561) Summary performance by branch: Grade

Grade branch คือ เกณฑ์การคำนวณผลประกอบการในส่วน Digital adoption, Digital migration, AUM NEW Customer/ New savings/ New, ATS Payroll ที่เป็นผลงานในการดำเนินงานทั้งหมด โดยผลประกอบการในเกณฑ์ที่สูงสุดอยู่ที่ ระดับ 5 และต่ำสุดอยู่ที่ระดับ 1 จากเกรดสาขา ได้เลือกสาขา A B C และ D ตามลำดับ และทำการคัดเลือกพนักงานในตำแหน่ง PB 10 คน และพนักงานธุรกิจที่มีผลประกอบการดีเด่นดังนี้

สาขา A มีพนักงาน PB จำนวน 3 คน พนักงานธุรกิจที่มีผลงานที่โดดเด่น 4 คน

สาขา B มีพนักงาน PB จำนวน 3 คน พนักงานธุรกิจที่มีผลงานที่โดดเด่น 3 คน

สาขา C มีพนักงาน PB จำนวน 3 คน พนักงานธุรกิจที่มีผลงานที่โดดเด่น 3 คน

สาขา D มีพนักงาน PB จำนวน 1 คน

ระยะเวลาในการวิจัย

มีระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลเอกสารและแบบสอบถามรวมถึงการประมวลผล โดยใช้ในช่วงเดือนมิถุนายน-ตุลาคม พ.ศ. 2561

นิยามศัพท์เฉพาะ

PB Retail หมายถึง ที่ปรึกษาทางการเงิน ตำแหน่ง Personal banking retail คุณสมบัติของพนักงานที่ได้รับตำแหน่ง มีใบอนุญาตขายกองทุน และประกัน มีหน้าที่วิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าจากฐานข้อมูลลูกค้าเดิมที่มีอยู่ และลูกค้าใหญ่เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ ที่เหมาะสมให้ลูกค้า

ติดต่อประสานงานกับลูกค้าทั้งในสาขาและนอกสาขาเพื่อเสนอขายผลิตภัณฑ์ใหม่ให้กับลูกค้าเดิม เพื่อเป็นการอัพเดทพอร์ตการลงทุนลูกค้า

พนักงานธุรกิจที่มีผลงานโดดเด่น หมายถึง พนักงานขายภายในสาขาของธนาคาร ที่อยู่ในตำแหน่งพนักงานธุรกิจ และมีรายชื่อ Top sale ในรายงานผลงานการขายของสาขาสูงกว่า คะแนนเป้าหมายรายบุคคล คุณสมบัติของพนักงานที่ได้รับตำแหน่ง มีใบอนุญาตขายกองทุน และประกันมีหน้าที่ให้คำแนะนำลูกค้าที่เข้ามาที่สาขา และนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าสนใจ ตามความต้องการของลูกค้า

ความสำเร็จของพนักงานขาย หมายถึง การทำยอดขายดี การรักในอาชีพและมองการทำงานอย่างมีคุณค่าเสมอ มีความก้าวหน้าในอาชีพ ได้อย่างยั่งยืน

การพัฒนาบุคลากร หมายถึง การพัฒนาบุคลากรของกิจการ เสริมสร้างและมุ่งที่จะให้ ความรู้ ความสามารถและสร้างทักษะในการทำงานของบุคลากร ให้มีวิธีการทำงานที่ดีขึ้น และมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรเพื่อให้การทำงานของบุคคลเหล่านั้นสำเร็จตามเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ขององค์กรที่ตั้งไว้

ปัญหาอุปสรรค หมายถึง ขาดความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์ การไม่รู้จักสินค้า ผลิตภัณฑ์บริการ ของตนเอง ขาดความพร้อมต้องมีการเตรียมตัวและการฝึกฝน มั่นใจเกินเหตุและไม่รู้จักฟัง อธิบาย สิ่งต่าง ๆ โดยไม่สนใจความต้องการของลูกค้า ไม่ติดตามผลต่อเนื่อง เมื่อทำการขายผลิตภัณฑ์ ต้องมีการและคอยดูแลลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ต้องมั่นใจ ก่อนให้คำสัญญากับลูกค้า ต้องแน่ใจก่อนว่า พนักงานสามารถทำตามเงื่อนไขและข้อเสนอจากลูกค้าได้

KPI (Key performance indicator) หมายถึง ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานหลัก เป็นการวัด ความก้าวหน้าของการบรรลุปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จ หรือผลสัมฤทธิ์ขององค์กร โดยเทียบ ผลการปฏิบัติงานกับมาตรฐานหรือเป้าหมายที่ตกลงกันไว้ องค์กรสามารถใช้ผลของการวัดและ การประเมินความก้าวหน้าของการบรรลุวิสัยทัศน์ขององค์กร เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพ การปฏิบัติงานขององค์กร

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง แนวทางความสำเร็จของพนักงานขาย ผลิตภัณฑ์ กองทุน เงินฝาก สิ้นเชื่อ ธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในเขตจังหวัด สมุทรปราการ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าจาก แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามลำดับ ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีความสำเร็จ
2. แนวคิดและทฤษฎีการขายและการเสนอขายผลิตภัณฑ์ของธนาคาร
3. แนวคิดและทฤษฎีการพัฒนาพนักงาน
4. แนวคิดและทฤษฎีการประเมินความสามารถพนักงาน
5. แนวคิดและทฤษฎีปัญหาและอุปสรรค
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีความสำเร็จ

ความหมายความสำเร็จในอาชีพ

สินิทธา สุขสวัสดิ์ (2550) ความสำเร็จในอาชีพ เป็นความสำเร็จ เป็นความสำเร็จภายใน ซึ่งหมายถึง ความพึงพอใจในอาชีพเท่านั้น R.M. Steers (1990, p.593) ได้ให้ความหมายของอาชีพว่าเป็นการรับรู้ของบุคคลในเรื่องของลำดับการเกิดของทัศนคติและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับ ประสบการณ์หรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการทำงานที่เกิดขึ้นตลอดช่วงของบุคคล และสตีร์ได้กล่าวถึงข้อตกลงที่สำคัญ 4 ประการเกี่ยวกับอาชีพ ได้แก่

1. อาชีพจะถูกพิจารณาว่าเป็นลำดับขั้นของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นตลอดชีวิตมากกว่าที่จะเป็นการประเมินว่าบุคคลนั้นประสบผลสำเร็จอย่างไรในชีวิต
2. ความสำเร็จหรือความล้มเหลวในอาชีพจะถูกตัดสินได้ดีที่สุดในบุคคลซึ่งทำอาชีพนั้นอยู่มิใช่ตัดสินใจโดยใช้บรรทัดฐานของผู้อื่น
3. อาชีพประกอบด้วยเหตุการณ์ซึ่งเกิดขึ้นกับบุคคลในช่วงเวลาที่ผ่านมาจึงเป็นสิ่งที่บุคคลทำและบุคคลรู้สึกต่องานของตน
4. ข้อพิจารณาที่ดีที่สุดของอาชีพก็คือ กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทำงาน ซึ่งประสบการณ์เหล่านี้ อาจรวมลำดับการเลื่อนตำแหน่งภายในองค์กรใด ๆ หรืออาจหมายถึง ลักษณะงานที่แตกต่างกันออกไปในองค์กรต่าง ๆ



สรุปได้ว่าความสำเร็จในอาชีพ หมายถึง ผลบวกในด้านจิตใจที่บุคคลได้รับมาจาก ประสบการณ์ทำงานในงานของตน โดยสามารถรับความสำเร็จในอาชีพได้ทั้งเกณฑ์ภายใน เช่น การประเมินตนเองเกี่ยวกับความรู้สึกว่าตนเองประสบความสำเร็จเพียงใดและเกณฑ์เชิงปรนัยหรือ เกณฑ์ภายนอก เช่น เงินเดือน การเลื่อนตำแหน่ง

การวัดความสำเร็จในอาชีพ กล่าวว่าการวัดความสำเร็จในอาชีพมีอยู่ด้วยกัน 2 วิธี ได้แก่ การวัดความสำเร็จในอาชีพเชิงปรนัย (Objective career success) และการวัดความสำเร็จในอาชีพ เชิงอัตนัย (Subjective career success) มีรายละเอียดดังนี้

1. ความสำเร็จในอาชีพเชิงปรนัย เป็นความสำเร็จในอาชีพซึ่งสามารถวัดได้อย่างเป็น ปรนัย (Objective) และมีเกณฑ์ที่มองเห็นได้ (Visible criteria) ซึ่งนักวิจัยส่วนใหญ่มักชอบที่จะใช้ เกณฑ์นี้ เนื่องจากสามารถวัดสิ่งที่สังเกตได้ เช่น เงินเดือน และการเลื่อนตำแหน่ง เป็นต้น

2. ความสำเร็จในอาชีพเชิงอัตนัย หมายถึงการรับรู้ของบุคคลว่า ประสบความสำเร็จ ในอาชีพและความพึงพอใจในอาชีพ และความพึงพอใจในอาชีพของบุคคลประกอบไปด้วย ความพึงพอใจในงาน หมายถึงความสุข หรือภาวะอารมณ์ทางบวก อันเป็นผลมาจากการประเมิน ผลงาน หรือประสบการณ์ทำงานของบุคคล และความพึงพอใจในอาชีพ (Career satisfaction) หมายถึง ความพึงพอใจที่บุคคลได้รับจากลักษณะทั้งภายในและภายนอกของอาชีพของตน ซึ่งรวมทั้งค่าจ้าง ความก้าวหน้า เป็นต้น

ทฤษฎีความต้องการประสบผลสำเร็จ (The need to achieve theory)

ลูทวิช ฆาสุกานนท์และ ชีระวัฒน์ จันทิก (2551) ทฤษฎีความต้องการของมนุษย์อีก ทฤษฎีหนึ่งที่เรียกว่า ทฤษฎีการต้องการประสบผลสำเร็จทั้ง 3 อย่าง คือ ความสำเร็จ (Achievement) อำนาจ (Power) และการมีสายสัมพันธ์ (Affiliation) นี้เป็นทฤษฎีที่กำหนดขึ้น โดย ตามทฤษฎีนี้เชื่อว่าโดยปกติแล้วความต้องการที่มีอยู่ในตัวเพียงสองชนิด คือต้องการมีความสุข สบายและต้องการปลอดภัยจากเจ็บปวดแต่สำหรับความต้องการอื่น ๆ นั้นต่างก็จะเกิดขึ้นภายหลัง โดยวิธีการเรียนรู้ โดยที่มนุษย์ทุกคนต่างก็ใช้ชีวิตค้นหาสิ่งต่าง ๆ มากล้ายกัน จึงต้องมีประสบการณ์ เรียนรู้สิ่งต่าง ๆ มาเหมือนกัน จนในที่สุดมนุษย์ทุกคนต่างก็จะเรียนรู้ความต้องการที่จะมีมากน้อย แตกต่างกันไปด้วยเหตุนี้จึงสรุปได้ว่ามนุษย์ทุกคนต่างก็จะมีความต้องการเหมือนกัน แต่จะมีขนาด มากน้อยต่างกัน ความต้องการทั้ง 3 ชนิดจะมีดังนี้

ความต้องการความสำเร็จ (Achievement) คนที่มีความต้องการประสบผลสำเร็จสูง โดยมากจะนิยมตั้งเป้าหมายงานไว้ค่อนข้างสูง คนเหล่านี้ชอบที่จะทำงานให้ได้ผลดีด้วยตนเองและ มีความมุ่งมั่นปรารถนาที่จะทำงานนั้น ๆ ให้สำเร็จผลให้ได้ด้วยฝีมือของตนเอง คนเหล่านี้จะสนใจ

ถึงความสำเร็จที่ได้ตั้งใจไว้เป็นสำคัญมากกว่าที่จำคำนี้ถึงรางวัลหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับการทำงานนั้นคนพวกนี้มีบุคลิก 3 ประการคือ

1. จะตั้งเป้าหมายที่ยากและท้าทาย
2. ต้องการจะทราบถึงความเป็นไปของงานที่ก้าวหน้าไปแต่ละขั้นว่าเป็นไปตามที่ตั้งไว้เพียงใดและจะไม่ชอบทำงานยาวนานเรื่อยเรื่อยโดยไม่รู้จักจบสิ้นโดยไม่อาจเห็นชัดถึงคุณค่า หรือความสำเร็จของงานที่ทำ

3. คนพวกนี้ต้องการที่จะควบคุมผลการทำงานที่เกิดจากการที่ตนได้ทุ่มเทกำลังพยายามไปและไม่ชอบอยู่ภายใต้การควบคุมของผู้หนึ่งผู้ใดทั้งสิ้น รวมทั้งไม่ชอบการทำงานประเภทที่ขึ้นกับโชคหรือที่คาดการณ์ผลไม่ได้

จุดมุ่งหมายของคนเหล่านี้คือต้องการทำโครงการหนึ่งที่ชัดเจนเป็นการเฉพาะโดยมีขอบเขตแจ้งชัดแต่ไม่นิยมทำงานที่ต้องขึ้นกับโอกาสที่เอาแน่นอนไม่ได้ หรือที่ต้องขึ้นกับคนอื่น

ความต้องการอำนาจ (Power) คือ ความต้องการที่อยากจะมีอำนาจเหนือบุคคลอื่น และจะมุ่งพยายามแสดงออกเพื่อมีอำนาจควบคุมเหนือต่อทั้งทรัพย์สิน สิ่งของ และในทางสังคม คนประเภทนี้นิยมชมชื่นต่ออำนาจเป็นอย่างมากนี้ ต่างจะมีความพยายามมุ่งใช้วิธีสร้างอิทธิพลเหนือหรือพยายามหว่านล้อมให้เกิดการยอมรับนับถือจากฝ่ายอื่น และบ่อยครั้งต่างจะไฝ่หาดำแหน่งที่จะเป็นผู้นำของกลุ่มที่ตนสังกัดอยู่ คนกลุ่มนี้มักจะรู้สึกมีแรงจูงใจสูง ถ้าหากได้มีโอกาสให้เข้าไปแสดงออกในทางต่าง ๆ ที่จะเพิ่มบทบาท อำนาจให้เต็มที่ ลักษณะของคนที่มีความต้องการด้านอำนาจนี้จะมีดังนี้

1. นิยมและเชื่อถือในระบบอำนาจที่มีอยู่ในองค์กร
2. เชื้อในคุณค่าของงานที่ทำ
3. พร้อมที่จะสละประโยชน์ส่วนตัวในองค์กร
4. เชื้อในความเป็นธรรมที่ไม่มีความลำเอียงใด ๆ

ความต้องการด้านสายสัมพันธ์ (Affiliation) คือ การให้น้ำหนักความสำคัญต่อมิตรจิตและความสัมพันธ์ระหว่างกัน และหวังจะได้รับการมีน้ำใจตอบแทนจากคนอื่น ๆ ด้วยเหตุนี้ คนที่มีความต้องการทางสายสัมพันธ์มากจึงมักจะแสดงออกโดยหวังหรืออยากที่จะได้รับการยอมรับจากคนอื่นให้มากที่สุดโดยพยายามทำตนให้สอดคล้องเข้ากับความต้องการและอยากได้ของอีกฝ่ายและจะพยายามทำตนเป็นคนจริงใจและพยายามเข้าใจความรู้สึกฝ่ายอื่น ดังนั้น คนประเภทนี้จะมุ่งพยายามแสวงหาโอกาสที่จะสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ การหวังจะได้รู้จักและมีโอกาสสื่อความกับคนอื่น จึงเป็นสิ่งที่คนกลุ่มนี้จะเสาะหาตลอดเวลา ประโยชน์จากการทราบถึงความต้องการตามแนวคิดทฤษฎีดังกล่าวนี้ ก็คือคนทุกคนจะมี

ความแตกต่างกันในประสบการณ์ที่แต่ละคนเคยมีมาทั้งในแง่ความต้องการด้านความสำเร็จ
ด้านอำนาจ และด้านสายสัมพันธ์

ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการขาย

วุฒิชัย ผาสุกกานนท์และ ชีระวัฒน์ จันทิก (2551) ได้ระบุว่าความสำเร็จในการก่อ
เป็นสิ่งที่ไม่ได้มาโดยง่าย แต่ก็ไม่ใช่เรื่องยากเกินไปที่จะทำ โลกเราเปลี่ยนแปลงไปทุกวัน การขาย
ก็ต้องมีการปรับเปลี่ยนให้เข้ากับยุคสมัย และยังมีอีกหลายปัจจัยที่จะนำคุณสู่ความสำเร็จในการขาย

1. ตามโลกให้ทัน การเปลี่ยนแปลงของตลาด เศรษฐกิจ การสื่อสารและเทคโนโลยีล้วน
ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของลูกค้าทั้งสิ้นการพัฒนาทางอินเทอร์เน็ตและ
เทคโนโลยีทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพและรวดเร็วมากขึ้น พนักงานที่ดีจึงต้องมีการปรับตัว
อยู่เสมอเพื่อให้ทันกับงานพร้อมของตลาดทันกับความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า

2. พัฒนาการขายอยู่เสมอ คุณสามารถพัฒนาการขายได้โดยขายสิ่งที่เหมาะสมให้กับ
คนที่เหมาะสมในเวลาที่เหมาะสม รวมไปถึงการพัฒนาความคิดของคุณให้แตกต่างอยู่เสมอ
ในกรณีวิธีที่หนึ่งไม่ได้ผล คุณจำเป็นต้องคิดหาวิธีอื่นเตรียมไว้ด้วย

3. บรรณาที่จะประสบความสำเร็จ ความปรารถนาที่จะประสบความสำเร็จ แรงจูงใจ
และความกระตือรือร้น เป็นคุณสมบัติที่จะช่วยให้คุณบรรลุจุดหมาย นอกจากนี้ ก็ไม่ควรละเลย
ปัจจัยอื่น ๆ ด้วย เช่น ความอดทน การเป็นผู้ฟังที่ดี และมีทักษะในการถามคำถาม เป็นเรื่องปกติ
ที่พนักงานขายจะทำผิดพลาด จงเรียนรู้จากความผิดพลาดเหล่านั้นและทำให้เกิดความผิดพลาด
น้อยลงในครั้งต่อ ๆ ไป

4. สร้างการขายในแบบฉบับของคุณ คุณจำเป็นต้องหารูปแบบเฉพาะตัวในการขาย
เมื่อคุณรู้บทบาทของตัวเอง เข้าใจเป้าหมายของบริษัท และรู้จักตลาด คุณจะสร้างโอกาส
ในการขายใช้ทักษะของคุณ ได้ดีการมีรูปแบบการขายในแบบฉบับของตนเองจะทำให้คุณสามารถ
ปรับตัวเข้าสู่บทบาทของพนักงานขายได้อย่างดีขึ้น

5. สร้างพันธมิตร มีหลายบริษัทที่ขายสินค้าหรือบริการแบบเดียวกับคุณ เป็นเรื่องยาก
ที่คุณจะจำแนกความแตกต่างและบริษัทได้ การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้
คุณประสบความสำเร็จในการขาย

6. เป็นคนที่มองโลกตามความเป็นจริง และมีความรับผิดชอบ พนักงานขายที่ดีจะมอง
สถานการณ์ตามความเป็นจริงและรับผิดชอบในส่วนของตนเองในการจัดการกระบวนการขาย
ความรับผิดชอบจะทำให้คุณมีโอกาสสูงสุดและการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้าและบริษัท

7. บริหารเวลา เป้าหมาย และตนเองให้ดี การทำงานอย่างมีระบบ มีความยืดหยุ่น และ
มีวินัยจะช่วยให้คุณจัดการตัวเองได้ดี อย่างไรก็ตามคุณจำเป็นต้องเข้าใจวัตถุประสงค์ในการขาย

ของบริษัทเสียก่อน แล้วจึงบริหารจัดการสิ่งต่าง ๆ และตัวคุณเองให้สามารถขายได้ตามเป้า หรือ สูงกว่าเป้าที่ตกลงกันได้ การบริหารเวลาที่จะช่วยให้คนทำสิ่งสำคัญที่สุดก่อนและยังตัดสินใจ ได้ว่าควรจะให้เวลากับลูกค้าคนไหนและใครที่ควรพัฒนาความสัมพันธ์ทางธุรกิจด้วย

8. มีทัศนคติเชิงบวก การมีทัศนคติเชิงบวกจะช่วยรักษาระดับแรงจูงใจในตนเองเอาไว้ บางครั้งงานขายเป็นสิ่งที่ท้าทาย แต่บางครั้งกลับกลายเป็นความผิดหวังคนที่มีความทัศนคติเชิงบวกจะ สนุกกับการขายมากกว่าความผิดหวังความหวังว่าต้องขายให้ได้ และแม้ว่ารู้สึกไม่ค่อยมีแรงจูงใจ ในการขายแต่การมีทัศนคติเชิงบวกจะทำให้คุณมีความพยายามมากขึ้น

9. มีทักษะในการปฏิสัมพันธ์และการสื่อสาร การพัฒนาทักษะในการมีปฏิสัมพันธ์จะทำให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลายและคุณจะสื่อสารกับเขาได้ง่ายขึ้นการสบตาการเอาใจใส่ในภาษาท่าทาง ของลูกค้า จะช่วยให้คุณประเมินสถานการณ์การขายของคุณได้ดี

10. มีความสามารถในการโน้มน้าวใจ หนึ่งในคุณสมบัติของพนักงานขายที่ดีคือ ความสามารถในการโน้มน้าวใจซึ่ง ประกอบไปด้วย

- 10.1 การเข้าใจความต้องการของลูกค้า
- 10.2 การสร้างความไว้วางใจให้กับลูกค้าคุณกำลังพัฒนาความสัมพันธ์ทางธุรกิจด้วย
- 10.3 การทำตัวให้พร้อมเสมอสำหรับลูกค้า
- 10.4 ความเสมอต้นเสมอปลายและความสามารถในการตัดสินใจ
- 10.5 การจูงใจให้ลูกค้าเห็นสินค้าของคุณมีค่า
- 10.6 การทำให้ลูกค้าต้องการสินค้าของคุณมากกว่าที่เขาคือต้องการขายให้เขา

แนวคิดและทฤษฎีการขาย และการเสนอขายผลิตภัณฑ์ของธนาคาร

กรณีการ เนาบแสวงศรี (2551) ทฤษฎีโอดาสเป็นทฤษฎีการขายที่ถูกพัฒนาโดย Sheldon (1971) ซึ่งพัฒนาจากทฤษฎีด้านแบบ ทฤษฎีโอด้า (AIDA) ของ Lewis โดย Lewis เป็นทฤษฎีที่ บ่งบอกถึงขั้นตอนต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางหรือโอกาสให้กับผู้ขายที่จะก้าวผ่านขั้นตอนทั้ง 4 ไปได้ อย่างไม่รู้ก่อนที่ความพึงพอใจของผู้บริโภคจะเกิดขึ้น ซึ่งถือเป็นการตอบสนองขั้นสุดท้ายของ ผู้บริโภค ซึ่งแต่ละขั้นตามทฤษฎี AIDA มีดังนี้

A = Attention (Awareness) การดึงดูดความสนใจของลูกค้า

I = Interest ความสนใจของลูกค้า

D = Desire การโน้มน้าวใจลูกค้าว่าพวกเขาต้องการและความปรารถนาผลิตภัณฑ์หรือ บริการ แบบไหน และผลิตภัณฑ์หรือบริการเหล่านั้น ต้องสามารถตอบสนองความต้องการของ ลูกค้าได้

A = Action ถูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อ

ส่วนทฤษฎีไอดาส (AIDAS) คือ ซึ่งถูกพัฒนาขึ้น โดย (Sheldon, 1971) โดยการเพิ่มขั้นตอนที่ 5

S = Satisfaction ความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้ามีความจงรักภักดีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซื่อซ้า และการบอกต่อ บอกจากนั้นเขายัง กล่าวว่า ความพึงพอใจถือเป็นขั้นตอนสุดท้ายที่มีความสำคัญในการสังเกตพฤติกรรมหลังจากนั้น จากผู้ซื้อ ได้ใช้บริการแล้ว เพื่อแนวทางในการคงความสัมพันธ์ในระยะยาวระหว่างผู้ซื้อ และผู้ขาย

การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling) เป็นการติดต่อสื่อสารข้อมูลโดยใช้บุคคล เพื่อจูงใจให้ซื้อบางสิ่ง เป็นการเสนอขายโดยตรงแบบเผชิญหน้า หรือ ทางโทรศัพท์กับลูกค้า ผู้มุ่งหวัง โดยตัวแทนขายของบริษัทการขายโดยพนักงานขายถือเป็นการติดต่อแบบ 2 ทาง (Two way communication) เพื่อตอบคำถามต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเป็นการกระตุ้นให้ลูกค้า เกิดความต้องการซื้อสินค้าที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด

ข้อดีของการขายโดยใช้พนักงานขาย Walker & Stanton Etzel (2007)

1. การติดต่อสื่อสารแบบ 2 ทาง Two-way communication ทำให้ผู้ขายสามารถทราบผลกระทบของข่าวสารจากผู้รับ เช่น ปัญหาเกี่ยวกับความเข้าใจ ข้อโต้แย้งจากลูกค้าสามารถหยั่งถึงความต้องการของลูกค้าและสามารถค้นหาวิธีการที่จะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและสามารถที่จะค้นหาวิธีการที่จะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าเพื่อให้เกิดความต้องการซื้อได้

2. สามารถปรับปรุงข่าวสารให้เหมาะกับลูกค้า (Tailoring of the message) เนื่องจากเป็นการติดต่อสื่อสารทางตรงพนักงานขายจึงสามารถที่จะปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงข่าวสาร ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ ปัญหา และความต้องการของลูกค้า ยกตัวอย่างเช่น การใช้จุดขาย Selling point เพื่อการเสนอขายการกระตุ้นให้เกิดความต้องการ การจัดข้อโต้แย้งหรือ การปิดการขาย

3. ดึงให้เกิดความตั้งใจ (To get attention) การขายโดยใช้พนักงานขายเป็นการนำเสนอขายแบบตัวต่อตัว ซึ่งสถานการณ์นั้นผู้ซื้อจะต้องมีความตั้งใจฟังต่อการส่งเสริมการขายอันจะนำไปเป็นการเสนอขายหรือ การตัดสินใจซื้อ ได้ดีกว่าการใช้สื่อ

4. สร้างให้เกิดความต้องการและการตัดสินใจซื้อ (To get attention) ในกระบวนการขาย ผู้ขายจะเป็นผู้สร้างให้เกิดกระบวนการตัดสินใจซื้อ กล่าวคือ มีอิทธิพลต่อการกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความต้องการ และตัดสินใจซื้อ



การเสนอขายผลิตภัณฑ์เงินฝาก

ธนาคารพาณิชย์ (MARKET CONDUCT, การเสนอขายผลิตภัณฑ์เงินฝาก, กคค, 610123 2561) ดังนี้

1. ที่จุดบริการที่กำหนด (มีป้ายแจ้งข้อความชัดเจน) พนักงานแจ้งชื่อ-นามสกุล
2. พนักงานสอบถามความต้องการของลูกค้า
3. พนักงานเสนอ Product catalogue และอธิบายผลิตภัณฑ์ให้ครบทุกหัวข้อที่ระบุ

ในเอกสาร

4. กรณีลูกค้าสนใจ
5. พนักงานทำการเปิดบัญชีตามความประสงค์ของลูกค้า (ให้ลูกค้าเป็นผู้ตัดสินใจเลือกประเภทบัญชีที่ต้องการ)

การเสนอขายผลิตภัณฑ์กองทุน

ธนาคารพาณิชย์ (ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน), 2560 ข) ต้องปฏิบัติตามประกาศธนาคารแห่งประเทศไทย เรื่อง การบริหารจัดการด้านการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market conduct) เรื่องการเสนอขายผลิตภัณฑ์กองทุน ดังนี้

1. ที่จุดบริการที่กำหนด (ป้ายแสดงข้อความชัดเจน) พนักงานแจ้งชื่อ นามสกุลและแจ้งเลขที่ใบอนุญาตผู้แนะนำการลงทุน
2. กรณีลูกค้ารายใหม่ ก่อนให้คำแนะนำ พนักงานต้องให้ลูกค้าตอบแบบประเมินความเสี่ยง ด้วยตัวเองเพื่อทราบรูปแบบการลงทุนที่เหมาะสมในระดับการยอมรับความเสี่ยงของลูกค้า
3. กรณีลูกค้ารายเก่า พนักงานต้องตรวจสอบว่าการประเมินความเสี่ยงเดิมหมดอายุหรือยัง ทบทวนทุก ๆ 2 ปี ถ้าหมดอายุต้องให้ลูกค้าทำแบบประเมินความเสี่ยงใหม่ก่อน จึงให้คำแนะนำ
4. กรณีลูกค้าทำแบบประเมินใหม่ ตามข้อ 2 และ 3 พนักงานแจ้งระดับความเสี่ยง +BAA แล้วให้ลูกค้าลงนามระดับความเสี่ยง +BAA ในแบบประเมิน
5. พนักงานนำเสนอกองทุน โดยดูภาพรวมพอร์ตการลงทุนตาม BAA เพื่อเงินลงทุนของลูกค้าจะได้ไม่กระจุกตัวในกองใดกองหนึ่ง
6. พนักงานแนะนำกองทุนที่เหมาะสมกับความเสี่ยงที่ลูกค้ายอมรับได้ โดยอธิบายรายละเอียดกองทุนตาม Fund fact sheet ให้ครบถ้วน
7. พนักงานแจ้งข้อมูล Fund performance (ถ้ามี) หรือเทียบตัวชี้วัดการดำเนินงาน (Benchmark) โดยพนักงานต้องไม่การันตีผลตอบแทนในอนาคต
8. พนักงานต้องแจ้งค่าธรรมเนียมทุกอย่างของกองทุนที่แนะนำให้ลูกค้าทราบ มีหรือ

ไม่มีค่าธรรมเนียม

9. พนักงานต้องมอบ Fund fact sheet และเอกสารประกอบการขายอื่น ๆ เช่น สิทธิ ผู้บริโภค ให้ลูกค้าทุกครั้ง

10. กลุ่มลูกค้าเปราะบาง เช่นอายุ 60 ปีขึ้นไป ผู้ที่มีความรู้ทางการเงินน้อย ไม่มีประสบการณ์การลงทุน มีความบกพร่องในการตัดสินใจ มีความบกพร่องทางการได้ยิน หรือ มองเห็น เป็นต้น พนักงานต้องใช้ความระมัดระวังเป็นพิเศษ ในการให้คำแนะนำกองทุนแก่ลูกค้า การนำเสนอสินเชื่อบ้านพร้อมประกันอัคคีภัย

ธนาคารพาณิชย์ (ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน), 2560 ข) ต้องปฏิบัติตามประกาศ ธนาคารแห่งประเทศไทย เรื่อง การบริหารจัดการด้านการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเป็นธรรม (Market conduct) เรื่องการนำเสนอสินเชื่อบ้านพร้อมประกันอัคคีภัย ดังนี้

1. ที่จุดบริการที่กำหนด (ป้ายแสดงข้อความชัดเจน) พนักงานแจ้งชื่อ-นามสกุล และ เลขที่ใบอนุญาตนายหน้าประกันวินาศภัย และ ประกันชีวิต
2. พนักงานสอบถามความต้องการของลูกค้า
3. พนักงานอธิบายรายละเอียดสินเชื่อบ้าน ตาม Sales sheet
4. พนักงานมอบ Sales sheet + โบชัวร์ (ทำไมคุณควรทำประกันอัคคีภัยให้ลูกค้า)
5. พนักงานอธิบายรายละเอียดความคุ้มครองและ เงื่อนไขของประกันอัคคีภัยที่นำเสนอ ค่าเบี้ย และบอกข้อดีของการทำประกันอัคคีภัยของบริษัท
6. พนักงานอธิบายถึงสิทธิเรื่องการทำประกันอัคคีภัยและการทำประกันชีวิตคุ้มครองวงเงินสินเชื่อ
7. พนักงานเมื่ออธิบายหัวข้อต่าง ๆ บน เอกสารรับทราบสิทธิเรื่องการทำประกันอัคคีภัย และการทำประกันชีวิตคุ้มครองวงเงินสินเชื่อ ให้ลูกค้าทราบครบแล้วให้ทำเครื่องหมายถูก หน้าหัวข้อนั้น ๆ จนครบทุกข้อแล้วให้ลูกค้า และตนเองลงนามในเอกสาร

แนวคิดและทฤษฎีการพัฒนาพนักงาน

ณัฐธิดา รักษาวงศ์ (2558) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มีนักวิชาการหลายท่าน ให้คำจำกัดความและความหมายของการพัฒนาบุคลากร พะยอม วงศ์สารศรี (2545 อ้างถึงใน ณัฐธิดา รักษาวงศ์, 2558) ได้ให้ความหมายการพัฒนาบุคลากรว่าการทำให้มีคุณภาพเพิ่มขึ้น เป็นกรรมวิธีต่าง ๆ ที่จะมุ่งให้บุคคลมีความรู้ มีความชำนาญงาน มีประสบการณ์มากขึ้นและยังช่วยให้ บุคคลมีความรับผิดชอบในหน้าที่ได้อย่างดี นอกจากนี้ยังเป็นการมุ่งเน้นที่จะพัฒนาทัศนคติไปในทางที่ดีขึ้น มีขวัญกำลังใจใน การทำงานและมีแนวโน้มที่จะปรับปรุงพัฒนาการปฏิบัติงานให้ได้

มากขึ้น ได้อธิบายความหมายการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ว่ามีความคลุมถึงกระบวนการที่เสริมสร้าง โดยจะประกอบไปด้วยทั้งสองด้านบุคคลจะต้องประกอบไปด้วยการเพิ่มฝีมือทักษะ ความรู้ของคน และในด้านองค์กรก็จะต้องมีการพัฒนาทั้งในด้านนโยบายและกระบวนการจัดการทางการบริหารงานบุคคลเพื่อให้ได้คุณภาพของงาน

สำเนียง องสุพันธ์กุล (2557) การพัฒนาบุคลากรเป็นหน้าที่หรือภารกิจที่สำคัญอย่างหนึ่ง ที่องค์กรต้องปฏิบัติตาม นโยบายของแต่ละองค์กร แต่ในระยะเริ่มแรกที่มีการพัฒนาบุคลากรนั้น มีแนวคิดเกี่ยวกับเรื่องนี้แตกต่างตรงกัน 2 แนวคิด คือ

1. แนวคิดแบบดั้งเดิม เป็นแนวคิดที่มีมาแต่ดั้งเดิม ว่าการพัฒนาบุคลากรเป็นสิ่งที่ไม่จำเป็นสำหรับองค์กรและมีใช่เป็นหน้าที่องค์กรที่จะต้องจัดการให้มีการพัฒนาบุคลากรแต่อย่างใด องค์กรมีหน้าที่เฉพาะเพียงแต่บังคับบัญชาควบคุมให้พนักงานแต่ละคน ปฏิบัติหน้าที่หรือคำสั่งตามที่ได้รับมอบหมาย ถ้าหากบุคคลต้องการเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถของตนจะต้องค้นหาค้นหาตนเองโดยลำพัง นอกจากนี้แนวคิดแบบนี้ไม่เชื่อว่าการพัฒนาบุคลากรก่อให้เกิดประโยชน์ต่อ องค์กรคุ้มกับเวลาและค่าใช้จ่ายที่ต้องสูญเสียไป ในทางตรงกันข้ามกับแนวคิดนี้เชื่อว่าหากองค์กรสามารถได้บุคคลที่มีความรู้ความสามารถแต่แรกเข้ามาอยู่กับองค์กรบุคคลนั้นย่อมจะสามารถ ปฏิบัติหน้าที่ได้ทุกอย่างตลอดไป โดยไม่จำเป็นต้องเข้ารับการฝึกอบรมใด ๆ ดังนั้นองค์กรที่มีพื้นฐานความเชื่อนี้จึงมุ่งเน้นที่การสรรหาและการคัดเลือกบุคลากรให้ได้ผู้ที่มีความรู้ ความสามารถสูงสุดมากกว่าที่จะดำเนินการพัฒนาบุคลากรของตน

2. แนวคิดแบบสมัยใหม่ เป็นแนวคิดที่มีลักษณะตรงกันข้ามกับแนวคิดแรก กล่าวคือ เป็นแนวคิดที่เชื่อว่าการพัฒนาบุคลากรเป็นหน้าที่ที่สำคัญและจำเป็นที่องค์กรทุกองค์กรต้องกระทำ อย่างสม่ำเสมอถึงแม้ว่าจะต้องสูญเสียเวลา และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน แต่องค์กรจะได้ ประโยชน์มากกว่ามีเหตุผลที่สนับสนุนความเชื่อเช่นเช่นนี้อยู่อย่างน้อย 2 ประการ

2.1 ถึงแม้องค์กรจะมีการจะมีระบบสรรหาคัดเลือกบุคลากรที่ดีและสามารถได้ผู้ที่มีความรู้และความสามารถเพียงใดก็ตามแต่ก็มิได้เป็นหลักประกันได้ว่าบุคคลนั้นจะสามารถปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายได้ในทันที และตลอดไป โดยปราศจากการพัฒนาปรับปรุงตนเองอยู่เสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อได้รับการเลื่อนตำแหน่งหรือโอนย้ายไปปฏิบัติหน้าที่ตำแหน่งอื่น เรามีความจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาเป็นอย่างดีเสียก่อน

2.2 เนื่องจากในปัจจุบันนี้ได้มีการคิดค้น และนำเอาวิทยาการบริหารสมัยใหม่มาใช้ในการบริหารด้านต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลาและอย่างแพร่หลาย จึงจำเป็นที่บุคคลทุกคนจะต้องปรับปรุงตนเองให้เป็นผู้ที่มีความรู้ความคิดที่ทันสมัยก้าวทันโลกอยู่เสมอถึงจะไม่เสียเปรียบหรือล่าช้ากว่าผู้อื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในองค์กรที่ต้องดำเนินการแข่งขันกับผู้อื่นก็มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้อง

พัฒนาบุคลากรของตนเองให้มีความรู้ความสามารถที่สูงขึ้นอยู่เสมอเพื่อความอยู่รอดและความก้าวหน้าขององค์กร โดยนำความคิดขององค์กรนักวิเคราะห์ระบบในการพัฒนาบท

เดิมทรัพย์ จันเพชร (2556) กล่าวว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นการดำเนินการให้พนักงานได้ประสบการณ์และเรียนรู้ในช่วงระยะเวลาหนึ่งในอันที่จะนำมาปรับปรุงความสามารถในการทำงานและส่งเสริมความก้าวหน้าของพนักงานและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ตามแนวคิดของแนคเลอร์มิได้หมายถึงเฉพาะการฝึกอบรมเท่านั้น ยังหมายถึงการเรียนรู้จากประสบการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาที่กำหนดเฉพาะและได้รับการออกแบบที่จะนำไปสู่ความเป็นไปได้ของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและทัศนคติได้แบ่งกิจกรรมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่คือ

1. การพัฒนาบุคคล หมายถึงการให้เกิดความเจริญก้าวหน้าหรือสำเร็จในการเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถทั้งโดยการเรียนรู้ในทางตรงและอ้อมและทางอ้อม และการเรียนรู้จากประสบการณ์ หรือการให้คำปรึกษา แนะนำสอนงานหรือ โดยวิธีอื่นซึ่งจะเป็นประโยชน์ทั้งต่อผู้ปฏิบัติงานและต่อองค์การทำงานในภาพรวมของเจ้าหน้าที่นอกเหนือจากการเน้นเฉพาะงานที่กำลังทำอยู่ปัจจุบัน
2. การฝึกอบรม หมายถึง กระบวนการปรับเปลี่ยนทัศนคติ ความรู้ และความชำนาญ เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ที่ทำงานในปัจจุบัน ซึ่งอาจรวมทั้งการเตรียมให้ผู้ปฏิบัติงานที่มีความพร้อมที่จะเลื่อน ขึ้น ไปดำรงตำแหน่งสูงขึ้นในงานที่มีลักษณะอย่างเดียวกัน
3. การศึกษา หมายถึงกิจกรรมที่มีความมุ่งหมายในการที่จะเสริมสร้างความรู้ ความชำนาญค่านิยมทางศีลธรรม และความเข้าใจที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตอยู่เพื่อให้ผู้รับการศึกษาสามารถใช้ชีวิตอยู่และทำประโยชน์แก่สังคมได้ สำหรับผู้ปฏิบัติอยู่แล้วการศึกษา หมายถึงกิจกรรมด้านการพัฒนาคนที่กำหนดขึ้นเพื่อเพิ่มพูนประสิทธิภาพ

ความสำคัญของการพัฒนาบุคคล

วันทนา เนาวัฒน์ (2557) ได้ระบุว่าคนหรือทรัพยากรมนุษย์ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่จะทำให้องค์กรเติบโตและได้เปรียบคู่แข่ง ซึ่งความสำคัญสามารถสรุปได้ดังนี้

1. การพัฒนาบุคคลช่วยทำให้ระบบวิธีการปฏิบัติของบุคคลมีสมรรถนะที่ดีขึ้น และยังทำให้บุคคลเข้าใจในหลักการและนโยบายขององค์กร
2. การพัฒนาบุคคล เป็นวิธีการที่ทำให้ประหยัด ลดความสิ้นเปลืองของการปฏิบัติงานของบุคคล และยังช่วยในการลดความผิดพลาดที่เกิดขึ้น

3. การพัฒนาบุคคล ช่วยลดค่าใช้จ่ายในเรื่องของการทำงานล่วงเวลา ทำให้งานเสร็จทันตามระยะเวลาที่กำหนด
4. การพัฒนาบุคคลเป็นการช่วยแบ่งเบาภาระหน้าที่ของผู้บังคับบัญชา เพราะบุคคลได้รับการพัฒนาในเรื่องของทักษะ ความรู้ ความคิด มาแล้ว
5. การพัฒนาบุคคล เป็นวิธีการที่จะช่วยกระตุ้นบุคลากรในการปฏิบัติงานเนื่องจากต้องมีการแข่งขันเพื่อความอยู่รอดในองค์กร
6. การพัฒนาบุคคล ช่วยทำให้ระยะเวลาในการเรียนน้อยลงเนื่องจากบุคคลได้รับการปฐมนิเทศ การสอนงาน จึงสามารถเข้าใจการปฏิบัติงานได้ด้วยตนเอง
7. การพัฒนาบุคคล ช่วยให้บุคคลได้รับรู้ ความคิด ทักษะใหม่ ๆ

แนวคิดและทฤษฎีการประเมินความสามารถพนักงาน

ฉันทูธนิชา รัชชาวงศ์ (2558) ความหมายของการประเมิน การประเมินเป็นกระบวนการตัดสินใจและตัดสินคุณค่า ในการบรรลุจุดมุ่งหมายทางการศึกษา กล่าวว่าการประเมิน คือการรวบรวมและให้ความรู้ในการตัดสินใจ ได้ให้ความหมายของการประเมินผลว่าเป็นกระบวนการกำหนด รวบรวม และประมวลข้อมูลที่เป็นประโยชน์เพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจ

ดังนั้น พอสรุปได้ว่า การประเมินผล หมายถึง กระบวนการรวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง ให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ตั้งไว้

การประเมินผลภายในและการประเมินผลภายนอก

การประเมินผลภายใน Internal evaluation คือ กระบวนการประเมินผลการดำเนินงานของหน่วยงานที่ทำโดยบุคลากรในหน่วยงานและผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ช่วยให้ช่วยในการปรับปรุงพัฒนาดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายตามที่กำหนด ถือเป็นกระบวนการตรวจสอบการทำงานของตนเอง Self-evaluation และควรทำเป็นกิจกรรมหนึ่ง ในขั้นตอนการปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง

การประเมินผลภายนอก External evaluation คือ กระบวนการตรวจสอบคุณภาพการดำเนินงานของหน่วยงาน ซึ่งกระทำโดยกลุ่มบุคคลที่เป็นนักประเมินอาชีพเพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับคุณค่าของหน่วยงาน ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงการทำงานและนำไปสู่การรับรองคุณภาพการดำเนินงานของหน่วยงานตามมาตรฐานที่กำหนด

การประเมินผลการปฏิบัติงาน

ธนาคารพาณิชย์ (การประเมินผลการปฏิบัติงาน 2561)(ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน), 2560ก) ได้กล่าวถึง

การประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการธนาคาร แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

1) การประเมินผลการปฏิบัติงานของกรรมการรายบุคคล 2) การประเมินผลการปฏิบัติงานของ นายกรรมการ และ 3) การประเมินผลการปฏิบัติงานของคณะกรรมการธนาคาร โดยเลขานุการ บริษัทได้จัดส่งแบบประเมินดังกล่าวให้แก่กรรมการแต่ละคนและรวบรวมเสนอต่อประธาน กรรมการสรรหาและบรรษัทภิบาลเพื่อดำเนินการประเมินผลการปฏิบัติงานตามขั้นตอนที่ได้ กำหนดในกฎบัตรคณะกรรมการและนำผลประเมินไปหารือในที่ประชุมคณะกรรมการ ทั้งนี้ การประเมินผลการปฏิบัติงานจัดให้มีขึ้นทุกสองปีสำหรับข้อเสนอแนะต่าง ๆ ที่ได้จากการประเมิน การปฏิบัติงานของคณะกรรมการธนาคารธนาคารได้นำมาใช้ปรับปรุงประสิทธิภาพของการทำงาน และคณะกรรมการเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการกำกับดูแลกิจการธนาคาร อาทิ ปรับปรุง ระเบียบวาระเอกสารประกอบการประชุมคณะกรรมการ เป็นต้น

การประเมินผลการปฏิบัติงานผู้บริหารระดับสูง

คณะกรรมการธนาคารมอบให้คณะกรรมการค่าตอบแทนเป็นผู้รับผิดชอบในการจัด ให้มีการประเมินการปฏิบัติงานประธานกรรมการบริหารและกรรมการและกรรมการผู้จัดการใหญ่ ตลอดจนผู้บริหารระดับสูงเป็นประจำทุกปี โดยคณะกรรมการค่าตอบแทนมีบทบาทหน้าที่ที่ทบทวน เป้าหมายและหลักเกณฑ์การปฏิบัติงานสำหรับประธานกรรมการบริหารและกรรมการผู้จัดการ ใหญ่เพื่อให้คณะกรรมการเห็นชอบและนำเสนอผลการปฏิบัติงานเทียบกับเป้าหมายและ หลักเกณฑ์ ดังกล่าว ต่อคณะกรรมการกำหนดค่าตอบแทนและประโยชน์ที่เหมาะสม

KPI (Key performance indicator)

เอกวินิต พรหมรักษา (2555) ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานหลัก เป็นการวัดความก้าวหน้า ของการบรรลุปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จ หรือผลสัมฤทธิ์ขององค์กร โดยเทียบผลการปฏิบัติงานกับ มาตรฐานหรือเป้าหมายที่ตกลงกันไว้ องค์กรสามารถใช้ผลของการวัดและการประเมิน ความก้าวหน้าของการบรรลุวิสัยทัศน์ขององค์กร เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของ องค์กร

ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานหลักมีความเชื่อมโยงกับปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จ ตัวชี้วัด ผลการดำเนินงานหลักที่ดี ควรมีความเหมาะสม สามารถที่จะโน้มน้าวให้ทุกคนในองค์กร และ ผู้มีส่วนได้เสียประโยชน์ตลอดจนสาธารณชนเชื่อถือ ผลงานที่วัดจากตัวชี้วัดผลการดำเนินงานหลัก จะแสดงถึงภารกิจที่องค์กรจะต้องปฏิบัติบนพื้นฐานของเป้าหมายที่ตั้งไว้โดยต้องสามารถวัดได้ อย่างเป็นรูปธรรม คุณลักษณะของตัวชี้วัดผลการดำเนินงานหลักที่ดี คือ ต้อง “SMART” ได้แก่



1. Specific ความเฉพาะเจาะจง ตัวชี้วัดควรมีความชัดเจนและมีความหมายมุ่งไปยังสิ่งที่วัด ควรกำหนดตัวชี้วัดให้ชัดเจน ไม่กำกวม เพื่อมิให้เกิดการตีความผิดพลาดและเพื่อสื่อสารความเข้าใจให้ตรงกันทั่วทั้งองค์กร

2. Measurable เป็นตัวชี้วัดที่สามารถนำไปวัดผลการปฏิบัติงาน ได้จริง ข้อมูลที่ได้จากการวัดสามารถ นำไปเปรียบเทียบกับข้อมูลที่ได้จากตัวชี้วัดอื่นและใช้วิเคราะห์ความหมายทางสถิติได้

3. Attainable (Achievable) สามารถบรรลุผลสำเร็จได้ องค์กรไม่ควรใช้ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานหลักที่องค์กรไม่สามารถควบคุมให้เกิดผลได้โดยตรง

4. Realistic มีความสมจริง ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานหลักมีความเหมาะสมกับองค์กร และไม่ใช้ต้นทุน การวัดที่สูงเกินไป

5. Timely สามารถใช้วัดผลการปฏิบัติงานได้ภายในเวลาที่กำหนด ควรปรับปรุงตัวชี้วัดให้ทันสมัยอยู่เสมอ

ตัวชี้วัดความสำเร็จของงาน (Key performance indicator) หรือมักเรียกกันสั้น ๆ ว่า KPI คือ ดัชนีชี้วัดผลงานหรือความสำเร็จของงาน โดยแสดงให้เห็นเป็นตัวเลขที่วัดได้โดยพนักงาน ต้องทำให้ได้ตามตัวชี้วัดที่กำหนด เขาจะประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวในการทำงานก็ใช้ตัวชี้วัดนี้ การกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จนี้มักกำหนดออกมาเป็นทั้งจำนวนเงิน จำนวนรายลูกค้า และเป็นจำนวนเปอร์เซ็นต์ที่แสดงถึงอัตราส่วนต่อยอดขาย ในยุคปัจจุบัน เจ้าของกิจการและผู้บริหารให้ความสนใจในการตั้ง KPI มากขึ้น เพื่อใช้ในการวัดผลการดำเนินงานหรือผลการทำงานของพนักงาน การใช้ KPI นี้ ถือเป็นเทคนิควิธีการหนึ่งที่นิยมนำมาใช้ในการวัดผลการทำงานและวัดประสิทธิภาพของงาน ผู้บริหารกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จตามเรื่องที่เห็น ว่ามีความสำคัญต่อกิจการ และจะกำหนดขึ้นเป็นเป้าหมายในการทำงานของพนักงานทุกฝ่าย รวมทั้งใช้ KPI ในการพิจารณาเงินเดือน การให้รางวัลและการเลื่อนตำแหน่งงานของพนักงาน

ตัวชี้วัดความสำเร็จที่นิยมกันในธุรกิจที่กำหนดขึ้นเป็นเป้าหมายของฝ่ายขายมีหลัก ๆ ดังนี้

1. ยอดขายเพิ่มขึ้น มีการกำหนดทั้งเป็นจำนวนเงินและเป็นอัตราส่วนต่อยอดขายเดิม
2. จำนวนลูกค้ารายใหม่ที่เพิ่มขึ้น มีการกำหนดเป็นจำนวนราย
3. จำนวนจุดขาย หรือช่องทางการจัดจำหน่ายที่เพิ่มขึ้น มีการกำหนดเป็นจำนวนจุดหรือจำนวนช่องทาง
4. จำนวนสินค้า มีการกำหนดเป็นจำนวนชิ้น
5. จำนวนข้อร้องเรียนที่ลดลง มีการกำหนดเป็นสัดส่วนจากข้อร้องเรียนเดิม

6. ยอดกำไรที่เพิ่มขึ้น มีการกำหนดเป็นทั้งจำนวนเงินและอัตราส่วนต่อยอดขาย การกำหนดตัวชี้วัดจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องระบุเป็นตัวเลข เพราะการวัดผลจะมีความชัดเจนขึ้น หากถูกกำหนดเป็นวัตถุประสงค์ก็จะวัดผลยากขึ้น เช่น การกำหนดเป้าหมายว่าให้ลูกค้ามีความพึงพอใจมากต่อสินค้า ทำให้ฝ่ายขายไม่สามารถวัดความพึงพอใจว่าเท่าไรถึงเรียกว่ามาก หากกำหนดว่าลูกค้าร้อยละ 80 ของลูกค้าทั้งหมดมีความพึงพอใจในสินค้าที่ได้รับ การกำหนดเป็นตัวเลขลักษณะนี้ก็สามารถทำการสำรวจหรือโทรไปสอบถามความพึงพอใจได้ เช่น มีลูกค้าจำนวน 100 ราย เมื่อโทรไปสอบถามความพอใจมีลูกค้าจำนวน 83 ราย มีความพึงพอใจในสินค้าก็ทำให้ฝ่ายขายทราบว่าฝ่ายตนเองได้ถึงเป้าหมายของตัวชี้วัดความสำเร็จแล้ว กิจกรรมแต่ละกิจกรรมมีเป้าหมายขององค์กรที่ต่างกัน การกำหนดตัวชี้วัดไม่จำเป็นต้องเหมือนกันทุกกิจกรรม และการกำหนดแต่ละตัวชี้วัดก็ต้องไปเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ตัวเลขในอดีตว่าความสำเร็จที่เคยทำได้เป็นตัวเลขเท่าไร จึงนำมาเป็นเป้าหมายของแต่ละฝ่ายงานได้ การกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จจำเป็นต้องตรวจสอบถึงทรัพยากรของกิจการด้วยว่ามีพนักงานขายกี่คน มีทีมขายกี่ทีม สินค้าที่ขายขายง่ายหรือขายยาก สินค้ามีคุณภาพหรือไม่ ราคาของสินค้าที่ตั้งไว้เป็นอย่างไร อัตราส่วนกำไรต่อยอดขาย เครื่องมือขายเครื่องมือทางการตลาดมีพร้อมหรือไม่ หากผู้บริหารกำหนดตัวชี้วัดที่ทำให้สำเร็จไม่ได้ก็เหมือนการกำหนดเป้าหมายการขายที่ไกลเกินไปไม่สามารถไปถึงได้

แนวคิดและทฤษฎีปัญหาและอุปสรรค

กิตติ บุญเชิด (2536) ให้ความหมายของปัญหาว่าหมายถึง สถานการณ์ที่มีหรือเป็นอยู่ในปัจจุบันของบุคคล เป้าหมายนั้นยังไม่เป็นไปตามและเกิดมีขึ้นตรงตามความต้องการของบุคคลนั้น หรือเป็นช่องว่างระหว่างสภาพที่ต้องการหรือสภาพที่ควรเป็นกับสภาพที่เกิดขึ้นในปัจจุบันที่เป็นอยู่

ความหมายของคำว่าอุปสรรคหมายถึง เครื่องขัดขวางหรือเครื่องขัดขวาง ดังนั้นตามรากศัพท์และความหมายของคำว่าปัญหาและอุปสรรคจึงมีความหมายใกล้เคียงและมีความหมายสอดคล้องกัน ซึ่งอาจสรุปได้ว่าปัญหาอุปสรรคก็คือสภาพการณ์ที่เป็นตัวขัดขวางการพัฒนาไปสู่สิ่งที่ต้องการหรือสิ่งที่ดีกว่าสภาพในปัจจุบัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติหน้าที่ ตามบทบาทหน้าที่ของนักวิชาการศึกษา สังกัดสำนักงานอำเภอคือ ปัจจัยค่าจูน และปัจจัยกระตุ้น ซึ่งแยกพิจารณาได้ดังนี้

1. ปัจจัยค่าจูน ได้แก่ นโยบายและการบริหาร การบังคับบัญชา ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาสภาพการทำงานเงินเดือน และความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน จากการวิจัย พบว่า

แต่ละหัวข้ออยู่ในระดับมากที่สุดแต่ข้อที่มีผลต่อการปฏิบัติงานมากที่สุด คือความชัดเจนของนโยบายการบริหาร ส่วนปัจจัยค้ำจุนมีผลต่อการปฏิบัติงานระดับรองลงมา คือผู้บังคับบัญชาใช้กระบวนการบริหารที่ดี กล่าวคือบริหารงานอย่างเป็นธรรม ไม่เลือกที่รักมักที่ชังเปิดโอกาสให้ผู้ใต้บังคับบัญชาได้มีส่วนร่วมในการวางแผน และรับผิดชอบในความสำเร็จของงาน

2. ปัจจัยกระตุ้น ได้แก่ ความสำเร็จในการทำงานได้รับการยอมรับ ลักษณะของงานที่ทำท้าทายมีส่วนร่วมรับผิดชอบ การมีโอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน และการเพิ่มพูนความรู้ได้งานจากการวิจัย พบว่าปัจจัยกระตุ้นที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของนักวิชาการสังกัดสำนักงานศึกษาธิการอำเภออย่างมากเป็นอันดับแรกคือความภูมิใจของนักวิชาการ คือความภูมิใจของนักวิชาการศึกษาในผลสำเร็จงานที่ได้รับมอบหมาย ส่วนปัจจัยกระตุ้นมีผลต่อการปฏิบัติงาน ลำดับรองลงมา คือนักวิชาการศึกษาได้รับการพิจารณาความดีความชอบอย่างเป็นธรรมจากผู้บังคับบัญชา

อุปสรรคในงานขาย

สุนันทา ปิ่นสุวรรณ (2554) กล่าวถึงอุปสรรคในงานขาย ดังนี้

1. เป้าหมายของการขายสูงเกินไป เป้าขายสูงเกินที่จะบรรลุเป้าหมายได้ ผู้จัดการฝ่ายขายควรตั้งเป้าที่ท้าทายแต่อย่าตั้งเป้าหมายที่ทำไม่ได้ต้องถามตนเองก่อนว่าหากคุณพยายามแล้วจะขายได้ตามเป้าหมายหรือไม่ หากตัวเองยังทำไม่ได้จะให้ลูกน้องทำได้อย่างไร

2. สินค้าไม่ดี ไม่มีคุณภาพ ราคาแข่งขันไม่ได้ เจ้าของกิจการจะต้องยอมรับความจริงในเรื่องสินค้าที่ไม่มีคุณภาพต้องจะให้แต่จะให้พนักงานขายในราคาเท่าสินค้าที่มีคุณภาพก็คงไม่ได้ เพราะเป็นการหลอกลวงผู้ซื้อโดยผ่านพนักงานขายอีกทีหนึ่งหากสินค้าไม่มีคุณภาพก็ต้องปรับปรุงหรือขายราคาตามคุณภาพสินค้าไป

3. คู่แข่งขันมากเกินไปและอยู่ใกล้กัน พนักงานขายไม่สามารถขายสินค้าได้ในตลาดที่มีคู่แข่งกันมากแต่สินค้ามีลักษณะเหมือนกัน ไม่มีข้อแตกต่าง เจ้าของกิจการจะต้องปรับปรุงและพัฒนา สร้างความแตกต่างของสินค้าตนเองให้เห็นอกว่าคู่แข่งหากอยู่ในตลาดที่มีคู่แข่งจำนวนมาก

4. สภาพภูมิอากาศ ทำให้พนักงานขายไม่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ เช่น น้ำท่วม ฝนตกทุกวัน อากาศร้อนมากในร้านที่ขาย สภาพภูมิอากาศทำให้พนักงานขายหมดกำลังใจ ไม่อยากขาย ไม่อยากทำงาน ไม่มีความปลอดภัยสิ่งเหล่านี้เจ้าของกิจการควรหาทางแก้ไขปัญหาให้ดีขึ้น

5. กิจการไม่มีระบบการขายที่ดี พนักงานขายไม่มีเครื่องมือในการขาย เช่น ไม่มีโบว์ชัวร์ ไม่มีแคตตาล็อก หรือชุดทดลองเสนอขายลูกค้า ไม่มีฐานข้อมูลประวัติลูกค้า ไม่มีระบบการกรอกใบเสร็จรับเงินใบเสนอราคาแบบฟอร์มรายงานการขายสิ่งเหล่านี้มีผลทำให้ทำงานได้ช้า

ขาดความน่าเชื่อถือทั้งลูกค้าและพนักงานขายเจ้าของกิจการต้องบริหารระบบให้ดีกว่าก่อนที่จะจ้างพนักงานขายมาเพราะจะทำให้พนักงานขายไม่ได้เพราะไม่มีเครื่องมือและระบบงานที่ดี

6. เงินเดือนและผลตอบแทนต่ำ พนักงานขายขาดแรงจูงใจในการทำงาน หากเงินเดือนและผลตอบแทนที่ได้รับแต่ละเดือนไม่พอดำรงชีพได้ ผู้จัดการฝ่ายขายหรือเจ้าของต้องจ่ายค่าตอบแทนอย่างเป็นธรรมเพื่อให้พนักงานขายทุกคนทำงานให้บริษัทได้อย่างเต็มที่ หากให้เงินเดือนต่ำและค่าคอมมิชชั่นก็ยังต่ำไปด้วยพนักงานเหล่านี้ก็จะลาออกไปและกิจการก็ต้องเสียเวลาในการรับสมัครคนอยู่เรื่อยๆจึงต้องสอบถามและหาข้อมูลจากกิจการอื่นจ่ายเงินเดือนและผลตอบแทนอย่างไรเพื่อรักษาพนักงานขายไว้

7. สภาพสถานที่ทำงานไม่ดี ไม่อำนวยความสะดวก ธุรกิจขนาดเล็กอาจไม่สนใจในเรื่องสถานที่ทำงานของมาพนักงานขายคิดว่าเดี๋ยวพนักงานก็ต้องออกไปขายของข้างนอกแต่เป็นความเข้าใจที่ผิดเพราะเมื่อพนักงานกลับมาจากไปพบลูกค้าก็อยากได้สถานที่ที่ดีสรุปรายงานขายกิจการควรใส่ใจในเรื่องโต๊ะทำงานอุปกรณ์สำนักงานและวันที่ของพนักงานขายเพื่อให้มีสุขภาพจิตที่ดีพร้อมออกไปขายสินค้าให้กับลูกค้าได้

8. กลุ่มลูกค้าแคบ สินค้าบางประเภทมีกลุ่มลูกค้าที่แคบมากทำให้พนักงานขายเข้าหาตลาดในกลุ่มนี้ยากเพราะมีจำนวนลูกค้าน้อย เจ้าของกิจการควรมีการออกแบบสินค้าให้ใช้ได้ของคนกลุ่มใหญ่มากขึ้น หรือเพิ่มพื้นที่ตลาดให้กว้างขึ้น

สิ่งหนึ่งที่นักศึกษาจบใหม่ ซึ่งยังไม่มีประสบการณ์ในการทำงาน ควรทราบเกี่ยวกับการทำงานนั้นคือ เมื่อเข้าไปทำงานแล้ว อุปสรรคปัญหาที่มักพบเจอ อยู่เสมอมีอะไรบ้าง

อุปสรรคสำคัญของงานขาย งานขายเป็นงานยากและมีความสำคัญในการดำเนินธุรกิจ เพราะเป็นงานยากจึงเป็นส่วนงานที่มีปัญหาและอุปสรรคมาก หากเจ้าของกิจการสามารถวิเคราะห์ถึงปัญหาและค้นหาอุปสรรคของงานขายได้รวมทั้งพยายามหาวิธีแก้ไขปัญหาและอุปสรรคเหล่านั้นได้ กิจการก็จะประสบความสำเร็จอย่างมาก หากมีอุปสรรคแล้วเราก็ยังปล่อยให้มันเป็นอุปสรรคต่อไปจะทำให้กิจการไม่ก้าวหน้าและอาจต้องปิดกิจการไปในที่สุด

ปัญหาอุปสรรคในการทำงาน

สุดที่รัก ธรรมสุน (2561) ได้ระบุว่า

1. ขาดความพร้อมในการทำงาน

ไม่มีความรับผิดชอบมากพอ เมื่อคุณก้าวเข้าสู่โลกของการทำงาน คุณควรบอกตัวเองว่าตอนนี้คุณคือผู้ใหญ่แล้ว คุณไม่ใช่เด็กอีกต่อไป คุณจะต้องรับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มความสามารถ อย่าลืมว่าคุณจะต้องพิสูจน์ให้นายจ้างเห็นว่า คุณมีความสามารถและสามารถผ่านการทดลองงานได้

2. ไม่ชำนาญในงานที่ทำ

งานที่ได้รับมักเป็นสิ่งที่แปลกใหม่ ไม่เคยทำ ไม่เคยเรียนมาก่อน เรื่องความชำนาญจึงเป็นอุปสรรคอย่างหนึ่ง คุณอาจรู้สึกว่างานยากเกินไปสำหรับคุณ แต่เมื่อคุณเรียนรู้มันสักระยะหนึ่ง คุณจะรู้สึกชินกับมัน และสามารถทำงานได้อย่างสบายใจขึ้น

3. ขาดกำลังใจ

เวลาที่เจอกับงานยาก บางครั้งอาจรู้สึกท้อแท้และหมดกำลังใจ จนคิดว่าไม่มีความสามารถ ไม่อาจทำมันให้สำเร็จได้อย่างที่นายจ้างต้องการ หากความรู้สึกนี้เกิดขึ้น ควรจะเพิ่มความมั่นใจให้ตัวเองให้เต็ม และหมั่นเติมอยู่เรื่อย ๆ อย่างปล่อยให้ความรู้สึกขาดกำลังใจมาบั่นทอน ถ้านายจ้างคิดว่าทำไม่ได้ ก็อาจจะไม่ให้ทำงานนี้กับพนักงานทำ

4. ทีมไม่เวิร์ก

การทำงานเป็นทีม คือการรวมตัวของคนหลายคน จึงต้องมีการปรับตัวให้ทุก ๆ คนสามารถทำงานร่วมกันได้อย่างราบรื่น แต่ก็อาจมีบ่อยครั้งที่คนในทีมทำงานค่อมจ้งหะวะกัน บางคนช้าเกินไป บางคนเร็วเกินไป ควรจะต้องมีการตกลงทำความเข้าใจว่าจะทำงานกันอย่างไรจึงจะทำให้ทีมของคุณประสบความสำเร็จ

5. ขาดมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

คนที่เป็นพนักงานใหม่ แน่อนจะต้องเป็นฝ่ายที่เข้าหาผู้อื่น เพื่อแนะนำตัวคุณให้ผู้อื่นรู้จัก และขอคำแนะนำจากพวกเขา เมื่อเวลาผ่านไปสักระยะหนึ่งคุณก็จะมีเพื่อนมากมาย ที่เขาสามารถให้คำแนะนำและช่วยเหลือในเรื่องต่าง ๆ ได้ แต่สิ่งที่เป็นปัญหาคือ พนักงานใหม่บางคนขาดมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น ไม่ว่าจะด้วยความขี้อาย พุคน้อย หรือมั่นใจในตัวเองมากจนไม่สนใจผู้อื่น คิดว่าตนเองสามารถอยู่คนเดียว ทำงานคนเดียวได้ จึงทำตัวไม่น่ารัก ไม่น่าเอ็นดู และในที่สุดก็จะถูกโดดเดี่ยวจากเพื่อนร่วมงาน ในทางกลับกัน คนที่รู้จักเข้าหาผู้อื่น มีนิสัยร่าเริง เข้ากับคนง่าย มักจะเป็นที่รักของคนในที่ทำงาน เมื่อต้องการความช่วยเหลือใด ๆ ก็จะมีแต่คนยินดีให้ความช่วยเหลือ

อุปสรรคของการปิดการขาย

จินิกาญจน์ พงศ์ปิยะนนท์ (2554) ได้ระบุว่า

1. พนักงานขายกลัวความล้มเหลว ทำให้การปิดการขายมีประสิทธิภาพลดลง ดังนั้นพนักงานขายจึงควรเพิ่มประสบการณ์ขายให้มากขึ้น โดยหมั่นฝึกฝนเทคนิคการขายบ่อย ๆ เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่น เช่นทดลองสาธิตสินค้าให้เกิดความคล่องตัวอยู่เสมอ
2. พนักงานขายใช้การสื่อสารแบบทางเดียวกับ ลูกค้านำความผิดพลาดอีกประการหนึ่งในการปิดการขายก็คือ นักการขายก็คือ นักขายมักพูดมากเกินไป โดยไม่ได้ฟังความคิดเห็นของลูกค้า

เลย การเสนอขายที่พูดอยู่เพียง ฝ่ายเดียวไม่อาจเร่งเร้าให้เกิดการซื้อได้ ต้องตื่นตัว ฟัง และสังเกต ความเป็นไปของลูกค้าด้วย

3. พนักงานขายขาดการฝึกฝนที่ดีในการเสนอขาย การปิดการขายที่จะประสบผลสำเร็จ ได้ดีจะต้องมีความรู้ ความสามารถการฝึกฝน และการปฏิบัติที่ดี มีความคล่องตัวอยู่เสมอ

4. การวางแผนการขายน้อยเกินไปในกระบวนการขายเป็นเพียงข้อข้อหนึ่งในกิจกรรมที่ เชื่อมไปสู่การสั่งซื้อ เพราะมีการกำหนดตัวลูกค้าที่มุ่งหวัง ไว้ก่อนล่วงหน้าแล้ว ทำให้เกิดการเข้าถึง ลูกค้าได้ดีขึ้น การวางแผนไว้ล่วงหน้ายิ่งทำให้เพิ่ม โอกาสในการปิดการขายได้มากขึ้นอีกด้วย

5. การขายแบบแรงกดดันสูงการปิดการขายที่เร่งรีบจนเกินไป หรือแรงกดดันสูงจะทำให้ ลูกค้าที่มุ่งหวัง ไม่ค่อยพอใจในกระบวนการขาย เพราะลูกค้าที่มุ่งหวังส่วนมากต้องการตัดสินใจ ซื้อด้วยตนเองและไม่ต้องการให้พนักงานขายบีบบังคับตัดสินใจมากเกินไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กิ่งแก้ว พรอภิรภักกุล (2556) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ของพนักงานขาย ของบริษัทฯในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของ พนักงานขายที่มีผลต่อการปฏิบัติงาน การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้เพื่อประสิทธิภาพ ในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย และศึกษาปัจจัยทางด้านคุณลักษณะของพนักงานขาย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน กลุ่มตัวอย่างพนักงานขายบริษัทฯในประเทศไทย จำนวน 40 บริษัทสุ่มตัวอย่างแบบ Stratified random sampling ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่เพิ่ม ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานขายทำให้ทราบถึงความสำคัญของปัจจัยส่วนบุคคล ของพนักงาน มีความสัมพันธ์ ได้แก่ มีความรู้เกี่ยวกับรายละเอียดผลิตภัณฑ์ ของบริษัท ในผลิตภัณฑ์ที่รับผิดชอบ มีทักษะการขายโดยรวมที่มีประสิทธิภาพการแก้ไขปัญหาในการทำงาน มีความเข้าใจความต้องการของลูกค้าทำให้สามารถบรรลุเป้าหมายในการขายได้

ไกรชิต สุตะเมือง และ กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ อินทอร สาโรวาท (2556) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในการเสนอขายประกันชีวิตให้กับลูกค้าของพนักงานธนาคารกสิกรไทย โดยมี วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความแตกต่างกันของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อแรงจูงใจในการเสนอขาย ประกันชีวิตของพนักงานธนาคารกสิกรไทย เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในกับ แรงจูงใจในการเสนอขายประกันชีวิตของพนักงานธนาคารกสิกรไทย และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างปัจจัยภายนอกกับแรงจูงใจในการเสนอขายประกันชีวิตของพนักงานธนาคารกสิกรไทย กลุ่มตัวอย่างได้แก่ พนักงานธนาคารกสิกรไทยทั่วประเทศ จำนวน 385 คน ผลการศึกษาพบว่า ผล ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลแรงจูงใจในการเสนอขายประกันชีวิต ได้แก่

ด้านความต้องการส่วนบุคคล ด้านการมองเห็นคุณค่าของประกันชีวิตด้านความตั้งใจ ซึ่งมีผลต่อแรงจูงใจในการเสนอขายประกันชีวิตผู้ตอบแบบสอบถาม โดยเฉพาะปัจจัยความมองเห็นคุณค่าของประกันชีวิตนั้นมีผลต่อการสร้างแรงจูงใจในการเสนอขายประกันชีวิตมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความตั้งใจและด้านความต้องการส่วนบุคคล ตามลำดับ และปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการเสนอขายประกันได้แก่ ด้านรางวัลทั้งรูปแบบเงินและไม่ใช้ตัวเงิน ด้านการกำหนดเป้าหมายและ KPI และด้านแบบประกันของธนาคารมีผลต่อแรงจูงใจในการเสนอขายประกันชีวิตผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น โดยด้านรางวัลทั้งรูปแบบเงินและไม่ใช้ตัวเงินมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านแบบประกันของธนาคาร และด้านการกำหนดเป้าหมายและ KPI ตามลำดับ

จิณฉัตร เตชะพันธ์ (2556) ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาแทนประกันชีวิตให้ประสบความสำเร็จ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสมรรถนะการเป็นตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทไทยพาณิชย์ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของการเป็นตัวแทนประกันชีวิตให้ประสบความสำเร็จ และเพื่อหาแนวทางการพัฒนาประกันชีวิตของบริษัทไทยพาณิชย์ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) อำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณเป็นตัวแทนประกันชีวิต จำนวน 114 คนและเชิงคุณภาพเป็นตัวแทนประกันชีวิตของบริษัทไทยพาณิชย์ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยที่ประสบความสำเร็จจำนวน 8 คน ผลการศึกษาบริบทของการเป็นตัวแทนประกันชีวิตและต้องสอบผ่านตามหลักสูตรของคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) จากนั้นต้องอบรมหลักสูตรเพื่อขอรับใบอนุญาตตัวแทนประกันชีวิต 6 ชั่วโมง (ภาคบังคับ) ปัจจัยส่วนบุคคลของการเป็นตัวแทนให้ประสบความสำเร็จ ตัวแทนประกันชีวิตควรมีคุณสมบัติ 23 ประการ และมีการวางแผนพัฒนาตัวแทนประกันชีวิต ซึ่งมีความสำคัญมากในธุรกิจประกันชีวิต

ชญัญณ์ท์ แก้วมณี โขติ (2558) ศึกษาเรื่องบุคลิกภาพเชิงรุก การรับรู้การสนับสนุนในการทำงาน ของพนักงานขาย บริษัทรับประกันวินาศภัยแห่งหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับบุคลิกภาพเชิงรุกระดับการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ระดับความสุขในการทำงาน เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพเชิงรุกกับการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรและเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพเชิงรุกกับความสุขในการทำงาน ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือพนักงานขายในบริษัทประกันชีวิตแห่งหนึ่ง ซึ่งปฏิบัติงานที่เขตกรุงเทพมหานคร มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 515 คน คิดเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 248 คน ผลการศึกษาพบว่า ระดับการเรียนรู้การสนับสนุนจากองค์กรด้านจิตอารมณ์ การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรด้านความรู้ในงานและโอกาสก้าวหน้า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร

ด้านความมั่นคงในงาน และการรับรู้ด้านการปฏิบัติงานของพนักงานขายทุกตัวแปรมีระดับคะแนนสูง ดังนั้นมีแนวโน้มที่พนักงานขายจะมีความสุขในการทำงาน ถึงร้อยละ 78.7 ดังนั้น องค์กรจึงควรให้ความสำคัญ และสนับสนุนนโยบายหรือกิจกรรมที่ส่งผลให้พนักงานมีระดับการเรียนรู้ การสนับสนุนจากองค์กรด้านจิตอาารมณ์ ความรู้ในงานและสนับสนุนจากองค์กรด้านความรู้ในงาน และโอกาสก้าวหน้า สนับสนุนความมั่นคงในการทำงาน และการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรด้านการปฏิบัติงานระดับที่สูง ก็จะทำให้พนักงานเกิดอารมณ์ทางบวกและมีความสุขในการทำงานสูงตามไปด้วย

สิรินาถ อุษสกุล (2558) ศึกษาเรื่องเจตคติที่มีต่องานขายประกัน ความพึงพอใจในงาน และตั้งใจคงอยู่ในงานของพนักงานขายประกันทางโทรศัพท์ กรณีศึกษาบริษัท โบรคเกอร์ประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างบุคคลที่มีผลต่อเจตคติที่มีต่องานขายประกัน ความพึงพอใจในงาน และตั้งใจคงอยู่ในงานของพนักงานขายประกันทางโทรศัพท์ กรณีศึกษาบริษัท โบรคเกอร์ประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่ง เพื่อศึกษาระดับเจตคติที่มีต่อพนักงานขายประกัน ความพึงพอใจในงาน และความตั้งใจคงอยู่ในงานของพนักงานขายประกันทางโทรศัพท์ กรณีศึกษาบริษัท โบรคเกอร์ประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่ง และเพื่อศึกษาเจตคติที่มีต่องานขายประกัน ความพึงพอใจในงาน และตั้งใจคงอยู่ในงานของพนักงานขายประกันทางโทรศัพท์ กรณีศึกษาบริษัท โบรคเกอร์ประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่ง กลุ่มตัวอย่างพนักงานขายประกันทางโทรศัพท์ ของบริการ โบรคเกอร์ประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่ง ทำการสุ่มตัวอย่าง 303 คน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านเจตคติที่มีต่องาน ความพึงพอใจในงาน และความตั้งใจคงอยู่ในงาน มีความสัมพันธ์กันทางบวก ดังนั้น องค์กรต้องรักษาพนักงาน/ ลดอัตราการลาออกจึงควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมให้พนักงานมีเจตคติที่ดีต่องาน และความพึงพอใจในงาน และปัจจัยส่วนบุคคลบางปัจจัยมีผลต่อเจตคติที่มีต่องานคือ สวัสดิการ การสรรหาและคัดเลือกพนักงานขายประกัน

วุฒิชัย ผาสุกกานนท์และ ชีระวัฒน์ จันทิก (2559) ศึกษาเรื่องผู้นำกับการพัฒนาศักยภาพทีมขายพร้อมคุณภาพการให้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทในการบริหารจัดการองค์กรในโลกของการแข่งขันยุคใหม่ 2) เพื่อนำเสนอรูปแบบของบทบาทผู้นำกับผู้พัฒนาศักยภาพทีมขาย พร้อมคุณภาพการให้บริการ จากการศึกษาพบว่า บทบาทของผู้นำในยุคปัจจุบันต้องเจอภาวะความกดดันหลายประการ ทั้งการแข่งขันที่รุนแรงท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย รวมทั้งสภาพการเปลี่ยนแปลงที่เกิดในยุคเทคโนโลยีสารสนเทศ ผู้นำจะให้การกำกับดูแลเฉพาะส่วนงานขาย โดยมองเพียงเป็นส่วนที่สร้างความสำเร็จและความอยู่รอดให้องค์กรเพียงอย่างเดียวไม่ได้ เพราะไม่ใช่เพียงแค่บริการอย่างเดียวผู้นำกับการพัฒนาศักยภาพทีมขายพร้อมคุณภาพการให้บริการ

มีรูปแบบของบทบาทผู้นำกับการพัฒนาศักยภาพทีมขาย พร้อมคุณภาพการให้บริการ กล่าวคือ คำนึงถึงสภาพแวดล้อมการแข่งขัน ภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย และการเปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกและผู้นำต้องรู้จักวิเคราะห์ปัจจัยภายในประกอบด้วยศักยภาพทีมขาย และคุณภาพบริการแบบควบคู่ไปไม่ละเลยด้านใดด้านหนึ่งออกไป เพราะศักยภาพทีมขายและคุณภาพบริการเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ

น้ำฟ้า ดิษฐภคินี และสุธรรม พงศ์ราญ (2559) ศึกษาเรื่องทีมงานคุณภาพที่มีผลต่อประสิทธิภาพของพนักงาน ธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) สังกัดสำนักงานเขตปิ่นเกล้า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อความเป็นทีมคุณภาพที่แตกต่างกัน เก็บข้อมูลกับพนักงานธนาคารจำนวน 142 คนเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายเลือกจำนวนตัวอย่าง 100 คน ผลการศึกษาพบว่า ด้านความเข้าใจในการทำงานเป็นทีมมีการกำหนดบทบาทหน้าที่ในการทำงานที่ชัดเจน ด้านการให้ความไว้วางใจในทีม มีการคิดพัฒนาการทำงาน ด้านการแก้ไขปัญหาในทีม มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์การแก้ไขปัญหา ด้านความร่วมมือ มีการทำงานอย่างเป็นระบบ รูปแบบ ด้านการสื่อสารในทีม มีการสื่อสารอย่างเป็นระบบมีเป้าหมายวัตถุประสงค์ ด้านการพัฒนาทีม ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของตนเองความเอาใจใส่อย่างสม่ำเสมอ

เดชิต สุขเกษม (2559) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกธนาคารในการทำงานของพนักงานขาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยในการตัดสินใจเลือกทำงานของผู้สมัครในตำแหน่งพนักงานขายและหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการสรรหาบุคคลสามารถนำข้อมูลไปศึกษาในครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้ต่อกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้สมัครที่กำลังมองหางานใหม่และที่ไม่ได้มองหาใหม่ที่มีประสบการณ์ทำงานเป็นพนักงานธนาคารที่มีหน้าที่ในการขายประกันชีวิต ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ที่เป็นพนักงานขายของธนาคารชอบที่จะทำงานในลักษณะงานที่มีหน้าที่แบ่งงานกันอย่างชัดเจนระหว่างการปฏิบัติการ เช่น งานเอกสาร งานบริการและงานขายสินค้า ซึ่งงานที่เป็นงานบริการและงานขายอย่างเดียวยังสามารถดึงดูดกลุ่มพนักงานขายให้มีแนวโน้มจะสมัครงานกับธนาคาร จากที่พนักงานขายส่วนใหญ่ หรือประมาณร้อยละ 85 จากการสุ่มตัวอย่างทั้งหมดเลือกงานที่เน้นการบริการและการขายมากกว่า

เบญจอร งามอัมรินทร์ (2559) ศึกษาเรื่องการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ทักษะการขายของตัวแทนประกัน และการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานบริษัทเอกชนในกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยคุณสมบัติส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา แผนกที่สังกัด รายได้ ที่มีต่อระดับการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงาน บริษัทเอกชนในกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาอิทธิพลความสามารถทักษะการขายของพนักงานขายมีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงาน

บริษัทเอกชนในกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร (IMC) ของบริษัทประกันชีวิตต่อการตัดสินใจซื้อประกันของพนักงานเอกชนในกรุงเทพมหานคร การสุ่มตัวอย่างพนักงานบริษัทเอกชนในกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง โดยไม่ใช้หลักความน่าจะเป็น การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานบริษัทเอกชนในกรุงเทพฯ พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาแผนก/ สังกัดที่ทำงาน และรายได้ปัจจัยด้านทักษะการขายของพนักงานขายที่มีความรู้ในผลิตภัณฑ์และบุคลิกของตัวแทน ปัจจัยด้านทักษะการขายของพนักงานขายที่มีความรู้ในผลิตภัณฑ์และบุคลิกของตัวแทนปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดครบวงจร (IMC) ทุกด้านที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานบริษัทเอกชนที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตามงานวิจัยพบว่าปัจจัยทักษะการขายด้านศิลปะการโน้มน้าวใจ และด้านความเข้าใจความต้องการของลูกค้าไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานเอกชนในกรุงเทพมหานคร ขั้นตอนการตัดสินใจทั่ว ๆ ไปจะมี 5 ระดับทางเลือกที่มีอยู่ การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ เมื่อมีการตัดสินใจแล้วจะใช้เวลาคิดต่าง ๆ และประสบการณ์ที่ผ่านมาเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อสิ่งที่ต้องการ

บูรณาภา ชัชวาลย์ (2559) ศึกษาเรื่องเล่าความสำเร็จผู้ขายผลิตภัณฑ์ประกันภัย ธารณาการ ธนาชาติ สาขานครปฐม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา วิถีชีวิตผู้ขาย เพื่อศึกษาความสำเร็จของผู้ขาย และเพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคของผู้ขาย กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ธารณาการธนาชาติ สาขานครปฐม ซึ่งมียอดขายประกันเป็นอันดับต้น ๆ ของธารณาการธนาชาติทั่วประเทศ และมีผู้ขายที่มีสถิติการทำค่าเบี้ยประกันภัยสูงสุดในสำนักงานภาคกลาง ผลการศึกษาพบว่า ผู้ขายมีความสำคัญในการสร้างผลกำไรให้กับธารณาการจากการขายผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ โดยเริ่มเรียนรู้การขายจากครอบครัว ทำงานในด้านงานธารณาการมาตั้งแต่แรก จนถึงปัจจุบันเมื่อธารณาการมีความต้องการ กำไรมากขึ้น ผู้ขายจึงมีบทบาทหน้าที่ในการขายผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น การสังเกตลูกค้าและการเอาใจใส่ดูแลที่ดี ส่งผลให้การรักษาสถานลูกค้าเดิมและยังได้ลูกค้าใหม่จากการบอกต่อ การปรับเปลี่ยนนามบัตรให้มีขนาดเล็กและบางลงเพื่อสะดวกในการเก็บเป็น อีกหนึ่งกลยุทธ์ที่ทำให้ลูกค้าติดต่อกลับ ปัจจุบันแนวคิดการทำงานของผู้ขายเปลี่ยนไปเนื่องจากลูกค้าไม่สนใจในกรมธรรม์และขั้นตอน และเกิดความไม่พอใจในการบริการจากพนักงานอื่น โดยการบริการลูกค้าทุกขั้นตอน ตั้งแต่เริ่มขายตลอดจนบริการหลังการขายอย่างเต็มรูปแบบ เพื่อความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้าเดิมไว้ในส่วน of คำตอบแทนถือเป็นแรงจูงใจหลักในการขายผลิตภัณฑ์ประกันภัย มุมมองและแนวคิดที่ดีต่อการขายมีผลอย่างมาก คุณสมบัติของผู้ขายประกันภัยคือต้องมีใจรักในการบริการ ความชำนาญในผลิตภัณฑ์

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษางานวิจัยเรื่อง “แนวทางความสำเร็จของพนักงานขาย ผลิตภัณฑ์ กองทุน เงินฝาก สินเชื่อ ธนาคาร ABC ที่ตั้งอยู่ใน จังหวัดสมุทรปราการ” งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) กับ PB Retail และพนักงานธุรกิจ(ที่มีผลงานโดดเด่น)ของ ธนาคาร ABC ที่ตั้งอยู่ใน จังหวัดสมุทรปราการ

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. ความน่าเชื่อถือของข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยจากกลุ่มพนักงานของธนาคารเพื่อศึกษาแนวทางความสำเร็จของพนักงานขาย ผลิตภัณฑ์ กองทุน เงินฝาก สินเชื่อ ธนาคาร ABC ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ โดยดำเนินการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) อันเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการเลือกพิจารณาตัวตัวเองโดยแบ่ง ออกเป็น 2 กลุ่ม จำนวน 20 ท่าน โดย (Green and Thorogood, 2009) ได้ระบุว่า สำหรับงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ที่ข้อมูลอ้อมตัว จะมีจำนวนตั้งแต่ 20 คนขึ้นไป ดังนี้

1. พนักงานตำแหน่ง PB Retail ธนาคาร ABC ที่ตั้งอยู่ใน จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 10 ท่าน
2. พนักงานตำแหน่งธุรกิจ ที่มีผลงานโดดเด่น Retail ธนาคาร ABC ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 10 ท่าน

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research)

เป็นการสัมภาษณ์แบบเป็นทางการ (Formal interview) ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสัมภาษณ์ชนิดมีโครงสร้าง (Structural interview) ผู้วิจัยเลือกสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องเป็นพนักงานตำแหน่ง PB Retail และ ตำแหน่งพนักงานธุรกิจ (ที่มีผลงานที่โดดเด่น) ของธนาคาร ABC ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการพัฒนาบุคลากรของธนาคาร ให้ประสบความสำเร็จในการเป็นพนักงานขายผลิตภัณฑ์ กองทุน เงินฝาก สินเชื่อ

การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพในการศึกษาครั้งนี้คือ พนักงาน PB Retail และ พนักงานธุรกิจของธนาคาร ABC ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 20 คน โดยการเลือกสัมภาษณ์พนักงานพนักงานในตำแหน่ง PB Retail จำนวน 10 คน และพนักงานตำแหน่งธุรกิจที่มีผลงานที่โดดเด่นจำนวน 10 คน ในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการมีจำนวนสาขาทั้งหมด 80 สาขา โดยจะเลือกสัมภาษณ์พนักงานในสาขาที่มีผลประกอบการดีที่สุดจากเกรดสาขา ในช่วงไตรมาสที่ผ่านมาโดยเลือกจากสาขาที่มีเกรดสูงสุดตามลำดับ โดยสาขาที่ได้รับคัดเลือกมี ดังนี้

Summary performance by branch: Grade

ตารางที่ 2 ธนาคารพาณิชย์ (Summary performance by branch: Grade)

Branch name	Grade branch					
	5	4	3 Upper	3 Botton	2	1
A	+					
B	+					
C	+					
D		+				

Grade branch คือ เกณฑ์การคำนวณผลประกอบการในส่วน Digital adoption, Digital migration, AUM NEW customer/ New savings/ New, ATS Payoll ที่เป็นผลงานในการดำเนินงานทั้งหมด โดยผลประกอบการในเกณฑ์ที่สูงสุดอยู่ที่ ระดับ 5 และต่ำสุดอยู่ที่ระดับ 1 จากเกรดสาขา

ได้เลือกสาขา A B C และ D ตามลำดับ และทำการคัดเลือกพนักงานในตำแหน่ง PB 10 คน และพนักงานธุรกิจที่มีผลประกอบการดีเด่นดังนี้

เกณฑ์การเลือกพนักงาน

พนักงาน PB

1. คัดเลือกจากพนักงานตำแหน่ง PB ของสาขาที่มีผลงาน
2. คัดเลือกพนักงานตำแหน่ง PB ที่ให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์

พนักงานธุรกิจที่มีผลงานที่โดดเด่น

1. คัดเลือกพนักงานตำแหน่งธุรกิจจากผลงานการขาย (ที่มีผลงานขายโดดเด่น) จากเพิ่มผลงานสาขาโดยเลือกพนักงานธุรกิจที่มีผลงาน Top sale โดยผลงานรายบุคคลสูงกว่าเป้าหมายที่กำหนดของแต่ละบุคคลจากรายงานผลงานการขาย

2. คัดเลือกพนักงานตำแหน่งธุรกิจที่ให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์

พนักงานที่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกของสาขาที่มีผลประกอบการดีที่สุดใน Grade Branch มีดังนี้

สาขา A มีพนักงาน PB จำนวน 3 คน พนักงานธุรกิจที่มีผลงานที่โดดเด่น 4 คน

สาขา B มีพนักงาน PB จำนวน 3 คน พนักงานธุรกิจที่มีผลงานที่โดดเด่น 3 คน

สาขา C มีพนักงาน PB จำนวน 3 คน พนักงานธุรกิจที่มีผลงานที่โดดเด่น 3 คน

สาขา D มีพนักงาน PB จำนวน 1 คน

รวมพนักงาน PB จำนวน 10 คน และ พนักงานธุรกิจ (ที่มีผลงานโดดเด่น) 10 คน

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการแบ่งวิธีในการเข้าถึงข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ ข้อมูลด้านเอกสาร (Review data) และข้อมูลภาคสนาม (Field data)

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลด้านเอกสาร (Review data)

ข้อมูลทุติยภูมิ ผู้วิจัยได้ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ จากเอกสารบทความหนังสือ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลทั่วไป เพื่อเป็นการกำหนดขอบเขตและเนื้อหาของงานวิจัย และสร้างเครื่องมือวิจัยให้มีความชัดเจนตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม (Field data)

2.1 ผู้วิจัยลงพื้นที่เพื่อสำรวจธนาคาร ABC ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ แต่ละสาขามีพนักงาน PB (Personal banking) และพนักงานธุรกิจ (ที่มีผลงานที่โดดเด่น) จำนวนกี่คน

สำหรับเตรียมความพร้อมในการสัมภาษณ์พนักงาน ให้ครบตามจำนวน พร้อมทั้งจัดบันทึกข้อมูลต่าง ๆ และบันทึกภาพที่มีความเกี่ยวข้องกับงานวิจัย เพื่อให้มีข้อมูลที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น และทำการติดต่อกับธนาคารพาณิชย์ในเขตพื้นที่สมุทรปราการ สำหรับการสัมภาษณ์ เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการรวบรวมข้อมูล

2.2 ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) แบบตัวต่อตัวระหว่างผู้สัมภาษณ์และผู้ถูกสัมภาษณ์ เพื่อเปิดเผยข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับความคิดเห็นส่วนตัวของผู้ถูกสัมภาษณ์ ถึงปัจจัยแห่งความสำเร็จในการเป็นพนักงานขาย ผลิตภัณฑ์ กองทุน เงินฝาก สินเชื่อ ทำการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ โดยก่อนเริ่มการทำการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะมีการขออนุญาตสำหรับการจัดบันทึกและการบันทึกเสียง ด้วยการกล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์ และระหว่างการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะมีปฏิสัมพันธ์แบบต่อหน้ากับผู้ถูกสัมภาษณ์อย่างเป็นกันเอง ไม่อึดอัด เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนและผู้ถูกสัมภาษณ์สามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ โดยจะใช้เวลาในการสัมภาษณ์ประมาณ 60-90 นาที ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับความร่วมมือของผู้ถูกสัมภาษณ์ด้วย และจะทำการสัมภาษณ์จนกว่าจะไม่พบข้อสงสัยหรือไม่มีข้อมูลใหม่เกิดขึ้น ที่เรียกว่า ข้อมูลอิ่มตัว (Data saturation) จึงหยุดการสัมภาษณ์

2.3 ผู้วิจัยจะใช้การจัดบันทึก โดยสรุปสั้น ๆ เฉพาะประเด็นที่สำคัญและการบันทึกเสียงในการสัมภาษณ์ และเมื่อจบการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะทำการบันทึกข้อมูลอื่น ๆ ทันที เช่น ลักษณะท่าทาง น้ำเสียง ความคิด ความรู้สึกของผู้ถูกสัมภาษณ์ หรือปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้วิจัยขณะที่รวบรวมข้อมูลตามความเป็นจริงโดยไม่มีการตีความ

2.4 ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ถูกรับบันทึกมาทำการถอดเทปรายวัน จากนั้นจึงตรวจสอบข้อมูลที่ไม่ชัดเจนหรือไม่ครบถ้วน เพื่อนำไปศึกษาเพิ่มเติมในการสัมภาษณ์ครั้งต่อไป และทำการถอดเทปแบบคำต่อคำ ประโยคต่อประโยค แล้วตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้งด้วยการฟังเทปบันทึกเสียงซ้ำ

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือการวิจัย

1. ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่มีความสอดคล้องกับการศึกษางานวิจัยเรื่อง แนวทางความสำเร็จของพนักงานขาย ผลิตภัณฑ์ กองทุน เงินฝาก สินเชื่อ ธนาคาร ABC ที่ตั้งอยู่ใน จังหวัดสมุทรปราการ โดยมีความเกี่ยวข้องกับแนวทางความสำเร็จของพนักงานขาย ผลิตภัณฑ์ กองทุน เงินฝาก สินเชื่อ เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง

2. ผู้วิจัยมีการเตรียมความพร้อมด้านความรู้เกี่ยวกับระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ และการมีจรรยาบรรณในการเก็บรวบรวมข้อมูล พร้อมทั้งได้ขอคำแนะนำและคำปรึกษากับอาจารย์

ที่ปรึกษา เพื่อให้เกิดความเข้าใจในระเบียบวิธีการวิจัย นำไปสู่การศึกษางานวิจัยในครั้งนี้เป็นไปอย่างมีความครอบคลุมและมีความถูกต้องของด้านเนื้อหาหรือประเด็นที่ต้องการจะศึกษา

3. ผู้วิจัยมีการสร้างแบบสอบถามในการสัมภาษณ์เชิงลึกจากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล โดยคำถามจะมีลักษณะแบบปลายเปิด ผู้ให้สัมภาษณ์จึงสามารถนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยต่าง ๆ ได้อย่างเต็มที่และสมบูรณ์มากที่สุด เพื่อให้ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มีความครอบคลุมขอบเขตและวัตถุประสงค์ในการวิจัย โดยแบบสอบถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มตัวอย่างมีแนวคำถามตามที่กำหนด

4. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามในการสัมภาษณ์เชิงลึกที่ได้สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาความเหมาะสมของแบบสอบถาม ก่อนที่จะนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้สัมภาษณ์

คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์

เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยการสัมภาษณ์พนักงาน PB และพนักงานธุรกิจถึงแนวทางการสำเร็จในการเป็นพนักงานขาย ด้านผลิตภัณฑ์กองทุน เงินฝากและ สินเชื่อของธนาคาร ABC ที่ตั้งอยู่ใน จังหวัดสมุทรปราการ

คำถามในการสัมภาษณ์พนักงานPB Retail

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงานPB Retail

1. เพศ
2. อายุ
3. อายุงาน (ปี)
4. ระดับการศึกษา
5. ประวัติความสำเร็จในการทำงาน

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับแนวทางการสำเร็จของพนักงาน PB Retail

1. ท่านคิดว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จในการเป็นพนักงาน PB คือปัจจัยใด ปัจจัยเหล่านั้นมีความสำคัญอย่างไร
2. จากปัจจัยแห่งความสำเร็จในการเป็นพนักงาน PB ท่านคิดว่าธนาคารควรมีการบริหารจัดการปัจจัยเหล่านั้นอย่างไรเพื่อสนับสนุนการขายของพนักงาน
3. ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จในการเป็นพนักงาน PB คือปัจจัยใดบ้าง และธนาคารควรมีการปรับปรุงปัจจัยที่เป็นอุปสรรคอย่างไร
4. ท่านคิดว่าการประสบความสำเร็จของพนักงานขาย หรือ PB ต้องมีรูปแบบการพัฒนา

บุคลากรอย่างไร

5. การประเมินความสำเร็จของพนักงานขาย หรือ PB ขึ้นตอนและเกณฑ์ในการประเมินความสามารถอย่างไร และท่านคิดว่าควรมีการปรับปรุงการประเมินความสำเร็จของพนักงานขายอย่างไร

6. ท่านมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อการปรับปรุงกระบวนการขายและเพิ่มศักยภาพในการขายของพนักงานอย่างไร

7. ปัจจัยแห่งความสำเร็จที่จะส่งผลให้ PB กับพนักงานขายธุรกิจทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพคืออะไร

คำถามในการสัมภาษณ์พนักงานธุรกิจ (ที่มีผลงานที่โดดเด่น)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของ พนักงานธุรกิจ (ที่มีผลงาน โดดเด่น)

1. เพศ
2. อายุ
3. อายุงาน (ปี)
4. ระดับการศึกษา
5. ประวัติความสำเร็จในการทำงาน

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับแนวทางความสำเร็จพนักงานธุรกิจ (ที่มีผลงาน โดดเด่น)

1. ท่านคิดว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จในการเป็นพนักงานธุรกิจคือปัจจัยใด ปัจจัยเหล่านั้นมีความสำคัญอย่างไร
2. จากปัจจัยแห่งความสำเร็จในการเป็นพนักงานขาย ท่านคิดว่าธนาคารควรมีการบริหารจัดการปัจจัยเหล่านั้นอย่างไรเพื่อสนับสนุนการขายของพนักงาน
3. ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จในการเป็นพนักงานขาย คือปัจจัยใดบ้าง และธนาคารควรมีการปรับปรุงปัจจัยที่เป็นอุปสรรคอย่างไร
4. ท่านคิดว่า การประสบความสำเร็จของพนักงานขาย ต้องมีรูปแบบการพัฒนาบุคลากรอย่างไร
5. การประเมินความสำเร็จของพนักงานขาย มีขึ้นตอนและเกณฑ์ในการประเมินความสามารถอย่างไร และท่านคิดว่าควรมีการปรับปรุงการประเมินความสำเร็จของพนักงานขายอย่างไร
6. ท่านมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อการปรับปรุงกระบวนการขายและเพิ่มศักยภาพในการขายของพนักงานอย่างไร
7. ปัจจัยแห่งความสำเร็จที่จะส่งผลให้ PB กับพนักงานขายธุรกิจทำงานร่วมกัน

อย่างมีประสิทธิภาพคืออะไร

ความน่าเชื่อถือของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

หลังจากที่ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว จากนั้นจึงทำการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Trustworthiness) ดังนี้

1. ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์เสนอต่อกรรมการจริยธรรมเพื่อตรวจสอบความถูกต้องหลังจากที่ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว จากนั้นจึงทำการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Trustworthiness)
2. ผู้สัมภาษณ์มีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้ถูกสัมภาษณ์ เพื่อให้เกิดความไว้วางใจในตัวผู้วิจัย อันจะมีผลต่อความถูกต้องและความเป็นจริงของข้อมูล
3. ผู้วิจัยมีการยืนยันความถูกต้องของข้อมูล (Member checking) โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ด้วยการจดบันทึกอย่างละเอียด นำกลับไปให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ยืนยันความถูกต้องของข้อมูล ว่ามีความถูกต้องและเป็นจริง ตรงกับความรู้สึกของผู้ถูกสัมภาษณ์หรือไม่
4. ผู้วิจัยมีการตรวจสอบความไว้วางใจได้ของข้อมูล (Dependability) โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ไปตรวจสอบกับอาจารย์ที่ปรึกษางานวิทยานิพนธ์ เพื่อยืนยันความถูกต้องตามวัตถุประสงค์ที่ได้ทำการศึกษาแล้วว่า
5. ผู้วิจัยมีการใช้ความสามารถในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ (Transferability) โดยการเขียนระเบียบวิธีการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูล และบริบทที่ต้องการศึกษาอย่างชัดเจน เพื่อเป็นการเพิ่มความน่าเชื่อถือของการวิจัย ในการที่จะนำผลการวิจัยไปใช้ในบริบทที่ใกล้เคียงกัน
6. ผู้วิจัยมีการยืนยันผลการวิจัย (Conformability) โดยผู้วิจัยจะเก็บเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยไว้เป็นอย่างดีพร้อมสำหรับการตรวจสอบ (Audit trail) เพื่อเป็นการยืนยันว่าข้อมูลที่ได้อื่นไม่มีความลำเอียงหรือเกิดจากการคิดขึ้นของผู้วิจัย

การจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้จัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยมีขั้นตอน Colaizzi (1978) ดังนี้

1. นำข้อมูลที่ได้จากการถอดความกับเครื่องบันทึกเสียงและการบันทึกภาคสนามมาพิจารณาหลาย ๆ ครั้ง เพื่อให้เกิดความเข้าใจในภาพรวมของข้อมูลที่ได้อื่นและพิจารณาประเด็นที่สำคัญ
2. นำข้อมูลที่ได้อื่นกลับมาอ่านพิจารณาอีกครั้งอย่างละเอียด จากนั้นจึงทำการตีความพร้อมกับทำการดึงข้อความหรือประโยคสำคัญที่เกี่ยวข้องออกมา

3. นำข้อมูลที่เป็นข้อความหรือประโยคที่มีความหมายเหมือนกันหรือใกล้เคียงมาไว้กลุ่มเดียวกัน เพื่อสร้างหัวข้อสรุป และกลุ่มหัวข้อสรุปแนวคิดในตัวข้อมูล โดยมีรหัสข้อมูลกำกับทุกข้อความหรือทุกประโยค จากนั้นจึงตั้งคำสำคัญ ซึ่งจะจัดเป็นกลุ่มใหญ่ (Themes) และกลุ่มย่อย (Sub-theme) ที่อยู่ภายใต้ความหมายของกลุ่มใหญ่

4. อธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างละเอียดครบถ้วน โดยเขียนให้มีความต่อเนื่องและกลมกลืนกันระหว่างข้อความหรือประโยคของความหมายและหัวข้อต่าง ๆ ซึ่งในขั้นตอนนี้ต้องพยายามตัดข้อมูลหรือหัวข้อที่ไม่จำเป็นออก

5. ยกตัวอย่างคำพูดประกอบคำหลักสำคัญที่ได้ เพื่อแสดงความชัดเจนของปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น

6. ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล โดยนำข้อสรุปที่ได้ไปให้ผู้ให้ข้อมูลตรวจสอบถึงความเป็นจริงและความถูกต้อง เพื่อให้ได้ข้อสรุปสุดท้ายที่สมบูรณ์และเป็นข้อค้นพบที่ได้จากผู้ให้ข้อมูล จากนั้นจึงนำข้อมูลมาตรวจสอบกับอาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง



2638252301

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานวิจัยเรื่อง “แนวทางความสำเร็จของพนักงานขายผลิตภัณฑ์ กองทุน เงินฝาก สินเชื่อ ธนาคาร ABC ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ทำการวิจัยได้จากการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกแนวทางความสำเร็จของพนักงานขาย ผลิตภัณฑ์ กองทุน เงินฝาก สินเชื่อ ธนาคาร ABC ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกแนวทางความสำเร็จของพนักงานขาย ผลิตภัณฑ์ กองทุน เงินฝาก สินเชื่อ ธนาคาร ABC ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ

ในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานวิจัยเรื่อง “แนวทางความสำเร็จของพนักงานขายผลิตภัณฑ์ กองทุน เงินฝาก สินเชื่อ ธนาคาร ABC ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการจากการ “เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับพนักงานขาย ผลิตภัณฑ์ กองทุน เงินฝาก สินเชื่อ ธนาคาร ABC ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการจากการจำนวน 20 คน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาถอดเทปและวิเคราะห์ข้อมูล โดยการเรียบเรียงข้อมูลและสรุปผลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกตามสมมติฐานของการวิจัย ผู้ทำการวิจัยได้กำหนดการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูลโดยการสัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จในการเป็นพนักงานขาย

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการปัจจัยแห่งความสำเร็จในการเป็นพนักงานขาย

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จในการเป็นพนักงานขายและข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงพัฒนาการปฏิบัติงาน

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จที่จะส่งผลให้ PB กับพนักงานธุรกิจทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ

ส่วนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการพัฒนานุเคราะห์เพื่อการประสบความสำเร็จของพนักงานขาย

ส่วนที่ 7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและเกณฑ์การประเมินความสำเร็จของพนักงานขาย



2688252301

ส่วนที่ 8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อการปรับปรุงกระบวนการขาย

ส่วนที่ 9 โมเดลการพัฒนาบุคลากร แนวทางความสำเร็จในการเป็นพนักงานขาย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูลโดยการสัมภาษณ์

ตารางที่ 3 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูลโดยการสัมภาษณ์

ตำแหน่ง	เพศ	อายุ	อายุงาน	ระดับการศึกษา	ประวัติความสำเร็จ ในการทำงาน
พนักงาน PB 1	หญิง	25	5	ปริญญาตรี	Top Sales ผลงานกองทุน
พนักงาน PB 2	หญิง	30	5	ปริญญาตรี	Top Sales สินเชื่อ
พนักงาน PB 3	หญิง	28	6	ปริญญาตรี	Top Sales ผลงานกองทุน
พนักงาน PB 4	หญิง	35	7	ปริญญาตรี	Top Sales ผลงานกองทุน
พนักงาน PB 5	หญิง	26	5	ปริญญาตรี	Top Sales ผลงานกองทุน
พนักงาน PB 6	หญิง	29	7	ปริญญาตรี	Top Sales ผลงานกองทุน
พนักงาน PB 7	ชาย	32	7	ปริญญาตรี	Top Sales สินเชื่อ
พนักงาน PB 8	ชาย	35	6	ปริญญาตรี	Top Sales ผลงานกองทุน
พนักงาน PB 9	หญิง	38	5	ปริญญาตรี	Top Sales สินเชื่อ
พนักงาน PB 10	หญิง	29	5	ปริญญาตรี	Top Sales ผลงานกองทุน
พนักงานธุรกิจ 11	หญิง	25	2	ปริญญาตรี	Top Sales เงินฝาก
พนักงานธุรกิจ 12	ชาย	27	3	ปริญญาตรี	Top Sales สินเชื่อ
พนักงานธุรกิจ 13	หญิง	29	3	ปริญญาตรี	Top Sales สินเชื่อ
พนักงานธุรกิจ 14	หญิง	30	4	ปริญญาตรี	Top Sales ผลงานกองทุน
พนักงานธุรกิจ 15	ชาย	26	2	ปริญญาตรี	Top Sales เงินฝาก
พนักงานธุรกิจ 16	ชาย	28	3	ปริญญาตรี	Top Sales เงินฝาก
พนักงานธุรกิจ 17	หญิง	25	3	ปริญญาตรี	Top Sales เงินฝาก
พนักงานธุรกิจ 18	หญิง	30	4	ปริญญาตรี	Top Sales สินเชื่อ
พนักงานธุรกิจ 19	หญิง	32	5	ปริญญาตรี	Top Sales ผลงานกองทุน
พนักงานธุรกิจ 20	หญิง	27	3	ปริญญาตรี	Top Sales เงินฝาก

จากตารางที่ 3 วิเคราะห์ด้านความคิดเห็นข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูล โดยการสัมภาษณ์ พนักงาน PB จำนวน 10 คน พนักงานธุรกิจ จำนวน 10 คน เพศชาย จำนวน 5 คน เพศหญิง 15 คน อายุอยู่ระหว่าง 25-28 ปี อายุงานอยู่ในช่วง ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีจำนวน 20 คน ประวัติความสำเร็จในการทำงาน Top Sales เงินฝาก จำนวน 5 Top Sales ผลงานกองทุน จำนวน 9 คน Top Sales สินเชื่อ จำนวน 6 คน 1

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จในการเป็นพนักงานขาย

พนักงาน PB 1: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “การพัฒนาการขายของตนเองอยู่เสมอ หรือไม่หยุดที่จะพัฒนาตัวเอง เป็นตัวช่วยในการเพิ่มศักยภาพในการขาย ในการพัฒนาตนเองประกอบไปด้วย ด้านความรู้ในผลิตภัณฑ์ ทักษะการขายกระบวนการขาย การสื่อสารกับลูกค้า”

พนักงาน PB 2: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “การพัฒนาการขายตนเองอยู่เสมอ ด้านความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์ การนำเสนอผลิตภัณฑ์อย่างถูกต้องและครบถ้วน ”

พนักงาน PB 3: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ความรู้ของพนักงาน อุปกรณ์ที่อำนวยความสะดวกในการขาย อุปกรณ์ในการปฏิบัติงานขายเพื่อให้สามารถขาย ผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ถูกต้องตามหลักเกณฑ์การขาย และสร้างความเข้าใจให้ลูกค้า”

พนักงาน PB 4: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “มีความกล้าที่จะชักชวนลูกค้า เราต้องมีความกล้าที่จะชักชวนเชิญชวน ไม่ว่าเราจะถูกปฏิเสธ เราก็ต้องพัฒนาตนเองเรียนรู้วิธีการขาย ที่เกิดจากข้อผิดพลาดของตนเอง และประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญของตนเอง เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพของตนเองให้ดีขึ้น ”

พนักงาน PB 5: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ การเลือกกลุ่มเป้าหมายที่ถูกต้อง เพื่อให้การนำเสนอ ชักจูงใจลูกค้าได้ ตรงตามความต้องการ เช่น ช่วงอายุแต่ละช่วงมีความต้องการที่แตกต่างกัน จึงต้องเลือกนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ผลิตภัณฑ์แต่ละตัวจะถูกกำหนดให้เหมาะสมกับช่วงวัยต่าง ๆ ซึ่งในแต่ละตัวผลิตภัณฑ์ สามารถตอบสนองต่อความต้องการลูกค้าได้อย่างแน่นอน ”

พนักงาน PB 6: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “การมีความรู้ความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์ จะทำให้เราสามารถนำเสนอขายได้อย่างมีคุณภาพ สร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้า สร้างความไว้วางใจ ให้กับลูกค้า ทำให้ลูกค้า มีความพึงพอใจ และยินดีที่จะซื้อผลิตภัณฑ์”

พนักงาน PB 7: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า จะทำให้สามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้า และทำให้ลูกค้าสนใจที่จะฟังการชี้แจงรายละเอียด



ผลิตภัณฑ์รับฟังการเสนอขาย การที่จะขายให้ประสบความสำเร็จต้องเริ่มจากการรู้จักสถาน
ความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าก่อน”

พนักงาน PB 8: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ ต้องมีการเปิดใจลูกค้า คือเราต้องรู้จักลูกค้าก่อน
เพื่อที่จะทำการนำเสนอผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้อย่าง ถูกต้องและตรงตามความต้องการลูกค้า ”

พนักงาน PB 9: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ ต้องมีทักษะการขายที่ดี มีความรู้ความเข้าใจใน
กระบวนการขาย มีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ มีความใส่ใจต่อความต้องการของลูกค้า”

พนักงาน PB 10: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ ต้องมีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ อุปกรณ์ที่ใช้ในการ
นำเสนอขายสามารถเข้าถึงข้อมูลของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้ง่ายและสะดวก มีเอกสารประกอบการ
ชี้แจงหรือเอกสารเพื่อให้ลูกค้าได้ศึกษาต่อ”

พนักงานธุรกิจ 11: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ทักษะทางการขาย ว่าในการขายเราควรจะมี
ความรู้ในเรื่องของผลิตภัณฑ์ ความสามารถในการ โน้มน้าวใจ สร้างความน่าเชื่อถือด้วยบุคลิกภาพ
ของพนักงานขาย”

พนักงานธุรกิจ 12: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ต้องมีอุปกรณ์ เช่น การออกนอกสถานที่ต้องมี
อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ที่สามารถเข้าถึงข้อมูลผลิตภัณฑ์ ข้อมูลลูกค้านอกสถานที่เพื่ออำนวยความสะดวก
สะดวก ในการชี้แจงข้อมูลกับลูกค้า”

พนักงานธุรกิจ 13: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “มีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ ในการที่จะไปนำเสนอ
ขาย ต้องมีความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์ก่อน ถึงจะนำมาแจ้งรายละเอียดให้ลูกค้าได้ทราบ มี
ความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ให้ความสำคัญในเรื่อง การจดจำชื่อ การทำธุรกรรมต่าง เพื่อให้ลูกค้าเห็นว่า
เราให้ความสำคัญกับลูกค้า ”

พนักงานธุรกิจ 14: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “การฝึกตัวเอง ในด้านการขายอยู่เสมอ พัฒนา
ความสามารถของตนเอง ด้านความรู้ ด้านการพูด เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจในการใช้
บริการ”

พนักงานธุรกิจ 15: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “มีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสามารถในการ
นำเสนอ การเสนอขายให้ดูน่าสนใจ ขายให้ลูกค้าเข้าใจในการนำเสนอ และนำเสนอแบบที่จะตรง
ใจลูกค้า ”

พนักงานธุรกิจ 16: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “มีความชอบในงานขาย จะทำให้เรารู้สึกอยาก
ทำงาน ในเวลาที่เราถูกลูกค้าปฏิเสธขายไม่ได้ เราก็จะมาพัฒนาตนเอง ด้านความรู้ของผลิตภัณฑ์
ทักษะการขาย การสื่อสาร เพื่อที่จะให้ประสบความสำเร็จจากความชอบในงานที่เราทำ ”

พนักงานธุรกิจ 17: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “มีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ มีเอกลักษณ์ในการ
นำเสนอขาย ขายในแบบของเรา ที่ทำให้ลูกค้าประทับใจ พึงพอใจในการขาย ที่ลูกค้าได้รับ”

พนักงานธุรกิจ 18: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “มีการพัฒนาตัวเองอยู่เสมอในการขาย เรื่องความรู้ กระบวนการขาย จุดเด่นที่จะทำให้ลูกค้าสนใจในตัวผลิตภัณฑ์

พนักงานธุรกิจ 19: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ การเข้าใจในความต้องการของลูกค้า ต้องมีการรับฟัง เพื่อที่จะได้นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม ตามความต้องการ ซึ่งเป็นการสื่อสาร ที่เป็นส่วนสำคัญในการสร้างความเข้าใจ ความต้องการที่ตรงกัน ”

พนักงานธุรกิจ 20: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ที่พนักงานขายขายอยู่ต้อง มีความเข้าใจ ศึกษาอย่างละเอียดก่อนนำเสนอ ต้องทำตามจรรยาบรรณอย่างถูกต้องและเหมาะสม มีทักษะการขายที่ดี

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จในการเป็นพนักงานขาย

ความคิดเห็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จในการเป็นพนักงานขาย	
มีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ (พนักงาน PB 1,พนักงาน PB 2, พนักงาน PB 3, พนักงาน PB 5, พนักงาน PB 6, พนักงาน PB 9, พนักงานธุรกิจ11, พนักงานธุรกิจ 13, พนักงานธุรกิจ 14,พนักงานธุรกิจ 15, พนักงานธุรกิจ 16, พนักงานธุรกิจ 17, พนักงานธุรกิจ 18, พนักงานธุรกิจ 20)	มีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ ที่จะนำเสนอขายในการที่จะทำเสนอขายให้กับลูกค้า และนำเสนอขายได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน
ทักษะด้านกระบวนการขาย การสื่อสารกับลูกค้า (พนักงาน PB 1, พนักงานธุรกิจ 16)	มีทักษะด้านกระบวนการขาย การสื่อสารกับลูกค้าต้องสื่อสารให้ลูกค้าเข้าใจถึงตัวผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอ
การนำเสนอผลิตภัณฑ์อย่างถูกต้องและครบถ้วน (พนักงาน PB 2, พนักงานธุรกิจ 20)	ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ต้องนำเสนออย่างถูกต้องและครบถ้วน ตามหลักความเป็นจริงทุกข้อ ไม่เสนอจนเกินความเป็นจริง หรือ ไม่บอกเงื่อนไขบางข้อกับลูกค้า
อุปกรณ์ที่อำนวยความสะดวกในการขาย (พนักงาน PB 2, พนักงานธุรกิจ 12)	อุปกรณ์ที่เป็นตัวช่วยในการ ขายนอกสถานที่ เราจะสามารถเข้าถึงข้อมูลได้สะดวกรวดเร็ว และ โบวัวร์เพื่อให้ลูกค้าได้กลับไปศึกษาต่อ หากมีความสนใจ หรือสนใจแต่ต้องการศึกษาข้อมูลอย่างครบถ้วนก่อน



ตารางที่ 4 (ต่อ)

ความคิดเห็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จในการเป็นพนักงานขาย	
การเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า (พนักงาน PB 5, พนักงาน PB 8, พนักงานธุรกิจ 13, พนักงานธุรกิจ 15, พนักงานธุรกิจ 19)	สามารถเข้าใจความต้องการลูกค้าในแต่ละ กลุ่มแต่ละช่วงวัย

จากตารางที่ 4 วิเคราะห์ด้านความคิดเห็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จในการเป็นพนักงานขายพบว่าผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นต่อปัจจัยความสำเร็จ ด้านการมีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์มีจำนวน 14 คน พนักงานขายต้องมีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ ที่จะนำเสนอขายในการที่จะทำเสนอขายให้กับลูกค้า และต้องตอบคำถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้ และมีในส่วน ทักษะด้านกระบวนการขาย การสื่อสารกับลูกค้า จำนวน 2 คน มีทักษะด้านกระบวนการขาย การสื่อสารกับลูกค้าต้องสื่อสารให้ลูกค้าเข้าใจถึงตัวผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอ และมีในส่วนการนำเสนอผลิตภัณฑ์อย่างถูกต้องและครบถ้วนจำนวน 2 คน ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ต้องนำเสนออย่างถูกต้องและครบถ้วน ตามหลักความเป็นจริงทุกข้อ ไม่เสนอเกินความเป็นจริง หรือไม่บอกเงื่อนไขบางข้อกับลูกค้า และมีในส่วนอุปกรณ์ที่อำนวยความสะดวกในการขาย จำนวน 2 คน อุปกรณ์ที่เป็นตัวช่วยในการขายนอกสถานที่ เราจะสามารถเข้าถึงข้อมูลได้สะดวกรวดเร็ว และ โบวชัวร์เพื่อให้ลูกค้าได้กลับไปศึกษาต่อหากมีความสนใจ หรือสนใจแต่ต้องการศึกษาข้อมูลอย่างครบถ้วนก่อน และมีในส่วนของการเข้าใจในความต้องการของลูกค้า มีจำนวน 2 คน สามารถเข้าใจความต้องการลูกค้าในแต่ละกลุ่มแต่ละช่วงวัย

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารปัจจัยแห่งความสำเร็จในการเป็นพนักงานขาย

พนักงาน PB 1: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ต้องมีการส่งเสริมความรู้ในด้าน ทักษะการขาย ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ เพื่อให้พนักงานสามารถเสนอการขายได้อย่างประสบความสำเร็จ”

พนักงาน PB 2: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ควรมีการส่งเสริมความรู้ของผลิตภัณฑ์ มีทักษะในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าอย่างถูกต้อง เพื่อที่เวลานำเสนอลูกค้าจะตรงวัตถุประสงค์ของลูกค้า”

พนักงาน PB 3: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ต้องมีการจัดเตรียมอุปกรณ์ในการนำเสนอขายแต่ละครั้ง ทั้งในสถานที่และนอกสถานที่จากการขาย ต้องมีเอกสารประกอบการขายเป็นสิ่งสำคัญ ควรจัด

เตรียมพร้อมให้ทันเวลา ก่อนผลิตภัณฑ์จะออกเปิดตัว หรือออกนอกสถานที่ต้องมีเอกสารไปให้ลูกค้าด้วยเพื่อให้ลูกค้าเข้าใจในการนำเสนอมากยิ่งขึ้น”

พนักงาน PB 4: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “มีการส่งเสริมทักษะการขาย การสื่อสาร เพื่อที่จะได้สามารถนำเสนอได้อย่างถูกต้อง การสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญหากสื่อสารดีลูกค้าเข้าใจง่าย ถ้าสื่อสารไม่ดีลูกค้าจะไม่มีสมาธิในการนำเสนอ”

พนักงาน PB 5: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า ต้องมีการส่งเสริมความรู้ด้านการจัดกลุ่มลูกค้า การจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อนำเสนอลูกค้าให้พนักงานเข้าใจว่าผลิตภัณฑ์แต่ละตัวที่ออกมา มีความเหมาะสมกับลูกค้าประเภทผลิตภัณฑ์ แต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์และแต่ละกลุ่มลูกค้าที่แตกต่างกันก็ต้องการผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน พนักงานควรรู้เรื่องการจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อที่จะเสนอขายได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า”

พนักงาน PB 6: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ต้องมีการพัฒนาความรู้ ด้านผลิตภัณฑ์กระบวนการขายต่าง ๆ การติดต่อสื่อสารที่จะสามารถโน้มน้าวใจลูกค้าได้”

พนักงาน PB 7: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ควรมีการส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ทักษะการขาย เพื่อที่จะได้เป็นพนักงานขายที่มีคุณภาพ”

พนักงาน PB 8: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “การส่งเสริมความรู้ด้านผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ รู้จักสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เพื่อที่จะสามารถต่อ ยอดการขายได้เพิ่มขึ้น”

พนักงาน PB 9: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ต้องมีการส่งเสริมความรู้ด้านกระบวนการขาย ถึงขั้นตอนการขาย ต้องขายอย่างไรถึงทำให้เกิดความน่าสนใจ ขายอย่างไรให้ลูกค้าเข้าใจง่าย มองเห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับ”

พนักงาน PB 10: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “มีการจัดทำเอกสารการประกอบการขาย เพื่อที่จะได้นำเสนอได้อย่างถูกต้องครบถ้วน มีการให้ข้อมูลได้ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจากระบบงานพนักงานที่สามารถเข้าไปดูข้อมูลผลิตภัณฑ์ต่างได้”

พนักงานธุรกิจ 11: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ต้องมีการส่งเสริมทักษะด้านการขาย ด้านการโน้มน้าวใจลูกค้า ด้านบุคลิกภาพความน่าเชื่อถือ”

พนักงานธุรกิจ 12: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “จัดระบบออนไลน์ข้อมูลสำหรับพนักงานขาย ที่ออกนอกสถานที่ เพื่อไปติดต่อกับลูกค้านอกสถานที่”

พนักงานธุรกิจ 13: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “มีการส่งเสริมความรู้ด้านการขาย การนำเสนอ ขายให้ลูกค้าเข้าใจในกระบวนการนำเสนอ วิธีการพูด การชี้แจงต่าง ๆ ”

พนักงานธุรกิจ 14: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ควรมีการส่งเสริมความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ สนับสนุนอุปกรณ์ในการอำนวยความสะดวกในการขายสินค้า เช่น สื่อออนไลน์ที่เข้าถึงข้อมูล ผลิตภัณฑ์ของธนาคาร และข้อมูลลูกค้า”

พนักงานธุรกิจ 15: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ การเสริมพนักงานควรมีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ การทักษะขาย การสื่อสารให้กับพนักงาน”

พนักงานธุรกิจ 16: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “มีการส่งเสริมเพิ่มทักษะความรู้ผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ มีการทดสอบวิธีการขายของพนักงานขาย เพื่อนำมาเป็นข้อเสนอแนะในการบวนการขาย”

พนักงานธุรกิจ 17: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “มีการส่งเสริมพัฒนาความรู้ด้านต่าง ๆ ให้พนักงาน ด้านผลิตภัณฑ์ การนำเสนอขายที่ถูกต้อง บุคลิกภาพที่ควรปฏิบัติ”

พนักงานธุรกิจ 18: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “การส่งเสริมให้มีกระบวนการขายที่ถูกต้อง มีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์อย่างครบถ้วน ”

พนักงานธุรกิจ 19: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “มีการส่งเสริมความรู้เรื่องของผลิตภัณฑ์ การแบ่งกลุ่มลูกค้า การสื่อสารของพนักงานขายในการขาย”

พนักงานธุรกิจ 20: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ต้องมีส่งเสริมทักษะความรู้ด้านการขาย ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ เพื่อที่จะสร้างศักยภาพในการขายให้กับพนักงาน”

ตารางที่ 5 วิเคราะห์การบริหารจัดการปัจจัยแห่งความสำเร็จเพื่อสนับสนุนการขายของพนักงาน

**ความคิดเห็นธนาคารควรมีการบริหารจัดการปัจจัยแห่งความสำเร็จ
เพื่อสนับสนุนการขายของพนักงาน**

มีการส่งเสริมความรู้ในด้าน ทักษะการขาย (พนักงาน PB 1, พนักงาน PB 2, พนักงาน PB 4, พนักงาน PB 7, พนักงานธุรกิจ 11, พนักงานธุรกิจ 13, พนักงานธุรกิจ 20)	ต้องมีการส่งเสริมความรู้ในด้าน ทักษะการขาย เพื่อให้พนักงานสามารถเสนอการขายได้อย่าง ประสบความสำเร็จ นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม กับกลุ่มลูกค้าอย่างถูกต้อง เพื่อเวลานำเสนอลูกค้า จะตรงกับวัตถุประสงค์ของลูกค้า
ต้องมีการส่งเสริมความรู้ในด้านผลิตภัณฑ์ (พนักงาน PB 1, พนักงาน PB 2, พนักงาน PB 6, พนักงาน PB 7, พนักงาน PB 8, พนักงานธุรกิจ 14, พนักงานธุรกิจ 15, พนักงานธุรกิจ 16,พนักงาน ธุรกิจ 17, พนักงานธุรกิจ 18, พนักงานธุรกิจ 19, พนักงานธุรกิจ 20)	ต้องมีการส่งเสริมความรู้ในด้านผลิตภัณฑ์ เพื่อที่จะ สามารถนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม ถูกต้อง ครบถ้วน



2688252301

ตารางที่ 5 (ต่อ)

ความคิดเห็นธนาคารควรมีการบริหารจัดการปัจจัยแห่งความสำเร็จ เพื่อสนับสนุนการขายของพนักงาน	
ต้องมีการจัดเตรียมอุปกรณ์ในการนำเสนอขาย (พนักงาน PB 3, พนักงาน PB 10, พนักงาน ธุรกิจ 14, พนักงานธุรกิจ 12)	ต้องมีอุปกรณ์การเข้าถึงข้อมูลลูกค้า หากอยู่นอกสถานที่ต้องมีการใช้ข้อมูลต่าง ๆ สนับสนุนอุปกรณ์ในการอำนวยความสะดวกในการขาย เช่น สื่อออนไลน์ที่เข้าถึงข้อมูล ผลิตภัณฑ์ของธนาคาร และข้อมูลลูกค้า
มีการส่งเสริมทักษะการสื่อสาร (พนักงาน PB 4, พนักงาน PB 6, พนักงานธุรกิจ 15, พนักงานธุรกิจ 19)	มีการส่งเสริมทักษะการสื่อสารเพื่อที่จะได้ สามารถนำเสนอได้อย่างถูกต้อง การสื่อสารเป็น สิ่งสำคัญหากสื่อสารดีลูกค้าเข้าใจง่าย ถ้าสื่อสารไม่ดีลูกค้าจะไม่มีใจเข้ามา ในการนำเสนอ, การส่งเสริมทักษะการสื่อสาร พนักงานสามารถโน้มน้าวใจลูกค้าได้
สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (พนักงาน PB 8)	สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เพื่อที่จะ สามารถต่อ ยอดการขายได้เพิ่มขึ้น

จากตารางที่ 5 วิเคราะห์ด้านความคิดเห็นปัจจัยแห่งความสำเร็จในการเป็นพนักงานขาย
 ธนาคารควรมีการบริหารจัดการปัจจัยเหล่านั้นอย่างไร เพื่อสนับสนุนการขายของพนักงาน พบว่า
 ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นด้านมีการส่งเสริมความรู้ในด้านทักษะการขาย จำนวน 11 คน
 ต้องมีการส่งเสริมความรู้ในด้าน ทักษะการขายเพื่อให้พนักงานสามารถเสนอการขายได้
 อย่างประสบความสำเร็จ นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าอย่างถูกต้อง เพื่อเวลานำเสนอ
 ลูกค้าจะตรงวัตถุประสงค์ของลูกค้า และมีในส่วนของ การส่งเสริมความรู้ในด้านผลิตภัณฑ์
 จำนวน 12 คน ต้องมีการส่งเสริมความรู้ในด้านผลิตภัณฑ์ เพื่อที่จะสามารถนำเสนอขาย
 ผลิตภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสมถูกต้อง ครบถ้วน และในส่วนของ การจัดเตรียมอุปกรณ์ในการนำเสนอ
 ขาย จำนวน 4 คน ต้องมีอุปกรณ์การเข้าถึงข้อมูลลูกค้าหากอยู่นอกสถานที่ต้องมีการใช้ข้อมูลต่าง ๆ
 สนับสนุนอุปกรณ์ในการอำนวยความสะดวกในการขาย เช่น สื่อออนไลน์ที่เข้าถึงข้อมูลผลิตภัณฑ์
 ของธนาคาร และข้อมูลลูกค้า และในส่วนของ การส่งเสริมทักษะการสื่อสาร จำนวน 4 คน
 มีการส่งเสริมทักษะการสื่อสารเพื่อที่จะได้สามารถนำเสนอได้อย่างถูกต้อง การสื่อสาร

เป็นสิ่งสำคัญหากสื่อสารดีลูกค้าเข้าใจง่าย ถ้าสื่อสารไม่ดีลูกค้าจะไม่มี ความเข้าใจในการนำเสนอ การส่งเสริมทักษะการสื่อสารพนักงานสามารถโน้มน้าวใจลูกค้าได้ และมีใน ส่วนของการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า จำนวน 1 คน สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เพื่อที่จะสามารถต่อยอด การขายได้เพิ่มขึ้น

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จในการเป็น พนักงานขายและข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงพัฒนาการปฏิบัติงาน

พนักงาน PB 1: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “การขาดความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ ที่นำเสนอ ทำให้การนำเสนอไม่มีความน่าเชื่อถือเป็นผลเสียในการเสนอขาย”

พนักงาน PB 2: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ด้านความรู้ ความเข้าใจ ในตัวผลิตภัณฑ์ที่ขาย ถ้าไม่มีความรู้ที่ครบถ้วนก็จะทำให้ การนำเสนอไม่ประสบผลสำเร็จ”

พนักงาน PB 3: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “อุปกรณ์สนับสนุนการขายไม่มี ทำให้การนำเสนอ ไม่มีความพร้อม ถ้าลูกค้าขอกลับไปดูรายละเอียดต่อควรมีเอกสารส่งมอบให้ลูกค้า หากลูกค้า ต้องการข้อมูลเพิ่มเติมนอกเหนือที่เราเตรียมมา เราจะได้สามารถสืบค้นจากอุปกรณ์ที่สามารถ ดึงข้อมูลภายในมาดูได้ เพื่อตอบคำถามลูกค้า”

พนักงาน PB 4: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “การขาดความกล้าที่จะนำเสนอขาย ส่งผล ให้ขาดความน่าเชื่อถือในการนำเสนอขายให้กับลูกค้า ต้องมีการเรียนรู้ในการเสนอการขาย เพื่อให้ดูมีความน่าเชื่อถือในการนำเสนอ”

พนักงาน PB 5: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ไม่เข้าใจกลุ่มลูกค้า ว่าแต่ละกลุ่มต้องการผลิตภัณฑ์ แบบไหน ทำให้การขายไม่ประสบความสำเร็จ ขาดความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ ที่จะนำเสนอแก่ลูกค้า”

พนักงาน PB 6: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ขาดความรู้ด้านการนำเสนอขาย ความรู้ของ ผลิตภัณฑ์ ทำให้การให้บริการดูไม่มีคุณภาพ ลูกค้าไม่สนใจจะใช้บริการ”

พนักงาน PB 7: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เวลาลูกค้ามาต้องทำความ รู้จักเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ถามชื่อจดจำชื่อลูกค้า หรือรายการที่มาทำธุรกรรมบ่อย ๆ เพื่อรู้จักตัวตน และความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า และสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้ามากยิ่งขึ้น”

พนักงาน PB 8: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ไม่ตรงตามความต้องการของ ลูกค้า เพราะเราไม่รู้จักลูกค้า ขาดความเข้าใจในการนำเสนอขาย”

พนักงาน PB 9: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ขาดความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ ทำให้การนำเสนอ ผลิตภัณฑ์ดู ไม่มีความน่าเชื่อถือ และนำเสนอผลิตภัณฑ์ไม่ตรงกลุ่มลูกค้า”

พนักงาน PB 10: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ขาดความรู้ ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ ขาดอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการชี้แจงข้อมูลกับลูกค้า”

พนักงานธุรกิจ 11: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “พนักงานมีความรู้ไม่เพียงพอในผลิตภัณฑ์ ขาดทักษะในการ โน้มน้าวใจลูกค้า”

พนักงานธุรกิจ 12: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ไม่เข้าใจในผลิตภัณฑ์ ไม่มีอุปกรณ์ช่วยในการสื่อสารให้ลูกค้าเข้าใจในขณะชี้แจงผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ให้ลูกค้า”

พนักงานธุรกิจ 13 ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ขาดความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ ขาดความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า เช่น การไม่จดจำชื่อลูกค้า ทำให้ลูกค้ารู้สึกไม่พึงพอใจในการบริการ”

พนักงานธุรกิจ 14: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ขาดการฝึกทักษะด้านการขาย ด้านความรู้ด้านการสื่อสาร ในการเสนอขายผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า”

พนักงานธุรกิจ 15: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ขาดทักษะด้านการขาย การนำเสนอที่น่าสนใจ สามารถโน้มน้าวให้ลูกค้าสนใจในผลิตภัณฑ์ที่ตนเองเสนอ”

พนักงานธุรกิจ 16: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ไม่มีประสบการณ์ด้านการขาย ความรู้ในตัวผลิตภัณฑ์น้อย ขาดการฝึกด้านการเสนอขาย”

พนักงานธุรกิจ 17: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ความรู้ในตัวผลิตภัณฑ์ไม่มีความเข้าใจ ขาดเอกลักษณ์ในการขาย การพูดการสื่อสารที่จะเสนอต่อลูกค้า”

พนักงานธุรกิจ 18: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ขาดการพัฒนาตนเอง ไม่สนใจศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่ออกมา นำเสนอแต่ผลิตภัณฑ์เก่า ๆ ไม่อัปเดตข้อมูลข่าวสาร ขาดความรู้ด้านผลิตภัณฑ์”

พนักงานธุรกิจ 19: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ไม่เข้าใจความต้องการของลูกค้า ต้องมีการสัมภาษณ์ถึงความต้องการลูกค้า และแนะนำผลิตภัณฑ์ในแบบที่ลูกค้าอยากได้ ไม่นำเสนอแต่ผลิตภัณฑ์ที่ตนเองต้องการขายเท่านั้น”

พนักงานธุรกิจ 20: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “พนักงานไม่ทบทวน ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ ขายผลิตภัณฑ์แบบไม่เหมาะสม”



ตารางที่ 6 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จในการเป็นพนักงานขาย
และข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงพัฒนาการปฏิบัติงาน

ความคิดเห็น ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จในการเป็นพนักงานขาย	
การขาดความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ (พนักงาน PB 1, พนักงาน PB 2, พนักงาน PB 5, พนักงาน PB 6, พนักงาน PB 8, พนักงาน PB 9, พนักงาน PB 10, พนักงานธุรกิจ 12, พนักงานธุรกิจ 13, พนักงานธุรกิจ 14, พนักงานธุรกิจ 15, พนักงานธุรกิจ 16, พนักงานธุรกิจ 17, พนักงานธุรกิจ 18, พนักงานธุรกิจ 20)	การขาดความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ ที่นำเสนอ ทำให้การนำเสนอไม่มีความน่าเชื่อถือเป็นผลเสียในการเสนอขาย ขาดความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ ทำให้การนำเสนอผลิตภัณฑ์ดูไม่มีความน่าเชื่อถือ และนำเสนอผลิตภัณฑ์ไม่ตรงกลุ่มลูกค้า ขาดการพัฒนาตนเอง ไม่สนใจศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ออกมา นำเสนอแต่ผลิตภัณฑ์เก่า ๆ ไม่อัปเดตข้อมูลข่าวสาร ขาดความรู้ด้านผลิตภัณฑ์
อุปกรณ์สนับสนุนการขายไม่มี (พนักงาน PB 3, พนักงาน PB 10)	อุปกรณ์สนับสนุนการขายไม่มี ทำให้การนำเสนอไม่มีความพร้อม ถ้าลูกค้าขอกลับไปศึกษาต่อควรมีเอกสารส่งมอบให้ลูกค้า หากลูกค้าต้องการข้อมูลเพิ่มเติมนอกเหนือที่พนักงานเตรียมมา พนักงานจะไม่สามารถสืบค้นจากอุปกรณ์ที่สามารถดึงข้อมูลภายในมาดูได้ เพื่อตอบคำถามลูกค้า
การขาดความกล้าที่จะนำเสนอขาย (พนักงาน PB 4)	การขาดความกล้าที่จะนำเสนอขาย ส่งผลให้ขาดความน่าเชื่อถือในการนำเสนอขายให้กับลูกค้า ต้องมีการเรียนรู้ในการเสนอการขาย เพื่อให้มีความน่าเชื่อถือในการนำเสนอ
ไม่เข้าใจกลุ่มลูกค้า (พนักงาน PB 5, พนักงาน PB 8, พนักงาน PB 9, พนักงานธุรกิจ 19)	ไม่เข้าใจกลุ่มลูกค้า ว่าแต่ละกลุ่มต้องการผลิตภัณฑ์แบบไหน ทำให้การขายไม่ประสบความสำเร็จ นำเสนอผลิตภัณฑ์ไม่ตรงกลุ่มลูกค้า ไม่เข้าใจความต้องการของลูกค้า ต้องมีการสัมภาษณ์ถึงความต้องการลูกค้า และแนะนำผลิตภัณฑ์ในแบบที่ลูกค้าอยากได้ ไม่นำเสนอแต่ผลิตภัณฑ์ที่ตนเองต้องการขายเท่านั้น



2638252301

BUTU :Thesis 59710077 independent study / revv: 04012562 17:35:42 / seq: 95

ตารางที่ 6 (ต่อ)

ความคิดเห็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จในการเป็นพนักงานขาย	
ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (พนักงาน PB 7, พนักงานธุรกิจ 13)	ไม่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เวลาลูกค้ามาต้องทำความรู้จัก เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ถามชื่อจดจำ ชื่อลูกค้า หรือรายการที่มาทำธุรกรรมบ่อย ๆ เพื่อรู้จักตัวตน และความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า และสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้ามากยิ่งขึ้น
ขาดเอกลักษณ์ในการขาย (พนักงานธุรกิจ 17)	ขาดเอกลักษณ์ในการขาย การพูดการสื่อสารที่จะเสนอต่อลูกค้า
ขาดการฝึกทักษะด้านการขาย (พนักงานธุรกิจ 14, พนักงานธุรกิจ 15, พนักงานธุรกิจ 16)	ขาดการฝึกทักษะด้านการขาย การสื่อสาร ในการเสนอขายผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า สามารถโน้มน้าว ให้ลูกค้าสนใจในผลิตภัณฑ์ที่ตนเองเสนอ

จากตารางที่ 6 วิเคราะห์ด้านความคิดเห็นข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จในการเป็นพนักงานขายและข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงพัฒนาการปฏิบัติงาน พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นด้านการขาดความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ จำนวน 14 คน การขาดความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ ที่นำเสนอ ทำให้การนำเสนอไม่มีความน่าเชื่อถือ เป็นผลเสียในการเสนอขาย ขาดความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ ทำให้การนำเสนอผลิตภัณฑ์ดูไม่มีความน่าเชื่อถือ และนำเสนอผลิตภัณฑ์ไม่ตรงกลุ่มลูกค้า ขาดการพัฒนาตนเอง ไม่สนใจศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ออกมา นำเสนอแต่ผลิตภัณฑ์เก่า ๆ ไม่อัปเดตข้อมูลข่าวสาร ขาดความรู้ด้านผลิตภัณฑ์และในส่วนของอุปกรณ์สนับสนุนการขายไม่มี มีจำนวน 2 คนอุปกรณ์สนับสนุนการขายไม่มี ทำให้การนำเสนอไม่มีความพร้อม ถ้าลูกค้าขอกลับไปศึกษาต่อควรมีเอกสารส่งมอบให้ลูกค้า หากลูกค้าต้องการข้อมูลเพิ่มเติมนอกเหนือที่พนักงานเตรียมมา พนักงานจะยังสามารถสืบค้นจากอุปกรณ์ที่สามารถดึงข้อมูลภายในมาได้ เพื่อตอบคำถามลูกค้า และในส่วนของ การขาดความกล้าที่จะนำเสนอขาย จำนวน 1 คนการขาดความกล้าที่จะนำเสนอขาย ส่งผลให้ ขาดความน่าเชื่อถือในการนำเสนอขายให้กับลูกค้า ต้องมีการเรียนรู้ในการเสนอการขาย เพื่อให้มีความน่าเชื่อถือในการนำเสนอ และในส่วนของ การไม่เข้าใจกลุ่มลูกค้า จำนวน 4 คน ไม่เข้าใจกลุ่มลูกค้ากับความต้องการผลิตภัณฑ์ ทำให้การขายไม่ประสบความสำเร็จ นำเสนอผลิตภัณฑ์ไม่ตรงกลุ่มลูกค้า ไม่เข้าใจความต้องการของลูกค้า ต้องมีการสัมภาษณ์ถึงความต้องการลูกค้า และแนะนำผลิตภัณฑ์ในแบบที่ลูกค้าอยากได้ ไม่นำเสนอแต่ผลิตภัณฑ์ที่ตนเองต้องการขาย

เท่านั้น และในส่วนไม่มีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี จำนวน 2 คน เวลาลูกค้ามาต้องทำความรู้จักเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ถามชื่อจดจำชื่อลูกค้า หรือรายการที่มาทำธุรกรรมบ่อย ๆ เพื่อรู้จักตัวตนและความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า และสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้ามากยิ่งขึ้นและในส่วนของเอกลักษณ์ในการขาย จำนวน 1 คน ขาดเอกลักษณ์ในการขาย การพูดการสื่อสารที่จะเสนอต่อลูกค้า และในส่วนขาดการฝึกทักษะด้านการขาย จำนวน 3 คนขาดการฝึกทักษะด้านการขาย การสื่อสารในการเสนอขายผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า สามารถโน้มน้าว ให้ลูกค้าสนใจในผลิตภัณฑ์ที่ตนเองเสนอ

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จที่จะส่งผลให้ PB กับ พนักงานธุรกิจทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ

พนักงาน PB 1: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ต้องมีความสามัคคีกัน มีการส่งต่อผลงานให้กัน มีการติดต่อสื่อสารกันตลอดเวลา เพื่อการทำงานที่เป็นทีม”

พนักงาน PB 2: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ต้องมีการวางแผนการทำงานร่วมกัน ต้องมีการส่งต่อลูกค้าเพื่อให้ดูแลร่วมกัน ต้องทำงานเป็นทีมกับสาขา”

พนักงาน PB 3: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “มีความสามัคคี ในการทำงาน ต้องมีการติดต่อสื่อสารกันอยู่เสมอ เพื่อการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ”

พนักงาน PB 4: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “การทำงานเป็นทีม ร่วมมือกันระหว่างพนักงานธุรกิจกับพนักงาน PB มีการติดต่อสื่อสารเพื่อการทำงานที่มีประสิทธิภาพ”

พนักงาน PB 5: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ต้องมีการสามัคคีในการทำงานร่วมกันมีการติดต่อสื่อสารกันอยู่เสมอ ในเรื่องการดูแลลูกค้า”

พนักงาน PB 6: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ต้องมีการให้ความร่วมมือกันทั้งสองฝ่าย ในการทำงานต้องให้ความร่วมมือกัน ต้องติดต่อสื่อสารกันเพื่อจะดูแลลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ”

พนักงาน PB 7: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “มีความสามัคคีในการทำงาน ต้องติดต่อสื่อสารกัน อย่างสม่ำเสมอ เพื่อส่งต่อลูกค้าให้ดูแลในส่วนต่าง ๆ ”

พนักงาน PB 8: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ต้องส่งต่อลูกค้าให้กัน ต้องมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันในการทำงานร่วมกัน”

พนักงาน PB 9: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ต้องมีความสามัคคีในการทำงานร่วมกัน เพื่อให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ”

พนักงาน PB 10: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ต้องมีการทำงานเป็นทีม ในการบริการลูกค้า อย่างมีประสิทธิภาพ ต้องติดต่อสื่อสารกันเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันและเพื่อการทำงาน

ที่มีประสิทธิภาพในการบริการลูกค้า”

พนักงานธุรกิจ 11: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ ต้องมีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน เพื่อที่จะทำงานร่วมกันอย่างสมบูรณ์แบบ ในด้านการบริการลูกค้าต้องมีการพึ่งพาอาศัยกัน”

พนักงานธุรกิจ 12: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ต้องมีการติดต่อสื่อสารกัน ต้องมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ต้องมีการทำงานร่วมกันเป็นทีมเพื่อที่จะร่วมมือกันดูแลลูกค้า”

พนักงานธุรกิจ 13: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ต้องมีความสามัคคีต่อกัน เพื่อที่จะร่วมมือกันบริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ”

พนักงานธุรกิจ 14: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ต้องรู้จักติดต่อสื่อสารระหว่างกันเพื่อร่วมมือกันบริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ”

พนักงานธุรกิจ 15: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ต้องรู้จักกันติดต่อสื่อสารกัน เพราะในการทำงานต้องมีการพึ่งพาอาศัยกันในการทำงานต้องมีการติดต่อสื่อสาร และการทำงานร่วมกันอย่างมีระบบ”

พนักงานธุรกิจ 16: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “รู้จักการส่งต่อลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าสามารถติดต่อใช้บริการได้ในหลายช่องทาง หรือตามความต้องการลูกค้า”

พนักงานธุรกิจ 17: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ ต้องมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน รู้จักการทำงานร่วมกัน การติดต่อสื่อสารกันอยู่เสมอ”

พนักงานธุรกิจ 18: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ต้องมีการติดต่อสื่อสารกันตลอดเพื่อให้สาขาได้รับทราบเกี่ยวกับผลงานหรืองานที่ได้มาแจ้งให้ทราบ การส่งลูกค้าให้กัน”

พนักงานธุรกิจ 19: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ต้องทำงานเป็นทีมเพื่อร่วมมือกันบริการลูกค้าในการทำงานอย่างมีระบบ ต้องมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน”

พนักงานธุรกิจ 20: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ต้องมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันเพราะต้องทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ ในทุก ๆ ส่วน ผลงานที่ทำเพียงคนเดียวไม่ได้ผลงาน พนักงานPBต้องส่งต่อผลงานให้สาขา และพนักงานธุรกิจต้องส่งต่อให้พนักงาน PB ผลงานถึงจะเป็นของสาขา จะไม่มีการแย่งผลงานกัน”



ตารางที่ 7 วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยแห่งความสำเร็จที่จะส่งผลให้ PB กับพนักงานธุรกิจทำงานร่วมกัน
อย่างมีประสิทธิภาพ

ความคิดเห็นปัจจัยแห่งความสำเร็จที่จะส่งผลให้ PB กับพนักงานธุรกิจ ทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ	
<p>ความสามัคคี (พนักงาน PB 1, พนักงาน PB 5, พนักงาน PB 7, พนักงาน PB 9) มีการติดต่อสื่อสารกันตลอดเวลา (พนักงาน PB 1,พนักงาน PB 3, พนักงาน PB 4, พนักงาน PB 5, พนักงาน PB 7, พนักงาน PB 10, พนักงานธุรกิจ 12, พนักงานธุรกิจ 14, พนักงานธุรกิจ 15, พนักงานธุรกิจ 17, พนักงานธุรกิจ 18)</p>	<p>ความสามัคคี ในการทำงาน ต้องมีการติดต่อสื่อสารกัน อยู่เสมอเพื่อการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ ต้องมีการติดต่อสื่อสารกันตลอดเพื่อให้สาขาได้รับทราบ เกี่ยวกับผลงานหรืองานที่ได้มาแจ้งให้ทราบ การส่งลูกค้า ให้กัน ต้องรู้จักติดต่อสื่อสารระหว่างกันเพื่อ ร่วมมือกัน บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p>
<p>การทำงานเป็นทีม (พนักงาน PB 1, พนักงาน PB 3, พนักงาน PB 4, พนักงาน PB 10, พนักงานธุรกิจ 19)</p>	<p>ต้องทำงานเป็นทีมเพื่อร่วมมือกันบริการลูกค้า ในการทำงานอย่างมีระบบ ต้องมีความสัมพันธ์ ที่ดีต่อกัน การทำงานเป็นทีม ร่วมมือกันระหว่างพนักงาน ธุรกิจ กับพนักงาน PB มีการติดต่อสื่อสารเพื่อการทำงาน ที่มีประสิทธิภาพ</p>
<p>ต้องมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน (พนักงาน PB 8, พนักงาน PB 10, พนักงานธุรกิจ 12, พนักงานธุรกิจ 17, พนักงานธุรกิจ 19, พนักงานธุรกิจ 20)</p>	<p>ต้องมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันเพราะต้องทำงานร่วมกัน อย่างเป็นระบบ ในทุก ๆ ส่วน ผลงานที่เพียงคนเดียว จะไม่ได้ผลงาน พนักงานPB ต้องส่งต่อผลงานให้สาขา และพนักงานธุรกิจต้องส่งต่อให้พนักงานPB ผลงาน ถึงจะเป็นของสาขา จะไม่มีการแย่งผลงานกัน ต้องมีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน เพื่อที่จะทำงาน ร่วมกันอย่างสมบูรณ์แบบ ในด้านการบริการลูกค้า ต้องมีการฟังพวาอาศัยกัน</p>
<p>ส่งต่อลูกค้าระหว่างพนักงาน PB และ พนักงานธุรกิจ (พนักงาน PB 7, พนักงาน PB 8, พนักงานธุรกิจ 16)</p>	<p>การส่งต่อลูกค้าระหว่างพนักงานPBและพนักงานธุรกิจ เพื่อให้ลูกค้าสามารถติดต่อ ใช้บริการได้ ในหลายช่องทาง หรือตามความต้องการลูกค้า</p>

จากตารางที่ 7 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จที่จะส่งผลให้ PB กับพนักงานธุรกิจทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพพบว่าผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นเรื่องความสามัคคี จำนวน 4 คน ความสามัคคี ในการทำงาน ต้องมีการติดต่อสื่อสารกันอยู่เสมอเพื่อการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ และในส่วนของมีการติดต่อสื่อสารกันตลอดเวลา จำนวน 11 คน ต้องมีการติดต่อสื่อสารกันตลอดเพื่อให้สาขาได้รับทราบ เกี่ยวกับผลงานหรืองานที่ได้มาแจกแจงให้ทราบ การส่งลูกค้ำให้กัน,ต้องรู้จักติดต่อสื่อสารระหว่างกัน เพื่อร่วมมือกันบริการลูกค้ำ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และในส่วนของการทำงานเป็นทีม จำนวน 5 คน ต้องทำงานเป็นทีมเพื่อร่วมมือกันบริการลูกค้ำ ในการทำงานอย่างมีระบบ ต้องมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันการทำงานเป็นทีม ร่วมมือกันระหว่างพนักงานธุรกิจกับพนักงานPB มีการติดต่อสื่อสารเพื่อการทำงานที่มีประสิทธิภาพ และในส่วนของ การมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน จำนวน 6 คน ต้องมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันเพราะต้องทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ ในทุก ๆ ส่วน ผลงานที่คนใดคนหนึ่งทำจะไม่ได้ผลงาน พนักงานPB ต้องส่งต่อผลงานให้สาขา และพนักงานธุรกิจต้องส่งต่อให้พนักงาน PB ผลงานถึงจะเป็นของสาขา จะไม่มีการแย่งผลงานกัน ต้องมีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน เพื่อที่จะทำงานร่วมกันอย่างสมบูรณ์แบบ ในด้านการบริการลูกค้ำ ต้องมีการพึงพาอาศัยกัน และในส่วนของ การส่งต่อลูกค้ำระหว่างพนักงาน PB และพนักงานธุรกิจ จำนวน 3 คน ส่งต่อลูกค้ำระหว่างพนักงาน PBและพนักงานธุรกิจเพื่อให้ลูกค้ำสามารถติดต่อใช้บริการได้ ในหลายช่องทาง หรือตามความต้องการลูกค้ำ

ส่วนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการพัฒนาบุคลากรเพื่อการประสบความสำเร็จของพนักงานขาย

พนักงาน PB 1: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ฝึกอบรมและพัฒนาด้านความรู้ การสื่อสาร การโน้มน้าวใจลูกค้ำ กระบวนการขาย การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับพนักงาน”

พนักงาน PB 2: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ฝึกอบรมด้านทักษะการขาย ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ การสื่อสาร เพื่อที่จะสามารถสื่อสารกับพนักงานได้”

พนักงาน PB 3: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ฝึกความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ ฝึกอบรมด้านทักษะการขาย การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้ำ ให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันทำให้ลูกค้ำไว้วางใจให้พนักงานได้มีโอกาสได้เข้าไปดูแลเรื่องผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ให้เหมาะสมตามความต้องการของลูกค้ำ”

พนักงาน PB 4: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ ฝึกอบรมด้านทักษะการขาย การนำเสนอที่ดึงดูดความสนใจลูกค้ำ”

พนักงาน PB 5: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ ผักอบรมด้านทักษะการขาย เพื่อที่จะสามารถเป็นพนักงานขายที่มีศักยภาพ”

พนักงาน PB 6: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ ผักอบรมด้านทักษะการขาย การสื่อสารกับลูกค้าให้ได้รับการตอบรับ ให้ประสบความสำเร็จ”

พนักงาน PB 7: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ ผักอบรมด้านทักษะการขาย กระบวนการขายที่ถูกต้อง และครบถ้วนเพื่อการเสนอขายที่มีประสิทธิภาพ”

พนักงาน PB 8: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านทักษะการขาย การสื่อสารที่สามารถโน้มน้าวใจลูกค้าได้ในการเสนอขาย”

พนักงาน PB 9: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านทักษะการขาย บุคลิกภาพ ในการเป็นพนักงานขาย”

พนักงาน PB 10: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ การสื่อสาร ให้ชัดเจนเข้าใจ ง่ายทำให้ลูกค้าพึงพอใจในการเสนอขาย”

พนักงานธุรกิจ 11: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “จัดการอบรมเกี่ยวกับทักษะการขายเพื่อเมื่อทักษะในการขายให้พนักงาน การโน้มน้าวใจลูกค้า บุคลิกภาพความน่าเชื่อถือการเป็นพนักงานขาย ต้องมีความน่าเชื่อถือ โดยบุคลิกภาพเป็นปัจจัยหลักที่ลูกค้าจะนำมาตัดสินใจว่าพนักงานมีความน่าเชื่อถือ”

พนักงานธุรกิจ 12: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “จัดระบบออนไลน์ข้อมูลสำหรับพนักงานขาย ที่ออกนอกสถานที่ เพื่อไปติดต่อกับลูกค้านอกสถานที่”

พนักงานธุรกิจ 13: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “จัดอบรม ด้านการขาย นำเสนอขายให้ลูกค้าเข้าใจ ในกระบวนการนำเสนอ วิธีการพูด การชี้แจงต่าง ๆ ”

พนักงานธุรกิจ 14: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “จัดการฝึกอบรมด้านความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ เพื่อที่จะให้พนักงานมีความรู้ที่จะไปคุยกับลูกค้าได้เวลาลูกค้าตอบคำถามลูกค้าได้”

พนักงานธุรกิจ 15: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ จัดอบรมด้านความรู้ให้พนักงาน การขาย การสื่อสารให้กับพนักงาน”

พนักงานธุรกิจ 16: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “จัดอบรมเพิ่มทักษะความรู้ผลิตภัณฑ์ เพื่อที่จะให้พนักงานมีความรู้ในเรื่องผลิตภัณฑ์ที่จะขายอย่างครบถ้วน”

พนักงานธุรกิจ 17: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ฝึกอบรมพัฒนาความรู้ด้านต่าง ๆ ให้พนักงาน ด้านผลิตภัณฑ์ การนำเสนอขายที่ถูกต้อง ”

พนักงานธุรกิจ 18: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “จัดอบรมเรื่องทักษะการขาย การเสนอจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ เพื่อดึงความต้องการลูกค้า”

พนักงานธุรกิจ 19: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “จัดอบรมเรื่องของผลิตภัณฑ์ความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์กับกลุ่มลูกค้าเพื่อให้พนักงานนำเสนอให้เหมาะกับกลุ่มลูกค้า และการสื่อสารของพนักงานขาย เพื่อให้ประสบความสำเร็จในการเสนอขาย พนักงานทุกคนต้องมีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์อย่างครบถ้วน เพื่อที่จะไปนำเสนอลูกค้าได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน

พนักงานธุรกิจ 20: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ ฝึกอบรมด้านทักษะการขาย การสื่อสารกับลูกค้าเพื่อให้ประสบความสำเร็จ เพื่อให้พนักงานมีทักษะที่จะไปนำเสนอขาย มีขั้นตอนการนำเสนอที่ถูกต้อง

ตารางที่ 8 วิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบการพัฒนาศักยภาพเพื่อการประสบความสำเร็จของพนักงานขาย

ความคิดเห็นรูปแบบการพัฒนาศักยภาพเพื่อการประสบความสำเร็จของพนักงานขาย	
การอบรมให้ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ (พนักงาน PB 1, พนักงาน PB 2, พนักงาน PB 3, พนักงาน PB 4, พนักงาน PB 5, พนักงาน PB 6, พนักงาน PB 7, พนักงาน PB 8, พนักงาน PB 9, พนักงาน PB 10, พนักงานธุรกิจ 14, พนักงานธุรกิจ 15, พนักงานธุรกิจ 16, พนักงานธุรกิจ 17, พนักงานธุรกิจ 19, พนักงานธุรกิจ 20)	ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ประสบความสำเร็จในการเสนอขาย พนักงานทุกคนต้องมีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์อย่างครบถ้วน เพื่อที่จะไปนำเสนอลูกค้าได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน
การอบรมด้านทักษะการขาย (พนักงาน PB 2, พนักงาน PB 3, พนักงาน PB 4, พนักงาน PB 5, พนักงาน PB 6, พนักงาน PB 7, พนักงาน PB 8, พนักงาน PB 9, พนักงานธุรกิจ 11, พนักงานธุรกิจ 16, พนักงานธุรกิจ 20)	ฝึกอบรมด้านทักษะการขาย เพื่อให้พนักงานมีทักษะที่จะไปนำเสนอขาย มีขั้นตอนการนำเสนอที่ถูกต้องและครบถ้วน
การอบรมด้านทักษะการสื่อสาร (พนักงาน PB 1, พนักงาน PB 2, พนักงาน PB 6, พนักงาน PB 8, พนักงานธุรกิจ 19, พนักงานธุรกิจ 20)	ฝึกอบรมด้านทักษะการสื่อสารเพื่อให้พนักงานสามารถสื่อให้ลูกค้าเข้าใจในผลิตภัณฑ์ได้

ตารางที่ 8 (ต่อ)

ความคิดเห็นรูปแบบการพัฒนาบุคลากรเพื่อการประสบความสำเร็จของพนักงานขาย	
การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (พนักงาน PB 1, พนักงาน PB 2, พนักงาน PB 3)	การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ให้เกิด ความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันทำให้ลูกค้าไว้วางใจ ให้พนักงานได้มีโอกาสดำเนินไปดูแล เรื่องผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ให้เหมาะสม ตามความต้องการของลูกค้า
บุคลิกภาพในการเป็นพนักงานขาย (พนักงานธุรกิจ 11)	การเป็นพนักงานขายต้องมีความน่าเชื่อถือ โดยบุคลิกภาพเป็นปัจจัยหลักที่ลูกค้าจะนำมา ตัดสินใจ

จากตารางที่ 8 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการพัฒนาบุคลากรเพื่อการประสบความสำเร็จของพนักงานขายพบว่าผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็น การฝึกอบรมด้านความรู้ผลิตภัณฑ์ จำนวน 16 คน ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ประสบความสำเร็จในการเสนอขาย พนักงานทุกคน ต้องมีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์อย่างครบถ้วน เพื่อที่จะไปนำเสนอลูกค้าได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน และส่วนของฝึกอบรมด้านทักษะการขาย จำนวน 11 คน ฝึกอบรมด้านทักษะการขาย เพื่อให้พนักงานมีทักษะที่จะไปนำเสนอขาย มีขั้นตอนการนำเสนอไม่ต้องกังวลเรื่องการนำเสนอ และในส่วนของฝึกอบรมด้านทักษะการสื่อสารจำนวน 6 คน ฝึกอบรมด้านทักษะการสื่อสาร เพื่อให้พนักงานสามารถสื่อให้ลูกค้าเข้าใจในผลิตภัณฑ์ได้ และในส่วนของสร้างสัมพันธ์กับลูกค้า จำนวน 3 คน การสร้างสัมพันธ์กับลูกค้า ให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันทำให้ลูกค้าไว้วางใจให้พนักงานได้มีโอกาสดำเนินไปดูแลเรื่องผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ให้เหมาะสมตามความต้องการของลูกค้า และในส่วนของบุคลิกภาพในการเป็นพนักงานขาย จำนวน 1 คน การเป็นพนักงานขายต้องมีความน่าเชื่อถือ โดยบุคลิกภาพเป็นปัจจัยหลักที่ลูกค้าจะนำมาตัดสินใจว่าพนักงานมีความน่าเชื่อถือ

ส่วนที่ 7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและเกณฑ์การประเมินความสำเร็จของพนักงานขาย

พนักงาน PB 1: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ใช้คะแนนจากการขายผลิตภัณฑ์ในการประเมินผลงาน โดยอิงจากผลงานสาขาเป็นหลัก”

พนักงาน PB 2: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “KPI สาขา พนักงานช่วยกันทำผลงาน ถ้าสาขา มีผลงานดีก็ทำให้พนักงานมีผลงานดีด้วยโดยไม่ระบุบุคคล”

พนักงาน PB 3: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “คะแนนการขาย โดยระบุนยอดและจำนวนคะแนน ที่ต้องทำในแต่ละสาขาให้พนักงานแต่ละคนช่วยกันทำผลงาน ผลงานที่ทำนอกจากจะเป็นผลงาน สาขายังเป็นผลงานของตัวเองทำให้ผู้จัดการสาขา สามารถเห็นผลงานที่ทำและได้รับ ตำแหน่งใหม่ ๆ ตัวชี้วัดแบบนี้คืออยู่แล้ว”

พนักงาน PB 4: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “มีการตั้งเป้าหมายสาขาและมอบหมายให้แต่ละส่วน ทำการขายผลิตภัณฑ์ ซึ่งคะแนนผลิตภัณฑ์บางตัวสูง แต่สำหรับบางเขตที่สาขาตั้งอยู่กลับไม่มีลูกค้า ที่สนใจสินค้าประเภทที่คะแนนสูง ๆ อันนี้ควรปรับปรุงเกณฑ์ตามพื้นที่ เพราะคะแนนไม่ขึ้น เนื่องจากมีผลงานจากผลิตภัณฑ์ที่มีคะแนนต่ำ”

พนักงาน PB 5: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “KPI สาขามาจากการบริการ เกณฑ์ในการตัดสิน คือ การทำงานเป็นทีม ต้องช่วยกันทำ มีความเหมาะสมในตัวชี้วัดผลงาน”

พนักงาน PB 6: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “เกณฑ์การประเมินวัดจาก ผลงานขายที่เป็นคะแนน มีทั้งเป้าหมายสาขาและเป้าหมายของพนักงานที่ต้องทำคะแนนให้ตามเกณฑ์ที่กำหนด แต่ละผลิตภัณฑ์มีคะแนนแตกต่างกัน ”

พนักงาน PB 7: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “วัดจากคะแนนการขาย ผลิตภัณฑ์ ของแต่ละคน ที่มีผลงานเข้าสาขา สาขาจะได้รับผลงาน พนักงานก็ได้ผลงาน ถ้าสาขาได้เกรดดีก็ส่งผลให้ พนักงานมีผลงานดี”

พนักงาน PB 8: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ประเมินจากผลงานการขายของพนักงานแต่ละคน และประเมินจากผลงานสาขาเป็นการประเมินแบบส่วนรวมเป็นหลัก และมาพิจารณารายบุคคล

พนักงาน PB 9: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ประเมินจากผลงานขายเป็นคะแนน โดยการขาย ผลิตภัณฑ์จะมีคะแนนเป็นตัวชี้วัดความสามารถของพนักงาน และเป็นผลงานสาขา”

พนักงาน PB 10: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “วัดจากคะแนนการขาย ผลิตภัณฑ์ที่พนักงานขายได้ โดยการขายจะมีเป้าหรือว่าคะแนนให้ตามเกณฑ์ขั้นต่ำ”

พนักงานธุรกิจ 11: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “วัดจากคะแนนผลงานสาขา โดยมีเป้ากำหนดให้ ทั้งรายบุคคลและเป้าหมายสาขา ให้พนักงานขายตามเป้าเป็นเกณฑ์ขั้นต่ำ”

พนักงานธุรกิจ 12: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ประเมินจากผลงานการขายผลิตภัณฑ์ เป็นคะแนนให้กับตัวพนักงาน เพื่อมาเป็นเกณฑ์ในการประเมินผลการปฏิบัติงาน”

พนักงานธุรกิจ 13: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “คะแนนการขายของพนักงานเป็นเกณฑ์ การประเมิน นำมาประเมินผลการทำงานในด้านการขายของพนักงานมีความเหมาะสม”



พนักงานธุรกิจ 14: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ใช้คะแนนการขายของพนักงานเป็นตัวประเมินผลงานของแต่ละบุคคล แต่เป็นการประเมินผลงานเป็นทีม เพราะใช้การประเมินสาขาเป็นหลัก”

พนักงานธุรกิจ 15: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “การประเมินจากคะแนนการขายแต่ละผลิตภัณฑ์ มีคะแนน และมีเป้าหมายสาขามาให้พนักงานได้ร่วมกันขายผลิตภัณฑ์”

พนักงานธุรกิจ 16: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “เกณฑ์การประเมินเป็นคะแนนการขายผลิตภัณฑ์แบบอิงตามผลงานสาขาเป็นหลัก รองลงมาคือผลงานรายบุคคล”

พนักงานธุรกิจ 17: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ใช้เกณฑ์คะแนนการขายสาขาเป็นหลัก รองลงมาเป็นคะแนนรายบุคคล โดยจะมีเป้าหมายให้ทำร่วมกัน และในเป้าหมายพนักงานสามารถขายได้ทุกผลิตภัณฑ์แบบมีเงื่อนไข เห็นด้วยเพราะเป็นการประเมินการทำงานแบบเป็นทีม”

พนักงานธุรกิจ 18: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ประเมินจากผลงานสาขา ซึ่งพนักงานทุกคนเป็นคนร่วมมือกันทำในสาขา ถ้าใครขายได้มากก็จะมีคะแนนการประเมินผลงานขายเป็นของตัวเอง เห็นด้วยกับการประเมิน”

พนักงานธุรกิจ 19: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ประเมินจากคะแนนการขายผลิตภัณฑ์ โดยให้พนักงานแต่ละคนสามารถขายผลิตภัณฑ์ได้ทุกประเภทตามที่ตนเองถนัดอย่างมีเงื่อนไข ซึ่งการขายทุก ๆ ผลงานจะเป็นผลงานสาขา โดยตัวชี้วัดผลงานหลักคือสาขา รองลงมาคือรายบุคคล เห็นด้วยเพราะเป็นการประเมินผลจากการร่วมกันทำงาน”

พนักงานธุรกิจ 20: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ประเมินจากผลงานขาย ใช้คะแนนการขายเป็นตัวชี้วัด โดยแต่ละผลิตภัณฑ์จะมีเป้าหมายให้พนักงานทำตามเป้าหมาย เป็นฐานให้กับพนักงานขาย ในการขายจะเป็นผลงานของสาขาเป็นหลัก วัดผลการขายเป็นตัวบุคคลเป็นรอง เห็นด้วยกับการประเมิน”

ตารางที่ 9 วิเคราะห์ข้อมูลขั้นตอนและเกณฑ์การประเมินความสำเร็จของพนักงานขาย

ความคิดเห็นขั้นตอนและเกณฑ์การประเมินความสำเร็จของพนักงานขาย	
ประเมินตามผลงานสาขา (พนักงาน PB 1, พนักงาน PB 4, พนักงาน PB 6, พนักงาน PB 8, พนักงานธุรกิจ 14, พนักงานธุรกิจ 16, พนักงานธุรกิจ 17, พนักงานธุรกิจ 18, พนักงานธุรกิจ 19, พนักงานธุรกิจ 20)	พนักงานขายผลิตภัณฑ์จะได้เป็นคะแนนสาขาทั้งหมด โดยคะแนนสาขาเป็นหลัก ผลงานสาขาดีก็ทำให้พนักงานทุกคนมีผลงานดีไม่ว่าจะเป็นผู้ขายหรือไม่ก็ตาม

ตารางที่ 9 (ต่อ)

ความคิดเห็นขั้นตอนและเกณฑ์การประเมินความสำเร็จของพนักงานขาย	
ประเมินตามผลงานพนักงาน (พนักงาน PB 3, พนักงาน PB 4, พนักงาน PB 9, พนักงาน PB 10, พนักงานธุรกิจ 11, พนักงานธุรกิจ 14, พนักงานธุรกิจ 19, พนักงานธุรกิจ 20)	พนักงานขายผลิตภัณฑ์ได้ก็จะมีคะแนน การขายให้พนักงานรายบุคคล ในการประเมินพนักงาน

จากตารางที่ 9 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและเกณฑ์การประเมินความสำเร็จของพนักงานขาย พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นใช้คะแนนการประเมินจากการขายผลิตภัณฑ์จำนวน 20 คน ประเมินจากผลงานขาย ใช้คะแนนการขายเป็นตัวชี้วัด โดยแต่ละผลิตภัณฑ์และส่วนของประเมินตามผลงานสาขา จำนวน 10 คน พนักงานขายผลิตภัณฑ์จะได้เป็นคะแนนสาขาทั้งหมด โดยคะแนนสาขาเป็นหลัก ผลงานสาขาดีก็ทำให้พนักงานทุกคนมีผลงานดี ไม่ว่าจะเป็นผู้ขายหรือไม่ก็ตาม และในส่วนของประเมินตามผลงานพนักงาน จำนวน 8 คน พนักงานขายผลิตภัณฑ์ได้ก็จะมีคะแนนการขายให้พนักงานรายบุคคลในการประเมินพนักงาน

ส่วนที่ 8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อการปรับปรุงกระบวนการขายและเพิ่มศักยภาพในการขายของพนักงาน

พนักงาน PB 1: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ต้องฝึกการขายบ่อย ๆ เพื่อให้มีทักษะการขายที่ดีแบบชำนาญในเรื่องการขายทักษะการขาย”

พนักงาน PB 2: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ต้องเรียนรู้กระบวนการขายอย่างชัดเจน เพื่อที่จะได้นำเสนอได้อย่างถูกต้อง มีความน่าเชื่อถือ”

พนักงาน PB 3: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ต้องฝึกทักษะการขาย ให้มีความชำนาญในการขายเตรียมความพร้อมด้านอุปกรณ์ในการขายผลิตภัณฑ์”

พนักงาน PB 4: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ต้องมีการเข้าอบรมในเรื่องความรู้ของผลิตภัณฑ์บ่อย ๆ เพื่อให้พนักงานขายมีความรู้เพิ่มขึ้น สามารถตอบคำถามลูกค้าได้อย่างถูกต้อง”

พนักงาน PB 5: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ต้องมีการฝึกการขายอย่างสม่ำเสมอเวลาเสนอขายจะได้มีความชำนาญในการขาย”

พนักงาน PB 6: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ต้องศึกษาความรู้ด้านผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ มีการฝึกทบทวนการขายอยู่เสมอเวลาที่เจอลูกค้า จะได้ไม่กังวลเรื่องการเสนอขาย ทำให้การนำเสนอ

มีความน่าเชื่อถือ”

พนักงาน PB 7: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ต้องฝึกเรื่องการขาย ต้องเรียนรู้เรื่องผลิตภัณฑ์ ให้ละเอียดถูกต้องและครบถ้วน”

พนักงาน PB 8: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ฝึกซ้อมการขายอย่างสม่ำเสมอ ทบทวนความรู้ด้านผลิตภัณฑ์”

พนักงาน PB 9: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ฝึกทักษะการขาย การติดต่อสื่อสาร ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ เพื่อที่จะนำมาซึ่งความสำเร็จในการขาย”

พนักงาน PB 10: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “เรื่องความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ ต้องทบทวนความรู้อย่างสม่ำเสมอ ฝึกทักษะการเสนอขายเพื่อให้เกิดความชำนาญในการปฏิบัติงาน”

พนักงานธุรกิจ 11: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ต้องฝึกการขายให้มีทักษะในการขายที่ดี มีความชำนาญ สร้างความน่าเชื่อถือ”

พนักงานธุรกิจ 12: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ทบทวนความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ ฝึกทักษะการขาย จนเกิดความชำนาญในการขาย”

พนักงานธุรกิจ 13: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ฝึกการขายจนเกิดความชำนาญ เพิ่มความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ที่ดีในการเป็นพนักงาน”

พนักงานธุรกิจ 14: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ต้องศึกษาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้มีความรู้ถูกต้องและครบถ้วน เพื่อให้สามารถตอบคำถามลูกค้าได้และเสนอขายได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน”

พนักงานธุรกิจ 15: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ฝึกขายจนเกิดความชำนาญ สามารถเสนอขายได้อย่างคล่องแคล่ว สร้างความน่าเชื่อถือ”

พนักงานธุรกิจ 16: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “เพิ่มทักษะการขาย โดยการฝึกการขายอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดความชำนาญในกระบวนการขาย และเพิ่มความรู้ด้านผลิตภัณฑ์”

พนักงานธุรกิจ 17: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ต้องมีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ ฝึกการขายอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้การขายมีศักยภาพ”

พนักงานธุรกิจ 18: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ฝึกทักษะการขายอยู่เสมอเวลานำเสนอ จะได้นำเสนอได้อย่างมีความมั่นใจในการนำเสนอ มีความรู้ในผลิตภัณฑ์ที่ขาย”

พนักงานธุรกิจ 19: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ต้องมีความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์อย่างแท้จริง ทำให้สามารถตอบคำถามลูกค้าได้”

พนักงานธุรกิจ 20: ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ทบทวนความรู้ด้านผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ ฝึกการขายจนเกิดความชำนาญ ขายอย่างมืออาชีพ ตอบทุกคำถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน”



2688252301

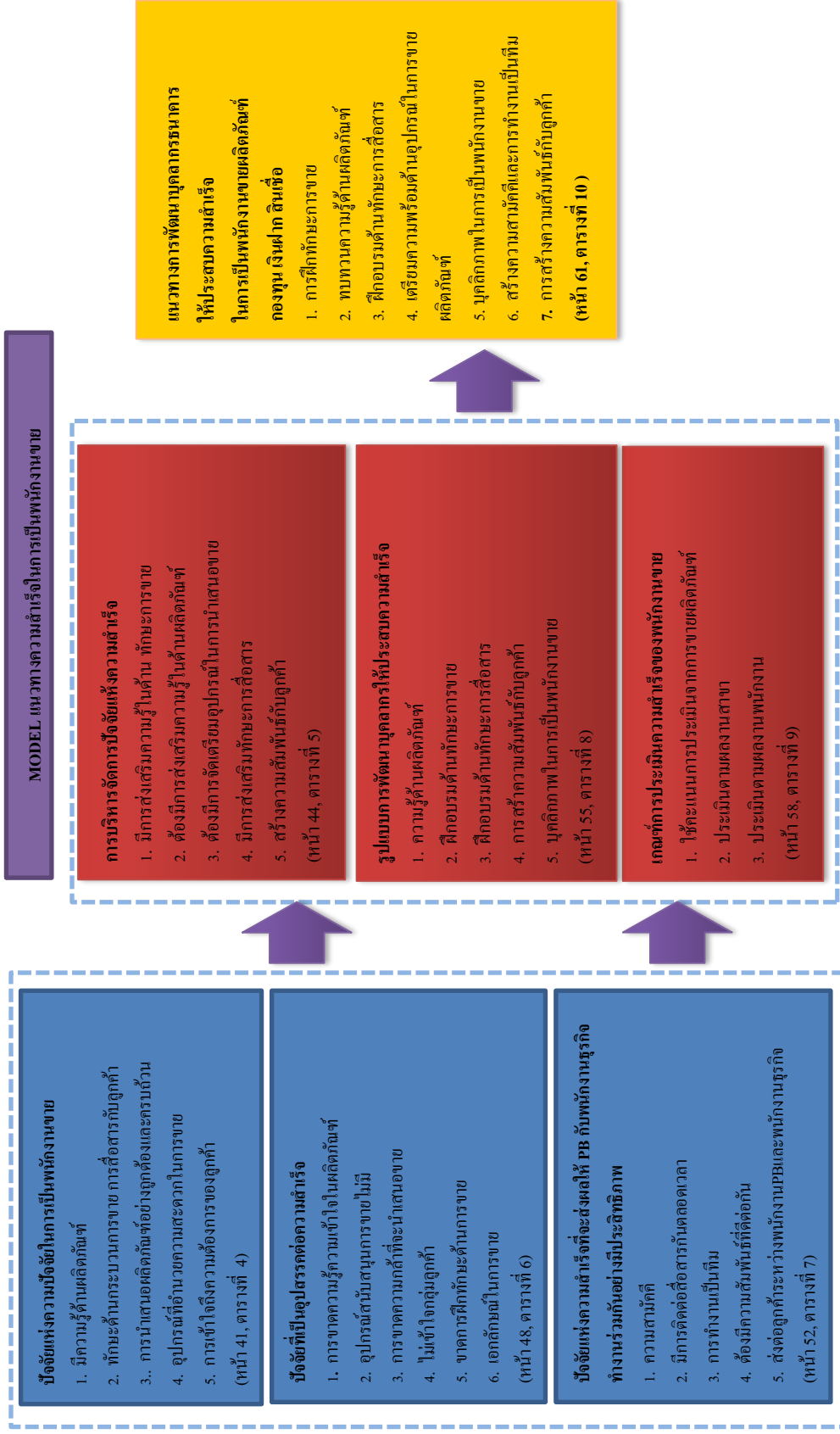
ตารางที่ 10 วิเคราะห์ข้อมูลข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อการปรับปรุงกระบวนการขายและเพิ่มศักยภาพ
ในการขายของพนักงาน

ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการขายของพนักงาน	
การฝึกทักษะการขาย (พนักงาน PB 1, พนักงาน PB 2, พนักงาน PB 3, พนักงาน PB 4, พนักงาน PB 5, พนักงาน PB 6, พนักงาน PB 7, พนักงาน PB 8, พนักงาน PB 9, พนักงาน PB 10, พนักงานธุรกิจ 11, พนักงานธุรกิจ 12, พนักงานธุรกิจ 16, พนักงานธุรกิจ 18, พนักงานธุรกิจ 20)	ฝึกทักษะการขายอยู่เสมอเวลานำเสนอ จะได้นำเสนอได้อย่างมีความมั่นใจ ในการนำเสนอ มีความรู้ในผลิตภัณฑ์ที่ขาย ฝึกการขายอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้การขายมี ศักยภาพ การฝึกการขายอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดความชำนาญในกระบวนการขาย และเพิ่มความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ มีการฝึกทบทวน การขายอยู่เสมอ เวลาที่เจอลูกค้าจะได้ไม่กังวล เรื่องการเสนอขายทำให้การนำเสนอ มีความน่าเชื่อถือ ฝึกทักษะการขาย การติดต่อสื่อสาร ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ เพื่อที่จะนำมาซึ่งความสำเร็จในการขาย ต้องฝึกการขายให้มีทักษะในการขายที่ดี มีความชำนาญ สร้างความน่าเชื่อถือ ต้องมีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ ฝึกการขาย อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้การขายมีศักยภาพ
ทบทวนความรู้ด้านผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ (พนักงาน PB 4, พนักงาน PB 6, พนักงาน PB 7, พนักงาน PB 8, พนักงาน PB 9, พนักงาน PB 10, พนักงานธุรกิจ 12, พนักงานธุรกิจ 16, พนักงานธุรกิจ 17, พนักงานธุรกิจ 18, พนักงานธุรกิจ 20)	
เตรียมความพร้อมด้านอุปกรณ์ ในการขายผลิตภัณฑ์ (พนักงาน PB 3)	ต้องฝึกทักษะการขาย ให้มีความชำนาญในการขาย เตรียมความพร้อมด้านอุปกรณ์ในการขายผลิตภัณฑ์

จากตารางที่ 10 วิเคราะห์ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อการปรับปรุงกระบวนการขายและเพิ่มศักยภาพในการขายของพนักงานขาย พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นเรื่องการฝึกทักษะการขาย จำนวน 15 คน ฝึกทักษะการขายอย่างสม่ำเสมอเวลานำเสนอจะได้นำเสนอได้อย่างมีความมั่นใจในการนำเสนอ มีความรู้ในผลิตภัณฑ์ที่ขาย ฝึกการขายอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้การขายมีศักยภาพ การฝึกการขายอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดความชำนาญในกระบวนการขาย และเพิ่มความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ มีการฝึกทบทวนการขายอยู่เสมอเวลาที่เจอลูกค้า จะได้ไม่กังวลเรื่องการเสนอขาย ทำให้การนำเสนอมีความน่าเชื่อถือ ฝึกทักษะการขาย การติดต่อสื่อสาร ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ เพื่อที่จะนำมาซึ่งความสำเร็จในการขาย ต้องฝึกการขายให้มีทักษะในการขายที่ดี มีความชำนาญ สร้างความน่าเชื่อถือ และในส่วนของทบทวนความรู้ด้านผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ จำนวน 11 คน และในส่วนของเตรียมความพร้อมด้านอุปกรณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ จำนวน 1 คน ต้องฝึกทักษะการขาย ให้มีความชำนาญในการขาย เตรียมความพร้อมด้านอุปกรณ์ในการขายผลิตภัณฑ์



2688252301



ภาพที่ 2 Model แนวทางความสำเร็จในการเป็นพนักงานขาย

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานวิจัยเรื่อง “แนวทางความสำเร็จของพนักงานขายผลิตภัณฑ์ กองทุน เงินฝาก สินเชื่อ ธนาคาร ABC ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ” เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพโดยการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ทำการวิจัยได้จากการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกแนวทางความสำเร็จของพนักงานขาย ผลิตภัณฑ์ กองทุน เงินฝาก สินเชื่อ ธนาคาร ABC ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ

สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ในการวิจัยเชิงคุณภาพเกี่ยวกับแนวทางความสำเร็จของพนักงานขาย ผลิตภัณฑ์ กองทุน เงินฝาก สินเชื่อ ธนาคาร ABC ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 20 คน

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูลโดยการสัมภาษณ์

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ พนักงาน PB และพนักงานธุรกิจ เพศชายและเพศหญิงมีอายุอยู่ระหว่าง 25-38 ปี อายุงานอยู่ในช่วง 2-7 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประวัติความสำเร็จในการทำงาน Top sales เงินฝาก จำนวน 5 Top sales ผลงานกองทุน Top sales สินเชื่อ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางที่ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จในการเป็นพนักงานขาย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า แนวทางที่ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จในการเป็นพนักงานขายเป็นปัจจัยด้านความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ พนักงานขายต้องมีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ ที่จะนำเสนอขายในการที่จะทำเสนอขายให้กับลูกค้า และต้องตอบคำถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าเข้าใจได้ พนักงานต้องมีทักษะด้านกระบวนการขาย การสื่อสารกับลูกค้า ต้องสื่อสารให้ลูกค้าเข้าใจถึงตัวผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอ ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ต้องนำเสนออย่างถูกต้องและครบถ้วน ตามหลักความเป็นจริงทุกข้อ ไม่เสนอเกินเกินความเป็นจริง หรือไม่บอกเงื่อนไขบางข้อกับลูกค้า ด้านอุปกรณ์ที่เป็นตัวช่วยในการขายนอกสถานที่ เราจะสามารถเข้าถึงข้อมูลได้สะดวกรวดเร็ว และ โบว์ชัวร์เพื่อให้ลูกค้าได้กลับไปศึกษาต่อหากมีความสนใจหรือสนใจแต่ต้องการศึกษาข้อมูลอย่างครบถ้วน สามารถเข้าใจความต้องการลูกค้าในแต่ละกลุ่ม



แต่ละช่วงวัย ว่ามีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ควรที่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์ตัวไหนถึงตรงใจลูกค้า ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการปัจจัยแห่งความสำเร็จในการเป็น พนักงานขาย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการเป็นพนักงานขาย ธนาคาร ควรมีการบริหารจัดการปัจจัยแห่งความสำเร็จเพื่อสนับสนุนการขายของพนักงาน ธนาคารต้องบริหาร ปัจจัยด้านการส่งเสริมความรู้ในทักษะการขายเพื่อให้พนักงานสามารถเสนอการขายได้ อย่างประสบความสำเร็จจะทำให้พนักงานสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า อย่างถูกต้องส่งผลถึงเวลานำเสนอลูกค้าจะตรงตามวัตถุประสงค์ของลูกค้า และต้องมีการส่งเสริม ความรู้ในด้านผลิตภัณฑ์ เพื่อให้พนักงานขายจะสามารถนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้า ได้ อย่างเหมาะสมถูกต้อง ครบถ้วน ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์แต่ละครั้ง ต้องมีอุปกรณ์การเข้าถึงข้อมูล ลูกค้าหากอยู่นอกสถานที่ต้องมีการใช้ข้อมูลต่าง ๆ สนับสนุนอุปกรณ์ในการอำนวยความสะดวก ในการขาย เช่น สื่อออนไลน์ที่เข้าถึงข้อมูลผลิตภัณฑ์ของธนาคารและข้อมูลลูกค้า มีการส่งเสริม ทักษะการสื่อสารเพื่อที่จะได้สามารถนำเสนอได้อย่างถูกต้อง การสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญหากสื่อสารดี ลูกค้าเข้าใจง่าย ถ้าสื่อสารไม่ดีลูกค้าจะไม่มีสมาธิในการนำเสนอ การส่งเสริมทักษะ การสื่อสารพนักงานสามารถโน้มน้าวใจลูกค้าได้ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เพื่อที่ จะสามารถต่อยอดการขายได้เพิ่มขึ้น

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จในการเป็น พนักงานขายและข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงพัฒนาการปฏิบัติงาน

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จในการเป็นพนักงาน ขายและข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงพัฒนาการปฏิบัติงานคือ การขาดความรู้ความเข้าใจ ในผลิตภัณฑ์ ที่นำเสนอ ทำให้การนำเสนอไม่มีความน่าเชื่อถือเป็นผลเสียในการเสนอขาย ขาดความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ ทำให้การนำเสนอผลิตภัณฑ์ดูไม่มีความน่าเชื่อถือ และนำเสนอผลิตภัณฑ์ ไม่ตรงกลุ่มลูกค้า ขาดการพัฒนาตนเอง ไม่สนใจศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่ออกมา นำเสนอ แต่ผลิตภัณฑ์เก่า ๆ ไม่อัปเดตข้อมูลข่าวสาร ขาดความรู้ด้านผลิตภัณฑ์และในส่วนของอุปกรณ์ สนับสนุนการขายไม่มี ทำให้การนำเสนอไม่มีความพร้อม ถ้าลูกค้าขอกลับไปศึกษาต่อ ควรมีเอกสารส่งมอบให้ลูกค้า หากลูกค้าต้องการข้อมูลเพิ่มเติมนอกเหนือที่พนักงานเตรียมมา พนักงานจะไม่สามารถสืบค้นจากอุปกรณ์ที่สามารถดึงข้อมูลภายในมาได้ เพื่อตอบคำถามลูกค้า และในส่วนของขาดความกล้าที่จะนำเสนอขาย ส่งผลให้ขาดความน่าเชื่อถือในการนำเสนอ ขายให้กับลูกค้า ต้องมีการเรียนรู้ในการเสนอการขาย เพื่อให้มีความน่าเชื่อถือในการนำเสนอ และ ในส่วนของการไม่เข้าใจกลุ่มลูกค้า ว่าแต่ละกลุ่มต้องการผลิตภัณฑ์แบบไหน ทำให้การขาย

ไม่ประสบความสำเร็จ นำเสนอผลิตภัณฑ์ไม่ตรงกลุ่มลูกค้าไม่เข้าใจความต้องการของลูกค้า ต้องมีการสัมภาษณ์ถึงความต้องการลูกค้า และแนะนำผลิตภัณฑ์ในแบบที่ลูกค้าอยากได้ ไม่นำเสนอแต่ผลิตภัณฑ์ที่ตนเองต้องการขายเท่านั้น และในส่วนไม่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เวลาลูกค้า มาต้องทำความรู้จักเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ถามชื่อจดจำชื่อลูกค้า หรือรายการที่มาทำ ธุรกิจบ่อย ๆ เพื่อรู้จักตัวตน และความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า และสร้างความพึงพอใจ ให้ลูกค้ามากยิ่งขึ้น และขาดเอกลักษณ์ในการขาย การพูดการสื่อสารที่จะเสนอต่อลูกค้าและขาด การฝึกทักษะด้านการขาย การสื่อสาร ในการเสนอขายผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า สามารถโน้มน้าว ให้ลูกค้าสนใจในผลิตภัณฑ์ที่ตนเองเสนอ

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางความสำเร็จที่จะส่งผลให้ PB กับพนักงาน ธุรกิจทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า แนวทางความสำเร็จที่จะส่งผลให้ PB กับพนักงาน ธุรกิจทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพมีความคิดเห็นเรื่องความสามัคคีในการทำงาน ต้องมีการติดต่อสื่อสารกันตลอดเพื่อให้สาขาได้รับทราบ เกี่ยวกับผลงานหรืองานที่ได้มาแจกแจง ให้ทราบ การส่งลูกค้าให้กัน ต้องรู้จักติดต่อสื่อสารระหว่างกันเพื่อ ร่วมมือกันบริการลูกค้าได้ อย่างมีประสิทธิภาพ และต้องทำงานเป็นทีมเพื่อร่วมมือกันบริการลูกค้า ในการทำงานอย่างมีระบบ ต้องมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันการทำงานเป็นทีมร่วมมือกันระหว่างพนักงานธุรกิจกับพนักงาน PB มีการติดต่อสื่อสารเพื่อการทำงานที่มีประสิทธิภาพ ต้องมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันเพราะต้องทำงาน ร่วมกันอย่างเป็นระบบ ในทุก ๆ ส่วนผลงานที่ทำคนใดคนหนึ่งทำจะไม่ได้ผลงาน พนักงาน PB ต้องส่งต่อผลงานให้สาขา และพนักงานธุรกิจต้องส่งต่อให้พนักงาน PB ผลงานถึงจะเป็นของสาขา จะไม่มีการแย่งผลงานกัน ต้องมีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน เพื่อที่จะทำงานร่วมกัน อย่างสมบูรณ์แบบในด้านการบริการลูกค้า ต้องมีการพึ่งพาอาศัยกัน และส่งต่อลูกค้าระหว่าง พนักงาน PB และพนักงานธุรกิจ เพื่อให้ลูกค้าสามารถติดต่อใช้บริการได้ในหลายช่องทาง หรือ ตามความต้องการลูกค้า

ส่วนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการพัฒนากุศลกรเพื่อการประสบความสำเร็จของพนักงานขาย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า รูปแบบการพัฒนากุศลกรเพื่อการประสบความสำเร็จของพนักงานเป็นการฝึกอบรมด้านความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ประสบความสำเร็จในการเสนอขาย พนักงานทุกคนต้องมีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์อย่างครบถ้วน เพื่อที่จะไปนำเสนอลูกค้าได้อย่างถูกต้อง และครบถ้วน ฝึกอบรมด้านทักษะการขาย เพื่อให้พนักงานมีทักษะที่จะไปนำเสนอขาย มีขั้นตอน การนำเสนอไม่ต้องกังวลว่าจะนำเสนอฝึกอบรมด้านทักษะการสื่อสารเพื่อให้พนักงานสามารถ



2688252301

สื่อให้ลูกค้าเข้าใจในผลิตภัณฑ์ได้ การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ทำให้ลูกค้าไว้วางใจให้พนักงานได้มีโอกาสดำเนินการได้เข้าไปดูแลเรื่องผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ให้เหมาะสมตามความต้องการของลูกค้า การเป็นพนักงานขายต้องมีความน่าเชื่อถือ โดยบุคลิกภาพเป็นปัจจัยหลักที่ลูกค้าจะนำมาตัดสินใจว่าพนักงานมีความน่าเชื่อถือหรือไม่

ส่วนที่ 7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนและเกณฑ์การประเมินความสำเร็จของพนักงานขาย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ขั้นตอนและเกณฑ์การประเมินความสำเร็จของพนักงานขายการประเมินจากผลงานขาย ใช้คะแนนการขายเป็นตัวชี้วัด โดยแต่ละผลิตภัณฑ์และส่วนของการประเมินตามผลงานสาขาพนักงานขายผลิตภัณฑ์จะได้เป็นคะแนนสาขาทั้งหมดโดยอิงคะแนนสาขาเป็นหลัก ผลงานสาขาดีก็ทำให้พนักงานทุกคนมีผลงานดี ไม่ว่าจะเป็นผู้ขายหรือไม่ก็ตามและในส่วนของการประเมินตามผลงานพนักงาน พนักงานขายผลิตภัณฑ์ได้ก็จะมีคะแนนการขายให้พนักงานรายบุคคลในการประเมินพนักงาน

ส่วนที่ 8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อการปรับปรุงกระบวนการขายและเพิ่มศักยภาพในการขายของพนักงาน

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อการปรับปรุงกระบวนการขายและเพิ่มศักยภาพในการขายของพนักงานขายพบว่าผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นเรื่องฝึกทักษะการขายอยู่เสมอเวลานำเสนอจะได้นำเสนอได้อย่างมีความมั่นใจในการนำเสนอ มีความรู้ในผลิตภัณฑ์ที่ขาย ฝึกการขายอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้การขายมีศักยภาพ การฝึกการขายอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้เกิดความชำนาญในกระบวนการขาย และเพิ่มความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ มีการฝึกทบทวนการขายอยู่เสมอเวลาที่เจอลูกค้า จะได้ไม่กังวลเรื่องการเสนอขาย ทำให้การนำเสนอมีความน่าเชื่อถือ ฝึกทักษะการขาย การติดต่อสื่อสาร ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ เพื่อที่จะนำมาซึ่งความสำเร็จในการขาย ต้องฝึกการขายให้มีทักษะในการขายที่ดี มีความชำนาญสร้างความน่าเชื่อถือ และในส่วนของการทบทวนความรู้ด้านผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ และในส่วนของการเตรียมความพร้อมด้านอุปกรณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ ต้องฝึกทักษะการขาย ให้มีความชำนาญในการขายเตรียมความพร้อมด้านอุปกรณ์ในการขายผลิตภัณฑ์

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยแห่งความสำเร็จของพนักงานขาย ผลิตภัณฑ์ กองทุนเงินฝาก สินเชื่อ ธนาคาร ABC ที่ตั้งอยู่ใน จังหวัดสมุทรปราการ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของพนักงานขาย
ผลิตภัณฑ์ กองทุน เงินฝาก สินเชื่อ ธนาคาร ABC ที่ตั้งอยู่ใน จังหวัดสมุทรปราการ

1. จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จ
ในการเป็นพนักงานขาย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จในการเป็นพนักงานขาย
เป็นปัจจัยด้านความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ พนักงานขายต้องมีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์
ที่จะนำเสนอขายในการที่จะทำเสนอขายให้กับลูกค้า และต้องตอบคำถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้า
เข้าใจได้ พนักงานต้องมีทักษะด้านกระบวนการขาย การสื่อสารกับลูกค้าต้องสื่อสารให้ลูกค้าเข้าใจ
ถึงผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอ ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ ต้องนำเสนออย่างถูกต้องและครบถ้วน ตามหลัก
ความเป็นจริงทุกข้อ ไม่เสนอจนเกินความเป็นจริง หรือไม่บอกเงื่อนไขบางข้อกับลูกค้า การเตรียม
ด้านอุปกรณ์ที่เป็นตัวช่วยในการ ขายนอกสถานที่ พนักงานจะสามารถเข้าถึงข้อมูลได้สะดวก
รวดเร็ว และโบว์ชัวร์เพื่อให้ลูกค้าได้กลับไปศึกษาต่อหากมีความสนใจ หรือสนใจแต่ต้องการศึกษา
ข้อมูลอย่างครบถ้วน สามารถเข้าใจความต้องการลูกค้าในแต่ละกลุ่มแต่ละช่วงวัย สอดคล้องแนวคิด
วุฒิชัย ผาสูกานนท์และ ชีระวัฒน์ จันทิก (2551) ทฤษฎีการต้องการประสบความสำเร็จทั้ง 3 อย่าง
คือ ความสำเร็จ อำนาจและการมีสายสัมพันธ์นี้เป็นทฤษฎี โดยปกติแล้วความต้องการที่มีอยู่
ในตัวนั้น ต่างก็จะเกิดขึ้นภายหลังโดยวิธีการเรียนรู้ โดยที่มนุษย์ทุกคนต่างก็ใช้ชีวิตค้นหาสิ่งต่าง ๆ
มาคล้ายกัน จึงต้องมีประสบการณ์เรียนรู้สิ่งต่าง ๆ มาเหมือนกัน จนในที่สุดมนุษย์ทุกคน
ต่างก็จะเรียนรู้ความต้องการที่จะมีมาน้อยแตกต่างกันไปด้วย

2. จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารปัจจัยแห่งความสำเร็จในการเป็นพนักงานขาย
พบว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการเป็นพนักงานขาย ธนาคารควรมีการบริหารจัดการปัจจัย
แห่งความสำเร็จเพื่อสนับสนุนการขายของพนักงาน ธนาคารต้องบริหารปัจจัยด้านการส่งเสริม
ความรู้ในทักษะการขายเพื่อให้พนักงานสามารถเสนอการขายได้อย่างประสบความสำเร็จ จะทำให้
พนักงานสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าอย่างถูกต้องส่งผลถึงเวลานำเสนอ
ลูกค้าจะตรงตามวัตถุประสงค์ของลูกค้า และต้องมีการส่งเสริมความรู้ในด้านผลิตภัณฑ์
เพื่อที่พนักงานจะสามารถนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าได้อย่างเหมาะสมถูกต้อง ครบถ้วน
ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์แต่ละครั้ง ต้องมีอุปกรณ์การเข้าถึงข้อมูลลูกค้าหากอยู่นอกสถานที่
ต้องมีการใช้ข้อมูลต่าง ๆ สนับสนุนอุปกรณ์ในการอำนวยความสะดวกในการขาย เช่น สื่อออนไลน์
ที่เข้าถึงข้อมูลผลิตภัณฑ์ของธนาคาร และข้อมูลลูกค้า มีการส่งเสริมทักษะการสื่อสารเพื่อที่จะได้
สามารถนำเสนอได้อย่างถูกต้อง การสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญหากสื่อสารดีลูกค้าเข้าใจง่าย ถ้าสื่อสาร
ไม่ดีลูกค้าจะไม่มีใจในการนำเสนอ การส่งเสริมทักษะการสื่อสารพนักงานสามารถ
โน้มน้าวใจลูกค้าได้ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เพื่อที่จะสามารถต่อ ยอดการขายได้เพิ่มขึ้น

สอดคล้องกับ เบญจอร์ งามอัมทรัพย์ (2559) โลกเปลี่ยนแปลงไปทุกวัน การขายก็ต้องมีการปรับเปลี่ยนในให้เข้ากับยุคสมัย ต้องมีการปรับตัวอยู่เสมอเพื่อให้ทันกับงานพร้อมของตลาดทันกับความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าพัฒนาการขายอยู่เสมอ สามารถพัฒนาการขายได้โดย ขายสิ่งที่เหมาะสม ให้กับคนที่เหมาะสมในเวลาที่เหมาะสม รวมไปถึงการพัฒนาความคิดให้แตกต่างอยู่เสมอ

3. จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จในการเป็นพนักงานขายและข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงพัฒนาการปฏิบัติงาน จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จในการเป็นพนักงานขายและข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงพัฒนาการปฏิบัติงาน คือ การขาดความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ ที่นำเสนอ ทำให้การนำเสนอไม่มีความน่าเชื่อถือเป็นผลเสียในการเสนอขาย ขาดความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ ทำให้การนำเสนอผลิตภัณฑ์ไม่มีความน่าเชื่อถือ และนำเสนอผลิตภัณฑ์ไม่ตรงกลุ่มลูกค้า ขาดการพัฒนาตนเองไม่ศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่ออกมา นำเสนอแต่ผลิตภัณฑ์เก่า ๆ ไม่อัปเดตข้อมูลข่าวสาร ขาดความรู้ด้านผลิตภัณฑ์และในส่วนของอุปกรณ์สนับสนุนการขายไม่มี ทำให้การนำเสนอไม่มีความพร้อม ถ้าลูกค้าขอกลับไปศึกษาต่อควรมีเอกสารส่งมอบให้ลูกค้า หากลูกค้าต้องการข้อมูลเพิ่มเติมนอกเหนือที่พนักงานเตรียมมา พนักงานจะไม่สามารถสืบค้นจากอุปกรณ์ที่สามารถดึงข้อมูลภายในมาได้ เพื่อตอบคำถามลูกค้า และในส่วนของขาดความกล้าที่จะนำเสนอขายส่งผลให้ขาดความน่าเชื่อถือในการนำเสนอขายให้กับลูกค้า ต้องมีการเรียนรู้ในการเสนอการขายเพื่อให้มีความน่าเชื่อถือในการนำเสนอ และในส่วนของที่ไม่เข้าใจกลุ่มลูกค้า ว่าแต่ละกลุ่มต้องการผลิตภัณฑ์แบบไหน ทำให้การขายไม่ประสบความสำเร็จ นำเสนอผลิตภัณฑ์ไม่ตรงกลุ่มลูกค้าไม่เข้าใจความต้องการของลูกค้า ต้องมีการสัมผัสถึงความต้องการลูกค้า และแนะนำผลิตภัณฑ์ในแบบที่ลูกค้าอยากได้ ไม่นำเสนอแต่ผลิตภัณฑ์ที่ตนเองต้องการขายเท่านั้น และในส่วนไม่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เวลาลูกค้ามาต้องทำความรู้จักเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ถามชื่อจดจำชื่อลูกค้า หรือรายการที่มาทำธุรกรรมบ่อย ๆ เพื่อรู้จักตัวตน และความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า และสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้ามากยิ่งขึ้นและ ขาดเอกลักษณ์ในการขาย การพูดการสื่อสารที่จะเสนอต่อลูกค้าและขาดการฝึกทักษะด้านการขายการสื่อสารในการเสนอขายผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้าสามารถโน้มน้าว ให้ลูกค้าสนใจในผลิตภัณฑ์ที่ตนเองเสนอ สอดคล้องกับ จินีกาญจน์ พงศ์ปิยะนนท์ (2554) แนวคิดอุปสรรคของการปิดการขาย พนักงานขายกลัวความล้มเหลว ทำให้การปิดการขายมีประสิทธิภาพลดลง พนักงานขายใช้การสื่อสารแบบทางเดียวกับ โดยไม่ได้ฟังความคิดเห็นของลูกค้า พนักงานขายขาดการฝึกฝนที่ดีในการเสนอขาย การขายแบบแรงกดดันสูงการปิดการขายที่เร่งรีบจนเกินไป หรือแรงกดดันสูงจะทำให้ลูกค้าที่มุ่งหวังไม่ค่อยพอใจในกระบวนการขาย



4. จากการศึกษาข้อมูลพบว่าแนวทางความสำเร็จที่จะส่งผลให้ PB กับพนักงานธุรกิจทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพมีเรื่องความสามัคคีในการทำงาน ต้องมีการติดต่อสื่อสารกันตลอดเพื่อให้สาขาได้รับทราบ เกี่ยวกับผลงานหรืองานที่ได้มาแจกแจงให้ทราบ การส่งลูกค้ำให้กัน ต้องรู้จักติดต่อสื่อสารระหว่างกันเพื่อ ร่วมมือกันบริการลูกค้ำ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และต้องทำงานเป็นทีมเพื่อร่วมมือกันบริการลูกค้ำ ในการทำงานอย่างมีระบบ ต้องมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อการทำงานเป็นทีม ร่วมมือกันระหว่างพนักงานธุรกิจกับพนักงาน PB มีการติดต่อสื่อสารเพื่อการทำงานที่มีประสิทธิภาพ ในด้านการบริการลูกค้ำ ต้องมีการฟังพาดูกัน และส่งต่อลูกค้ำระหว่างพนักงานPBและพนักงานธุรกิจเพื่อให้ลูกค้ำสามารถติดต่อ ใช้บริการได้ ในหลายช่องทาง หรือตามความต้องการลูกค้ำสอดคล้องกับ วุฒิชัย ผาสุกกานนท์และ ชีระวัฒน์ จันทิก (2551) ทฤษฎีความต้องการประสพผลสำเร็จ (The need to achieve theory) ทฤษฎีความต้องการ ความสำเร็จ (Achievement) อำนาจ (Power) และการมีสายสัมพันธ์ (Affiliation) นี้เป็นทฤษฎีที่กำหนดขึ้นโดย McClelland and Atkinson (1959 อ้างถึงใน วุฒิชัย ผาสุกกานนท์ และชีระวัฒน์ จันทิก, 2551) โดยที่มนุษย์ทุกคนต่างก็ใช้ชีวิตค้นหาสิ่งต่าง ๆ มากล้ายกัน จึงต้องมีประสบการณ์เรียนรู้สิ่งต่าง ๆ มาเหมือนกัน จนเกิดการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ

5. จากการศึกษาข้อมูล พบว่า ขั้นตอนและเกณฑ์การประเมินความสำเร็จของพนักงานขาย การประเมินจากผลงานขายใช้คะแนนการขายเป็นตัวชี้วัด โดยแต่ละผลิตภัณฑ์และส่วนของประเมินตามผลงานสาขาพนักงานขายผลิตภัณฑ์จะได้เป็นคะแนนสาขาทั้งหมด โดยอิงคะแนนสาขาเป็นหลัก ผลงานสาขาดีก็ทำให้พนักงานทุกคนมีผลงานดี ไม่ว่าจะเป็นผู้ขายหรือไม่ก็ตาม และในส่วนของประเมินตามผลงานพนักงาน พนักงานขายผลิตภัณฑ์ได้ก็จะมีการขายให้พนักงานรายบุคคลในการประเมินพนักงานสอดคล้องกับแนวคิด เอกวินิต พรหมรักษา (2555) KPI (Key performance indicator) หรือ ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานหลัก เป็นการวัดความก้าวหน้าของการบรรลุปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จ หรือผลสัมฤทธิ์ขององค์กร โดยเทียบผลการปฏิบัติงานกับมาตรฐานหรือเป้าหมายที่ตกลงกันไว้ องค์กรสามารถใช้ผลของการวัดและการประเมินเป็นคะแนนเพื่อที่จะสามารถบอกถึงความก้าวหน้าของการบรรลุวิสัยทัศน์ขององค์กร เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการปฏิบัติงานขององค์กรและพนักงาน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาบุคลากรของธนาคารให้ประสบความสำเร็จในการเป็นพนักงานขาย ผลิตภัณฑ์ กองทุน เงินฝาก สินเชื่อ

1. จากการศึกษาข้อมูล พบว่า รูปแบบการพัฒนาบุคลากรเพื่อการประสบความสำเร็จของพนักงานเป็นการฝึกอบรมด้านความรู้ ด้านผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ประสบความสำเร็จในการเสนอขายพนักงานทุกคนต้องมีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์อย่างครบถ้วน เพื่อที่จะไปนำเสนอลูกค้ำได้อย่างถูกต้อง

และครบถ้วน ฝึกอบรมด้านทักษะการขาย เพื่อให้พนักงานมีทักษะที่จะไปนำเสนอขาย มีขั้นตอนการนำเสนอ ไม่ต้องกังวลว่าจะนำเสนอฝึกอบรมด้านทักษะการสื่อสาร เพื่อให้พนักงานสามารถสื่อให้ลูกค้าเข้าใจในผลิตภัณฑ์ได้ การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ทำให้ลูกค้าไว้วางใจให้พนักงานได้มีโอกาสดำเนินไปดูแลเรื่องผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ให้อย่างเหมาะสมตามความต้องการของลูกค้า การเป็นพนักงานขายต้องมีความน่าเชื่อถือ โดยบุคลิกภาพเป็นปัจจัยหลักที่ลูกค้าจะนำมาตัดสินใจคือความน่าเชื่อถือ สอดคล้องกับแนวคิด เดิมทรีพีย์ จันเพช (2556) การพัฒนาบุคลากรว่าทำให้มีคุณภาพเพิ่มขึ้นเป็นกรรมวิธีต่าง ๆ ที่จะมุ่งให้บุคคลมีความรู้ มีความชำนาญงาน มีประสบการณ์มากขึ้นและยังช่วยให้บุคคลมีความรับผิดชอบในหน้าที่ได้อย่างดี นอกจากนี้ยังเป็นการมุ่งเน้นที่จะพัฒนาทัศนคติไปในทางที่ดีขึ้น

2. จากการศึกษา พบว่า ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อการปรับปรุงกระบวนการขายและเพิ่มศักยภาพในการขายของพนักงานขายพบว่าผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นเรื่อง การฝึกทักษะการขาย ฝึกทักษะการขายอยู่เสมอเวลานำเสนอจะได้นำเสนอได้อย่างมีความมั่นใจในการนำเสนอ มีความรู้ในผลิตภัณฑ์ที่ขาย ฝึกการขายอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้การขายมีศักยภาพ การฝึกการขายอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้เกิดความชำนาญในกระบวนการขาย และเพิ่มความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ มีการฝึก ทบทวนการขายอยู่เสมอเวลาที่เจอลูกค้า จะได้ไม่กังวลเรื่องการเสนอขาย ทำให้การนำเสนอ มีความน่าเชื่อถือ ฝึกทักษะการขาย การติดต่อสื่อสาร ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ เพื่อที่จะนำมา ซึ่งความสำเร็จในการขาย ต้องฝึกการขายให้มีทักษะในการขายที่ดี มีความชำนาญ สร้าง ความน่าเชื่อถือ และในส่วนของทบทวนความรู้ด้านผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ และในส่วนของเตรียม ความพร้อมด้านอุปกรณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ ต้องฝึกทักษะการขาย ให้มีความชำนาญในการขาย เตรียมความพร้อมด้านอุปกรณ์ในการขายผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับแนวคิด ญัฐธนิชา รักษาวงศ์ (2558) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ว่ามีด้านบุคคลจะต้องประกอบไปด้วยการเพิ่มฝีมือทักษะ ความรู้ ของคน และในด้านองค์กรก็จะต้องมีการพัฒนาทั้งในด้านนโยบายและกระบวนการจัดการ ทางการบริหารงานบุคคลเพื่อให้ได้คุณภาพของงาน

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการความสำเร็จของพนักงานขาย ผลิตภัณฑ์ กองทุน เงินฝาก ดินเชื่อ ธนาคาร ABC ที่ตั้งอยู่ใน จังหวัดสมุทรปราการ

1. จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จในการเป็นพนักงานขายพนักงานขายมีความเห็นที่ใกล้เคียงกันเป็นปัจจัยด้านการมีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์นั้น ก็คือ การที่จะประสบความสำเร็จ พนักงานขายต้องมีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ ที่จะนำเสนอขาย

ในการที่จะทำเสนอขายให้กับลูกค้า และทักษะด้านกระบวนการขายก็เป็นสิ่งที่สำคัญอีกด้านหนึ่ง ที่มีการให้ความเห็นถึงความสำคัญที่พนักงานต้องมีทักษะด้านการขาย การสื่อสารกับลูกค้า การนำเสนอผลิตภัณฑ์อย่างถูกต้องและครบถ้วน อุปกรณ์ที่อำนวยความสะดวกในการขาย การเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าในการที่จะเป็นพนักงานขายที่ประสบความสำเร็จต้องมีปัจจัย ตามที่กล่าวมาเพื่อให้เป็นพนักงานขายที่ประสบความสำเร็จ

2. จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการเป็นพนักงานขาย ธนาคาร ควรมีการบริหารจัดการปัจจัยแห่งความสำเร็จเพื่อสนับสนุนการขายของพนักงาน จากการศึกษาครั้งนี้ ธนาคารต้องบริหารปัจจัยด้านการส่งเสริมความรู้ในงานขาย ธนาคารควรมีการบริหารจัดการปัจจัย แห่งความสำเร็จ เพื่อสนับสนุนการขายของพนักงาน ธนาคารต้องบริหารปัจจัยด้านการส่งเสริม ความรู้ในทักษะการขายเพื่อให้พนักงานสามารถเสนอการขายได้อย่างประสบความสำเร็จจะทำให้ พนักงานสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าอย่างถูกต้อง ส่งผลถึงเวลานำเสนอ ลูกค้า จะตรงตามวัตถุประสงค์ของลูกค้า ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่จะทำให้พนักงานขายมี ความรู้ ความสามารถและเกิดการขายที่มีประสิทธิภาพ และเกิดความสำเร็จในการเป็นพนักงานขาย

3. จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จในการเป็นพนักงานขาย การขาดความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ ที่นำเสนอ ทำให้การนำเสนอไม่มีความน่าเชื่อถือ เป็นผลเสียในการเสนอขาย ขาดความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ ทำให้การนำเสนอผลิตภัณฑ์ดูไม่มีความน่าเชื่อถือ และนำเสนอผลิตภัณฑ์ไม่ตรงกลุ่มลูกค้า ขาดการพัฒนาตนเอง ไม่สนใจศึกษา ข้อมูล เป็นเหตุผลหลักที่ในการขาย ควรมีการเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เกิดความเข้าใจและไม่เป็น อุปสรรคในการขาย

4. จากการศึกษาข้อมูล พบว่า แนวทางความสำเร็จที่จะส่งผลให้ PB กับพนักงานธุรกิจ ทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพมีเรื่องความสามัคคีในการทำงาน ต้องมีการติดต่อสื่อสารกัน ตลอดเพื่อให้สาขาได้รับทราบเกี่ยวกับผลงานหรืองานที่ได้มาแจกแจงให้ทราบ การส่งลูกค้าให้กัน ต้องรู้จักติดต่อสื่อสารระหว่างกัน เพื่อร่วมมือกันบริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และต้อง ทำงานเป็นทีมเพื่อร่วมมือกันบริการลูกค้า ในการทำงานอย่างมีระบบ ต้องมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน การทำงานเป็นทีม ร่วมมือกันระหว่างพนักงานธุรกิจกับพนักงาน PB มีการติดต่อสื่อสาร เพื่อการทำงานที่มีประสิทธิภาพ ในด้านการบริการลูกค้า ต้องมีการพึ่งพาอาศัยกัน และส่งต่อลูกค้า ระหว่างพนักงาน PB และพนักงานธุรกิจ เพื่อให้ลูกค้าสามารถติดต่อใช้บริการได้ในหลายช่องทาง หรือตามความต้องการลูกค้า

5. จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ขั้นตอนและเกณฑ์การประเมินความสำเร็จของพนักงานขาย การประเมินจากผลงานขาย ใช้คะแนนการขายเป็นตัวชี้วัดโดยแต่ละผลิตภัณฑ์ และส่วนของ

ประเมินตามผลงานสาขา พนักงานขายผลิตภัณฑ์จะได้เป็นคะแนนเป็นตัวชี้วัดผลงาน ซึ่งถ้าพนักงานขายผลิตภัณฑ์ได้มากก็จะทำให้มีเกณฑ์คะแนนสะสมที่สูง ซึ่งการประเมินในส่วนนี้ มีการวัดคุณภาพที่เหมาะสมกับระบบงานขาย

6. จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า รูปแบบการพัฒนาคูคลากรเพื่อการประสบความสำเร็จของ พนักงานเป็นการฝึกอบรมด้านความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ประสบความสำเร็จในการเสนอขาย พนักงานทุกคนต้องมีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์อย่างครบถ้วน เพื่อที่จะเพื่อให้ประสบความสำเร็จ ในการเสนอขาย พนักงานทุกคนต้องมีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์อย่างครบถ้วน เพื่อที่จะไปนำเสนอ ลูกค้าได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน ฝึกอบรมด้านทักษะการขาย เพื่อให้พนักงานมีทักษะที่จะไป นำเสนอขาย มีขั้นตอนการนำเสนอไม่ต้องกังวลว่าจะนำเสนอฝึกอบรมด้านทักษะการสื่อสาร เพื่อให้พนักงานสามารถสื่อให้ลูกค้าเข้าใจในผลิตภัณฑ์ได้ การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ต้องมีการพัฒนาเพื่อจะให้ประสบความสำเร็จในการขายและเป็นพนักงานขายที่ประสบความสำเร็จ

7. จากการวิจัยครั้งนี้พบว่าข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อการปรับปรุงกระบวนการขายและเพิ่ม ศักยภาพในการขายของพนักงานขายพบว่าผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นเรื่อง การฝึกทักษะการขาย อยู่สม่ำเสมอ เวลามาเสนอจะได้นำเสนอได้อย่างมีความมั่นใจในการนำเสนอ มีความรู้ในผลิตภัณฑ์ ที่ขายการจะเป็นพนักงานขายที่ประสบความสำเร็จต้องมีการฝึกการขาย และมีความรู้เพื่อที่จะได้ ขายอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ประสบความสำเร็จในงานขาย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษา ในเรื่องของแนวทางความสำเร็จในการเป็นพนักงาน ขาย ควรศึกษาปัจจัยภายนอกด้วย ว่าปัจจัยภายนอกมีผลต่อการขายอย่างไร

1. การศึกษาครั้งต่อไปควรสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยภายนอก ที่องค์กรไม่สามารถควบคุม ได้ แก่คู่แข่งอื่น กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขายผลิตภัณฑ์ของธนาคารปัจจัยต่าง ๆ มีผลกระทบต่อ การขายอย่างไร และควรป้องกันผลกระทบที่เกิดขึ้นอย่างไร เพื่อให้พนักงานสามารถสร้างโอกาส ในการขายได้

2. การศึกษาครั้งต่อไปควรเปรียบเทียบปัจจัยต่าง ๆ กับพนักงานธนาคารอื่น เพื่อที่จะได้ รู้ว่าพนักงานขายมีปัจจัยแห่งความสำเร็จเหมือนหรือแตกต่างกันเพื่อที่จะมาพัฒนาให้เกิด ความก้าวหน้าในการเป็นพนักงานขายของธนาคาร

บรรณานุกรม

- กรณีการ์ เนาวแสงศรี. (2551). กลยุทธ์การขายที่เน้นทางด้านพนักงานขายของทฤษฎีการขายไอค้ำสที่ส่งผลต่อผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อทาวนเฮ้าส์ 2 ชั้นของโครงการหมู่บ้าน วราพร ตำบลบ้านบ่อ ในจังหวัดสมุทรสาคร, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- กิ่งแก้ว พรอภิรภักกุล. (2556). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย ของบริษัทฯ ในประเทศไทย. คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- กิตติ บุญเชิด. (2536). การปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่ของนักวิจัยการศึกษาสังกัดสำนักงานศึกษาธิการ อำเภอกอ เขตการศึกษา 11. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น, บัณฑิตวิทยาลัย.
- ไกรชิต สุตะเมือง และ กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ อินทอร สาโรราพ. (2556). ปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจในการเสนอขายประกันชีวิตให้กับลูกค้าของพนักงานธนาคารกสิกรไทย. หลักสูตรบริการธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- จินฉัตร เตชะพันธ์. (2556). แนวทางการพัฒนาแทนประกันชีวิตให้ประสบความสำเร็จ. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาพุทธศาสตร์การพัฒน, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.
- จินิกาญจน์ พงศ์ปิยะนนท์. (2554). ปัญหาและการจัดการกลยุทธ์เพื่อให้อัตราการยกเลิกกรมธรรม์ประกันชีวิตประเภทสะสมทรัพย์ลดเหลือน้อยที่สุด กรณีศึกษา บริษัทกรุงเทพประกันชีวิตสาขาสำนักงานใหญ่. สาขาวิชาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ชญญณ์ท์ แก้วมณีโชติ. (2558). บุคลิกภาพเชิงรุก การรับรู้การสนับสนุนในการทำงาน ของพนักงานขาย บริษัทรับประกันวินาศภัยแห่งหนึ่ง, ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณัฐณิชา รัชกาวงศ์. (2558). ศึกษาการพัฒนาบุคลากรของมหาวิทยาลัย เอเชียอาคเนย์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน, มหาวิทยาลัยสยาม, สาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์.
- เดชิต สุขเกษม. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกธนาคารในการทำงานของพนักงานขาย, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต, คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เดิมทรัพย์ จันเพชร. (2556). การพัฒนาชุดการเรียนรู้ด้วยตนเองเพื่อเพิ่มทักษะการปฏิบัติงานของผู้ช่วยพยาบาล, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, สาขาการศึกษาผู้ใหญ่.
- ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). (2560 ก). รายงานประจำปี 2560. กรุงเทพฯ :ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน).
- ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน). (2560 ข). SCB advises staff to strictly adhere to etical market conduct กรุงเทพฯ : ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด(มหาชน).
- น้ำฟ้า ดิสศักดิ์ และสุธรรม พงสารานู. (2559). ทีมงานคุณภาพที่มีผลต่อประสิทธิภาพของพนักงานธนาคารกรุงไทย จำกัด(มหาชน) สังกัดสำนักงานเขตปิ่นเกล้า. สาขาวิชา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,

มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.

บูรณาภา ชัชวาลย์. (2559). *เรื่องเล่าความสำเร็จผู้ขายผลิตภัณฑ์ประกันภัย ธนาकरชนชาติ สาขาการ
จัดการภาครัฐและเอกชน, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.*

เบญจอร งามอิมทรัพย์. (2559). *ปัจจัยส่วนบุคคล ทักษะการขายของตัวแทนประกัน และการสื่อสารการตลาดแบบ
ครบวงจร มีผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันชีวิตของพนักงานบริษัทเอกชน ในกรุงเทพมหานคร,
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.*

พรชัย ชุนหจินดา. (2560). *THAI FINECH ASSOCIATION*. เข้าถึงได้จาก <https://thai fintech.org/fintech-in-thai-bank/>.

วันทนา เนาว์วัน. (2557). *การพัฒนาพาว์ฟู่นำตามหลักพุทธธรรมของบุคลากร โรงเรียนพระปวิัยธรรมแผน
สามัญ,มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย,สาขาวิชารัฐประศาสน์บัณฑิตวิทยาลัย.*

วุฒิชัย ผาสุกกานนท์และ ชีระวัฒน์ จันทิก. (2551). *ปัจจัยผู้ความสำเร็จในการทำงานพนักงานธนาคารออมสินในเขต
กรุงเทพมหานครและ เขตปริมณฑล,มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ,สาขาวิชาการจัดการ.*

วุฒิชัย ผาสุกกานนท์และ ชีระวัฒน์ จันทิก. (2559). *ผู้นำกับการพัฒนาศักยภาพทีมขายพร้อมคุณภาพการให้บริการ,
คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศิลปากร.*

สำเนียง องสุพันธ์กุล. (2557). *การวิจัยเพื่อการพัฒนาบุคลากรสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
รัตน โกสินทร์,คณะบริหารธุรกิจ.*

สินิทร สุกสวัสดิ์. (2550). *ปัจจัยบางประการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในอาชีพเชิงอัตรณ์ของหัวหน้างานสายสนับสนุน
วิชาการในมหาวิทยาลัยของรัฐ เขตกรุงเทพมหานคร, ปริญญาการศึกษาบัณฑิต, สาขาการวิจัยและสถิติ
ทางการศึกษา, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*

สิรินาด อุษกุล. (2558). *เจตคติที่มีต่องานขายประกัน ความพึงพอใจในงาน และตั้งใจคงอยู่ในงานของพนักงานขาย
ประกันทางโทรศัพท์ กรณีศึกษาบริษัท โบรคเกอร์ประกันภัยรถยนต์แห่งหนึ่ง. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต,
สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์กร ภาควิชาจิตวิทยา, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*

สุดที่รัก ธรรมสุน. (2561). *ปัญหาอุปสรรคต่อการพัฒนาประสิทธิภาพในการบริหารจัดการองค์กรของพนักงาน
รัฐวิสาหกิจ กรณีศึกษาการยางแห่งประเทศไทย. วิทยาลัยสหวิทยาการ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*

สุนันทา ปิ่นสุวรรณ. (2554). *ปัจจัยด้านคุณสมบัติของพนักงานขาย ที่มีผลต่อความพึงพอใจในด้านคุณภาพการใช้
บริการพนักงานที่ปรึกษาความงามของผู้ใช้บริการสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.*

เอกวินิต พรหมรักษา. (2555). *KPI(KEY PERFORMANE INDICATOR)* เข้าถึงได้จาก [http://promruca-s-
dba04.blogspot.com/2012/10/kpi-csf.html?m=1](http://promruca-s-dba04.blogspot.com/2012/10/kpi-csf.html?m=1).

Colaizzi. (1978). *Reflection and Reseaech as the Phenomenology Views*, in *Existential Phenomenological Alternatives for
Psychology*, R Vaile and M king, eds. NEW York.: Oxford University Press.

Green and Thorogood. (2009). *Qualitative Research for Health Research*. London: Sage Publications.

R.M. Steers. (1990, p.593). *Organization Effectiveness*. California: Googyear publishers Inc.

Sheldon. (1971). *an empirical anajysis of organizational*. *Academy of management Journal*.

Walker & Stanton Etzel. (2007). *Marketing*. 14th ed. boston:McGraw - Hill.

BTU iThesis 59710077 independent study / recv: 04012562 17:35:42 / seq: 95
2688252301

ภาคผนวก



2698252301

BUU iThesis 59710077 independent study / recv: 04012562 17:35:42 / seq: 95

ภาคผนวก ก
แบบสัมภาษณ์



2688252301

BUU iThesis 59710077 independent study / recv: 04012562 17:35:42 / seq: 95



วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

Graduate school of Commerce Burapha University

169 ถนนลงหาดบางแสน ตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

คำถามในการสัมภาษณ์ พนักงาน PB Retail

เรื่อง “แนวทางความสำเร็จของพนักงานขาย ผลิตภัณฑ์ กองทุน เงินฝาก สินเชื่อ
ธนาคาร ABC ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ”

คำถามในการสัมภาษณ์ชุดนี้จัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประกอบการเรียนวิชาการศึกษางาน
นิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ด้วย
และขอขอบคุณท่านมา ณ โอกาสนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงาน PB Retail

1. เพศ
2. อายุ
3. อายุงาน (ปี)
4. ระดับการศึกษา
5. ประวัติความสำเร็จในการทำงาน

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับแนวทางความสำเร็จของพนักงาน PB Retail

1. ท่านคิดว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จในการเป็นพนักงาน PB คือปัจจัยใด ปัจจัยเหล่านั้นมีความสำคัญอย่างไร
2. จากปัจจัยแห่งความสำเร็จในการเป็นพนักงาน PB ท่านคิดว่าธนาคารควรมีการบริหารจัดการปัจจัยเหล่านั้นอย่างไรเพื่อสนับสนุนการขายของพนักงาน
3. ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จในการเป็นพนักงาน PB คือปัจจัยใดบ้าง และธนาคารควรมีการปรับปรุงปัจจัยที่เป็นอุปสรรคอย่างไร
4. ท่านคิดว่าการประสบความสำเร็จของพนักงานขาย หรือ PB ต้องมีรูปแบบการพัฒนาบุคลากรอย่างไร

5. การประเมินความสำเร็จของพนักงานขาย หรือ PB มีขั้นตอนและเกณฑ์ในการประเมินความสามารถอย่างไร และท่านคิดว่าควรมีการปรับปรุงการประเมินความสำเร็จของพนักงานขายอย่างไร
6. ท่านมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อการปรับปรุงกระบวนการขายและเพิ่มศักยภาพในการขายของพนักงานอย่างไร
7. ปัจจัยแห่งความสำเร็จที่จะส่งผลให้ PB กับพนักงานขายธุรกิจทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพคืออะไร



2688252301

BUU iThesis 59710077 independent study / recv: 04012562 17:35:42 / seq: 95



วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

Graduate school of Commerce Burapha University

169 ถนนลงหาดบางแสน ตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

คำถามในการสัมภาษณ์

พนักงานธุรกิจ (ที่มีผลงานที่โดดเด่น)

เรื่อง “แนวทางความสำเร็จของพนักงานขาย ผลิตภัณฑ์ กองทุน เงินฝาก สินเชื่อ

ธนาคาร ABC ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ”

คำถามในการสัมภาษณ์ชุดนี้จัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประกอบการเรียนวิชาการศึกษา

งานนิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากท่านในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ด้วย

และขอขอบคุณท่านมา ณ โอกาสนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของ พนักงานธุรกิจ (ที่มีผลงานโดดเด่น)

1. เพศ
2. อายุ
3. อายุงาน (ปี)
4. ระดับการศึกษา
5. ประวัติความสำเร็จในการทำงาน

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับแนวทางความสำเร็จพนักงานธุรกิจ (ที่มีผลงานโดดเด่น)

1. ท่านคิดว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จในการเป็นพนักงานธุรกิจ คือ ปัจจัยใด ปัจจัยเหล่านั้นมีความสำคัญอย่างไร

2. จากปัจจัยแห่งความสำเร็จในการเป็นพนักงานขาย ท่านคิดว่า ธนาคารควรมีการบริหารจัดการปัจจัยเหล่านั้นอย่างไรเพื่อสนับสนุนการขายของพนักงาน

3. ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จในการเป็นพนักงานขาย คือ ปัจจัยใดบ้าง และธนาคารควรมีการปรับปรุงปัจจัยที่เป็นอุปสรรคอย่างไร

4. ท่านคิดว่าการประสบความสำเร็จของพนักงานขาย ต้องมีรูปแบบการพัฒนาบุคลากรอย่างไร

5. การประเมินความสำเร็จของพนักงานขาย มีขั้นตอนและเกณฑ์ในการประเมินความสามารถอย่างไร และท่านคิดว่าควรมีการปรับปรุงการประเมินความสำเร็จของพนักงานขายอย่างไร

6. ท่านมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อการปรับปรุงกระบวนการขายและเพิ่มศักยภาพในการขายของพนักงานอย่างไร

7. ปัจจัยแห่งความสำเร็จที่จะส่งผลให้ PB กับพนักงานขายธุรกิจทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพคืออะไร

ภาคผนวก ข
ผลการตรวจอักษรวิสุทธิ์



2688252301

BUU iThesis 59710077 independent study / recv: 04012562 17:35:42 / seq: 95

Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
1090430	Jan 3, 2019 at 09:24 AM	59710077@go.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	บทที่ 1.docx	Completed	0.00%

ผลการตรวจอักษรวิสุทธิ์ บทที่ 1

Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
1090431	Jan 3, 2019 at 09:24 AM	59710077@go.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	บทที่ 2.docx	Completed	0.00%

ผลการตรวจอักษรวิสุทธิ์ บทที่ 2

Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
1090432	Jan 3, 2019 at 09:24 AM	59710077@go.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	บทที่ 3.docx	Completed	0.00%

ผลการตรวจอักษรวิสุทธิ์ บทที่ 3

Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
1090434	Jan 3, 2019 at 09:24 AM	59710077@go.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	บทที่ 5.docx	Completed	0.00%

ผลการตรวจอักษรวิสุทธิ์ บทที่ 4

Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
1090433	Jan 3, 2019 at 09:24 AM	59710077@go.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	บทที่ 4.docx	Completed	0.00%

ผลการตรวจอักษรวิสุทธิ์ บทที่ 5