

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพพนักงานขายที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า กรณีศึกษา : บริษัทโตโยต้าพิชฌุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิจัย เป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อศักยภาพพนักงานขายของบริษัทโตโยต้าพิชฌุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อศักยภาพพนักงานขายของบริษัท โตโยต้าพิชฌุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ ประเภทรถที่ซื้อและจำนวนรถที่เคยครอบครอง

ตอนที่ 4 วิธีการพัฒนาศักยภาพพนักงานขายบริษัทโตโยต้าพิชฌุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิจัย

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้วิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ทางสถิติที่ใช้ในการเสนอข้อมูลดังนี้

X	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	แทน	สถิติทดสอบการทดสอบค่าที (t-test)
F	แทน	ค่าสถิติการทดสอบค่าเอฟ (F-test)
*	แทน	ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0 .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	200	66.70
หญิง	94	31.30
ไม่ระบุ	6	2.00
รวม	300	100.00

จากตาราง 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 66.70 เพศหญิง จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 31.30 และน้อยที่สุด ไม่ระบุจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
อายุไม่เกิน 30 ปี	102	34.00
อายุ 30 ปีขึ้นไป	180	60.00
ไม่ระบุ	18	6.00
รวม	300	100.00

จากตาราง 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุ 30 ปีขึ้นไปจำนวน 180 คน คิดเป็น ร้อยละ 60.00 รองลงมาอายุไม่เกิน 30 ปี จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 และน้อยที่สุดไม่ระบุ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00

ตาราง 3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	105	35.00
ธุรกิจส่วนตัว	122	40.70
เกษตรกรรวม	25	8.30
รับจ้างทั่วไป	23	7.70
อื่น ๆ เช่น แม่บ้าน, นักเรียน/ นักศึกษา	23	7.70
ไม่ระบุ	2	0.60
รวม	300	100.00

จากตาราง 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 40.70 รองลงมา คือ รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 และที่น้อยที่สุด ไม่ระบุ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.60

ตาราง 4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทรถที่ซื้อ

ประเภทของรถที่ซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
รถเก๋ง	111	37.00
รถกระบะ	149	49.70
รถเอนกประสงค์ (สปอร์ตไรเดอร์, แลนด์ครูซเซอร์พราโด)	38	12.70
ไม่ระบุ	2	0.70
รวม	300	100.00

จากตาราง 4 พบว่า ประเภทของรถที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเลือกซื้อ คือ รถกระบะ จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 49.70 รองลงมาคือ รถเก๋ง จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 และน้อยที่สุดไม่ระบุ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.70

ตาราง 5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนรถที่ เคยครอบครอง

จำนวนรถที่เคยครอบครอง	จำนวน	ร้อยละ
จำนวน ■ คัน	181	60.30
จำนวนมากกว่า ■ คัน	116	38.70
ไม่ระบุ	3	1.00
รวม	300	100.00

จากตาราง 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยครอบครองรถยนต์ จำนวน 1 คัน จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 60.30 รองลงมา คือ ครอบครองรถจำนวนมากกว่า 1 คัน จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 38.70 และน้อยที่สุดไม่ระบุ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อศักยภาพพนักงานขายของ บริษัทโตโยต้า พิษณุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อศักยภาพพนักงานขาย ด้านความสามารถทางการขาย

ด้านความสามารถทางการขาย	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	3.88	0.61	มาก
2. กล่าวทักทายลูกค้าด้วยคำว่า "สวัสดีครับ/ค่ะ"	3.95	0.69	มาก
3. ยิ้มแย้มแจ่มใส	3.84	0.73	uin
4. มีบุคลิกภาพดี อ่อนน้อม	3.82	0.73	มาก
5. ด้อนรับลูกค้าโดยใช้น้ำเสียงสุภาพในการสนทนา	3.80	0.73	มาก
6. แสดงความกระตือรือร้น และกระฉับกระเฉงในการต้อนรับลูกค้าตั้งแต่ลูกค้าเดินเข้าโชว์รูม	3.70	0.81	มาก
7. สนใจ, ใส่ใจในความคิดเห็นของลูกค้า	3.61	0.75	มาก

ตาราง 6 (ต่อ)

ด้านความสามารถทางการขาย	X	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
8. นับถือการตัดสินใจของลูกค้า	3.62	0.76	มาก
9. สนทนากับลูกค้าถูกกาลเทศะ เช่น ไม่พูดแทรกหรือเถียงลูกค้า	3.63	0.79	มาก
10. ไม่สร้างความกดดันและบังคับในระหว่างการซื้อขาย	3.52	0.82	มาก
11. มีความซื่อสัตย์และปฏิบัติตามสัญญาที่ให้กับลูกค้าอย่างครบถ้วน	3.60	0.75	มาก
12. แสดงออกถึงความต้องการจะช่วยเหลือลูกค้าด้วยความจริงใจ และซื่อตรง	3.69	0.75	มาก
13. มีการเตรียมอุปกรณ์พร้อมสำหรับงานขาย เช่น แคตตาล็อก, โบรชัวร์, ใบราคา, นามบัตร ฯลฯ เพื่อมอบให้แก่ลูกค้า	3.73	0.80	มาก
14. มีการอธิบายให้ข้อมูลเกี่ยวกับโปรโมชั่นของบริษัทได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน ก่อนที่ลูกค้าจะเอยความ	3.67	0.81	มาก
15. งดรบกวนเวลา เมื่อมีการนัดหมายกับลูกค้า	3.57	0.83	มาก
16. ความพร้อมในการให้บริการเมื่อลูกค้ามาถึง	3.65	0.82	มาก
17. การเสนอให้ทำตามสัญญา หรือข้อตกลงในระหว่างการขาย หรือการจัดไฟแนนซ์	3.60	0.74	มาก
รวม	3.70	0.76	มาก

จากตาราง 6 wuii ความพึงพอใจของลูกค้าต่อศักยภาพพนักงานขาย ด้านความสามารถทางการขาย โดยภาพรวม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจ 3 อันดับแรกคือ ข้อ 2 การกล่าวทักทายลูกค้าด้วยคำว่า "สวัสดีครับ/ค่ะ" ข้อ 11 การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย และ ข้อ 3 การยิ้มแย้มแจ่มใส

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อ
 Pnyภาพพนักงานขาย ด้านความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์

ด้านความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์	\bar{X}	S.D.	ระดับความ พึงพอใจ
1. สามารถอธิบายถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ได้อย่างครบถ้วน เช่น เครื่องยนต์, ความแรงของเครื่อง, การประหยัดน้ำมัน รวมทั้ง รายละเอียดอุปกรณ์ต่าง ๆ	3.77	0.68	มาก
2. อธิบายถึงคุณสมบัติข้อได้เปรียบ และคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ต่อลูกค้าได้อย่างชัดเจน	3.73	0.70	มาก
3. สามารถอธิบายจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่เหนือกว่าคู่แข่งได้เป็นอย่างดี	3.67	0.75	มาก
4. มองหาประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับจากผลิตภัณฑ์ที่ขายพร้อมให้คำแนะนำอย่างจริงใจ	3.66	0.80	มาก
5. มีการรวบรวมข้อมูลคู่แข่งให้ทันสมัยตลอดเวลา เช่น ราคาขาย, แคมเปญ และแคตตาล็อก โดยเปรียบเทียบกันต่อรุ่นไว้เสนอลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ามีข้อมูลเปรียบเทียบในการตัดสินใจ	3.57	0.83	มาก
6. อธิบายรายละเอียดของรถที่ลูกค้าสนใจอย่างชัดเจน ก่อนที่จะเจรจาตกลงซื้อขาย	3.63	0.81	มาก
7. พาลูกค้าไปชม หรือสัมผัสรุ่นรถที่ลูกค้าสนใจ เพื่อประกอบการตัดสินใจ	3.83	0.91	มาก
8. มีการเสนอให้ลูกค้าทดลองขับรถ (Test Drive) ด้วยความเต็มใจ พร้อมอำนวยความสะดวก	3.73	1.01	มาก
รวม	3.70	0.81	มาก

จากตาราง 7 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อศักยภาพพนักงานขาย ด้านความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ พบว่า โดยภาพรวมมีความพึงพอใจในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจ 3 อันดับแรก คือ ข้อ 7 การพาลูกค้าไปชมหรือสัมผัสรุ่นรถที่ลูกค้าสนใจเพื่อประกอบการตัดสินใจ ข้อ 1 ความสามารถอธิบายถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ได้อย่างครบถ้วน เช่น เครื่องยนต์ ความแรงของเครื่อง การประหยัดน้ำมัน รวมทั้ง รายละเอียดอุปกรณ์ ต่าง ๆ ข้อ 2 การอธิบายถึงคุณสมบัติ ข้อได้เปรียบและคุณประโยชน์ของลูกค้าได้อย่างชัดเจน และข้อ 8 การเสนอให้ลูกค้าทดลองขับรถ (Test Drive) ด้วยความเต็มใจ พร้อมการอำนวยความสะดวก

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อศักยภาพพนักงานขาย ด้านการบริการติดตามหลังการจำหน่าย

ด้านการบริการติดตามหลังการจำหน่าย	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. มีการอธิบายคู่มือการใช้รถ	3.58	0.86	มาก
2. มีการอธิบายเรื่องการนำรถเข้ารับบริการ บำรุงรักษาและตรวจเช็คฟรี ตามระยะเวลาที่กำหนด	3.67	0.83	มาก
3. อธิบายวิธีการปฏิบัติในการนำรถเข้ารับบริการ และตรวจเช็คตามระยะ	3.66	0.72	มาก
4. มีเอกสารแนะนำขั้นตอนเมื่อลูกค้าประสบปัญหา เช่น ติดต่อหน่วยงานไหน, ใครรับผิดชอบ เพื่อสร้างความมั่นใจให้ลูกค้า	3.45	0.78	ปานกลาง
5. มีการอธิบายขั้นตอนการใช้งานและสิ่งที่ลูกค้าควรทราบ เช่น ระยะเวลาในการรับประกัน ระยะตรวจเช็ค การให้บริการจากฝ่ายต่าง ๆ	3.53	0.79	มาก
6. การส่งจดหมายเพื่อขอบคุณลูกค้าทุกครั้งที่เข้ารับบริการ	3.54	0.91	มาก
7. การติดตามเป็นธุระเรื่องป้ายทะเบียน และส่งมอบให้ลูกค้าพร้อมให้คำแนะนำและช่วยเหลือ	3.42	0.86	ปานกลาง
8. มีการติดตามหลังการจำหน่ายเพื่อรับทราบปัญหาของลูกค้าพร้อมให้คำแนะนำและช่วยเหลือ	3.25	0.92	ปานกลาง

ตาราง 8 (ต่อ)

ด้านการบริการติดตามหลังการจำหน่าย	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
9. มีการติดตามลูกค้าเป็นระยะ ๆ อย่างสม่ำเสมอ เช่น โทรศัพท์ ไปรษณียบัตร เยี่ยมเยียน แบบสอบถาม	3.13	0.93	ปานกลาง
10. พนักงานขายได้เป็นธุระในการแก้ปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว สุภาพ และเต็มใจ เมื่อรถลูกค้ามีปัญหา	3.21	0.89	ปานกลาง
11. มีการจัดส่งเอกสารแจ้งให้ลูกค้าทราบข้อมูลข่าวสารที่น่าสนใจ และการรณรงค์ต่าง ๆ ของบริษัท	3.22	0.97	ปานกลาง
12. มีการมอบของที่ระลึกตามโอกาสหรือวาระต่าง ๆ แก่ลูกค้า	2.98	0.94	ปานกลาง
13. มีการบริการติดตามหลังการจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ	3.02	0.97	ปานกลาง
รวม	3.36	0.87	ปานกลาง

จากตาราง 8 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อศักยภาพพนักงานขาย ด้านการบริการติดตามหลังการจำหน่าย โดยภาพรวมมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง แต่เมื่อพิจารณารายข้อพบว่ามีความพึงพอใจ 3 อันดับแรกคือ คือ ข้อ 2 การอธิบายเรื่องการนำรถเข้ารับบริการ บำรุงรักษา และตรวจเช็คฟรี ตามระยะเวลาที่กำหนด ข้อ 3 การอธิบายวิธีการปฏิบัติในการนำรถเข้ารับบริการ และตรวจเช็คตามระยะ และข้อ 1 การอธิบายคู่มือการใช้รถ

ตอนที่ 3 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อศักยภาพพนักงานขาย ของบริษัทโตโยต้า ฟิลิปปินส์ ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ ประเภทรถที่ซื้อ และจำนวนรถที่เคยครอบครอง

ตาราง 9 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อศักยภาพของพนักงานขาย บริษัท โตโยต้าฟิลิปปินส์ ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด ด้านความสามารถทางการขาย จำแนกตามเพศ

ด้านความสามารถทางการขาย	เพศชาย			เพศหญิง			t-value	Sig
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ		
1. การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	3.93	0.58	มาก	3.80	0.68	มาก	1.57	0.12
2. กล่าวทักทายลูกค้าด้วยคำว่า "สวัสดีครับ/ค่ะ"	4.02	0.66	มาก	3.80	0.73	มาก	2.59*	0.01
3. ยิ้มแย้มแจ่มใส	3.90	0.73	มาก	3.73	0.74	มาก	1.77	0.78
4. มีบุคลิกภาพดี อ่อนน้อม	3.89	0.70	uin	3.69	0.79	มาก	2.03*	0.04
5. ต้อนรับลูกค้าโดยใช้น้ำเสียงสุภาพ ในการสนทนา	3.85	0.70	uin	3.70	0.80	uin	1.56	0.12
6. แสดงความกระตือรือร้น และ กระตือรือร้นในการต้อนรับลูกค้า ตั้งแต่ลูกค้าเดินเข้าโชว์รูม	3.75	0.77	uin	3.60	0.88	มาก	1.45	0.15
7. สนใจ, ใส่ใจในความคิดเห็นของ ลูกค้า	3.68	0.71	มาก	3.47	0.83	กลาง	2.26*	0.03
8. นับถือการตัดสินใจของลูกค้า	3.65	0.76	uin	3.55	0.78	มาก	1.01	0.312
9. สนทนากับลูกค้าถูกกาลเทศะ เช่น ไม่พูดแทรก หรือเถียงลูกค้า	3.72	0.76	uin	3.47	0.84	กลาง	2.57*	0.01
10. ไม่สร้างความกดดันและบังคับใน ระหว่างการซื้อขาย	3.54	0.85	มาก	3.48	0.77	กลาง	0.59	0.55
11. มีความซื่อสัตย์และปฏิบัติตาม สัญญาที่ให้กับลูกค้าอย่างครบถ้วน	3.64	0.74	มาก	3.53	0.79	มาก	1.15	0.25
12. แสดงออกถึงความต้องการจะ และซื้อตรง	3.74	0.74	uin	3.60	0.79	uin	1.47	0.14

ตาราง 9 (ต่อ)

ด้านความสามารถทางการขาย	เพศชาย			เพศหญิง			t- value	Sig
	X	S.D.	ระดับ	X	S.D.	ระดับ		
13. มีการเตรียมอุปกรณ์พร้อมสำหรับงานขาย เช่น แคตตาล็อก, โบรชัวร์, ใบราคา,นามบัตร ฯลฯ เพื่อมอบให้แก่ลูกค้า	3.80	0.77	มาก	3.57	0.85	มาก	2.21*	0.03
14. มีการอธิบายให้ข้อมูลเกี่ยวกับโปรแกรมของบริษัทได้อย่างถูกต้องชัดเจน ก่อนที่ลูกค้าจะเยี่ยมชม	3.69	0.79	uin	3.61	0.85	มาก	0.83	0.41
15. การรักษาเวลา เมื่อมีนัดหมายกับลูกค้า	3.61	0.79	uin	3.51	0.90	มาก	.96	0.34
16. ความพร้อมในการให้บริการเมื่อลูกค้ามาถึง	3.71	0.76	มาก	3.54	0.94	มาก	1.47	0.14
17. การเสนอให้ทำตามสัญญา หรือข้อตกลงในระหว่างการขาย หรือการจัดไฟแนนซ์	3.65	0.71	มาก	3.50	0.80	มาก	1.62	0.11
รวม	3.75	0.52	มาก	3.60	0.59	all	2.25*	0.03

จากตาราง 9 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้า ต่อศักยภาพพนักงานขาย บริษัทโตโยต้า พิษณุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด ด้านความสามารถทางการขาย โดยภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่แตกต่างกัน คือ ข้อ 2 การกล่าวถึงภาพลักษณ์ลูกค้าด้วยคำว่า "สวัสดิ์ครับ/ค่ะ" ข้อ 4 การมีบุคลิกภาพดี อ่อนน้อม ข้อ 7 ความสนใจ ใส่ใจในความคิดเห็นของลูกค้า ข้อ 9 การสนทนากับลูกค้าถูกกาลเทศะ เช่น ไม่พูดแทรกหรือเถียงลูกค้า และข้อ 13 การเตรียมอุปกรณ์พร้อมสำหรับงานขาย เช่น แคตตาล็อก โบรชัวร์ ใบราคา นามบัตร ฯลฯ เพื่อมอบให้แก่ลูกค้า ส่วนข้ออื่นๆไม่แตกต่างกัน

ตาราง 10 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อศักยภาพของพนักงานขาย บริษัทโตโยต้า พิษณุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด ด้านความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ จำแนกตามเพศ

ด้านความรู้ความเข้าใจ ในผลิตภัณฑ์	เพศชาย			เพศหญิง			t- value	Sig
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ		
1. สามารถอธิบายถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ได้อย่างครบถ้วน เช่น เครื่องยนต์, ความแรงของเครื่อง, การประหยัดน้ำมัน รวมทั้งรายละเอียดอุปกรณ์ต่าง ๆ	3.76	0.72	มาก	3.79	0.60	มาก	-0.38	0.71
2. อธิบายถึงคุณสมบัติข้อได้เปรียบและคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ต่อลูกค้าได้อย่างชัดเจน	3.72	0.72	มาก	3.72	0.68	มาก	-0.04	0.97
3. สามารถอธิบายจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่เหนือกว่าคู่แข่งได้เป็นอย่างดี	3.64	0.75	มาก	3.70	0.77	มาก	-0.66	0.51
4. มองหาประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับจากผลิตภัณฑ์ที่ขายพร้อมให้คำแนะนำอย่างจริงใจ	3.66	0.77	มาก	3.64	0.88	มาก	0.17	0.87
5. มีการรวบรวมข้อมูลคู่แข่งให้ทันสมัยตลอดเวลา เช่น ราคาขาย แคมเปญ และแคตตาล็อก โดยเปรียบเทียบรุ่นต่อรุ่นไว้เสนอลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ามีข้อมูลเปรียบเทียบในการตัดสินใจ	3.56	0.85	มาก	3.59	0.80	มาก	-0.24	0.81
6. อธิบายรายละเอียดของรถที่ลูกค้าสนใจอย่างชัดเจน ก่อนที่ 0 เจาจรจากคลังซื้อขาย	3.62	0.82	มาก	3.65	0.81	มาก	-2.28	0.78

ตาราง 10 (ต่อ)

ด้านความรู้ความเข้าใจ ในผลิตภัณฑ์	เพศชาย			เพศหญิง			t- value	Sig
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{x}	S.D.	ระดับ		
7. พาลูกค้าไปชม หรือสัมผัสรุ่นรถ ที่ลูกค้าสนใจเพื่อประกอบการ ตัดสินใจ	3.85	0.95	มาก	3.80	0.85	มาก	0.41	0.68
8. มีการเสนอให้ลูกค้าทดลองขับ รถ (Test Drive) ด้วยความ เต็มใจ พร้อมอำนวยความสะดวก	3.75	1.03	มาก	3.64	0.96	มาก	0.89	0.38
รวม	3.69	0.61	มาก	3.69	0.61	มาก	0.04	0.97

จากตาราง 10 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าชายและหญิง ที่มีต่อศักยภาพ
พนักงานขาย บริษัทโตโยต้าพิชญ์โลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด ด้านความรู้ความเข้าใจ
ผลิตภัณฑ์ ในภาพรวม และรายข้อไม่แตกต่างกัน

ตาราง 11 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อศักยภาพของพนักงานขาย บริษัท
โตโยต้า พิชญ์โลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด ด้านการบริการติดตามหลังการ
จำหน่าย จำแนกตามเพศ

ด้านการบริการติดตามหลังการ จำหน่าย	เพศชาย			เพศหญิง			t- value	Sig
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ		
1. มีการอธิบายคู่มือการใช้รถ	3.59	0.85	มาก	3.50	0.88	ปาน	0.84	0.40
2. มีการอธิบายเรื่องการนำรถเข้า รับบริการ บำรุงรักษา และตรวจ เช็คฟรี ตามระยะเวลาที่กำหนด	3.68	0.80	มาก	3.63	0.89	มาก	0.50	0.62
3. อธิบายวิธีการปฏิบัติในการนำรถ เข้ารับบริการ และตรวจเช็คตาม ระยะ	3.69	0.67	มาก	3.61	0.81	มาก	0.82	0.41

ตาราง 11 (ต่อ)

ด้านการบริการติดตามหลังการ จำหน่าย	เพศชาย			เพศหญิง			t- value	Sig
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ		
4. มีเอกสารแนะนำขั้นตอนเมื่อลูกค้า ประสบปัญหาเช่น ติดต่อหน่วยงาน ไหน, ใครรับผิดชอบ เพื่อสร้าง ความมั่นใจให้ลูกค้า	3.46	0.78	ปาน กลาง	3.41	0.77	ปาน กลาง	0.46	0.64
5. มีการอธิบายขั้นตอนการใช้งาน และสิ่งที่ลูกค้า ควรทราบ เช่น ระยะเวลาในการรับประกัน ระยะตรวจเช็ค การให้บริการจาก ฝ่ายต่าง ๆ	3.57	0.81	มาก	3.46	0.76	ปาน กลาง	1.14	0.26
6. การส่งจดหมายเพื่อขอบคุณลูกค้า ทุกครั้งที่ได้รับบริการ	3.60	0.90	มาก	3.44	0.93	ปาน กลาง	1.44	0.15
7. การติดตามเป็นธุระเรื่องป้าย ทะเบียน และส่งมอบให้ลูกค้าพร้อม ให้คำแนะนำและช่วยเหลือ	3.44	0.85	ปาน กลาง	3.38	0.88	ปาน กลาง	0.48	0.63
8. มีการติดตามหลังการขายเพื่อ รับทราบ ปัญหาของลูกค้าพร้อมให้ คำแนะนำและช่วยเหลือ	3.30	0.93	ปาน กลาง	3.17	0.88	ปาน กลาง	1.09	0.28
9. มีการติดตามลูกค้าเป็นระยะ ๆ อย่างสม่ำเสมอ เช่น โทรศัพท์ ไปรษณียบัตร เยี่ยมเยียน แบบสอบถาม	3.13	0.97	ปาน กลาง	3.16	0.85	ปาน กลาง	-0.30	0.77
10. พนักงานขายได้เป็นธุระในการ แก้ปัญหาให้ลูกค้า อย่างรวดเร็ว สุภาพ และเต็มใจ เมื่อรถลูกค้ามี ปัญหา	3.22	0.91	ปาน กลาง	3.20	0.85	ปาน กลาง	0.16	0.87

ตาราง 11 (ต่อ)

ด้านการบริการติดตามหลังการ จำหน่าย	เพศชาย			เพศหญิง			t- value	Sig
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ		
II. มีการจัดส่งเอกสารแจ้งให้ ลูกค้าทราบข้อมูล ข่าวสารที่นา สนใจ และการรณรงค์ต่าง ๆ ของบริษัท	3.22	0.97	ปาน กลาง	3.24	0.97	ปาน กลาง	-0.25	0.81
12. มีการมอบของที่ระลึกตาม โอกาสหรือวาระต่าง ๆ แก่ลูกค้า	2.97	0.95	ปาน กลาง	2.99	0.93	ปาน กลาง	-0.16	0.87
13. มีการบริการติดตามหลังการ จำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ	3.02	0.98	ปาน กลาง	3.03	0.96	ปาน กลาง	-0.14	0.89
รวม	3.37	0.64	ปาน กลาง	3.32	0.64	ปาน กลาง	0.61	0.54

จากตาราง 11 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าชายและหญิงที่มีต่อศักยภาพพนักงาน
ขาย บริษัทโตโยต้าพิษณุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด ด้านการบริการติดตามหลังการจำหน่าย
ในภาพรวมและรายข้อไม่แตกต่างกัน

ตาราง 12 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้า - ต่อศักยภาพของพนักงานขายบริษัท
โตโยต้า พิษณุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด ด้านความสามารถทางการขาย
จำแนกตามอายุ

ด้านความสามารถทางการ ขาย	ไม่เกิน 30 ปี			30 ปีขึ้นไป			t- value	Sig
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ		
1. การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	3.84	0.58	มาก	3.89	0.65	มาก	-0.67	0.51
2. กล่าวทักทายลูกค้าด้วยคำ ว่า "สวัสดีครับ/ค่ะ"	3.90	0.68	มาก	3.98	0.71	มาก	-0.88	0.38
3. ยิ้มแย้มแจ่มใส	3.76	0.65	มาก	3.88	0.78	มาก	-1.30	0.19
4. มีบุคลิกภาพดี อ่อนน้อม	3.73	0.72	มาก	3.86	0.75	มาก	-1.49	0.138
5. ด้อนรับลูกค้าโดยใช้น้ำเสียง สุภาพในการสนทนา	3.71	0.74	มาก	3.86	0.73	มาก	-1.65	0.10

ตาราง 12 (ต่อ)

ด้านความสามารถทางการขาย	ไม่เกิน 30 ปี			30 ปีขึ้นไป			t- value	Sig
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ		
6. แสดงความกระตือรือร้น และ กระฉับกระเฉงในการต้อนรับ ลูกค้าตั้งแต่ลูกค้าเดินเข้า โชว์รูม	3.68	0.76	มาก	3.74	0.83	มาก	-0.62	0.53
7. ado, ใส่ใจในความคิดเห็น ของลูกค้า	3.50	0.74	ปาน กลาง	3.68	0.75	มาก	-1.92	0.06
8. นับถือการตัดสินใจของลูกค้า	3.60	0.71	uin	3.64	0.78	มาก	-0.50	0.62
9. สนทนากับลูกค้าทุกกาลเทศะ เช่น ไม่พูดแทรก หรือเถียง ลูกค้า	3.55	0.70	uin	3.70	0.82	มาก	-1.56	0.12
10. ไม่สร้างความกดดันและ บังคับในระหว่างการซื้อขาย	3.41	0.79	ปาน กลาง	3.59	0.84	มาก	-1.80	0.07
11. มีความซื่อสัตย์และปฏิบัติ ตามสัญญาที่ให้กับลูกค้า อย่างครบถ้วน	3.49	0.77	ปาน กลาง	3.69	0.74	มาก	-2.13*	0.03
12. แสดงออกถึงความต้องการจะ ช่วยเหลือลูกค้าด้วยความ จริงใจ และซื่อตรง	3.65	0.79	มาก	3.74	0.73	มาก	-1.04	0.30
13. มีการเตรียมอุปกรณ์พร้อม สำหรับงานขาย เช่น แคต ตาล็อก, โบรชัวร์, โบรราคา, นามบัตร rar เพื่อมอบให้ แก่ลูกค้า	3.66	0.81	uin	3.76	0.81	มาก	-1.04	0.30
14. มีการอธิบายให้ข้อมูลเกี่ยวกับ โปรโมชั่นของบริษัทได้อย่าง ถูกต้อง ชัดเจน ก่อนที่ลูกค้า จะเอ่ยถาม	3.64	0.77	uin	3.67	0.85	มาก	-0.29	0.77

ตาราง 12 (ต่อ)

ด้านความสามารถทางการ ขาย	ไม่เกิน 30 ปี			30 ปีขึ้นไป			t- value	Sig
	X	S.D.	ระดับ	X	S.D.	ระดับ		
15. การรักษาเวลา เมื่อมีการ นัดหมายกับลูกค้า	3.44	0.84	ปาน กลาง	3.64	0.82	มาก	-1.99*	0.05
16. ความพร้อมในการให้ บริการเมื่อลูกค้ามาถึง	3.54	0.82	มาก	3.72	0.83	มาก	-1.80	0.07
17. การเสนอให้ทำตามสัญญา หรือข้อตกลงในระหว่าง การขาย หรือการจัด ไฟแนนซ์	3.53	0.71	มาก	3.65	0.76	มาก	-1.31	0.19
รวม	3.62	0.50	มาก	3.75	0.57	มาก	-1.82	0.07

จากตาราง 12 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าอายุไม่เกิน 30 ปี และผู้ที่มีอายุ 30 ปีขึ้นไป ที่มีต่อศักยภาพพนักงานขายบริษัทโตโยต้าพิษณโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด ด้านความสามารถทางการขาย ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาตามรายข้อ พบว่า ข้อที่แตกต่างกันคือ ข้อ11 การมีความซื่อสัตย์และปฏิบัติตามสัญญาที่ให้กับลูกค้าอย่างครบถ้วน และข้อ15 การรักษาเวลา เมื่อมีการนัดหมายกับลูกค้า

ตาราง 13 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้า ต่อศักยภาพของพนักงานขายบริษัท
โตโยต้า พิษณุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด ด้านความรู้ความเข้าใจใน
ผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอายุ

ด้านความรู้ความเข้าใจใน ผลิตภัณฑ์	ไม่เกิน 30 ปี			30 ปีขึ้นไป			t- value	Sig
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ		
1. สามารถอธิบายถึงคุณสมบัติ ของผลิตภัณฑ์ ได้อย่าง ครบถ้วน เช่น เครื่องยนต์, ความแรงของเครื่อง, การ ประหยัดน้ำมัน รวมทั้ง รายละเอียด ต่ออปชั่นต่าง ๆ	3.75	0.60	มาก	3.78	0.73	มาก	-0.27	0.79
2. อธิบายถึงคุณสมบัติข้อได้ เปรียบ และคุณประโยชน์ ของผลิตภัณฑ์ต่อลูกค้าได้ อย่างชัดเจน	3.65	0.59	มาก	3.76	0.76	มาก	-1.40	0.16
3. สามารถอธิบายจุดเด่นของ ผลิตภัณฑ์ที่เหนือกว่าคู่แข่ง ได้เป็นอย่างดี	3.56	0.70	มาก	3.73	0.79	มาก	-1.80	0.07
4. มองหาประโยชน์ที่ลูกค้าจะ ได้รับจากผลิตภัณฑ์ที่ขาย พร้อมให้คำแนะนำอย่าง จริงใจ	3.55	0.78	มาก	3.69	0.82	มาก	-1.40	0.16
5. มีการรวบรวมข้อมูลคู่แข่งให้ ทันสมัยตลอดเวลาเช่น ราคาขาย แคมเปญ และ แคตตาล็อก โดยเปรียบเทียบ เทียบรุ่นต่อรุ่นไว้เสนอลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ามีข้อมูลเปรียบเทียบ เทียบในการตัดสินใจ	3.54	0.74	มาก	3.56	0.88	มาก	-0.17	0.87
6. อธิบายรายละเอียดของรถที่ ลูกค้าสนใจอย่างชัดเจน ก่อนที่จะเจรจาตกลงซื้อขาย	3.59	0.76	มาก	3.64	0.84	มาก	-0.56	0.58

ตาราง 13 (ต่อ)

ด้านความรู้ความเข้าใจใน ผลิตภัณฑ์	ไม่เกิน 30 ปี			30 ปีขึ้นไป			t- value	Sig
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ		
7. พาลูกค้าไปชม หรือสัมผัส รุ่นรถที่ลูกค้าสนใจ เพื่อ ประกอบการตัดสินใจ	3.77	0.90	มาก	3.87	0.93	มาก	-0.81	0.42
8. มีการเสนอให้ลูกค้าทดลอง ขับรถ (Test Drive ด้วย ความเต็มใจ พร้อมอำนวยความสะดวก ความสะดวก	3.69	0.94	มาก	3.73	1.07	มาก	-0.37	0.71
รวม	3.64	0.54	มาก	3.72	0.65	มาก	-1.14	0.26

จากตาราง 13 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีอายุไม่เกิน 30 ปีและผู้ที่อายุ 30 ปีขึ้นไป ที่มีต่อศักยภาพพนักงานขาย บริษัทโตโยต้าพิชญโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด ด้านความรู้ความเข้าใจผลิตภัณฑ์ ในภาพรวม และรายข้อ ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 14 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้า ต่อศักยภาพของพนักงานขาย บริษัทโตโยต้าพิชญโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด ด้านการบริการติดตามหลังการขาย จำแนกตามอายุ

ด้านการบริการติดตามหลัง การขาย	ไม่เกิน 30 ปี			30 ปีขึ้นไป			t- value	Sig
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ		
1. มีการอธิบายคู่มือการใช้รถ	3.51	0.78	มาก	3.61	0.91	มาก	-0.95	0.34
2. มีการอธิบายเรื่องการนำรถ เข้ารับบริการ บำรุง รักษา และตรวจเช็คฟรี ตามระยะ เวลาที่กำหนด	3.58	0.78	มาก	3.71	0.86	มาก	-1.24	0.22
3. อธิบายวิธีการปฏิบัติในการ นำรถเข้ารับบริการ และตรวจ เช็คตามระยะ	3.59	0.69	มาก	3.72	0.73	มาก	-1.51	0.13

ตาราง 14 (ต่อ)

ด้านการบริการติดตามหลัง การจำหน่าย	ไม่เกิน 30 ปี			30 ปีขึ้นไป			t- value	Sig
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ		
4. มีเอกสารแนะนำขั้นตอนเมื่อ ลูกค้าประสบปัญหา เช่น ติดต่อหน่วยงานไหน, ใคร รับผิดชอบ เพื่อ สร้างความ มั่นใจให้ลูกค้า	3.37	0.69	ปาน กลาง	3.50	0.82	ปาน กลาง	-1.33	0.18
5. มีการอธิบายขั้นตอนการใช้ งานและสิ่งที่ลูกค้าควรทราบ เช่น ระยะเวลาในการรับ ประกัน ระยะเวลาตรวจเช็ค nis ให้บริการจากฝ่ายต่าง ๆ	3.48	0.77	ปาน กลาง	3.58	0.79	มาก	-1.06	0.29
6. การส่งจดหมายเพื่อขอบคุณ ลูกค้าทุกครั้งที่ได้รับบริการ	3.47	0.83	ปาน กลาง	3.63	0.95	มาก	-1.40	0.16
7. การติดตามเป็นธุระเรื่องป้าย ทะเบียน และส่งมอบให้ลูกค้า พร้อมให้คำแนะนำและ ช่วยเหลือ	3.36	0.88	ปาน กลาง	3.48	0.86	ปาน กลาง	-1.12	0.26
8. มีการติดตามหลังการ จำหน่ายเพื่อรับทราบปัญหา ของลูกค้าพร้อมให้คำแนะนำ และช่วยเหลือ	3.19	0.83	ปาน กลาง	3.28	0.97	ปาน กลาง	-0.89	0.38
9. มีการติดตามลูกค้าเป็น ระยะ ๆ อย่างสม่ำเสมอ เช่น โทรศัพท์ ไปรษณียบัตร เยี่ยมเยียน แบบสอบถาม	3.17	0.81	ปาน กลาง	3.12	0.99	ปาน กลาง	0.39	0.70

ตาราง 14 (ต่อ)

ด้านการบริการติดตามหลัง การจำหน่าย	ไม่เกิน 30 ปี			30 ปีขึ้นไป			t- value	Sig
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ		
10. พนักงานขายได้เป็นธุระใน การแก้ปัญหาให้ลูกค้า อย่างรวดเร็ว สุภาพ และ เต็มใจเมื่อรถลูกค้ามีปัญหา	3.14	0.81	ปาน กลาง	3.27	0.93	ปาน กลาง	-1.28	0.20
11. มีการจัดส่งเอกสารแจ้งให้ ลูกค้าทราบข้อมูล ข่าวสาร ที่น่าสนใจ และการรณรงค์ ต่าง ๆ ของบริษัท	3.25	0.88	ปาน กลาง	3.23	1.02	ปาน กลาง	0.10	0.92
12. มีการมอบของที่ระลึกตาม โอกาสหรือวาระต่าง ๆ แก่ ลูกค้า	3.07	0.81	ปาน กลาง	2.92	1.01	ปาน กลาง	-1.33	0.19
13. มีการบริการติดตามหลัง การจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ	3.02	0.89	ปาน กลาง	3.03	1.02	ปาน กลาง	-0.11	0.91
รวม	3.32	0.56	ปาน กลาง	3.39	0.68	ปาน กลาง	-0.94	0.35

จากตาราง 14 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าอายุไม่เกิน 30 ปี และผู้ที่มีอายุ 30 ปีขึ้นไป ที่มีต่อศักยภาพพนักงานขาย บริษัทโตโยต้าพิษณุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด ด้านการบริการติดตามหลังการจำหน่าย ในภาพรวม และรายข้อไม่แตกต่างกัน

ตาราง 15 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อศักยภาพของพนักงานขาย บริษัท
โตโยต้าพิษณุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด ด้านความสามารถทางการขาย
จำแนกตามจำนวนรถที่เคยครอบครอง

ด้านความสามารถทางการ ขาย	1 คัน			> 1 คัน			t- value	Sig
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ		
1. การแต่งกายสุภาพ เรียบร้อย	3.87	0.51	มาก	3.91	0.75	มาก	-0.48	0.63
2. กล่าวทักทายลูกค้าด้วย คำว่า "สวัสดีครับ/ค่ะ"	3.96	0.54	มาก	3.92	0.88	มาก	0.43	0.67
3. ยิ้มแย้มแจ่มใส	3.83	0.67	มาก	3.86	0.82	มาก	-0.37	0.71
4. มีบุคลิกภาพดี อ่อนน้อม	3.80	0.67	มาก	3.84	0.82	มาก	-0.50	0.62
5. ด้อนรับลูกค้าโดยใช้น้ำเสียงสุภาพในการสนทนา	3.76	0.70	มาก	3.84	0.76	มาก	-1.02	0.31
6. แสดงความกระตือรือร้น และกระฉับกระเฉงในการ ต้อนรับลูกค้าตั้งแต่ลูกค้า เดินเข้าโชว์รูม	3.59	0.75	มาก	3.85	0.87	มาก	-2.76*	0.01
7. สนใจ, ใส่ใจในความคิด เห็นของลูกค้า	3.56	0.72	มาก	3.67	0.81	มาก	-1.21	0.23
8. นับถือการตัดสินใจของ ลูกค้า	3.57	0.75	มาก	3.69	0.77	มาก	-1.33	0.18
9. สนทนากับลูกค้าถูก กาลเทศะ เช่น ไม่พูด แทรก หรือเถียงลูกค้า	3.60	0.75	มาก	3.68	0.85	มาก	-0.90	0.37
10. ไม่สร้างความกดดันและ บังคับในระหว่างการ ซื้อขาย	3.44	0.76	ปาน กลาง	3.64	0.90	มาก	-1.94*	0.05
11. มีความซื่อสัตย์และปฏิบัติ ตามสัญญาที่ให้กับลูกค้า อย่างครบถ้วน	3.56	0.72	มาก	3.66	0.79	มาก	-1.19	0.24

ตาราง 15 (ต่อ)

ด้านความสามารถทางการขาย	1 คับ			> 1 คับ			value	
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ		
12. แสดงออกถึงความต้องการจะช่วยเหลือลูกค้าด้วยความจริงใจและซื่อตรง	3.67	0.71	มาก	3.70	0.82	มาก	-0.27	0.79
13. มีการเตรียมอุปกรณ์พร้อมสำหรับงานขาย เช่น แคตตาล็อก, โป้-ซัวร์, ใบราคา, นามบัตร ฯลฯ เพื่อมอบให้แก่ลูกค้า	3.73	0.73	uin	3.70	0.90	มาก	0.37	0.71
14. มีการอธิบายให้ข้อมูลเกี่ยวกับโปรแกรมของบริษัทได้อย่างถูกต้อง ชัดเจนก่อนที่ลูกค้าจะเอย่ถาม	3.67	0.71	มาก	3.63	0.93	มาก	0.44	0.66
15. การรักษาเวลา เมื่อมีการนัดหมายกับลูกค้า	3.55	0.78	มาก	3.59	0.90	มาก	-0.40	0.69
16. ความพร้อมในการให้บริการเมื่อลูกค้ามาถึง	3.56	0.76	มาก	3.77	0.89	uin	-2.11*	0.04
17. การเสนอให้ทำตามสัญญาหรือข้อตกลงในระหว่างการขาย หรือการจัดไฟแนนซ์	3.52	0.73	uin	3.72	0.76	มาก	-2.23'	0.03
รวม	3.66	0.48	มาก	3.75	0.62	มาก	-1.23	0.22

จากตาราง 15 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่เคยครอบครองรถจำนวน 1 คับ และผู้ที่เคยครอบครองรถมากกว่า 1 คับ มีต่อศักยภาพพนักงานขายบริษัท โตโยต้าพิษณุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด ด้านความสามารถทางการขาย ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาตามรายชื่อ พบว่า ข้อที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 คือ ข้อ 6 การแสดงความกระตือรือร้น และกระฉับกระเฉงในการต้อนรับลูกค้า ตั้งแต่ลูกค้า

เดินเข้าโชว์รูม ข้อ 10 ไม่สร้างความกดดันและบังคับในระหว่างการซื้อขายข้อ 16 ความพร้อมในการให้บริการเมื่อลูกค้ามาถึง และข้อ 17 การเสนอให้ทำตามสัญญา หรือข้อตกลงในระหว่างการขาย หรือการจัดไฟแนนซ์

ตาราง 16 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อศักยภาพพนักงานขายบริษัท โตโยต้าพิชญ์โลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด ด้านความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ จำแนกตามจำนวนรถที่เคยครอบครอง

ด้านความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์	1 คัน			> 1 คัน			t-value	Sig
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ		
1. สามารถอธิบายถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ได้อย่างครบถ้วน เช่น เครื่องยนต์, ความแรงของเครื่อง, nir ประหยัดน้ำมัน รวมทั้ง รายละเอียด ออปชั่นต่าง ๆ	3.74	0.63	มาก	3.80	0.75	มาก	-0.76	0.45
2. อธิบายถึงคุณสมบัติข้อได้เปรียบ และคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ต่อลูกค้าได้อย่างชัดเจน	3.74	0.66	มาก	3.70	0.76	มาก	0.49	0.63
3. สามารถอธิบายจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่เหนือกว่า คู่แข่งได้เป็นอย่างดี	3.67	0.72	มาก	3.65	0.80	มาก	0.31	0.76
4. มองหาประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับจากผลิตภัณฑ์ที่ขาย พร้อมให้คำแนะนำอย่างจริงใจ	3.61	0.78	มาก	3.72	0.83	มาก	-1.13	0.26

ตาราง 16 (ต่อ)

ด้านความรู้ความเข้าใจใน ผลิตภัณฑ์	1 คัน			> 1 คัน			t- value	Sig
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ		
5. มีการรวบรวมข้อมูลคู่แข่งให้ ทันสมัยตลอดเวลา เช่น ราคาขาย แคมเปญ และ แคตตาล็อก โดยเปรียบเทียบ รุ่นต่อรุ่นไว้เสนอลูกค้า เพื่อ ให้ลูกค้ามีข้อมูลเปรียบเทียบ ในการตัดสินใจ	3.59	0.81	มาก	3.53	0.87	มาก	0.52	0.61
6. อธิบายรายละเอียดของรถที่ ลูกค้าสนใจอย่างชัดเจน ใราู ที่จะเจรจาตกลงซื้อขาย	3.62	0.80	มาก	3.62	0.85	มาก	0.04	0.97
7. พาลูกค้าไปชม หรือสัมผัส รุ่นรถที่ลูกค้าสนใจ เพื่อ ประกอบการตัดสินใจ	3.86	0.87	uin	3.78	0.99	มาก	0.64	0.52
8. มีการเสนอให้ลูกค้าทดลอง ขับรถ (Test Drive) ด้วยความ เต็มใจ พร้อมอำนวยความสะดวก	3.83	1.01	มาก	3.56	0.99	มาก	2.25*	0.03
รวม	3.71	0.57	uin	3.67	0.66	uin	0.51	0.61

จากตาราง 16 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่เคยครอบครองครองรถจำนวน 1 คัน และผู้ที่เคยครอบครองรถมากกว่า 1 คัน ที่มีต่อศักยภาพพนักงานขาย บริษัทโตโยต้า พิษณุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด ด้านความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาตามรายชื่อ พบว่า ข้อที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 คือ ข้อ 8 การเสนอให้ลูกค้าทดลองขับรถ (Test Drive) ด้วยความเต็มใจ พร้อมอำนวยความสะดวก

ตาราง 17 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อศักยภาพพนักงานขาย บริษัทโตโยต้าพิษณุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด ด้านการบริการติดตาม หลังการจำหน่าย จำแนกตามจำนวนรถที่เคยครอบครอง

ด้านการบริการติดตามหลังการจำหน่าย	1 คัน			> 1 คัน			t-value	Sig
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ		
1. มีการอธิบายคู่มือการใช้รถ	3.55	0.90	มาก	3.60	0.80	มาก	-0.55	0.58
2. มีการอธิบายเรื่องการนำรถเข้ารับบริการ บำรุงรักษา และตรวจเช็คฟรีตามระยะเวลาที่กำหนด	3.61	0.82	มาก	3.74	0.84	มาก	-1.30	0.19
3. อธิบายวิธีการปฏิบัติในการนำรถเข้ารับบริการ และตรวจเช็คตามระยะ	3.58	0.68	มาก	3.79	0.75	มาก	-2.54*	0.01
4. มีเอกสารแนะนำขั้นตอนเมื่อลูกค้าประสบปัญหา เช่น ติดต่อหน่วยงานไหน, ใครรับผิดชอบ เพื่อสร้างความมั่นใจให้ลูกค้า	3.40	0.71	ปานกลาง	3.51	0.87	มาก	-1.09	0.28
5. มีการอธิบายขั้นตอนการใช้งาน และสิ่งที่ลูกค้าควรทราบ เช่น ระยะเวลาในการรับประกัน ระยะเวลาตรวจเช็ค การให้บริการจากฝ่ายต่าง ๆ	3.45	0.78	ปานกลาง	3.66	0.79	มาก	-2.23*	0.03
6. การส่งจดหมายเพื่อขอบคุณลูกค้าทุกครั้งที่ได้รับบริการ	3.47	0.87	ปานกลาง	3.66	0.96	มาก	-1.80	0.07
7. การติดตามเป็นธุระเรื่องป้ายทะเบียนและ ส่งมอบให้ลูกค้า พร้อมให้คำแนะนำและช่วยเหลือ	3.36	0.82	ปานกลาง	3.51	0.93	มาก	-1.41	0.16

ตาราง 17 (ต่อ)

ด้านการบริการติดตามหลังการ จำหน่าย	1 คืน			> 1 คืน			t- value	Sig
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ		
8. มีการติดตามหลังการจำหน่าย เพื่อรับทราบปัญหาของลูกค้า พร้อมให้คำแนะนำและช่วยเหลือ	3.23	0.91	ปาน กลาง	3.30	0.93	ปาน กลาง	-0.69	0.49
9. มีการติดตามลูกค้าเป็นระยะ ๆ อย่างสม่ำเสมอ เช่น โทรศัพท์ ไปรษณียบัตร เยี่ยมเยียน แบบสอบถาม	3.13	0.92	ปาน กลาง	3.15	0.96	ปาน กลาง	-0.13	0.90
10. พนักงานขายได้เป็นธุระในการ แก้ปัญหาให้ลูกค้า อย่างรวดเร็ว สุภาพ และเต็มใจเมื่อรถลูกค้า มีปัญหา	3.13	0.84	ปาน กลาง	3.34	0.96	ปาน กลาง	-1.87	0.06
11. มีการจัดส่งเอกสารแจ้งให้ ลูกค้าทราบข้อมูล ข่าวสารที่ น่าสนใจและการรณรงค์ต่าง ๆ ของบริษัท	3.17	0.93	ปาน กลาง	3.31	1.02	ปาน กลาง	-1.26	0.21
12. มีการมอบของที่ระลึกตาม โอกาสหรือวาระต่าง ๆ แก่ลูกค้า	2.92	0.92	ปาน กลาง	3.06	0.96	ปาน กลาง	-1.29	0.20
13. มีการบริการติดตามหลังการ จำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ	2.97	0.87	ปาน กลาง	3.09	1.10	ปาน กลาง	-1.01	0.31
รวม	3.31	0.59	ปาน กลาง	3.31	3.44	ปาน กลาง	0.70	0.09

จากตาราง 17 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่เคยครอบครองรถจำนวน 1 คืน และผู้ที่เคยครอบครองรถมากกว่า 1 คืน ที่มีต่อศักยภาพพนักงานขายบริษัท โตโยต้า พิษณุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด ด้านการบริการติดตามหลังการจำหน่าย โดยภาพรวม ไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.05 คือ ข้อ 3 การอธิบายวิธีการปฏิบัติในการนำรถเข้ารับบริการ และตรวจเช็คตามระยะ และ ข้อ 5 มีการอธิบายขั้นตอนการใช้งานและสิ่งที่ลูกค้าควรทราบ เช่น ระยะเวลาในการรับประกัน ระยะตรวจเช็ค การให้บริการจากฝ่ายต่าง ๆ

ตาราง 18 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อศักยภาพพนักงานขาย บริษัท โดโยต้าพิชฌุโลก ผู้จำหน่ายโดโยต้า จำกัด ด้านความสามารถทาง การขายจำแนกตามอาชีพ

ด้านความสามารถทางการขาย	MSb	MSw	F – value	Sig
1. การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	0.08	0.38	0.208	0.934
2. กล่าวทักทายลูกค้าด้วยคำว่า “สวัสดีครับ / ค่ะ”	0.31	0.48	0.655	0.624
3. ยิ้มแย้มแจ่มใส	0.24	0.54	0.447	0.774
4. มีบุคลิกภาพดี อ่อนน้อม	0.29	0.54	0.543	0.704
5. ดือนรับลูกค้าโดยใช้น้ำเสียงสุภาพใน การสนทนา	0.46	0.54	0.850	0.494
6. แสดงความกระตือรือร้น และกระฉับกระเฉง ในการต้อนรับลูกค้า ตั้งแต่ลูกค้าเดินเข้ามา ในโชว์รูม	1.23	0.65	1.903	0.110
7. สนใจ ใส่ใจในความคิดเห็นของลูกค้า	0.52	0.57	0.909	0.459
8. นับถือการตัดสินใจของลูกค้า	0.38	0.58	0.657	0.622
9. สนทนากับลูกค้าทุกกลุ่มเพศ เช่น ไม่พูด แทรก หรือเถียงลูกค้า	0.72	0.62	1.163	0.327
10. ไม่สร้างความกดดันและบังคับในระหว่าง การซื้อขาย	0.58	0.68	0.859	0.489
11. มีความซื่อสัตย์ และปฏิบัติตามสัญญาที่ให้ กับลูกค้าอย่างครบถ้วน	0.69	0.56	1.227	0.300
12. แสดงออกถึงความต้องการจะช่วยเหลือ ลูกค้าด้วยความจริงใจ และซื่อตรง	0.63	0.57	1.103	0.355
13. มีการเตรียมอุปกรณ์พร้อมสำหรับงานขาย เช่น แค็ตตาล็อก โบรชัวร์ โบรคา นาม บัตร ฯลฯ เพื่อมอบให้แก่ลูกค้า	0.42	0.64	0.659	0.621
14. มีการอธิบายให้ข้อมูลเกี่ยวกับโปรโมชั่นของ บริษัทได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน ก่อนที่ลูก ค้าจะเอ่ยถาม	0.57	0.65	0.876	0.479
15. การรักษาเวลา เมื่อมีการนัดหมายกับ ลูกค้า	0.23	0.69	0.330	0.858

ตาราง 18 (ต่อ)

ด้านความสามารถทางการขาย	MSb	MSw	F – value	Sig
16. ความพร้อมในการให้บริการเมื่อลูกค้ามาถึง	0.68	0.67	1.009	0.403
17. การเสนอให้ทำตามสัญญา หรือข้อตกลงในระหว่างการขาย หรือการจัดไฟแนนซ์	0.58	0.55	1.057	0.378
รวมเฉลี่ย	0.31	0.29	1.054	0.380

จากตาราง 18 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศักยภาพพนักงานขายบริษัท โตโยต้าพิษณุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด ด้านความสามารถทางการขาย จำแนกตามอาชีพ ในภาพรวม และรายช้อไม่แตกต่างกัน

ตาราง 19 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อศักยภาพพนักงานขายบริษัทโตโยต้าพิษณุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด ด้านความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพ

ด้านความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์	MSb	MSw	F – value	Sig
1. สามารถอธิบายถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ได้อย่างครบถ้วน เช่น เครื่องยนต์, ความแรงของเครื่อง, กงปรระเหยัดน้ำมัน รวมทั้ง รายละเอียดอุปกรณ์ต่าง ๆ	0.18	0.47	0.389	0.816
2. อธิบายถึงคุณสมบัติ ข้อได้เปรียบ และคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ต่อลูกค้าได้อย่างชัดเจน	0.73	0.49	1.486	0.206
3. สามารถอธิบายจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่เหนือกว่าคู่แข่งได้เป็นอย่างดี	0.54	0.57	0.944	0.439
4. มองหาประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับจากผลิตภัณฑ์ที่ขาย พร้อมให้คำแนะนำอย่างจริงจัง	0.24	0.65	0.370	0.830
5. มีการรวบรวมข้อมูลคู่แข่งให้ทันสมัยตลอดเวลา เช่น ราคาขาย แคมเปญ และแค็ตตาล็อก โดยเปรียบเทียบรุ่นต่อรุ่นไว้เสนอลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ามีข้อมูลเปรียบเทียบในการตัดสินใจ	0.07	0.70	0.102	0.982

ตาราง 19 (ต่อ)

ด้านความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์	MSb	MSw	F – value	Sig
6. อธิบายรายละเอียดของรถที่ลูกค้าสนใจอย่างชัดเจน ก่อนที่จะเจรจาตกลงซื้อขาย	0.34	0.67	0.504	0.733
7. พาลูกค้าไปชม หรือสัมผัสรุ่นรถที่ลูกค้าสนใจ เพื่อประกอบการตัดสินใจ	2.06	0.89	2.516*	0.042
8. มีการเสนอให้ลูกค้าทดลองขับรถ (Test Drive) ด้วยความเต็มใจ พร้อมอำนวยความสะดวก	2.91	0.99	2.922*	0.021
รวมเฉลี่ย	0.18	0.37	0.485	0.747

จากตาราง 19 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศักยภาพพนักงานขายบริษัท โตโยต้าพิชญ์โลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด ด้านความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ จำแนกตามอาชีพในภาพรวมไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ wuui ลูกค้ามีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ในข้อ 7 การพาลูกค้าไปชม หรือสัมผัสรุ่นรถที่ลูกค้าสนใจ เพื่อประกอบการตัดสินใจและในข้อ 8 มีการเสนอให้ลูกค้าทดลองขับรถ (Test Drive) ด้วยความเต็มใจพร้อมอำนวยความสะดวก ส่วนข้ออื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 20 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายลูกค้าความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศักยภาพพนักงานขายบริษัทโตโยต้าพิชญ์โลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด จำแนกตามอาชีพ เกี่ยวกับการพาลูกค้าไปชม หรือสัมผัสรุ่นรถที่ลูกค้าสนใจ เพื่อประกอบการตัดสินใจ

อาชีพ	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว	เกษตรกรรม	รับจ้างทั่วไป	อื่น ๆ	
	\bar{x}	3.82	3.77	4.36	3.78	3.65
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.82	-	-0.05	0.54	-0.04	-0.17
ธุรกิจส่วนตัว	3.77	-	-	0.59	0.01	-0.12
เกษตรกรรม	4.36	-	-	-	-0.58	-0.71
รับจ้างทั่วไป	3.78	-	-	-	-	-0.13
อื่น ๆ	3.65	-	-	-	-	-

จากตาราง 20 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศักยภาพพนักงานขายบริษัท โตโยต้าพิษณุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด จำแนกตามอาชีพ ในด้านการพาลูกค้าไปชม หรือสัมผัสรุ่นรถที่ลูกค้าสนใจ เพื่อประกอบการตัดสินใจนั้น พบว่า ลูกค้าที่มีอาชีพต่างกัน จะมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

ตาราง 21 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศักยภาพ พนักงานขายบริษัทโตโยต้าพิษณุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด จำแนกตาม อาชีพเกี่ยวกับการเสนอให้ลูกค้าทดลองขับ (Test Drive) ด้วยความเต็มใจ พร้อมอำนวยความสะดวก

อาชีพ	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว	เกษตรกรรม	รับจ้างทั่วไป	อื่น ๆ
	\bar{X}	3.61	3.72	4.36	3.70
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.61	0.11	0.75*	0.09	0.04
ธุรกิจส่วนตัว	3.72	-	0.64	-0.03	-0.07
เกษตรกรรม	4.36	-	-	-0.66	-0.71
รับจ้างทั่วไป	3.70	-	-	-	-0.04
อื่นๆ	3.65	-	-	-	-

จากตาราง 21 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศักยภาพพนักงานขายบริษัท โตโยต้าพิษณุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด จำแนกตามอาชีพ ในด้านการเสนอให้ลูกค้าทดลองขับ (Test Drive) ด้วยความเต็มใจ พร้อมอำนวยความสะดวกนั้น พบว่า ลูกค้าที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมจะมีความพึงพอใจแตกต่างจากลูกค้าที่มีอาชีพ รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 22 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อศักยภาพพนักงานขายบริษัท
โตโยต้า พิษณุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด ด้านการบริการติดตามหลัง
การจำหน่ายจำแนกตามอาชีพ

ด้านการบริการติดตามหลังการจำหน่าย	MSb	MSw	F – value	Sig
1. มีการอธิบายคู่มือการใช้รถ	1.03	0.74	1.389	0.238
2. มีการอธิบายเรื่องการนำรถเข้ารับบริการ บำรุงรักษาและตรวจเช็คฟรี ตามระยะเวลาที่กำหนด	0.94	0.68	1.368	0.245
3. อธิบายวิธีการปฏิบัติในการนำรถเข้ารับบริการและตรวจเช็คตามระยะ	0.87	0.51	1.709	0.148
4. มีเอกสารแนะนำขั้นตอนเมื่อลูกค้าประสบปัญหา เช่น ติดต่อหน่วยงานไหน, ใครรับผิดชอบ เพื่อสร้างความมั่นใจให้ลูกค้า	0.34	0.61	0.553	0.697
5. มีการอธิบายขั้นตอนการใช้งาน และสิ่งที่ลูกค้าควรทราบ เช่น ระยะเวลาในการรับประกัน ระยะตรวจเช็ค การให้บริการจากฝ่ายต่าง ๆ	0.28	0.63	0.455	0.769
6. การส่งจดหมายเพื่อขอบคุณลูกค้าทุกครั้งที่เข้ารับบริการ	0.44	0.83	0.527	0.716
7. การติดตาม เป็นธุระเรื่องป้ายทะเบียน และส่งมอบให้ลูกค้าอย่างเร่งด่วน	0.83	0.74	1.119	0.348
8. มีการติดตามหลังการจำหน่ายเพื่อรับทราบปัญหาของลูกค้าพร้อมให้คำแนะนำ และช่วยเหลือ	0.62	0.85	0.731	0.572
9. มีการติดตามลูกค้าเป็นระยะ ๆ อย่างสม่ำเสมอ เช่น โทรศัพท์ ไปรษณียบัตร เยี่ยมเยียน แบบสอบถาม	0.88	0.87	1.011	0.402
10. พนักงานขายได้เป็นธุระในการแก้ปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว สุภาพ และเต็มใจ เมื่อรถลูกค้ามีปัญหา	1.11	0.79	1.407	0.232
11. มีการจัดส่งเอกสารแจ้งให้ลูกค้าทราบข้อมูล ข่าวสารที่น่าสนใจ และการรณรงค์ต่าง ๆ ของบริษัท	2.66	0.91	2.920*	0.022

ตาราง 22 (ต่อ)

ด้านการบริการติดตามหลังการจำหน่าย	MSb	MSw	F – value	Sig
12. มีการมอบของที่ระลึกตามโอกาสหรือวาระต่าง ๆ แก่ลูกค้า	1.70	0.88	1.933	0.105
13. มีการบริการติดตามหลังการจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ	1.53	0.93	1.640	0.164
รวมเฉลี่ย	0.30	0.41	0.733	0.570

จากตาราง 22 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศักยภาพพนักงานขายบริษัท โตโยต้าพิษณุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด ด้านการบริการติดตามหลังการจำหน่าย จำแนกตามอาชีพ ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อ 11 มีการจัดส่งเอกสารแจ้งให้ลูกค้าทราบข้อมูล ข่าวสารที่น่าสนใจ และการรณรงค์ต่าง ๆ ของบริษัท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ส่วนข้ออื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 23 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศักยภาพพนักงานขายบริษัทโตโยต้าพิษณุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด จำแนกตามอาชีพ เกี่ยวกับการจัดส่งเอกสารแจ้งให้ลูกค้าทราบข้อมูลข่าวสารที่น่าสนใจ และการรณรงค์ต่าง ๆ ของบริษัท

อาชีพ	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	ธุรกิจส่วนตัว	เกษตรกร	รับจ้างทั่วไป	อื่น ๆ	
\bar{X}	3.26	3.15	2.84	3.43	3.70	
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	3.26	-	-0.11	-0.42	0.18	0.44
ธุรกิจส่วนตัว	3.15	-	-	-0.31	0.29	0.55
เกษตรกร	2.84	-	-	-	0.59	0.86*
รับจ้างทั่วไป	3.43	-	-	-	-	0.26
อื่น ๆ	3.70	-	-	-	-	-

๖ ตาราง 3 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่ ต่อศักตภ พนักงานขา บริษัท โดโยต้า พิษณุโลก ห้โดยโดโยต้า จำกัด จำกต วม วชีพ ใน านการจัตส่งเอกสาร แจ้ง ใลูกค้าทราบข้อมูล่า ■สารที่น่าสนใจและการรณงค์ ต่าง ๆ ของบริษัท นั้น ลูกค้ำที่ ประอบ อาชีพเกษตรกร มจะ มีความพึงพอใจแตกต่างจากผู้มีอาชีพอื่น ๆ ที่นอกเหนือจาก อาชีพรับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ ธุรกิจส่วนตัว และรับจ้างทั่วไป อย่ง มีนัยสํ คัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 24 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อศักยภาพพนักงานขายบริษัทโดโยต้า พิษณุโลก ผู้จำหน่ายโดโยต้า จำกัด ด้านความสามารถทางการขาย จำแนกตามประเภทรถที่ซื้อ

ด้านความสามารถทางการขาย	MSb	MSw	F-value	Sig
1. การแต่งกายสุภาพเรียบร้อย	0.62	0.372	1.667	0.191
2. กล่าวทักทายลูกค้าด้วยคำว่า "สวัสดีครับ/ค่ะ"	0.68	0.47	1.429	0.241
3. ยิ้มแย้มแจ่มใส	1.54	0.52	2.938	0.055
4. มีบุคลิกภาพดี อ่อนน้อม	3.77	0.51	7.380*	0.001
5. ต้อนรับลูกค้าโดยใช้หน้าเสียงสุภาพในการสนทนา	2.95	0.52	5.710*	0.004
6. แสดงความกระตือรือร้น และกระฉับกระเฉงในการต้อนรับลูกค้า ตั้งแต่ลูกค้าเดินเข้าในโชว์รูม	0.22	0.66	0.337	0.714
7. สนใจ ใส่ใจในความคิดเห็นของลูกค้า	0.30	0.57	0.522	0.594
8. นึกถึงการตัดสินใจของลูกค้า	0.14	0.58	0.247	0.781
9. สนทนากับลูกค้าถูกกาลเทศะ เช่น ไม่พูดแทรกหรือเถียงลูกค้า	0.12	0.63	0.187	0.830
10. ไม่สร้างความกดดันและบังคับในระหว่างการซื้อขาย	1.01	0.67	1.503	0.224
11. มีความซื่อสัตย์ และปฏิบัติตามสัญญาที่ให้กับลูกค้าอย่างครบถ้วน	0.68	0.56	1.204	0.301
12. แสดงออกถึงความต้องการจะช่วยเหลือลูกค้าด้วยความจริงใจ และซื่อตรง	0.56	0.57	0.974	0.379

ตาราง 24 (ต่อ)

ด้านความสามารถทางการขาย	MSb	MSw	F – value	Sig
13. มีการเตรียมอุปกรณ์พร้อมสำหรับงานขาย เช่น เค็ตตาล็อก, โบรชัวร์, ใบราคา, นามบัตร ฯลฯ เพื่อมอบให้แก่ลูกค้า	0.69	0.64	1.081	0.341
14. มีการอธิบายให้ข้อมูลเกี่ยวกับโปรโมชั่นของบริษัท ได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน ก่อนที่ลูกค้าจะเอ่ยถาม	1.03	0.65	1.589	0.206
15. การรักษาเวลา เมื่อมีการนัดหมายกับลูกค้า	1.04	0.68	1.527	0.219
16. ความพร้อมในการให้บริการเมื่อลูกค้ามาถึง	1.08	0.67	1.614	0.201
17. การเสนอให้ทำตามสัญญา หรือข้อตกลงใน ระหว่างการขาย หรือการจัดไฟแนนซ์	0.98	0.55	1.793	0.168
รวมเฉลี่ย	0.81	0.29	2.774	0.064

จากตาราง 24 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศักยภาพพนักงานขายบริษัท โตโยต้าพิษณุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด ด้านความสามารถทางการขาย จำแนกตาม ประเภทรถที่ซื้อในภาพรวมไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อ 4 nisi บุคลิกภาพดี อ่อนน้อมของพนักงานขาย และข้อ 5 การต้อนรับลูกค้าโดยใช้น้ำเสียงสุภาพ ในการสนทนาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ส่วนข้ออื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 25 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศักยภาพ พนักงานขายบริษัทโตโยต้าพิษณุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด จำแนกตาม ประเภทรถที่ซื้อ เกี่ยวกับการมีบุคลิกภาพดี อ่อนน้อมของพนักงานขาย

ประเภทรถที่ซื้อ	รถเก๋ง			
	\bar{X}	รถเก๋ง	รถกระบะ	รถเอนกประสงค์
	\bar{X}	3.61	3.95	3.92
รถเก๋ง	3.61	-	0.33*	0.31
รถกระบะ	3.95	-	-	-0.03
รถเอนกประสงค์	3.92	-	-	-

จากตาราง 25 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศักยภาพพนักงานขายบริษัท โตโยต้าพิษณุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด จำแนกตามประเภทรถที่ซื้อ ในด้านการมีบุคลิกภาพดี อ่อนน้อมของพนักงานขายนั้น พบว่า ลูกค้าที่ซื้อรถกระบะจะมีความพึงพอใจแตกต่างจากผู้ซื้อรถเก๋งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 26 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศักยภาพพนักงานขายบริษัทโตโยต้าพิษณุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด จำแนกตามประเภทรถที่ซื้อ เกี่ยวกับการต้อนรับลูกค้าโดยใช้น้ำเสียงสุภาพในการสนทนา

ประเภทรถที่ซื้อ	รถเก๋ง รถกระบะ รถเอนกประสงค์			
	— X	3.61	3.91	3.89
รถเก๋ง	3.61	-	0.29*	0.28
รถกระบะ	3.91	-	-	-0.01
รถเอนกประสงค์	3.89	-	-	-

จากตาราง 26 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศักยภาพพนักงานขายบริษัท โตโยต้าพิษณุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด จำแนกตามประเภทรถที่ซื้อ ในด้านการต้อนรับลูกค้าโดยใช้น้ำเสียงสุภาพในการสนทนานั้น ผู้ที่ซื้อรถกระบะจะมีความพึงพอใจแตกต่างจากผู้ซื้อรถเก๋งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 27 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อศักยภาพพนักงานขายบริษัท โตโยต้าพิษณุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด ด้านความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทรถที่ซื้อ

ด้านความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์	MSb	MSw	F – value	Sig
I. สามารถอธิบายถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ได้อย่างครบถ้วน เช่น เครื่องยนต์, ความแรงของเครื่อง, การประหยัดน้ำมัน รวมทั้ง รายละเอียดข้อปลีกย่อยต่าง ๆ	0.39	0.46	0.837	0.434

ตาราง 27 (ต่อ)

ด้านความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์	MSb	MSw	F – value	Sig
2. อธิบายถึงคุณสมบัติ ข้อได้เปรียบ และคณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ต่อลูกค้าได้อย่างชัดเจน	0.06	0.50	0.122	0.885
3. สามารถอธิบายจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่เหนือกว่าคู่แข่งได้เป็นอย่างดี	0.61	0.57	1.061	0.347
4. มองหาประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับจากผลิตภัณฑ์ที่ขาย พร้อมให้คำแนะนำอย่างจริงใจ	0.46	0.65	0.712	0.492
5. มีการรวบรวมข้อมูลคู่แข่งให้ทันสมัยตลอดเวลา เช่น ราคาขาย แคมเปญ และแค็ตตาล็อก โดยเปรียบเทียบรุ่นต่อรุ่นไว้เสนอลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ามีข้อมูลเปรียบเทียบในการตัดสินใจ	0.51	0.69	0.736	0.480
6. อธิบายรายละเอียดของรถที่ลูกค้าสนใจอย่างชัดเจน ก่อนที่จะเจรจาตกลงซื้อขาย	0.77	0.67	1.156	0.316
7. พาลูกค้าไปชม หรือสัมผัสรุ่นรถที่ลูกค้าสนใจ เพื่อประกอบการตัดสินใจ	1.23	0.83	1.471	0.231
8. มีการเสนอให้ลูกค้าทดลองขับรถ (Test Drive) ด้วยความเต็มใจ พร้อมอำนวยความสะดวก	1.68	1.02	1.655	0.193
รวมเฉลี่ย	0.50	0.37	1.360	0.258

จากตาราง 27 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศักยภาพพนักงานขายบริษัท โตโยต้าพิษณุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด ด้านความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประเภทรถที่ซื้อ ในภาพรวม และรายข้อ ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 28 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าต่อศักยภาพพนักงานขายบริษัท
โตโยต้าพิชญโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด ด้านการบริการติดตาม
หลังการจำหน่ายจำแนกตามประเภทที่ซื้อ

ด้านการบริการติดตามหลังการจำหน่าย	MSb	MSw	value	Sig
1. มีการอธิบายคู่มือการใช้งาน	2.02	0.74	2.754	0.065
2. มีการอธิบายเรื่องการนำรถเข้ารับบริการ บำรุงรักษาและตรวจเช็คฟรี ตามระยะเวลาที่กำหนด	3.73	0.67	5.601*	0.004
3. อธิบายวิธีการปฏิบัติในการนำรถเข้ารับบริการ และตรวจเช็คตามระยะ	0.78	0.51	0.340	0.712
4. มีเอกสารแนะนำขั้นตอนเมื่อลูกค้าประสบปัญหา เช่น ติดต่อหน่วยงานไหน, ใครรับผิดชอบ เพื่อสร้างความมั่นใจให้ลูกค้า	0.84	0.60	1.398	0.249
5. มีการอธิบายขั้นตอนการใช้งาน และสิ่งที่ลูกค้าควรทราบ เช่น ระยะเวลาในการรับประกัน ระยะตรวจเช็ค การให้บริการจากฝ่ายต่าง ๆ	0.58	0.62	0.936	0.393
6. การส่งจดหมายเพื่อขอบคุณลูกค้าทุกครั้งที่เข้าบริการ	0.21	0.83	0.252	0.777
7. การติดตาม เป็นธุระเรื่องป้ายทะเบียน และส่งมอบให้ลูกค้าอย่างเร่งด่วน	0.57	0.74	0.770	0.464
8. มีการติดตามหลังการจำหน่ายเพื่อรับทราบปัญหาของลูกค้าพร้อมให้คำแนะนำ และช่วยเหลือ	0.56	0.85	0.663	0.516
9. มีการติดตามลูกค้าเป็นระยะ ๆ อย่างสม่ำเสมอ เช่น โทรศัพท์ ไปรษณียบัตร เยี่ยมเยียน แบบสอบถาม	1.74	0.86	2.020	0.134
10. พนักงานขายได้เป็นธุระในการแก้ปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว สุภาพ และเต็มใจ เมื่อรถลูกค้ามีปัญหา	0.01	0.80	0.009	0.991
11. มีการจัดส่งเอกสารแจ้งให้ลูกค้าทราบข้อมูล ข่าวสารที่น่าสนใจ และการรณรงค์ต่าง ๆ ของบริษัท	0.17	0.94	0.177	0.838

ตาราง 28 (ต่อ)

ด้านการบริการติดตามหลังการจำหน่าย	MSb	MSw	F – value	Sig
12. มีการมอบของที่ระลึกตามโอกาสหรือวาระต่าง ๆ แก่ลูกค้า	0.77	0.89	0.870	0.420
13. มีการบริการติดตามหลังการจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ	0.53	0.94	0.563	0.570
รวมเฉลี่ย	0.20	0.41	0.483	0.617

จากตาราง 28 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศักยภาพพนักงานขายบริษัท โตโยต้าพิชญโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด ด้านการบริการติดตามหลังการจำหน่าย จำแนกตามประเภทรถที่ซื้อ ภาพรวมไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อ 2 คือ มีการอธิบายเรื่องการนำรถเข้ารับบริการ บำรุงรักษา และตรวจเช็คฟรีตามระยะเวลาที่กำหนด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ส่วนข้ออื่น ๆ ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 29 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศักยภาพพนักงานขายบริษัท โตโยต้าพิชญโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด จำแนกตามประเภทรถที่ซื้อ เกี่ยวกับมีการอธิบายเรื่องการนำรถเข้ารับบริการ บำรุงรักษาและตรวจเช็คฟรีตามระยะเวลาที่กำหนด

ประเภทรถที่ซื้อ	รถเก๋ง	รถกระบะ	รถเอนกประสงค์	
	X	3.48	3.82	3.63
รถเก๋ง	3.48	0.34*	0.15	
รถกระบะ	3.82	-	-0.19	
รถเอนกประสงค์	3.63	-	-	

จากตาราง 29 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อศักยภาพพนักงานขายบริษัท โตโยต้าพิชญโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด จำแนกตามประเภทรถที่ซื้อ ในด้านการอธิบายเรื่องการนำรถเข้ารับบริการ บำรุงรักษา และตรวจเช็คฟรีตามระยะเวลาที่กำหนด ผู้ที่ซื้อรถกระบะจะมีความพึงพอใจแตกต่างจากผู้ซื้อรถเก๋ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตอนที่ 4 วิธีการพัฒนาศักยภาพพนักงานขายบริษัท โตโยต้าพิชญโลก ผู้จำหน่าย โตโยต้า จำกัด

จากผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าต่อศักยภาพพนักงานขายของบริษัท โตโยต้าพิชญโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ความพึงพอใจด้านความสามารถทางการขายและความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ ลูกค้ามีความพึงพอใจทั้งในภาพรวมและรายข้ออยู่ในระดับมากแต่สำหรับด้านบริการหลังการขาย นั้นลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ซึ่งนับได้ว่าเป็นจุดต่อของตลาดธุรกิจรถยนต์ ที่นับวันจะมีการแข่งขันกันสูงขึ้นเรื่อยๆ ธุรกิจทุกประเภทถือว่าลูกค้าคือบุคคลที่สำคัญที่สุด โดยเฉพาะธุรกิจรถยนต์ ที่ส่วนแบ่งทางการตลาดจะสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าเสมอ ดังนั้นความพึงพอใจของลูกค้าที่ลดลงไม่ว่าด้านใด ต้องได้รับการปรับปรุงทันทีและต่อเนื่อง ผู้วิจัยจึงขอเสนอวิธีการพัฒนาศักยภาพพนักงานขายอันจะส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ด้านบริการติดตามหลังการขาย ดังนี้คือ

1. เรื่อง "มีการมอบของที่ระลึกตามโอกาสและวาระต่างๆ แก่ลูกค้า" ผู้บริหารควรมีการกำหนดแนวทางและหลักเกณฑ์การปฏิบัติต่อลูกค้าที่ชัดเจนรวมทั้งเป็นไปในทิศทางเดียวกัน อาจกำหนดให้พนักงานขายรับผิดชอบร่วมกับแผนกลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อวางแผนการให้บริการที่เป็นระบบและมีประสิทธิภาพ โดยจัดให้มีการประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกันในเรื่องเกี่ยวกับขั้นตอนและวิธีการมอบของที่ระลึกแก่ลูกค้าในวาระสำคัญ ได้อย่างครบถ้วนตามกฎเกณฑ์ที่กำหนด

2. เรื่อง "มีการบริการติดตามหลังการขายอย่างสม่ำเสมอ" และ "มีการติดตามลูกค้าเป็นระยะๆ อย่างสม่ำเสมอ เช่น โทรศัพท์ ไปรษณีย์บัตร เยี่ยมเยียน แบบสอบถาม" ควรมีการปรับปรุงและพัฒนาพนักงานขาย ให้ตระหนักและเล็งเห็นถึงความสำคัญของการบริการติดตามหลังการขาย แก่ลูกค้าอย่างจริงจังและกำหนดเป็นหน้าที่หลักหน้าที่หนึ่งที่ต้องปฏิบัติให้ครบถ้วน อาจจัดอบรมเพื่อให้เกิดความตระหนัก รวมทั้งทราบถึงประโยชน์ที่จะได้รับเมื่อมีการบริการติดตามหลังการขายอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งจัดทำโครงการ "แข่งขันพนักงานขายยอดเยี่ยมด้านบริการติดตามหลังการขาย" อันจะส่งผลสัมฤทธิ์เพิ่มขึ้น

3. เรื่อง "พนักงานขายได้เป็นธุระในการแก้ปัญหาให้ลูกค้า อย่างรวดเร็ว สุภาพ และเต็มใจ เมื่อรถลูกค้ามีปัญหา" และ "มีการติดตามหลังการขายเพื่อรับทราบปัญหาของลูกค้าพร้อมให้คำแนะนำและช่วยเหลือ" จัดทำโครงการ "แข่งขันพนักงานขายยอดเยี่ยมด้านบริการติดตามหลังการขาย" และจัดอบรมพนักงานขายเรื่อง "การสร้างความประทับใจในการบริการยุคแข่งขัน" รวมทั้ง จัดทำแบบประเมินความพึงพอใจพนักงานขายรายบุคคลโดยสอบถามจากลูกค้าของพนักงานขายคนนั้นๆ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลปรับปรุงพนักงานขายรายบุคคลได้ถูกต้อง

4. จากการวิเคราะห์ผลของความพึงพอใจของลูกค้าด้านการบริการติดตามหลังการจำหน่าย ที่อยู่ในระดับปานกลาง สาเหตุหนึ่งอาจเกิดจาก การที่บริษัท โตโยต้าพิกะญูโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับงานบริการติดตามหลังการจำหน่าย หลายฝ่าย เช่น ฝ่ายขาย ฝ่ายบริการ และฝ่ายลูกค้าสัมพันธ์ เป็นต้น ซึ่งระบบงานและการประสานงาน ตลอดจนหน้าที่ความรับผิดชอบ ด้านนี้ อาจไม่ชัดเจนและขาดการควบคุม กำกับให้ปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นจึงขอเสนอแนะให้จัดทำโครงการ "อบรมพัฒนาบุคลากรและการทำงานเป็นทีมในองค์กร" เพื่อปรับปรุงระบบการประสานงานรวมทั้งพัฒนาบุคลากรให้ได้รับความรู้ความเข้าใจระบบงานตลอดจนมีการทำงานเป็นทีมที่มีประสิทธิภาพ

มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
Pibulsongkram Rajabhat University

แนวคิดในการพัฒนาศักยภาพพนักงานขายบริษัท โตโยต้าพิษณุโลก
ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด

สถานภาพของลูกค้า	- เพศชาย	คิดเป็นร้อยละ	66.70
	- อายุ 30 ปีขึ้นไป	คิดเป็นร้อยละ	60.00
	- ฐานะกิจส่วนตัว	คิดเป็นร้อยละ	40.70
	- รถกระบะ	คิดเป็นร้อยละ	49.70
	- จำนวนรถ ■ คัน	คิดเป็นร้อยละ	60.30

จากข้อมูลข้างต้นสรุปสถานภาพของลูกค้า พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุ 30 ปีขึ้นไปประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จะเลือกซื้อรถกระบะและเคาะครอบครองรถยนต์จำนวน 1 คัน

ผลการตัดสินใจของลูกค้าที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาศักยภาพพนักงานขายที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า กรณีศึกษา : บริษัท โตโยต้าพิษณุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด จำแนกได้ดังนี้

ตาราง 30 แสดงผลความพึงพอใจของลูกค้าแต่ละด้านในข้อที่มีความพึงพอใจ 6 ลำดับสุดท้าย

ด้านความสามารถทางการขาย	ด้านความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์	ด้านการบริการติดตามหลังการขาย
1. ไม่สร้างความกดดันและบังคับในระหว่างการขาย (ข้อ 10)	1. มีการรวบรวมข้อมูลคู่แข่งให้ทันสมัยตลอดเวลา เช่น ราคาขาย แคมเปญ และแคตตาล็อก โดยเปรียบเทียบรุ่นต่อรุ่นไว้เสนอลูกค้าเพื่อให้ลูกค้ามีข้อมูลเปรียบเทียบในการตัดสินใจ (ข้อ 5)	1. มีการมอบของที่ระลึกตามโอกาสหรือวาระต่าง ๆ แก่ลูกค้า (ข้อ 12)
2. การรักษาเวลาเมื่อมีการนัดหมายกับลูกค้า (ข้อ 15)	2. อธิบายรายละเอียดของรถที่ลูกค้าสนใจอย่างชัดเจนก่อนที่จะเจรจาตกลงซื้อขาย (ข้อ 6)	2. มีการบริการติดตามหลังการขายอย่างสม่ำเสมอ (ข้อ 13)

ตาราง 30 (ต่อ)

ด้านความสามารถทางการขาย	ด้านความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์	ด้านการบริการติดตามหลังการขาย
<p>3. การเสนอให้ทำตามสัญญาหรือข้อตกลงในระหว่างการขายหรือการจัดไฟแนนซ์ (ข้อ 17)</p> <p>4. มีความซื่อสัตย์และปฏิบัติตามสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้าอย่างครบถ้วน (ข้อ 11)</p> <p>5. ความพร้อมในการให้บริการเมื่อลูกค้ามาถึง (ข้อ 16)</p> <p>6. มีการอธิบายให้ข้อมูลเกี่ยวกับโปรแกรมของบริษัทได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน ก่อนที่ลูกค้าจะเฝ้าตาม (ข้อ 7)</p>	<p>3. มองหาประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับจากผลิตภัณฑ์ที่ขายพร้อมให้คำแนะนำอย่างจริงจัง (ข้อ 4)</p> <p>4. สามารถอธิบายจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่เหนือกว่าคู่แข่งได้เป็นอย่างดี (ข้อ 3)</p> <p>5. อธิบายถึงคุณสมบัติข้อได้เปรียบและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ต่อลูกค้าได้อย่างชัดเจน (ข้อ 2)</p> <p>6. มีการเสนอให้ลูกค้าทดลองขับรถ (Test Drive) ด้วยความเต็มใจ พร้อมอำนวยความสะดวก (ข้อ 8)</p>	<p>3. มีการติดตามลูกค้าเป็นระยะๆ อย่างสม่ำเสมอ เช่น โทรศัพท์ไปรษณีย์บัตร เยี่ยมเยียน แบบสอบถาม (ข้อ 9)</p> <p>4. พนักงานขายได้เป็นธุระในการแก้ปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว สุภาพ และเต็มใจ เมื่อรถลูกค้ามีปัญหา (ข้อ 10)</p> <p>5. มีการติดตามหลังการขายเพื่อรับทราบปัญหาของลูกค้าพร้อมให้คำแนะนำและช่วยเหลือ (ข้อ 8)</p> <p>6. การติดตามเป็นธุระเรื่องป้ายทะเบียนและส่งมอบให้ลูกค้าพร้อมให้คำแนะนำและช่วยเหลือ (ข้อ 7)</p>

ตาราง 31 แสดงผลการตรวจสอบข้อมูลจากตัวแปรต้นซึ่งมีผลต่อความพึงพอใจ 6 ลำดับ
สุดท้าย

ด้านความสามารถทาง การขาย	ด้านความรู้ความเข้าใจใน ผลิตภัณฑ์	ด้านการบริการติดตามหลัง การจำหน่าย
การตรวจสอบข้อมูลจากตัว แปรต้น	การตรวจสอบข้อมูลจากตัว แปรต้น	การตรวจสอบข้อมูลจากตัว แปรต้น
ข้อ 10 15 17 11 16 7	ข้อ 5 6 4 3 2 8	ข้อ 12 13 9 10 8 7
1.เพศ / / / / / /	1.เพศ - - - / - /	1.เพศ - - - / /
2.อายุ / / / / / /	2.อายุ - / / / / -	2.อายุ / - / / / /
3.อาชีพ / / / / / /	3.อาชีพ / / - / / /	3.อาชีพ / / / / / /
4.ประเภท - - / / / / รถที่ซื้อ	4.ประเภท- / - / - - / รถที่ซื้อ	4.ประเภท - - - - / รถที่ซื้อ
5.จำนวน / - / / / / รถที่เคย ครอบครอง	5.จำนวน / - / - - / รถที่เคย ครอบครอง	5.จำนวน - - / / / / รถที่เคย ครอบครอง
ประเด็นยุทธศาสตร์การ พัฒนาที่ต้องดำเนินการ	ประเด็นยุทธศาสตร์การ พัฒนาที่ต้องดำเนินการ	ประเด็นยุทธศาสตร์การ พัฒนาที่ต้องดำเนินการ
1.การสร้างความเป็นกันเอง	1.อบรมความรู้ผลิตภัณฑ์	1.เทคนิคการให้บริการ
2.การสร้างควมไว้วางใจ	2.เรียนรู้กระบวนการขาย	2.การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า
3.การสร้างควมอบอุ่นใจ	3.เรียนรู้ข้อมูลคู่แข่งสม่ำเสมอ	3.การมอบของขวัญให้ลูกค้า ในเทศกาลต่าง ๆ
4.ความพร้อมการให้บริการ	4.การสร้างควมพึงพอใจต่อ ลูกค้า	4.การสร้างควมประทับใจให้ แก่ลูกค้า
5.การนำเสนอข้อเท็จจริง	5.การวางแผนการขาย	5.สร้างสัมพันธ์ภาพกับลูกค้า
6.อบรมทักษะการขายเบื้องต้น	6.วิธีการรักษาลูกค้า	
7.เทคนิคการหาลูกค้ามุ่งหวัง	7.การประเมินผลการขาย	
8.การเจรจาต่อรองการขาย		
9.ทักษะการดูแลและแก้ปัญหา ให้ลูกค้า		

ยุทธศาสตร์การพัฒนาเพื่อการพัฒนาศักยภาพพนักงานขายที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากรณีศึกษา : บริษัท โตโยต้าพิษณุโลก ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด

II. การสร้างทีมขาย

1.1 การพัฒนาทักษะการขายให้พนักงานขาย โดยมีการอบรมเป็นขั้นตอนดังนี้

1.1.1 พนักงานขายใหม่ (ช่วงทดลองงานและอายุงานไม่เกิน 2 ปี)

1.1.1.1. อบรมความรู้ผลิตภัณฑ์และกระบวนการขาย เช่น

-ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ บริษัทฯ ผลิตภัณฑ์ กระบวนการขาย การรับประกัน และอื่น ๆ

1.1.1.2. อบรมทักษะการขายเบื้องต้น เช่น

- การนำเสนอผลิตภัณฑ์ ระบบงานต่าง ๆ การสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า และ อื่น ๆ

1.1.2 พนักงานขายระดับกลาง (อายุงาน 2-4 ปี)

1.1.2.1. อบรมเทคนิคการหาลูกค้ามุ่งหวัง

1.1.2.2. อบรมการเจรจาต่อรองการขาย

1.1.2.3. อบรมทักษะการดูแลและแก้ปัญหาให้ลูกค้า

1.1.3. พนักงานขายอาวุโส (อายุงาน 5 ปีขึ้นไป)

1.1.3.1. อบรมการวางแผนการขาย

1.1.3.2. อบรมการประเมินประสิทธิภาพการขาย

1.1.3.3. อบรมวิธีการรักษาลูกค้า

1.1.3.4. อบรมการประยุกต์ PBCA กับการขาย

1.1.4. ผู้จัดการขาย

1.1.4.1. อบรมการวิเคราะห์ข้อมูลจากระบบต่าง ๆ

1.1.4.2. อบรมเทคนิคการบริหารทีมขายให้มีประสิทธิภาพ

1.1.4.3. อบรมการบริหารทีมขายสำหรับผู้จัดการมืออาชีพ

1.1.5. ผู้ฝึกสอน

1.1.5.1. อบรมทักษะการเป็นผู้ฝึกสอน

1.1.5.2. อบรมความรู้พื้นฐานด้านรถยนต์

1.2 การสร้างความเป็นกันเองกับลูกค้า

1.2.1 ทักทายลูกค้า “สวัสดีครับ/ค่ะ” เมื่อลูกค้าเข้ามาบริเวณโชว์รูมเพื่อให้ลูกค้าเกิดความอบอุ่นใจและมีความรู้สึกว่าเป็นกันเอง พร้อมบริการน้ำชา กาแฟ หรือน้ำดื่ม แล้วค่อยกล่าวถึงสาเหตุการเข้ามาหาว่ามีความต้องการให้ช่วยเหลือหรือต้องการสินค้าอะไร พร้อมให้รายละเอียดสินค้าอย่างครบถ้วนและพร้อมด้วยเอกสารต่าง ๆ ที่สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในตัวสินค้าและการบริการเปรียบประดุจเสมือนครอบครัวเดียวกัน

1.2.2 สร้างความไว้วางใจให้ลูกค้า เมื่อลูกค้าต้องการทราบรายละเอียดของสินค้าพนักงานขายต้องให้ข้อมูลแก่ลูกค้าครบถ้วน ละเอียดยและชัดเจนด้วยความเต็มใจ

1.2.3 การสร้างความอบอุ่นใจ พร้อมในการให้บริการไม่ว่าเรากำลังทำอะไรอยู่เมื่อลูกค้าเดินเข้ามาหาและไม่ว่าจะติดต่อเรื่องอะไรต้องเต็มใจช่วยเหลือด้วยความกระตือรือร้นเพื่อให้เกิดความอบอุ่นเปรียบเสมือนอยู่ในบ้านเดียวกัน

1.2.4 การเสนอข้อเท็จจริง ในขณะที่มีการสนทนากันหรือโทรศัพท์คุยกับลูกค้าต้องตอบคำถามด้วยความจริงใจด้วยข้อเท็จจริงเพื่อให้ผู้ที่สนทนาอยู่เกิดความเชื่อมั่นและมั่นใจเพื่อให้เกิดความพึงพอใจพร้อมซึ่งควรตัดสินใจซื้อหรือเลือกซื้อสินค้าได้

2. การสร้างทีมบริการหลังการขาย

2.1 จัดทีมงานไว้รองรับลูกค้าทั้งในเวลาเปิดทำการและหลังปิดทำการประกอบไปด้วย

2.1.1 พนักงานรับโทรศัพท์

2.1.2 พนักงานรับรถ

2.1.3 พนักงานช่างเทคนิค

2.1.4 พนักงานรับเงิน

ในปัจจุบันการเดินทางไม่ได้จำกัดไว้ว่าจะเดินทางในเวลาใดเพราะฉะนั้นปัญหาต่าง ๆ ในการใช้รถยนต์อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นที่ตัวสินค้าเองก็ดีหรือการเดินทางก็ดีถ้าบริษัทมีความพร้อมในเรื่องการขายและการบริการจะทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในตัวสินค้าและบริการจึงทำให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อสินค้านั้นได้อย่างมั่นใจ

2.2 การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เป็นการเชิญลูกค้าเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของบริษัท ฯ ที่จัดขึ้นอย่างต่อเนื่อง อาทิ เช่น

2.2.1 การเปิดตัวรถยนต์รุ่นใหม่ ๆ

2.2.2 การพาลูกค้าไปเยี่ยมชมโรงงานเพื่อชมกระบวนการ การผลิต การประกอบรถยนต์รุ่นต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในตัวสินค้า

2.2.3 การไปเยี่ยมลูกค้าที่บ้านหรือที่ทำงานเพื่อให้ลูกค้าเกิดความสบายใจว่าเมื่อซื้อสินค้าไปแล้วพนักงานหรือบริษัทฯ จะไม่ทอดทิ้ง อีกทั้งยังไปอวยพรลูกค้าในเทศกาลต่าง ๆ เช่น การอวยพรวันขึ้นปีใหม่ วันเกิด วันครบการแต่งงาน ขึ้นบ้านใหม่ ฯลฯ

3. การมีระบบข้อมูล

3.1 การเก็บข้อมูลลูกค้า เป็นการเตรียมและรวบรวมข้อมูลของลูกค้าให้ใหม่อยู่เสมอสำหรับการจัดกิจกรรมต่าง ๆ โดยการเก็บข้อมูลต้องแยกออกอย่างชัดเจน เช่น การแยกตามชนิด รุ่น แบบ และปีของรถ เพื่อง่ายต่อการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อจะได้ทราบว่าเมื่อมีการจัดกิจกรรมควรจะเชิญลูกค้ากลุ่มใดมาร่วมงาน และควรเชิญมาที่ราย จะเตรียมของชำร่วยหรือจัดอาหารได้ถูกต้อง และบางครั้งอาจจะคำนวณยอดการจำหน่ายได้วงขายได้ก็คั้น มีผู้มาร่วมงานกี่คน

3.2 การบริหารข้อมูลลูกค้า เป็นการจัดลำดับการทำการกิจกรรมต่าง ๆ

3.2.1 ช่วยให้บริการหรือกำหนดส่วนของตลาดได้ง่ายขึ้น

3.2.2 กำหนดแผนการตลาดและวางกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับตลาด

3.2.3 สามารถปรับกลยุทธ์ทางการตลาดที่กำลังดำเนินกิจกรรมอยู่ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในเวลานั้น ๆ ได้

3.2.4 คาดคะเนพฤติกรรมของลูกค้าในอนาคตได้และนำสิ่งที่ได้รับในการจัดกิจกรรมไปปรับแผนการทำงานทางการตลาดและนำไปกำหนดกลยุทธ์ในการจัดกิจกรรมครั้งต่อไป

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า

3.3.1 ข้อมูลด้านประชากร เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริงด้านคุณลักษณะของลูกค้าเพื่อที่เราจะได้ทราบว่า “ลูกค้าของเราคือใคร” อาทิเช่น เพศ อายุ รายได้ อาชีพ การศึกษา สถานภาพสมรส จำนวนคนในครอบครัว จำนวนบุตร ศาสนาที่นับถือ เชื้อชาติ สัญชาติ ฯลฯ

3.3.2 ข้อมูลด้านภูมิศาสตร์หรือข้อมูลด้านที่อยู่อาศัย เป็นข้อมูลเกี่ยวกับภูมิลำเนาหรือที่อยู่อาศัยของลูกค้า เพื่อที่จะได้ทราบว่า “ลูกค้าของเราอยู่ที่ไหน” ทำให้เราได้ว่าทราบว่าลูกค้าอาศัยในท้องที่ไหน เขตใด ภาคใด มีภูมิประเทศและอากาศแบบไหน เพราะเราอาจต้องทราบเพื่อ การติดต่อสื่อสารว่าควรใช้ภาษาอะไร วัฒนธรรม การแต่งกาย การดำเนินวิถีชีวิต การปฏิบัติทางการค้า ขนบธรรมเนียมประเพณีและความเชื่อต่าง ๆ

3.3.3 ข้อมูลด้านบุคลิกภาพและวิถีการดำเนินชีวิต เป็นข้อมูลทางจิตวิทยาที่เกี่ยวกับบุคลิกภาพและวิถีการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคเพื่อทราบถึงความต้องการแรงจูงใจและสิ่งรอบ ๆ ตัวอาจมีอิทธิพลต่อความรู้สึกและการตัดสินใจของลูกค้าได้ ทำให้เรารู้ว่า

“ ลูกค้ายืนอย่างไร ” เช่น ข้อมูลด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง คู่แข่งทั้งทางตรงและทางอ้อม

3.3.4 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการซื้อขายและการใช้สินค้า เป็นข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค เป็นทั้งพฤติกรรมทั้งก่อนและหลังการบริโภค เช่น ใคร อะไร ที่ไหน เมื่อไร อย่างไร เท่าไร เวลาใด ทำไม และเพราะอะไร ควรมีความรู้ความเข้าใจลูกค้าสามารถวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้แม่นยำขึ้น และเป็นการวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้า ในเรื่องของทัศนคติหรือความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการ เพราะในปัจจุบันกลยุทธ์การตลาดจะแข่งขันกันในเรื่องของการสร้างความพึงพอใจให้เกิดแก่ลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ เพราะตามหลักทฤษฎีแล้วทัศนคติที่ดีมีผลต่อสินค้าและบริการอาจนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการนั้นในที่สุด และอีกสิ่งหนึ่งที่จะทำให้ทราบข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของลูกค้าตลอดจนทัศนคติที่ดีต่อสินค้าก็คือการสำรวจผู้บริโภคอย่างเป็นทางการ

การวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้ามีจุดเริ่มต้นที่การมีข้อมูลที่ชัดเจนถูกต้องในด้านต่าง ๆ ของลูกค้าจึงทำให้การดำเนินธุรกิจประสบผลสำเร็จโดยใช้หลักการตลาดเป็นตัวนำเพื่อให้เกิดความต้องการและมีจุดตัดสินใจซื้อในที่สุด

มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี
Pibulsongkram Rajabhat University