

การศึกษาความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้า
ของพนักงานขายของบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร

สารนิพนธ์

ของ

นางสาวรจนา ปราณช่วย

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกจิตวิทยาการแนะแนว

พฤษภาคม 2544

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

658.314

8114 ก

ธ.3

การศึกษาความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้า
ของพนักงานขายของบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร

24 ต.ค. 2544

บทคัดย่อ

ของ

นางสาววิจิรา ปรารถนช่วย

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกจิตวิทยาการแนะแนว

พฤษภาคม 2544

๒ ๑๕๘

รจนา ปราณช่วย. (2544). การศึกษาความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าของพนักงานขายของบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาการแนะแนว). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย ; มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ. คณะกรรมการควบคุม. ศาสตราจารย์ ดร.ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์, รองศาสตราจารย์ ดร.คมเพชร จัตรศุกุล.

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าของพนักงานขายของบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ประชากรเป็นหัวหน้าแผนก จำนวน 60 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าของพนักงานขาย ประกอบด้วย ด้านการกล่าวคำทักทาย ด้านเสนอขายสินค้า ด้านการปิดการขายสินค้า และด้านการกล่าวคำขอบคุณลูกค้า กรณีลูกค้าซื้อสินค้า หรือกรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ พบว่า พฤติกรรมการบริการลูกค้าของพนักงานขายมีความสำคัญ พฤติกรรมดังกล่าว ได้แก่ การกล่าวคำทักทาย การเสนอขายสินค้า การปิดการขายสินค้า และด้านการกล่าวคำขอบคุณลูกค้า กรณีลูกค้าซื้อสินค้า หรือกรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า

2. หัวหน้าแผนกมีความคิดเห็นว่า ปัญหาของพนักงานขายในการให้บริการลูกค้า ได้แก่ พนักงานขายใช้ภาษาถ้อยคำและภาษาท่าทางไม่สอดคล้องกัน น่าเสียงไม่เป็นไปตามธรรมชาติ มุ่งที่จะขายแต่สินค้า ไม่สนใจสิ่งที่ลูกค้าสอบถามและความรู้สึกของลูกค้า และมีปัญหาในการใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสารกับลูกค้าต่างชาติ

3. หัวหน้าแผนกได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาพฤติกรรมการบริการลูกค้าของพนักงานขายดังนี้

- 1) เพื่อให้พนักงานขายมีบุคลิกภาพที่จะช่วยให้การปฏิบัติงานบริการลูกค้าประสบความสำเร็จ พนักงานขายควรจะได้รับการพัฒนาในด้านความสามารถในการสื่อสารกับลูกค้า ความสามารถในการมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า การให้ความสำคัญกับลูกค้า ความสามารถในการปฏิบัติงานบริการลูกค้า การให้ความสนใจกับงานมากกว่าเรื่องส่วนตัว และการให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า

- 2) ควรจัดอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาพฤติกรรมการบริการลูกค้าให้แก่พนักงานขาย

A STUDY OF SUPERVISORS' OPINIONS ON CUSTOMER SERVICE BEHAVIORS
OF SALESPeOPLE OF A PRIVATE COMPANY IN BANGKOK

AN ABSTRACT

BY

MISS ROTJANA PRANCHOY

Presented in partial fulfillment of the requirement for the
Master of Education degree in Guidance and Counseling Psychology
At Sinkharinwirot University
May 2001

Rotjana Pranchoy. (2001). *A Study of Supervisors' Opinions on Customer Service Behaviors of Salespeople of A Private Company in Bangkok*. Master Project, M.Ed. (Guidance and Counseling Psychology) : Bangkok. Graduate School : Srinakharinwirot University. Advisor Prof. Dr.Pongpan Kirdpitak, Assoc.Prof. Dr.Khompert Chatsupakul.

This purpose of this research was to study the supervisors' opinions on customer service behaviors of salespeople of a private company in Bangkok. Sixty Supervisors of a private company in Bangkok were selected for interviews. This study used an indepth-interview questionnaire designed to identify the supervisors' opinions on customer service behaviors of salespeople. Information was elicited on greetings, introducing products to customers, closing the services with the customers, and expressing special thanks to customers for purchasing or not purchasing. The indepth – interview questionnaires responses were analyzed to identify the supervisors' opinions on customer service behaviors of salespeople.

The results of the study were as follows :

1. Analyses of both quantitative and qualitative data showed the significance of the customer service behaviors of salespeople : greetings, introducing products to the customers, closing the services with the customers, and expressing special thanks to the customers for purchasing or not – purchasing.

2. According to the supervisors' opinions, the problems of the customer service behaviors of the sales people were : the incongruence between the salesperson's verbal and nonverbal behaviors ; the incapacity to express oneself naturally without contrived or artificial behaviors ; the product oriented ; the ignorance of both content and feelings of the customers' message ; and experiencing difficulty in understanding foreign languages.

3. The supervisors' suggestions on the customer service behaviors of salespeople were as follows :

- 1) improving each salesperson's characteristics for success : the ability to communicate, to do the job well ; the ability to interact well with customers ; being customer – oriented ; being competent in the job ; being task – oriented rather than ego oriented ; and having service – mind.

- 2) providing the appropriate customer service behavior development program for salespeople.

อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ
ได้พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกจิตวิทยาการแนะแนว ของมหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
(ศาสตราจารย์ ดร.ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.คมเพชร จัตรศุภกุล)

คณะกรรมการสอบ

..... ประธาน
(ศาสตราจารย์ ดร.ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.คมเพชร จัตรศุภกุล)

..... กรรมการ
(อาจารย์ ดร.นันทา สุรักษา)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
การศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกจิตวิทยาการแนะแนว ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีคณะศึกษาศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.คมเพชร จัตรศุภกุล)
วันที่ .../... เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2544

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณา แนะนำ ให้คำปรึกษาและช่วยสนับสนุนอย่างดียิ่งจาก ศาสตราจารย์ ดร.ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์ และรองศาสตราจารย์ ดร.คมเพชร จัตรศุกุล ได้กรุณาให้ความคิดเห็นช่วยเหลือและตรวจแก้ไขข้อบกพร่อง ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดียิ่ง ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ด้วย

ขอขอบพระคุณ ดร.สมชาย ตันตาสนี และผู้เกี่ยวข้องทุกท่านที่ได้ให้โอกาสแก่ผู้วิจัยในการเก็บข้อมูลการวิจัยครั้งนี้

ขอขอบคุณผู้บังคับบัญชาของผู้วิจัย และเพื่อนๆ ระดับปริญญาโทสาขาวิชาจิตวิทยา การแนะแนว รุ่นปีการศึกษา 2541 ตลอดจนทุกท่านที่มีส่วนให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนให้ งานวิจัยสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

รจนา ปราณช่วย

สารบัญ

บทที่		หน้า
1	บทนำ	1
	ภูมิหลัง	1
	ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า	4
	ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า	4
	ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า	5
	ตัวแปรที่ศึกษา	5
	นิยามศัพท์เฉพาะ	5
2	เอกสารรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
	เอกสารที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมบริการลูกค้า	7
	เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการบริการ	8
	เอกสารที่เกี่ยวข้องกับเจตคติของพนักงานขายที่มีต่อการบริการลูกค้า ..	20
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	24
	เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการสัมภาษณ์	26
3	วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า	32
	การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	32
	การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า	32
	ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า	32
	การเก็บรวบรวมข้อมูล	33
	การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	34
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	35
	ผลการศึกษาค้นคว้า	35
5	สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	77
	ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า	77
	วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า	77
	เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า	77

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
5	การเก็บรวบรวมข้อมูล	77
	การวิเคราะห์ข้อมูล	77
	สรุปผลการศึกษาครั้งนี้ว่า	78
	อภิปรายผลการศึกษาครั้งนี้ว่า	81
	ข้อเสนอแนะ	85
	บรรณานุกรม	87
	ภาคผนวก	93
	ประวัติย่อผู้วิจัย	100

บัญชีตาราง

ตาราง		หน้า
1	ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการ กล่าวคำทักทายลูกค้าของพนักงานขาย	36
2	ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้าน ปัญหาในการกล่าวคำทักทายลูกค้าของพนักงานขาย	37
3	ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการ กล่าวคำทักทายลูกค้าของพนักงานขายที่ควรปรับปรุงแก้ไข	40
4	ข้อเสนอแนะของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการ กล่าวคำทักทายลูกค้าของพนักงานขาย	42
5	ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการ เสนอการขายสินค้าของพนักงานขาย	45
6	ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านปัญหา ในการเสนอขายสินค้าให้แก่ลูกค้าของพนักงานขาย	47
7	ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการ เสนอขายสินค้าของพนักงานขายที่ควรปรับปรุงแก้ไข	50
8	ข้อเสนอแนะของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการ เสนอขายสินค้าของพนักงานขาย	52
9	ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านที่มีต่อ การขายสินค้าของพนักงานขาย	55
10	ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้าน ปัญหาในการปิดการขายสินค้าของพนักงานขาย	56
11	ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้าน การปิดการขายสินค้าของพนักงานขายที่ควรปรับปรุงแก้ไข	58
12	ข้อเสนอแนะของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้าน การปิดการขายสินค้าของพนักงานขาย	60
13	ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้าน การกล่าวคำขอบคุณลูกค้าของพนักงานขายกรณีลูกค้าซื้อสินค้า	63

14	ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านปัญหา ในการกล่าวขอบคุณลูกค้าของพนักงานขายกรณีลูกค้าซื้อสินค้า	64
15	ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้าน การกล่าวขอบคุณลูกค้าของพนักงานขายกรณีลูกค้าซื้อสินค้าที่ควร ปรับปรุงแก้ไข	66
16	ข้อเสนอแนะของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้าน การกล่าวคำขอบคุณลูกค้าของพนักงานขายกรณีลูกค้าซื้อสินค้า	68
17	ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้าน การกล่าวขอบคุณลูกค้าของพนักงานขายกรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า	70
18	ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้าน ปัญหาในการกล่าวขอบคุณลูกค้าของพนักงานขายกรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า ..	72
19	ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้าน การกล่าวขอบคุณลูกค้าของพนักงานขายกรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า ที่ควรปรับปรุงแก้ไข	74
20	ข้อเสนอแนะของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้าน การกล่าวคำขอบคุณลูกค้าของพนักงานขายกรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า	75

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ

หน้า

- | | | |
|---|--|---|
| 1 | สายการบังคับบัญชาของพนักงานขายของบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งใน
กรุงเทพมหานคร | 4 |
|---|--|---|

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

บริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ซึ่งเป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการจัดจำหน่ายสินค้าต่าง ๆ ในการดำเนินธุรกิจนี้ คุณภาพของพนักงานขายต่อการบริการลูกค้านั้นถือได้ว่าเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่ง ดังคำกล่าวของ เลิฟล็อก (Lovelock. 1988 : 17) ได้กล่าวว่าคุณภาพของการบริการเป็นปัจจัยที่จะตัดสินความอยู่รอดขององค์กรธุรกิจ และปัจจุบันธุรกิจจะต้องมีการบริการของพนักงานขายบวกกับสินค้าที่ดีเป็นพื้นฐานของการแข่งขัน

ธุรกิจการค้าปลีกในปัจจุบันมีการขยายตัวและแข่งขันกันมากขึ้น ห้างสรรพสินค้าเกิดขึ้นมากมายในกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด ทำให้ความต้องการแรงงาน ด้านงานขายมีมากขึ้น แต่คนส่วนใหญ่ยังมีทัศนคติต่องานขายว่าเป็นอาชีพที่ต่ำต้อย ไม่มีเกียรติ ดังนั้น อาชีพพนักงานขายจึงเป็นอาชีพสุดท้ายที่คนเหล่านี้จะเลือกทำ ยกเว้นไม่สามารถหางานอื่น ๆ ทำได้ จึงจำเป็นต้องประกอบอาชีพพนักงานขาย ทำให้ผลการปฏิบัติงานอาจไม่เป็นที่พอใจ ขาดประสิทธิภาพ ไม่มีทัศนคติที่ดีในการบริการลูกค้า

จากการสัมภาษณ์เบื้องต้น หัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานของพนักงานขายของบริษัทแห่งหนึ่ง (สัมภาษณ์วันที่ 16 ธันวาคม 2542) นั้น สรุปได้ว่า พนักงานขายจะต้องมีหน้าที่ความรับผิดชอบดังนี้

1. หน้าที่ด้านการจัดซื้อสินค้า จะต้องดูแลรักษาตู้โชว์และการจัดโชว์ให้เป็นระเบียบเรียบร้อยอยู่เสมอ
2. หน้าที่ด้านเอกสารและบัญชีของบริษัท พนักงานขายจะต้องรู้จักแบบฟอร์มเอกสารเกี่ยวกับบัญชีต่าง ๆ วิธีลงบันทึก บัญชีสต็อกสินค้า วิธีตรวจนับสินค้า
3. หน้าที่ด้านความรับผิดชอบทั่วไป สิ่งที่พนักงานขายจะต้องปฏิบัติคือ การลงเวลามาทำงานทุกวัน จะต้องไม่มาทำงานสาย พนักงานขายต้องแต่งกายเรียบร้อยตามชุดฟอร์มที่บริษัทกำหนดให้
4. หน้าที่ด้านการให้บริการลูกค้า พนักงานจะต้องให้บริการที่รวดเร็ว บริการลูกค้าตามมาตรฐานการบริการของบริษัทอย่างเคร่งครัด

จากหน้าที่สำคัญหลายประการของพนักงาน นอกจากนี้หน้าที่ด้านการให้บริการลูกค้า ซึ่งนับได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญของบริษัท พนักงานขายของบริษัททุกคนจะต้องมีพฤติกรรมบริการลูกค้าให้ตรงกับมาตรฐานการบริการที่บริษัทกำหนด คือ มีการกล่าวคำทักทายลูกค้า ด้วยถ้อยคำและท่าทางสุภาพ มีการเสนอขายสินค้า มีการปิดการขาย และการกล่าวขอบคุณลูกค้า พฤติกรรมบริการลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญที่สุดของเป้าหมายบริษัทโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อพฤติกรรมบริการลูกค้าของพนักงานขาย ซึ่งถือได้ว่าเป็นความต้องการสูงสุดของบริษัท แต่ในปัจจุบันจากการสังเกตพฤติกรรมบริการลูกค้าของพนักงาน

ขายบางคนมีพฤติกรรมที่เหมาะสมในการให้บริการ/พฤติกรรมการบริการที่ดีนั้นก่อนการให้บริการ พนักงานขายมีการดูแลความเรียบร้อยภายในร้านก่อนที่ลูกค้าจะเข้ามาใช้บริการ มีการตรวจสอบสินค้าว่า มีการเปลี่ยนแปลงราคาสินค้าได้อย่างถูกต้อง มีการจัดเรียงสินค้าด้วยความเป็นระเบียบเรียบร้อย และในการให้บริการแก่ลูกค้า พนักงานใช้วาจาสุภาพกับลูกค้า มีการกล่าวทักทายลูกค้า ยิ้ม สบตาลูกค้า ใช้วาจาที่สุภาพกับลูกค้า มีการกล่าวขอบคุณและพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้า นอกจากนี้เมื่อสิ้นสุดการให้บริการแก่ลูกค้าแล้ว มีการบันทึกเอกสารได้อย่างถูกต้องเกี่ยวกับแบบฟอร์มต่าง ๆ อย่างไรก็ดีตาม ยังมีพนักงานขายเป็นจำนวนมากแสดงส่วนพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม ก่อนการให้บริการ เช่น ไม่มีการจัดเรียงสินค้าให้เรียบร้อย ไม่มีการแก้ไขป้ายราคาสินค้าให้เรียบร้อย และในขณะที่ให้บริการแก่ลูกค้านั้น พนักงานใช้วาจาไม่ค่อยเหมาะสมต่อลูกค้า ไม่สนใจลูกค้าทำให้ลูกค้าไม่พอใจ และภายหลังการให้บริการแก่ลูกค้าเสร็จสิ้นแล้วไม่มีการบันทึกเอกสารการขายต่าง ๆ ให้เรียบร้อย โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีจดหมายและโทรศัพท์ตำหนิจากลูกค้าในเรื่องพฤติกรรมการบริการลูกค้าของพนักงานขายมายังฝ่ายบุคคลว่าในปัจจุบันนี้การให้บริการลูกค้าของพนักงานขายไม่ดีเท่าในอดีต ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ พนักงานขายไม่สนใจลูกค้า ไม่มีความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ ไม่รู้จักสินค้าที่ตนขายดีพอ ไม่สนใจความต้องการของลูกค้า ขาดทักษะความชำนาญในการสื่อสารกับลูกค้า ไม่ให้การต้อนรับลูกค้า แสดงท่าทีรังเกียจหรือดูถูกลูกค้า แสดงสีหน้าท่าทางไม่สุภาพต่อลูกค้า หรือพนักงานขายบางคนขาดมารยาทที่ดีในการบริการลูกค้า ตะโกนข่มขู่ลูกค้าไปคุยกับเพื่อน พนักงานขายคนอื่น โดยไม่คำนึงว่าลูกค้าจะรู้สึกอย่างไร ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจของลูกค้าต่อบริษัทได้และลูกค้าจะไม่กลับมาซื้อสินค้าอีกต่อไป ส่งผลให้บริษัทไม่สามารถบรรลุเป้าหมายของบริษัท

พนักงานขายปลีกในห้างสรรพสินค้าไม่สามารถเลือกลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าในร้านได้ ซึ่งลูกค้าเหล่านี้มีหลายประเภท พนักงานขายจึงจำเป็นต้องให้บริการแก่ลูกค้าทุกประเภท ให้เกิดความประทับใจและอยากกลับมาซื้อสินค้าอีกในโอกาสต่อไป พนักงานขายจึงมีความสำคัญอย่างมากสำหรับบริษัทที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับห้างสรรพสินค้า บริษัทจึงจำเป็นต้องมีพนักงานขายที่ให้บริการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ดังคำกล่าว สมชาติ กิจยรรยง (2536 : 13 – 14) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติที่จะสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการ คือ การเข้าใจความต้องการของลูกค้า และการรู้จักวิธีการติดต่อสื่อสารที่ดี

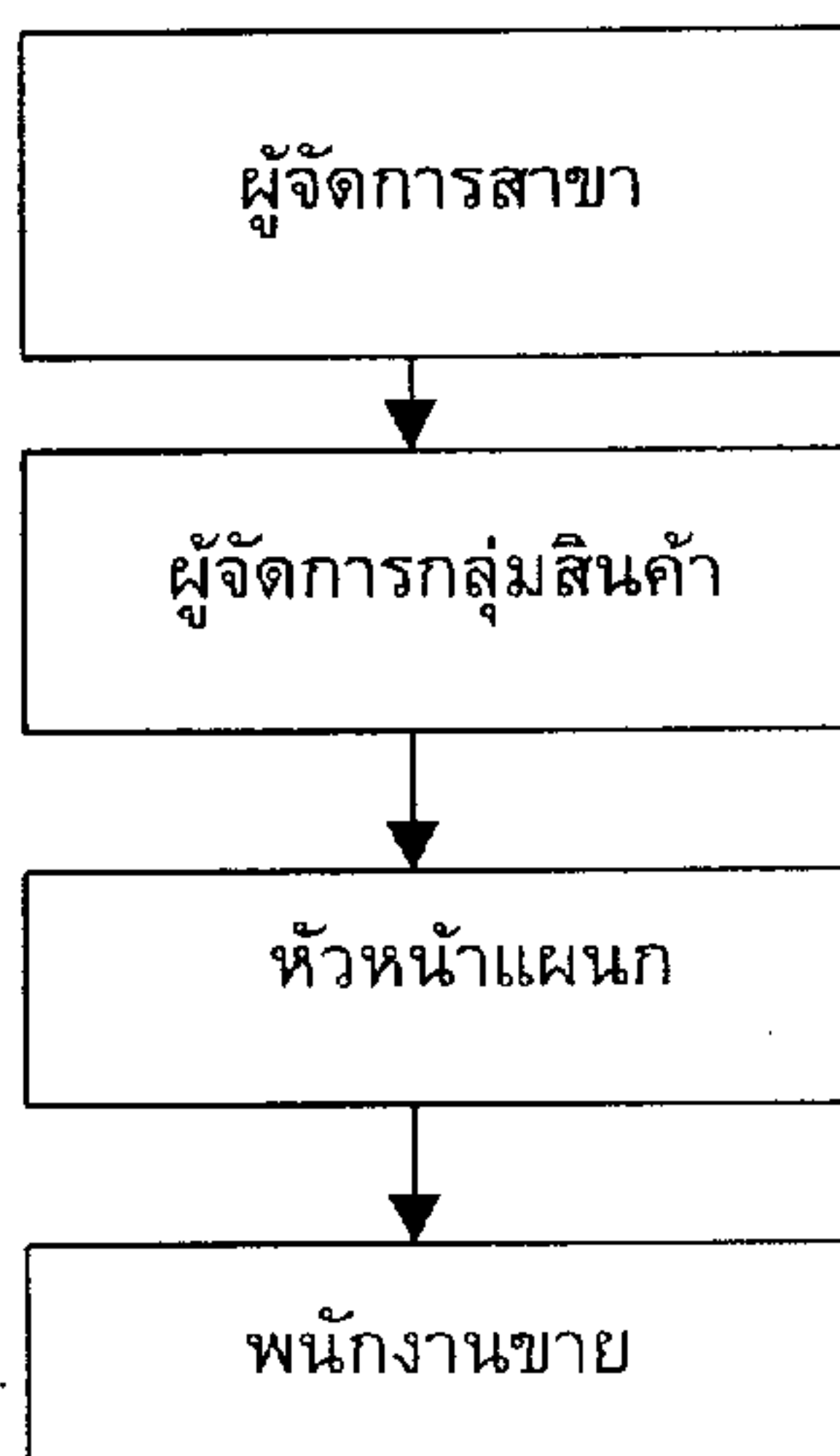
สุชิน นะตาปา (2540 : 42 – 44) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของพนักงานขายว่า พนักงานขายควรมีเจตคติที่ดีในอาชีพ มีความรู้เกี่ยวกับลูกค้า มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความอดทน มีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขั้น มีสุขภาพพลานามัยที่สมบูรณ์และแต่งกายสุภาพ

สมศิริ แทนปั้น (2538 : 5 – 7) กล่าวว่า คุณสมบัติของพนักงานขายที่จะประสบความสำเร็จจะต้องมีคุณลักษณะต่าง ๆ ดังนี้ มีความรักในอาชีพขาย มีความรู้มีความสามารถในการวิเคราะห์คน วิเคราะห์สถานการณ์ทางการขายได้ มีความซื่อสัตย์ต่อตนเอง ต่อลูกค้า ต่อกิจการ

มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงานขาย มีความเชื่อมั่นในตัวเอง มีความชอบที่จะติดต่อกับบุคคลอื่น ๆ และมีความรับผิดชอบในการทำงานอย่างเต็มความสามารถ

พนักงานขายถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญต่อการเพิ่มพูนและพัฒนายอดขายให้แก่บริษัท ดังนั้น ถ้าพนักงานขายแสดงพฤติกรรมไม่เหมาะสมต่อลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่ง พฤติกรรมการบริการลูกค้าของพนักงานขายไม่เป็นที่พึงพอใจของลูกค้าแล้ว โอกาสที่ลูกค้าจะเข้ามาใช้บริการของบริษัทนั้นเป็นไปได้ยาก และมีแนวโน้มที่ลูกค้าจะบอกพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมดังกล่าวต่อไปยังลูกค้ารายอื่นในที่สุด ไม่มีลูกค้าคนใดเข้ามาใช้บริการกับทางบริษัทอีกต่อไป เนื่องจากไม่มีลูกค้าคนใดมีความต้องการที่จะเข้ามาใช้บริการกับบริษัทที่มีพนักงานขายแสดงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม ซึ่งเมื่อลูกค้าไม่เข้ามาใช้บริการ ซื้อสินค้ากับทางบริษัท บริษัทก็ไม่สามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ ส่งผลให้บริษัทอาจจะต้องปิดกิจการไปในที่สุด

จากสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ที่จะศึกษาพฤติกรรมการบริการลูกค้าของพนักงานขายในฐานะที่ผู้วิจัยทำงานฝ่ายบุคคลประจำบริษัท ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการแสดงออกด้านพฤติกรรมการบริการลูกค้าของพนักงานขาย และได้รับมอบหมายจากฝ่ายบริหารประจำบริษัทให้ดูแลพฤติกรรมการบริการลูกค้าของพนักงานขายให้ตรงกับมาตรฐานการบริการลูกค้าของบริษัทให้ได้ ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ที่จะศึกษาพฤติกรรมการบริการลูกค้าของพนักงานขาย เพื่อจะได้นำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประกอบการพัฒนาพฤติกรรมการบริการลูกค้าของพนักงานขายให้ดียิ่งขึ้น และเป็นที่พึงพอใจของลูกค้ามากที่สุด ผู้วิจัยจึงศึกษาพฤติกรรมการบริการลูกค้าของพนักงานขาย โดยวิธีการสัมภาษณ์ เชิงลึกกับหัวหน้าแผนกทุกแผนกที่ทำหน้าที่ดูแลและควบคุมพฤติกรรมการบริการลูกค้าของพนักงานขาย เนื่องจากหัวหน้าแผนกมีความเกี่ยวข้องและใกล้ชิดกับพนักงานขาย และรับผิดชอบเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าของพนักงานขายโดยตรง จึงเป็นวิธีที่ผู้วิจัยจะได้ข้อมูลที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริงในเรื่องการแสดงออกและพฤติกรรมการบริการลูกค้าได้ตรงกับความจริงมากที่สุด ซึ่งจากสายการบังคับบัญชาของบริษัท พนักงานขายทุกคนของบริษัทจะต้องอยู่ภายใต้การดูแลของหัวหน้าแผนก ซึ่งแต่ละแผนกจะมีหัวหน้าแผนก และในแผนก หัวหน้าแผนกจะต้องดูแลพฤติกรรมการบริการภายใต้การบังคับบัญชาของผู้จัดการกลุ่มสินค้า ซึ่งผู้จัดการกลุ่มสินค้าจะดูแลหัวหน้าแผนกหลายแผนกด้วยกัน ดังนั้นความใกล้ชิดระหว่างผู้จัดการกลุ่มสินค้ากับพนักงานขายย่อมห่างออกไป ไม่เหมือนกับหัวหน้าแผนกจะมีความใกล้ชิดและสนิทสนมกับพนักงานขายได้มากกว่า และพนักงานทั้งหมดของบริษัทก็จะอยู่ภายใต้การบังคับบัญชาของผู้จัดการสาขาทั้งสิ้น ดังภาพประกอบสายการบังคับบัญชาพนักงานขายของบริษัท



ภาพประกอบ 1 สายการบังคับบัญชาของพนักงานขายของบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งใน กรุงเทพมหานคร

เนื่องจากผู้วิจัยทำหน้าที่ฝ่ายบุคคลมีหน้าที่หลักในการคัดเลือกและพัฒนาบุคลากรของบริษัท โดยเฉพาะอย่างยิ่งรับผิดชอบโดยตรงกับการฝึกอบรมพนักงานขาย เมื่อเห็นว่าในปัจจุบันพฤติกรรมบริการของพนักงานขายไม่เป็นที่พึงพอใจของลูกค้าจึงมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาพฤติกรรมบริการลูกค้าอย่างเร่งด่วน เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าของพนักงานขายว่าในปัจจุบันเป็นอย่างไร ปัญหาที่พบในการบริการลูกค้าและพฤติกรรมในการบริการลูกค้าที่ควรปรับปรุงแก้ไขมีอะไรบ้าง เพื่อนำผลของการวิจัยที่ได้มาใช้ในการพัฒนาพฤติกรรมของพนักงานขายให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้าและตรงกับวัตถุประสงค์ของบริษัทที่มีต่อการให้บริการลูกค้าในโอกาสต่อไป

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า *วิจัยเชิงลึก*

เพื่อศึกษาความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าของพนักงานขายของบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In – Depth Interview)

ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า

ผลของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ จะทำให้ทราบความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าของพนักงานขาย เพื่อที่จะนำข้อมูลที่ได้ไปพัฒนาพฤติกรรม

บริการลูกค้าของพนักงานขาย ตลอดทั้งเพื่อนำไปเป็นแนวทางในการคัดเลือกบุคลากรที่จะทำหน้าที่ด้านการบริการต่อไป

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

แหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าเป็นหัวหน้าแผนกของบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งใน กรุงเทพมหานคร จำนวน 60 คน

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรที่ศึกษาได้แก่ ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าของพนักงานขาย

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. พฤติกรรมบริการลูกค้า หมายถึง การแสดงออกของพนักงานขายในการบริการลูกค้า ได้แก่ การกล่าวคำทักทาย การเสนอขายสินค้า การปิดการขาย การกล่าวขอบคุณลูกค้าดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.1 การกล่าวคำทักทาย ได้แก่ การทักทายลูกค้าด้วยถ้อยคำและท่าทางสุภาพ

1.2 การเสนอขายสินค้า ได้แก่ สบตา ยิ้ม และพูดว่า “ดิฉัน/ผม จะช่วยอะไรคุณได้บ้างคะ / ครับ”

1.3 การปิดการขาย ได้แก่ การใช้ถ้อยคำและท่าทางสุภาพโดยพูดว่า “ตกลงจะรับสินค้าชิ้นนี้นะคะ / ครับ” พร้อมกล่าวทวนเงินค่าสินค้าแก่ลูกค้า

1.4 การกล่าวขอบคุณลูกค้า ในกรณีต่อไปนี้

1.4.1 กรณีลูกค้าซื้อสินค้า ได้แก่ กล่าวขอบคุณลูกค้าพร้อมส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าและเรียนเชิญลูกค้ามาแวะชมสินค้าอีกในโอกาสต่อไป

1.4.2 กรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า ได้แก่ กล่าวขอบคุณลูกค้าที่ลูกค้าแวะชมสินค้า พร้อมกล่าวเชิญชวนลูกค้ามาแวะชมสินค้าอีกในโอกาสต่อไป และไม่แสดงท่าทางไม่พอใจลูกค้า

2. ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าของพนักงานขาย หมายถึง การเสนอแนวคิดหรือข้อเสนอแนะใหม่ๆ ของหัวหน้าแผนกขายเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าของพนักงานขาย ทั้งพฤติกรรมบริการลูกค้าในปัจจุบันของพนักงานขาย ปัญหาของพนักงานขายในการให้บริการลูกค้าและพฤติกรรมบริการลูกค้า

ที่พนักงานขายควรปรับปรุง ซึ่งได้แก่ การกล่าวคำทักทาย การเสนอขายสินค้า การปิดการขาย และการกล่าวคำขอบคุณลูกค้า

3. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) หมายถึง วิธีการสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัย สัมภาษณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากหัวหน้าแผนกด้วยตนเองเกี่ยวกับพฤติกรรมของพนักงาน ขายที่แสดงออกต่อลูกค้าในการปฏิบัติงานขาย ได้แก่ การกล่าวคำทักทาย การเสนอขายสินค้า การกล่าวคำทักทาย การเสนอขายสินค้า การปิดการขาย การกล่าวขอบคุณลูกค้า โดยมีขั้นตอน การสัมภาษณ์เชิงลึกดังนี้

3.1 ขั้นนำ

ผู้วิจัยชี้แจงวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์ การรักษาความลับของเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการสัมภาษณ์ การขออนุญาตจัดบันทึกระหว่างการสัมภาษณ์ หลังจากนั้นผู้วิจัย สร้างความคุ้นเคย ความไว้วางใจกับผู้ให้ข้อมูลด้วยการพูดคุยถึงเรื่องทั่วไป รวมทั้งแสดงท่าที ด้วยความจริงใจ ทั้งภาษาถ้อยคำและภาษาท่าทาง

3.2 ขั้นตอนการ

ผู้วิจัยสัมภาษณ์หัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าของพนักงาน ขายในปัจจุบัน ปัญหาในการให้บริการลูกค้า และพฤติกรรมในการบริการลูกค้าที่ควรปรับปรุง แก้ไขโดยพฤติกรรมบริการลูกค้า จะครอบคลุมพฤติกรรมการกล่าวคำทักทายลูกค้า การ เสนอขายสินค้า การปิดการขายและการกล่าวขอบคุณลูกค้า ในการสัมภาษณ์ผู้วิจัยใช้เทคนิค ต่าง ๆ ต่อไปนี้ คำถามปลายเปิด เทคนิคการฟัง การทวนคำหรือการสะท้อนความรู้สึก

3.3 ขั้นปิดการสัมภาษณ์

ผู้วิจัยสรุปผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าของพนักงาน ขายและเปิดโอกาสให้หัวหน้าแผนกสรุปเพิ่มเติมและกล่าวขอบคุณหัวหน้าแผนกผู้ให้การ สัมภาษณ์

4. หัวหน้าแผนก หมายถึง พนักงานที่ทำหน้าที่ควบคุมดูแลพฤติกรรมของพนักงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งพฤติกรรมที่พนักงานขายแสดงออกต่อลูกค้า หัวหน้าแผนกจำแนกเป็น เพศ ชาย 18 คน เพศหญิง 42 คน อายุตั้งแต่ 30 ปี ถึง 40 ปี มีประสบการณ์ในการทำงานด้าน การควบคุมดูแลพนักงานขายตั้งแต่ 5 ปี ถึง 10 ปี

5. พนักงานขาย หมายถึง พนักงานที่มีหน้าที่ในการให้บริการลูกค้าด้านงานขายทั้ง เพศชายและเพศหญิง ที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปี ถึง 25 ปี มีประสบการณ์ในการทำงานด้านการ ให้บริการลูกค้าตั้งแต่ 1 ปี ถึง 5 ปี

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามลำดับดังนี้

1. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมบริการลูกค้าของพนักงานขาย
 - 1.1 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมบริการลูกค้า
 - 1.2 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการบริการ
 - 1.3 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับเจตคติของพนักงานขายที่มีต่อการบริการลูกค้า
 - 1.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพ
2. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการสัมภาษณ์

1. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมบริการลูกค้าของพนักงานขาย

1.1 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมบริการลูกค้า

สำหรับพฤติกรรมในการทำงานของพนักงานขาย ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์กับผู้บังคับบัญชาของพนักงานขาย ซึ่งได้แก่ ผู้จัดการร้านและการศึกษาจากเอกสารสามารถสรุปพฤติกรรมในการทำงาน ที่มีผลต่อการปฏิบัติงานออกได้เป็น 4 หัวข้อหลักตามหน้าที่ความรับผิดชอบได้แก่

1. พฤติกรรมด้านการขาย การให้บริการ พนักงานจะต้องมีหน้าที่ความรับผิดชอบ ดังนี้

1.1 การเตรียมตัวก่อนเปิดร้าน โดยพนักงานขายจะต้อง

1.1.1 รู้ประมาณการขายประจำวัน

1.1.2 ลงบันทึกการขายประจำวัน

1.1.3 สอบถามผู้จัดการร้านถึงสินค้าตัวใหม่ สินค้าที่เปลี่ยนแปลงราคา และสินค้าที่มีในสต็อก

1.1.4 ดูแลความเรียบร้อยภายในร้าน และมีความพร้อมในการต้อนรับลูกค้าตลอดเวลา

1.2 จะต้องมีความรู้ลักษณะที่เหมาะสมตามมาตรฐานพฤติกรรมที่พึงประสงค์ กล่าวคือ

1.2.1 จะต้องสร้างบุคลิกที่ยิ้มแย้มแจ่มใสต่อเพื่อนร่วมงานและลูกค้า

1.2.2 จะต้องมีความรวดเร็วในการสนทนากับลูกค้า และให้ลูกค้าเกิดความสนใจในสินค้า ตลอดจนการกล่าวเสริมให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในสินค้า

1.2.3 จะต้องแนะนำให้ลูกค้าซื้อสินค้าเพิ่มเติม

1.2.4 ตอบคำถามของลูกค้าอย่างสุภาพ อ่อนน้อม

1.2.5 ในขณะบริการลูกค้าให้ปฏิบัติตามมาตรฐานการบริการอย่าง

เคร่งครัด

2. พฤติกรรมด้านการจัดโชว์สินค้า พนักงานขายจะต้อง

2.1 ดูแลรักษาตู้โชว์และการจัดโชว์สินค้าให้เป็นระเบียบเรียบร้อยอยู่เสมอ

2.2 ตรวจสอบว่าการจัดโชว์สินค้าเป็นไปตามระบบที่บริษัทกำหนด เช่น ประเภทสินค้า ลักษณะ แบบ และราคาสินค้า

2.3 ตรวจสอบสินค้าที่จัดโชว์ว่าอยู่ในสภาพที่มีคุณภาพ เช่น สภาพสินค้าสมบูรณ์ ไม่มีตำหนิ หรือเก่า สกปรกและติดป้ายราคาแล้วอย่างเรียบร้อย สวยงาม

2.4 ติดป้ายราคาที่สินค้าให้ถูกต้องในตำแหน่งที่เหมาะสม และปิดป้ายราคาสินค้าที่โชว์ทุกคู่

2.5 แก้ไขราคา เพิ่ม-ลด บนสินค้า

3. พฤติกรรมด้านเอกสารและบัญชีร้าน พนักงานขายจะต้อง

3.1 รู้จักแบบฟอร์มเอกสารเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์

3.2 รู้จักวิธีลงบันทึก

3.3 รู้จักเอกสารบัญชีร้าน บัญชีสต็อกสินค้า และบัญชีเงินสด

4. พฤติกรรมด้านหน้าที่ความรับผิดชอบโดยทั่วไป ซึ่งสิ่งที่พนักงานขายจะต้องปฏิบัติได้แก่

4.1 พนักงานขายทุกคนจะต้องลงเวลามาทำงานและลงเวลากลับด้วยทุกวัน

4.2 พนักงานขายทุกคน จะต้องแต่งกายเรียบร้อยตามชุดฟอร์ม ที่บริษัทเป็นผู้กำหนดให้

4.3 พนักงานขายคนใดมีหน้าที่ดูแลสินค้าประเภทใด ให้ตรวจสอบโดยสม่ำเสมอ ถ้าปรากฏว่ามีสินค้าที่มีตำหนิ หรือมีสินค้าที่ส่งผิดมาจากคลังสินค้าให้จัดการคัดออกเพื่อดำเนินการส่งคืน

4.4 พนักงานขายคนใดที่มีความคิดเห็น และข้อเสนอแนะที่จะช่วยเพิ่มยอดขายในร้านให้แจ้งหัวหน้า

4.5 ความขยันหมั่นเพียร ความตั้งใจในการทำงาน และความมีมนุษยสัมพันธ์ในการทำงาน เป็นคุณลักษณะสำคัญที่พนักงานขายจะละเลยไม่ได้

1.2 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการบริการ

1. ความหมายเกี่ยวกับการบริการ

สุมนา อยู่โพธิ์ (2537) ได้กล่าวว่า บริการเกิดขึ้นจากการปฏิบัติของผู้ขายบริการ ฉะนั้นคุณภาพของการบริการจะเป็นอย่างไรจึงขึ้นอยู่กับปฏิบัติของผู้ให้บริการและ

ในบางครั้งบริการเป็นเพียงความคิด(Idea) วัตถุดิบของการบริการประเภทนี้ก็คือ “ความคิดที่ดี” (Good Idea) ความคิดที่ดีหลาย ๆ คนคิดไม่ถึงยังมีอีกมาก เมื่อเกิดความคิดที่ดีขึ้นแล้วบางครั้งจำเป็นต้องเพิ่มปัจจัยอื่นอีกด้วย เช่น ความรู้ความชำนาญทางเทคนิคเข้าไปเพื่อให้ความคิดนั้นเป็นผลออกมา เป็นต้น

วารสารมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2533) ได้สรุปความหมายการบริการลูกค้าว่า “การบริการลูกค้า หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่กิจการกำหนดขึ้น ใช้ควบคุมสนับสนุนการขาย และการจัดจำหน่าย โดยมุ่งให้ลูกค้าพอใจ เกิดอรรถประโยชน์ทางด้านเวลาและสถานที่”

พรเทพ ปิยวัฒนาเมธา (2536 : 58) ให้คำจำกัดความ การให้บริการที่ดีคือ การให้ลูกค้าในสิ่งที่เขาต้องการในเวลาที่เขาต้องการ และในรูปแบบที่เขาต้องการ เพื่อที่จะมีความพอใจอย่างเต็มที่ ซึ่งกล่าวโดยสรุปแล้ว การให้บริการหมายถึง การให้สิ่งที่ลูกค้า ต้องการเพื่อบำบัดทั้งความต้องการและความจำเป็นพร้อม ๆ กัน

สุมนา อยู่โพธิ์ (2537 : 19) ได้กล่าวว่า “บริการ หมายถึง กิจกรรม ประโยชน์ หรือ ความพอใจซึ่งได้เสนอเพื่อขาย หรือกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับการขายสินค้า”

จากความหมายของการบริการที่กล่าวมานั้น สำหรับในงานวิจัยนี้สรุปได้ว่า “การบริการเป็นกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดจากพนักงานขายหรือผู้ให้บริการปฏิบัติเพื่อให้ความช่วยเหลือให้เกิดความสะดวก ความพึงพอใจต่อลูกค้า”

2. ความสำคัญและลักษณะทั่วไปของการบริการ

การให้บริการที่ดีและมีคุณภาพจากตัวบุคคล ซึ่งต้องอาศัยเทคนิค กลยุทธ์ ทักษะ และความแนบเนียนต่าง ๆ ที่จะทำให้ชนะใจลูกค้า ผู้ที่ติดต่อธุรกิจ หรือบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการ จึงถือได้ว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งในปัจจุบันนี้ การให้บริการสามารถกระทำได้ทั้งก่อนการติดต่อ ในระหว่างการติดต่อหรือภายหลังการติดต่อ โดยได้รับการบริการจากตัวบุคคลทุกระดับในองค์กร รวมทั้งผู้บริหารขององค์กรนั้น ๆ

การบริการที่ดีจะเป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้ที่ติดต่อกับองค์กรธุรกิจเกิดความเชื่อถือเป็นศรัทธาและสร้างภาพลักษณ์ ซึ่งจะมีผลในการสั่งซื้อหรือใช้บริการอื่น ๆ ในโอกาสหน้า ซึ่งการบริการอาจจะทำได้ในรูปแบบต่าง ๆ ดังที่ สมชาติ กิจยรรยง (2536 : 15) แบ่งการบริการไว้ดังนี้คือ การต้อนรับและการเอาใจใส่ การให้บริการทางโทรศัพท์ การให้บริการในร้านค้า หรือสำนักงาน การบริการภายหลังการขาย การบริการสำหรับพนักงานช่าง ทักษะในการปฏิบัติงานเพื่อบริการในสำนักงาน

สมนา อยู่โพธิ์ (2537 : 7 - 8) กล่าวว่า บริการมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างไปจากผลิตภัณฑ์ทั่วไป ดังนี้

1. จับต้องไม่ได้ การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องหรือสัมผัสไม่ได้ด้วยประสาททั้งห้า ไม่ว่าจะเป็นก่อนซื้อหรือหลังซื้อ ดังนั้น ปัญหาการขายอยู่ที่โปรแกรมการส่งเสริมของกิจการ เช่น พนักงานขาย การจัดโฆษณาชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากบริการมากกว่าตัวสินค้า

2. แยกออกจากกันไม่ได้ ในด้านการตลาดหมายถึง การขายมีทางเดียว คือการขายโดยตรง ผู้ขายบริการคนเดียว ไม่สามารถขายในตลาดหลายแห่งได้ อันเป็นการจำกัดขอบเขตดำเนินการของกิจการ การบริการนี้มีลักษณะเป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะงานจึงเพิ่มบริการได้น้อย

3. แตกต่างกันทำให้การกำหนดมาตรฐานทำได้ยาก การบริการจากคนเดียวกันแต่ต่างวาระกันไม่เหมือนกัน จึงเกิดปัญหาการพิจารณาของการบริการก่อนการซื้อ

4. เป็นความต้องการที่สูญเสียดัง่ายและขึ้นลงมากตามฤดูกาล การบริการมีการสูญเสียดังสูง สต็อกไม่ได้ โดยเฉพาะตลาดของการบริการขึ้นลงตามฤดูกาล

ฉลอง ภิรมณรัตน์ (2521) ได้กล่าวถึง จิตวิทยาและการบริการว่า อาชีพประเภทบริการหรือประเภทอำนวยความสะดวกทางกายให้แก่ผู้คน เป็นอาชีพหนึ่งที่แพร่หลายกันมากในสังคมเมือง อาชีพประเภทนี้มีความจำเป็นที่จะต้องติดต่อกับผู้คนที่มาใช้บริการ การที่จะทำงานอาชีพประเภทนี้ให้ได้ผลดี จึงต้องพึงพาอาศัยหลักการทางจิตวิทยาสังคม และได้กล่าวถึงหลักการทางจิตวิทยาสังคมบางประการ ซึ่งสามารถที่จะนำมาเป็นข้อคิดและปฏิบัติในงานประเภทบริการผู้อื่น เพื่อให้ผู้ซื้อบริการมีความพึงพอใจมากขึ้น พอสรุปได้ดังนี้

1. บุคลิกภาพของผู้บริการ โดยหลักการทางจิตวิทยาผู้ไปใช้บริการย่อมมีความคาดหวังอย่างน้อยที่สุดก็หนึ่งทาง คือความคาดหวังที่จะได้รับการยอมรับจากผู้ให้บริการว่า ตนมีอำนาจเหนือกว่าผู้ให้บริการเกือบทุกผู้ทุกนามก็ว่าได้ ดังนั้น การเลือกบุคคลมาทำหน้าที่บริการจึงต้องเลือกบุคคลที่มีบุคลิกภาพในลักษณะที่สุภาพเรียบร้อย อ่อนน้อมต่อคนทั่วไป รุดจาสมมาคารวะ มีน้ำใจมีลักษณะท่าทีไม่อวดหยิ่งหรือนักเลงโตต่อผู้มาใช้บริการ

2. การปรับตัวของผู้บริการ ผู้ทำหน้าที่ให้บริการแม้จะมีรูปร่างหน้าตาดี ก็ยังไม่เพียงพอ สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ สามารถปรับตัวเองให้เข้ากับอารมณ์ของผู้ใช้บริการได้ทุกโอกาส การใช้อารมณ์ค้าง หรือหัวเสียมาจากเรื่องอื่น ๆ มาระบายออกกับผู้มาใช้บริการ ก็เท่ากับเป็นการใส่ผู้ให้บริการโดยตรง

3. ทศนคติของผู้บริการ การมีอคติรู้สึกลำเอียงต่อลูกค้า เป็นการทำให้การให้บริการด้อยลง บางครั้งก็แสดงความไม่พอใจออกมาให้ปรากฏ ก็เท่ากับว่าเราปิดประตูตัวเอง ตัดความเจริญของตนเองโดยมีทัศนคติเป็นเหตุ

4. การมีมนุษยสัมพันธ์ของผู้บริการ พ่อค้าผู้ให้บริการบางแห่งพูดจาถ้อยและพูดได้ทั้งวัน แต่บางคนนั่งอ่านหนังสือพิมพ์เฉย ๆ โดยไม่สนใจต่อผู้คนที่มาใช้บริการ จะพูดด้วยก็พูดแบบใบหน้าบึ้ง ไม่เคยยิ้มกับใคร คนแบบนี้จัดมาทำงานบริการไม่ได้

5. การรู้จักโน้มน้าวจิตใจของผู้บริการ ผู้ขายบริการมีความจำเป็นจะต้องรู้จักวิธีการโฆษณาดังที่เป็นไปในลักษณะที่มีเหตุผล พอเชื่อได้และไม่เกินความเป็นจริงมากนัก การรู้จักวิธีการโฆษณาอย่างเหมาะสม จะดำเนินการบริการได้ดีกว่าการขายโฆษณาอย่างชนิดครึ่งต่อครึ่ง ผู้ให้บริการจึงต้องมีความรู้ในเรื่องที่จะให้บริการ ผู้ให้บริการที่รู้จักวิธีการใช้เครื่องล่อใจให้ผู้ใช้บริการเกิดมีภาวะผูกพันทางใจ กับบริการของเขา

6. รู้จักศิลปะในการตกแต่งของผู้บริการ ในการแข่งขันกันหลายแง่หลายมุม ศิลปะในการตกแต่ง เช่น การรู้จักใช้สี แสง เสียงหรือการจัดวางร้าน ถือเป็นเรื่องสำคัญเรื่องหนึ่งเช่นกัน

พนักงานขาย หรือการขายโดยบุคคล ถือว่าเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลอย่างยิ่งที่จะสร้างความประทับใจและซาบซึ้งแก่ผู้ซื้อ สินค้าและบริการ ซึ่งพรรณพิมล ก้านกนก (2527 : 461) ได้แบ่งไว้ 3 ประการ ดังนี้

1. การเผชิญหน้ากัน การขายโดยบุคคลเป็นการติดต่อเกี่ยวพันระหว่างคนกับคน จึงมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงระหว่างกันสามารถปฏิบัติได้ทันทีทันควัน มีลักษณะการปฏิบัติการที่มีชีวิตชีวาให้ความเป็นจริงมากที่สุด ผู้ปฏิบัติงานสามารถสังเกต ความต้องการ เรียนรู้อุปนิสัย บุคลิกภาพ กิริยาอาการ ความชอบ ทัศนคติ ของลูกค้าเป็นราย ๆ ไป จึงสามารถปรับกระบวนการขายให้สอดคล้องกับโอกาสขายได้อย่างเหมาะสมยิ่งขึ้น

2. หว่านผลพวงหน้าการขาย โดยบุคคลก่อให้เกิดความสัมพันธ์และจะดำเนินกิจกรรมที่มุ่งเพื่อให้ลูกค้าซื้อสินค้า มีการเอาอกเอาใจ โดยหวังว่าจะผลักดันให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อโดยหวังผลพวงหน้า เพื่อสร้างความสำเร็จในระยะยาว

3. ปฏิกริยาตอบรับ การขายโดยพนักงานขายทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกผูกพันที่จะต้องรับฟังคำพูดของพนักงานขาย แม้ว่าบางครั้งเขาไม่มีความตั้งใจที่จะซื้อเลย แต่พนักงานขายจะใช้ความสามารถในการหว่านล้อมทำให้ลูกค้ายอมรับฟัง รับรู้ ซึ่งเปิดโอกาสไปสู่ความสำเร็จของการขายมากขึ้น

ทวีศักดิ์ สุวคนธ์ (2529 : 20 - 22) ได้อธิบายลักษณะทั่วไปของงานขายว่าเป็นงานที่มีลักษณะ 7 ประการด้วยกัน คือ

1. งานขายเป็นงานหลัก ต้องสร้างมิตรภาพ สัมพันธภาพกับลูกค้า ต้องให้บริการอย่างสุดซึ้งแจ่มใสแม้ในเวลาที่ไม่สะดวก

2. งานขายเป็นงานจำเจ เช่น บางครั้งบางครั้งอาจต้องเดินทางในเส้นทางเดียวกันซ้ำแล้วซ้ำเล่า พบหน้าลูกค้าเก่าซ้ำเป็นประจำ หรือบางทีในการเสนอขายสินค้าจะต้องพูดเรื่องเดียวกันกับลูกค้าต่าง ๆ กันหลายคน วันละหลายครั้งหลายหน

3. งานขายเป็นงานที่พบกับสิ่งท้าทายใหม่ ๆ ทุกวัน มีทั้งเรื่องตื่นเต้นและน่ากังวล ฉะนั้นผลงานที่ได้ออกมาจะไม่แน่นอน พนักงานขายอาจพบกับความผิดหวัง ล้มเหลว บางวันอาจจะขายไม่ได้ ซึ่งบางคนก็อาจทนไม่ได้

4. งานขายเป็นงานที่พนักงานขายถูกปล่อยให้ทำงานเพียงคนเดียว ไม่มีใครมาดูแล บงการตลอดเวลา ถ้ามีปัญหาเกิดขึ้นจะต้องหาทางแก้ปัญหาช่วยตัวเองก่อน

5. งานขายเป็นงานสร้างสรรค์ พนักงานขายต้องสร้างให้คนเกิดความต้องการ พนักงานต้องเป็นผู้สร้างอุปสงค์ (Create Demand) ให้เกิดขึ้น

6. งานขายเป็นงานที่มีโอกาสก้าวหน้า เพราะงานขายได้เรียนรู้ถึงผลิตภัณฑ์ ลูกค้า ความได้เปรียบเสียเปรียบของคู่แข่ง ได้พบคู่แข่งแบบเผชิญหน้า จึงไม่น่าแปลกใจเลยที่ประธาน บริษัทหลายแห่ง มาจากหน่วยงานขายมากกว่าหน่วยงานอื่น ๆ

7. งานขายเป็นงานที่รายได้ดี พนักงานขายสามารถหาเงินได้มากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับ ผลงานของตนเอง

จากแนวคิดต่าง ๆ เกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของการบริการ พอจะสรุปได้ว่าการบริการ เป็นสิ่งมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างไปจากผลิตภัณฑ์ทั่วไป เป็นอาชีพที่จะต้องติดต่อเกี่ยวข้องกับ ผู้คนที่มาใช้บริการ และการบริการโดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริการที่ใช้คนหรือพนักงานคอยให้ บริการถือว่าเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลอย่างยิ่งที่จะสร้างความประทับใจและซาบซึ้งใจแก่ผู้ซื้อสินค้าและ ผู้รับบริการได้

3. คุณสมบัติของพนักงานขายที่ประสบผลสำเร็จ

ไฮส์ (Hise, 1980) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติสำหรับการประสบความสำเร็จในอาชีพ การขายนั้น ประกอบด้วย 4 ส่วนสำคัญ คือ

1. การศึกษาปัจจุบันพบว่า พนักงานขายที่ประสบความสำเร็จส่วนมากจะมีการศึกษา ในระดับวิทยาลัย ซึ่งส่วนมากจะเป็นหลักสูตร 2 ปี หรือ 4 ปี แต่ยังเป็นเรื่องที่ไม่ยืนยัน แต่เรื่อง ที่มีความเกี่ยวข้องกับอาชีพการขายมากกว่า คือ สาขาวิชาเอกที่เรียน ซึ่งพบว่า พนักงานขายที่ สำเร็จการศึกษาสาขาที่เกี่ยวข้องกับการขาย หรือการตลาดจะเหมาะสมกับอาชีพการขายมากกว่า เพราะมีพื้นฐานในด้านเทคนิคที่จำเป็นในการขาย

2. คุณลักษณะส่วนบุคคล พบว่า พนักงานขายที่มีประสิทธิภาพจะเป็นคนที่มีการสื่อ สารที่ดี จริงใจ และมีกิริยาที่สามารถเชื่อถือได้ จะต้องมีความกระตือรือร้น มีความเชื่อมั่น และมีการแต่งกายที่เหมาะสม ซึ่งพนักงานที่แต่งงานแล้ว จะมีแนวโน้มที่ทำได้ดีกว่าคนโสด

3. บุคลิกภาพ เชื่อว่าปัจจัยทางบุคลิกภาพมีความจำเป็นต่อความสำเร็จในการขาย ซึ่ง พบว่า พนักงานขายที่ประสบความสำเร็จมักมีแนวโน้มของบุคลิกภาพเป็นแบบ ขอบกั้วล มีความรู้สึกไวต่อบุคคลอื่น มีความรู้สึกไวต่อความต้องการของบุคคลอื่น ไม่ชอบการเสี่ยง มีความ มั่นคง มีจินตนาการ และมีความปรารถนาความสำเร็จก้าวหน้า

4. นิสัยและประสบการณ์ในการทำงาน ซึ่งพบว่าพนักงานขายที่ประสบความสำเร็จ มักมีนิสัยการทำงานที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็ว มีความสามารถในการสรุป

และสถิติการใช้สินค้าหรือค่านิยมการซื้อสินค้า และพนักงานที่มีประสิทธิภาพมักผ่าน
ประสบการณ์ในการทำงานมาแล้ว

นอกจากนั้น บุนผา ไร่รักษา (2537 : 58 - 59) ยังได้กล่าวถึงคุณสมบัติของนักขายที่
พึงปรารถนา ไว้ดังนี้

คุณสมบัติของนักขายที่ธุรกิจต้องการ มีลักษณะดังนี้

1. มีความขยันหมั่นเพียร อดทนในการทำงาน มีความทะเยอทะยานต่อความก้าวหน้า
2. ต้องเป็นบุคคลที่ตรงต่อเวลา
3. มีความรักในการขายและเชื่อมั่นในสินค้าที่ตนขายอยู่
4. มีความซื่อสัตย์สุจริต
5. มีบุคลิกภาพดี
6. มีความรับผิดชอบในการทำงาน และมีประวัติการทำงานดี
7. มีความประพฤติเรียบร้อย และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
8. มีความรู้ความสามารถ มีความคิดริเริ่มหมั่นหาความรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ
9. มีไหวพริบดี เฉลียวฉลาด และแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้

สมชาติ กิจยรรยง (2536 : 74 - 75) ได้กล่าวว่า การตัดสินใจซื้อของลูกค้า ขึ้นอยู่กับ
พนักงานขายในร้าน ลูกค้าคาดหวังที่จะซื้อสินค้าจากพนักงานขายที่มีทำที่บุคลิกภาพดี ให้ความ
ช่วยเหลือ และบริการที่ดี พนักงานจึงต้องมีหน้าที่ดังต่อไปนี้

1. ให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าแก่ผู้ซื้อ
2. ช่วยเหลือลูกค้า เมื่อสินค้าตัวนั้นต้องการการบริการ
3. แก้ไขข้อขัดข้อง และความไม่พึงพอใจของลูกค้า
4. ช่วยแนะนำและแก้ปัญหาต่าง ๆ ของลูกค้าเกี่ยวกับการใช้สินค้านั้น
5. ช่วยบอกทิศทางให้แก่ลูกค้าภายในร้าน

กวี วงศ์พุ่ม (2540 : 71 - 74) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติภายในต่าง ๆ ที่พนักงานขาย
ควรมี ต้องประกอบด้วยสิ่งต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ความกระตือรือร้น
2. ความจริงใจ
3. ไหวพริบ
4. ความมีอัธยาศัยไมตรี
5. ความร่าเริง
6. ความเป็นมิตร

สมชาติ กิจยรรยง (2536 : 75) ยังได้กล่าวถึงคุณสมบัติของพนักงานขายไว้ว่า
พนักงานขายที่ดีควรมีคุณสมบัติที่สำคัญ 2 ประการ ดังนี้

1. มีแรงขับเพื่อความสำเร็จ (Drive - D)

2. การเข้าใจผู้อื่น (Empathy - E)

สุณี เลิศแสงกิจ (2540 : 43 - 46) ได้กล่าวถึงบุคลิกภาพของนักขายไว้อย่างน่าสนใจว่าจะต้องเป็นบุคคลซึ่งมีบุคลิกดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ความกระตือรือร้น (Enthusiasm)

2. ความซื่อสัตย์ (Honesty)

3. ความสุภาพ (Courtesy)

4. ความร่าเริง และความร่วมมือ (Cheerfulness and Co-Operation)

5. ความแนบเนียน

6. ความสนใจอย่างแท้จริงของลูกค้า (Interest in Customer)

7. ความยับยั้งชั่งใจ (Self-Control)

8. ความจริงใจ (Sincere)

9. ความรู้สึกชอบพอบุคคลอื่นอย่างแท้จริง (Liking for People)

10. จินตนาการ (Imagination)

สุชาติ ตีระศิริพันธุ์ (2527 : 28 - 31) ยังได้กล่าวถึงคุณสมบัติที่จำเป็นขั้นมูลฐาน 5 ประการ ที่พนักงานขายพึงมีดังต่อไปนี้

1. ความจริงใจ (Sincerity)

2. ความพร้อมที่จะช่วยเหลือลูกค้า (Helpfulness)

3. ความกระตือรือร้น (Enthusiasm)

4. ความตั้งใจฟังลูกค้าพูด (Attentiveness)

5. ความมีไมตรีจิต (Friendliness)

วิรัตน์ ศักดิ์จิรพาพงศ์ (2533 : 44 - 47) กล่าวถึงบุคลิกภาพของนักขายว่า ต้องมีลักษณะดังนี้ อดทน มีมนุษยสัมพันธ์ กระตือรือร้น ซื่อสัตย์ เสียสละ มุ่งมั่นในการปฏิบัติงาน

ลาวัณย์ เนติโพธิ์ (2537 : 16 - 18) กล่าวถึงบุคลิกภาพของพนักงานขายว่า จะต้อง มีลักษณะนิสัย ดังนี้ ซื่อสัตย์ กระตือรือร้น สุภาพ ความเป็นมิตร ความแนบเนียน มีความตั้งใจจริง

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท (2521 : 7 - 10) กล่าวถึงคุณสมบัติของผู้ประกอบอาชีพขายที่จำเป็น (Sheaf Model) ไว้ 5 ประการคือ

S - Sincerity ความจริงใจ

H - Helpfulness ความพร้อมที่จะช่วยเหลือลูกค้า

E - Enthusiasm ความกระตือรือร้น

A - Attentiveness ความตั้งใจฟังลูกค้าพูด

F - Friendliness ความมีไมตรีจิต

นอกจากนั้นดำรงศักดิ์ ชัยสนิท (2521 : 43 - 46) กล่าวว่าพนักงานขายควรมี
บุคลิกภาพดังนี้

1. ความกระตือรือร้น
2. ความซื่อสัตย์
3. ความสุภาพ
4. ความร่าเริงและความร่วมมือ
5. ความแนบเนียน
6. ความสนใจอย่างแท้จริงต่อลูกค้า
7. ความยับยั้งชั่งใจ
8. ความรู้สึกชอบพอของบุคคลอื่นอย่างแท้จริง
9. จินตนาการ

สำหรับคุณสมบัติทั่วไปของพนักงานขายที่ดี สมชาติ กิจยรรยง (2536 : 75) ได้จัด
แบ่งไว้ 10 ประการดังนี้

1. บุคลิกภาพดี
2. มีความรอบรู้
3. ร่าเริง แจ่มใส
4. อุดมทน ควบคุมอารมณ์
5. ละเอียดยรอบคอบ ซื่อสัตย์
6. กระตือรือร้น ขยันขันแข็ง
7. รู้จักกาลเทศะ
8. ความจำดี เสนอต้นเสมอปลาย
9. ทักษะคดีดี
10. มีความคิดริเริ่ม และขวนขวาย

สมศิริ แทนปิ่น (2538 : 5 - 7) กล่าวถึงคุณสมบัติของนักขายไว้ 8 ประการ คือ

1. มีความรักในอาชีพขาย ภาคภูมิใจในอาชีพของตน
2. มีความรู้ความสามารถในการวิเคราะห์คน
3. มีความซื่อสัตย์
4. มีความคิดริเริ่ม
5. มีความกระตือรือร้น
6. มีความเชื่อมั่นในตนเอง
7. มีความชอบที่จะติดต่อกับบุคคลอื่น ๆ
8. มีความรับผิดชอบ

นอกจากนั้น สมศิริ แทนบัน (2538 : 9) ยังได้กล่าวถึงคุณสมบัติของพนักงานขาย ที่ธุรกิจต้องการ ไว้ 10 ประการคือ

1. มีความรู้ความสามารถที่จะทำงานภายใต้สถานการณ์ต่างๆ ได้ดี
2. มีความมั่นใจตนเอง
3. มีความซื่อสัตย์
4. มีความรับผิดชอบในการทำงาน
5. มีความพร้อมในอาชีพขาย มีไหวพริบดี
6. มีความทะเยอทะยาน
7. เข้ากับคนอื่นได้ดี
8. มีมนุษยสัมพันธ์
9. มีความอดทน อดกลั้น
10. พร้อมรับคำวิจารณ์ด้วยความยินดี

สมภาพ เจริญกุล (2543 : 23 - 24) ได้กล่าวถึงบุคลิกภาพของนักขาย จะต้องประกอบด้วย

1. มีความสามารถเข้ากับคนอื่น
2. มีความเป็นมิตร
3. มีความอดทน อดกลั้น มองโลกในแง่ดี
4. มีความคิดสร้างสรรค์
5. มีความจำดี
6. มีไหวพริบดี

สุชิน นะตาปา (2540 : 42 - 44) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติที่จำเป็นของผู้ประกอบอาชีพขายประกอบด้วยลักษณะที่สำคัญ ดังนี้

1. คุณสมบัติของพนักงานขายในฐานะพนักงานขาย กำหนดไว้ดังนี้
 - 1.1 มีเจตคติที่ดีในอาชีพ มีความเชื่อมั่นในอาชีพขายว่าจะสามารถสร้างความสำเร็จให้แก่ตนได้ มีความซื่อสัตย์สุจริต
 - 1.2 มีความรู้เกี่ยวกับลูกค้า
 - 1.3 มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ชอบติดต่อกับบุคคลทั่วไป
 - 1.4 มีความอดทน มีความพยายามในการทำงาน ไม่ย่อท้อต่อความเหนื่อยยาก

ฝ่าฟันอุปสรรคเพื่อความสำเร็จ

- 1.5 มีความรู้เกี่ยวกับสภาพตลาด และสภาวะทางเศรษฐกิจ
- 1.6 มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่เสนอขายเป็นอย่างดี
- 1.7 มีความรู้เกี่ยวกับกิจการ
- 1.8 มีความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง

1.9 มีสุขภาพพลานามัยที่สมบูรณ์ แต่งกายสุภาพ

2. คุณสมบัติของพนักงานขายในฐานะผู้บริหารงานขายดังนี้

2.1 มีบุคลิกภาพดี สุขภาพแข็งแรงสมบูรณ์ สะอาด

2.2 มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ชอบติดต่อกับบุคคลทั่วไป

2.3 มีความเชี่ยวชาญในการขาย

2.4 มีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับสินค้าทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติ

2.5 มีความเชื่อมั่นในตัวเองและบริการที่ตนเองเสนอขาย

2.6 มีความขยันหมั่นเพียร และความอดทนในการทำงาน มีความทะเยอทะยานใน

ความก้าวหน้า

2.7 มีความซื่อสัตย์สุจริตต่อกิจการ

นอกจากนั้น สุชิน นะตาปา (2540 : 44 – 45) ยังได้กล่าวถึงคุณสมบัติของพนักงานขายที่ประสบความสำเร็จในอาชีพขาย ดังนี้

1. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

2. มีความสุภาพอ่อนน้อม และรู้จักรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น

3. มีเจตคติต่องานอาชีพ ต่อกิจการ พร้อมที่จะให้บริการและแก้ปัญหา

4. มีความขยัน อดทน และมีความซื่อสัตย์

5. มีปฏิภาณไหวพริบดี

สุดาดวง เรืองรุจิระ (2532 : 73 - 74) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติที่จำเป็นของผู้ประกอบอาชีพขาย หรือพนักงานขายที่จะประสบความสำเร็จในอาชีพ ดังนี้

1. มีความกระตือรือร้น กระฉับกระเฉงว่องไว

2. มีมนุษยสัมพันธ์ดี

3. มีวาทศิลป์ดี

4. มีความจริงใจซื่อสัตย์

5. มีสุขภาพดีทั้งร่างกายและจิตใจ

6. มีบุคลิกภาพดีทั้งร่างกายและจิตใจ

7. เป็นผู้ใฝ่หาความรู้

8. มีความเชื่อมั่นในอาชีพขาย

9. มีความอดทน

ดำรัสสิริ อุทยานานนท์ (2536 : 58-67) ได้กล่าวถึงลักษณะนิสัยของพนักงานขายในลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

1. ลักษณะนิสัยของพนักงานขายที่ลูกค้าต้องการ ดังนี้

1.1 ความสุภาพ (Courtesy)

1.2 ความร่าเริง และความร่วมมือ (Cheerfulness and Cooperation)

- 1.3 ความแนบเนียน (Tact)
- 1.4 การควบคุมอารมณ์ (Poise)
- 1.5 ความซื่อสัตย์ (Honesty)
- 1.6 การชอบคบหาสมาคม (Liking of People)
2. ลักษณะนิสัยของพนักงานขายที่นายจ้างต้องการ ดังนี้
 - 2.1 มีความตื่นตัว (Alertness)
 - 2.2 มีจินตนาการ (Imagination)
 - 2.3 มีความจำดี (Memory)

จุฑามาศ กิจเจริญ (2538 : 107 - 108) ได้กล่าวถึงปัจจัยสำคัญที่ผู้บริหารงานขายต้องพิจารณาคัดเลือกพนักงานขาย ดังนี้

1. มีบุคลิกภาพดี
2. สุขภาพดี
3. การพูดการจาดี
4. มีความกระตือรือร้น ใฝ่ศึกษา
5. มีมนุษยสัมพันธ์
6. มีประสบการณ์ในอดีต
7. มีทัศนคติที่ดีต่องานขาย
8. มีความซื่อสัตย์
9. มีความสามารถในการขายตนเอง

รัชชัย จินดาพาณิชย์ (2532 : 34 - 36) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติที่จำเป็นของผู้ประกอบอาชีพขาย ไว้ดังนี้

1. มีความอดทน
2. มีมนุษยสัมพันธ์
3. มีความรอบรู้ในงานปฏิบัติ
4. มีความรับผิดชอบ
5. มีความคิดริเริ่ม
6. มีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงาน
7. มีความจงรักภักดีและซื่อสัตย์สุจริต
8. มีความเสียสละ

ณรงค์ศักดิ์ จันทน์นวล (2540 : 104) ได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของนักศึกษาชั้นปีที่ 3 ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จำนวน 126 คน เกี่ยวกับคุณลักษณะของพนักงานขายที่ลูกค้าพอใจ ปรากฏผลที่แสดงให้เห็นคุณลักษณะที่สำคัญเรียงตามลำดับ ดังนี้

1. มีความอดทน
2. สุภาพอ่อนโยน
3. มีความจริงใจ
4. มีทัศนคติเป็นกันเอง
5. มีน้ำใจชอบช่วยเหลือ
6. มีความรอบรู้
7. ไม่ทำอะไรชักช้า
8. แต่งตัวประณีตเรียบร้อยสวยงาม
9. พูดจาฉะฉานชัดถ้อยชัดคำ

ประธาน หอมพุด (2540 : 116) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของพนักงานขายที่เป็นกุญแจ
 ทำให้คนชอบให้ลูกค้านิยมพนักงานขายไว้ดังนี้

1. การคุมสติ
2. การคุมตัวเอง
3. มีจินตนาการ
4. มีความอดทน
5. มีจิตวิทยา
6. มีบุคลิกภาพน่าประทับใจ
7. ยิ้มแย้มแจ่มใส
8. เจตนาที่ดี (เชื่อมั่น)
9. ความจงรักภักดี
10. รอบรู้
11. ความจริงใจ

ดำรงสิริ อุทยานานนท์ (2536 : 58 - 66) ได้กล่าวถึงลักษณะนิสัยของพนักงานขาย
 ไว้ ดังนี้

ลักษณะนิสัยของพนักงานขายที่ลูกค้าต้องการ ได้แก่

1. ความสุภาพ (Courtesy)
2. ความร่าเริงและความร่วมมือ (Cheerfulness Cooperation)
3. ความแนบเนียน (Tact)
4. การควบคุมอารมณ์ (Poise)
5. ความซื่อสัตย์ (Honesty)
6. การชอบคบหาสมาคม (Liking for People)

ลักษณะนิสัยของพนักงานขายที่นายจ้างต้องการ มีลักษณะดังนี้

1. การตื่นตัว (Alertness)
2. ความเชื่อถือได้ (Dependability)
3. ดุลพินิจที่ดี (Good Judgement)

ลักษณะนิสัยที่ทำให้พนักงานขายประสบความสำเร็จในอาชีพการขายมีลักษณะดังนี้

1. แรงขับและความกระตือรือร้น (Drive and Enthusiasm)
2. จินตนาการ (Imagination)
3. ความจำ (Memory)

สมบุรณ์ ชันธิโชติ (2540 : 139 - 142) กล่าวถึงบุคลิกภาพของพนักงานขายควรมีลักษณะ ดังนี้

1. ความกระตือรือร้น (Enthusiasm)
2. ความจริงใจ (Sincerity)
3. ความแนบเนียน (Tact)
4. ความสุภาพ (Courtesy)
5. ความร่าเริง (Cheerfulness)
6. รักและสนใจคนอื่น (Liking for and Interest in People)
7. ความซื่อสัตย์ (Honesty)
8. ความยับยั้งชั่งใจ (Poise)

จะเห็นได้ว่าในเรื่องของคุณสมบัติของพนักงานขายที่เหมาะสมกับอาชีพการให้บริการด้านงานขายนั้นได้มีผู้ให้ความคิดเห็นไว้เป็นอย่างมากดังจะสรุปได้ว่า ผู้ที่จะเป็นพนักงานขายที่จะประสบผลสำเร็จในอาชีพขายได้นั้นต้องเป็นบุคคลซึ่งมีบุคลิกภาพที่ดี โดยแบ่งเป็นบุคลิกภาพภายในและบุคลิกภาพภายนอก ซึ่งบุคลิกภาพภายในที่ดีนั้นได้แก่ ดุลยพินิจที่ดี ความสามารถในการควบคุมตนเองได้ ทักษะที่ดีต่อการทำงานด้านงานขาย ส่วนบุคลิกภาพภายนอกที่ดีนั้นได้แก่ ความกระตือรือร้น ความสุภาพ การแสดงออกทางภาษาและถ้อยคำที่ดี ซึ่งสิ่งต่าง ๆ ที่กล่าวมานี้ ล้วนแล้วแต่เป็นคุณสมบัติที่จำเป็นสำหรับบุคคลซึ่งประกอบอาชีพเกี่ยวกับการให้บริการโดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการขาย

1.3 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับเจตคติของพนักงานขายที่มีต่อการบริการลูกค้า

นิภา แก้วศรีงาม (2532 : 90) ได้ให้ความหมายเจตคติว่า หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่จะตอบสนองต่อบุคคล สิ่งของ หรือสถานการณ์ต่าง ๆ ในทางที่ดีหรือทางที่ไม่ดี ในลักษณะที่ว่าบุคคลนั้นมีความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งของ ต่อบุคคล หรือต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ซึ่งความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบนี้จะทำให้นักบุคคลเกิดพฤติกรรมในการที่จะตอบสนองต่อสิ่งที่มีความรู้สึกนั้น ๆ ไปในแนวทางที่ดีหรือไม่ดีได้

อุทัย หิรัญโต (2526 : 12) กล่าวว่า เจตคติเป็นความรู้สึกหรือความเห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นไปในรูปของเห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วย ดีหรือไม่ดี เจตคติมิได้เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ แต่เกิดขึ้นจากการมีประสบการณ์รวมทั้งการอบรมสั่งสอนเมื่อเยาว์วัย ประสบการณ์ที่ประทับใจ หรือสะท้อนใจอย่างรุนแรง หรือประสบการณ์ที่เกิดขึ้นบ่อย ๆ จนเกิดความรู้สึกฝังใจที่จะยอมรับหรือไม่ยอมรับ

1.3.1. ความสำคัญของเจตคติ

นิพนธ์ คันทะเสวี (2511 : 9) กล่าวว่าเจตคติเป็นสิ่งที่ชี้นำทิศทางของอาการแสดงออกของบุคคลที่จะกระทำต่อสิ่ง บุคคล หรือสถานการณ์ เจตคติจึงมีความสำคัญในการมีปฏิกริยาโต้ตอบต่อสิ่งต่าง ๆ ดังกล่าว หากบุคคลจะกระทำหรือแสดงอะไรสักอย่างออกมาต่อสิ่งใดย่อมทำไปตามเจตคติที่เขามีต่อสิ่งนั้น ๆ เจตคติจึงมีอิทธิพลในการแสดงพฤติกรรมของบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่งในความสัมพันธ์ทางสังคม

ดวงเดือน พันธุมนาวิน (2524 : 2) กล่าวว่า เจตคติเป็นตัวแปรทางจิตใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมมากกว่าลักษณะทางจิตอื่น ๆ เช่น บุคลิกภาพ แรงจูงใจ และการรับรู้

ทิพวรรณ อุดมสุวรรณ (2538 : 13) กล่าวว่า เจตคติเป็นลักษณะทางจิตของบุคคลที่มีอิทธิพลในการกำหนดพฤติกรรมที่จะแสดงออกไปในทางต่อต้าน หรือสนับสนุนต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ถ้าเราทราบเจตคติของบุคคลใดก็สามารถทำนายพฤติกรรมของบุคคลนั้นในเรื่องที่เกี่ยวข้งกันได้ แต่การแสดงพฤติกรรมของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่งจะสอดคล้องกับเจตคติที่มีอยู่มากน้อยเพียงใดขึ้นกับชนบจาริต นิสัย และการคาดผล การแสดงพฤติกรรมของบุคคลนั้นด้วย

เอ็ดเวิร์ด (Edward. 1969 : 196 - 210) กล่าวว่า ในขณะที่บุคคลหนึ่งมีการปะทะสังสรรค์กับบุคคลอื่น ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมที่บุคคลจะแสดงออกมาคือ เจตคติซึ่งได้แก่ความเชื่อ ความรู้สึกและรูปแบบของพฤติกรรมต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง

ทิตยา สุวรรณชฎ (2520 : 608-609) แสดงความคิดเห็นว่า พฤติกรรมจริงที่บุคคลแสดงออกมาต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง อาจจะไม่สอดคล้องกับเจตคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้นก็ได้ เพราะการที่จะแสดงออกต่อสิ่งเร้า มิใช่ปฏิกริยาโดยธรรมชาติต่อสิ่งเร้าเท่านั้น แต่บุคคลนั้นจักต้องพิจารณาทั้งผลของการมีปฏิกริยาตอบโต้ด้วย ในขณะเดียวกัน ดังนั้นชนบจาริตนิสัยของบุคคลนั้น และการคาดผลของการแสดงพฤติกรรมจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีส่วนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของบุคคลที่จะมีปฏิกริยา

ดังนั้นสรุปได้ว่า เจตคติเป็นลักษณะทางจิตใจของบุคคลที่มีอิทธิพล และสนับสนุนให้เกิดการตัดสินใจ ในการแสดงพฤติกรรมของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้สะดวกและมีความพึงพอใจ

1.3.2 องค์ประกอบของเจตคติ

โรเซนเบิร์ก และฮอฟลันด์ (พรพิมล สุวรรณิก 2523 : 14 ; อ้างอิงจาก Rosenberg & Hovland. 1960) จำแนกเจตคติออกเป็น 3 องค์ประกอบ คือ

1. องค์ประกอบทางด้านความรู้ ความเข้าใจ (Cognitive Component) เป็นเรื่องของความเชื่อ การรับรู้ของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งทั้งในทางบวก หรือทางลบ
2. องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก (Affective Component) เป็นเรื่องของอารมณ์ ความรู้สึกและค่านิยมส่วนตัว ซึ่งมีแตกต่างกันในแต่ละบุคคล ทำให้เกิดเจตคติในทางใดทางหนึ่งต่อเรื่องนั้น ๆ เช่น ชอบหรือไม่ชอบ
3. องค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) เป็นความพร้อมหรือแนวโน้มของบุคคลที่จะแสดงออกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางหนึ่งทางใดเช่น พร้อมที่จะช่วยเหลือหรือพร้อมที่จะต่อต้าน เป็นต้น

ดังนั้น สรุปได้ว่า เจตคติประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ด้าน คือ ด้านความรู้และความเข้าใจด้านความรู้สึกและด้านพฤติกรรม

1.3.3 ลักษณะและหน้าที่ของเจตคติโดยทั่วไป

สมชาติ กิจยรรยง (2536 : 48) กล่าวถึงลักษณะของเจตคติโดยทั่ว ๆ ไปลักษณะของเจตคติอาจแบ่งออกเป็นหัวข้อกว้าง ๆ ได้ดังนี้

1. เจตคติเป็นสิ่งที่บุคคลเรียนรู้ และสร้างให้เกิดขึ้นในตัวเอง ไม่ว่าจะเป็นในทางบวกหรือทางลบก็ตาม
2. เจตคติเป็นสิ่งที่คงที่เป็นอย่างยิ่งและเป็นการยากที่จะเปลี่ยนแปลงเจตคติของตน
3. เจตคติของบุคคลมีแนวโน้มที่จะต่อต้านสิ่งที่จะเปลี่ยนแปลงเจตคตินั้น ไม่ว่าจะเป็นหลักฐานข้อมูลใด ๆก็ตาม
4. เจตคติอาจจะมีคามเข้มแตกต่างกันอย่างมาก และคนบางคนอาจมีเจตคติที่ขัดแย้งหรือตรงกันข้ามกัน
5. เจตคติเป็นรากฐานของการจูงใจ และเป็นตัวกำหนดความสามารถหรือแนวทางในการรับรู้ของบุคคล
6. เจตคติอาจจะเป็นสิ่งที่ขึ้นอยู่กับพื้นฐานความเป็นจริง ขณะเดียวกันเจตคติอาจเป็นเรื่องของความไม่มีเหตุผลหรือไม่สมเหตุผลซึ่งตรงกันข้ามกับสภาพที่เป็นจริงได้
7. เจตคติเป็นสิ่งที่บุคคลอาจยอมรับ หรือสร้างขึ้นโดยการกำหนดการแนวของของบุคคลสำคัญ ๆ ที่มีอิทธิพลต่อแนวความคิดของบุคคลนั้น หรือการรับแนวทางของกลุ่มซึ่งตนเป็นสมาชิกได้วางไว้เป็นเจตคติของตน

1.3.4 องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับเจตคติในการบริการ

สมชาติ กิจยรรยง (2536 : 45) กล่าวว่า เจตคติที่ดีที่พนักงานขายหน้าร้านที่มีคุณภาพในการทำงานควรมีเจตคติที่ดีเกี่ยวกับสิ่งต่อไปนี้

1. ตัวสินค้าที่ตนเองดูแลอยู่
2. งานที่ตนกำลังกระทำว่าเป็นประโยชน์กับลูกค้าและองค์การ
3. ลูกค้าที่เดินเข้ามาติดต่อ
4. นายจ้าง หัวหน้า ผู้จัดการ
5. บริษัทของเรา
6. ตนเองเชื่อว่า ตนเองสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ดี
7. ต่อผู้ร่วมงานของตนเองเหล่านี้ เป็นต้น

สุมนา อยู่โพธิ์ (2537 : 35) กล่าวถึง ทศนะและความเชื่อของพนักงานขาย (The Sales person's Attitude and Beliefs) ว่า

1. เจตคติที่มีต่อลูกค้า และสังคมโดยรวมถือว่า การขายก็เสมือนงานที่ต้องใช้วิชาชีพอย่างหนึ่ง แต่เป็นวิชาชีพที่ช่วยให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจในการซื้อ การซื้อไม่ใช่เรื่องของการทำบุญกุศล ไม่ใช่เรื่องของการยกยอปอขึ้นให้ลูกค้าซื้อสินค้า ควรจะเป็นเรื่องของการช่วยชี้ช่องให้ลูกค้าได้ตัดสินใจเอาเอง และให้บริการแก่ลูกค้าเป็นอย่างดีตามที่เขาต้องการ

2. เจตคติที่มีต่ออาชีพ และตำแหน่งการงาน พนักงานขายที่ดีมักไม่ค่อยเปลี่ยนอาชีพ เพราะเห็นว่าการขายไม่ใช่เพียงแต่เป็นงานอาชีพที่หารายได้เท่านั้น แต่ยังถือว่าเป็นงานที่เปิดโอกาสให้เกิดการสร้างสรรค์ได้พบกับลูกค้าหลายประเภท ลักษณะของการขายแต่ละครั้งไม่เหมือนกันเป็นเรื่องที่น่าตื่นเต้นและพอใจในสภาพของการทำงาน พอใจในองค์การและสินค้าที่ขาย

3. เจตคติที่มีต่อเพื่อนร่วมงานในฐานะคู่แข่ง พนักงานขายที่ดีจะต้องมีความยุติธรรมต่อเพื่อนร่วมงานและคู่แข่ง

สมชาติ กิจยรรยง (2536 : 48) ได้กล่าวถึง ความจำเป็นในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อเพิ่มพูนศักยภาพ (Potential) เป็นความจำเป็นอย่างยิ่งของธุรกิจในปัจจุบันโดยเฉพาะธุรกิจบริการศักยภาพของบุคคลส่วนหนึ่งเพิ่มได้ ด้วยการพัฒนาเจตคติ

เจตคติที่จะต้องเสริมสร้างให้เกิดเป็น “ความรู้สึก” ที่มั่นคงในตนเองได้แก่

1. เจตคติที่เป็นบวก
2. เจตคติที่เชื่อมั่นในการะกิจ
3. เจตคติในความกระตือรือร้นในความต้องการ
4. เจตคติที่มีต่อความตั้งใจแน่วแน่
5. เจตคติที่ดีต่อสิ่งที่ปรากฏแก่สายตา

6. เจตคติที่มีต่อความกระตือรือร้น (Initiative)

7. เจตคติที่มีต่อการตรงต่อเวลา

ดังนั้นเราสามารถสรุปได้ว่า เจตคติต่อการบริการก็เป็นลักษณะของแนวโน้ม หรือ ความพร้อมทั้งทางด้านจิตใจหรืออารมณ์ ความรู้สึก และการกระทำที่จะมีต่อองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการบริการ ซึ่งในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้กำหนดองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับเจตคติในการบริการของพนักงานขายหน้าร้านที่สำคัญได้แก่ เจตคติต่อลูกค้า เจตคติต่อสินค้าและเจตคติต่ออาชีพ

1.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพ

1.4.1 งานวิจัยในประเทศ

สุจิตรา เหลืองรังสรรค์ (2523 : 166-175) ได้ศึกษาเปรียบเทียบบุคลิกภาพของครู และนักธุรกิจ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นอาจารย์ในวิทยาลัยวิชาการศึกษาในกรุงเทพมหานคร จำนวน 55 คน และนักธุรกิจประจำบริษัทห้างร้านต่าง ๆ ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 55 คน ผลการศึกษาพบว่า ในด้านความวิตกกังวลนักธุรกิจมีประสาทมั่นคง ผ่อนคลาย อารมณ์มั่นคง กล้าเข้าสังคม มากกว่าครู อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ในด้านการเก็บตัว แสดงตัว นักธุรกิจชอบออกสังคม ทำตามสบาย กล้าเข้าสังคม อาศัยกลุ่มมากกว่าครูอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ในด้านการใช้อารมณ์แบบจิตใจอ่อนแอ ทำทางตื่นตัวอยู่เสมอ นักธุรกิจมีอารมณ์มั่นคง ทำตามสบาย มีเหลี่ยม ชอบออกสังคม จิตใจกล้าแข็งมากกว่าครูอย่างมีนัยสำคัญที่ .01 และที่ระดับ .05 ในด้านความคล้อยตามผู้อื่น ความอิสระจากผู้อื่น นักธุรกิจอาศัยกลุ่ม ชอบออกสังคมมากกว่าครูอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 . ในด้านสติปัญญาครูและนักธุรกิจมีสติปัญญาไม่แตกต่างกัน

ธีรนุช โมลิสกุลมงคล (2533 : 128) ได้สร้างแบบทดสอบวัดบุคลิกภาพความเป็นนักธุรกิจ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ประกอบด้วยคุณลักษณะ 6 ประการ คือ ความกล้าเสี่ยง ความกระตือรือร้น ความเชื่อมั่นในตนเอง ความกล้าแสดงตัว ความมุ่งมั่น และการพึ่งตนเอง กลุ่มตัวอย่างคือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จังหวัดนครนายก จำนวน 630 คน ได้ค่าความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างทั้งฉบับเท่ากับ 0.910 และ 4.135 ตามลำดับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

วรรณะ แก้วมณีเยี่ยม (2536 : 173) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพด้านธุรกิจกับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล เขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วยคุณลักษณะ 9 ประการ คือ ความกล้าเสี่ยง ความกระตือรือร้น ความเชื่อมั่นในตนเอง ความกล้าแสดงตัว ความมุ่งมั่น การพึ่งตนเอง การมองโลกในแง่ดี การชอบกีฬา และความสนุกสนาน อารมณ์ขัน โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ 4 สาขา คือ การบัญชี

การขาย การเลขานุการและภาษาต่างประเทศ ชั้นปีที่ 3 จำนวน 1,079 คน ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดบุคลิกภาพด้านธุรกิจแต่ละด้านมีค่าตั้งแต่ .4913 ถึง .8441 และรวมทั้ง 9 ด้าน มีความเชื่อมั่นเท่ากับ .9037 ความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างหาโดยการวิเคราะห์องค์ประกอบปรากฏว่า ได้จำนวนองค์ประกอบรวมจำนวน 13 องค์ประกอบ ตัวแปรที่รวมอยู่ในองค์ประกอบจำนวน 48 ตัวแปร มีค่ารวมกันอยู่ระหว่าง .51510 ถึง .76285 และมีความแปรปรวนสะสมทั้ง 13 องค์ประกอบร้อยละ 61.8 ค่าอำนาจจำแนกมีค่าตั้งแต่ -5.72 ถึง 6.57 ส่วนค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพด้านธุรกิจแต่ละด้านกับแบบวัดทั้งฉบับมีความสัมพันธ์กันในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

1.4.2 งานวิจัยต่างประเทศ

โยเตอร์ (สุจิตรา เหลืองรังสรรค์. 2523 : 33 ; อ้างอิงจาก Yoder. 1961 : 98) ได้ศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะ 13 ประการของนักธุรกิจ จำนวน 240 คน กับนักศึกษาชายระดับวิทยาลัย พบว่านักธุรกิจมีบุคลิกลักษณะสูงกว่านักศึกษาในด้านความมีอำนาจ ความเชื่อมั่นในตัวเอง บุคลิกท่าทางดี ผ่อนคลาย ความทะเยอทะยาน ความรับผิดชอบ มีขันติ ความสามารถทางสังคม พลังเผชิญหน้า ความร่วมมือ อนุรักษ์นิยม เฉลียวฉลาด และมีบุคลิกภาพด้านความยืดหยุ่นต่ำกว่านักศึกษา

กิลฟอร์ด (สุจิตรา เหลืองรังสรรค์. 2523 : 34 ; อ้างอิงจาก Guilford. 1961 : 102) ได้ศึกษาบุคลิกภาพของนักธุรกิจจำนวน 208 คน กับผู้นิเทศงาน จำนวน 143 คน พบว่านักธุรกิจมีคุณลักษณะสูงกว่าผู้นิเทศงานในด้านการเก็บตัว-การแสดงตัว กล้าสังคมเต็มใจยอมรับสภาพแวดล้อม อารมณ์ร่าเริง- อารมณ์เศร้าหมอง ความเชื่อมั่นในตนเอง-ไม่เชื่อมั่นในตนเอง ความกระตือรือร้นในงานทุกอย่าง โลกทัศน์กว้าง-โลกทัศน์แคบ สุขุม-ขี้นั่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .014

เท็ดเดฟอล์ด (วรรณะ แก้วมณีเอี่ยม. 2536 : 28 ; อ้างอิงจาก Tedefalk. 1986 : 247) ได้ศึกษาบุคลิกภาพของผู้ประกอบการ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้จัดการหรือเจ้าของกิจการจำนวน 227 คน ใช้เครื่องมือ 4 ชนิด คือ ตัวบ่งชี้ของ ไมเออร์-บริกส์ (Myers-Briggs Type Indications) เพื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่าง แบบสำรวจข้อมูลประชากร แบบทดสอบวัดบุคลิกภาพภายนอกและแบบทดสอบวัดบุคลิกภาพภายใน ใช้พยากรณ์กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มแสดงตัว-เก็บตัว ได้ 8.5% กลุ่มที่ชอบแสดงออก-ไม่ชอบแสดงออก พยากรณ์ได้ 36.8% แต่เมื่อใช้ตัวเกณฑ์ได้ 4 คุณลักษณะสามารถพยากรณ์ได้ 62.4% ฉะนั้นบุคลิกภาพที่พยากรณ์ความเป็นผู้ประกอบการได้ดีตามลำดับมากน้อยดังนี้ กล้าตัดสินใจ-รับรู้ ชอบแสดงออก ชอบคิด-ชอบแสดงความรู้สึก และแสดงตัว-เก็บตัว พยากรณ์ได้น้อยที่สุด

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพของนักธุรกิจ บุคลิกภาพของผู้ประกอบการนั้น ปรากฏว่าความเป็นนักธุรกิจสามารถสร้างขึ้นในตัวบุคคลได้ แบบทดสอบ

วัตถุดิบคุณภาพสามารถบอกความแตกต่างของอาชีพ และสามารถบอกลักษณะเด่นลักษณะด้อยของบุคคลที่มีความเป็นนักธุรกิจได้

2. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการสัมภาษณ์

2.1 ประเภทของการสัมภาษณ์

การสัมภาษณ์แบ่งออกเป็นประเภทต่าง ๆ แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับว่าจะยึดอะไรเป็นเกณฑ์ในการแบ่ง ดังนี้

1. แบ่งตามโครงสร้าง (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2535 : 104)

1.1 การสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้างแน่นอน (Structured Interview) เป็นการสัมภาษณ์ที่ได้กำหนดตัวคำถามและคำตอบไว้เรียบร้อยแล้ว คำตอบมักเป็นแบบให้ผู้ตอบเลือกตอบอย่างใดอย่างหนึ่งในคำตอบแบบ Check list หรือเป็นแบบให้ผู้ตอบจัดอันดับความสำคัญของคำตอบแบบ Rating scale การสัมภาษณ์แบบนี้ส่วนใหญ่ใช้ในการสำรวจ เช่น การสำรวจสำมะโนประชากร เป็นต้น

1.2 การสัมภาษณ์ที่ไม่มีโครงสร้างแน่นอน (Unstructured Interview) เป็นการสัมภาษณ์ที่ไม่มีการกำหนดคำตอบไว้แน่นอนตายตัว คำถามที่ใช้และลำดับคำถามจึงเปลี่ยนแปลงยืดหยุ่นได้ ผู้สัมภาษณ์มีอิสระในการดัดแปลงคำถามได้เหมาะสม แต่ก็ให้เป็นไปตามที่ได้ตั้งวัตถุประสงค์ไว้ และผู้ตอบก็มีอิสระในการตอบ การใช้การสัมภาษณ์แบบนี้ ส่วนใหญ่เป็นการสัมภาษณ์ของนักจิตวิทยา นักสังคมสงเคราะห์ จิตแพทย์ เป็นต้น

2. แบ่งตามบทบาทระหว่างผู้สัมภาษณ์และผู้ให้สัมภาษณ์ (บุญธรรมกิจปรีดาบริสุทธิ์. 2531 : 54)

2.1 การสัมภาษณ์โดยไม่จำกัดคำตอบ (Non-directive Interview) วิธีการสัมภาษณ์แบบนี้จะปล่อยให้ผู้สัมภาษณ์พูดไปเรื่อย ๆ ตามความพอใจ ผู้สัมภาษณ์ทำตนเป็นผู้ฟังที่ดี ถามนำเพียงประโยคสองประโยคเท่านั้น นอกนั้นก็จดบันทึกคำพูดและแนวคิดต่าง ๆ ไว้ปล่อยให้พูดไปเรื่อยจนกว่าจะครอบคลุมครบถ้วนตามที่ต้องการ หรือผู้ให้สัมภาษณ์หมดข้อมูลที่จะให้แล้ว การสัมภาษณ์ในลักษณะนี้เมื่อนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์และประมวลกันแล้ว อาจจะทำให้สามารถอธิบายปัญหาในการวิจัยได้

2.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) วิธีการสัมภาษณ์แบบนี้เป็นการถามเจาะลึกเพื่อให้ได้คำตอบอย่างละเอียด อย่างครบถ้วนเท่าที่ผู้ให้สัมภาษณ์รู้ การถามนอกจากจะถามให้อธิบายแล้วจะต้องถามถึงเหตุผลด้วย เพื่อจะได้ใช้ตัดสินว่าข้อความที่ตอบนั้นถูกต้องชัดเจน และเชื่อถือได้เพียงใด เช่น ในการสัมภาษณ์การเลือกเข้ามหาวิทยาลัยของนักเรียน นอกจากจะถามว่าเลือกเข้าคณะหรือสาขาใดวิชาใดบ้างแล้ว จะต้องถามถึงเหตุผลใน

การเลือก และต้องถามเหตุผลอย่างละเอียด เพื่อจะใช้ตัดสินได้ว่า การเลือกเข้ามหาวิทยาลัยของนักเรียนนั้นเลือกตามความถนัดและความสามารถของตนหรือไม่ อย่างไร เป็นต้น

2.3 การสัมภาษณ์แบบปฏิบัติการซ้ำ (Multiple Session or Repeated Interview) วิธีการสัมภาษณ์แบบนี้พิจารณาได้ 2 ลักษณะ คือ สัมภาษณ์ซ้ำในขณะเดียวกัน โดยสัมภาษณ์เรื่องอื่นไปก่อนสักพักแล้วหวนกลับมาถามเรื่องเดิมอีก เพื่อให้ได้คำตอบที่แน่นอน และสัมภาษณ์ซ้ำโดยเว้นระยะให้ห่างกันแล้วกลับมาสัมภาษณ์ใหม่ ทั้งนี้เพื่อดูการเปลี่ยนแปลงของผู้ให้สัมภาษณ์เป็นการติดตามการเคลื่อนไหวและการเปลี่ยนแปลงของบุคคล ในลักษณะนี้มักใช้กับการวิจัยที่ติดตามผลอย่างต่อเนื่อง

3. แบ่งตามจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ (ชิตชนก เชิงเชาว์. 2539 : 152)

3.1 การสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล (Individual Interview) เป็นการสัมภาษณ์โดยมีผู้ให้สัมภาษณ์ครั้งละคนเดียวเท่านั้น เช่น การสัมภาษณ์บุคคลเข้าทำงาน วิธีนี้มีข้อดีซึ่งผู้สัมภาษณ์มีได้มากกว่าหนึ่งคน ได้ช่วยกันตั้งคำถามตรวจสอบคุณลักษณะของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ต้องการทราบได้หลาย ๆ ด้านในเวลาเดียวกัน แต่ปัญหาของการสัมภาษณ์ประเภทนี้ทำให้ใช้เวลานานมาก อาจทำให้ผู้สัมภาษณ์เกิดความรู้สึกเหนื่อยอ่อนหรือเบื่อหน่าย และการตั้งคำถามและความตั้งใจในการสังเกตจะเปลี่ยนแปลงไปตามจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ที่มีจำนวนมาก ดังนั้น การสัมภาษณ์วิธีนี้จึงไม่เหมาะในกรณีซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์มีจำนวนมาก ในขณะที่เวลาในการสัมภาษณ์มีจำกัด

3.2 การสัมภาษณ์เป็นกลุ่ม (Grouped Interview) เป็นการสัมภาษณ์ที่มีผู้ให้สัมภาษณ์หลายคนหรือมีการรวมกลุ่มเล็ก ๆ ปัญหาของวิธีการสัมภาษณ์แบบนี้ คือ บางครั้งผู้ให้สัมภาษณ์มักเกรงใจซึ่งกันและกัน ทำให้ไม่กล้าพูดความจริงออกมาทั้งหมด ดังนั้น จึงไม่เหมาะสมที่จะใช้ในการเก็บข้อมูลประเภทที่เป็นความลับส่วนตัว หรือข้อมูลซึ่งอาจทำให้เกิดความบาดหมางใจกันระหว่างผู้ให้สัมภาษณ์ได้ ข้อดีคือ ช่วยให้ผู้สัมภาษณ์ประหยัดเวลาและการลงทุน ทำให้ทราบแบบแผนโครงสร้างของระบบสังคมจากการระดมความคิดที่เป็นประโยชน์ภายในกลุ่ม

2.2 หลักของการสัมภาษณ์

การสัมภาษณ์ที่ดี ควรมีหลักเกณฑ์ดังนี้ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2535 : 104)

1. การสัมภาษณ์ต้องมีจุดมุ่งหมายแน่นอน ผู้สัมภาษณ์ต้องทราบแน่นอนว่าการสัมภาษณ์ ครั้งนั้น ๆ ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องใดบ้าง
2. ผู้สัมภาษณ์ต้องเตรียมคำถามไว้ล่วงหน้า และเรียงลำดับคำถามไว้อย่างเป็นระบบระเบียบ ไม่ให้เกิดความสับสน
3. ควรมีการฝึกหรือทดลองสัมภาษณ์ก่อนที่จะสัมภาษณ์จริง เพื่อให้เกิดความชำนาญ
4. ในการสัมภาษณ์ต้องมีการสร้างบรรยากาศให้เป็นกันเอง ผู้ถูกสัมภาษณ์จะได้สบายใจ และให้ข้อมูลตามความเป็นจริงมากที่สุด

5. ผู้สัมภาษณ์ต้องมีพื้นความรู้ในเรื่องจะสัมภาษณ์เป็นอย่างดี ซึ่งจะทำให้การสนทนาเป็นที่เข้าใจกัน สามารถแปลและสรุปคำได้ถูกต้อง
6. ผู้สัมภาษณ์ควรใช้วาจาสุภาพ ชัดเจน เข้าใจง่าย
7. การสัมภาษณ์ที่ดีต้องการช่วยหรือเข้าใจให้ผู้ถูกสัมภาษณ์อยากให้คำตอบ อยากแสดงความคิดเห็นโดยไม่มีการแนะนำตอบ
8. การสัมภาษณ์ต้องมีการจัดบันทึกผลการสัมภาษณ์ การจัดบันทึกต้องกระทำอย่างรอบคอบ ระมัดระวังให้เกิดการคาดเคลื่อนอาจใช้เครื่องมืออื่นช่วย เช่น เทป โดยต้องขออนุญาตผู้ถูกสัมภาษณ์ด้วย
9. ผู้สัมภาษณ์ต้องมีมารยาทดีในการสัมภาษณ์ อย่าให้ผู้ถูกสัมภาษณ์คิดว่าคำตอบไม่ได้รับความสนใจ

2.3 คุณลักษณะของผู้สัมภาษณ์

คุณลักษณะของผู้สัมภาษณ์ที่จะให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและเชื่อถือได้นั้น ควรประกอบด้วยคุณลักษณะ 6 ประการ ดังต่อไปนี้ (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. 2531 : 256 ; อ้างอิงจาก Moser and Kalton. 1977 : 285 - 286)

1. ความซื่อสัตย์ ผู้สัมภาษณ์ต้องมีความซื่อสัตย์ มีความละเอียดใจที่จะบันทึกข้อความที่ไม่จริงหรือไม่ตรงกับที่สัมภาษณ์ รวมทั้งไม่บันทึกข้อความหรือผลสัมภาษณ์เสียเองโดยไม่ได้สัมภาษณ์
2. ความสนใจ ผู้สัมภาษณ์ควรมีความสนใจใคร่รู้ในเรื่องที่สัมภาษณ์ และเห็นคุณค่าของสิ่งที่ไปสัมภาษณ์
3. ความสามารถในการบันทึก ผู้สัมภาษณ์ต้องมีความสามารถและจับใจที่จะบันทึกผลการสัมภาษณ์ได้อย่างถูกต้องและชัดเจน
4. ความสามารถในการปรับตัว ผู้สัมภาษณ์ต้องมีความสามารถในการปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อมและเหตุการณ์ได้อย่างรวดเร็ว
5. บุคลิกภาพและอารมณ์ ลักษณะท่าทีและอารมณ์ของผู้สัมภาษณ์มีผลอย่างมากต่อการสัมภาษณ์ ผู้สัมภาษณ์ต้องไม่แสดงท่าทีที่ก้าวร้าวหรืออารมณ์ฉุนเฉียวต่อผู้ให้สัมภาษณ์
6. สติปัญญาและการศึกษา ผู้สัมภาษณ์ควรมีสติปัญญาเฉียบไวและมีการศึกษาสูงพอสมควร ซึ่งจะทำให้เข้าใจคำสั่งและตั้งคำถามได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้งจับใจความของการตอบได้อย่างถูกต้องด้วย

2.4 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)

การวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นการให้การสนทนามากกว่ารูปแบบที่เป็นทางการ นักวิจัยเปิดการสัมภาษณ์ในหัวข้อทั่วไป เพื่อช่วยตรวจสอบความหมายของ

ภาพที่เห็นกรอบแนวคิด และการตอบสนองของผู้ให้สัมภาษณ์ ในความเป็นจริงของการวิจัยเชิงคุณภาพนั้นสิ่งที่น่าสนใจของผู้ให้สัมภาษณ์จะคลี่คลายโดยผู้ให้สัมภาษณ์ ไม่ใช่จากมุมมองของผู้วิจัย และสิ่งที่สำคัญก็คือการยอมรับทัศนคติของผู้ให้สัมภาษณ์ เห็นข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ เป็นสิ่งที่มีคุณค่าและมีประโยชน์ รวมทั้งมีจรรยาบรรณด้วย (Marshall. 1994 : 80)

ในการสัมภาษณ์เชิงลึก สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ การทำให้ผู้ถูกสัมภาษณ์มีความรู้สึกเป็นตัวของตัวเองที่สุด และมีความยินดีที่จะให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ นั่นคือ ผู้สัมภาษณ์จะต้องแสดงความเป็นมิตร ความจริงใจกับผู้ถูกสัมภาษณ์ให้มากเท่าที่จะทำได้ หลังจากนั้นจึงเริ่มทำการสัมภาษณ์ ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้ (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. 2531 : 58 - 60)

1. แนะนำตัวเองและวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์ เมื่อเข้าไปสัมภาษณ์ต้องแนะนำตัวเองว่าเป็นใคร มาจากไหน มาทำไม มีจุดมุ่งหมายและขอบเขตของการสัมภาษณ์อย่างไร ให้ความสำคัญกับผู้ให้สัมภาษณ์และให้ความมั่นใจว่า สิ่งที่ให้สัมภาษณ์ไปจะถือเป็นความลับจะนำไปใช้ประโยชน์เฉพาะการวิจัยนี้เท่านั้น จะไม่นำไปใช้อย่างอื่นหรือเปิดเผยให้ผู้อื่นรู้อย่างเด็ดขาด

2. เริ่มการสัมภาษณ์ ด้วยการพูดคุยซักถามตามแนวคำถามที่กำหนดไว้ และปฏิบัติดังนี้

2.1 สัมภาษณ์ที่ละคำถาม

2.2 ควรเริ่มจากคำถามง่าย ๆ

2.3 พยายามให้ผู้ให้สัมภาษณ์พูดมากกว่านั่งเฉย

2.4 ใช้ภาษาสุภาพ น่ารัก ไม่ข่มขู่ ด้วยน้ำเสียงและท่าทาง

2.5 ถามด้วยภาษาง่าย ๆ พูดคุยตามสบาย แต่ไม่ควรใช้คำถามนำ

2.6 ทบทวนคำถาม ถ้าจำเป็น

2.7 พยายามทะลอมให้ตอบตรงประเด็น เน้นจุดสำคัญ

2.8 คำถามบางอย่างอาจได้คำตอบจากการสังเกตหรือคำถามอื่นก็ไม่จำเป็นต้อง

ถามอีก

2.9 ถ้าการสัมภาษณ์ใช้เวลานาน ต้องหาทางผ่อนคลายความตึงเครียดหรือให้มีการเปลี่ยนอิริยาบถบ้าง อาจใช้คำถามเบา ๆ หรือคำถามนอกเรื่องมาพูดคุยกันก็ได้

2.10 ในขณะที่พูดคุยกัน ผู้สัมภาษณ์ต้องไม่แสดงอาการ หรือท่าทีเบื่อหน่ายต่อการสัมภาษณ์หรือต่อตัวผู้ให้สัมภาษณ์

2.11 ฟังคำตอบจากผู้ให้สัมภาษณ์ด้วยความตั้งใจ เพื่อให้ได้คำตอบที่ถูกต้อง

2.12 ให้เวลาผู้ให้สัมภาษณ์ในการตอบคำถามอย่างเพียงพอ แต่ก็ไม่ปล่อยให้การสัมภาษณ์หยุดชะงัก

2.13 ใช้กลวิธีและทักษะในการควบคุมไม่ให้การสัมภาษณ์ตอบออกนอกเรื่อง

2.14 หลีกเลี่ยงคำถามที่จะกระทบกระเทือนต่อความรู้สึกของผู้ให้สัมภาษณ์

2.15 อย่าใช้การพูดที่แสดงว่าเป็นการสอนผู้ให้สัมภาษณ์

3. การสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นการถามเจาะลึกเพื่อให้ได้คำตอบอย่างละเอียด การถามนอกจากจะถามให้อธิบายแล้ว จะต้องถามถึงเหตุผลหรือสาเหตุด้วย โดยใช้เทคนิคการให้คำปรึกษาหรือวิธีการอื่น ๆ ซึ่งขึ้นอยู่กับกลยุทธ์ของผู้วิจัย

4. การบันทึกผล ควรปฏิบัติดังนี้

4.1 บันทึกผลทันที อาจบันทึกระหว่างการสัมภาษณ์หรือหลังการสัมภาษณ์เสร็จใหม่ ๆ ไม่ควรทิ้งนาน เพราะอาจหลงลืมหรือคลาดเคลื่อนได้

4.2 ถ้าคำถามเป็นแบบฟอร์มให้บันทึกคำตอบตามแบบฟอร์มนั้น เช่น เป็นแบบสัมภาษณ์ก็ควรบันทึกตามแบบสัมภาษณ์นั้น

4.3 ถ้าคำถามเป็นแบบเปิด อาจบันทึกถ้อยคำเดิมของผู้ให้สัมภาษณ์ไว้ทั้งหมด แต่ถ้าคำตอบยาวมาก ควรบันทึกเฉพาะเนื้อหาสาระที่ต้องการ และใช้ภาษาที่ชัดเจน ไม่คลุมเครือ

4.4 ควรบันทึกตามความเป็นจริง อย่ามีอคติ หรือใส่ความเห็นของตนเข้าไป

4.5 อย่าเว้นคำถามให้ว่างไว้โดยไม่มีผลการบันทึก ถ้าไม่มีคำตอบต้องบันทึกลงไปว่าเพราะเหตุใด

4.6 ข้อความในบันทึกควรประกอบด้วย ชื่อและที่อยู่ของผู้ให้สัมภาษณ์ วันเดือนปีที่สัมภาษณ์ ผลการสัมภาษณ์ ซึ่งจะต้องจดบันทึกทั้งคำถาม คำตอบ รวมทั้งข้อสังเกตที่ได้ขณะสัมภาษณ์ และข้อเสนอแนะของผู้สัมภาษณ์ด้วยว่ามีอะไรบ้าง และสุดท้ายมีการสรุปผลการสัมภาษณ์

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการจดบันทึกขณะสัมภาษณ์

5. ขั้นตอนปิดการสัมภาษณ์ การปิดการสัมภาษณ์เป็นขั้นสุดท้ายของกระบวนการสัมภาษณ์ซึ่งถือว่ามีความสำคัญมากขั้นหนึ่ง ผู้สัมภาษณ์ควรปฏิบัติดังนี้

5.1 ทบทวนความถูกต้องและเชื่อถือได้ของข้อมูลที่ได้ ผู้สัมภาษณ์อาจจะทบทวนก่อนปิดการสัมภาษณ์ได้โดยถามทบทวนคำถามให้แน่ใจว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ตอบเช่นนั้นจริง ๆ เป็นการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

5.2 กล่าวขอบคุณผู้ให้สัมภาษณ์ที่ให้ความร่วมมือ และย้ำว่าความสำเร็จของการได้ข้อมูลนั้น ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับผู้ให้สัมภาษณ์ ทำให้ผู้ให้สัมภาษณ์มีความภาคภูมิใจและสบายใจเมื่อเราจากไป สิ่งนี้สำคัญมาก เพราะทำให้ผู้สัมภาษณ์มีความรู้สึกที่ดีต่อการสัมภาษณ์ แม้ว่าเขาอาจจะไม่มีโอกาสให้สัมภาษณ์อีกเลยก็ตาม แต่ถ้าเราจำเป็นต้องกลับไปอีกหรือไปยังผู้ให้สัมภาษณ์รายอื่น ๆ ที่ใกล้เคียงกัน ก็จะได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี

2.5 ข้อดีและข้อจำกัดของการเก็บข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก

(พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2535 : 105)

2.5.1 ข้อดี สรุปที่สำคัญได้ดังนี้

- 1) การสัมภาษณ์ใช้ได้ดีกับบุคคลทุกประเภททุกระดับการศึกษา
- 2) การสัมภาษณ์มีลักษณะยืดหยุ่นได้มากกว่าการใช้แบบสอบถาม สามารถดัดแปลงแก้ไขข้อคำถามจนกว่าผู้ตอบจะเข้าใจคำถามได้
- 3) การสัมภาษณ์ช่วยให้ผู้สัมภาษณ์สามารถตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลได้ เพราะผู้สัมภาษณ์ทราบได้ว่า ผู้ตอบมีความขัดแย้งในคำตอบแต่ละคำถามหรือไม่ นอกจากนี้ยังทราบว่า ผู้ตอบตอบด้วยความตั้งใจหรือด้วยความจริงใจหรือไม่
- 4) การวิจัยทางวิทยาศาสตร์ เป็นเรื่องของการแสวงหาความจริงทางด้านพฤติกรรมของมนุษย์ที่เกี่ยวกับความรู้สึกนึกคิด อารมณ์ จิตใจ ความคิดเห็นและทัศนคติ ดังนั้นการรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์จึงนับว่าเหมาะสมที่สุด

2.5.2 ข้อเสีย

- 1) การสัมภาษณ์ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ความรอบรู้ และความชำนาญของผู้สัมภาษณ์ ดังนั้น หากผู้สัมภาษณ์ขาดคุณสมบัติดังกล่าว ข้อมูลที่ได้ก็ขาดความเชื่อถือ
- 2) ข้อมูลที่ได้ขึ้นอยู่กับความร่วมมือของผู้ให้สัมภาษณ์ ถ้าผู้ให้สัมภาษณ์ไม่ให้ข้อมูลตามความเป็นจริง ข้อมูลที่ได้ก็ขาดความเชื่อถือ
- 3) ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์บางครั้ง ขึ้นอยู่กับความสามารถในการตีความหมายของผู้สัมภาษณ์ ซึ่งอาจตีความหมายผิดทำให้ข้อมูลที่ได้ไม่ตรงตามความเป็นจริง
- 4) ในการสัมภาษณ์ ถ้าสิ่งอื่น ๆ มารบกวน เช่น ความเครียด ความเหนื่อย ความวิตกกังวลในบางอย่าง ทำให้ผู้ตอบตอบอย่างไม่เต็มที่ ตอบอย่างเสียไม่ได้ ก็จะทำให้ได้ข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์และไม่ตรงตามความเป็นจริงได้
- 5) การสัมภาษณ์ต้องใช้เวลา แรงงาน และเงินจำนวนมาก

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงบรรยาย ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

แหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าเป็นหัวหน้าแผนก ของบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งใน กรุงเทพมหานคร จำนวน 60 คน

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In – Depth Interview) เกี่ยวกับความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าของพนักงานขาย

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

1. ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องจากตำราเอกสารและงานวิจัยต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งนิยามศัพท์เฉพาะที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริการลูกค้า เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์
2. ผู้วิจัยสร้างแบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าของพนักงานขายให้สอดคล้องกับนิยามศัพท์เฉพาะของการวิจัย
3. นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นไปให้คณะกรรมการควบคุมสารนิพนธ์ ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างจุดมุ่งหมาย เนื้อหาและนิยามศัพท์เฉพาะ แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข
4. นำแบบสัมภาษณ์ที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการควบคุมสารนิพนธ์ไปทดลองใช้ (Try Out) กับหัวหน้าแผนกของบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 5 คน เพื่อหาข้อบกพร่องเกี่ยวกับขั้นตอน เนื้อหา แล้วจึงนำมาปรับปรุงให้เหมาะสมเพื่อนำไปใช้ในการวิจัยต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยดำเนินการดังนี้

1. นำหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร ไปยังบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครที่ต้องการจะศึกษา เพื่อขออนุญาตเรื่องการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยจากผู้จัดการสาขาของบริษัทเอกชนแห่งนั้น
2. ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์ไปเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In – Depth Interview) จากหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าของพนักงานขายของบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งใน กรุงเทพมหานคร โดยกำหนดจะสัมภาษณ์คนละประมาณ 1 ชั่วโมง ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับตัวแปรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าของพนักงานขายการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยจะใช้ระยะเวลา 2 เดือน ตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2543 ถึง 31 มกราคม 2544
3. ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์ซึ่งสัมภาษณ์หัวหน้าแผนกของพนักงานขายมาวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

การสัมภาษณ์เชิงลึก

1. ในการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยใช้วิธีจัดบันทึกข้อมูลจากการสัมภาษณ์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าของพนักงานขาย การสัมภาษณ์เชิงลึกทุกครั้งผู้วิจัยต้องขอความร่วมมือจากหัวหน้าแผนก และขออนุญาตจัดบันทึกข้อมูลขณะสัมภาษณ์
2. ในการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยแจ้งเรื่องของการวิจัยพร้อมวัตถุประสงค์ต่อผู้ให้ข้อมูล และผลของการวิจัยในครั้งนี้ว่าจะไม่ส่งผลใด ๆ ต่อผู้ให้ข้อมูลหลังจากนั้นสร้างความคุ้นเคยกับผู้ให้ข้อมูลด้วยการพูดคุยถึงเรื่องทั่ว ๆ ไปรวมทั้งการแสดงท่าทีของผู้วิจัยที่ให้ความจริงใจทั้งภาษาถ้อยคำและภาษาท่าทางและซื่อสัตย์ต่อข้อมูล ทำให้ผู้ให้ข้อมูลเกิดความเต็มใจ ไว้วางใจ และเป็นอิสระในการให้ข้อมูล
3. ในขณะสัมภาษณ์เชิงลึก บางครั้งหัวหน้าแผนกบอกเล่าถึงเหตุการณ์ที่อาจทำให้เกิดอคติ ผู้สัมภาษณ์จะใช้เทคนิคการฟังเพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์เกิดความสบายใจและร่วมมือในการให้ข้อมูล

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และค่าร้อยละ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล เกี่ยวกับความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าของพนักงานขาย และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่และคำนวณค่าร้อยละดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการกล่าวคำทักทายลูกค้าของพนักงานขาย

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการเสนอขายสินค้าของพนักงานขาย

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการปิดการขายสินค้าของพนักงานขาย

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการกล่าวขอบคุณลูกค้าของพนักงานขาย กรณีลูกค้าซื้อสินค้า

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการกล่าวขอบคุณลูกค้าของพนักงานขาย กรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า

ผลการศึกษาค้นคว้า

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการกล่าวคำทักทายลูกค้าของพนักงานขาย

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ ตามความคิดเห็นของหัวหน้าแผนก เกี่ยวกับการกล่าวคำทักทายลูกค้าของพนักงานขาย ปัญหาในการกล่าวคำทักทายลูกค้าของพนักงานขายที่พนักงานขายควรปรับปรุงแก้ไข และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการกล่าวคำทักทายลูกค้าของพนักงานขาย ซึ่งหัวหน้าแผนกแต่ละคนสามารถแสดงความคิดเห็นในแต่ละด้านได้หลายความคิดเห็น ดังแสดงผลการวิเคราะห์ในตาราง 1 – 4

ตาราง 1 ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการกล่าวคำ
ทักทายลูกค้าของพนักงานขาย

ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกที่มีต่อ การกล่าวคำทักทายลูกค้าของพนักงานขาย	จำนวนหัวหน้า แผนกที่แสดง ความคิดเห็น	ร้อยละ ของหัวหน้าแผนก ที่แสดงความคิดเห็น	อันดับที่
พฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการกล่าวคำ ทักทายลูกค้าเป็นพฤติกรรมที่พึงปฏิบัติ	60	100.00	1

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 1 พบว่า หัวหน้าแผนกจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 มีความคิดเห็นว่า พฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการกล่าวคำทักทายลูกค้าเป็นพฤติกรรมที่พึงปฏิบัติ

จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการกล่าวคำทักทายลูกค้าของพนักงานขาย หัวหน้าแผนกได้แสดงความคิดเห็นว่าการกล่าวคำทักทายลูกค้าของพนักงานขายเป็นสิ่งที่พนักงานขายสมควรที่จะปฏิบัติเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากจะสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าและหัวหน้าแผนกบางคนยังให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า เมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการในแผนกและพนักงานขายมีการกล่าวคำทักทายลูกค้าด้วยถ้อยคำและท่าทางสุภาพลูกค้าจะพึงพอใจและมีการพูดถึงการบริการที่ดีของพนักงานขายให้ลูกค้าคนอื่น ๆ ทราบ ส่งผลให้มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

ตาราง 2 ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านปัญหาในการกล่าวคำทักทายลูกค้าของพนักงานขาย

ปัญหาในการกล่าวคำทักทายลูกค้า ของพนักงานขายตามความคิดเห็น ของหัวหน้าแผนก	จำนวนหัวหน้า แผนกที่แสดง ความคิดเห็น	ร้อยละ ของหัวหน้าแผนก ที่แสดงความคิดเห็น	อันดับที่
ภาษาถ้อยคำและภาษาท่าทางที่พนักงานขาย แสดงออกไม่สอดคล้องกัน	29	48.33	1
พนักงานขายกล่าวคำทักทายลูกค้าเสียงเบา	17	28.33	2
ลูกค้ามีจำนวนมากในจุดจำหน่าย สินค้าราคาพิเศษทำให้พนักงานขาย กล่าวคำทักทายลูกค้าไม่ทั่วถึง	14	23.33	3
พนักงานขายเป็นพนักงานใหม่ไม่มีความ มั่นใจในการกล่าวทักทายลูกค้า	13	21.66	4
พนักงานขายไม่เห็นลูกค้า เนื่องจากยืน หันหลังให้ จึงไม่ได้กล่าวคำทักทายลูกค้า	7	11.67	5
พนักงานขายไม่กล้าสบตาลูกค้า	6	10.00	6
พนักงานขายตะโกนทักทายลูกค้า	5	8.33	7.5
พนักงานขายไม่สามารถทักทายลูกค้าเป็น ภาษาอังกฤษได้	5	8.33	7.5

ตาราง 2 (ต่อ)

ปัญหาในการกล่าวคำทักทายลูกค้า ของพนักงานขายตามความคิดเห็น ของหัวหน้าแผนก	จำนวนหัวหน้า แผนกที่แสดง ความคิดเห็น	ร้อยละ ของหัวหน้าแผนก ที่แสดงความคิดเห็น	อันดับที่
พนักงานขายทักทายลูกค้าต่างชาติโดยใช้ ภาษาไทย	3	5.00	9
พนักงานขายนำเอกสารมาทำหน้าร้าน	2	3.33	10.5
พนักงานขายรอจังหวะสบตา与客户 ก่อนกล่าวคำทักทายลูกค้า	2	3.33	10.5
พนักงานแต่งหน้าบริเวณขายสินค้า	1	1.67	12

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 2 พบว่า หัวหน้าแผนกมีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านปัญหาในการกล่าวคำทักทายลูกค้าของพนักงานขาย อันดับ 1 – 3 มีดังต่อไปนี้ ภาษาถ้อยคำและภาษาท่าทางที่พนักงานขายแสดงออกไม่สอดคล้องกัน คิดเป็นร้อยละ 48.33 พนักงานขายกล่าวคำทักทายลูกค้าเสียงเบา คิดเป็นร้อยละ 28.33 ลูกค้ามีจำนวนมากในจุดจำหน่ายสินค้าราคาพิเศษ ทำให้พนักงานขายกล่าวคำทักทายลูกค้าไม่ทั่วถึง คิดเป็นร้อยละ 23.33 ส่วนอันดับอื่น ๆ ตั้งแต่อันดับที่ 4 – 12 มีดังนี้คือ พนักงานขายเป็นพนักงานใหม่ไม่มีความมั่นใจในการกล่าวคำทักทายลูกค้า พนักงานขายไม่เห็นลูกค้า เนื่องจากยืนหันหลังให้จึงไม่ได้กล่าวคำทักทายลูกค้า พนักงานไม่กล้าสบตาลูกค้า พนักงานตะโกนทักทายลูกค้า ซึ่งใกล้เคียงกับพนักงานขายไม่สามารถทักทายลูกค้าเป็นภาษาอังกฤษได้ พนักงานขายทักทายลูกค้าต่างชาติ โดยใช้ภาษาไทย พนักงานขายนำเอกสารมาทำหน้าร้าน ซึ่งใกล้เคียงกับพนักงานขายรอจังหวะ

สบตากับลูกค้าก่อนกล่าวคำทักทายลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 21.66, 11.67, 10.00, 8.33, 5.00, 3.33, 1.67 ตามลำดับ

จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านปัญหาในการกล่าวคำทักทายลูกค้าของพนักงานขาย พบว่า หัวหน้าแผนกได้แสดงความห่วงใยเป็นพิเศษเกี่ยวกับการใช้ภาษาถ้อยคำและภาษาท่าทางที่พนักงานขายแสดงออกที่ไม่สอดคล้องกัน ตลอดทั้งพนักงานขายไม่มีความมั่นใจในการกล่าวคำทักทายลูกค้า เนื่องจากเมื่อมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการซื้อสินค้าในแผนก แม้ว่าพนักงานจะกล่าวสวัสดิ์ทักทายลูกค้า แต่ท่าทางการแสดงออกของพนักงานขายไม่สอดคล้องกับคำพูด เช่น พนักงานขายกล่าวคำว่าสวัสดิ์ลูกค้า แต่ท่าทางที่แสดงออกแสดงให้เห็นว่าไม่ค่อยเต็มใจที่จะพูด สีหน้านิ่งเฉย ไม่ยิ้ม ไม่มีความกระตือรือร้นที่จะบริการหรือต้อนรับลูกค้า ตลอดทั้งไม่มีความมั่นใจในการกล่าวทักทายลูกค้า ทำให้ลูกค้าไม่ประทับใจพนักงานขาย จึงไม่สนใจที่จะซื้อสินค้า

ตาราง 3 ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการกล่าวคำ
ทักทายลูกค้าของพนักงานขายที่ควรปรับปรุงแก้ไข

พฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการกล่าวคำ ทักทายลูกค้าที่พนักงานขายควรปรับปรุง แก้ไขตามความคิดเห็นของหัวหน้าแผนก	จำนวนหัวหน้า แผนกที่แสดง ความคิดเห็น	ร้อยละ ของหัวหน้าแผนก ที่แสดงความคิดเห็น	อันดับที่
การแสดงออกทั้งภาษาถ้อยคำและภาษาท่าทางที่ พนักงานขายแสดงออกต้องสอดคล้องกัน	28	46.67	1
พนักงานขายกล่าวคำทักทายลูกค้า ด้วยน้ำเสียงที่ไม่ดังชัดเจน	16	26.67	2
ในจุดจำหน่ายสินค้าราคาพิเศษพนักงานขาย ต้องกล่าวคำทักทายลูกค้าให้ทั่วถึง	12	20.00	3
พนักงานขายต้องมีความมั่นใจในการกล่าวคำ ทักทายลูกค้า	10	16.67	4
พนักงานขายควรสื่อสารกับลูกค้าต่างชาติได้บ้าง	6	10.00	5
พนักงานขายไม่ควรทำงานอื่นหน้าร้าน	1	1.67	6

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 3 พบว่า หัวหน้าแผนกมีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการ
บริการลูกค้าด้านการกล่าวคำทักทายลูกค้าของพนักงานขายที่ควรปรับปรุงแก้ไข อันดับ 1 – 3
มีดังต่อไปนี้ การแสดงออกทั้งภาษาถ้อยคำและภาษาท่าทางที่พนักงานขายแสดงออกต้อง
สอดคล้องกัน คิดเป็นร้อยละ 46.67 พนักงานขายกล่าวคำทักทายลูกค้าด้วยน้ำเสียงที่ไม่ดังชัดเจน
คิดเป็นร้อยละ 26.67 ในจุดจำหน่ายสินค้าราคาพิเศษพนักงานขายต้องกล่าวคำทักทายลูกค้าให้

ทั่วถึง คิดเป็นร้อยละ 20.00 ส่วนอันดับอื่นๆ ตั้งแต่อันดับที่ 4 – 6 มีดังนี้คือ พนักงานขายต้องมีความมั่นใจในการกล่าวคำทักทายลูกค้า พนักงานขายควรสื่อสารกับลูกค้าต่างชาติได้บ้าง พนักงานขายไม่ควรทำงานอื่นหน้าร้าน คิดเป็นร้อยละ 16.67, 10.00, 1.67 ตามลำดับ

จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการกล่าวคำทักทายลูกค้าของพนักงานขายที่ควรปรับปรุงแก้ไข หัวหน้าแผนกส่วนมากได้แสดงความคิดเห็นว่า พฤติกรรมที่พนักงานขายควรได้รับการปรับปรุงแก้ไขมากที่สุด คือ การแสดงออกทั้งภาษาถ้อยคำและภาษาท่าทางที่พนักงานขายแสดงออกต้องสอดคล้องกัน เนื่องจากลูกค้าเป็นจำนวนมากที่แสดงความไม่พอใจต่อการทักทายลูกค้าของพนักงานขาย ลูกค้าบางรายก็จะมีการบอกกล่าวกับหัวหน้าแผนกโดยตรงว่ามีการบังคับให้พนักงานขายกล่าวสวัสดิ์ลูกค้าหรือไม่ เพราะเวลาพนักงานขายกล่าวสวัสดิ์ลูกค้าบางครั้งก็ไม่ได้มีการสบตาลูกค้า หรือทักทายโดยไม่ยิ้มทำตัวเหมือนหุ่นยนต์หรือแม้กระทั่งบางครั้งเมื่อลูกค้าแต่งกายไม่ดีก็ได้รับการดูถูกทางสายตาจากพนักงานขายและไม่เต็มใจที่จะบริการ นอกจากนี้หัวหน้าแผนกบางท่านก็จะแสดงความคิดเห็นในด้านนี้ว่า พนักงานขายกล่าวคำทักทายลูกค้าเสียงค่อย น้ำเสียงไม่ดังชัดเจน จนบางครั้งเมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในแผนกทำให้ลูกค้าไม่ทราบว่า พนักงานขายพูดอะไร ลูกค้าก็จะไม่กล้าซักถามพนักงานขาย

ดังนั้น หัวหน้าแผนกส่วนมากจึงมีความคิดเห็นว่า สิ่งที่ต้องปรับปรุงแก้ไขมากที่สุดเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการกล่าวคำทักทายลูกค้าของพนักงานขาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งคือด้านการแสดงออกทั้งภาษาถ้อยคำและภาษาท่าทางที่พนักงานขายแสดงออกต้องสอดคล้องกันและพนักงานควรพูดทักทายลูกค้าด้วยน้ำเสียงที่ดังในระดับที่ลูกค้าสามารถได้ยินแต่ไม่ควรทักทายดังเกินไปจนฟังเหมือนเป็นการตะคอกลูกค้า

ตาราง 4 ข้อเสนอแนะของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการกล่าวคำ
ทักทายลูกค้าของพนักงานขาย

ข้อเสนอแนะของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับ พฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการ กล่าวคำทักทายลูกค้าของพนักงานขาย	จำนวนหัวหน้า แผนกที่แสดง ความคิดเห็น	ร้อยละ ของหัวหน้าแผนก ที่แสดงความคิดเห็น	อันดับที่
หัวหน้าแผนกควรกล่าวคำทักทายลูกค้า เป็นตัวอย่างให้กับพนักงานขาย	22	36.66	1
ควรส่งพนักงานขายไปเข้ารับการอบรม การกล่าวคำทักทายลูกค้าทุกระยะและต่อเนื่อง	20	33.33	2
ควรมีการจัดเสียงตามสายทุกเช้าเกี่ยวกับการ กล่าวคำทักทายลูกค้าของพนักงานขายเพื่อสร้าง ความเข้าใจในการกล่าวคำทักทายลูกค้า	15	25.00	3
พนักงานขายจะต้องได้รับการฝึก ปฏิบัติการทักทายลูกค้าทุกเช้าก่อน ห้างเปิดจำหน่ายสินค้า	14	23.33	4
ควรมีเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบในการต้อนรับ ลูกค้าต่างชาติโดยเฉพาะและหาพนักงานที่ สามารถใช้ภาษาได้ต่างกัน เช่น ภาษา อังกฤษ จีน ญี่ปุ่น เยอรมัน	6	10.00	5
ควรติดคะแนนทางวินัยถ้าพนักงานขาย ไม่กล่าวคำทักทายลูกค้า	3	5.00	6

ตาราง 4 (ต่อ)

ข้อเสนอแนะของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับ พฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการ กล่าวคำทักทายลูกค้าของพนักงานขาย	จำนวนหัวหน้า แผนกที่แสดง ความคิดเห็น	ร้อยละ ของหัวหน้าแผนก ที่แสดงความคิดเห็น	อันดับที่
ควรย้ายพนักงานขายไปสาขาอื่น ถ้าไม่มี การกล่าวคำทักทายลูกค้า	2	3.33	7
ควรให้พนักงานขายลาออกไปทำงานอื่น ถ้าไม่มีการกล่าวคำทักทายลูกค้า	1	1.66	8

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 4 พบว่า หัวหน้าแผนกมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการกล่าวคำทักทายลูกค้าของพนักงานขาย อันดับ 1 – 3 มีดังต่อไปนี้ หัวหน้าแผนกควรกล่าวคำทักทายลูกค้าเป็นตัวอย่างให้กับพนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 36.66 ควรส่งพนักงานขายไปเข้ารับการอบรมการกล่าวคำทักทายลูกค้าทุกระยะและต่อเนื่อง คิดเป็นร้อยละ 33.33 ควรมีการจัดเสียงตามสายทุกเช้าเกี่ยวกับการกล่าวคำทักทายลูกค้าของพนักงานขาย เพื่อสร้างความเข้าใจในการกล่าวคำทักทายลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 25.00 ส่วนอันดับอื่น ๆ ตั้งแต่อันดับที่ 4 – 8 มีดังนี้คือ พนักงานขายจะต้องได้รับการฝึกปฏิบัติการทักทายลูกค้าทุกเช้าก่อนห้างเปิด จำหน่ายสินค้า ควรมีเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบในการต้อนรับลูกค้าต่างชาติโดยเฉพาะและหาพนักงานที่สามารถใช้ภาษาได้ต่างกัน เช่น ภาษาอังกฤษ จีน ญี่ปุ่น เยอรมัน ควรจัดคะแนนทางวินัยถ้าพนักงานขายไม่กล่าวคำทักทายลูกค้า ควรย้ายพนักงานไปสาขาอื่น ถ้าไม่มีการกล่าวคำทักทายลูกค้า ควรให้พนักงานขายลาออกไปทำงานอื่น ถ้าไม่กล่าวคำทักทายลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 23.33, 10.00, 5.00, 3.33, 1.66 ตามลำดับ

จากการสัมภาษณ์และข้อเสนอแนะของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการกล่าวคำทักทายลูกค้าของพนักงานขาย หัวหน้าแผนกได้เสนอแนะสืบเนื่องจากสิ่งที่พนักงานขายควรได้รับการปรับปรุงแก้ไขเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการกล่าวคำทักทายลูกค้าในเรื่องการแสดงออกทั้งภาษาถ้อยคำและภาษาท่าทางที่พนักงานขายแสดงออกต้องสอดคล้องกันและพนักงานขายควรกล่าวทักทายลูกค้าด้วยน้ำเสียงที่ดังพอสมควรนั้น หัวหน้าแผนก

หลายท่านได้เสนอแนะเป็นพิเศษว่า หัวหน้าแผนกควรจะต้องแสดงเป็นแบบอย่างที่ดีให้แก่พนักงานขายไม่ว่าจะเป็นด้านท่าทางคำพูดหรือการใช้น้ำเสียง ถ้าหัวหน้าแผนกทำเป็นแบบอย่างที่ดีแล้วพนักงานขายก็จะเกิดการเลียนแบบและไม่กล้าที่จะแสดงพฤติกรรมการทักทายลูกค้าที่ไม่เหมาะสมต่อลูกค้า นอกจากนี้หัวหน้าแผนกบางท่านยังให้ข้อเสนอแนะว่า ควรจะจัดส่งพนักงานขายไปเข้ารับการอบรมการกล่าวคำทักทายลูกค้าทุกระยะและต่อเนื่อง เพื่อพนักงานขายจะได้มีการฝึกปฏิบัติและเกิดความกล้ามากยิ่งขึ้นเมื่อประสบกับสถานการณ์จริง แต่หัวหน้าแผนกบางท่านก็ได้แสดงความคิดเห็นว่า การที่จะส่งพนักงานไปอบรมบ่อย ๆ นั้นอาจจะประสบปัญหาและอาจจะส่งผลให้พนักงานขายไม่เพียงพอในการบริการลูกค้า วิธีการหนึ่งที่จะได้ผลคือจัดเสียงตามสายทุกเช้าก่อนเปิดจำหน่ายสินค้าและให้พนักงานขายทุกคนได้ฝึกปฏิบัติการทักทายที่ถูกต้องแก่ลูกค้าเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้า

จากตาราง 1 - 4 สามารถสรุปผลได้ดังนี้

จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการกล่าวคำทักทายลูกค้าของพนักงานขาย พบว่า หัวหน้าแผนกมีความเห็นว่าพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการกล่าวคำทักทายลูกค้าเป็นพฤติกรรมที่พึงปฏิบัติ คิดเป็นร้อยละ 100 และปัญหาในการกล่าวคำทักทายลูกค้า อันดับ 1 - 3 มีดังต่อไปนี้ ภาษาถ้อยคำและภาษาท่าทางที่พนักงานขายแสดงออกไม่สอดคล้องกัน คิดเป็นร้อยละ 48.33 พนักงานขายกล่าวคำทักทายลูกค้าเสียงเบา คิดเป็นร้อยละ 28.33 และลูกค้ามีจำนวนมากในจุดจำหน่ายสินค้าน่าพิศมัย ทำให้พนักงานขายกล่าวคำทักทายลูกค้าไม่ทั่วถึง คิดเป็นร้อยละ 23.33 ซึ่งจากการสัมภาษณ์หัวหน้าแผนกได้แสดงความห่วงใยเป็นพิเศษเกี่ยวกับการใช้ภาษาถ้อยคำและภาษาท่าทางที่พนักงานขายแสดงออกที่ไม่สอดคล้องกัน ตลอดทั้งพนักงานขายไม่มีความมั่นใจในการกล่าวคำทักทายลูกค้า ทั้งนี้หัวหน้าแผนกแสดงความคิดเห็นว่าสิ่งที่พนักงานขายควรปรับปรุงแก้ไขเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการกล่าวคำทักทายลูกค้า อันดับ 1 - 3 คือ การแสดงออกทั้งภาษาถ้อยคำและภาษาท่าทางที่พนักงานขายแสดงออกต้องสอดคล้องกัน คิดเป็นร้อยละ 46.67 พนักงานขายกล่าวคำทักทายลูกค้าด้วยน้ำเสียงที่ไม่ดังชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 26.67 ในจุดจำหน่ายสินค้าน่าพิศมัยพนักงานขายต้องกล่าวคำทักทายลูกค้าให้ทั่วถึง คิดเป็นร้อยละ 20.00 โดยหัวหน้าแผนกได้ให้ข้อเสนอแนะ จัดเป็นอันดับ 1 - 3 ดังนี้ หัวหน้าแผนกควรกล่าวคำทักทายลูกค้าเป็นตัวอย่างให้กับพนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 36.66 ควรส่งพนักงานขายไปเข้ารับการอบรมการกล่าวคำทักทายลูกค้าทุกระยะและต่อเนื่อง คิดเป็นร้อยละ 33.33 และควรมีการจัดเสียงตามสายทุกเช้าเกี่ยวกับการกล่าวคำทักทายลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 25.00 แต่ทั้งนี้หัวหน้าแผนกบางคนก็ได้แสดงความคิดเห็นว่าการส่งพนักงานขายไปอบรมบ่อย ๆ อาจจะประสบปัญหาพนักงานไม่เพียงพอในการบริการลูกค้า

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการเสนอขายสินค้า ของพนักงานขาย

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ ตามความคิดเห็นของหัวหน้าแผนก เกี่ยวกับการเสนอขายสินค้าของพนักงานขาย ปัญหาในการเสนอขายสินค้าของพนักงานขายที่พนักงานขายควรปรับปรุงแก้ไขและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการเสนอขายสินค้าของพนักงานขาย ซึ่งหัวหน้าแผนกแต่ละคนสามารถแสดงความคิดเห็นในแต่ละด้านได้หลายความคิดเห็น ดังแสดงในตาราง 5 – 8

ตาราง 5 ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการเสนอขายสินค้าของพนักงานขาย

ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกที่มีต่อการเสนอขายสินค้าของพนักงานขาย	จำนวน หัวหน้าแผนก ที่แสดงความคิดเห็น	ร้อยละของ หัวหน้าแผนก ที่แสดงความคิดเห็น	อันดับที่
การเสนอขายสินค้าเป็นเรื่องสำคัญมากสำหรับพนักงานขาย	35	58.33	1
พนักงานขายใช้คำพูดที่ไม่เหมาะสมกับการเสนอขายสินค้า	27	45.00	2
พนักงานขายใช้คำพูดถูกต้องกับการเสนอขายสินค้า	15	25.00	3

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 5 พบว่า หัวหน้าแผนกมีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการเสนอขายสินค้าของพนักงานขาย อันดับ 1-3 มีดังต่อไปนี้ การเสนอขายสินค้าเป็นเรื่องสำคัญมากสำหรับพนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 58.33 พนักงานขายใช้คำพูดที่ไม่เหมาะสมกับการเสนอขายสินค้า คิดเป็นร้อยละ 45.00 พนักงานขายใช้คำพูดถูกต้องกับการเสนอขายสินค้า คิดเป็นร้อยละ 25.00

จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการเสนอขายสินค้าของพนักงานขาย หัวหน้าแผนกส่วนมากมีความคิดเห็นว่าการเสนอขายสินค้าเป็นเรื่องที่สำคัญมากสำหรับพนักงานขาย แต่พนักงานขายจำนวนมากมักใช้คำพูดแตกต่างกันไป ซึ่งจะไม่ใช้คำพูดเดียวกันในการเสนอขายสินค้าให้แก่ลูกค้า ซึ่งตามกฎระเบียบของบริษัทในชั้น การเสนอขายสินค้าพนักงานขายทุกคนจะต้องใช้คำพูดว่า “ดิฉัน/ผม จะช่วยอะไรคุณได้บ้างคะ/ครับ” แต่ในปัจจุบันพนักงานขายจะใช้คำพูดที่แตกต่างกันออกไป เช่น “ทดลองเลือกได้นะคะ” “หยิบชมได้นะคะ” “ต้องการแบบไหนคะ” “ลองดูได้นะคะ” เป็นต้น ซึ่งคำพูดเหล่านี้ หัวหน้าแผนกก็ได้แสดงความห่วงใยว่า บริษัทควรมีวิธีการอย่างไรที่จะให้พนักงานขายทุกคนใช้คำพูดในชั้นเสนอขายสินค้าให้เป็นคำพูดเดียวกันหรืออาจจะมีการปรับคำพูดในชั้นเสนอขายสินค้าให้เหมาะสมกับสินค้าแต่ละประเภท

ตาราง 6 ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านปัญหาในการ
เสนอขายสินค้าให้แก่ลูกค้าของพนักงานขาย

ปัญหาในการเสนอขายสินค้าของ พนักงานขายตามความคิดเห็นของ หัวหน้าแผนก	จำนวน หัวหน้าแผนก ที่แสดงความคิดเห็น	ร้อยละ ของหัวหน้าแผนก ที่แสดงความคิดเห็น	อันดับที่
พนักงานขายใช้คำพูดไม่สอดคล้อง ในการเสนอขายสินค้าให้แก่ลูกค้า	20	33.33	1
พนักงานขายไม่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษกับลูกค้าต่างชาติได้	18	30.00	2
พนักงานขายไม่พูดคำว่า “ดิฉัน/ผม”	14	23.33	3
พนักงานขายแสดงออกทางสีหน้าไม่สอดคล้อง กับคำพูด	10	16.67	4
พนักงานขายไม่มีความรู้ในตัวสินค้าดีพอ	9	15.00	5
พนักงานขายพูดเสียงเบาเกินไป	8	13.33	6
พนักงานขายไม่รู้ทักษะในการขายสินค้า	7	11.67	7.5
พนักงานขายมักใช้คำว่า “ลองสอบถามไ้ได้นะคะ”	7	11.67	7.5
พนักงานขายเกิดความลำบากใจเนื่องจากลูกค้า ไม่ชอบให้เดินตาม	6	10.00	9.5
พนักงานขายนำเอกสารอื่นมาทำหน้าร้าน	6	10.55	9.5
พนักงานขายไม่สนใจลูกค้า	5	8.33	11

ตาราง 6 (ต่อ)

ปัญหาในการเสนอขายสินค้าของ พนักงานขายตามความคิดเห็นของ หัวหน้าแผนก	จำนวน หัวหน้าแผนก ที่แสดงความคิดเห็น	ร้อยละ ของหัวหน้าแผนก ที่แสดงความคิดเห็น	อันดับที่
พนักงานขายไม่ยิ้มให้กับลูกค้า	4	6.67	12
พนักงานขายรู้สึกอายเวลาเสนอขายสินค้า	3	5.00	14
พนักงานขายไม่เสนอขายสินค้าต่อเนื่องให้แก่ ลูกค้า	3	5.00	14
พนักงานขายใช้คำพูดไม่เหมาะสมในการเสนอ ขายสินค้า	3	5.00	14
พนักงานขายเบื่อก่อนที่จะบริการลูกค้า	2	3.33	16

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 6 พบว่า ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านปัญหาในการเสนอขายสินค้าให้แก่ลูกค้าของพนักงานขาย อันดับ 1 – 3 มีดังต่อไปนี้ พนักงานขายใช้คำพูดอย่างอื่นในการเสนอขายสินค้าให้แก่ลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 33.33 พนักงานขายไม่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษกับลูกค้าต่างชาติได้ คิดเป็นร้อยละ 30.00 พนักงานขายไม่พูดคำว่า “ดิฉัน/ผม” คิดเป็นร้อยละ 23.33 ส่วนอันดับอื่น ๆ ตั้งแต่อันดับที่ 4 – 16 มีดังนี้คือ พนักงานขายแสดงออกทางสีหน้าไม่สอดคล้องกับคำพูด พนักงานขายไม่มีความรู้ในตัวสินค้าดีพอ พนักงานขายพูดเสียงเบาเกินไป พนักงานขายไม่รู้ทักษะในการขายสินค้า ซึ่งใกล้เคียงกับพนักงานขายมักใช้คำว่า “ลองสอบถามได้นะคะ” พนักงานขายเกิดความลำบากใจเนื่องจากลูกค้าไม่ชอบให้เดินตาม ซึ่งใกล้เคียงกับพนักงานขายนำเอกสารอื่นมาทำหน้าที่ร้าน พนักงานขายไม่สนใจลูกค้า พนักงานขายไม่ยิ้มให้กับลูกค้า พนักงานรู้สึกอายเวลาเสนอขายสินค้า

ซึ่งใกล้เคียงกับพนักงานขายไม่เสนอขายสินค้าต่อเนื่องให้แก่ลูกค้า และใกล้เคียงกับพนักงานใช้คำพูดไม่เหมาะสมในการเสนอขายสินค้า และพนักงานขายเพื่อที่จะบริการลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 16.67, 15.00, 13.33, 11.67, 10.00, 8.33, 6.67, 5.00, 3.33 ตามลำดับ

จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านปัญหาในการเสนอขายสินค้าให้แก่ลูกค้าของพนักงานขาย หัวหน้าแผนกแสดงความคิดเห็นว่า สิ่งที่เป็นปัญหามากที่สุดในขั้นการเสนอขายสินค้าให้แก่ลูกค้าของพนักงานขายนั้น คือ พนักงานขายใช้คำพูดไม่สอดคล้องในการเสนอขายสินค้าให้แก่ลูกค้า นอกจากนี้ พนักงานขายไม่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษกับลูกค้าต่างชาติได้ ซึ่งเรื่องนี้หัวหน้าแผนกหลายท่านได้แสดงความห่วงใยเป็นพิเศษ เนื่องจากว่า ในบางช่วงเวลามีลูกค้าเข้ามาใช้บริการซื้อสินค้าเป็นจำนวนมาก พนักงานขายก็พูดกับลูกค้าไม่รู้เรื่องและพนักงานจะรอหัวหน้าแผนกมาพูดให้บางครั้งหัวหน้าแผนกก็ไม่อยู่หรืออาจจะติดลูกค้ารายอื่นก็เลยก่อให้เกิดปัญหากับพนักงานขายเป็นอย่างมาก หัวหน้าแผนกจึงมีความคิดเห็นว่าปัญหาเหล่านี้เป็นสิ่งที่ทางบริษัทควรหาวิธีการที่จะลดปัญหาที่เกิดขึ้นให้เร็วที่สุด

ตาราง 7 ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการเสนอขายสินค้าของพนักงานขายที่ควรปรับปรุงแก้ไข

พฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการ เสนอขายสินค้าของพนักงานขาย ที่ควรปรับปรุงแก้ไข	จำนวน หัวหน้าแผนก ที่แสดงความคิดเห็น	ร้อยละ ของหัวหน้าแผนก ที่แสดงความคิดเห็น	อันดับที่
พนักงานขายควรใช้คำพูดในการเสนอขายสินค้าให้เหมาะสมกับสินค้าแต่ละประเภท	18	30.00	1
พนักงานขายควรจะสื่อสารภาษาอังกฤษได้ในระดับหนึ่ง	15	25.00	2
พนักงานขายควรใช้คำแทนตนเองว่า "ดิฉัน/ผม"	12	20.00	3
พนักงานขายควรแสดงสีหน้าท่าทางให้สอดคล้องกัน	9	15.00	4
พนักงานขายควรมีความรู้ในตัวสินค้า	5	8.33	5
พนักงานขายควรยิ้มให้ลูกค้าทุกครั้ง	3	5.00	6
พนักงานขายต้องรอดูจังหวะที่เหมาะสมในการเสนอขายสินค้าต่อเนื่องให้กับลูกค้า	1	1.67	7

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 7 พบว่า หัวหน้าแผนกมีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการเสนอขายสินค้าของพนักงานขายที่ควรปรับปรุงแก้ไข อันดับ 1 – 3 มีดังต่อไปนี้ พนักงานขายควรใช้คำพูดในการเสนอขายสินค้าให้เหมาะสมกับสินค้าแต่ละประเภท คิดเป็นร้อยละ 30.00 พนักงานควรจะสื่อสารภาษาอังกฤษได้ในระดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 25.00

พนักงานขายควรใช้คำแทนตนเองว่า "ดิฉัน/ผม" คิดเป็นร้อยละ 20.00 ส่วนอันดับอื่นๆ ตั้งแต่ อันดับที่ 4 – 7 มีดังนี้คือ พนักงานขายควรแสดงสีหน้าท่าทางให้สอดคล้องกัน พนักงานขายควรมีความรู้ในตัวสินค้าเป็นอย่างดี พนักงานขายควรมีให้ลูกค้าทุกครั้ง และพนักงานขายต้องรอดูจังหวะที่เหมาะสมในการเสนอขายสินค้าต่อเนื่องให้กับลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 15.00, 8.33, 5.00, 1.67 ตามลำดับ

จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการเสนอขายสินค้าของพนักงานขายที่ควรปรับปรุงแก้ไข หัวหน้าแผนกเป็นจำนวนมากกล่าวว่า สิ่งที่ต้องปรับปรุงแก้ไขเร่งด่วนในขั้นการเสนอขายสินค้าของพนักงานขาย คือ การใช้คำพูดในการเสนอขายสินค้าให้เหมาะสมกับสินค้าแต่ละประเภทเนื่องจากในปัจจุบันพนักงานทุกคนไม่ว่าจะขายสินค้าอะไร พนักงานขายจะต้องกล่าวว่า "ดิฉัน/ผม จะช่วยอะไรคุณได้บ้างคะ/ครับ" ซึ่งคำพูดนี้ หัวหน้าแผนกแสดงความคิดเห็นว่า จะเหมาะกับสินค้าบางประเภทเท่านั้นแต่จะไม่เหมาะกับสินค้าทุกประเภท ยกตัวอย่างเช่น พนักงานขายแผนกรองเท้าก็ควรจะใช้คำพูดว่า "เชิญลองสวมรองเท้าได้นะคะ/ครับ" หรือพนักงานขายแผนกเครื่องแก้วก็อาจจะใช้คำพูดว่า "ต้องการเครื่องแก้วแบบไหนคะ" ซึ่งหัวหน้าแผนกแสดงความคิดเห็นว่า น่าจะระบุประเภทสินค้าที่พนักงานขายรับผิดชอบอยู่จะเป็นการดีกว่าและลูกค้าก็จะกล้าที่จะเข้ามาใช้บริการมากกว่าและจากที่หัวหน้าแผนกสังเกตพนักงานขายเกือบทุกคนก็จะใช้คำพูดในขั้นเสนอขายสินค้าโดยระบุประเภทสินค้าที่ตัวเองจำหน่ายอยู่แทบจะทุกคน

ตาราง 8 ข้อเสนอแนะของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการเสนอขายสินค้าของพนักงานขาย

ข้อเสนอแนะของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับ พฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการเสนอ ขายสินค้าของพนักงานขาย	จำนวน หัวหน้าแผนก ที่แสดงความคิดเห็น	ร้อยละ ของหัวหน้าแผนก ที่แสดงความคิดเห็น	อันดับที่
บริษัทควรจัดหาคำพูดให้เหมาะกับสินค้า แต่ละแผนก	20	33.33	1
บริษัทควรจัดทำเอกสารหรือคู่มือคำศัพท์ที่ จำเป็นของแต่ละแผนก	15	25.00	2
บริษัทควรจัดให้มีการอบรมเกี่ยวกับงานขายที่ดี ให้แก่พนักงานขาย	12	20.00	3
บริษัทควรจัดอบรมความรู้ในตัวสินค้าให้กับ พนักงานขายอย่างต่อเนื่อง	7	11.67	4.5
พนักงานขายควรมีความสามารถในการสื่อสาร กับลูกค้าต่างชาติได้ในระดับหนึ่ง	7	11.67	4.5
พนักงานขายควรได้รับการฝึกปฏิบัติทุกเช้า ก่อนห้างเปิดจำหน่ายสินค้า	4	6.67	6
ควรมีการลงโทษถ้าพนักงานขายไม่ปฏิบัติตาม มาตรฐานการเสนอขายสินค้าตามที่บริษัท กำหนด	2	3.33	7.5
ต้องการให้มีพนักงานขายที่มีหน้าที่ต้อนรับ ลูกค้าต่างชาติมากกว่าในปัจจุบัน	2	3.33	7.5

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 8 พบว่า ข้อเสนอแนะของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรม การบริการลูกค้าของพนักงานขาย อันดับ 1 – 3 มีดังต่อไปนี้ บริษัทควรมีคำพูดให้เหมาะสม กับสินค้าแต่ละแผนก คิดเป็นร้อยละ 33.33 บริษัทควรจัดทำเอกสารหรือคู่มือคำศัพท์ที่จำเป็น ของแต่ละแผนก คิดเป็นร้อยละ 25.00 บริษัทควรจัดให้มีการอบรมเกี่ยวกับงานขายที่ดีให้แก่ พนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 20.00 ส่วนอันดับอื่นๆ ตั้งแต่อันดับที่ 4.5 – 7.5 มีดังนี้คือ บริษัท ควรจัดอบรมความรู้ในตัวสินค้าให้กับพนักงานอย่างต่อเนื่อง ซึ่งใกล้เคียงกับพนักงานขาย ควรมี ความสามารถในการสื่อสารกับลูกค้าต่างชาติได้ในระดับหนึ่ง พนักงานขายควรได้รับการฝึกปฏิบัติ ทุกเข้าก่อนห้างเปิดจำหน่ายสินค้า และควรมีการลงโทษถ้าพนักงานขายไม่ปฏิบัติตามมาตรฐาน การเสนอขายสินค้าตามที่บริษัทกำหนด ซึ่งใกล้เคียงกันกับต้องการให้มีพนักงานขายที่มีหน้าที่ ดือนรับลูกค้าต่างชาติมากกว่าในปัจจุบัน คิดเป็นร้อยละ 11.67, 6.67, 3.33 ตามลำดับ

จากการสัมภาษณ์และข้อเสนอแนะของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้า ด้านการเสนอขายสินค้าของพนักงานขาย หัวหน้าแผนกส่วนมากเสนอแนะให้บริษัทควรเสนอ รูปแบบการสนทนา โดยใช้คำพูดให้เหมาะสมกับสินค้าแต่ละประเภทของแต่ละแผนกที่พนักงาน รับผิดชอบอยู่ ซึ่งไม่ควรใช้คำพูดแบบเดียวกันทุกแผนก และหากจะมีการเปลี่ยนคำพูดแบบใดที่จะ เหมาะสมที่สุดนั้น หัวหน้าแผนกเป็นจำนวนมากเสนอว่าควรจะให้หัวหน้าแผนกของสินค้าในแต่ละ ประเภทได้เสนอความคิด และสิ่งที่ควรจะต้องปฏิบัติเพื่อพนักงานขายสินค้าประเภทนั้น ๆ ของทุก ๆ สาขาจะได้ใช้เป็นคำพูดในทำนองเดียวกัน นอกจากนี้หัวหน้าแผนกบางท่านก็มีการเสนอว่า ปัจจุบันนี้ มีพนักงานเป็นจำนวนมากมีปัญหาในเรื่องการสื่อสารกับลูกค้าต่างชาติ หัวหน้าหลายคน ก็เสนอว่า บริษัทควรจัดทำเอกสารหรือคู่มือคำศัพท์ที่จำเป็นและระบุสินค้าแต่ละประเภทที่ชัดเจน ให้แก่พนักงานขายทุกคนติดตัวไว้โดยอาจจะทำเป็นคู่มือเล็ก ๆ สำหรับใส่ในกระเป๋าเสื้อเพื่อจะได้ สามารถใช้เปิดดูเวลาสื่อสารกับลูกค้าต่างชาติได้

จากตาราง 5 – 8 สามารถสรุปผลได้ดังนี้

จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้าน การเสนอขายสินค้าของพนักงานขาย พบว่า หัวหน้าแผนกมีความเห็นว่าการเสนอขายสินค้าเป็น เรื่องสำคัญมากสำหรับพนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 58.33 และพนักงานขายใช้คำพูดที่ไม่ เหมาะสมกับการเสนอขายสินค้า คิดเป็นร้อยละ 45.00 จากการสัมภาษณ์หัวหน้าแผนกมีความ คิดเห็นว่าการเสนอขายสินค้าให้แก่ลูกค้านั้นพนักงานขายจำนวนมากมักใช้คำพูดในการเสนอ ขายสินค้าแตกต่างกันไป และปัญหาที่พบในด้านนี้ อันดับ 1 – 3 คือ พนักงานขายใช้คำพูดไม่ สอดคล้องในการเสนอขายสินค้าให้แก่ลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 33.33 พนักงานขายไม่สามารถสื่อสาร ภาษาอังกฤษกับลูกค้าต่างชาติได้ คิดเป็นร้อยละ 30.00 และพนักงานขายไม่พูดคำว่า “ดิฉัน/ผม” คิดเป็นร้อยละ 23.33 ซึ่งหัวหน้าแผนกแสดงความคิดเห็นว่าพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการ

เสนอขายสินค้าของพนักงานขายที่ควรปรับปรุง อันดับ 1 – 3 มีดังนี้ พนักงานขายควรใช้คำพูดในการเสนอขายสินค้าให้เหมาะสมกับสินค้าแต่ละประเภท คิดเป็นร้อยละ 30.00 พนักงานควรจะสื่อสารภาษาอังกฤษได้ในระดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 25.00 พนักงานขายควรใช้คำแทนตนเองว่า “ดิฉัน/ผม” คิดเป็นร้อยละ 20.00 ทั้งนี้หัวหน้าแผนกมีข้อเสนอแนะอันดับ 1 – 3 คือ บริษัทควรมีคำพูดให้เหมาะสมกับสินค้าแต่ละแผนก คิดเป็นร้อยละ 33.33 บริษัทควรจัดทำเอกสารหรือคู่มือคำศัพท์ที่จำเป็นของแต่ละแผนก คิดเป็นร้อยละ 25.00 บริษัทควรจัดให้มีการอบรมเกี่ยวกับงานขายที่ดีให้แก่พนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 20.00 โดยหัวหน้าแผนกแสดงความคิดเห็นเป็นพิเศษเกี่ยวกับข้อเสนอขายสินค้านั้น พนักงานขายควรใช้คำพูดให้เหมาะสมกับสินค้าแต่ละประเภทโดยอาจจะมีการระดมสมองจากหัวหน้าแผนกแต่ละแผนกเพื่อคัดเลือก คำพูดที่เหมาะสมที่สุดกับสินค้าแต่ละประเภทในขั้นการเสนอขายสินค้าของพนักงานขาย

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการปิดการขายสินค้าของพนักงานขาย

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่และค่าร้อยละ ตามความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับการปิดการขายของพนักงานขายที่พนักงานขายควรปรับปรุงแก้ไข และมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการปิดการขายสินค้าของพนักงานขาย ซึ่งหัวหน้าแผนกแต่ละคนสามารถแสดงความคิดเห็นในแต่ละด้านได้หลายความคิดเห็น ดังแสดงในตาราง 9 – 12

ตาราง 9 ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการปิดการขาย
สินค้าของพนักงานขาย

ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับ พฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการปิด การขายสินค้าของพนักงานขาย	จำนวน หัวหน้าแผนก ที่แสดงความคิดเห็น	ร้อยละ ของหัวหน้าแผนก ที่แสดงความคิดเห็น	อันดับที่
การปิดการขายเป็นสิ่งที่เหมาะสมดี	37	61.67	1
การปิดการขายทำให้ลูกค้ารู้ว่าเป็นเอกลักษณ์ ของบริษัท	19	31.67	2
การปิดการขายทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าการพนักงานขาย ปฏิบัติเป็นมาตรฐานเดียวกัน	10	16.67	3
การปิดการขายใช้คำพูดที่น่าเบื่อถ้าฟังซ้ำกัน หลายครั้ง	2	3.33	4

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 9 พบว่า หัวหน้าแผนกมีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการปิดการขายสินค้าของพนักงานขาย อันดับ 1 – 3 มีดังต่อไปนี้ การปิดการขายเป็นสิ่งที่เหมาะสมดี คิดเป็นร้อยละ 61.67 การปิดการขายทำให้ลูกค้ารู้ว่าเป็นเอกลักษณ์ของบริษัท คิดเป็นร้อยละ 31.67 การปิดการขายทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าการพนักงานขายปฏิบัติเป็นมาตรฐานเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 16.67 ส่วนอันดับ 4 มีความคิดเห็นว่าการปิดการขายใช้คำพูดที่น่าเบื่อถ้าฟังซ้ำกันหลายครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.33

จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการปิดการขายสินค้าของพนักงานขายหัวหน้าแผนกมีความคิดเห็นว่า การปิดการขายสินค้าของพนักงานขายในปัจจุบันเป็นสิ่งที่เหมาะสมดีและส่งผลให้ลูกค้าได้ทราบถึงความเป็นเอกลักษณ์ของบริษัท แต่ก็มีความคิดเห็นจากหัวหน้าแผนกบางคนแต่ก็เป็นส่วนน้อยที่กล่าวว่า การปิดการขายที่ใช้อยู่ในปัจจุบันฟังแล้วน่าเบื่อถ้าฟังซ้ำกันหลายครั้ง

ตาราง 10 ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริการลูกค้าด้านปัญหาในการปิดการขายสินค้าของพนักงานขาย

ปัญหาในการปิดการขายสินค้าของ พนักงานขายตามความคิดเห็นของ หัวหน้าแผนก	จำนวน หัวหน้าแผนก ที่แสดงความคิดเห็น	ร้อยละ ของหัวหน้าแผนก ที่แสดงความคิดเห็น	อันดับที่
พนักงานขายไม่พูดคำว่า “ตกลงจะรับสินค้า ชิ้นนี้นะคะ”	18	30.00	1
ไม่มีการขายสินค้าต่อเนื่อง	14	23.33	2
พนักงานขายปิดการขายแล้วแต่ลูกค้าเปลี่ยนใจ	12	20.00	3
พนักงานขายไม่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษ กับลูกค้าต่างชาติได้	11	18.33	4
เมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการมากพนักงานขายไม่ ปฏิบัติตามขั้นตอนการปิดการขายสินค้า	9	15.00	5.5
พนักงานขายปิดการขายเร็วเกินไป	9	15.00	5.5
พนักงานขายไม่กล่าวทวนเงินค่าสินค้าแก่ลูกค้า	7	11.67	7
พนักงานขายไม่สามารถปิดการขายได้	5	8.33	8.5
พนักงานขายพูดเบาเกินไป	5	8.33	8.5
พนักงานขายไม่สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้	4	6.67	10

ผลการวิเคราะห์ ตามตาราง 10 พบว่า หัวหน้าแผนกมีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านปัญหาในการเสนอขายสินค้าของพนักงานขาย อันดับ 1 – 3 มีดังต่อไปนี้ พนักงานขายไม่พูดคำว่า “ตกลงจะรับสินค้าชิ้นนี้นะคะ” คิดเป็นร้อยละ 30.00 ไม่มีการขายสินค้าต่อเนื่อง คิดเป็นร้อยละ 23.33 พนักงานขายปิดการขายแล้วแต่ลูกค้าเปลี่ยนใจ คิดเป็นร้อยละ 20.00 ส่วนอันดับอื่นๆ ตั้งแต่อันดับที่ 4 – 10 มีดังนี้ คือ พนักงานขายไม่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษกับลูกค้าต่างชาติได้ เมื่อลูกค้าเข้ามาใช้บริการมาก พนักงานขายไม่ปฏิบัติตามขั้นตอนการปิดการขายซึ่งใกล้เคียงกันกับพนักงานขายปิดการขายเร็วเกินไป พนักงานขายไม่กล่าวทวนเงินค่าสินค้าแก่ลูกค้า พนักงานขายไม่สามารถปิดการขายได้ ซึ่งใกล้เคียงกันกับพนักงานขายพูดเบาเกินไป และพนักงานขายไม่สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ คิดเป็นร้อยละ 18.33, 15.00, 11.67, 8.33, 6.67 ตามลำดับ

จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านปัญหาในการปิดการขายสินค้าของพนักงานขาย หัวหน้าแผนกส่วนมากก็ไม่ได้มีการแสดงความห่วงใยในเรื่องใดเป็นพิเศษ เพียงแต่กล่าวว่าในขั้นการปิดการขายนี้เป็นช่วงสั้น ๆ ที่พนักงานขายจะแสดงต่อลูกค้า แต่ก็จะมีบ้างที่พนักงานขายไม่พูดว่า “ตกลงจะรับสินค้าชิ้นนี้นะคะ” หรือพนักงานขายไม่มีการขายสินค้าต่อเนื่อง แต่สิ่งเหล่านี้ก็ไม่ได้ก่อปัญหาในขั้นของการปิดการขายมากนัก

ตาราง 11 ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการปิดการขาย
สินค้าของพนักงานขายที่ควรปรับปรุงแก้ไข

พฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการปิด การขายสินค้าที่ควรปรับปรุงแก้ไข ตามความคิดเห็นของหัวหน้าแผนก	จำนวน หัวหน้าแผนก ที่แสดงความคิดเห็น	ร้อยละ ของหัวหน้าแผนก ที่แสดงความคิดเห็น	อันดับที่
พนักงานขายควรพูดให้ครบตามมาตรฐาน การปิดการขายสินค้า	16	26.67	1
พนักงานขายควรมีการขายสินค้าต่อเนื่อง ให้แก่ลูกค้า	11	18.33	2
พนักงานขายควรควบคุมความรู้สึกละเอียดของตนเอง ให้ได้กรณีลูกค้าลังเล	9	15.00	3.5
พนักงานขายควรจะสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษ ได้บ้าง	9	15.00	3.5
พนักงานขายควรกล่าวทวนเงินค่าสินค้าทุกครั้ง	7	11.67	5
พนักงานขายต้องมีความสามารถในการปิดการขาย ได้เป็นอย่างดี	4	6.67	6.5
พนักงานขายควรมีความมั่นใจในการบริการ	4	6.67	6.5

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 11 พบว่า หัวหน้าแผนก มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การบริการลูกค้าด้านการปิดการขายสินค้าของพนักงานขายที่ควรได้รับการปรับปรุงแก้ไข อันดับ 1 – 3 มีดังต่อไปนี้ พนักงานขายควรพูดให้ครบตามมาตรฐานการปิดการขายสินค้า คิดเป็นร้อยละ 26.67 พนักงานขายควรมีการขายสินค้าต่อเนื่อง คิดเป็นร้อยละ 18.33 ส่วนอันดับอื่นๆ ตั้งแต่ อันดับที่ 3.5 – 6.5 มีดังนี้คือ พนักงานขายควรควบคุมความรู้สึกของตนเองให้ได้กรณีลูกค้าลังเล ซึ่งใกล้เคียงกันกับพนักงานขายควรจะสื่อสารภาษาอังกฤษได้บ้าง พนักงานขายควรกล่าว ทวนเงินค่าสินค้าทุกครั้ง และพนักงานขายต้องมีความสามารถในการปิดการขายได้เป็นอย่างดี ซึ่งใกล้เคียงกันกับพนักงานขายควรมีความมั่นใจในการบริการ คิดเป็นร้อยละ 15.00, 11.67, 6.67 ตามลำดับ

จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการ ปิดการขายสินค้าของพนักงานขายที่ควรปรับปรุงแก้ไข พบว่า หัวหน้าแผนกกล่าวถึงคำพูดที่ พนักงานขายควรพูดให้ครบตามมาตรฐานในขั้นการปิดการขายสินค้าที่ทางห้างกำหนดคือ พูดว่า “ตกลงจะรับสินค้าชิ้นนี้นะคะ/ครับ” เพื่อเป็นเอกลักษณ์ของบริษัทและเพื่อเป็นการย้ำให้ลูกค้าได้ ทราบว่าตกลงลูกค้าจะรับสินค้าชิ้นนี้แน่นอนหรือไม่

ตาราง 12 ข้อเสนอแนะของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการปิดการขาย
สินค้าของพนักงานขาย

ข้อเสนอแนะของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับ พฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการปิด การขายสินค้าของพนักงานขาย	จำนวน หัวหน้าแผนก ที่แสดงความคิดเห็น	ร้อยละ ของหัวหน้าแผนก ที่แสดงความคิดเห็น	อันดับที่
บริษัทควรทำแผ่นพับแจกในชั้นตอนต่าง ๆ ตามมาตรฐานการปิดการขายสินค้าของ พนักงานขาย	22	36.67	1
พนักงานขายควรกล่าวปิดการขายโดยใช้ถ้อยคำ ที่ชัดเจน	5	8.33	2
พนักงานขายควรพูดภาษาอังกฤษให้ถูกต้อง ในการปิดการขายซึ่งทางศูนย์อบรมของบริษัท ต้องจัดอบรมให้	4	6.67	3
พนักงานขายควรให้ความเป็นกันเองกับลูกค้าแต่ ไม่ควรดีเสมอลูกค้า	3	6.00	4.5
ถ้าไม่มีสินค้าพนักงานขายจะต้องรีบหาที่สาขาอื่น ให้กับลูกค้าด่วน	3	6.00	4.5
บริษัทควรมีการสอนทักษะภาษาอังกฤษใน การปิดการขายสินค้า	2	3.33	6.5
ถ้าพนักงานขายไม่สามารถหาสินค้าให้ลูกค้าได้ ในวันนั้นควรขอเบอร์โทรศัพท์ลูกค้าและ ดำเนินการหาสินค้าให้ลูกค้า	2	3.33	6.5

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 12 พบว่าข้อเสนอแนะของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการปิดการขายสินค้าของพนักงานขาย อันดับ 1 – 3 มีดังต่อไปนี้ บริษัทควรทำแผ่นพับแจกในขั้นตอนต่าง ๆ ตามมาตรฐานการปิดการขายสินค้าของพนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 36.67 พนักงานขายควรกล่าว ปิดการขายโดยใช้ถ้อยคำที่ชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 8.33 พนักงานขายควรพูดภาษาอังกฤษให้ถูกต้องในการปิดการขาย ซึ่งทางศูนย์อบรมของบริษัทต้องจัดอบรมให้ คิดเป็นร้อยละ 6.67 ส่วนอันดับอื่น ๆ ตั้งแต่ 4.5 – 6.5 มีดังนี้คือ พนักงานขายควรให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า แต่ไม่ควรตีเสมอลูกค้าซึ่งใกล้เคียงกันกับ ถ้าไม่มีสินค้าพนักงานขายจะต้องรับหาที่สาขาอื่นให้กับลูกค้าด่วน บริษัทควรมีการสอนทักษะภาษาอังกฤษในการปิดการขายสินค้า ซึ่งใกล้เคียงกันกับ ถ้าพนักงานขายไม่สามารถหาสินค้าให้ลูกค้าได้ในวันนี้ ควรขอเบอร์โทรศัพท์ลูกค้าและดำเนินการหาสินค้าให้ลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 6.00, 3.33 ตามลำดับ

จากการสัมภาษณ์และข้อเสนอแนะของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการปิดการขายสินค้าของพนักงานขาย พบว่า หัวหน้าแผนกให้ข้อเสนอแนะเพื่อให้พฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการปิดการขายสินค้าของพนักงานขายดียิ่งขึ้น บริษัทควรจัดทำแผ่นพับแจกในขั้นตอนต่าง ๆ ตามมาตรฐานการปิดการขายสินค้าที่พนักงานขายควรปฏิบัติ แต่ก็มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมว่า ในขั้นตอนที่ชัดเจนก็ได้อาจจะนำไปรวมในขั้นของการกล่าวขอบคุณลูกค้าก็ได้ เพื่อให้การบริการลูกค้าของพนักงานขายกระชับมากยิ่งขึ้นไม่ยืดเยื้อ

จากตาราง 9 – 12 สามารถสรุปผลได้ดังนี้

จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการปิดการขายสินค้าของพนักงานขาย พบว่า หัวหน้าแผนกมีความเห็นว่า การปิดการขายเป็นสิ่งที่เหมาะสมดี คิดเป็นร้อยละ 61.67 การปิดการขายทำให้ลูกค้ารู้ว่าเป็นเอกลักษณ์ของบริษัท คิดเป็นร้อยละ 31.67 การปิดการขายทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าการปฏิบัติงานเป็นมาตรฐานเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 16.67 ส่วนปัญหาที่พบ อันดับ 1-3 คือ พนักงานขายไม่พูดคำว่า “ตกลงจะรับสินค้าชิ้นนี้นะคะ” คิดเป็นร้อยละ 30.00 ไม่มีการขายสินค้าต่อเนื่อง คิดเป็นร้อยละ 23.33 พนักงานขายปิดการขายแล้วแต่ลูกค้าเปลี่ยนใจ คิดเป็นร้อยละ 20.00 และสิ่งที่ควรปรับปรุงแก้ไขเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการปิดการขาย อันดับ 1 – 3 คือ พนักงานขายควรพูดให้ครบตามมาตรฐานการปิดการขายสินค้า คิดเป็นร้อยละ 26.67 พนักงานขายควรมีการขายสินค้าต่อเนื่อง คิดเป็นร้อยละ 18.33 พนักงานขายควรควบคุมความรู้สึกของตนเองให้ได้ กรณีลูกค้าลังเล คิดเป็นร้อยละ 15.00 ทั้งนี้หัวหน้าแผนกมีข้อเสนอแนะ อันดับ 1 – 3 คือ บริษัทควรทำแผ่นพับแจกในขั้นตอนต่าง ๆ ตามมาตรฐานการปิดการขายโดยใช้ถ้อยคำที่ชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 36.67 พนักงานขายควรกล่าวปิดการขายโดยใช้ถ้อยคำที่ชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 8.33 และพนักงานขายควรพูดภาษาอังกฤษให้ถูกต้องในการปิดการขาย ซึ่งทางศูนย์อบรมของบริษัทต้องจัดอบรมให้

คิดเป็นร้อยละ 6.67 แต่ทั้งนี้มีหัวหน้าแผนกบางท่านที่เสนอแนะแตกต่างออกไปคือ ในขั้นตอนการปิดการขายสินค้าของพนักงานขายนี้อาจจะนำไปรวมในขั้นของการกล่าวขอบคุณลูกค้าก็ได้ เพื่อให้การบริการลูกค้าของพนักงานขายกระชับมากยิ่งขึ้นไม่ยืดเยื้อ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการกล่าวขอบคุณลูกค้าของพนักงานขายกรณีลูกค้าซื้อสินค้า

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่และค่าร้อยละ ตามความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการกล่าวขอบคุณลูกค้าของพนักงานขายกรณีลูกค้าซื้อสินค้า ปัญหาการกล่าวขอบคุณลูกค้าของพนักงานขายกรณีลูกค้าซื้อสินค้า สิ่งที่พนักงานขายควรปรับปรุงแก้ไข และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าในด้านการกล่าวขอบคุณลูกค้าของพนักงานขายกรณีลูกค้าซื้อสินค้าซึ่งหัวหน้าแผนกแต่ละคนสามารถแสดงความคิดเห็นในแต่ละด้านได้หลายความคิดเห็น ดังแสดงผลการวิเคราะห์ในตาราง 13 – 16

ตาราง 13 ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการกล่าว
ขอบคุณลูกค้าของพนักงานขายกรณีลูกค้าซื้อสินค้า

ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับ	จำนวน	ร้อยละ	อันดับที่
พฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการกล่าว ขอบคุณลูกค้าในกรณีลูกค้าซื้อสินค้าของ พนักงานขาย	หัวหน้าแผนก ที่แสดงความคิดเห็น	ของหัวหน้าแผนก ที่แสดงความคิดเห็น	
การกล่าวขอบคุณลูกค้า กรณีลูกค้าซื้อสินค้า เป็นพฤติกรรมบริการที่พึงประสงค์ ทำให้ลูกค้าประทับใจและเป็นการให้เกียรติ ลูกค้าและเป็นหน้าที่ของพนักงานขายที่ต้อง ปฏิบัติ	63	100.00	1

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 13 พบว่า หัวหน้าแผนกมีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม
การบริการลูกค้าด้านการกล่าวขอบคุณลูกค้าของพนักงานขายกรณีลูกค้าซื้อสินค้า มีดังต่อไปนี้
การกล่าวขอบคุณลูกค้ากรณีลูกค้าซื้อสินค้าเป็นพฤติกรรมที่พึงประสงค์ ทำให้ลูกค้าประทับใจและ
เป็นการให้เกียรติลูกค้าและเป็นหน้าที่ของพนักงานขายที่ต้องปฏิบัติ คิดเป็นร้อยละ 100.00

จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้าน
การกล่าวขอบคุณลูกค้าของพนักงานขายกรณีลูกค้าซื้อสินค้า หัวหน้าแผนกทุกท่านมีความคิดเห็น
ตรงกันว่า การกล่าวขอบคุณลูกค้า กรณีลูกค้าซื้อสินค้านั้นเป็นพฤติกรรมบริการที่พึงประสงค์
ก่อให้เกิดความประทับใจแก่ลูกค้า ซึ่งหัวหน้าแผนกได้ให้เหตุผลเพิ่มเติมว่า ลูกค้าจะรู้สึกประทับใจ
มากยิ่งขึ้น ถ้าพนักงานขายกล่าวขอบคุณลูกค้า โดยกล่าวชื่อลูกค้า เพราะจะทำให้ลูกค้ารู้สึกว่า
พนักงานขายให้ความสำคัญกับตนและสามารถจำชื่อได้อย่างถูกต้องและลูกค้าเกือบทุกรายจะกลับ
มาใช้บริการอีกในภายหลัง

ตาราง 14 ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านปัญหาในการกล่าวขอขอบคุณลูกค้าของพนักงานขายกรณีลูกค้าซื้อสินค้า

ปัญหาในการกล่าวขอขอบคุณลูกค้าของพนักงานขายในกรณีลูกค้าซื้อสินค้าตามความคิดเห็นของหัวหน้าแผนก	จำนวน หัวหน้าแผนก ที่แสดงความเห็น	ร้อยละ ของหัวหน้าแผนก ที่แสดงความเห็น	อันดับที่
พนักงานขายไม่พูดขอขอบคุณลูกค้า	21	35.00	1
ลูกค้าเข้ามาใช้บริการมากในบางช่วงพนักงานขายไม่สามารถขอขอบคุณได้ครบทุกคน	10	16.67	2
พนักงานขายใหม่ต้องใช้ระยะเวลาในการฝึกฝน	9	15.00	4
พนักงานขายไม่ยกมือไหว้แต่กล่าวขอขอบคุณลูกค้า	9	15.00	4
พนักงานขายเลือกไหว้ขอขอบคุณลูกค้าตามอายุ	9	15.00	4
พนักงานขายทุกคนกล่าวขอขอบคุณลูกค้า	6	10.00	6
น้ำเสียงและคำพูดในการกล่าวขอขอบคุณลูกค้าไม่สอดคล้องกัน	5	8.33	7.5
พนักงานขายพูดซ้ำเกินไป ลูกค้าไม่รอฟัง	5	8.33	7.5
พนักงานขายไม่ยิ้มกับลูกค้า	4	6.67	9
กรณีลูกค้าเป็นเด็กพนักงานขายไม่กล่าวขอขอบคุณลูกค้า	3	5.00	10
พนักงานขายเลือกไหว้ขอบคุณเฉพาะลูกค้าต่างชาติ	1	1.67	11

ผลการวิเคราะห์ ตามตาราง 14 พบว่า หัวหน้าแผนกมีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การบริการลูกค้าด้านปัญหาในการกล่าวขอบคุณลูกค้าของพนักงานขายกรณีลูกค้าซื้อสินค้า อันดับ 1 – 3 มีดังต่อไปนี้ พนักงานไม่พูดขอบคุณลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 35.00 ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ มากในบางช่วงพนักงานขายไม่สามารถขอบคุณได้ครบทุกคน คิดเป็นร้อยละ 16.67 ส่วนอันดับ อื่นๆ ตั้งแต่ 4 – 11 มีดังนี้ พนักงานขายใหม่ต้องใช้ระยะเวลาในการฝึกฝน ซึ่งใกล้เคียงกันกับ พนักงานขายไม่ยกมือไหว้ แต่กล่าวขอบคุณลูกค้า ซึ่งใกล้เคียงกันกับพนักงานขายเลือกไหว้ ขอบขอบคุณลูกค้าตามอายุ พนักงานขายทุกคนกล่าวขอบคุณลูกค้า น้ำเสียงและคำพูดในการกล่าว ขอบขอบคุณลูกค้าไม่สอดคล้องกัน ซึ่งใกล้เคียงกันกับพนักงานขายพูดซ้ำเกินไป ลูกค้าไม่รอฟัง พนักงานขายไม่ยิ้มให้กับลูกค้า กรณีลูกค้าเป็นเด็กพนักงานขายไม่กล่าวขอบคุณลูกค้า และ พนักงานเลือกไหว้เฉพาะลูกค้าต่างชาติ คิดเป็นร้อยละ 15.00, 10.00, 8.33, 6.67, 5.00, 1.67 ตามลำดับ

จากการสัมภาษณ์การแสดงความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการ ลูกค้าด้านปัญหาในการกล่าวขอบคุณลูกค้าของพนักงานขายกรณีลูกค้าซื้อสินค้า พบว่า หัวหน้า แผนกส่วนมากมีความคิดเห็นว่าพนักงานขายไม่พูดขอบคุณลูกค้าซึ่งการที่พนักงานไม่กล่าว ขอบขอบคุณลูกค้าเป็นสิ่งที่ไม่ควรปฏิบัติเป็นอย่างยิ่งไม่ว่าช่วงเวลานั้น ลูกค้าอาจจะเข้ามาใช้บริการมาก เพียงใดก็ตามและหัวหน้าแผนกบางท่านยังแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมอีกว่าในขั้นการกล่าวขอบคุณ ลูกค้าบริษัทกำหนดคำพูดให้พนักงานขายพูดยาวเกินไป ซึ่งเมื่อลูกค้าซื้อสินค้าเรียบร้อยแล้วใน ขณะที่พนักงานขายส่งของให้แก่ลูกค้าพนักงานขายต้องกล่าวเรียนเชิญลูกค้ามาแวะชมสินค้าอีกใน โอกาสต่อไป ซึ่งคำพูดนี้พนักงานขายไม่พูดเนื่องจากที่ผ่านมาเมื่อลูกค้ารับสินค้าเรียบร้อยแล้วก็จะ ไม่ฟังว่าพนักงานขายพูดอะไรต่อไปทันที ส่งผลให้พนักงานขายส่วนมากก็จะไม่กล่าวเชิญ ลูกค้าหลังจากกล่าวขอบคุณลูกค้าแล้ว

ตาราง 15 ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการกล่าว
ขอบคุณลูกค้าของพนักงานขาย กรณีลูกค้าซื้อสินค้า ที่ควรปรับปรุงแก้ไข

พฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการ กล่าวขอบคุณลูกค้าในกรณีลูกค้าซื้อ สินค้าที่พนักงานขายควรปรับปรุงแก้ไข ตามความคิดเห็นของหัวหน้าแผนก	จำนวน หัวหน้าแผนก	ร้อยละ ของหัวหน้าแผนก ที่แสดงความคิดเห็น	อันดับที่
พนักงานขายควรกล่าวขอบคุณลูกค้าโดย แสดงออกทั้งภาษาถ้อยคำและภาษาท่าทาง ด้วยความจริงใจ	37	61.67	1
พนักงานขายไม่ควรรีรอในการกล่าวขอบคุณลูกค้า	9	15.00	2
การกล่าวขอบคุณลูกค้าเป็นพฤติกรรมที่พนักงานขาย ปฏิบัติอยู่แล้ว และควรปฏิบัติต่อไป	6	10.00	3
พนักงานขายควรกล่าวขอบคุณลูกค้าโดยไม่คำนึงถึง วิทยุฒิ	4	6.67	4

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 15 พบว่า หัวหน้าแผนกมีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการกล่าวขอบคุณลูกค้าของพนักงานขายกรณีลูกค้าซื้อสินค้ามีสิ่งที่ควรปรับปรุงแก้ไข อันดับ 1 – 3 มีดังต่อไปนี้ พนักงานควรกล่าวขอบคุณลูกค้าโดยแสดงออกทั้งภาษาถ้อยคำและภาษาท่าทางด้วยความจริงใจ คิดเป็นร้อยละ 61.67 พนักงานขายไม่ควรรีรอในการกล่าวขอบคุณลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 15.00 การกล่าวขอบคุณลูกค้าเป็นพฤติกรรมที่พนักงานขายปฏิบัติอยู่แล้วและควรปฏิบัติต่อไป คิดเป็นร้อยละ 10.00 ส่วนอันดับอื่นๆ ตั้งแต่อันดับ 4 มีดังนี้ พนักงานขายควรกล่าวขอบคุณลูกค้าโดยไม่คำนึงถึงวิทยุฒิ คิดเป็นร้อยละ 6.67

จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการกล่าวขอบคุณลูกค้าของพนักงานขาย กรณีลูกค้าซื้อสินค้าที่ควรปรับปรุงแก้ไข หัวหน้าแผนกส่วนมากแสดงความคิดเห็นว่า สิ่งที่ดีควรได้รับการปรับปรุงอย่างเร่งด่วน คือในการกล่าวขอบคุณลูกค้า พนักงานขายควรกล่าวขอบคุณลูกค้าโดยการแสดงออกทั้งน้ำเสียงและท่าทางที่แสดงต่อลูกค้าต้องแสดงออกด้วยความจริงใจและเต็มใจที่จะให้บริการแก่ลูกค้า เนื่องจากลูกค้าจะรู้สึกประทับใจเป็นอย่างยิ่งและพนักงานขายไม่ควรรีรอในการกล่าวขอบคุณลูกค้า ไม่ว่าลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการอายุจะน้อยกว่าพนักงานขายมากเพียงใดก็ตาม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่ลูกค้าเป็นเด็กมาก ๆ หัวหน้าแผนกแสดงความห่วงใยเป็นพิเศษ เนื่องจากพนักงานขายจะไม่กล่าวขอบคุณเลยจะส่งสินค้าให้อย่างเดียว ซึ่งหัวหน้าแผนกคิดว่า ไม่เป็นการสมควรไม่ว่าลูกค้าจะอายุน้อยกว่ามากแค่ไหนก็ควรที่จะกล่าวขอบคุณ ซึ่งถ้าลูกค้าเด็กมากกับผู้ปกครองก็อาจจะเล็งโดยการกล่าวขอบคุณกับผู้ปกครองแทนก็ได้ เพื่อสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า

ตาราง 16 ข้อเสนอแนะของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการกล่าว
ขอบคุณลูกค้าของพนักงานขายกรณีลูกค้าซื้อสินค้า

ข้อเสนอแนะของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับ พฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการกล่าว ขอบคุณลูกค้ากรณีลูกค้าซื้อสินค้า	จำนวน หัวหน้าแผนก ที่แสดงความคิดเห็น	ร้อยละ ของหัวหน้าแผนก ที่แสดงความคิดเห็น	อันดับที่
พนักงานขายควรกล่าวขอบคุณลูกค้าทุกครั้ง และทุกคน	32	53.33	1
พนักงานขายควรฝึกปฏิบัติการกล่าวขอบคุณ ลูกค้าทุกเข้าก่อนเปิดขายสินค้า	18	30.00	2
กรณีถ้าลูกค้าเป็นเด็กพนักงานขายควรกล่าว ขอบคุณและส่งของให้ได้อย่างสุภาพ	2	3.33	3.5
หัวหน้าแผนกควรเป็นตัวอย่างที่ดีให้แก่ พนักงานขาย	2	3.33	3.5

ผลการวิเคราะห์ ตามตาราง 16 พบว่า ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้า
ด้านการกล่าวขอบคุณลูกค้าของพนักงานขาย กรณีลูกค้าซื้อสินค้า อันดับ 1 – 3 มีดังต่อไปนี้
พนักงานขายควรกล่าวขอบคุณลูกค้าทุกครั้งและทุกคน คิดเป็นร้อยละ 53.33 พนักงานขายควรฝึก
ปฏิบัติการกล่าวขอบคุณลูกค้าทุกเข้าก่อนเปิดขายสินค้า คิดเป็นร้อยละ 30.00 ส่วนอันดับอื่น ๆ
ตั้งแต่ 3.5 มีดังนี้คือ กรณีถ้าลูกค้าเป็นเด็กพนักงานขายควรกล่าวขอบคุณและส่งของให้ได้อย่างสุภาพ
ซึ่งใกล้เคียงกันกับหัวหน้าแผนกควรเป็นตัวอย่างที่ดีให้แก่พนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 3.33

จากการสัมภาษณ์และข้อเสนอแนะของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการกล่าวขอบคุณลูกค้าของพนักงานขายกรณีลูกค้าซื้อสินค้า หัวหน้าแผนกคิดว่า พนักงานทุกคนควรกล่าวขอบคุณลูกค้าทุกครั้งและทุกคนและมีความคิดเห็นเพิ่มเติมอีกว่าในกรณีที่ลูกค้าอายุมากกว่าพนักงานขายควรยกมือไหว้ขอบคุณลูกค้าพร้อมกับกล่าวขอบคุณลูกค้าด้วย แต่ถ้าหากลูกค้าอายุน้อยกว่าอาจจะไม่ต้องยกมือไหว้แต่จะต้องแสดงออกโดยการโค้งพร้อมกล่าวขอบคุณลูกค้า เพื่อสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าและเพื่อเป็นการแสดงออกถึงมารยาทที่ดีของพนักงานขาย

จากตาราง 13 – 16 สามารถสรุปผลได้ดังนี้

จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการกล่าวขอบคุณลูกค้าของพนักงานขาย กรณีลูกค้าซื้อสินค้า พบว่า หัวหน้าแผนกมีความเห็นว่าการกล่าวขอบคุณลูกค้า กรณีลูกค้าซื้อสินค้าเป็นพฤติกรรมที่พึงประสงค์ ทำให้ลูกค้าประทับใจและเป็นการให้เกียรติลูกค้าและเป็นหน้าที่ของพนักงานขายที่ต้องปฏิบัติ คิดเป็นร้อยละ 100.00 นอกจากนี้หัวหน้าแผนกมีความคิดเห็นว่า ถ้าพนักงานขายกล่าวขอบคุณลูกค้า โดยกล่าวชื่อลูกค้า จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจมากยิ่งขึ้น และลูกค้าเกือบทุกรายจะกลับมาใช้บริการอีกในภายหลัง ส่วนปัญหาที่พบ อันดับ 1 – 3 คือ พนักงานขายไม่พูดขอบคุณลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 35.00 ลูกค้าเข้ามาใช้บริการมากในบางช่วงพนักงานขายไม่สามารถขอบคุณได้ครบทุกคน คิดเป็นร้อยละ 16.67 พนักงานขายใหม่ต้องใช้ระยะเวลาในการฝึกฝน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ซึ่งสิ่งที่ควรปรับปรุงแก้ไขเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการกล่าวขอบคุณลูกค้าของพนักงานขายกรณีลูกค้าซื้อสินค้า อันดับ 1 – 3 คือ พนักงานขายควรกล่าวขอบคุณลูกค้าโดยแสดงออกทั้งภาษาถ้อยคำและภาษาท่าทางด้วยความจริงใจ คิดเป็นร้อยละ 61.67 พนักงานขายไม่ควรรีรอในการกล่าวขอบคุณลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 15.00 การกล่าวขอบคุณลูกค้าเป็นพฤติกรรมที่พนักงานขายปฏิบัติอยู่แล้วและควรปฏิบัติต่อไป คิดเป็นร้อยละ 10.00 และหัวหน้าแผนกให้ข้อเสนอแนะจัดอันดับ 1 – 2 คือ พนักงานขายควรกล่าวขอบคุณลูกค้าทุกครั้งและทุกคน คิดเป็นร้อยละ 53.33 พนักงานขายควรฝึกปฏิบัติการกล่าวขอบคุณลูกค้าทุกเช้าก่อนเปิดขายสินค้า คิดเป็นร้อยละ 30.00 ทั้งนี้หัวหน้าแผนกบางคนได้ให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า ในการกล่าวขอบคุณลูกค้าพนักงานขายควรยกมือไหว้ขอบคุณลูกค้าด้วย เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า แต่ถ้าลูกค้าเป็นเด็กอาจจะไม่ต้องยกมือไหว้เพียงแต่โค้งพร้อมกล่าวคำขอบคุณลูกค้า ซึ่งถือว่าเป็นมารยาทที่ดีของพนักงานขาย

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการกล่าวขอขอบคุณลูกค้าของพนักงานขายกรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยให้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ และค่าร้อยละตามความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับ การกล่าวขอขอบคุณลูกค้าของพนักงานขายกรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า ปัญหาในการกล่าวขอขอบคุณลูกค้าของพนักงานขายกรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า มีสิ่งที่พนักงานขายควรปรับปรุงแก้ไข และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการกล่าวขอขอบคุณลูกค้าของพนักงานขายกรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้าซึ่งหัวหน้าแผนกแต่ละคนสามารถแสดงความคิดเห็นในแต่ละด้านได้หลายความคิดเห็น ดังแสดงในตาราง 17 – 20

ตาราง 17 ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการกล่าวขอขอบคุณลูกค้าของพนักงานขาย กรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า

ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกที่มีต่อ	จำนวน	ร้อยละ	อันดับที่
การกล่าวขอขอบคุณลูกค้าของพนักงานขายกรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า	หัวหน้าแผนก	ของหัวหน้าแผนก	
	ที่แสดงความคิดเห็น	ที่แสดงความคิดเห็น	
พนักงานขายควรกล่าวขอขอบคุณลูกค้าทุกครั้งและทุกคน แม้ว่าลูกค้าจะไม่ซื้อสินค้าเพื่อให้ลูกค้าประทับใจ	60	100.00	1

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 17 พบว่า หัวหน้าแผนกทั้ง 60 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการกล่าวขอขอบคุณลูกค้าของพนักงานขายกรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้าว่า พนักงานขายควรกล่าวขอขอบคุณลูกค้าทุกครั้งและทุกคน แม้ว่าลูกค้าจะไม่ซื้อสินค้าเพื่อให้ลูกค้าประทับใจ

จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการกล่าวขอขอบคุณลูกค้าของพนักงานขาย กรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า หัวหน้าแผนกทุกท่านแสดงความคิดเห็นว่า พนักงานขายควรกล่าวขอขอบคุณลูกค้าทุกครั้งแม้ว่าลูกค้าจะซื้อสินค้าหรือไม่ก็ตาม แต่หัวหน้าแผนกได้แสดงความห่วงใยเป็นพิเศษว่าในกรณีที่ลูกค้าไม่ซื้อสินค้านั้นการกล่าวขอขอบคุณของพนักงานขายควรระวังเป็นพิเศษควรใช้คำพูด น้ำเสียงและท่าทางการขอบคุณของพนักงานขาย

ต้องแสดงออกด้วยความเต็มใจจริง ๆ อย่างกล่าวขอบคุณด้วยเสียงดังเกินไป เนื่องจากลูกค้าอาจจะเข้าใจว่า พนักงานขายพูดประชดก็เป็นได้ หรือถ้ากล่าวขอบคุณเสียงเบาเกินไปลูกค้าก็อาจจะเข้าใจว่า ไม่เต็มใจที่จะให้บริการแก่ลูกค้า เนื่องจากส่วนหนึ่งลูกค้าจะเกิดความเกรงใจพนักงานขายอยู่แล้ว เพราะลูกค้าไม่ได้ซื้อสินค้า ดังนั้นในการกล่าวขอบคุณลูกค้ากรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า พนักงานขายต้องระวังเป็นพิเศษ

ตาราง 18 ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านปัญหาในการกล่าวขอบคุณลูกค้าของพนักงานขายกรณี ลูกค้าไม่ซื้อสินค้า

ปัญหาในการกล่าวขอบคุณลูกค้าของ พนักงานขายในกรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า ตามความคิดเห็นของหัวหน้าแผนก	จำนวน หัวหน้าแผนก ที่แสดงความคิดเห็น	ร้อยละ ของหัวหน้าแผนก ที่แสดงความคิดเห็น	อันดับที่
ในกรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า พนักงานขายแสดง ท่าทางเฉยๆ ไม่กล่าวขอบคุณ หรือไม่กล่าว เชื้อเชิญลูกค้าให้แวะมาชมสินค้าในโอกาสต่อไป	32	53.33	1
พนักงานแสดงสีหน้าท่าทางไม่เหมาะสม แสดงอาการไม่พอใจ พุดกระแทกเสียงและ แสดงอาการเบื่อหน่าย	24	40.00	2
พนักงานขายกล่าวขอบคุณลูกค้าแต่พุดเสียง เบามาก	12	20.00	3

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 18 พบว่า หัวหน้าแผนกมีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านปัญหาในการกล่าวขอบคุณลูกค้าของพนักงานขาย กรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า อันดับ 1 – 3 มีดังต่อไปนี้ ในกรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้าพนักงานขาย แสดงท่าทางเฉย ๆ ไม่กล่าวขอบคุณหรือไม่กล่าวเชื้อเชิญลูกค้าให้แวะมาชมสินค้าในโอกาสต่อไป คิดเป็นร้อยละ 53.33 พนักงานแสดงสีหน้าท่าทางไม่เหมาะสมแสดงอาการไม่พอใจ, พุดกระแทกเสียงและแสดงอาการเบื่อหน่าย คิดเป็นร้อยละ 40.00 พนักงานกล่าวขอบคุณลูกค้าแต่พุดเสียงเบามาก คิดเป็นร้อยละ 20.00

จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านปัญหาในการกล่าวขอบคุณลูกค้าของพนักงานขายกรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า หัวหน้าแผนกแสดงความคิดเห็นว่า เมื่อลูกค้าไม่ซื้อสินค้าหลังจากเลือกสินค้ามาพอสมควรแล้ว พนักงานขายก็ไม่กล่าวขอบคุณและไม่กล่าวเชิญลูกค้าให้แวะมาชมสินค้าในโอกาสต่อไป ซึ่งในเรื่องนี้หัวหน้าแผนกหลายท่านเห็นว่า บางครั้งถ้าพนักงานขายไม่สามารถระงับความรู้สึกของตนได้ ทางที่ดีพนักงานขายควรแสดงออกเพียงแค่นั่งยิ้มให้แก่ลูกค้าก็พอ เพราะหัวหน้าแผนกรู้สึกเห็นใจพนักงานขายว่าบางกรณีลูกค้าอาจเลือกหรือลองสินค้าเยอะจริง ๆ และนานมากพนักงานขายอาจจะรู้สึกไม่พอใจได้ แต่ทั้งนี้โดยอาชีพแล้วพนักงานขายจะต้องเต็มใจที่จะบริการลูกค้าเสมอ ไม่ว่าลูกค้าจะซื้อสินค้าหรือไม่ก็ตาม ดังนั้น ถ้าพนักงานขายกล่าวขอบคุณออกไปน้ำเสียงที่พนักงานขายกล่าวออกไปลูกค้าอาจจะฟังเป็นว่าพนักงานขายพูดประชดก็เป็นได้

ตาราง 19 ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการกล่าว
ขอบคุณลูกค้าของพนักงานขายกรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า ที่ควรปรับปรุงแก้ไข

พฤติกรรมการบริการลูกค้าในการกล่าว ขอบคุณลูกค้ากรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า ที่พนักงานขายควรแก้ไข ตามความคิด เห็นของหัวหน้าแผนก	จำนวน หัวหน้าแผนก ที่แสดงความคิดเห็น	ร้อยละ ของหัวหน้าแผนก ที่แสดงความคิดเห็น	อันดับที่
พนักงานขายควรแสดงออกด้วยความจริงใจ ทั้งภาษาถ้อยคำและภาษาท่าทาง เพื่อสร้าง ความประทับใจให้แก่ลูกค้า	57	95.00	1
พนักงานขายไม่ควรแสดงอาการเฉยเมยต่อลูกค้า	14	23.33	2

ผลการวิเคราะห์ ตามตาราง 19 พบว่า หัวหน้าแผนกมีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการกล่าวขอบคุณลูกค้าของพนักงานขายกรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้าที่ควรปรับปรุงแก้ไข อันดับ 1 – 2 มีดังต่อไปนี้ พนักงานขายควรแสดงออกด้วยความจริงใจ ทั้งภาษาถ้อยคำและภาษาท่าทางเพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 95.00 พนักงานขายไม่ควรแสดงอาการเฉยเมยต่อลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 23.33

จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการกล่าวขอบคุณลูกค้าของพนักงานขายกรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า ที่ควรปรับปรุงแก้ไข หัวหน้าแผนกแสดงความห่วงใยต่อการแสดงออกของพนักงานขายเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งพนักงานขายแสดงออกต่อลูกค้าควรจะกล่าวขอบคุณลูกค้าด้วยความจริงใจ โดยเฉพาะน้ำเสียงควรระมัดระวังเป็นพิเศษ เนื่องจากถ้าพูดดังหรือเบาเกินไป ลูกค้าอาจจะรู้สึกไม่ดีต่อการบริการของพนักงานขายก็ได้ แต่ที่สำคัญพนักงานขายไม่ควรแสดงอาการเฉยเมยต่อลูกค้า เนื่องจากจะทำให้ลูกค้ารู้สึกไม่ประทับใจ

ตาราง 20 ข้อเสนอแนะของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการกล่าวขอบคุณลูกค้าของพนักงานขายกรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า

ข้อเสนอแนะของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับ	จำนวน	ร้อยละ	อันดับที่
พฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการกล่าวขอบคุณลูกค้าของพนักงาน กรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า	หัวหน้าแผนก ที่แสดงความคิดเห็น	ของหัวหน้าแผนก ที่แสดงความคิดเห็น	
บริษัทควรจัดการฝึกอบรมพฤติกรรมแสดงออกที่เหมาะสมในการบริการลูกค้าด้านการกล่าวขอบคุณลูกค้ากรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า	51	85.00	1
หัวหน้าแผนกควรทำเป็นแบบอย่าง	14	23.33	2
ควรกำหนดเงื่อนไขในการลงโทษหากพนักงานไม่กล่าวขอบคุณลูกค้ากรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า	1	1.67	3

ผลการวิเคราะห์ตามตาราง 20 พบว่า หัวหน้าแผนกมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการกล่าวขอบคุณลูกค้าของพนักงานขายกรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า อันดับ 1 – 3 มีดังต่อไปนี้ บริษัทควรจัดการฝึกอบรมพฤติกรรมแสดงออกที่เหมาะสมในการบริการลูกค้าด้านการกล่าวขอบคุณลูกค้า กรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า คิดเป็นร้อยละ 85.00 หัวหน้าแผนกควรทำเป็นแบบอย่าง คิดเป็นร้อยละ 23.33 ควรกำหนดเงื่อนไขในการลงโทษหากพนักงานไม่กล่าวขอบคุณลูกค้ากรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า คิดเป็นร้อยละ 1.67

จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับข้อเสนอแนะของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการกล่าวขอบคุณลูกค้าของพนักงานขาย กรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า หัวหน้าแผนกหลายท่านให้ข้อเสนอแนะว่า บริษัทควรจัดการฝึกอบรมในด้านเจตคติที่ดีของงานบริการและให้พนักงานขายตระหนักถึงความสำคัญของลูกค้าเพื่อพนักงานขายจะได้เข้าใจว่าการเป็นพนักงานขายสิ่งที่สำคัญที่สุดคือต้องทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและซื้อสินค้า แต่ถ้าในวันนี้ลูกค้าไม่ซื้อสินค้า ก็ไม่เป็นไร ถ้าเราบริการดีลูกค้าก็จะกลับมาซื้อสินค้าได้ในภายหลัง และ

นอกจากนี้หัวหน้าแผนกยังย้ำเป็นพิเศษว่าในการอบรมจะต้องให้พนักงานขายได้ทดลองแสดงบทบาทสมมติ เพื่อสร้างความเคยชินแก่ตัวพนักงานขายเอง และเมื่อเจอกับสถานการณ์จริง พนักงานขายก็จะสามารถแสดงออกได้อย่างเป็นธรรมชาติและก่อให้เกิดความประทับใจแก่ลูกค้า

จากตาราง 17 – 20 สามารถสรุปผลได้ดังนี้

จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการกล่าวขอบคุณลูกค้าของพนักงานขาย กรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า พบว่า พนักงานขายควรกล่าวขอบคุณลูกค้าทุกครั้งและทุกคนแม้ว่าลูกค้าจะไม่ซื้อสินค้าเพื่อให้ลูกค้าประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 100.00 ซึ่งปัญหาที่พบ อันดับ 1 – 3 คือ ในกรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า พนักงานขายแสดงท่าทางเฉยๆ ไม่กล่าวขอบคุณหรือไม่กล่าวเชื้อเชิญลูกค้าให้แวะมาชมสินค้าในโอกาสต่อไป คิดเป็นร้อยละ 53.33 พนักงานแสดงสีหน้าท่าทางไม่เหมาะสมแสดงอาการไม่พอใจ, พูดกระแทกเสียงและแสดงอาการเบื่อหน่าย คิดเป็นร้อยละ 40.00 พนักงานกล่าวขอบคุณลูกค้าแต่พูดเสียงเบามาก คิดเป็นร้อยละ 20.00 และสิ่งที่ควรปรับปรุงแก้ไขเกี่ยวกับพฤติกรรมพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการกล่าวขอบคุณลูกค้าของพนักงานขาย กรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า อันดับ 1 – 2 คือพนักงานขายควรแสดงออกด้วยความจริงใจทั้งภาษาถ้อยคำและภาษาท่าทางเพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 95.00 พนักงานขายไม่ควรแสดงอาการเฉยเมยต่อลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 23.33 และหัวหน้าได้ให้ข้อเสนอแนะ อันดับ 1 – 3 คือ บริษัทควรจัดการฝึกอบรมพฤติกรรมบริการลูกค้าที่เหมาะสมในการบริการลูกค้าด้านการกล่าวขอบคุณลูกค้า กรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า คิดเป็นร้อยละ 85.00 หัวหน้าแผนกควรทำเป็นแบบอย่าง คิดเป็นร้อยละ 23.33 และควรกำหนดเงื่อนไขในการลงโทษหากพนักงานไม่กล่าวขอบคุณลูกค้ากรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า คิดเป็นร้อยละ 1.67 ทั้งนี้ หัวหน้าแผนกแสดงความห่วงใยในเรื่องของการใช้คำพูดของพนักงานขายต้องแสดงออกด้วยความเต็มใจ อย่ากล่าวขอบคุณด้วยน้ำเสียงดังหรือเบาเกินไป เนื่องจากจะทำให้ลูกค้าเข้าใจผิดว่าพนักงานขายพูดประชดก็เป็นได้ ส่งผลให้ลูกค้าไม่ประทับใจในพฤติกรรมบริการของพนักงานขาย

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

เพื่อศึกษาความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าของพนักงานขายของบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าเป็นหัวหน้าแผนกของบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร จำนวน 60 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าของพนักงานขาย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์ไปเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) หัวหน้าแผนกเกี่ยวกับความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกที่มีต่อพฤติกรรมการบริการลูกค้าของพนักงานขายของบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร โดยกำหนดสัมภาษณ์คนละ 1 ชั่วโมง และใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังกล่าวเป็นเวลา 2 เดือน ตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2543 ถึงวันที่ 31 มกราคม 2544

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลการแสดงความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับ
พฤติกรรมบริการลูกค้าด้านทักษะลูกค้าของพนักงานขาย

1.1 จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการกล่าวคำทักทายลูกค้าของพนักงานขาย พบว่า หัวหน้าแผนกมีความเห็นว่าพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการกล่าวคำทักทายลูกค้าเป็นพฤติกรรมที่พึงปฏิบัติ คิดเป็นร้อยละ 100 และปัญหาในการกล่าวคำทักทายลูกค้า อันดับ 1 – 3 มีดังต่อไปนี้ ภาษาถ้อยคำและภาษาท่าทางที่พนักงานขายแสดงออกไม่สอดคล้องกัน คิดเป็นร้อยละ 48.33 พนักงานขายกล่าวคำทักทายลูกค้าเสียงเบา คิดเป็นร้อยละ 28.33 และลูกค้ามีจำนวนมากในจุดจำหน่ายสินค้าราคาพิเศษ ทำให้พนักงานขายกล่าวคำทักทายลูกค้าไม่ทั่วถึง คิดเป็นร้อยละ 23.33 ซึ่งจากการสัมภาษณ์หัวหน้าแผนกได้แสดงความห่วงใยเป็นพิเศษเกี่ยวกับการใช้ภาษาถ้อยคำและภาษาท่าทางที่พนักงานขายแสดงออกที่ไม่สอดคล้องกัน ตลอดทั้งพนักงานขายไม่มีความมั่นใจในการกล่าวคำทักทายลูกค้า ทั้งนี้หัวหน้าแผนกแสดงความคิดเห็นว่าสิ่งที่พนักงานขายควรปรับปรุงแก้ไขเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการกล่าวคำทักทายลูกค้า อันดับ 1 – 3 คือ การแสดงออกทั้งภาษาถ้อยคำและภาษาท่าทางที่พนักงานขายแสดงออกต้องสอดคล้องกัน คิดเป็นร้อยละ 46.67 พนักงานขายกล่าวคำทักทายลูกค้าด้วยน้ำเสียงที่ไม่ดังชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 26.67 ในจุดจำหน่ายสินค้าราคาพิเศษพนักงานขายต้องกล่าวคำทักทายลูกค้าให้ทั่วถึง คิดเป็นร้อยละ 20.00 โดยหัวหน้าแผนกได้ให้ข้อเสนอแนะ จัดเป็นอันดับ 1 – 3 ดังนี้ หัวหน้าแผนกควรกล่าวคำทักทายลูกค้าเป็นตัวอย่างให้กับพนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 36.66 ควรส่งพนักงานขายไปเข้ารับการอบรมการกล่าวคำทักทายลูกค้าทุกระยะและต่อเนื่อง คิดเป็นร้อยละ 33.33 และควรมีการจัดเสียงตามสายทุกเช้าเกี่ยวกับการกล่าวคำทักทายลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 25.00 แต่ทั้งนี้หัวหน้าแผนกบางคนก็ได้แสดงความคิดเห็นว่าการส่งพนักงานขายไปอบรมบ่อย ๆ อาจจะประสบปัญหาพนักงานไม่เพียงพอในการบริการลูกค้า

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการเสนอขายสินค้าของพนักงานขาย

2.1 จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการเสนอขายสินค้าของพนักงานขาย พบว่า หัวหน้าแผนกมีความเห็นว่า การเสนอขายสินค้าเป็นเรื่องสำคัญมากสำหรับพนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 58.33 และพนักงานขายใช้คำพูดที่ไม่เหมาะสมกับการเสนอขายสินค้า คิดเป็นร้อยละ 45.00 จากการสัมภาษณ์หัวหน้าแผนกมี

ความคิดเห็นว่าในการเสนอขายสินค้าให้แก่ลูกค้านั้นพนักงานขายจำนวนมากมักใช้คำพูดในการเสนอขายสินค้าแตกต่างกันไป และปัญหาที่พบในด้านนี้ อันดับ 1 – 3 คือ พนักงานขายใช้คำพูดไม่สอดคล้องในการเสนอขายสินค้าให้แก่ลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 33.33 พนักงานขายไม่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษกับลูกค้าต่างชาติได้ คิดเป็นร้อยละ 30.00 และพนักงานขายไม่พูดคำว่า “ดิฉัน/ผม” คิดเป็นร้อยละ 23.33 ซึ่งหัวหน้าแผนกแสดงความคิดเห็นว่าพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการเสนอขายสินค้าของพนักงานขายที่ควรปรับปรุง อันดับ 1 – 3 มีดังนี้ พนักงานขายควรใช้คำพูดในการเสนอขายสินค้าให้เหมาะสมกับสินค้าแต่ละประเภท คิดเป็นร้อยละ 30.00 พนักงานขายควรจะสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ในระดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 25.00 พนักงานขายควรใช้คำแทนตนเองว่า “ดิฉัน/ผม” คิดเป็นร้อยละ 20.00 ทั้งนี้หัวหน้าแผนกมีข้อเสนอแนะอันดับ 1 – 3 คือ บริษัทควรมีคำพูดให้เหมาะสมกับสินค้าแต่ละแผนก คิดเป็นร้อยละ 33.33 บริษัทควรจัดทำเอกสารหรือคู่มือคำศัพท์ที่จำเป็นของแต่ละแผนก คิดเป็นร้อยละ 25.00 บริษัทควรจัดให้มีการอบรมเกี่ยวกับงานขายที่ดีให้แก่พนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 20.00 โดยหัวหน้าแผนกแสดงความคิดเห็นเป็นพิเศษเกี่ยวกับขั้นเสนอขายสินค้านั้น พนักงานขายควรใช้คำพูดให้เหมาะสมกับสินค้าแต่ละประเภทโดยอาจจะมีการระดมสมองจากหัวหน้าแผนกแต่ละแผนกเพื่อคัดเลือก คำพูดที่เหมาะสมที่สุดกับสินค้าแต่ละประเภทในขั้นการเสนอขายสินค้าของพนักงานขาย

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการปิดการขายสินค้าของพนักงานขาย

3.1 จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการปิดการขายสินค้าของพนักงานขาย พบว่า หัวหน้าแผนกมีความเห็นว่า การปิดการขายเป็นสิ่งที่เหมาะสมดี คิดเป็นร้อยละ 61.67 การปิดการขายทำให้ลูกค้ารู้ว่าเป็นเอกลักษณ์ของบริษัท คิดเป็นร้อยละ 31.67 การปิดการขายทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าการปฏิบัติงานเป็นมาตรฐานเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 16.67 ส่วนปัญหาที่พบ อันดับ 1–3 คือ พนักงานขายไม่พูดคำว่า “ตกลงจะรับสินค้าชิ้นนี้นะคะ” คิดเป็นร้อยละ 30.00 ไม่มีการขายสินค้าต่อเนื่อง คิดเป็นร้อยละ 23.33 พนักงานขายปิดการขายแล้วแต่ลูกค้าเปลี่ยนใจ คิดเป็นร้อยละ 20.00 และสิ่งที่ควรปรับปรุงแก้ไขเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการปิดการขาย อันดับ 1 – 3 คือ พนักงานขายควรพูดให้ครบตามมาตรฐานการปิดการขายสินค้า คิดเป็นร้อยละ 26.67 พนักงานขายควรมีการขายสินค้าต่อเนื่องให้แก่ลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 18.33 พนักงานขายควรควบคุมความรู้สึกของตนเองให้ได้ กรณีลูกค้าลังเล คิดเป็นร้อยละ 15.00 ทั้งนี้หัวหน้าแผนกมีข้อเสนอแนะ อันดับ 1 – 3 คือ บริษัทควรทำแผ่นพับแจกในชั้นตอนต่าง ๆ ตามมาตรฐานการปิดการขายโดยใช้ถ้อยคำที่ชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 36.67 พนักงานขายควรกล่าวปิดการขายโดยใช้ถ้อยคำที่ชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 8.33 และพนักงานขายควรพูดอังกฤษให้ถูกต้องในการปิดการขาย ซึ่งทางศูนย์อบรมของบริษัทต้องจัดอบรมให้

คิดเป็นร้อยละ 6.67 แต่ทั้งนี้มีหัวหน้าแผนกบางท่านที่เสนอแนะแตกต่างออกไปคือ ในขั้นการปิดการขายสินค้าของพนักงานขายนี้อาจจะนำไปรวมในขั้นของการกล่าวขอขอบคุณลูกค้าก็ได้ เพื่อให้การบริการลูกค้าของพนักงานขายกระชับมากยิ่งขึ้นไม่ยืดเยื้อ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการกล่าวขอขอบคุณลูกค้าของพนักงานขายกรณีลูกค้าซื้อสินค้า

4.1 จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการกล่าวขอขอบคุณลูกค้าของพนักงานขาย กรณีลูกค้าซื้อสินค้า พบว่า หัวหน้าแผนกมีความเห็นว่าการกล่าวขอขอบคุณลูกค้า กรณีลูกค้าซื้อสินค้าเป็นพฤติกรรมที่พึงประสงค์ ทำให้ลูกค้าประทับใจ และเป็นการให้เกียรติลูกค้าและเป็นหน้าที่ของพนักงานขายที่ต้องปฏิบัติ คิดเป็นร้อยละ 100.00 นอกจากนี้หัวหน้าแผนกมีความคิดเห็นว่า ถ้าพนักงานขายกล่าวขอขอบคุณลูกค้า โดยกล่าวชื่อลูกค้า จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจมากยิ่งขึ้น และลูกค้าเกือบทุกรายจะกลับมาใช้บริการอีกในภายหลัง ส่วนปัญหาที่พบ อันดับ 1 – 3 คือ พนักงานขายไม่พูดขอขอบคุณลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 35.00 ลูกค้าเข้ามาใช้บริการมากในบางช่วงพนักงานขายไม่สามารถขอบคุณได้ครบทุกคน คิดเป็นร้อยละ 16.67 พนักงานขายใหม่ต้องใช้ระยะเวลาในการฝึกฝน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ซึ่งสิ่งที่ควรปรับปรุงแก้ไขเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการกล่าวขอขอบคุณลูกค้าของพนักงานขายกรณีลูกค้าซื้อสินค้า อันดับ 1 – 3 คือ พนักงานขายควรกล่าวขอขอบคุณลูกค้าโดยแสดงออกทั้งภาษาถ้อยคำและภาษาท่าทางด้วยความจริงใจ คิดเป็นร้อยละ 61.67 พนักงานขายไม่ควรรีรอในการกล่าวขอขอบคุณลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 15.00 การกล่าวขอขอบคุณลูกค้าเป็นพฤติกรรมที่พนักงานขายปฏิบัติอยู่แล้วและควรปฏิบัติต่อไป คิดเป็นร้อยละ 10.00 และหัวหน้าแผนกให้ข้อเสนอแนะจัดอันดับ 1 – 2 คือ พนักงานขายควรกล่าวขอขอบคุณลูกค้าทุกครั้งและทุกคน คิดเป็นร้อยละ 53.33 พนักงานขายควรฝึกปฏิบัติการกล่าวขอขอบคุณลูกค้าทุกเช้าก่อนเปิดขายสินค้า คิดเป็นร้อยละ 30.00 ทั้งนี้หัวหน้าแผนกบางคนได้ให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า ในการกล่าวขอขอบคุณลูกค้าพนักงานขายควรยกมือไหว้ขอขอบคุณลูกค้าด้วย เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า แต่ถ้าลูกค้าเป็นเด็กอาจจะไม่ต้องยกมือไหว้เพียงแต่โค้งพร้อมกล่าวคำขอขอบคุณลูกค้า ซึ่งถือว่าเป็นมารยาทที่ดีของพนักงานขาย

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการกล่าวขอขอบคุณลูกค้าของพนักงานขายกรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า

5.1 จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการกล่าวขอขอบคุณลูกค้าของพนักงานขาย กรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า พบว่า พนักงานขายควรกล่าวขอขอบคุณลูกค้าทุกครั้งและทุกคนแม้ว่าลูกค้าจะไม่ซื้อสินค้าเพื่อให้ลูกค้าประทับใจ คิดเป็นร้อยละ 100.00 ซึ่งปัญหาที่พบ อันดับ 1 – 3 คือ ในกรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า พนักงานขายแสดงท่าทางเฉยๆ ไม่กล่าวขอขอบคุณหรือไม่กล่าวเชื้อเชิญลูกค้าให้แวะมาชมสินค้าในโอกาสต่อไป คิดเป็นร้อยละ

53.33 พนักงานแสดงสีหน้าท่าทางไม่เหมาะสมแสดงอาการไม่พอใจ พูดกระแทกเสียงและแสดงอาการเบื่อหน่าย คิดเป็นร้อยละ 40.00 พนักงานกล่าวขอบคุณลูกค้าแต่พูดเสียงเบามาก คิดเป็นร้อยละ 20.00 และสิ่งที่ควรปรับปรุงแก้ไขเกี่ยวกับพฤติกรรมพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการกล่าวขอบคุณลูกค้าของพนักงานขาย กรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า อันดับ 1 – 2 พนักงานขายควรแสดงออกด้วยความจริงใจทั้งภาษาถ้อยคำและภาษาท่าทางเพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 95.00 พนักงานขายไม่ควรแสดงอาการเฉยเมยต่อลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 23.33 และหัวหน้าได้ให้ข้อเสนอแนะ อันดับ 1 – 3 คือ บริษัทควรจัดการฝึกอบรมพฤติกรรมการแสดงออกที่เหมาะสมในการบริการลูกค้าด้านการกล่าวขอบคุณลูกค้า กรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า คิดเป็นร้อยละ 85.00 หัวหน้าแผนกควรทำเป็นแบบอย่าง คิดเป็นร้อยละ 23.33 และควรกำหนดเงื่อนไขในการลงโทษหากพนักงานไม่กล่าวขอบคุณลูกค้ากรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า คิดเป็นร้อยละ 1.67 ทั้งนี้หัวหน้าแผนกแสดงความห่วงใยในเรื่องของการใช้คำพูดของพนักงานขายต้องแสดงออกด้วยความเต็มใจอย่างกล่าวขอบคุณด้วยน้ำเสียงดังหรือเบาเกินไป เนื่องจากจะทำให้ลูกค้าเข้าใจผิดว่า พนักงานขายพูดประชดก็เป็นได้ ส่งผลให้ลูกค้าไม่ประทับใจในพฤติกรรมการบริการของพนักงานขาย

อภิปรายผลการศึกษาค้นคว้า

จากการศึกษาความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าของพนักงานขายของบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้แยกอภิปรายเป็นตอนๆ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าของพนักงานขายด้านการทักทายลูกค้าของพนักงานขาย

1.1 ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านกล่าวคำทักทายลูกค้าเป็นพฤติกรรมที่พึงปฏิบัติ ซึ่งการที่พนักงานขายมีการกล่าวคำทักทายลูกค้าเป็นสิ่งที่ดีและมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากเป็นการสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างพนักงานขายกับลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ วรกัญญา สันติธรรม (2539 : 98) พบว่า ความมีมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานขายเป็นสิ่งสำคัญทำให้ลูกค้ารู้สึกประทับใจและปัญหาในการกล่าวคำทักทายลูกค้าของพนักงานขาย จากการศึกษา พบว่า ภาษาถ้อยคำและภาษาท่าทางที่พนักงานขายแสดงออกไม่สอดคล้องกันเป็นจำนวนมากที่สุด ซึ่งการแสดงออกทั้งภาษาถ้อยคำและภาษาท่าทางที่แสดงออกของพนักงานขายที่แสดงต่อลูกค้าเป็นสิ่งที่สำคัญมาก เนื่องจากลูกค้าจะทราบได้ว่าพนักงานขายจริงใจที่จะให้บริการแก่ลูกค้ามากน้อยแค่ไหน ดังนั้นในการทักทายลูกค้านั้น พนักงานขายต้องมีความจริงใจและจะต้องแสดงพฤติกรรมทั้งภาษาถ้อยคำและท่าทางให้สอดคล้องกัน เพื่อลูกค้าจะได้

ทราบว่าพนักงานมีความจริงใจในการหักทลายลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของ ตำรงค์ดีชัยสินี (2521 : 7 - 10) กล่าวถึงคุณสมบัติของผู้ประกอบอาชีพขายที่จำเป็นไว้ว่า จะต้องมีความจริงใจ ซึ่งลูกค้าสามารถทราบได้จากท่าทางและถ้อยคำที่พนักงานขายแสดงออกมาว่า สอดคล้องกันหรือไม่ ถ้าสอดคล้องกันแสดงว่า พนักงานมีความจริงใจในการบริการลูกค้าได้อย่างหนึ่ง ส่วนสิ่งที่พนักงานขายควรปรับปรุงแก้ไข จากการศึกษา พบว่า หัวหน้าแผนกต้องการให้พนักงานขายแสดงออกทั้งภาษาถ้อยคำและภาษาท่าทางที่พนักงานขายแสดงออกต้องสอดคล้องกันมากที่สุด ซึ่งหัวหน้าแผนกคิดว่าเป็นสิ่งสำคัญที่พนักงานขายควรได้รับการปรับปรุงแก้ไขซึ่งไม่สอดคล้องกับวิริตี ศักดิ์จิราพาพงศ์ (2533 : 44 - 47) กล่าวว่าสิ่งที่พนักงานขายจะต้องมีคือมีมนุษยสัมพันธ์ กระตือรือร้น ซื่อสัตย์ เสียสละ ซึ่งความซื่อสัตย์จะเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดของพนักงานขาย ซึ่งทั้งนี้หัวหน้าแผนกได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการกล่าวคำหักทลายลูกค้าของพนักงานขาย พบว่า หัวหน้าแผนกควรกล่าวคำหักทลายลูกค้าเป็นตัวอย่างให้กับพนักงานขาย และควรส่งพนักงานขายไปเข้ารับการอบรมการกล่าวคำหักทลายลูกค้าทุกระยะและต่อเนื่อง และอาจจะมีการจัดเสียงตามสายเกี่ยวกับการกล่าวคำหักทลายลูกค้า เนื่องจากถ้าพนักงานขายได้รับการฝึกฝนจนเกิดความเชี่ยวชาญแล้วจะทำให้พนักงานขาย เกิดความภาคภูมิใจในตนเองและจะประสบผลสำเร็จด้านงานบริการมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อาภาวรรณสิงห์แก้ว (2535 : 108) ที่พบว่า พนักงานขายในบริษัทประกันภัยแห่งหนึ่ง เมื่อได้รับประสบการณ์ในการฝึกอบรมจากพฤติกรรมในสถานการณ์จริงแล้วจะช่วยให้พนักงานเกิดความรู้สึกภาคภูมิใจในศักดิ์ศรีของตนเองขึ้น

ตอนที่ 2 ข้อมูลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการเสนอขายสินค้าของพนักงานขาย

2.1 ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการลูกค้าด้านการเสนอขายสินค้าของพนักงานขาย จากการศึกษา พบว่า หัวหน้าแผนกส่วนใหญ่คิดว่าการเสนอขายสินค้าเป็นเรื่องสำคัญมากสำหรับพนักงานขาย เนื่องจากในการเสนอขายสินค้า ถ้าพนักงานขายรู้จักวิธีการโฆษณาสินค้าอย่างเหมาะสม จะส่งผลให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับ ฉลอง ภิมย์รัตน์ (2521 : 25) ได้กล่าวว่า แม้ว่าบางครั้งลูกค้าไม่มีความตั้งใจที่จะซื้อสินค้า แต่ถ้าพนักงานขายใช้ความสามารถในการเสนอขายสินค้าได้เป็นอย่างดี จะทำให้ลูกค้ายอมรับฟังและเปิดโอกาสไปสู่ความสำเร็จของการขายมากขึ้น และปัญหาในการเสนอขายสินค้าให้แก่ลูกค้าของพนักงานขาย จากการศึกษาพบว่า ปัญหาที่ส่งผลมากที่สุดในการเสนอขายสินค้า คือพนักงานขายใช้คำพูดอย่างอื่นในการเสนอขายสินค้ามาพูดกับลูกค้า ซึ่งก่อให้เกิดความไม่มีมาตรฐานที่ตรงกันของบริษัท ส่วนสิ่งที่พนักงานขายควรปรับปรุงแก้ไข พบว่า หัวหน้าแผนกต้องการให้พนักงานขายใช้

คำพูดในการเสนอขายสินค้าให้เหมาะสมกับสินค้าแต่ละประเภทมากที่สุด เนื่องจากสินค้าที่ขายในห้างมีความหลากหลายไม่น่าจะใช้คำพูดแบบเดียวกัน โดยมีข้อเสนอแนะของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการเสนอขายสินค้าของพนักงานขาย ควรมีคำพูดให้เหมาะสมกับสินค้า แต่ละแผนกและควรมีเอกสารหรือคู่มือคำศัพท์ที่จำเป็นของแต่ละแผนกและควรจัดให้มีการอบรมเกี่ยวกับงานขายที่ดีแก่พนักงานขาย ตลอดจนอบรมความรู้ในตัวสินค้า ซึ่งความรู้อาจจะได้มาจากการจัดการอบรมในตัวสินค้าแต่ละประเภทของพนักงานขาย ซึ่งความรู้ในตัวสินค้า มีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับงานขาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรกัญญา สันติธรรม (2539 : 78) ที่พบว่า พนักงานขายกลุ่มทดลองที่มีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน มีความรู้ที่จำเป็นในการขาย ทั้งก่อนการฝึกอบรมและหลังการฝึกอบรมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตอนที่ 3 ข้อมูลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการปิดการขายสินค้าของพนักงานขาย

3.1 ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการปิดการขายสินค้าของพนักงานขาย จากการศึกษา พบว่า การปิดการขายนี้มีความจำเป็นในการขายมาก หัวหน้าแผนกคิดว่าการปิดการขายเป็นสิ่งที่เหมาะสมดี ดังนั้น พนักงานขายทุกคนควรปฏิบัติอย่างเคร่งครัดในขั้นตอนการปิดการขายที่ทางบริษัทกำหนด ส่วนปัญหาในการปิดการขายสินค้าของพนักงานขาย จากการศึกษา พบว่า พนักงานขายไม่พูดคำว่า “ตกลงจะรับสินค้าชิ้นนี้นะคะ” และรองลงมาพนักงานขายไม่มีการขายสินค้าต่อเนื่อง ทำให้พนักงานขายไม่ประสบผลสำเร็จกับงานขาย ซึ่งอาจจะมีผลมาจากพนักงานขายมีทัศนคติที่ไม่ดีต่องานขาย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาพนักงานขายดีเด่น พบว่า การประสบความสำเร็จของพนักงานขายขึ้นอยู่กับความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) และทัศนคติ (Attitude) พนักงานขายที่ประสบความสำเร็จจะมีทัศนคติในทางบวกต่องานที่ทำ และสิ่งที่พนักงานขายควรปรับปรุงแก้ไข คือ พนักงานควรพูดให้ครบตามมาตรฐานการปิดการขายสินค้า และจะต้องทำการขายสินค้าต่อเนื่องทันที เพื่อเป็นการเพิ่มยอดขาย และพนักงานขายที่สามารถขายสินค้าได้อย่างต่อเนื่องราบรื่นนี้มักจะประสบผลสำเร็จ พนักงานที่มีอายุงานมาก จะมีผลการปฏิบัติงานดีกว่าพนักงานขายที่มีอายุน้อย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมุขณีย์ ยมาภัย (2537 : 107) ที่พบว่า พนักงานที่มีอายุงานมากจะมีผลการปฏิบัติงานด้านการขายทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณสูงตามไปด้วย เนื่องจากประสบการณ์ในการขายเป็นสิ่งจำเป็น พนักงานที่มีประสบการณ์ได้พบลูกค้ามากมาย สามารถจัดการกับปัญหาข้อโต้แย้งได้เป็นอย่างดี ตลอดจนมีเทคนิคในการขายสินค้าต่อเนื่องได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้หัวหน้าแผนกได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการปิดการขายสินค้าของพนักงานขายว่า เมื่อพนักงานขายไม่ปฏิบัติตามมาตรฐานการปิดการขายสินค้าบริษัทควรทำแผนพับในขั้นตอนต่าง ๆ ตามมาตรฐาน

การปิดการขายสินค้าและพนักงานขายควรใช้ภาษาอังกฤษให้ถูกต้องในการปิดการขายสินค้า เนื่องจากอาชีพด้านงานบริการการสื่อสารและลักษณะท่าทางการแสดงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างมาก ลูกค้าจะสามารถรับรู้ได้ถึงความจริงใจในการให้บริการของพนักงานขาย ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นของ สมชาติ กิจยรรยง (2536 : 13 - 14) ที่กล่าวว่า คุณสมบัติที่จะสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการคือ ต้องเข้าใจความต้องการของลูกค้า รู้จักวิธีการติดต่อสื่อสารที่ดี มีมารยาท มีความรับผิดชอบ

ตอนที่ 4 ข้อมูลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการกล่าวขอบคุณลูกค้าของพนักงานขาย กรณีลูกค้าซื้อสินค้า

4.1 ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการกล่าวขอบคุณลูกค้าของพนักงานขายกรณีลูกค้าซื้อสินค้า จากการศึกษาพบว่า หัวหน้าแผนกคิดว่าการกล่าวขอบคุณลูกค้า กรณีลูกค้าซื้อสินค้าเป็นการบริการที่พึงประสงค์ และลูกค้าเกิดความประทับใจ เป็นการให้เกียรติลูกค้า และถือเป็นหน้าที่ของพนักงานที่ของพนักงานขาย เนื่องจากพนักงานขายมีทัศนคติที่ดีในการบริการและเป็นเพราะประสบการณ์ที่เคยฝึกฝนงานด้านการขายหรือบริการมาก่อน จะส่งผลต่อความรู้ ความเข้าใจในการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ ชำรงศักดิ์ หมีนภัทร และศรีสง่า กรรณสูต (2523 : 182) ที่กล่าวว่าประสบการณ์ที่บุคคลได้รับจากการมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งเร้าหรือสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประสบการณ์ครั้งแรกและปัญหาในการกล่าวขอบคุณลูกค้าของพนักงานขายกรณีลูกค้าซื้อสินค้า จากการศึกษาพบว่า พนักงานขายไม่พูดขอบคุณลูกค้า และลูกค้าเข้ามาใช้บริการมากในบางช่วง ทำให้พนักงานขายไม่สามารถขอบคุณได้ครบทุกคน หัวหน้าแผนกมีความคิดเห็นว่า ไม่ว่าลูกค้าจะมากหรือน้อยแค่ไหน พนักงานขายทุกคนจะต้องกล่าวขอบคุณลูกค้า เนื่องจากถ้าไม่มีลูกค้าบริษัทก็ไม่สามารถดำเนินกิจการได้ ถ้าลูกค้าไม่เกิดความประทับใจในการบริการของพนักงานขาย ลูกค้าก็จะไม่เข้ามาใช้บริการอีกต่อไป ดังนั้น ควรมีการสร้างจิตสำนึกด้านงานบริการให้แก่พนักงานขายโดยควรจะให้ การฝึกอบรมในด้านการบริการและการขายเป็นระยะๆ เพื่อสร้างจิตสำนึกและทัศนคติที่ดีด้านงานขายได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์(2534 : 87) ที่ว่าความรู้ที่เกิดจากผลการกระทำจะช่วยให้ผู้เข้าอบรมได้รับความรู้ในการเปลี่ยนแปลงแก้ไขการกระทำของเขา โดยมีสิ่งที่ควรปรับปรุงแก้ไข เป็นอันดับแรกคือ พนักงานขายควรกล่าวขอบคุณลูกค้าโดยแสดงออกทั้งภาษาอังกฤษและภาษาท่าทางด้วยความจริงใจ ทั้งนี้หัวหน้าแผนกได้ให้ข้อเสนอแนะของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการกล่าวขอบคุณลูกค้าของพนักงานขายกรณีลูกค้าซื้อสินค้า ในการกล่าวขอบคุณลูกค้า พนักงานขายควรมีคำกล่าวขอบคุณลูกค้าทุกครั้งและทุกคน ซึ่งจะทำให้ลูกค้าประทับใจ

ตอนที่ 5 ข้อมูลวิเคราะห์ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการกล่าวขอบคุณลูกค้าของพนักงานขาย กรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า

5.1 ความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการกล่าวขอบคุณลูกค้าของพนักงานขาย กรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า จากการศึกษาพบว่า ถึงแม้ลูกค้าจะไม่ซื้อสินค้า พนักงานขายควรกล่าวขอบคุณลูกค้าทุกครั้ง จะก่อให้เกิดความรู้สึกประทับใจ และเป็น การบริการที่ดีของพนักงานขาย ที่แสดงออกต่อลูกค้า รวมถึงสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า ส่วน ปัญหาในการกล่าวขอบคุณลูกค้าของพนักงานขาย กรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า จากการศึกษาพบว่า พนักงานขายแสดงท่าทางเฉย ๆ ไม่กล่าวขอบคุณลูกค้าหรือไม่กล่าวเชิญลูกค้าให้แวะมาชมสินค้า อีกในโอกาสต่อไป พนักงานแสดงสีหน้าไม่เหมาะสม พนักงานหน้าร้านที่มีประสบการณ์ต่างกัน จะมีทัศนคติต่างกัน พนักงานขายหน้าร้านที่เคยผ่านประสบการณ์ในอาชีพการขายมาก่อนมี ทัศนคติในการบริการดีกว่ากลุ่มที่ไม่เคยผ่านประสบการณ์ ทั้งนี้ เพราะพนักงานขายที่เคยผ่าน ประสบการณ์งานขายมาก่อน ย่อมมีความเข้าใจเกี่ยวกับงานและลูกค้าเป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับ ดวงเดือน พันธุมนาวิน (2524 : 60) ได้สรุปไว้ว่า ผู้ที่มีประสบการณ์ด้านงานขายจะมีทักษะหรือ ศิลปะในอาชีพมากกว่าพนักงานขายที่ไม่เคยผ่านประสบการณ์ขายมาก่อน และสิ่งที่พนักงานขาย ควรปรับปรุงแก้ไข คือพนักงานควรแสดงออกด้วยความจริงใจ ทั้งภาษาถ้อยคำและภาษาท่าทาง เพื่อสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า ซึ่งแสดงพฤติกรรมการแสดงออกดังกล่าวเป็นสิ่งสำคัญมาก สำหรับพนักงานขายที่มีหน้าที่ให้บริการ ดังนั้นควรจะได้รับการพัฒนาและปรับปรุงให้ดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับสำอองค์ งามวิชา (2525 : 110 - 114) ได้กล่าวว่า พนักงานที่มีหน้าที่ให้บริการลูกค้าจะ ประบผลสำเร็จจะต้องมีความจริงใจ รู้จักควบคุมตนเองและมีความกล้าแสดงออกอย่างเหมาะสม โดยมีข้อเสนอแนะของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าด้านการกล่าวขอบคุณ ลูกค้าของพนักงานขาย กรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า บริษัทควรจัดการฝึกอบรมพฤติกรรมการแสดงออก ที่เหมาะสมในการบริการลูกค้าด้านการกล่าวขอบคุณลูกค้ากรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้าเป็นอันดับแรก เพื่อพนักงานขายจะได้สามารถแสดงออกทั้งภาษาถ้อยคำและภาษาท่าทางได้อย่างเหมาะสม ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกประทับใจ ซึ่งสอดคล้องกับณรงค์ศักดิ์ จันทน์นวล (2540 : 104) พบว่า พนักงานที่มีหน้าที่ขายจะต้องแสดงออกให้เหมาะสมและมีความจริงใจในการบริการ หรือไม่ พนักงานต้องดูแลลูกค้าอย่างดีที่สุด

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาความคิดเห็นของหัวหน้าแผนกเกี่ยวกับพฤติกรรมการ บริการลูกค้าของพนักงานขายของบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร มีข้อเสนอแนะทั่วไป และข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป ดังต่อไปนี้

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป มีดังนี้

จากผลการวิจัยครั้งนี้สามารถนำข้อมูลใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงพฤติกรรมบริการลูกค้าให้แก่พนักงานโดยการจัดอบรม การประชุมสัมมนา การระดมความคิด

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป มีดังนี้

2.1 ควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการให้บริการลูกค้า

2.2 ควรศึกษาวิจัยในรูปแบบเชิงทดลองเพื่อพฤติกรรมการให้บริการลูกค้าแก่พนักงานขายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน โดยใช้กิจกรรมกลุ่ม การฝึกพฤติกรรมที่เหมาะสมในการแสดงออก เป็นต้น

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กวี วงศ์พุ่ม. (2540). *ภาวะผู้นำ*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : ศูนย์ส่งเสริมวิชาชีพบัญชี.
- จิรศักดิ์ สุคนธาติ. (2530). *ความคิดเห็นของข้าราชการผู้มีหน้าที่ในการปฏิบัติเกี่ยวกับ
บริการประชาชน : ศึกษาเฉพาะกรณีจังหวัดนนทบุรี*. วิทยานิพนธ์ กษ.ม. กรุงเทพฯ :
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. อัดสำเนา.
- จุฑา บุรีภักดี. (2533). *การพัฒนาบุคลิกภาพ*. กรุงเทพฯ : สมเจตน์การพิมพ์.
- จุฑามาศ กิจเจริญ. (2538). *วิธีหารประกันชีวิตหรือการเดินตลาดที่ได้ผลเต็ม 100%.*
(พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- จุมพล สวัสดิยากร. (2520). *หลักและวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ : สมาวิจัย
แห่งชาติ.
- จำนง พรายแย้มแข. (2531). *เทคนิคการวัดและประเมินผลการเรียนรู้กับการสอนซ่อมเสริม*
(พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.
- ฉลอง ภิรมย์รัตน์. 2521. *จิตวิทยาสังคม*. กรุงเทพฯ : ประจักษ์การพิมพ์.
- ชิตชนก เชิงเขาว. (2539) *วิธีวิจัยทางการศึกษา*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). ปัตตานี : สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี.
- ชูชัย สมितिไกร. (2538). *ผลของสถานการณ์ชี้แนะที่มีต่อการรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับ
คุณภาพของการบริการ*. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชูชีพ อ่อนโลกสูง. (2522). *จิตวิทยาการศึกษา*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนา
พานิช.
- ทิตยา สุวรรณชญ. (2520). "ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรม,"
พัฒนบริหารศาสตร์. 4 : 598 – 615 ; ตุลาคม 2520.
- ณรงค์ศักดิ์ จันทรนวล. (2540). *จิตวิทยาทั่วไป*. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ดวงเดือน พันธมนาวิน. (2524). *เอกสารประกอบการบรรยายวิชาจิตวิทยาชั้นสูง
ปีการศึกษา 2523 - 2524*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ดำรงสิริ อุทยานานนท์. (2536). *วิชาการขาย ม.ศ.6 ตามหลักสูตรประโยคมัธยมศึกษาตอนปลาย*
สายอาชีพ แผนกพาณิชยการ. กรุงเทพฯ : พิมพ์ครั้งที่ 7). วิทยาลัยพาณิชยการพระนคร.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท. (2521). *การบริหารการค้าปลีก*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์วังอักษร.
- ถวิล ธาราโกชน. (2524). *จิตวิทยาสังคม*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : บำรุงสาส์น.
- ทวีศักดิ์ สุคนธ์. (2529). *บริหารงานขาย*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ซีเอ็ดยูเคชั่น.

- ทิพวรรณ อุดมสุวรรณ. (2538). ทศนคติของข้าราชการและประชาชนที่มีต่อการแต่งตั้งผู้ว่าราชการจังหวัดหญิง ศึกษาเฉพาะกรณีอำเภอเมืองนครนายก. วิทยานิพนธ์ (กษ.ม.) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. อัดสำเนา.
- ธวัชชัย จินดาพาณิชย์. (2532). วิธีการขายให้สำเร็จ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ธำรงค์ดี หมั่นจักษ์ และศรีสง่า กรรณสูตร. (2523). จิตวิทยาธุรกิจ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์บรรณกิจ.
- ธีรนุช โมลิสกุลมงคล. (2533). การสร้างแบบทดสอบวัดบุคลิกภาพความเป็นนักธุรกิจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 สังกัดกรมสามัญศึกษาในจังหวัดนครนายก. วิทยานิพนธ์ ก.ศม.(การวัดผลการศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. อัดสำเนา.
- นิพนธ์ คันทะเสวี. (2511). มนุษยสัมพันธ์เพื่อการพัฒนาสังคม. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- นิภา แก้วศรีงาม. (2532). จิตวิทยาองค์การ. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- บุญธรรม กิจปริดาบริสุทธิ. (2531). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนสามเจริญพาณิชย์.
- บุบผา ไร่รักษา. (2537). ขายอย่างสร้างสรรค์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แม่น้ำ.
- ประสาน หอมพุด. (2540). ปัญหาการบริหารงานธุรการตามทัศนะของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ธุรการและการเงินโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. อัดสำเนา.
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2534). จิตวิทยาอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ : ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพฯ.
- ปลายฝัน สุขารมย์. (2534). สร้างบริการให้เป็นเลิศ. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัด เอช-เอน การพิมพ์. แปลจาก L.M. Lash. 1989. The Complete Guide to Customer Service. New York : John Wiley & Sons, Inc.
- มุขณีย์ ยมาภัย. (2537). ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพ ความรู้ด้านการขาย แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย. กรุงเทพฯ : วิทยานิพนธ์ กษ.ม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. อัดสำเนา.
- พรเทพ ปิยวัฒนาเมธา. (2536). คู่มือแก้ปัญหาการขายและการบริการ. กรุงเทพฯ : บริษัท ซี เอ็ด ยู เคชั่น จำกัด (มหาชน).

- พรพิมล สุวรรณิก. (2523). ทศนคติของข้าราชการที่มีต่อระบบการประเมินผลการปฏิบัติงาน
ศึกษาเฉพาะกรณีข้าราชการ สาย ข และ ค ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. วิทยานิพนธ์
กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ อุดมศึกษา.
- พรรณพิมล ก้านนก. (2527). การขายโดยบุคคล หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัย
รามคำแหง.
- พรรณราย ทรัพย์ประภา. (2529). จิตวิทยาอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ : O.S. Printing
House Co, Ltd.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2535). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. (พิมพ์ครั้งที่ 4).
กรุงเทพฯ : บริษัทฟิงเกอร์ปริ้น แอนด์มีเดีย จำกัด.
- พัชนี วรณิล. (2526). จิตวิทยาสังคม ทฤษฎี และปฏิบัติการ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์วัฒนา
พานิช จำกัด.
- พิมพ์ชนก ศันสนีย์. (2539). "การคัดเลือกบุคลากรที่ให้บริการ : มุมมองของผู้บริโภค,"
วารสารจิตวิทยา. 3 : 57 – 58 ; มกราคม – เมษายน 2539.
- ลาวัณย์ เนติโพธิ์. (2537). ขายให้ได้ – ขายให้เป็น. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แสงดาว.
- วรรณะ แก้วมณีเอี่ยม. (2536). ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพด้านธุรกิจกับผลสัมฤทธิ์ทาง
การเรียนของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล
เขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (การวัดผลการศึกษา). กรุงเทพฯ :
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. อุดมศึกษา.
- วิรัตน์ ศักดิ์จิรพาพงศ์. (2533). ขายอย่างคนรุ่นใหม่. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ดอกหญ้า.
- วรกัญญา สันติธรรม. (2539). ผลของการฝึกอบรมที่มีต่อความรู้ที่จำเป็นในการขาย ขวัญใน
การปฏิบัติงานและอัตราการลาออกจากงาน. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (จิตวิทยาอุตสาหกรรม)
กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. อุดมศึกษา.
- ศรีเรือน แก้วกังวาล. (2536). ทฤษฎีจิตวิทยาบุคลิกภาพ (รู้เรา รู้เขา). กรุงเทพฯ :
หมอชาวบ้าน.
- สมเจตน์ ชื่นปรีชา. (2534). ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสายการบริการ
วิชาการ และสายธุรการของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
วิทยานิพนธ์. กษ.ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สมชาติ กิจยรรยง. (2536). สร้างบริการสร้างความประทับใจ. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- สมบูรณ์ ชันธิโชติ. (2540). เคล็ดลับนักขาย. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ข้าวฟ่าง.
- สมปราชญ์ จอมเทศ. (2516). การบริหารและการจัดการ : ศึกษาวิเคราะห์ในแนวพฤติกรรมศาสตร์.
กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.

- สมภาพ เจริญกุล. (2543). 24 ปัจจัยในความสำเร็จของกลยุทธ์การตลาด. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เอ็กซ์เพอร์เน็ท.
- สมศิริ แทนปิ่น. (2538). พฤติกรรมการสอนของอาจารย์ผู้สอนในคณะวิชาการบริหารธุรกิจ ตามทฤษฎีของผู้บริหารฝ่ายวิชาการในสถานศึกษาสังกัดกรมอาชีวศึกษา เขตการศึกษา 7 – 8. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. อุดมศึกษา.
- สัณหชัย กลิ่นพิกุล และยอดดวง พันธุ์นา. (2529). การบริหารการผลิตในธุรกิจอุตสาหกรรมและบริการ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- สาขาวิชาวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2533). การบริหารการขายและการจัดจำหน่าย. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สุจิตรา เหลืองรังสรรค์. (2523). การศึกษาเปรียบเทียบบุคลิกภาพของครูกับนักธุรกิจ. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. อุดมศึกษา.
- สุชาติ ตีระศรีพันธ์. (2527). ขายอย่างมืออาชีพ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เรจินา.
- สุชิน นะตาปา. (2540). การขายอย่างสร้างสรรค์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เดลฟี.
- สุดาตวง เรืองรุจิระ. (2532). หลักการตลาด. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ประกายพริก.
- สุนี เลิศแสงกิจ. (2540). การหาข้อมูลทางการตลาด. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์สถาบันราชมงคล วิทยาเขตพาณิชยการพระนคร.
- สุนา อยู่โพธิ์. (2537). การค้าปลีก. กรุงเทพฯ : ชวนพิมพ์.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2536). ยุทธวิธีการตลาดช่วงปลายศตวรรษที่ 20. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ดอกหญ้า.
- สำอองค์ งามวิชา. (2525). การส่งเสริมการขาย. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- อาภาวรรณ สิงห์แก้ว. (2535). ผลการฝึกอบรมเบื้องต้นที่มีต่อทัศนคติในการทำงานของพนักงานห้างสรรพสินค้าในจังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (จิตวิทยาอุตสาหกรรม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. อุดมศึกษา.
- อุทัย หิรัญโต. (2526). สารานุกรมศัพท์สังคมวิทยา-มานุษยวิทยา. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- Ajzen. I. And M. Fishbein. (1975). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. New Jersey : Prentice-Hall, Inc.

- Cook, M. (1988). *Personnel Selection and Productivity*. New York : John Wiley & Sons Ltd.
- Edward, D.C. (1969). *General Psychology*. London : Macmillan Company.
- Enis, B. M. (1979). *Personal Selling : Foundations, Process and Management*. Santa Monica, California : Goodyear Publishing Company.
- Hise, R.T. (1980). *Effective Salesmanship*. Hinsdale, Illinois : The Dryden Press.
- Marshall. (1994). *A Practical Guide to Educational Research*. Englewood Cliffs, N.J. : Prentice Hall.
- Lovelock, Christopher H. (1988). *Manging Services : Marketing, Operations, And Human Resources*. London : Prentice-Hall International.

ภาคผนวก

**แบบสอบถามการสัมภาษณ์เชิงลึก
เกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าของพนักงานขาย”**

ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อขอทราบความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าของพนักงานขายเพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปเป็นแนวทางในการคัดเลือกและพัฒนาพฤติกรรมการบริการลูกค้าของพนักงานขายของบริษัทในโอกาสต่อไป ทางผู้วิจัยขอขอบคุณในความร่วมมือในครั้งนี้

1. ชื่อ..... นามสกุล.....
2. เพศ..... ☐ ชาย ☐ หญิง
3. อายุ..... ปี เดือน
4. อายุการทำงานในตำแหน่งหัวหน้าแผนก ปี เดือน
5. แผนก
6. ระดับการศึกษา
 - ☐ มัธยมศึกษาตอนต้น (ม. 3 หรือ มศ. 3)
 - ☐ มัธยมศึกษาตอนปลาย ม. 6 หรือ มศ. 5 หรือเทียบเท่า
 - ☐ อนุปริญญา หรือ เทียบเท่า
 - ☐ ปริญญาตรี หรือ เทียบเท่า
 - ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ)

ส่วนที่ 2 แบบสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริการลูกค้าของพนักงานขาย

ขั้นการกล่าวคำทักทายลูกค้า : การทักทายลูกค้าด้วยถ้อยคำและท่าทางสุภาพ

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการกล่าวคำทักทายลูกค้าของพนักงานขาย

.....

.....

.....

.....

.....

2. ท่านพบปัญหาอะไรบ้างในการกล่าวคำทักทายลูกค้าของพนักงานขาย

.....

.....

.....

.....

3. ท่านคิดว่ามีสิ่งใดบ้างที่พนักงานขายควรปรับปรุงแก้ไขเกี่ยวกับการกล่าวคำทักทายลูกค้า

.....

.....

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการกล่าวคำทักทายลูกค้าของพนักงานขาย

.....

.....

.....

.....

ชั้นเสนอขายสินค้า : สบตา ยิ้ม และพูดว่า ดิฉัน/ผม จะช่วยอะไรคุณได้บ้างคะ/ครับ

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการเสนอขายสินค้าในปัจจุบันของพนักงานขาย

.....

.....

.....

.....

.....

2. ท่านพบปัญหาอะไรบ้างในการเสนอขายสินค้าให้แก่ลูกค้าของพนักงานขาย

.....

.....

.....

.....

.....

3. ท่านคิดว่ามีสิ่งใดบ้างที่พนักงานขายควรปรับปรุง แกไขเกี่ยวกับการเสนอขายสินค้าให้แก่ลูกค้า

.....

.....

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการเสนอขายสินค้าของพนักงานขาย

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**ขั้นตอนปิดการขายสินค้า : การใช้ถ้อยคำและท่าทางสุภาพโดยพูดว่า “ตกลงจะรับสินค้า
ชิ้นนี้แหละครับ” พร้อมกล่าวทวนเงินค่าสินค้าแก่ลูกค้า**

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการปิดการขายของพนักงานขาย

.....

.....

.....

.....

.....

2. ท่านพบปัญหาอะไรบ้างในการปิดการขายสินค้าของพนักงานขาย

.....

.....

.....

.....

.....

3. ท่านคิดว่ามีสิ่งใดบ้างที่พนักงานขายควรปรับปรุง แก้ไขเกี่ยวกับการปิดการขายสินค้า

.....

.....

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการปิดการขายสินค้าของพนักงานขาย

.....

.....

.....

.....

.....

ขั้นการกล่าวขอบคุณลูกค้า

กรณีลูกค้าซื้อสินค้า : กล่าวขอบคุณลูกค้า พร้อมส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าและเรียนเชิญลูกค้ามาแวะชมสินค้าอีกในโอกาสต่อไป

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการกล่าวขอบคุณลูกค้าเมื่อลูกค้าซื้อสินค้าของพนักงานขาย

.....

.....

.....

.....

.....

2. ท่านพบปัญหาอะไรบ้างในการกล่าวขอบคุณลูกค้า เมื่อลูกค้าซื้อสินค้าของพนักงานขาย

.....

.....

.....

.....

.....

3. ท่านคิดว่ามีสิ่งใดบ้างที่พนักงานขายควรปรับปรุง แกไขเกี่ยวกับการกล่าวขอบคุณลูกค้า
เมื่อลูกค้าซื้อสินค้า

.....

.....

.....

.....

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการกล่าวขอบคุณลูกค้าเมื่อลูกค้าซื้อสินค้าของพนักงานขาย

.....

.....

.....

.....

ขั้นการกล่าวขอบคุณลูกค้า

กรณีลูกค้าไม่ซื้อสินค้า : กล่าวขอบคุณลูกค้าที่ลูกค้าแวะชมสินค้าพร้อมกล่าวเชิญชวนลูกค้ามาแวะชมสินค้าอีกในโอกาสต่อไป และไม่แสดงท่าทางไม่พอใจลูกค้า

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการกล่าวขอบคุณลูกค้า เมื่อลูกค้าไม่ซื้อสินค้าของพนักงานขาย

.....

.....

.....

.....

2. ท่านพบปัญหาอะไรบ้างในการกล่าวขอบคุณลูกค้าเมื่อลูกค้าไม่ซื้อสินค้าของพนักงานขาย

.....

.....

.....

.....

3. ท่านคิดว่ามีสิ่งใดบ้างที่พนักงานขายควรปรับปรุง แก้ไขในการกล่าวขอบคุณลูกค้าเมื่อลูกค้าไม่ซื้อสินค้าของพนักงานขาย

.....

.....

.....

.....

- ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการกล่าวขอบคุณลูกค้าเมื่อลูกค้าไม่ซื้อสินค้าของพนักงานขาย

.....

.....

.....

.....

ประวัติย่อของผู้วิจัย

ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ นางสาวรจนา ปราณช่วย

เกิดวันที่ 27 เดือนเมษายน พุทธศักราช 2514

สถานที่อยู่ปัจจุบัน 189/52 หมู่บ้านเพชรธานี ต.บางศรีเมือง อ.เมือง จังหวัดนนทบุรี 11000

ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2529	มัธยมศึกษาปีที่ 3 (คหกรรม) โรงเรียนสุราษฎร์พิทยา จ.สุราษฎร์ธานี
พ.ศ.2532	มัธยมศึกษาปีที่ 6 (สายศิลป์ – คำนวณ) โรงเรียนสุราษฎร์พิทยา จ.สุราษฎร์ธานี
พ.ศ.2535	กศ.บ. (จิตวิทยาการแนะแนว) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สงขลา
พ.ศ.2544	กศ.ม. (จิตวิทยาการแนะแนว) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร