

ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างศักยภาพพนักงานขายของบริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด
(มหาชน) กรณีศึกษาพื้นที่การขายเขต 6

ธัญญาภรณ์ สุขวิเศษ

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขายุทธศาสตร์การพัฒนา

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

สิงหาคม 2553

ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างศักยภาพพนักงานขายของบริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด
(มหาชน) กรณีศึกษาพื้นที่การขายเขต 6

ชัยยุทธ สุทธิธรรม

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขายุทธศาสตร์การพัฒนา

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

สิงหาคม 2553

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

STRATEGIES FOR ENHANCING COMPETENCY OF THE SALESPERSONS
OF SINGER THAILAND PUBLIC COMPANY LIMITED :
CASE STUDY OF THE SALES AREA 6

THUNYAPORN SOOKVISED

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirement for the
Master of Arts Program in Development Strategy
Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University
August 2010

ชื่อเรื่องการค้นคว้าอิสระ ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างศักยภาพพนักงานขายของบริษัท ซิงเกอร์
ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาพื้นที่การขายเขต 6
โดย ธีัญญาภรณ์ สุขวิเศษ
สาขา ยุทธศาสตร์การพัฒนา
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริณา จิตต์จรัส

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ

.....ประธานกรรมการ
(ดร.เกษม บำรุงเวช)

.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริณา จิตต์จรัส)

.....กรรมการ
(ดร.ปฐมพงศ์ สุขเลิศ)

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา อนุมัติให้นับการค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขายุทธศาสตร์การพัฒนา

.....อธิการบดี
(ดร.บูรพาทิศ พลอยสุวรรณ)

สิงหาคม พ.ศ. 2553

ชัยบุญธรรม สุขวิเศษ. (2553). ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างศักยภาพพนักงานขายของบริษัท ชิงเกอร์ ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาพื้นที่การขายเขต 6. การค้นคว้าอิสระ ศศ.ม. (ยุทธศาสตร์การพัฒนา). พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา. อาจารย์ที่ปรึกษา. รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริณา จิตต์จรัส

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับศักยภาพพนักงานขาย ของบริษัท ชิงเกอร์ ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาพื้นที่การขายเขต 6 และ 2) นำเสนอยุทธศาสตร์การเสริมสร้างศักยภาพพนักงานขาย ของบริษัท ชิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาพื้นที่การขายเขต 6 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ พนักงานขายบริษัท ชิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) พื้นที่การขายเขต 6 จำนวน 100 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ซึ่งผู้จัดการเขตเป็นผู้ประสานงานเก็บรวบรวมข้อมูลนำส่งคืนผู้วิจัย วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำมาวิเคราะห์สภาพปัญหาพร้อมทั้งจัดทำและนำเสนอยุทธศาสตร์การเสริมสร้างศักยภาพพนักงานขาย ของบริษัท ชิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) กรณีศึกษาพื้นที่การขายเขต 6

ผลการวิจัยพบว่า

พนักงานขายส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 31 - 40 ปี ระดับการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น - ตอนปลายหรือเทียบเท่า ดำรงตำแหน่งพนักงานขายและเก็บเงินระยะเวลาการทำงานด้านการขายอยู่ระหว่าง 6 - 10 ปี และส่วนมากมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 8,001 - 10,000 บาท โดยผลของการศึกษาสามารถนำไปประเดิมมาสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้ คือ

1. ระดับศักยภาพพนักงานขาย ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์ระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า ด้านความรู้ (Knowledge) และ ด้านทักษะ (Skill) มีเกณฑ์อยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน แต่ด้านคุณลักษณะพื้นฐาน (Attributes) มีเกณฑ์อยู่ในระดับมาก

2. การจัดทำและนำเสนอยุทธศาสตร์การเสริมสร้างศักยภาพพนักงานขาย กำหนดเป็นยุทธศาสตร์ 4 ด้าน ประกอบด้วย 1) ยุทธศาสตร์เชิงรุกเพื่อครอบครองตลาดด้วยศักยภาพของพนักงานขาย 2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาคูคลองอย่างต่อเนื่อง 3) ยุทธศาสตร์การสร้างภูมิคุ้มกันโดยอาศัยภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร และ 4) ยุทธศาสตร์กำจัดจุดอ่อน โดยแบ่งประเดิมยุทธศาสตร์การเสริมสร้างศักยภาพพนักงานขาย ดังนี้ ยุทธศาสตร์การพัฒนาคูคลองอย่างต่อเนื่อง และยุทธศาสตร์กำจัดจุดอ่อน

Thunyaporn Sookvised. (2010). **Strategies for Enhancing Competency of Salespersons**

of Singer Thailand Public Company Limited : Case Study of the Sales Area 6.

An Independent Study for Master of Arts (Development Strategy). Phranakhon Si

Ayutthaya : Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University. Advisor :

Associate Professor Dr. Sirina Jitcharat.

ABSTRACT

The objectives of this research are 1) to study competency levels of salespersons of Singer Thailand Public Company Limited: case study of the Sales Area 6, and 2) to propose strategies for enhancing competency of salespersons of Singer Thailand Public Company Limited: case study of the Sales Area 6. The population consisted of 100 salespersons of Singer Thailand Public Company Limited: A case study of the Sales Area 6 by purposive sampling. The instrument was a questionnaire. The statistical analysis was performed by frequency, percentage, mean, and standard deviation. The data were analyzed and strategies were proposed to enhance the salespersons' competency of Singer Thailand Public Company Limited: case study of the Sales Area 6.

The findings revealed that:

Most salespersons are male, aged 31 to 40 years old. Their education backgrounds are from junior high school to senior high school or equivalent. They have worked as salespersons and cashiers for 6-10 years. Their average monthly incomes are 8,001 to 10,000 baht. From the study, it can be concluded as follows:

1. As a whole, the competency levels of the salespersons are moderate. When each aspect was separately considered, it was found that levels of knowledge and skill are also moderate, but levels of attributes are high.

2. The strategies for enhancing competency can be set for four aspects including: 1) proactive strategy to increase the markets with the efficiency of salespersons, 2) continual personnel development strategy, 3) immunization strategy based on good image, and 4) weakness elimination strategy. The strategic issue was divided as follows: continual personnel development strategy and weakness elimination strategy.

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณา และความช่วยเหลือเป็นอย่างดียิ่งจากบิดา มารดา อาจารย์ เพื่อนๆ พี่ๆ สาขาวิทยาศาสตร์การพัฒนาศาสตร์ บริษัท ซิงเกอร์ ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) รวมทั้งหน่วยงานต่างๆ ที่เสียสละเวลาอันมีค่าให้คำปรึกษา แนะนำ ให้กำลังใจ และให้ความร่วมมือในการจัดเก็บข้อมูล เพื่อใช้ประกอบการศึกษาค้นคว้าอิสระจนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รศ.ดร.ศิริณา จิตต์จรัส อาจารย์ที่ปรึกษา ที่กรุณาเสียสละเวลาให้คำปรึกษา ให้ความรู้ แนวคิดที่เป็นประโยชน์ ซึ่งเป็นแนวทางอันมีคุณค่าอย่างยิ่ง ช่วยตรวจสอบข้อบกพร่องให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ตลอดจนเป็นกำลังใจให้ผู้วิจัยตลอดมา ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ดร.เกษม บำรุงเวช ดร.ปฐมพงศ์ สุภเลิศ และคุณจิรวุฒิ พิพัฒน์ไมตรี ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา และความเหมาะสมของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย กรุณาให้คำแนะนำ คำปรึกษาและให้ข้อมูลเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการจัดทำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ตลอดจนเจ้าหน้าที่บัณฑิตศึกษา ของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยาทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือด้วยดีตลอดมา

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ คุณประพาส ล้อมในเมือง คุณทศพล สมเพียร และพนักงานขายเขต 6 ทุกท่าน ที่สละเวลาตอบแบบสอบถาม และให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการคุมสอบการค้นคว้าอิสระทุกท่าน คณาจารย์ทุกท่านที่กรุณาตรวจสอบและแนะนำเนื้อหาอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าอิสระในครั้งนี้

สุดท้ายนี้ ขอขอบพระคุณ คุณพ่อพะเยาว์ สุขวิเศษ คุณแม่วิจิตรา นันทปิยะวรรณ ตลอดจนทุกคนในครอบครัวสุขวิเศษ ครอบครัวนันทปิยะวรรณ และครอบครัวศรีเมือง ที่ให้ความช่วยเหลือ ให้การสนับสนุน เป็นกำลังใจ และแรงบันดาลใจตลอดระยะเวลาทำการค้นคว้าอิสระจนประสบความสำเร็จ

ธัญญาภรณ์ สุขวิเศษ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	จ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ	ซ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพประกอบ.....	ฉ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย	4
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
แนวคิดเกี่ยวกับสัถยภาพ	9
แนวคิดเกี่ยวกับพนักงานขาย	26
แนวคิดเกี่ยวกับบุคลิกภาพนักขาย.....	40
ปัจจัยพื้นฐานด้านทักษะในการทำงาน.....	47
ทฤษฎีลำดับขั้นในการตัดสินใจซื้อ.....	48
แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารเชิงกลยุทธ์	53
บริบทของบริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน)	68
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	73

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
3	วิธีดำเนินการวิจัย.....	78
	ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย.....	79
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย.....	81
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	83
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	85
	การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลข้อมูล	86
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	88
	วิธีดำเนินการสร้างยุทธศาสตร์	88
	การนำเสนอผลการวิจัย.....	90
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	91
	ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ศักยภาพพนักงานขาย	92
	ตอนที่ 2 แนวทางการพัฒนาศักยภาพพนักงานขายของบริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน)	100
	ตอนที่ 3 แนวทางการพัฒนายุทธศาสตร์การเสริมสร้างศักยภาพพนักงานขาย ของบริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน).....	101
	สรุปแผนกลยุทธ์.....	110
	สรุปแผนยุทธศาสตร์	112
5	สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	113
	สรุปผลการวิจัย.....	113
	อภิปรายผล	117
	ข้อเสนอแนะ	121
	บรรณานุกรม	123

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ภาคผนวก	128
ภาคผนวก ก รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	129
ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์ผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจสอบ ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	131
ภาคผนวก ค แบบสอบถามเพื่อการวิจัย	135
ภาคผนวก ง คำวิเคราะห์ IOC ความตรงของเนื้อหา และหลักวิชาการ	143
ภาคผนวก จ คำวิเคราะห์ความสัมพันธ์ใช้สถิติสหสัมพันธ์	150
ภาคผนวก ฉ หนังสือขอความอนุเคราะห์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย	153
ประวัติย่อผู้วิจัย	155

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงคำอธิบายของระดับศักยภาพ.....	17
2	แสดงจำนวนพนักงานขายเขต 6	72
3	แสดงขั้นตอนการวิจัย.....	79
4	แสดงภาคการขายชื่อร้าน/สาขาและจำนวนพนักงานขายกลุ่มตัวอย่างที่จะ เก็บข้อมูล.....	82
5	แสดงจำนวนและร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปและข้อมูลการปฏิบัติงานพนักงานขาย..	92
6	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการแปลผลของระดับ ศักยภาพพนักงานขาย	94
7	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลของระดับศักยภาพพนักงานขา ด้านความรู้ (Knowledge).....	95
8	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลของระดับศักยภาพพนักงานขา ด้านคุณลักษณะพื้นฐาน (Attributes).....	97
9	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลของระดับศักยภาพพนักงานขาย ด้านทักษะ (Skill)	98
10	แสดงประเด็นที่ต้องปรับปรุงยุทธศาสตร์และเป้าประสงค์ของแนวทางการพัฒนา.	100
11	แสดงการวิเคราะห์ SWOT Analysis	103
12	แสดงแผนกลยุทธ์.....	104

สารบัญภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
2 ขั้นตอนของกระบวนการซื้อและกระบวนการขาย.....	27
3 ขั้นตอนของการเสนอขาย.....	29
4 กระบวนการพัฒนาปรับปรุงบุคลิกภาพ.....	46
5 ระดับกลยุทธ์.....	55
6 ขั้นตอนพื้นฐานของกระบวนการบริหารเชิงกลยุทธ์.....	56
7 ปัจจัยทางสภาพแวดล้อม.....	58
8 ความแตกต่างของวิสัยทัศน์ ภารกิจ เป้าหมาย วัตถุประสงค์.....	59
9 การวิเคราะห์ SWOT และกลยุทธ์.....	62
10 TOWS Matrix.....	62
11 การเจริญเติบโตและส่วนครองตลาด.....	64
12 แสดงการศึกษาของบริษัท ยีเอช และการกำหนดกลยุทธ์.....	66
13 โครงสร้างฝ่ายขาย.....	71
14 โครงสร้างการบริหารงานเขต 6.....	71
15 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือการวิจัย.....	85
16 ขั้นตอนการสร้างยุทธศาสตร์.....	89
17 สรุปยุทธศาสตร์การเสริมสร้างศักยภาพพนักงานขาย.....	112
18 แสดงแนวทางการเสริมสร้างศักยภาพพนักงานขายด้านความรู้ (Knowledge).....	115
19 แสดงแนวทางการเสริมสร้างศักยภาพพนักงานขายด้านคุณลักษณะพื้นฐาน (Attributes).....	116
20 แสดงแนวทางการเสริมสร้างศักยภาพพนักงานขายด้านทักษะ (Skill).....	117