

ชื่อการค้นคว้าอิสระ การพัฒนาศักยภาพด้านทักษะการขายของบุคลากร ในบริษัท เรดอนกรุ๊ป จำกัด

ผู้วิจัย นายสถณฐิติ ชัยณรงค์ ปริญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ (การจัดการทั่วไป)

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี อาจารย์ที่ปรึกษา 1) ดร.จันทวัลย์ สุนด์สวัสดิ์ 2) รศ.ปรีชา วัฒนาทิพย์ธำรงค์

ปีการศึกษา 2555 จำนวน 141 หน้า คำสำคัญ พัฒนาศักยภาพ ทักษะการขาย

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการพัฒนาศักยภาพด้านทักษะการขายของบุคลากร ในบริษัท เรดอนกรุ๊ป จำกัด 2) เปรียบเทียบการพัฒนาศักยภาพด้านทักษะการขาย ในบริษัท เรดอนกรุ๊ป จำกัด ของบุคลากร จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างคือ พนักงานขายในบริษัท เรดอนกรุ๊ป จำกัด จำนวน 144 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบความแตกต่างการหาค่าเฉลี่ยโดยใช้ค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวน

ผลการวิจัยพบว่า 1) บุคลากรมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพด้านทักษะการขายในบริษัท เรดอนกรุ๊ป จำกัด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความรู้ความคิด ได้แก่ พนักงานขายมีความกระตือรือร้นในการทำงาน มีความเป็นผู้นำ กล้าคิด กล้าตัดสินใจ ติดตามดูแลเอาใจใส่ลูกค้า อย่างสม่ำเสมอ และมีใจรักในการประกอบอาชีพงานขาย มั่นใจในตัวเอง ด้านเทคนิคและทักษะการทำงาน ได้แก่ มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายเป็นอย่างดี สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ มีการโน้มน้าวใจลูกค้าได้เป็นอย่างดี มีความอดทนและความเพียรพยายาม ด้านมนุษยสัมพันธ์และบุคลิกภาพ ได้แก่ มีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน หน้าตามียิ้มแย้มแจ่มใส มีความอ่อนน้อมถ่อมตน ติดตามดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ 2) ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนการพัฒนาศักยภาพด้านทักษะการขายในบริษัทเรดอนกรุ๊ป จำกัด ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำแนกตามเพศ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า บุคลากรที่มีเพศ ต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ด้านความรู้ความคิด ได้แก่ มีใจรักในการประกอบอาชีพงานขาย มั่นใจในตัวเอง และติดตามดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ด้านเทคนิคและทักษะการทำงาน ได้แก่ มีทักษะในการโน้มน้าวใจลูกค้าได้เป็นอย่างดี มีทักษะในการเสนอขายอย่างเป็นขั้นตอนและชัดเจน และมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งเป็นอย่างดี ด้านมนุษยสัมพันธ์และบุคลิกภาพ ได้แก่ มีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงานของตนเอง มีทักษะในการให้บริการลูกค้า ติดตามดูแลเอาใจใส่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ และมีทักษะในการเข้าสังคม มีมนุษยสัมพันธ์ดี

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 1..... 2.....

Independent study title: Improving Salesmanship in the Radon Group Corporation Limited.

Researcher: Mr.Sarit Chainarong. Degree: Master of Business Administration (General Management).

Dhonburi Rajabhat University. Independent study advisors: 1) Dr. Chanthawan Soonsawad.

2) Assoc. Prof. Preecha Wattanatippayatomrong. Academic year: 2012. 141 pp.

Keywords: improvement, salesmanship capability

Abstract

The objectives of this research were 1) to the improvement of salesmanship capabilities in the Radon Group Corporation limited in a three month training program. 2) to compare the improvement in salesmanship capabilities in the Radon Group limited classified by demographic characteristics. The sample group consisted of 144 salesmen of the Radon Group Corporation limited. Questionnaires were used as a research tool. Data were analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, and analysis of variance.

The results of the research indicated that 1) the staff have a desire for the improvement of salesmanship through training in the Radon Group Corporation. With regard to analysis of individual concerns, they were issues such as enthusiasm, leadership, risk taking, taking care of customers, and being actively engaged in the sales job and self-confidence. On a practical level, there were many issues for instance understanding the product, being prepared for problems, closing a sale as well as having patience and determination. For interpersonal skills, for example, having a positive attitude to work, being cheerful, respect for and taking good care of customers. 2) Comparing the mean score in the improvement in the personnels salesmanship capability of Radon Group Corporation limited had, overall a significance at 0.05 level. Classified by gender a statistical significance at 0.05 level was found, in regards to being engrossed in the sales job, self-confidence and taking care of customers, and with skills concerned with closing a sale, sales skills and understanding a competitor's products. For human relations and personality, good attitudes towards their own organization, customer service skills including frequency of taking care of customers as well as social skills, gender was significant.

Student's signature.....

Independent study advisor's signature 1.....

2.....