

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์	การพัฒนาศักยภาพพนักงานขายที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า กรณีศึกษา : บริษัทโตโยต้า พิษณุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด
ชื่อนักศึกษา	นายไพसान จินตปัญญา
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ดร. สุขแก้ว คำสอน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภาณุวัฒน์ ภัคดีวงศ์ ดร. จีรพงษ์ มะปะวงค์
สาขา	ยุทธศาสตร์การพัฒนา
ปีที่สำเร็จการศึกษา	2547

บทคัดย่อ

การวิจัยฉบับนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศักยภาพพนักงานขาย บริษัทโตโยต้าพิษณุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ ประเภทรถที่ซื้อ และจำนวนรถที่เคยครอบครอง ใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความสามารถทางการขาย ด้านความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ และด้านการบริการติดตามหลังการขาย พร้อมทั้งเสนอแนะวิธีการพัฒนาศักยภาพแต่ละด้านของพนักงานขาย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าผู้ซึ่งซื้อรถยนต์ จากบริษัทโตโยต้า พิษณุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด ทั้ง 3 สาขา คือสำนักงานใหญ่ สาขาในเมือง และสาขานครไทย ระหว่างเดือนกรกฎาคม 2545 ถึงเดือนมิถุนายน 2546 โดยการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ เครจซีและมอร์แกน (Krejcie and Morgan) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 RW เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบ สอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการส่งแบบ สอบถามทางไปรษณีย์และเก็บข้อมูลด้วยตัวเอง การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติพื้นฐานคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติการทดสอบค่าที (t - test) และค่าเอฟ (F - test)

ผลการวิจัยพบว่า

1. ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศักยภาพของพนักงานขายในด้านความสามารถทางการขาย และความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการบริการติดตามหลังการขายมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

2. การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อศักยภาพพนักงานขายของ บริษัท
โตโยต้าพิษณุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด ใน 3 ด้าน พบว่า

2.1 ด้านความสามารถทางการขาย

2.1.1 ลูกค้าเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจต่อความสามารถทางการ
ขายของพนักงานขายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

2.1.2 ลูกค้าที่อายุ อาชีพ ประเภทรถที่ซื้อ และจำนวนรถที่เคยครอบครอง
ต่างกันมีความพึงพอใจต่อความสามารถทางการขาย ของพนักงานขายไม่แตกต่างกัน

2.2 ด้านความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์

ลูกค้าที่มี เพศ อายุ อาชีพ ประเภทรถที่ซื้อ และจำนวนรถที่เคยครอบครอง
ต่างกันมีความพึงพอใจต่อความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ ของพนักงานขายไม่แตกต่างกัน

2.3 ด้านบริการติดตามหลังการจำหน่าย

ลูกค้าที่มี เพศ อายุ อาชีพ ประเภทรถที่ซื้อ และจำนวนรถที่เคยครอบครอง
ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการติดตามหลังการจำหน่าย ของพนักงานขาย
ไม่แตกต่างกัน

3. วิธีการพัฒนาศักยภาพพนักงานขายบริษัท โตโยต้าพิษณุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า
จำกัด

3.1 ประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกันในเรื่องเกี่ยวกับขั้นตอนและวิธีการมอบของที่
ระลึกแก่ลูกค้าในวาระสำคัญ

3.2 จัดโครงการ " แข่งขันพนักงานขายยอดเยี่ยมด้านบริการติดตามหลังการ
จำหน่าย"

3.3 จัดอบรมเรื่อง " การสร้างความประทับใจในการบริการยุคแข่งขัน"

3.4 จัดทำแบบประเมินความพึงพอใจพนักงานขายรายบุคคลโดยสอบถามจาก
ลูกค้าของพนักงานขายคนนั้นๆ

3.5 จัดโครงการ "อบรมพัฒนาบุคลากรและการทำงานเป็นทีมในองค์กร"

Title IMPACT OF SALESPERSON ' S POTENTIALITY
DEVELOPMENT TO THE CUSTOMERS '
SATISFACTION CASE STUDY : TOYOTA
PHITSANULOK TOYOTA 'S DEALER CO., LTD.,
Author Phaisan Chintapanya
Advisors Dr. Sukkaew Khamsorn
Assistance Professor Dr. Panuwat Pakdeewong
Dr. Jeerapong Mapawong
Field Development Strategy
Year 2004

ABSTRACT

The purposes of this research were to study and compare satisfaction of customers to salespersons ' efficiencies of Phitsanulok Toyota dealer co.ltd. The customers were divided into sexes, ages, vocations, motor-types and number of car possession. The efficiencies divided into 3 dimensions : (1) sale ability, (2) product knowledge ability and (3) post sale service. Then proposed how to develop each dimension.

The population of the research were the customers who bought Toyota Cars from 3 branches in Phitsanulok : Head office, Nai Mueng branch and Nakornthai branch, during June 2002 – June 2003. There were 300 customers stratified by Krejcie and Morgan random sampling method. The instrument was Rating Scale questionnaires. Datas were analyzed by percents, \bar{x} , S.D., t-test and F-test.

The study found that :

1. Customers 's satisfaction to salespersons on sales ability and knowledge of product were in high level, but on the post sale service was in the middle level.

2. Comparing 's satisfaction of customers to salesperson 's from 3 dimensions found as follow :

2.1 Sale ability :

2.1.1 Male customers' and female customers' satisfaction to sales ability of salesperson 's were differently in 0.05 level.

2.1.2 Aged, professional, car - typed and number of car possession customers 's satisfaction on sales, were not different.

2.2. Knowledge of product :

Aged, sex, professional, car - typed, **number of car possession** car customers 's satisfaction to knowledge of product of salespersons, were not different.

2.3 Post sales service :

Aged, sex, professional, car - typed, car number of car possession customers 's satisfaction to post sales service of salespersons, were not different.

3. Developing efficiency method for salesperson's :

3.1 Seminar and workshop to design process of development and opportunity to give gifts to the customers.

3.2 Organize project for the highest sales and post sales service competition.

3.3 Seminar and workshop to build up how to make satisfaction to customers at the competitive era.

3.4 Produce satisfaction questionnaires to the salespersons for customers.

3.5 Organize team-working training project for the salespersons in the company.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จไปด้วยดี เนื่องจากได้รับคำแนะนำตลอดจนการแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ อย่างดียิ่งจาก ดร. สุขแก้ว คำสอน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภาณุวัฒน์ ภัคดีวงศ์ ดร. จีรพงษ์ มะปะวงค์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากที่สุด ผู้วิจัยรู้สึกทราบบ้างในความกรุณาของท่าน และขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้อย่างยิ่ง

ขอขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญ ที่กรุณาตรวจสอบความตรงของแบบสอบถามในการวิจัย คือ รองศาสตราจารย์วิราพร พงศ์อาจารย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไพศาล ธีรพงษ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์อัฉรา นุชภักดี ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัชรา วงศ์แสงเทียน และนายทรงธรรม จิตปัญญา กรรมการผู้จัดการบริษัทโตโยต้า พินนุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด ที่กรุณาให้คำแนะนำ ตรวจสอบและแก้ไขเครื่องมือวิจัย

ขอขอบคุณ ลูกค้าบริษัทโตโยต้า พินนุโลกผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามและเก็บรวบรวมข้อมูล

คุณค่าและประโยชน์อันพึงได้จากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นกตเวทิตาคุณแก่ ผู้บังเกิดเกล้า ครู-อาจารย์ และผู้เกี่ยวข้องที่ให้การสนับสนุน และเป็นกำลังใจแก่ผู้วิจัยด้วยดีตลอดมา และขออ้อมการวะแด่ผู้เขียนตำราวิชาการที่ได้ศึกษา ค้นคว้า และใช้อ้างอิงทุกท่าน

ไพसान จินตปัญญา