



มหาวิทยาลัยศรีปทุม

รายงานการวิจัย

เรื่อง

ปัจจัยสู่ความสำเร็จในอาชีพขายของพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้าง  
และตกแต่งบ้านในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

**KEY SUCCESS FACTORS SALESPERSON FOR HOME  
CONSTRUCTION AND DECORATION STORES  
IN BANGKOK METROPOLITAN**

กิ่งแก้ว พรอภีรัชสกุล

มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
SRIPATUM UNIVERSITY

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยศรีปทุม

ปีการศึกษา 2552

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยสู่ความสำเร็จในอาชีพขายของพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ” สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความช่วยเหลืออย่างยิ่งสำหรับรองศาสตราจารย์ ดร.นภาพร ชันธนาภา ที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำและแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ในการทำการวิจัยครั้งนี้ และขอขอบคุณบุคลากรที่เกี่ยวข้องในการทำวิจัยของมหาวิทยาลัยศรีปทุม มทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือในการประสานงานด้านต่าง ๆ จนทำให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

ผู้วิจัยขอขอบคุณสำหรับความช่วยเหลือและความมีน้ำใจของผู้ที่กล่าวมาแล้วข้างต้นและที่สำคัญที่สุดขอขอบคุณมหาวิทยาลัยศรีปทุมที่ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการวิจัยและมอบทุนอุดหนุนวิจัยในครั้งนี้

กิ่งแก้ว พรอภิรัชสกุล  
กรกฎาคม 2554

มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
SRIPATUM UNIVERSITY

หัวข้อวิจัย : ปัจจัยสู่ความสำเร็จในอาชีพขายของพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้าง  
และตกแต่งบ้านในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผู้วิจัย : นางสาวกิ่งแก้ว พรอภิรัชสกุล

หน่วยงาน : คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ปีที่พิมพ์ : พ.ศ. 2554

---

### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยสู่ความสำเร็จในอาชีพขายของพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาถึงปัจจัยลักษณะทางด้านส่วนบุคคล ปัจจัยด้านความรู้ในอาชีพและปัจจัยด้านทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านที่แตกต่างกัน และเพื่อศึกษาปัจจัยด้านบุคลิกภาพ และกลยุทธ์ในกระบวนการขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ซึ่งประกอบด้วยจำนวน 5 บริษัท คือ โสมโปร , โสมเวิร์ค , อินเด็กซ์ , บุญถาวร และซีเมนต์ไทยโสมมาร์ท ส่วนเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สันที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และคลาดเคลื่อนได้ไม่เกินร้อยละ 5 โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์

ผลงานวิจัยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุ 28 – 35 ปี ซึ่งมีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี ระยะเวลาในการทำงานต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 2 ปี ดำรงตำแหน่งพนักงานขาย ส่วนใหญ่เป็นตัวแทนจำหน่ายขายอุปกรณ์วัสดุก่อสร้าง ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างอยู่ในระดับมาก ส่วนพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้านมีความรู้อยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่ง อยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน อยู่ในระดับบางครั้ง ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน อยู่ในระดับบางครั้ง ปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน อยู่ในระดับจริง ระดับความสำเร็จของอาชีพขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน เมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน อยู่ในระดับเหนือกว่าปานกลาง ด้านยอดขายเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน อยู่ในระดับมากกว่าปานกลางด้านรายรับที่ได้จากการทำงานประมาณเฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท

การทดสอบสมมุติฐานพบว่าข้อมูลส่วนบุคคลส่วนของพนักงานขาย และปัจจัยด้านความรู้ในอาชีพพนักงานขายที่แตกต่างกัน มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขาย อุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านแตกต่างกัน ส่วนปัจจัยด้านทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขาย ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายและปัจจัยด้านกลยุทธ์ในงานขายที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านแตกต่างกันด้วย

คำสำคัญ : พนักงานขาย , ปัจจัยสู่ความสำเร็จในอาชีพพนักงานขาย



มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
SRIPATUM UNIVERSITY

Research Title : Key Success Factors of Salesperson for Home Construction and Decoration Stores in Bangkok Metropolitan

Name of Researcher : Miss. Kingkeaw Pornapiraksakul

Name of Institution : Business Administration Sripatum University

Year of Publication : B.E. 2554

---

## ABSTRACT

This study of “Key Success Factors of Salesperson for Home Construction and Decoration Stores in Bangkok Metropolitan ” aims to study personal factors, knowledge in career, and attitude toward profession of construction material and home furnishing products sale person that influence to different success of selling construction material and home furnishing product. In addition, the study also aims to study personality and strategy in selling construction material and home furnishing products. Samples used in this research are 400 construction material and home furnishing product sale persons in Bangkok from 5 companies: Home Pro, Home Work, Index, Boonthavorn, and Cement Thai Home Mart. Research instrument used to collect information is questionnaire. Statistic used for data analysis are percentage, average, standard deviation, T-test, One-way Anova, and Pearson’s simple correlation analysis at the level of confidence of 95% with not exceeding 5% error by applying statistical computer program for social research.

Research result reveals that most of the samples are female with the age of 28-35 years old, holding a single status, bachelor degree, has been working shorter or equal to 2 years, holding a position of sale person. Most of them are sale representative for construction material. Sale person for construction material has knowledge in their career at the great level, and sale person for home furnishing products has knowledge at the great level as well. The attitude toward profession of employee in construction material and home furnishing store is in moderate level. Personality of sale person for construction material and home furnishing product is in “sometimes” level. Strategy in selling construction material and home furnishing products is in “correct” level. Success level of profession of sale person for construction material and home furnishing product, when compares with colleague, is in “more than moderate” level. When compares with colleague, sale volume is in a level of “more than moderate”. Average earning is 10,001 – 15,000 Baht per month.

Hypothesis testing found that personal information of sale persons and different level of career knowledge affect to different level of success in profession of construction material and home furnishing products sale person. Different attitude toward profession of sale person, sale person's personality, and strategy used in selling are related to different level of success in profession of construction material and home furnishing products sale person.

**Keyword :** Salesperson , Factors for Success Achievement in Profession of Salesperson



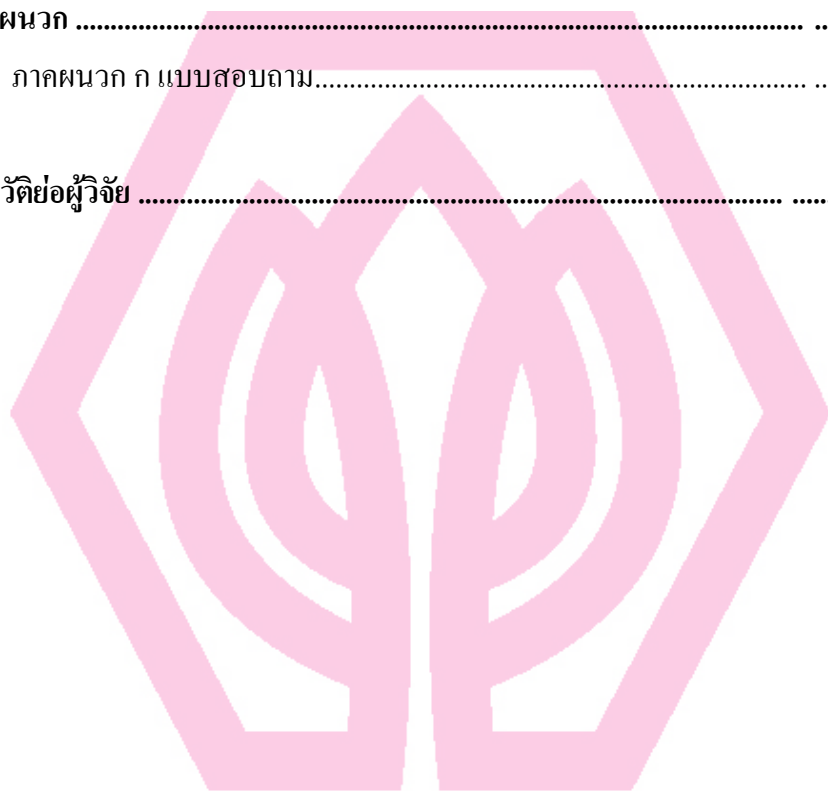
มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
SRIPATUM UNIVERSITY

# สารบัญ

บทที่		หน้า
<b>1</b>	<b>บทนำ.....</b>	<b>1</b>
1	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
2	วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
3	คำถามการวิจัย.....	5
4	สมมุติฐานของการวิจัย.....	5
5	ขอบเขตของการวิจัย.....	5
6	นิยามศัพท์.....	7
7	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย.....	7
<b>2</b>	<b>วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง .....</b>	<b>8</b>
1	แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	8
2	ผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	27
<b>3</b>	<b>ระเบียบวิธีการวิจัย .....</b>	<b>29</b>
1	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	29
2	ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย .....	30
3	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	30
4	การรวบรวมข้อมูล .....	35
5	การวิเคราะห์ข้อมูล .....	36
<b>4</b>	<b>ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....</b>	<b>38</b>
1	การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณา.....	38
2	การวิเคราะห์เชิงอนุมาน.....	50
<b>5</b>	<b>สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....</b>	<b>107</b>
1	สรุปผลการวิจัย .....	108
2	อภิปรายผล .....	127
3	ข้อเสนอแนะ .....	129

## สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บรรณานุกรม.....	131
ภาคผนวก .....	134
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	135
ประวัติย่อผู้วิจัย .....	143



มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
SRIPATUM UNIVERSITY



## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
3-1	แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่าง.....	30
4-1	แสดงจำนวนร้อยละเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	39
4-2	แสดงจำนวนร้อยละอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	39
4-3	แสดงจำนวนร้อยละสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	40
4-4	แสดงจำนวนร้อยละระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	40
4-5	แสดงจำนวนร้อยละระยะเวลาในการทำงาน.....	40
4-6	แสดงจำนวนร้อยละตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	41
4-7	แสดงจำนวนร้อยละประเภทสินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นตัวแทน.....	41
4-8	แสดงจำนวนร้อยละคำตอบของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง.....	42
4-9	แสดงจำนวนร้อยละคำตอบของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน.....	43
4-10	แสดงระดับค่าเฉลี่ยของจำนวนร้อยละของปัจจัยด้านทัศนคติต่ออาชีพพนักงานในร้านจำหน่าย อุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน.....	44
4-11	แสดงระดับค่าเฉลี่ยของบุคลิกภาพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน.....	46
4-12	แสดงระดับค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์ในกระบวนการขายพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่ง บ้าน.....	47
4-13	แสดงระดับค่าเฉลี่ยของความสำเร็จของในอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน เมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน.....	48
4-14	แสดงระดับค่าเฉลี่ยของความสำเร็จของในอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านยอดขายเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน.....	49
4-15	แสดงจำนวนร้อยละของรายได้จากการทำงาน โดยประมาณเฉลี่ยต่อเดือน.....	49
4-16	แสดงจำนวนร้อยละของการเคยได้รับรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษพิเศษ.....	49
4-17	แสดงจำนวนร้อยละของสิ่งสำคัญที่สุด ที่จะทำให้ประสบความสำเร็จในอาชีพพนักงานขาย อุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน.....	50
4-18	แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพ ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่ง บ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานจำแนกตามเพศ.....	51
4-19	แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพ ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่ง บ้านด้านยอดขายเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานจำแนกตามอายุ.....	52
4-20	แสดงผลการเปรียบเทียบ ความสำเร็จในอาชีพ ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่ง บ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานจำแนกตามสถานภาพ.....	52

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-21	แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานจำแนกตามระดับการศึกษา..... 53
4-22	แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านยอดขายเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานจำแนกตามระยะเวลาในการทำงาน..... 54
4-23	แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนจำแนกตามเพศ..... 54
4-24	แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนจำแนกตามอายุ..... 55
4-25	แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน จำแนกตามสถานภาพ..... 55
4-26	แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน จำแนกตามระดับการศึกษา..... 56
4-27	แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนจำแนกตามระยะเวลาในการทำงาน..... 57
4-28	แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท จำแนกตามเพศ..... 57
4-29	แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานจำแนกตามอายุ..... 58
4-30	แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท จำแนกตามสถานภาพ..... 58
4-31	แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท จำแนกตามระดับการศึกษา..... 59
4-32	แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานจำแนกตามระยะเวลาในการทำงาน..... 60
4-33	แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพ ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างจำแนกปัจจัยตามความรู้ เรื่อง ถ้าลูกค้ามีความต้องการใช้สีเพื่อทาไม้ ทาเหล็ก หรืองานชิ้นเล็ก ๆ ควรใช้สีเคลือบเงา..... 61

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-34	แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างจำแนก ปัจจัยตามความรู้ เรื่อง ไม้สังเคราะห์ (WPC)คือวัสดุทดแทนไม้ที่เกิดจากการนำเอาส่วน ผสมของผงไม้, ไม้เนื้ออ่อน หรือเส้นใยไม้ กับ โพลีเมอร์พลาสติก..... 61
4-35	แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพ ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างจำแนก ปัจจัยตามความรู้ เรื่อง ฉนวนกันความร้อนใช้ติด ฝ้า ผับัง หรือเพดาน ที่สามารถกันความ ร้อนได้ดีที่สุดคือ แผ่นยิปซัมบอร์ด..... 62
4-36	แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพ ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างจำแนก ปัจจัยตามความรู้ เรื่อง กระจก Heat Strengthen คือกระจกที่เวลาแตกจะแตกกระจายเป็น เม็ดเล็ก ๆ ไม่เป็นอันตรายมาก..... 63
4-37	แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพ ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างจำแนก ปัจจัยตามความรู้ เรื่อง ปูนซีเมนต์แบ่งตามการใช้งาน มี 2 ชนิด ได้แก่ ปูนซีเมนต์ปอร์ต แลนด์ และปูนซีเมนต์ผสม..... 64
4-38	แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้านจำแนก ปัจจัยตามความรู้ เรื่อง ไม้อัด เกิดจากการนำเศษไม้สนมาอัดกาว นิยมนำมาปูพื้น สถานที่ สาธารณะ หรือกรุผนัง กรุฝ้า ทำเฟอร์นิเจอร์ หรือใช้ในงาน โครงสร้างเพราะสามารถกัน น้ำได้..... 65
4-39	แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้านจำแนก ปัจจัยตามความรู้ เรื่อง สีอีพ็อกซี่ (Epoxy Coating) คือสีที่ใช้สำหรับภายนอก เนื่องจากมี ความทนทานต่อสารเคมี ทนแรงขีดถูและแรงกระแทก ทำความสะอาดง่าย..... 66
4-40	แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้านจำแนก ปัจจัยตามความรู้ เรื่อง หินสังเคราะห์ (Solid Surface) หรือหินเทียม ผลิตจากวัสดุ สังเคราะห์ ที่มีความแข็งแรง ทนทานต่อการขีดข่วน ไม่ซึมน้ำ ไม่เป็นเชื้อราและทำความ สะอาดง่าย จึงเหมาะจะนำมาทำเป็นท็อปเคาน์เตอร์ในครัวหรือในห้องน้ำ..... 67
4-41	แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้านจำแนก ปัจจัยตามความรู้ เรื่อง กระเบื้องแกรนิต (Granite Tile) แข็งแกร่ง รับน้ำหนักและทนต่อ แรงเสียดทานได้ดี เหมาะกับการปูพื้นและผนัง โดยใช้ได้ทั้งภายในและภายนอก อาคาร..... 68

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-42	แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้านจำแนก ปัจจัยตามความรู้ เรื่อง สแตนเลสตีล (Stainless Steel) มีความแข็งแรง ทนต่อการใช้งาน หนักได้ดี เป็นวัสดุที่ไม่ซึมน้ำ จึงเหมาะสำหรับพื้นที่ที่มีความเปียกชื้นสูง ทำความสะอาด ง่าย..... 69
4-43	แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพ ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างจำแนก ปัจจัยตามความรู้ เรื่อง ถ้าลูกค้ามีความต้องการใช้สีเพื่อทาไม้ ทาเหล็ก หรืองานชิ้นเล็ก ๆ ควรใช้สีเคลือบเงา..... 70
4-44	แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพ ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างจำแนก ปัจจัยตามความรู้ เรื่อง ไม้สังเคราะห์ (WPC) คือ วัสดุทดแทนไม้ที่เกิดจากการนำเอา ส่วนผสมของผงไม้, ขี้เลื่อยไม้ หรือเส้นใยไม้ กับโพลีเมอร์พลาสติก..... 71
4-45	แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพ ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างจำแนก ปัจจัยตามความรู้ เรื่อง ฉนวนกันความร้อน ใช้ติด ฝ้า ผับัง หรือเพดาน ที่สามารถกันความ ร้อนได้ดีที่สุดคือ แผ่นยิปซัมบอร์ด..... 72
4-46	แสดงผลการเปรียบเทียบ ความสำเร็จในอาชีพ ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างจำแนก ปัจจัยตามความรู้ เรื่อง กระจก Heat Strengthen คือกระจกที่เวลาแตกจะแตกกระจายเป็น เม็ดเล็ก ๆ ไม่เป็นอันตรายมาก..... 73
4-47	แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพ ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างจำแนก ปัจจัยตามความรู้ เรื่อง ปูนซีเมนต์แบ่งตามการใช้งาน มี 2 ชนิด ได้แก่ ปูนซีเมนต์ปอร์ต แลนด์ และปูนซีเมนต์ผสม..... 74
4-48	แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้านจำแนก ปัจจัยตามความรู้ เรื่อง ไม้อัด เกิดจากการนำเศษไม้สนมาอัดกาว นิยมนำมาปูพื้น สถานที่ สาธารณะ หรือกรุผนัง กรูฝ้า ทำเฟอร์นิเจอร์ หรือใช้ในงานโครงสร้างเพราะสามารถกัน น้ำได้..... 75
4-49	แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้านจำแนก ปัจจัยตามความรู้ เรื่อง สีอีพ็อกซี่ (Epoxy Coating) คือสีที่ใช้สำหรับภายนอก เนื่องจากมี ความทนทานต่อสารเคมี ทนแรงขัดถูและแรงกระแทก ทำความสะอาดง่าย..... 76

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า	
4-50	แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้านจำแนก ปัจจัยตามความรู้ เรื่อง หินสังเคราะห์(Solid Surface) หรือหินเทียม ผลิตจากวัสดุ สังเคราะห์ ที่มีความแข็งแรง ทนทานต่อการขีดข่วน ไม่ซึมน้ำ ไม่เป็นเชื้อราและทำความ สะอาดง่าย จึงเหมาะจะนำมาทำเป็นท็อปเคาน์เตอร์ในครัวหรือในห้องน้ำ.....	77
4-51	แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้านจำแนก ปัจจัยตามความรู้ เรื่อง กระเบื้องแกรนิต(Granite Tile) แข็งแรง รับน้ำหนักและทนต่อ แรงเสียดทานได้ดี เหมาะกับการปูพื้นและผนัง โดยใช้ได้ทั้งภายในและภายนอกอาคาร....	78
4-52	แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้านจำแนก ปัจจัยตามความรู้ เรื่อง สแตนเลสตีล (Stainless Steel) มีความแข็งแรง ทนต่อการใช้งาน หนักได้ดี เป็นวัสดุที่ไม่ซึมน้ำ จึงเหมาะสำหรับพื้นที่ที่มีความเปียกชื้นสูง ทำความสะอาด ง่าย.....	79
4-53	แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างจำแนก ปัจจัยตามความรู้ เรื่อง ถ้าลูกค้ามีความต้องการใช้สีเพื่อทาไม้ ทาเหล็ก หรืองานชิ้นเล็ก ๆ ควรใช้สีเคลือบเงา.....	80
4-54	แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างจำแนก ปัจจัยตามความรู้ เรื่อง ไม้สังเคราะห์ (WPC) คือ วัสดุทดแทนไม้ที่เกิดจากการนำเอา ส่วนผสมของผงไม้, ใยเนื้อไม้ หรือเส้นใยไม้ กับโพลีเมอร์พลาสติก.....	81
4-55	แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพ ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างจำแนก ปัจจัยตามความรู้ เรื่อง ฉนวนกันความร้อนใช้ติด ฝ้า ผนัง หรือเพดาน ที่สามารถกันความ ร้อนได้ดีที่สุดคือ แผ่นยิปซัมบอร์ด .....	82
4-56	แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพ ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างจำแนก ปัจจัยตามความรู้ เรื่อง กระจก Heat Strengthen คือกระจกที่เวลาแตกจะแตกกระจายเป็น เม็ดเล็ก ๆ ไม่เป็นอันตรายมาก.....	83
4-57	แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพ ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างจำแนก ปัจจัยตามความรู้ เรื่อง ปูนซีเมนต์แบ่งตามการใช้งาน มี 2 ชนิด ได้แก่ ปูนซีเมนต์ปอร์ต แลนด์ และปูนซีเมนต์ผสม.....	84

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4-58	แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้านจำแนกปัจจัยตามความรู้ เรื่อง ไม้อัด เกิดจากการนำเศษไม้สนมาอัดกาว นิยมนำมาปูพื้น สถานที่สาธารณะ หรือกรุผนัง กรุฝ้า ทำเฟอร์นิเจอร์ หรือใช้ในงานโครงสร้างเพราะสามารถกันน้ำได้.....	85
4-59	ตารางที่ 4-59 แสดงผลการเปรียบเทียบ ความสำเร็จในอาชีพ ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้านจำแนกปัจจัยตามความรู้ เรื่อง สีอีพ็อกซี่ (Epoxy Coating) คือสีที่ใช้สำหรับภายนอก เนื่องจากมีความทนทานต่อสารเคมี ทนแรงขูดถูและแรงกระแทก ทำความสะอาดง่าย.....	86
4-60	ตารางที่ 4-60 แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพ ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้านจำแนกปัจจัยตามความรู้ เรื่อง หินสังเคราะห์ (Solid Surface) หรือหินเทียมผลิตจากวัสดุสังเคราะห์ ที่มีความแข็งแรง ทนทานต่อการขีดข่วน ไม่ซึมน้ำ ไม่เป็นเชื้อรา และทำความสะอาดง่าย จึงเหมาะจะนำมาทำเป็นท็อปเคาน์เตอร์ในครัวหรือในห้องน้ำ.....	87
4-61	แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้านจำแนกปัจจัยตามความรู้ เรื่อง กระเบื้องแกรนิต (Granite Tile) แข็งแกร่ง รับน้ำหนักและทนต่อแรงเสียดทานได้ดี เหมาะกับการปูพื้นและผนัง โดยใช้ได้ทั้งภายในและภายนอกอาคาร....	88
4-62	แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้านจำแนกปัจจัยตามความรู้ เรื่อง สเตนเลสตีล (Stainless Steel) มีความแข็งแรง ทนต่อการใช้งานหนักได้ดี เป็นวัสดุที่ไม่ซึมน้ำ จึงเหมาะสำหรับพื้นที่ที่มีความเปียกชื้นสูง ทำความสะอาดง่าย.....	89
4-63	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยทางด้าน ทักษะคิดต่ออาชีพพนักงาน ขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ ก่อสร้างและตกแต่งบ้านกับความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน.....	90
4-63	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยทางด้าน ทักษะคิดต่ออาชีพพนักงาน ขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน กับความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน.....	92
4-65	แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยทางด้าน ทักษะคิดต่ออาชีพพนักงาน ขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านกับความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท.....	94

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-66 ตารางที่ 4-66 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานขาย อุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านกับความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง และตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน.....	96
4-67 ตารางที่ 4-67 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานขาย อุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านกับความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง และตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน.....	97
4-68 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายอุปกรณ์ ก่อสร้างและตกแต่งบ้านกับความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขาย อุปกรณ์ก่อสร้างและ ตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท.....	99
4-69 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงาน ขายอุปกรณ์ ก่อสร้างและตกแต่งบ้านกับความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขาย อุปกรณ์ ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน.....	101
4-70 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงาน ขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านกับความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขาย อุปกรณ์ ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน.....	103
4-71 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงาน ขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านกับความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขาย อุปกรณ์ ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท.....	104

## สารบัญภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
2-1 แสดงโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ (Tricomponent attitude model).....	9
2-2 แสดงลำดับชั้นความต้องการตามทฤษฎีของมาสโลว์.....	13
2-3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอีโก้ และซูเปอร์อีโก้ (Interrelationship Among Id, Ego and Superego).....	14



มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
SRIPATUM UNIVERSITY



หัวข้อวิจัย : ปัจจัยสู่ความสำเร็จในอาชีพขายของพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้าง  
และตกแต่งบ้านในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ผู้วิจัย : นางสาวกิ่งแก้ว พรอภิรภัสกุล

หน่วยงาน : คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ปีที่พิมพ์ : พ.ศ. 2554

## บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยสู่ความสำเร็จในอาชีพขายของพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาถึงปัจจัยลักษณะทางด้านส่วนบุคคล ปัจจัยด้านความรู้ในอาชีพและปัจจัยด้านทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการขาย อุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ที่แตกต่างกัน และเพื่อศึกษาปัจจัยด้านบุคลิกภาพและกลยุทธ์ในกระบวนการขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ซึ่งประกอบด้วยจำนวน 5 บริษัท คือ โฮมโปร , โฮมเวิร์ค , อินเด็คซ์ , บุญถาวร และซีเมนต์ไทยโฮมมาร์ท ส่วนเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สันที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และคลาดเคลื่อนได้ไม่เกินร้อยละ 5 โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์

ผลงานวิจัยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุ 28 – 35 ปี ซึ่งมีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี ระยะเวลาในการทำงานต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 2 ปี ดำรงตำแหน่งพนักงานขาย ส่วนใหญ่เป็นตัวแทนจำหน่ายขายอุปกรณ์วัสดุก่อสร้าง ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างอยู่ในระดับมาก ส่วนพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้านมีความรู้อยู่ในระดับมาก ปัจจัยด้านทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่ง อยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน อยู่ในระดับบางครั้ง ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน อยู่ในระดับบางครั้ง ปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน อยู่ในระดับจริง ระดับความสำเร็จของอาชีพขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน เมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน อยู่ในระดับเหนือกว่าปานกลาง ด้านยอดขายเมื่อเทียบกับเพื่อน

ร่วมงาน อยู่ในระดับมากกว่าปานกลางด้านรายรับที่ได้จากการทำงานประมาณเฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท

การทดสอบสมมติฐานพบว่าข้อมูลส่วนบุคคลส่วนบุคคลของพนักงานขาย และปัจจัยด้านความรู้ในอาชีพพนักงานขายที่แตกต่างกัน มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขาย อุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านแตกต่างกัน ส่วนปัจจัยด้านทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขาย ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายและปัจจัยด้านกลยุทธ์ในงานขาย ที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขาย อุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านแตกต่างกันด้วย

คำสำคัญ : พนักงานขาย , ปัจจัยสู่ความสำเร็จในอาชีพพนักงานขาย



มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
SRIPATUM UNIVERSITY

Research Title : Key Success Factors of Salesperson for Home Construction and Decoration Stores in Bangkok Metropolitan

Name of Researcher : Miss. Kingkeaw Pornapiraksakul

Name of Institution : Business Administration Sripatum University

Year of Publication : B.E. 2554

---

### **ABSTRACT**

This study of “Key Success Factors of Salesperson for Home Construction and Decoration Stores in Bangkok Metropolitan ” aims to study personal factors, knowledge in career, and attitude toward profession of construction material and home furnishing products sale person that influence to different success of selling construction material and home furnishing product. In addition, the study also aims to study personality and strategy in selling construction material and home furnishing products. Samples used in this research are 400 construction material and home furnishing product sale persons in Bangkok from 5 companies: Home Pro, Home Work, Index, Boonthavorn, and Cement Thai Home Mart. Research instrument used to collect information is questionnaire. Statistic used for data analysis are percentage, average, standard deviation, T-test, One-way Anova, and Pearson’s simple correlation analysis at the level of confidence of 95% with not exceeding 5% error by applying statistical computer program for social research.

Research result reveals that most of the samples are female with the age of 28-35 years old, holding a single status, bachelor degree, has been working shorter or equal to 2 years, holding a position of sale person. Most of them are sale representative for construction material. Sale person for construction material has knowledge in their career at the great level, and sale person for home furnishing products has knowledge at the great level as well. The attitude toward profession of employee in construction material and home furnishing store is in moderate level. Personality of sale person for construction material and home furnishing product is in “sometimes” level. Strategy in selling construction material and home furnishing products is in “correct” level. Success level of profession of sale person for construction material and home furnishing product, when compares with colleague, is in “more than moderate” level. When compares with colleague, sale volume is in a level of “more than moderate”. Average earning is 10,001 – 15,000 Baht per month.

Hypothesis testing found that personal information of sale persons and different level of career knowledge affect to different level of success in profession of construction material and home furnishing products sale person. Different attitude toward profession of sale person, sale person's personality, and strategy used in selling are related to different level of success in profession of construction material and home furnishing products sale person.

**Keyword :** Salesperson , Factors for Success Achievement in Profession of Salesperson



มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
SRIPATUM UNIVERSITY

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภาพรวมเศรษฐกิจโลกในไตรมาส 1 ปี 2552 เศรษฐกิจหลาย ๆ ประเทศยังคงอยู่ในภาวะถดถอย ต่อเนื่องจากไตรมาสก่อน ปัญหาการว่างงานของประเทศต่าง ๆ ยังคงมีอยู่และมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น ใน ส่วนของราคาน้ำมันดิบดูไบในไตรมาส 1 ปี 2552 อยู่ที่ 43.47 USD/Barrel ลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาส 1 ปี 2551 ที่อยู่ที่ 91.03 USD/Barrel เนื่องจากเศรษฐกิจโลกที่ยังคงหดตัว ทำให้ความต้องการน้ำมันลดลง นอกจากนี้ตลาดยังกังวลเกี่ยวกับผลกระทบของโรคไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2009 ที่ระบาดอยู่ใน ขณะนี้อาจจะส่งผลกระทบต่อการใช้ น้ำมัน โดยเฉพาะน้ำมันอากาศยาน จากการท่องเที่ยวและการเดินทางของ สายการบินที่น่าจะลดลง สำหรับสถานการณ์น้ำมันในตลาดโลกราคาน้ำมันยังคงแกว่งตัวขึ้นลง โดยล่าสุดราคาน้ำมันดิบ NYMEX ส่งมอบเดือนมิถุนายน ลดลง 2.50 USD/Barrel โดยมีราคาอยู่ที่ 56.34 USD/Barrel

สำหรับเศรษฐกิจไทยนั้น ในไตรมาสที่ 4 ของปี 2551 ที่ผ่านมา หดตัวร้อยละ 4.3 โดยหดตัว จากไตรมาสที่ 3 ของปี 2551 ที่ขยายตัวร้อยละ 3.9 และหดตัวจากไตรมาสที่ 4 ของปี 2550 ที่ขยายตัว ร้อยละ 5.7 โดยปัจจัยสำคัญที่ทำให้อัตราการขยายตัวหดตัวลง คือ อุปสงค์จากต่างประเทศที่ลดลง เนื่องจากการส่งออกลดลงทั้งสินค้าและบริการ การลงทุนลดลงทั้งในภาครัฐและเอกชน ประกอบกับ การใช้จ่ายของครัวเรือนที่ชะลอตัวลง และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติ คาดว่า เศรษฐกิจไทยในปี 2552 จะหดตัวร้อยละ 1 ถึง 0

ในส่วนของภาคอุตสาหกรรมไทย ในไตรมาสที่ 1 ของปี 2552 ตัวชี้วัดต่าง ๆ ส่วนใหญ่มีการ ปรับตัวลดลงจากไตรมาสที่ผ่านมา และไตรมาสเดียวกันของปี 2551 เช่น ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม (Manufacturing Production Index : MPI) ซึ่งครอบคลุมอุตสาหกรรม 53 กลุ่ม พบว่า ในไตรมาสที่ 1 ของปี 2552 ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมอยู่ที่ระดับ 146.1 ปรับตัวลดลงจากไตรมาสที่ผ่านมา (165.9) ร้อยละ 12.0 และปรับตัวลดลงจากไตรมาสเดียวกันของปี 2551 (187.4) ร้อยละ 22.1 ซึ่งเป็นการปรับตัว ลดลงต่อเนื่องตั้งแต่ไตรมาสที่ผ่านมา โดยดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรมมีการปรับตัวลดลงในเกือบทุก อุตสาหกรรม โดยเฉพาะอุตสาหกรรมหลักที่มีการส่งออกมาก นอกจากนี้ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค และดัชนีความเชื่อมั่นภาคอุตสาหกรรมมีการปรับตัวลดลงจากไตรมาสที่ผ่านมาและไตรมาสเดียวกัน ของปี 2551 เช่นกัน

ขณะที่สถานการณ์การค้าในช่วงไตรมาสที่ 1 ของปี 2552 มีมูลค่าลดลงจากไตรมาสที่ 4 ของ ปี 2551 ซึ่งเป็นผลต่อเนื่องจากวิกฤติการณ์เศรษฐกิจโลกที่เกิดขึ้นในปี 2551 โดยในไตรมาสที่ 1 นี้การค้า ต่างประเทศของไทยมีมูลค่าทั้งสิ้น 60,519.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยเป็นมูลค่าการส่งออกเท่ากับ

33,787.2 ล้านบาทสหรัฐฯ และมูลค่าการนำเข้าเท่ากับ 26,732.5 ล้านบาทสหรัฐฯ ซึ่งเมื่อเทียบกับ ไตรมาสที่แล้วมูลค่าการส่งออกลดลงร้อยละ 12.79 และมูลค่าการนำเข้าลดลงร้อยละ 33.42 และเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน พบว่ามูลค่าการส่งออกลดลงร้อยละ 20.55 สำหรับมูลค่าการนำเข้านั้น ลดลงร้อยละ 37.63 ส่งผลให้ไตรมาสที่ 1 ของปี 2552 มูลค่าการค้าขาดดุล 7,054.7 ล้านบาทสหรัฐฯ ทั้งนี้ ภาพรวมในปี 2552 สถานะตลาดที่ยังคงเผชิญกับปัจจัยเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อทั้งด้านกำลังซื้อและการลงทุนโครงการใหม่ ๆ ทำให้การพัฒนาโครงการใหม่ ๆ น่าจะชะลอลงต่ำกว่าปีก่อนค่อนข้างมาก โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายใหม่ หรือรายย่อย คงจะชะลอการเปิดโครงการ ในระยะนี้ผู้ประกอบการรายใหญ่อาจจะยังคงมีการเปิดโครงการใหม่ออกมาเป็นระยะ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย วิเคราะห์ว่า จำนวนบ้านสร้างเสร็จในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล จะหดตัวถึง 14.8-19.9% โดยลดลงจาก 7.1 หมื่นหน่วย ในปี 2551 เป็น 5.75-6.05 หมื่นหน่วย ในปี 2552 ซึ่งหากจะแยกพิจารณาเป็นรายประเภท อสังหาริมทรัพย์ได้ดังนี้

ธุรกิจบ้านจัดสรร ผู้ประกอบการต้องเร่งระบายสินค้า และเน้นพัฒนารูปแบบทาวน์เฮาส์มากขึ้น ซึ่งแนวโน้มการพัฒนาโครงการจัดสรรใหม่ยังคงชะลอลงอย่างต่อเนื่อง สาเหตุส่วนหนึ่งน่าจะมาจากอุปทานในตลาดที่ยังคงมีอยู่ ซึ่งเป็นผลมาจากการชะลอลงของอุปสงค์ตลอดหลายปีที่ผ่านมา และผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะเน้นการเปิดโครงการที่อยู่อาศัยประเภททาวน์เฮาส์ หรือทาวน์โฮม เนื่องจากสถานะที่ความสามารถในการซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคปรับตัวลดลง แต่ก็ยังสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการซื้อที่อยู่อาศัย ที่มีความเป็นส่วนตัว และมีพื้นที่ใช้สอยมากกว่าห้องชุด แต่ไม่สามารถที่จะซื้อที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวได้ เนื่องจากราคาค่อนข้างสูง

ธุรกิจคอนโดมิเนียม ยังเสี่ยงต่อภาวะอุปทานล้นตลาด แม้ว่าการเปิดโครงการใหม่เริ่มชะลอลงในปี 2551 แต่คาดว่าจำนวนโครงการคอนโดมิเนียมจะทยอยสร้างเสร็จในปี 2552 เข้าสู่ตลาดยังคงมีอยู่จำนวนมาก และประเด็นที่ต้องจับตามอง ได้แก่ ความสมดุลระหว่างอุปสงค์และอุปทานในตลาดคอนโดมิเนียม เนื่องจากคาดว่าในปี 2552 นี้ อุปทานห้องชุดจะยังคงทยอยสร้างเสร็จเข้าสู่ตลาดจำนวนมาก ในขณะที่ความต้องการมีแนวโน้มชะลอลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานะที่ตลาดในปี 2552 ที่เศรษฐกิจชะลอลงรุนแรงและสถาบันการเงินเพิ่มความระมัดระวังมากขึ้นในการปล่อยสินเชื่อ

ธุรกิจรับสร้างบ้าน มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบบ้านเพื่อให้สอดคล้องกับกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ยังคงชะลอลงอยู่ ตลาดบ้านปลูกสร้างเองก็ประสบกับภาวะชะลอลงเช่นเดียวกับธุรกิจอื่น จากปัจจัยลบต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่ออำนาจซื้อของผู้บริโภค สถาบันการเงินระมัดระวังในการอนุมัติสินเชื่อมากขึ้น อีกทั้งผู้บริโภคที่ปลูกสร้างบ้านบนที่ดินของตนเอง จะไม่ได้รับประโยชน์จากมาตรการอสังหาริมทรัพย์ ทำให้ผู้บริโภคบางส่วนอาจจะชะลอการตัดสินใจออกไปจนกว่าเศรษฐกิจปรับตัวในทิศ ทางที่ดีขึ้น บริษัทรับสร้างบ้านอาจจะมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบบ้านให้มีราคาที่สอดคล้องกับ ความสามารถของผู้บริโภคในขณะนี้ และโดยเฉพาะในปัจจุบันราคาวัสดุก่อสร้างบางประเภทปรับตัวลดลง ทำให้บริษัทรับสร้างบ้านน่าจะปรับลดราคาได้

ธุรกิจบ้านมือสอง ธุรกิจบ้านมือสองยังคงเป็นที่สนใจของตลาด โดยสินค้าบางประเภท เช่น ทาวน์เฮาส์ หรือคอนโดมิเนียม ในบางทำเลอาจจะมีความต้องการเพิ่มขึ้น และปัจจัยที่ทำให้บ้านมือสองขยายตัวได้ในปี 2552 ได้แก่ มาตรการลดหย่อนหรือยกเว้นภาษีและค่าธรรมเนียมซื้อที่อยู่อาศัยมือสอง นอกจากนี้ราคาของบ้านมือสองที่ราคาถูกลงกว่า แต่อุปสรรคสำคัญที่มีผลต่อธุรกิจบ้านมือสอง ทำให้บ้านมือสองไม่ได้รับความสนใจเท่าที่ควร คือคุณภาพของสินค้ามือสองไม่สามารถที่จะขายได้ในราคาที่ควรจะเป็น และยังเป็นข้อจำกัดที่ธุรกิจบ้านมือสองยังคงไม่ขยายตัวเท่าที่ควร

แนวโน้มการตลาดอสังหาริมทรัพย์ในปี 2552 น่าจะเป็นปีที่มีการแข่งขันที่รุนแรง โดยเฉพาะการใช้กลยุทธ์ด้านราคาเพื่อเร่งระบายสินค้า ลดภาระต้นทุนและเสริมสภาพคล่องของผู้ประกอบการ เช่น การลดราคาบ้าน การใช้กลยุทธ์ส่งเสริมการขาย เช่น ตกแต่งฟรี หรือการสมนาคุณเฟอร์นิเจอร์ ตกแต่งบ้าน นอกจากนี้ยังมีการทำตลาดระหว่างผู้ประกอบการกับสถาบันการเงินในการนำเสนอ อัตราดอกเบี้ยพิเศษแก่ผู้ที่ต้องการซื้อที่อยู่อาศัย คาดว่ากำลังซื้อที่อยู่อาศัยอาจยังคงไม่ปรับตัวดีขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยความต้องการที่อยู่อาศัยน่าจะจะมีแรงซื้อมาจากความต้องการที่อยู่อาศัยพื้นฐานเพื่อการอยู่อาศัยจริง ที่เป็นตลาดกลุ่มที่มีกำลังซื้อ หรือมีความจำเป็น การเลือกซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในขณะนี้ ได้ปรับเปลี่ยนไปตามสถานะของ ตลาด โดยเฉพาะในภาวะที่ตลาดมีการแข่งขันสูง และมีสินค้าออกสู่ตลาดจำนวนมาก ทำให้ผู้บริโภคมีข้อเปรียบเทียบในแต่ละสินค้ามากขึ้น และผู้บริโภคสามารถที่จะเลือกซื้อที่อยู่อาศัยได้ในราคาที่ถูกลง (รวมถึงการได้รับส่วนลดจากมาตรการภาษีอสังหาริมทรัพย์ ที่ช่วยแบ่งเบาภาระของผู้บริโภคได้ระดับหนึ่ง) และผู้บริโภคจะใช้เวลาในการเลือกที่อยู่อาศัยให้สอดคล้องกับความต้องการของตนเอง

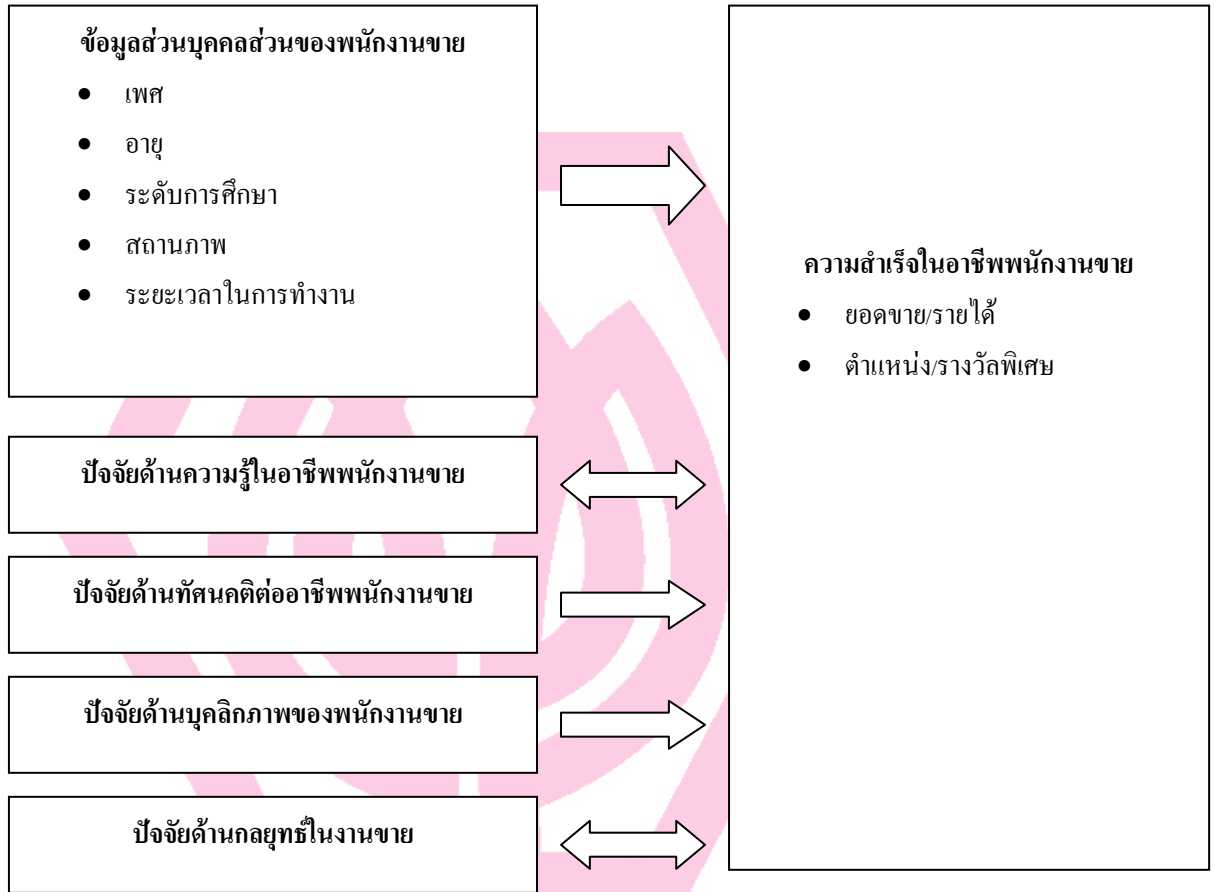
การศึกษาสภาพปัญหาและความสำเร็จในอาชีพขายของพนักงานในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านในเขตกรุงเทพมหานครนับว่าเป็นส่วนหนึ่งของความต้องการและความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการดำเนินงาน เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการจ้างงานในปัจจุบัน ที่สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจความต้องการของสังคมและสงครามการแย่งชิงลูกค้าของผู้ผลิตสินค้าต่างๆ มีมานานแล้วและนับวันดูเหมือนจะยิ่งรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ และกลยุทธ์ซับซ้อนขึ้น แต่พวกเขาไม่ได้ต่อสู้กันโดยตรง แต่อาศัยสื่อเป็นตัวกลางในการทำสงคราม หากฝ่ายไหนยึดพื้นที่สื่อได้ชนิดคู่แข่งตามไม่ทันย่อมได้เปรียบ อีกทั้งด้วยเศรษฐกิจในยุคปัจจุบันนี้ มีผลกระทบต่อการทำงานในหลายแขนง ทำให้เกิดปัญหาการจ้างงานที่ลดลง แต่ด้วยปัจจุบันที่มีร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน เกิดขึ้นและคงอยู่ได้ จึงยังคงมีการหมุนเวียนจ้างพนักงานเพื่อคอยดูแลและบริการลูกค้าอยู่

ทั้งนี้ก็เพื่อให้พนักงานในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ซึ่งต้องมีคุณลักษณะเฉพาะด้านทางด้านการขายและมีคุณภาพในการปฏิบัติงานที่ดี และทำให้พนักงานรู้จักหลักการ กลยุทธ์ในการขาย เช่น พนักงานสามารถอธิบายรายละเอียด ประเภทของตัวผลิตภัณฑ์อุปกรณ์ตกแต่งบ้าน เช่น เฟอร์นิเจอร์ตกแต่งบ้าน สุขภัณฑ์เกี่ยวกับห้องน้ำ เป็นต้น ให้กับผู้บริโภคได้ชัดเจน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคเชื่อถือและมีการกลับมาซื้อซ้ำ

## กรอบแนวคิดการวิจัย

## ตัวแปรอิสระ

## ตัวแปรตาม



## 2.วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมของพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดความสำเร็จในอาชีพขายของพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3. เพื่อศึกษาตัวแปรที่จะทำให้เกิดปัจจัยสู่ความสำเร็จในอาชีพขายของพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านของแต่ละบุคคลและแต่ละสถานที่ในการขาย



### 3.คำถามการวิจัย

1. พนักงานในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ในแต่ละสถานที่จะมีการเผชิญสภาพปัญหาที่แตกต่างกันอย่างไร
2. พนักงานขายในแต่ละสถานที่ จะมีระดับความเครียดและวิธีการจัดการกับความเครียดแตกต่างกันอย่างไร
3. ปัจจัยสู่ความสำเร็จในอาชีพขายของพนักงานในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านของแต่ละคนแต่ละสถานที่นั้นมีความแตกต่างกันอย่างไร

### 4.สมมติฐานของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาปัจจัยสู่ความสำเร็จในอาชีพขายของพนักงานในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยมีสมมติฐานการวิจัยดังต่อไปนี้

- 1.ปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานขายอันประกอบด้วยเพศ อายุ ระดับการศึกษาและระยะเวลาในการทำงานแตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านแตกต่างกัน
- 2.ปัจจัยด้านความรู้ในอาชีพของพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านแตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านแตกต่างกัน
- 3.ปัจจัยด้านทัศนคติต่ออาชีพพนักงานในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน
- 4.ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน
- 5.ปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน

### 5.ขอบเขตของการวิจัย

**ประชากร** คือ พนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยจำนวนพนักงานขายร้านขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน จะประกอบด้วย พนักงานขายจำนวน 2 กลุ่ม ซึ่งได้แก่

- 1.พนักงานขายของห้างโมเดิร์นเทรด มีหน้าที่ในการให้บริการช่วยเหลือในด้านการขายทั่วไป เช่น ร้านโอโมโปร ในปี 2551 มีจำนวนพนักงานขาย ทั้งหมด 3, 662 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2551) เป็นต้น

2. พนักงานขายจากซัพพลายเออร์ของแต่ละสินค้า ซึ่งจะเข้าไปประจำยังสาขาต่าง ๆ โดยเป็นภาระที่ซัพพลายเออร์ของแต่ละสินค้านั้น ที่จะต้องส่งไปประจำ ณ สาขา ต่าง ๆ เพื่อให้บริการในด้านขาย ซึ่งอาจจะจัดส่งพนักงานขายไปประจำในแต่ละสาขา อย่างน้อย 3 คน ตามขนาดของแต่ละสาขา

จากเหตุผลข้างต้นทำให้จำนวนของพนักงานขายของทั้ง 2 ประเภท มีจำนวนไม่แน่นอน ซึ่งทำให้ลักษณะของกลุ่มประชากรดังกล่าว จึงเสมือนว่าเป็นจำนวนประชากรแบบไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ทำให้จำนวนพนักงานขายซึ่งกระจายปฏิบัติงานตามร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และเป็นผู้ซึ่งอยู่ในระหว่างการปฏิบัติงานจริง ผู้วิจัยจึงทำการสุ่มเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานบางส่วนรวมทั้งสิ้น 400 คน

**กลุ่มตัวอย่าง** จากจำนวนพนักงานขายซึ่งกระจายปฏิบัติงานตามร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล คือเป็นผู้ซึ่งอยู่ในระหว่างการปฏิบัติงานจริง ผู้วิจัยจึงทำการสุ่มเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานบางส่วนรวมทั้งสิ้น 400 คน ดังนี้

1. โสมโปร
2. โสมเวิร์ค
3. อินเด็กซ์
4. บุญถาวร
5. ซีเมนต์ไทยโฮมมาร์ท

**ระยะเวลาในการทำวิจัย**

ระยะเวลาในการทำวิจัย 1 ปี

**ขอบเขตของเนื้อหา**

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยสู่ความสำเร็จในอาชีพขายของพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลได้กำหนดขอบเขตเนื้อหาในการศึกษา คือ ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

### 1. ตัวแปรอิสระ

- 1.1. ข้อมูลส่วนบุคคลส่วนหนึ่งของพนักงานขาย
- 1.2. ปัจจัยด้านความรู้ในอาชีพพนักงานขาย
- 1.3. ปัจจัยด้านทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขาย
- 1.4. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานขาย
- 1.5. ปัจจัยด้านกลยุทธ์ในงานขาย

### 2. ตัวแปรตาม

- 1.1. ความสำเร็จในอาชีพพนักงานขาย

## 6. นิยามศัพท์

**แบบฝึกคำพูดขาย** หมายถึง สถานการณ์จำลองการขายสินค้าระหว่างพนักงานขายกับลูกค้า การเข้าพบลูกค้า หมายถึง การที่พนักงานขายต้องเผชิญหน้ากับลูกค้าเป็นขั้นที่มีความสำคัญมากที่จะกระตุ้นหรือจูงใจให้ลูกค้าเกิดความสนใจและประทับใจเป็นครั้งแรก (Firstimpression)

**การเสนอขายสินค้า** หมายถึง การที่พนักงานขายต้องพยายามให้ลูกค้าเกิดความสนใจและต้องการสินค้าให้ได้ โดยการให้ลูกค้ารับรู้ถึงสรรพคุณสินค้า และมีวิธีแก้ไขอย่างไรเพื่อให้ลูกค้าเชื่อมั่นว่าสินค้าและบริการที่พนักงานขายกำลังเสนอขายอยู่นั้น สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

**พนักงานขาย (PC)** หมายถึง พนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 200 คน

**ความสำเร็จในการประกอบอาชีพ** หมายถึง ความสำเร็จของพนักงานขายที่มีต่ออาชีพการขาย ซึ่งจะพิจารณาจากเงินเดือน/รายได้ และตำแหน่ง/รางวัลพิเศษจากการทำงานที่พนักงานขายจะได้รับ

**ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จ** หมายถึง ปัจจัยที่มีผลทำให้พนักงานขายประสบความสำเร็จในอาชีพการขาย ซึ่งประกอบด้วย 4 ปัจจัยหลัก คือ ทักษะคิด, บุคลิกภาพ, ความรู้ที่จำเป็นสำหรับพนักงานขาย, กลยุทธ์ในงานขาย

**ร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน** หมายถึง อุปกรณ์ตกแต่งบ้านและเครื่องใช้ในบ้านเป็นสิ่งที่มนุษย์ออกแบบเพื่อใช้สอยและอำนวยความสะดวก

**ทัศนคติ** หมายถึง ความคิดความรู้สึกที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งเป็นไปได้ทั้งในแง่บวกและแง่ลบ โดยเป็นทัศนคติของพนักงานขาย ที่มีต่ออาชีพงานขายว่าเป็นไปในลักษณะใดเช่น ในเรื่องของความเหมาะสมต่ออาชีพ, ความชำนาญเฉพาะด้าน, ความมั่นคง, การยอมรับจากสังคม, ความภูมิใจในอาชีพ, การได้รับเกียรติจากสังคม, ความซื่อสัตย์ของอาชีพรวมถึงความชำนาญและความสำเร็จในอาชีพ

## 7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. เป็นแนวทางในการพัฒนาพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล
2. เป็นแนวทางในการวางแผนและกำหนดนโยบายให้บริการลูกค้าของร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลให้เป็นรูปแบบที่ชัดเจน
3. เพื่อให้พนักงานทุกคนมีหลักการในการขาย เพื่อสามารถจะดึงดูดลูกค้าให้สนใจในผลิตภัณฑ์ โดยใช้กลยุทธ์การขายที่ดี

## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จในอาชีพขายของพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ในเขตกรุงเทพมหานคร และนำแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้เป็นกรอบแนวความคิด ดังต่อไปนี้

#### 1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

จากสถานการณ์ทางด้านสังคมและวัฒนธรรมที่มีผลต่อการอุปโภคบริโภคในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้เสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

##### 1.1.แนวคิดและทฤษฎีด้านทัศนคติของพนักงานขาย

ทัศนคติ (Attitude) คือ การแสดงออกของความรู้สึก ซึ่งเกิดจากการเรียนรู้ที่มีต่อสิ่งเร้าต่างๆ ซึ่งประเมินผลออกมาในลักษณะของความชอบ หรือไม่ชอบ ความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจในสิ่งต่างๆ นักจิตวิทยาหรือนักวิชาการหลายท่านจึงได้กำหนดความหมายที่เกี่ยวกับทัศนคติไว้มากมาย ที่แตกต่างกันตามความเชื่อและทฤษฎีของแต่ละท่านดังต่อไปนี้

มอร์ และ คอสแตนโซ (Shaw & Costanzo , 1982 : 253) กล่าวว่า ทัศนคติ (Attitude) หมายถึง ลักษณะการประเมินผลเกี่ยวกับแนวความคิดและการตอบสนองต่อสิ่งเร้าต่างๆ ซึ่งผลที่ตามมาก็คือ บุคคลทั้งหลายต่างมีทัศนคติต่อสรรพสิ่งต่างๆ ซึ่งอาจจะเป็นบวก เป็นกลาง หรือเป็นลบก็ได้ (Theory of Social Psychology ,1982 : 253)

โบวี สุตตัน และ ทริล (Bovee, Houston & Thrill ,1995: 121) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึงความโน้มเอียงในด้านบวก (Positive) หรือความโน้มเอียงในด้านลบ (Negative inclination) ของบุคคลที่มีต่อสินค้า บุคคล สถานที่ แนวคิด หรือประเด็นต่าง

เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 106) กล่าวว่า ทัศนคติ (Attitude) หมายถึง ความโน้มเอียงที่เรียนรู้เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจ ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Schiffman and Kanuk ,1994 : 657) หรืออาจหมายถึง การแสดงความรู้สึกภายในที่สะท้อนว่าบุคคลมีความโน้มเอียง พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจต่อบางสิ่ง เช่น ตราสินค้า บริการ ร้านค้าปลีก เนื่องจากเป็นผลของกระบวนการทางจิตวิทยา ทัศนคติไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยตรงแต่ต้องแสดงว่าบุคคลกล่าวถึงอะไร หรือทำอะไร ( เสรี วงษ์มณฑา. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค , 2542 : 106)

ชิฟแมน และ คานุก. (Schiffman and Kanuk , 1994 : 657) กล่าวว่า คำว่า Attitude ภาษาไทยมีคำหลายคำ เช่น ทัศนคติ เจตคติ ท่าทีความรู้สึก แต่ในความหมายของศัพท์ คือ ความพร้อมที่จะปฏิบัติ

(Readiness to act) ถ้าเรามีท่าทีความรู้สึกหรือทัศนคติในเชิงบวก เราย่อมปฏิบัติออกมาในทางบวก แต่ถ้าเรามีท่าทีความรู้สึกในเชิงลบ เราก็ปฏิบัติออกมาในทางลบ ทัศนคติจึงมีลักษณะ

1. ทัศนคติเชิงบวก (Positive attitude) ทำให้เกิดการปฏิบัติออกมาในทางบวก (Actpositively)
2. ทัศนคติเชิงลบ (Negative attitude) ทำให้เกิดการปฏิบัติออกมาในทางลบ (Actnegatively)

พฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากทัศนคติ มีขั้นตอนดังนี้

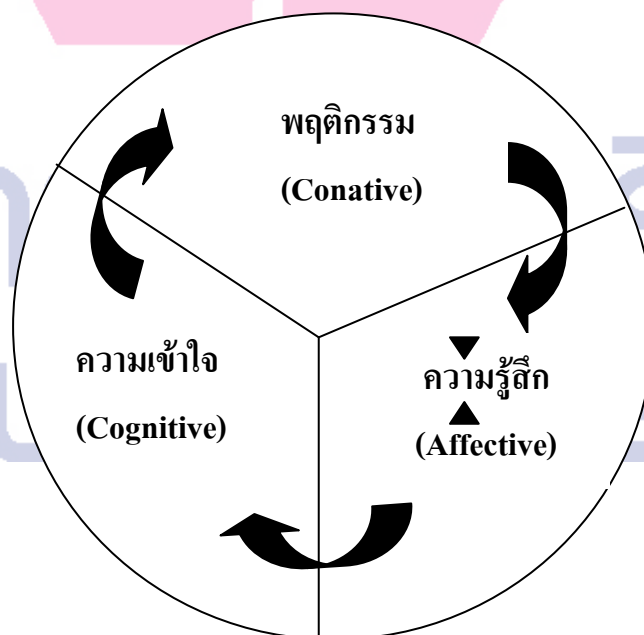
1. K = Knowledge เป็นการเกิดความรู้ เช่น ทราบใหม่ว่าสินค้าตัวนี้ขายที่ใด ภาพยนตร์เรื่องนี้ฉายที่ใด เมื่อเราทราบแล้ว ขั้นตอนต่อไปของพฤติกรรมคือ

2. A = Attitude เป็นการเกิดทัศนคติ เมื่อเกิดความรู้ในขั้นต่อมาจะเกิดความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ ทราบแล้วชอบหรือไม่ ซึ่งความรู้ (Knowledge) และทัศนคติ (Attitude) จะส่งผลไปที่การกระทำ (Practice)

3. P = Practice เป็นการเกิดการกระทำหลังจากที่เกิดความรู้และทัศนคติแล้ว ก็จะเกิดการกระทำ

#### โมเดลโครงสร้างทัศนคติ

โมเดลโครงสร้างทัศนคติ (Structural model of attitudes) การทำความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรม นักจิตวิทยาได้สร้างโมเดลเพื่อศึกษาถึงโครงสร้างของทัศนคติ การกำหนดส่วนประกอบของทัศนคติเพื่อจะอธิบายพฤติกรรมที่คาดคะเน ต่อมาจะสำรวจโมเดลทัศนคติที่สำคัญหลายประการ แต่ละโมเดลมีทัศนคติที่แตกต่างกันเกี่ยวกับส่วนประกอบของทัศนคติและวิธีการซึ่งส่วนต่างๆ เหล่านี้มีการจัดหรือมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน โดยรายละเอียดดังนี้



ภาพประกอบที่ 2-1 แสดงโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ (Tricomponent attitude model)

โมเดลทัศนคติ (Good , 1973 : 48) ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

1. ส่วนของความเข้าใจ (Cognitive component) หมายถึง ส่วนหนึ่งของโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ ซึ่งแสดงถึงความรู้ (Knowledge) การรับรู้ (Perception) และความเชื่อถือ (Beliefs) ซึ่งผู้บริโภคมีความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ชิฟแมน และ คานุก (Schiffman and Kanuk ,1994 : 658) ส่วนของความเข้าใจเป็นส่วนประกอบส่วนแรก ซึ่งก็คือความรู้และการรับรู้ที่ได้รับ จากการประสมกับประสบการณ์โดยตรงต่อทัศนคติและข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากหลายแหล่งข้อมูล ความรู้นี้และผลกระทบต่อการรับรู้จะกำหนดความเชื่อถือ (Beliefs) ซึ่งหมายถึง สภาพด้านจิตใจ ซึ่งสะท้อนความรู้เฉพาะอย่างของบุคคล และมีการประเมินเกี่ยวกับความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งก็คือการที่ผู้บริโภคมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่ง คุณสมบัติของสิ่งหนึ่ง หรือพฤติกรรมเฉพาะอย่างจะนำไปสู่ผลลัพธ์เฉพาะอย่าง

2. ส่วนของความรู้สึก (Affective component) หมายถึง ส่วนของโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการซึ่งสะท้อนถึงอารมณ์ (Emotion) หรือความรู้สึก (Feeling) ของผู้บริโภคที่มีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ชิฟแมน และ คานุก (Schiffman and Kanuk ,1994 : 657) ส่วนของอารมณ์และความรู้สึกมีการค้นพบโดยผู้วิจัยผู้บริโภค ซึ่งมีการประเมินผลเบื้องต้นโดยธรรมชาติ ซึ่งมีการค้นพบโดยการวิจัยผู้บริโภค ซึ่งประเมินทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยการให้คะแนนความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ ดีหรือเลว เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย การวิจัยได้ระบุว่าสภาพอารมณ์จะสามารถเพิ่มประสบการณ์ด้านบวกหรือลบ ซึ่งประสบการณ์จะมีผลกระทบด้านจิตใจและวิธี ซึ่งบุคคลปฏิบัติการใช้การวัดการประเมินผลถึงทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยอาศัยเกณฑ์ ดี-เลว ยินดี-ไม่ยินดี

3. ส่วนของพฤติกรรม (Conative component หรือ Behavior หรือ Doing) หมายถึง ส่วนหนึ่งของโมเดลองค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ ซึ่งสะท้อนถึงความน่าจะเป็นหรือแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมของผู้บริโภค ด้วยวิธีใดวิธีหนึ่งต่อทัศนคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรืออาจหมายถึงความตั้งใจที่จะซื้อ (Intention to buy) ชิฟแมน และ คานุก (Schiffman and Kanuk , 1994 : 658) จากความหมายนี้ส่วนของพฤติกรรมจะรวมถึงพฤติกรรมที่เกิดขึ้น รวมทั้งพฤติกรรมและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค ด้วยคะแนนความตั้งใจของผู้ซื้อสามารถนำไปใช้เพื่อประเมินความน่าจะเป็นของการซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค หรือพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง

#### ลักษณะทั่วไปของทัศนคติ

ทัศนคติเป็นความรู้สึกที่ซับซ้อนบ่งบอกลักษณะทางจิตใจ อารมณ์ ของบุคคล ซึ่งอาจเป็นลักษณะที่ไม่แสดงออกมามากมายนอกให้บุคคลอื่นเป็นหรือเข้าใจก็ได้ ซึ่งมีลักษณะทั่วไป 5 ประการ ดังนี้

1. ทัศนคติเป็นเรื่องของอารมณ์ (Feeling) อาจเปลี่ยนแปลงได้ตามเงื่อนไขหรือสถานการณ์ต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคคลจะมีการกระทำที่เสแสร้ง โดยแสดงออกไม่ให้ตรงกับความรู้สึกของตน เมื่อเขารู้ตัวหรือรู้ว่ามีคนสังเกต

2. ทัศนคติเป็นเรื่องเฉพาะตัว (Typical) ความรู้สึกของบุคคลอาจเหมือนกันแต่รูปแบบการแสดงออกแตกต่างกันไป หรืออาจมีการแสดงออกที่เหมือนกันแต่ความรู้สึกต่างกันได้

3. ทิศนคติมีทิศทาง (Direction) การแสดงออกของความรู้สึกสามารถแสดงออกได้สองทิศทางเช่น ทิศทางบวกเป็นทิศทางที่สังคมปรารถนา และทิศทางลบเป็นทิศทางที่สังคมไม่ปรารถนา เป็นต้น

4. ทิศนคติความเข้ม (Intensity) ความรู้สึกของบุคคลอาจเหมือนกันในสถานการณ์เดียวกันแต่อาจแตกต่างกันในเรื่องของความเข้มที่บุคคลรู้สึกมากน้อยต่างกัน

5. ทิศนคติความเข้มต้องมีเป้าหมาย (Target) ความรู้สึกจะเกิดขึ้นลอยๆ ไม่ได้  
ลักษณะที่สำคัญของทิศนคติสรุปได้ ดังนี้ (วาสนา ประมวลพฤษัย, 2545 : 5)

1. ทิศนคติเป็นการเตรียมหรือความพร้อมในการตอบสนองต่อสิ่งเร้าในทางที่ชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งนั้นๆ ซึ่งการเตรียมนั้น จะเป็นการเตรียมภายในของจิตใจมากกว่าภายนอกที่จะสังเกตเห็นได้

2. สภาพของความพร้อมจะตอบสนองนั้นเป็นลักษณะที่ซ้ำซ้อนของบุคคลที่จะยอมรับหรือไม่ยอมรับ ชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งต่างๆ จะเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับอารมณ์ด้วยซึ่งสิ่งที่ยอมรับไม่ได้และบางครั้งไม่มีเหตุผล

3. ทิศนคติไม่ใช่พฤติกรรมแต่เป็นสภาวะทางจิตใจที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดและเป็นตัวกำหนด แนวทางในการแสดงออกของพฤติกรรม

4. ทิศนคติไม่สามารถวัดได้โดยตรง แต่สามารถสร้างเครื่องมือวัดพฤติกรรมที่แสดงออกมาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการทำนายหรืออธิบายได้

5. ทิศนคติเกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ บุคคลจะมีทิศนคติในเรื่องเดียวกันแตกต่างกันได้ด้วยสาเหตุหลายประการ เช่น สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคม ระยะเวลา เขาวนปัญญา เป็นต้น

6. ทิศนคติมีความคงที่และแน่นอนพอสมควรแต่อาจเปลี่ยนแปลงได้เมื่อประสบสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมใหม่แตกต่างไปจากเดิม

เนื่องจากทิศนคติบางอย่างไม่คงที่อาจเปลี่ยนแปลงได้เมื่ออยู่ในสิ่งแวดล้อมต่างگونงค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทิศนคติมี 3 ประการ ดังนี้

1. การยินยอม (Compliance) จะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับอิทธิพลจากผู้อื่นเพราะต้องการให้ผู้อื่นปฏิบัติในทางที่ตนต้องการพึงพอใจ

2. การลอกเลียนแบบ (Identification) จะเกิดจากการที่บุคคลนั้นยอมรับอิทธิพลจากผู้อื่นเพราะต้องการสร้างพฤติกรรมของตนขึ้นให้เหมือนกับบุคคลอื่นให้สังคม เพื่อที่จะติดต่อหรือมีความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นได้

3. การเปลี่ยนแปลงอย่างเหมาะสมกับความต้องการมีอยู่ในตัวเอง (Internalization) เกิดขึ้นจากการที่บุคคลยอมรับอิทธิพลหรือพฤติกรรมต่างๆ เพราะเห็นว่าเหมาะสมกับระบบค่านิยมที่มีอยู่ในตัวของเขาเองสอดคล้องกับความต้องการซึ่งเป็นเบื้องหลังอยู่แล้ว

จะเห็นได้ว่าลักษณะทั่วไปของทัศนคติที่ทำให้เกิดการแสดงออกของพฤติกรรมต่างๆ ทำให้แนวทางการวัดพฤติกรรมด้านความรู้สึกแตกต่างไปจากพฤติกรรมด้านทักษะกลไก

## 1.2. ทฤษฎีแรงจูงใจของพนักงานขาย

ในการทำงานกฎเกณฑ์และหลักการย่อมเป็นตัวควบคุมให้งานบรรลุเป้าหมาย แต่พอปฏิบัติจริง แล้วแม้กฎเกณฑ์หลักการที่ดีก็ยังคงถูกคนเอาใจเอาเปรียบ คือ ทำตามบ้างไม่ยอมทำตามบ้าง จากการศึกษาของนักวิชาการหลายสาขาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ห้วงค์กร พบว่า ธรรมชาติของมนุษย์มีค่าเฉลี่ยสูงมากในการไม่ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ ด้วยเหตุนี้งานจึงไม่ถึงเป้าหมาย ดังนั้นนักวิชาการจึงพยายามหาทางจูงใจให้เกิดการทำงานขึ้น โดยการกระตุ้นหรือจูงใจให้เกิดพลังที่จะต่อสู้ไปอย่างไม่ท้อถอย ซึ่งนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความคิดเห็นดังนี้

### ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow Theory of Motivation)

เป็นการศึกษาถึงประเภทความต้องการต่างๆของบุคคลที่เป็นแรงจูงใจให้เกิดพฤติกรรมต่างๆ ออกมาลำดับความต้องการของมาสโลว์มี 5 ระดับด้วยกัน โดยเริ่มจากความต้องการระดับพื้นฐานดังต่อไปนี้

1. ความต้องการทางกายภาพ (Physiological Needs) เป็นระดับความต้องการระดับแรกของมนุษย์เช่น ความต้องการอาหาร น้ำ การนอนหลับ ที่อยู่อาศัย ความต้องการทางเพศ
2. ความต้องการความปลอดภัยและความมั่นคง (Safety and Security Needs) เช่นความปลอดภัยจากอันตรายต่างๆ ต้องการได้รับการคุ้มครอง ต้องการความมั่นคงของชีวิต สุขภาพแข็งแรง ต้องการอนามัยที่ดี
3. ความต้องการด้านสังคม (Social Needs) เป็นความต้องการทั้งในแง่ความรัก ความอบอุ่น การยอมรับในสังคม
4. ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) เป็นความต้องการความยกย่องส่วนตัว(Self Esteem) ความนับถือ (Recognition) และสถานะจากสังคม (Status) จากสังคม เช่น ความต้องการความมีชื่อเสียง การเคารพนับถือจากสังคม
5. ความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต (Self- Actualization Needs) เช่น ความต้องการปรารถนาความสำเร็จ





ภาพประกอบที่ 2-2 แสดงลำดับขั้นความต้องการตามทฤษฎีของมาสโลว์ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2548 : 68)

### 1.3.ทฤษฎีเกี่ยวกับบุคลิกภาพของพนักงานขาย

ลักษณะของบุคลิกภาพ (Personality) หมายถึง ลักษณะด้านจิตวิทยาภายในของบุคคลเป็นสิ่งที่กำหนดและสะท้อนถึงวิธีการซึ่งบุคคลหนึ่งตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมของเขา หรืออาจหมายถึง การตอบสนองจากสิ่งกระตุ้นที่เป็นสิ่งแวดล้อมบุคลิกภาพ หมายถึง พัฒนาการที่มีมายาวนานของมนุษย์ ตั้งแต่แรกจนเติบโตเป็นผู้ใหญ่ พัฒนาการของบุคลิกภาพสามารถสรุปได้ 5 ประการ ดังนี้

1. บุคลิกภาพเป็นนิสัยโดยรวมของคน
2. บุคลิกภาพเป็นสิ่งที่พัฒนาระยะยาว
3. บุคลิกภาพเป็นสิ่งที่คงทนยาวนาน
4. บุคลิกภาพเป็นตัวกำหนดแบบปฏิกิริยาโต้ตอบ (Reaction) ของมนุษย์ที่มีต่อสิ่งแวดล้อม เช่น เมื่อเกิดเพลิงไหม้จะอย่างไร เมื่อเกิดแผ่นดินไหวจะอย่างไร เป็นต้น
5. บุคลิกภาพเปลี่ยนแปลงได้ มักจะเปลี่ยนแปลงได้เมื่อเกิดวิกฤติที่ร้ายแรงเข้ามาในชีวิต ซึ่งเป็นเหตุการณ์ในชีวิตที่สำคัญ เช่น การแต่งงาน การมีบุตร ความตายของผู้เป็นที่รัก การหย่าร้าง เป็นต้น

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพ (Theories of Personaility) ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพในนี้จะอธิบายถึง 3 ทฤษฎี (เสรี วงษ์มณฑา , 2542 : 66) ได้แก่

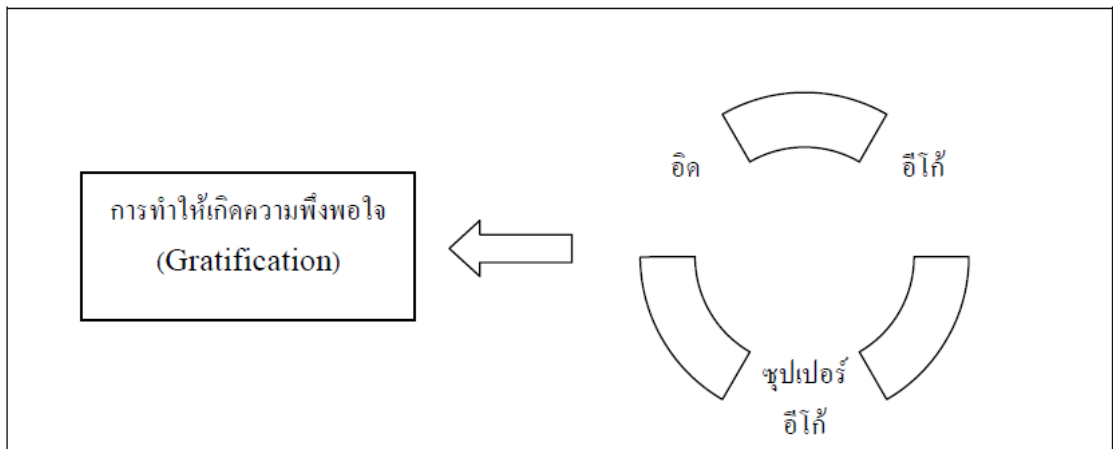
ทฤษฎีฟรอยด์ (Freudian Theory) หรือทฤษฎีจิตวิเคราะห์ของฟรอยด์ (Freud's Psychoanalytic Theory)

ทฤษฎีบุคลิกภาพตามค่านิยมของบุคคล (Types Based on Values)

ทฤษฎีลักษณะ (Trait Theory)

ทฤษฎีบุคลิกภาพเหล่านี้ได้มีการเลือกอภิปรายถึงบทบาทที่เด่นชัด เพื่ออภิปรายถึงบทบาทที่เด่นชัด เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมผู้บริโภครและบุคลิกภาพ

ทฤษฎีฟรอยด์ (Freudian Theory) หรือทฤษฎีจิตวิเคราะห์ของฟรอยด์ (Freud's Psychoanalytic Theory) เป็นหลักสำคัญของหลักจิตวิทยาในปัจจุบัน ทฤษฎีนี้กำหนดโดยหลักของความต้องการหรือสิ่งเร้าที่ไม่รู้สึกตัวหรือจิตใต้สำนึก (Unconscious Needs or Drive) โดยเฉพาะสิ่งเร้าทางเพศและความต้องการด้านร่างกายอื่น ๆ เป็นสิ่งสำคัญในการจูงใจมนุษย์ หรืออาจหมายถึงระบบบุคลิกภาพของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยอิด อีโก้ และซุเปอร์อีโก้ ฟรอยด์กำหนดทฤษฎีนี้โดยถือเกณฑ์การรวบรวมข้อมูลซ้ำแล้วซ้ำอีกจากคนไข้จากประสบการณ์ของเด็กในตอนแรก การวิเคราะห์ความพันลักษณะเฉพาะอย่างด้านจิตใจและปัญหาการปรับตัว จากการวิเคราะห์ของฟรอยด์ของฟรอยด์พบว่าบุคลิกภาพของประกอบด้วยปัจจัย 3 ประการที่เกี่ยวข้องกัน (อิด อีโก้ และซุเปอร์อีโก้) ดังภาพประกอบ



ภาพประกอบที่ 2-3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอิด อีโก้ และซุเปอร์อีโก้ (เสรี วงษ์มณฑา , 2542: 66)

(Interrelationship Among Id, Ego and Superego)

1. อิด (ID)

เป็นความคิดที่เกี่ยวข้องกับสิ่งกระตุ้นหรือสิ่งเร้าที่มีมาตั้งแต่เดิม เป็นส่วนของบุคลิกภาพซึ่งเกิดจากแรงกระตุ้นอย่างหยาบ (Primitive Drive) และความรู้สึกที่กระตุ้นให้บุคคลพยายามตอบสนองความต้องการของเขา หรืออาจหมายถึง แหล่งของพลัง ด้านจิตวิทยา ด้านจิตใจและการแสวงหาความพึงพอใจตามความต้องการของร่างกายและความต้องการการตามสัญชาตญาณ จากความหมายที่กล่าวมาอิดจึงมีลักษณะ คือ

1.1 เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของร่างกาย เช่น ความหิว กระหาย และความต้องการทางเพศ ซึ่งบุคคลต้องแสวงหาความพึงพอใจในทันทีทันใด ซึ่งถือว่าเป็นแรงกระตุ้นตามสัญชาตญาณ (Instinctual Drive)

1.2 เป็นจิตใต้สำนึก (Unconscious) ซึ่งเกิดจากการความต้องการของร่างกาย (Biological)

1.3 เป้าหมายของอิด คือ ทำให้บุคคลเกิดความสุขความพึงพอใจและลดความเจ็บปวด(ลดความตึงเครียด)

1.4 อิดเป็นบุคลิกภาพซึ่งยังไม่ได้รับการขัดเกลา ตัวอย่างการสูบบุหรี่หรือดื่มสุราเพื่อลดความตึงเครียดถือว่าเป็นเกิดจากอิด

1.5 เมื่อบุคคลไม่สามารถสนองความต้องการที่เกิดจากอิดจะเกิดความวิตกกังวล (Neurotic Anxiety)

1.6 การทำงานของอิดเป็นการตัดขาดจากโลกภายนอก

## 2. อีโก้ (Ego)

หมายถึงส่วนหนึ่งของบุคลิกภาพซึ่งอยู่ในการควบคุมโดยจิตสำนึกของแต่ละบุคคลซึ่งทำหน้าที่คอยตรวจสอบภายในโดยพยายามให้เกิดความสมดุลระหว่างความต้องการอย่างหยาบของอิดและเงื่อนไขทางสังคมวัฒนธรรมของซูเปอร์อีโก้ จากความหมายที่กล่าวมา อีโก้จึงมีลักษณะ ดังนี้

2.1 เป็นส่วนที่จะประนีประนอมความต้องการจากอิดโดยหาวิธีที่จะต้องการให้ถูกต้องและความเหมาะสม

2.2 เป็นการรับรู้ที่มีสติ (Conscious Perception) เพื่อหาวิธีการตอบสนองที่ถูกต้องเป็นส่วนของบุคลิกภาพที่มีเหตุผลและมีการรับรู้ที่ดี

2.3 อีโก้จะรวมการรับรู้ (Perception) และกระบวนการความคิดหรือความเข้าใจ (Cognitive Process) เข้ามาด้วย

2.4 เป็นความกังวลที่เกิดจากสถานการณ์โลกภายนอกที่เป็นจริง (Realistic Anxiety) ตัวอย่างการดื่มสุราโดยทั่วไปถือว่าเป็นผิดต่อซูเปอร์อีโก้ (ความรู้สึกลึก ผิดชอบชั่วดี) คือ ผิดศีลข้อที่ 5 นักการตลาดจึงเลือกใช้แนวความคิดในการโฆษณาโดยอาศัยประเด็นการดื่มเพื่อพบปะสังสรรค์เพื่อให้ผู้บริโภคดื่มหรือมองข้ามจุดที่ผิดต่อซูเปอร์อีโก้ แต่ไม่ผิดต่ออีโก้

## 3. ซูเปอร์อีโก้ (Superego)

แสดงถึงความต้องการส่วนบุคคลหรือสังคมซึ่งใช้เพื่อ กำหนดเงื่อนไขด้านจรรยาบรรณของพฤติกรรม หรือหมายถึง ความคิดเกี่ยวกับการแสดงความต้องการภายในทางด้านศีลธรรมและลักษณะจรรยาบรรณที่ควรปฏิบัติของสังคม จากความหมายที่กล่าวมาซูเปอร์อีโก้จะมีลักษณะดังนี้

3.1 บทบาทของซูเปอร์อีโก้ จะมองว่าบทบาทของแต่ละบุคคลจะสนองความต้องการการยอมรับของสังคม ซูเปอร์อีโก้ จึงเป็นข้อห้าม ข้อผูกมัดหรือข้อยับยั้งด้านจิตใจในสิ่งกระตุ้นอย่างหยาบที่เกิดขึ้นจากอิด

3.2 เป็นระบบการควบคุม (Control System) ความต้องการจากอดีตให้แสดงออกตามความต้องการตามเงื่อนไขด้านศีลธรรม (Moral) และจรรยาบรรณ (Ethical)

3.3 เป็นส่วนของมโนธรรมหรือจิตสำนึก (Conscious) ซึ่งเป็นความอายและความกลัวต่อบาป ตัวอย่าง การสูบบุหรี่ที่มีผลกระทบต่อสุขภาพของผู้ที่ใกล้ชิดถือว่าผิดต่อซุเปอร์อีโก้ด้วย

3.4 เป็นความวิตกกังวลด้านศีลธรรม (Moral anxiety) ตัวอย่างบุคคลที่ไปสูบบุหรี่ในห้องน้ำถือว่าขัดแย้งกับซุเปอร์อีโก้แต่ไม่ขัดต่ออีโก้ แต่ถ้าสูบบุหรี่บนรถประจำทางผิดต่ออีโก้และซุเปอร์อีโก้ด้วย

บุคลิกภาพทั้งสามที่อยู่ภายใต้มนุษย์จะคอยต่อสู้กัน นักการตลาดต้องเข้าใจทฤษฎีดังกล่าวเป็นอย่างดีเพื่อจะได้เข้าใจพฤติกรรมการใช้ผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค ซึ่งโดยทั่วไปแล้วผู้บริโภคจะใช้ผลิตภัณฑ์ตามอีโก้หรือยึดมั่นในความเป็นตัวเอง

สังคมธุรกิจในปัจจุบันซุเปอร์อีโก้ สำคัญที่สุดมีคำกล่าวว่า เราเป็นลูกหลานยุคแห่งความเสียบงัน คือ ตัวตนที่แท้จริงของเราซึ่งต้องอยู่ในความเสียบงัน เช่น นาย ก. ทำงานอยู่บริษัทหลักทรัพย์ กำลังไปเชิญชวนลูกค้าให้มากู้เงิน 40 ล้านบาท ไปตั้งโรงงาน เมื่อเปิดกระเป๋าถือของนาย ก. ควรจะพบวารสาร “ผู้จัดการ” หรือ “ฐานเศรษฐกิจ” แต่ถ้าเปิดกระเป๋าแล้วพบหนังสือ “191” “ไฟกลางคืน” ลูกค้าที่กู้เงินนาย ก. 40 ล้านบาท ต้องเกิดความเชื่อถือนาย ก. อย่างแน่นอน ดังนั้น ถึงนาย ก. จะชอบหนังสือเหล่านั้นอย่างแท้จริงก็ต้องเก็บไปอ่านที่บ้านไม่ให้ใครเห็น หรือเมื่อพบลูกค้าที่มาพร้อมกับลูก เราต้องพยายามให้ลูกค้าเห็นว่าเราชอบเด็กด้วยการทักทายลูกค้า เป็นต้น จากตัวอย่างเป็นลักษณะของบุคคลที่ต้องเก็บตัวตนที่แท้จริงของตนเองให้อยู่ในความเสียบงันเอง

#### **ทฤษฎีบุคลิกภาพตามค่านิยมของบุคคล**

ทฤษฎีบุคลิกภาพตามค่านิยมของบุคคล (Types Based on Basic Values) เป็นอีกทฤษฎีหนึ่งที่แบ่งบุคลิกภาพของมนุษย์ออกเป็น 6 ประเภท โดยขึ้นอยู่กับค่านิยม ซึ่งจริง ๆ แล้วมนุษย์ไม่ว่าจะมีลักษณะอย่างไรอย่างหนึ่งเพียงอย่างเดียว แต่มนุษย์จะมีลักษณะอย่างอื่นอยู่บ้าง โดยจะมีความโน้มเอียงเน้นไปที่ใดที่หนึ่ง บุคลิกภาพทั้ง 6 ประเภท ดังนี้

1. มนุษย์ทฤษฎีนิยัม (Theoretical Man)
2. มนุษย์ทฤษฎีเศรษฐกิจนิยัม (Economic Man)
3. มนุษย์ทฤษฎีสุนทรียนิยัม (Aesthetic Man)
4. มนุษย์ทฤษฎีสมาคมนิยัม (Social Man)
5. มนุษย์ทฤษฎีอำนาจนิยัม (Political Man)
6. มนุษย์ทฤษฎีคุณธรรมนิยัม (Religious Man)

#### **ประเภทที่ 1 มนุษย์ทฤษฎี (Theoretical Man)**

เป็นบุคคลที่เน้นในเรื่องทฤษฎีและเหตุผลหมายความว่า ถ้าจะซื้อสินค้า บุคคลประเภทนี้จะถามว่าทำไม เพราะอะไรถ้าพนักงานขายบอกว่าเห็นผลิตภัณฑ์รักษาโรคได้ เขาจะถามว่ามีสารอะไร หรือ

สารนี้มีประโยชน์อย่างไร บุคคลประเภทนี้จะไม่ยอมรับอะไรง่ายๆ จะมีคำถามอยู่ตลอดเวลา ผู้มีการศึกษาสูงจะเป็นบุคคลประเภทนี้มาก เช่นแพทย์ วิศวกร สถาปนิก นักบัญชี เป็นต้น สินค้าที่ขายต้องเป็นสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ และเน้นด้านเหตุผลเป็นสำคัญ

### **ประเภทที่ 2 มนุษย์เศรษฐกิจนิยม (Economic Man)**

เป็นบุคคลที่มีบุคลิกที่เน้นถึงความประหยัดคำนึงถึงความคุ้มค่าของเงิน หาซื้อสินค้าราคาถูก จะซื้อสินค้าโดยพิจารณาว่าคุ้มค่าหรือไม่คุ้มค่า ถูกที่สุดหรือยังชอบส่วนลด ของแจก ของแถม มีความหวั่นไหวต่อราคา เป็นลักษณะนิสัยของบุคคลประเภทนี้ ดังนั้น การทำการตลาดกับบุคคลกลุ่มนี้ต้องใช้วิธีส่งเสริมการขาย (SalesPromotion) ให้มาก

### **ประเภทที่ 3 มนุษย์สุนทรีย์นิยม (Aesthetic Man)**

เป็นบุคคลที่เน้นที่รูปแบบ ชัดชัดกับรูปแบบมากกว่าสิ่งใด ๆ ซื้อสินค้าอะไรมักเน้นความสวยเป็นหลัก เช่น เสื้อสวย ไฟหน้าสวย ไฟท้ายสวย ถ้าถูกใจจะซื้อทันที ส่วนเครื่องยนต์สตาร์ทติดก็ใช้ได้แล้ว หรือรองเท้าที่ใส่ทนทานจะไม่อยากได้เพราะต้องการใส่ให้ขาดก่อนที่รูปแบบของรองเท้าจะล้าสมัย บุคคลประเภทนี้สนใจเรื่องการออกแบบ หีบห่อ รูปแบบและยี่ห้อเป็นหลักส่วนเรื่องราคา คุณภาพจะไม่สนใจ แต่ถ้ารูปลักษณ์สวยบุคคลประเภทนี้จะซื้อ

### **ประเภทที่ 4 มนุษย์สมาคมนิยม (Social Man)**

เป็นบุคคลที่ทำอะไรเพื่อคนอื่น จะมีมากที่สุดในสังคมที่ชอบออกงานสังคม ชอบแสดงออกให้คนอื่นดู เช่น การแต่งกาย การจัดบ้าน เป็นต้น โดยจะสนใจความชอบของผู้อื่นมากกว่าสนใจความชอบของตนเอง ดังนั้น สินค้าที่ขายดีทุกวันนี้เพราะมนุษย์เราเป็นมนุษย์สมาคมนิยมนั่นเอง

### **ประเภทที่ 5 มนุษย์อำนาจนิยม (Political Man)**

ผู้ที่ชอบแสดงความเป็นผู้นำหมายความว่าไม่ชอบทำอะไรซ้ำแบบใคร ต้องทำในสิ่งที่ไม่เหมือนคนอื่น เป็นผู้ที่เห็นคนอื่นใช้สินค้าที่เหมือนกับตนมาก ๆ แล้วอยากจะเลิกใช้สินค้านั้นเพื่อไปหาสิ่งใหม่ๆ มีสินค้าอะไรออกมาบุคคลประเภทนี้จะซื้อก่อนคนอื่นเสมอ เรียกว่า ผู้รับนวัตกรรมใหม่ (Innovator)

### **ประเภทที่ 6 มนุษย์คุณธรรม (Religious Man)**

เป็นบุคคลที่มีลักษณะใจบุญ ทำสิ่งใดด้วยความเคารพต่อกฎระเบียบ กติกา ทำด้วยความมีน้ำใจและด้วยความถูกต้อง บุคคลประเภทนี้อาจซื้อสินค้าเพื่อช่วยคนอื่นอยากอุดหนุนพ่อค้า แม่ค้า ด้วยความเมตตา เช่น เห็นคนแก่ขายขนมเห็นคนพิการหรือคนแก่มาขายล็อตเตอรี่ก็ซื้อ ทั้งๆ ที่ตนเองเป็นคนไม่ชอบล็อตเตอรี่ เป็นต้น ในการซื้อสินค้ามักมีคำถามว่าถูกกฎหมาย หรือไม่ผิดธรรมเนียมหรือไม่รวมอยู่ด้วยเสมอ

การจัดบุคลิกภาพ ตามการจัดประเภทผู้ยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยอาศัยเส้นกระบวนการยอมรับ (Adoption Curve) เนื่องจากบุคคลมีความแตกต่างกัน บางคนยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ในช่วงแรก แต่บางคนจะยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ในช่วงหลัง โดยได้จัดประเภทผู้ยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ออกเป็นกลุ่ม

ตามเกณฑ์ใหม่ออกเป็นกลุ่ม ตามเกณฑ์ระยะเวลาของการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ออกเป็น 5 กลุ่ม ซึ่งนักการตลาดใช้เป็นเกณฑ์ในการกำหนดตลาดเป้าหมายสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ดังนี้

1. กลุ่มผู้รับนวัตกรรมใหม่ (Innovators) เป็นกลุ่มที่มีความกระตือรือร้นที่จะทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่
2. กลุ่มผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ครั้งแรก (Early Adopters) เป็นกลุ่มที่รองลงมาจากกลุ่มแรกค่อนข้างจะอยู่แนวหน้า
3. กลุ่มทันสมัย (Late Adopters) เป็นกลุ่มที่อยู่กลาง ๆ เป็นผู้ที่ซื้อสินค้าที่กำลังเป็นที่นิยมกันอย่างมาก
4. กลุ่มตามสมัย (Laggards) เป็นกลุ่มที่มีความล่าช้าแต่ยังไม่มากนัก โดยจะซื้อสินค้าหลังจากคนอื่นใช้กันมากแล้ว เช่น เป็นผู้ที่มิบัตร ATM บัตรวิซ่า โทรศัพท์มือถือหลังบุคคลอื่นเป็นต้น
5. กลุ่มด้าสมัย (Laggards) เป็นกลุ่มที่ยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ช้าที่สุด เป็นกลุ่มสุดท้ายที่ยอมรับนวัตกรรม

การแบ่งบุคลิกภาพของมนุษย์ในการยอมรับสิ่งใหม่หรือไม่ยอมรับสิ่งใหม่ สามารถแบ่งได้เป็น 5 ประเภท ดังนี้

1. กลุ่มนวัตกรรม (Innovative) เป็นกลุ่มที่ชอบทำอะไรก่อนคนอื่น
2. กลุ่มที่ชอบเป็นผู้นำ (Political Man) เป็นกลุ่มที่ต้องการเป็นผู้นำแต่ไม่เร็วเท่ากับกลุ่มแรก
3. กลุ่มที่ชอบทำอะไรเพื่อคนอื่น (Social Man) เป็นกลุ่มที่ชอบออกงานสังคมและชอบทำอะไรเพื่อให้คนอื่นสนใจ ยอมรับ และยกย่อง
4. กลุ่มตัดสินใจโดยใช้เกณฑ์เศรษฐกิจ (Optimum Economic) เป็นกลุ่มที่ตัดสินใจโดยถือเกณฑ์ประโยชน์และประหยัด ดังนั้น กลุ่มนี้ต้องกระตุ้นตัวสินค้าทำการลดราคา การแจกของแถมหรือการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) อื่นๆ
5. กลุ่มชอบความแปลกใหม่ (Variety) เป็นกลุ่มที่ชอบความหลากหลาย ความแปลกใหม่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ การจัดประเภทบุคลิกภาพตามนิยมในสังคม (Types Based on Social Values) ดังนี้

**แบบที่ 1** ผู้ที่คำนึงถึงธรรมเนียมนิยม (Tradition Directed) แบบนี้เทียบได้กับมนุษย์คุณธรรมนิยม (Religious Man) คือเป็นมนุษย์ธรรมเนียมนิยมทำอะไรโดยเคารพกฎระเบียบของสังคม ทำตามขนบธรรมเนียมประเพณีตามกฎหมาย คนเชื้อสายจีนจะมีลักษณะนี้มากที่สุดโดยสังเกตจากขนบธรรมเนียมประเพณีชาวจีนจะมีลักษณะนี้มากที่สุดโดยสังเกตจากขนบธรรมเนียมประเพณีของชาวจีนที่ยังคงมีอยู่ เช่น ประเพณีไหว้พระจันทร์ ประเพณีการฝังศพ เป็นต้น

**แบบที่ 2** ผู้ที่คำนึงถึงตนเอง (Inner Directed) บุคลิกภาพแบบนี้คล้ายกับฟรอยด์ ในส่วนที่เป็นอีโก้ที่ยึดถือตัวเองเป็นหลัก ยึดมั่นในความเป็นปัจเจกชนมากที่สุด

**แบบที่ 3** ผู้ที่คำนึงถึงคนอื่น (Other Directed) บุคลิกภาพแบบนี้คล้ายกับมนุษย์ประเภทที่ 4 ใน ทฤษฎีบุคลิกภาพตามค่านิยม คือ มนุษย์สังคมนิยม (Social Man) นั่นคือ มนุษย์สังคมนิยมเป็นผู้ที่ทาสีง ใดเนื่องจากมีบุคคลอื่นผลักดันให้ทำสิ่งนั้นหรือทำเพื่อแสดงให้ผู้อื่นชื่นชมไม่ใช่ทำเพราะตัวเอง ต้องการทำ

### ทฤษฎีลักษณะ

ทฤษฎีลักษณะ (Trait Theory) เป็นทฤษฎีบุคลิกภาพซึ่งมุ่งความสำคัญที่การวัดลักษณะด้าน จิตวิทยาอย่างใดอย่างหนึ่ง หรืออาจหมายถึง ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความแตกต่างใดๆ ซึ่งบุคคลหนึ่ง แยกต่างจากอีกบุคคลหนึ่ง (เสรี วงษ์มณฑา. 2542: 73) ทฤษฎีนี้เน้นว่าบุคลิกภาพของมนุษย์นั้นไม่ได้ เป็นประเภทใดประเภทหนึ่งเพียงอย่างเดียวมนุษย์เราเป็นการเพียงสะท้อนลักษณะ (Trait) บางอย่าง ออกมาในระดับที่ต่างกัน โดยใช้หลัก Semantic Differential คือ การแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะที่มีลักษณะ ตรงข้ามต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งแล้วจะไปถามบุคคลต่างๆ เพื่อแสดงความคิดเห็น จากนั้นก็ให้ผู้ถูกถามเลือก ไปทางไหน เราก็จะได้บุคลิกลักษณะนิสัยของบุคคลนั้น ได้ลักษณะ (Traits) ของผู้บริโภค (Common Traits in Consumers) มี 11 ลักษณะดังนี้

1. กะฉับกระฉะ (Traits) หรือ เฉื่อยชา (Inert) บุคคลที่มีความกระฉับกระฉะจะมีความ กระตือรือร้น ส่วนความเฉื่อยชาเป็นความไม่กระตือรือร้น
2. ความเป็นชาย (Masculinity) หรือความเป็นหญิง (Femininity) ในที่นี้ไม่ได้ หมายถึงเพศแต่ หมายถึงลักษณะของผู้หญิงหรือผู้ชาย เช่น ความอ่อนหวาน อ่อนโยน ความเป็นคนขี้อายก็จะมีลักษณะ ของความเป็นผู้หญิงสูงความหยาบกระด้าง ก้าวร้าว บึกบึน แข็งแรงก็จะลักษณะของความเป็นผู้ชายสูง
3. ความเป็นตัวของตัวเอง (Independence) หรือชอบพึ่งคนอื่น (Dependence) บุคคลที่มีความ เป็นตัวของตัวเองสามารถคิด ตัดสินใจ และมีพฤติกรรมด้วยตัวเองได้ เช่น ไปรับประทานอาหารคนเดียวได้ ดูภาพยนตร์คนเดียวได้ ส่วนบุคคลที่ชอบพึ่งคนอื่น ไม่สามารถตัดสินใจด้วยตนเอง และ พฤติกรรมต่างๆ ต้องกล้อยตามบุคคลอื่น เช่น การตัดสินใจซื้อสินค้าต้องถามเพื่อนให้ช่วยตัดสินใจ หรือไปเที่ยวตามเพื่อนๆ เป็นต้น
4. มุ่งมั่นสู่ความสำเร็จ (Achievement) หรือไม่สนใจความสำเร็จ (Unambitious) บุคคลที่ มุ่งมั่นสู่ความสำเร็จจะเป็นบุคคลที่มีความกระตือรือร้น มีความเชื่อมั่นในตัวเอง มีความขยันหมั่นเพียร ส่วนบุคคลที่ไม่สนใจความสำเร็จจะเป็นคนที่เฉื่อยชา เป็นคนที่ปล่อยชีวิตไปเรื่อยๆ ไม่ขยันหมั่นเพียร ทั่วถ้อยง่าย เป็นต้น
5. เจ้าอารมณ์ (Emotional) หรือมีเหตุผล (Rational) บุคคลที่ใช้อารมณ์จะหงุดหงิดง่าย โหม โกร่งง่าย ส่วนบุคคลที่ใช้เหตุผลจะเป็นคนหนักแน่น ไม่โกร่งง่าย และใช้เหตุผลในการตัดสินใจ
6. ชอบเข้าสังคม (Societal) หรือเก็บตัว (Shut – In) ผู้ที่ชอบเข้าสังคมจะพอใจไปงานเลี้ยง หรือไปดูภาพยนตร์ ชอบอยู่ในที่ที่มีคนมาก ส่วนคนที่ชอบเก็บตัวจะไม่ชอบคบหาสมาคม การชอบเข้า

สังคมจะมีผลกระทบเมื่ออายุเปลี่ยนไป กล่าวคือ เมื่อเป็นหนุ่มเป็นสาวค่อนข้างชอบเข้าสังคม (Sociability) แต่เมื่ออายุมากขึ้นมีแนวโน้มที่จะเก็บตัว (Shut – In)

7. ยกตน (Dominant) หรือถ่อมตน (Humble) การปรับผู้มีอำนาจเหนือคนอื่นคือการเป็นผู้ที่ต้องการเป็นผู้นำ ชอบใช้ความคิดเป็นผู้ตัดสินใจเมื่อเกิดมีปัญหา แต่ส่วนผู้ที่ถ่อมตนเป็นผู้ที่ชอบเป็นผู้นับตามโดยรอคำสั่งและปฏิบัติตาม มักไม่ชอบใช้ความคิด

8. ปรับตัวง่าย (Adaptability) หรือปรับตัวยาก (Inadaptability) บุคคลที่ปรับตัวง่ายเป็นบุคคลที่สามารถที่จะปรับตัวเองให้เหมาะกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว ส่วนบุคคลที่ปรับตัวยากจะเป็นบุคคลในการปรับตัวเองให้เข้ากับสถานการณ์เปลี่ยนแปลง

9. จริงจัง (ไม่ยิ้มแย้ม) (Seriousness) หรือสนุกสนาน (Amusing) ผู้ที่จริงจังกับชีวิตจะมีใบหน้าไม่ยิ้มแย้มแจ่มใส ส่วนผู้ที่มีความสุขสนุกสนานในชีวิตจะเป็นคนที่มองโลกในแง่ดี อารมณ์แจ่มใส ไม่หมกมุ่นหรือเป็นทุกข์ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งจนเกินไป

10. ความก้าวร้าว (Aggressive) หรือการยอมตาม (Submissive) บุคคลก้าวร้าวจะชอบต่อสู้ ชอบถกเถียง ไม่ยอมแพ้ใคร ส่วนบุคคลที่ยอมที่ไม่ได้ตอบจากการกระทำของบุคคลอื่นที่มีต่อตนเอง

11. สุขุม (Cool) หรือมีความวิตกกังวล (Anxiety) ผู้ที่มีอารมณ์สุขุมจะไม่หวั่นไหวง่ายต่อสถานการณ์ใหม่ๆ ส่วนผู้ที่มีความวิตกกังวลจะมีความกลัวและมีความว้าวุ่นต่อเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นตลอดเวลา

โดยหลักความเป็นจริงแล้วทฤษฎีลักษณะ (Traits) นี้ให้ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับบุคลิกภาพได้ใกล้เคียงมาก เพราะคลิสิกภาพของมนุษย์นั้นเพียงสะท้อนลักษณะ 11 ประการดังกล่าวในระดับที่แตกต่างกันเท่านั้น ไม่มีใครเป็นอย่างใดอย่างหนึ่งที่ชัดเจนจากลักษณะทั้ง 11 ประการนี้จะสามารถชี้ได้ว่าใครมีบุคลิกภาพเด่นอย่างไรและด้อยส่วนไหน ซึ่งจะกลายเป็นบุคลิกภาพของบุคคลคน ๆ นั้น

#### ลักษณะพนักงานขาย

วิชิต อุ๋อัน ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของพนักงานขายที่พึงปรารถนาที่ควรจะได้รับการนำมารวมไว้ในคุณสมบัติเฉพาะอย่างของงานขายจะมุ่งเน้นไปที่บุคคล (สยามธุรกิจ ฉบับที่ 101) ฉะนั้นพนักงานขายต้องสามารถจัดการกับบุคคลได้อย่างสร้างสรรค์และมีประสิทธิผล จะต้องสามารถสร้างความสัมพันธ์ได้

พนักงานขายที่ประสบความสำเร็จควรมีแรงขับเคลื่อนด้านจริยธรรมที่เหมาะสมสำหรับประเภทของงานขายเฉพาะอย่าง พนักงานขายจำเป็นต้องมีความรู้ลึกด้านจริยธรรม เพื่อจะได้สามารถระบุถึงตำแหน่งและเข้าใจสถานการณ์ของลูกค้าได้ แรงขับเคลื่อนด้านตัวเองคือความต้องการในการสร้างยอดขายเพื่อเอาชนะ "ความไร้ยอดขายของพนักงานขาย" และดำเนินการคิดต่อลูกค้า และปิดการขาย ลักษณะที่พึงปรารถนาของพนักงานขายควรมีลักษณะเบื้องต้นดังนี้ครับ



1. ระดับความกระตือรือร้นสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการทำงานทางด้านการขายเพราะงานขายเป็นงานที่พนักงานขายต้องดูแลตนเอง ดูแลเวลาและบริหารเวลาดังนั้นความกระตือรือร้นในการทำงานจึงเป็นปัจจัยต่างๆ ในการที่จะทำให้พนักงานขายประสบความสำเร็จ

2. ความเชื่อมั่นในตนเองสูง โดยความเชื่อมั่นที่เกิดขึ้นจะทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือพนักงานขายและหากลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นแล้วการปิดการขายก็คงทำได้ไม่ยากนัก

3. มีความต้องการสิ่งที่เป็นรูปธรรม โดยหลักต้องถามก่อนว่ามนุษย์ทำงานต้องการอะไร ส่วนใหญ่คำตอบก็คือเงิน ดังนั้น หากความต้องการของเรา คือเงินคำถามตามมาก็คือทำอะไรจึงจะได้เงิน คำตอบก็คือการปิดการขายให้ได้นั่นเอง

4. ชยันทำงาน พนักงานขายทุกคนคงไม่โชคดีที่เมื่อเวลาติดต่อกับลูกค้าแล้วสามารถปิดการขายได้ 100% ดังนั้น พนักงานควรเตรียมศึกษาอัตราการเข้าพบลูกค้าต่ออัตราการปิดการขายเอาไว้ด้วย เพื่อที่จะทำให้เราสามารถประเมินศักยภาพและความขยันของตนเองให้มากขึ้นเช่น อัตราการเข้าพบลูกค้าต่ออัตราการปิดการขายเท่ากับ 10:4 แสดงว่าหากพนักงานเข้าพบลูกค้า 10 รายจะสามารถขายได้ 4 ราย ดังนั้น หากต้องการลูกค้าที่เราปิดการขายได้ 8 รายเราก็ควรหาลูกค้าเป้าหมายอย่างน้อย 20 รายนะครับ

5. อดทนสูง เพราะพนักงานขายต้องเจอกับแรงกดดันตลอดเวลาทั้งจากลูกค้า บริษัทและเป้าหมายของตนเอง และเราต้องเตือนตนเองตลอดเวลาว่าลูกค้าส่วนใหญ่ Say "NO" ตลอดไม่ว่าเราจะนำเสนอสิ่งดีๆ มาให้แก่ไหน ดังนั้น เราควรต้องมีความอดทนอย่างสูงในการเปลี่ยนลูกค้าจาก NO เป็น YES ให้ได้

6. มีความรู้ที่ดี ความรู้ในที่นี้จะประกอบไปด้วยความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่ขาย บริษัทที่ขายและ ความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการขาย เราต้องหมั่นฝึกฝนและฝึกอบรมให้ตนเองมีความรู้ อย่างต่อเนื่อง ทันสมัยตลอดเวลา

7. มีลักษณะทางกายภาพดี ในที่นี้เราคงเน้นทางด้านบุคลิกภาพที่ดูดีนั่นเองอย่าลืมนะครับว่าการพบกันครั้งแรกความน่าเชื่อถือเกิดจากการที่เรามีบุคลิกภาพ ที่ดีนั่นเอง

8. มีมนุษยสัมพันธ์และมีทักษะการสื่อสารดี ปัจจัยนี้จะเป็นปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าหรือคนที่พบเห็นเกิดความประทับใจและเข้าใจในสิ่งที่พนักงานนำเสนอได้อย่างถูกต้อง เข้าใจ และส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่เราแนะนำนั่นเอง

9. สุดท้ายพนักงานขายที่จะประสบความสำเร็จต้องมีวินัยในตนเอง และมุ่งสู่เป้าหมาย ทางการขายเพราะพนักงานจึงสามารถบริหารเวลาของตนเองอย่างมากเพราะอาชีพทางการขายเป็นอาชีพอิสระ หากท่านเป็นนักขายท่านลอง ถามตนเองว่าเวลา 08.30 และ 17.00 น. ท่านอยู่กับลูกค้าอยู่หรือเปล่า หากท่านยังไม่อยู่กับลูกค้าโอกาสที่จะทำให้ท่านสำเร็จคงยากนะครับ

## บุคลิกภาพที่ทำให้พนักงานขายประสบความสำเร็จในอาชีพการขาย

ปัจจัยที่สำคัญที่มีส่วนทำให้พนักงานขายประสบความสำเร็จในอาชีพการขาย สามารถแบ่งได้เป็น 8 อย่างดังต่อไปนี้ (สุวิมล แม้นจริง , 2539: 195)

1. ต้องรักงานขาย พนักงานที่ประสบความสำเร็จ มักจะเป็นบุคคลที่มีความรักหรือความชอบในอาชีพการขาย ต้องมีความรู้สึกสนุกตื่นเต้นกับงาน และมีความรู้สึกว่าการขายนั้นจะทำให้คุณค่าอันยิ่งใหญ่แก่ตนเองได้ พนักงานขายคนใดที่มีความเชื่อถ้อยในสิ่งที่ตนเองทำอยู่มากเท่าใด ก็จะมีกำลังใจที่มั่นในตนเองที่จะก้าวไปสู่ความสำเร็จมากยิ่งขึ้นเท่านั้น

2. มีความเต็มใจในการทำงานหนัก จากประวัติของผู้ที่ประสบความสำเร็จในงานขายต่างๆ มาแล้วนั้น ส่วนหนึ่งมาจากการทุ่มเทให้กับงานขายอย่างเต็มที่ พนักงานขายที่ทำงานหนักตลอดทั้งวัน และใช้เวลาว่างในวันหยุดและตลอดทั้งคืนในการวางแผนงานขายและกำหนดกิจกรรมต่างๆ ที่จะต้องกระทำในวันต่อไป จะเป็นบุคคลที่ประสบความสำเร็จในอาชีพการขายได้ไม่ยาก

3. ต้องการประสบความสำเร็จ นอกจากพนักงานขายต้องทุ่มเทให้กับงานอย่างเต็มที่แล้วพลังใจในการฟันฝ่าอุปสรรคต่างๆ เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายที่ตั้งใจ จะเป็นสิ่งที่ช่วยผลักดันให้ประสบความสำเร็จในอาชีพการขายได้เร็วยิ่งขึ้น พนักงานที่ประสบความสำเร็จในอาชีพการขาย จะเป็นบุคคลที่มีการตั้งเป้าหมายหรือการตั้งความมุ่งหวังอย่างแน่วแน่ที่จะประสบความสำเร็จในชีวิตของพวกเขาด้วย

4. ต้องเป็นคนมองโลกในแง่ดีหรือทัศนคติที่ดี อาชีพการขายเป็นอาชีพที่จำเป็นต้องอาศัยการมีทัศนคติมากกว่าอาชีพอื่นๆ เนื่องจากเป็นอาชีพที่ต้องพบปะกับบุคคลประเภทต่าง ๆ อยู่เสมอตลอดจนต้องประสบกับปัญหาเฉพาะหน้าที่ต้องคอยแก้ไขอยู่ตลอดเวลา ดังนั้น พนักงานขายคนใดที่มองโลกในแง่ดีหรือมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งต่างๆ อยู่เสมอ เช่น การมีทัศนคติที่ดีต่อกิจการที่ตนทำงานอยู่ ต่อผลิตภัณฑ์ที่ขาย ต่อลูกค้าที่สัมพันธ์ด้วย และต่อชีวิตความเป็นอยู่ในปัจจุบัน ย่อมจะเป็นบุคคลที่มีโอกาสได้รับความสำเร็จในอาชีพการงานสูงกว่าพนักงานขายที่มีอคติในด้านต่างๆ อย่างแน่นอนการมีทัศนคติที่ดีจะช่วยให้บุคคลนั้นเอาชนะปัญหา และอุปสรรคต่างๆ ได้ง่าย และการมองโลกในแง่ดีจะทำให้บุคคลนั้นมองหาวิธีการต่างๆ ในการพัฒนาตนเอง และทัศนคติส่วนตัวให้ดีขึ้นอยู่เสมอ

5. ต้องมีความรู้เกี่ยวกับงานเป็นอย่างดี พนักงานขายที่ประสบความสำเร็จ คือ บุคคลที่มีความรู้อย่างลึกซึ้งในธุรกิจที่เขากระทำอยู่ เพราะจะเป็นสิ่งที่ช่วยให้พนักงานขายประสบความสำเร็จในการขายสินค้าให้แก่ลูกค้า การมีความรู้ในเรื่องต่างๆ เกี่ยวกับการขายเป็นอย่างดี จะเป็นกุญแจพื้นฐานที่นำไปสู่ความสำเร็จในการขาย ดังนั้น ในปัจจุบันนี้จะเป็นว่าธุรกิจจำนวนมากได้ทุ่มเวลาและค่าใช้จ่ายอย่างมากมาใช้ในการพัฒนาและฝึกอบรม เพื่อเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ในเรื่องงานขายให้แก่พนักงานขายของตนเองอยู่ตลอดเวลา ความรู้เกี่ยวกับงานจะรวมถึงความรู้ในเรื่องของผลิตภัณฑ์ ศิลปะการขาย ความสามารถในการค้นหาความต้องการของลูกค้า วิธีการติดต่อสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก ที่มีผลกระทบต่อยอดขายเช่น ภาวะการแข่งขันในตลาด ภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป เป็นต้น ดังนั้น พนักงานขายจึงต้องเป็นบุคคลที่มีความกระตือรือร้นในการ

ใฝ่หาความรู้ในสิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ ทั้งจากการพูด การฟัง การอ่าน รวมทั้งการเข้าในการฝึกอบรมในโครงการต่างๆ

6. รู้จักคุณค่าของเวลา พนักงานขายที่ประสบความสำเร็จนั้น ต้องเป็นคนที่รู้จักการใช้เวลาให้เป็นประโยชน์มากที่สุดการบริหารเวลาอย่างมีประสิทธิภาพมากเท่าโอกาสที่จะติดต่อพบลูกค้าเพื่อรับคำสั่งซื้อสินค้าก็จะมีมากขึ้นเท่านั้น การทำงานโดยไม่มีวางแผนเกี่ยวกับกิจกรรมที่จะต้องกระทำในแต่ละวัน จะไปเยี่ยมลูกค้าบางราย จะนำเสนอผลิตภัณฑ์ชนิดใดและมีวิธีการจะต้องการทำในแต่ละวัน เช่น จะไปเยี่ยมลูกค้ารายใดบ้าง จะนำเสนอผลิตภัณฑ์ชนิดใดและมีวิธีการเสนอขายผลิตภัณฑ์อย่างไร เป็นต้น จะเป็นการทำลายเวลาที่มีค่าไปโดยเปล่าประโยชน์ ดังนั้น พนักงานขายที่ประสบความสำเร็จในอาชีพจะต้องเป็นผู้ที่รู้จักบริการเวลาด้วย

7. ต้องเป็นผู้พูดและผู้ฟังที่ดี การเป็นผู้พูดที่ดีของพนักงานขาย คือ การรู้จักถามคำถามในสิ่งที่เป็นปัญหาของลูกค้า การพูดถึงประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับจากการใช้สินค้าและบริการของกิจกรรม และสิ่งสำคัญที่สุดอีกประการหนึ่งก็คือพนักงานขายที่ประสบความสำเร็จในอาชีพการขายจะต้องเป็นผู้ฟังที่ดี พนักงานขายจะต้องรู้จักมารยาทที่ดีในการฟัง ต้องอดทนอดกลั้นในการรับฟังสิ่งต่างๆ ทั้งในด้านดีและด้านไม่ดีจากลูกค้าการแก้ไขปัญหาข้อโต้แย้งหรือปัญหาใด ของลูกค้านั้นจะต้องรอคอยให้ลูกค้าพูดจบเสียก่อน และบางครั้งอาจรวมถึงการรับฟังในเรื่องที่ตนไม่ชอบ หรือในเรื่องปัญหาส่วนตัวของลูกค้าด้วย

8. ต้องให้บริการที่ดีต่อลูกค้า ดังที่กล่าวมาแล้วว่า หน้าที่สำคัญอย่างหนึ่งของพนักงานขายคือการให้บริการแก่ลูกค้า พนักงานขายที่จะประสบความสำเร็จในอาชีพการขายจะต้องให้ความเคารพแก่ลูกค้าปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเป็นธรรม มีความซื่อสัตย์ ดูแลเอาใจใส่ และมีการพัฒนาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าอยู่เสมอ

#### 1.4 แนวความคิดเกี่ยวกับความสำเร็จในอาชีพ

##### ความหมายของความสำเร็จในอาชีพ

Dubrin (1990 : 389) กล่าวว่า ความสำเร็จในอาชีพ เป็นความสำเร็จภายใน ซึ่ง หมายถึง ความพึงพอใจอาชีพเท่านั้น

Steers (1991 : 593) ได้ให้ความหมายของอาชีพว่า เป็นการรับรู้ของบุคคลในเรื่องของลำดับการเกิดของทัศนคติและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ หรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการทำงานที่เกิดขึ้นตลอดช่วงชีวิตของบุคคล และสเตียร์ได้กล่าวถึงข้อตกลงที่สำคัญ 4 ประการเกี่ยวกับอาชีพ ได้แก่

1. อาชีพจะถูกพิจารณาว่าเป็นลำดับขั้นของเหตุการณ์ ที่เกิดขึ้นตลอดชีวิตมากกว่าที่จะเป็นการประเมินว่าบุคคลนั้นประสบผลสำเร็จอย่างไรในชีวิต

2. ความสำเร็จหรือความล้มเหลวในอาชีพจะถูกตัดสินได้ดีที่สุด โดยบุคคลซึ่งทำอาชีพนั้นอยู่ มิใช่ตัดสินโดยใช้บรรทัดฐานของผู้อื่น

3.อาชีพประกอบด้วยเหตุการณ์ซึ่งเกิดขึ้นกับบุคคลในช่วงเวลาที่ผ่านมา จึงเป็นสิ่งที่บุคคลทำ และบุคคลรู้สึกต่องานของตน

4.ข้อพิจารณาที่ดีที่สุดของอาชีพก็คือ กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทำงานซึ่ง ประสบการณ์เหล่านี้ อาจรวมถึงลำดับการเลื่อนตำแหน่งภายในองค์กรใดๆ หรืออาจหมายถึง ลักษณะงานที่แตกต่างกันออกไปในองค์กรต่างๆ

สรุปได้ว่า ความสำเร็จในอาชีพ หมายถึง ผลทางบวกในด้านจิตใจบุคคลได้รับมาจาก ประสบการณ์ในการทำงานของตน โดยสามารถวัดความสำเร็จในอาชีพได้ทั้งเกณฑ์เชิงอัตนัยหรือ เกณฑ์ภายใน เช่น การประเมินตนเองเกี่ยวกับความรู้สึกว่าตนเองประสบความสำเร็จเพียงใด และเกณฑ์ เชิงปรนัยหรือเกณฑ์ภายนอก เช่น เงินเดือนการเลื่อนตำแหน่ง เป็นต้น

#### การวัดความสำเร็จในอาชีพ

Steers (1991 : 593-594) กล่าวว่า การวัดความสำเร็จในอาชีพมีอยู่ด้วยกัน 2 วิธี ได้แก่ การวัด ความสำเร็จในอาชีพเชิงปรนัย (objective career success) และการวัดความสำเร็จในอาชีพเชิงอัตนัย (subjective career success) มีรายละเอียดดังนี้

1. ความสำเร็จในอาชีพปรนัย (objective career success) เป็นความสำเร็จในอาชีพซึ่งสามารถ วัดได้อย่างเป็นปรนัย (objective) และมีเกณฑ์ที่มองเห็นได้ (visible criteria) ซึ่งนักวิจัยส่วนใหญ่ มักชอบที่จะใช้เกณฑ์นี้ เนื่องจากสามารถวัดสิ่งที่สังเกตได้ เช่น เงินเดือน และการเลื่อนตำแหน่ง เป็นต้น

2. ความสำเร็จในอาชีพอัตนัย (subjective career success) หมายถึง การรับรู้ของบุคคลว่า ประสบความสำเร็จในอาชีพและความพึงพอใจในอาชีพของบุคคลประกอบไปด้วย ความพึงพอใจในงาน หมายถึงความสุข หรือภาวะอารมณ์ทางบวก อันเป็นผลจากการประเมินผลงานหรือประสบการณ์การทำงาน ของบุคคล และความพึงพอใจอาชีพ (career satisfaction) หมายถึง ความพึงพอใจที่บุคคลได้รับ จากลักษณะทั้งภายในและภายนอกของอาชีพของตน ซึ่งรวมทั้งค่าจ้าง ความก้าวหน้า เป็นต้น

#### ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factors : CSFs)

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ (Critical Success Factors : CSFs) คือ กิจกรรมหรือปัจจัยที่สำคัญซึ่งจะทำให้ได้เปรียบในการแข่งขันบรรลุผลสำเร็จ โดยเป็นปัจจัยสำคัญที่เป็นผลมาจากความพึงพอใจของลูกค้า และส่งเสริมการทำงานขององค์กรการจำแนกปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญ (Identify Critical Success Factor) (ประสงค์ ประณีตผลกรัง. 2543) การปฏิบัติการตามกลยุทธ์ที่ประสบความสำเร็จจะต้องมีการ กำหนดงาน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญต่อความสำเร็จผู้บริหารการบริหารปฏิบัติการจะถามว่า “งานอะไรที่จะต้อง ทำให้ดีสำหรับการทำให้กลยุทธ์การปฏิบัติการประสบความสำเร็จ” มีปัจจัยอะไรที่จะทำให้เกิดความ ล้มเหลวสูงสุด และสิ่งใดที่จะต้องเพิ่มเข้ามาในข้อผูกพันทางการบริหาร การเงิน เทคโนโลยี และ ทรัพยากรมนุษย์หรือกิจกรรมอะไรที่จะช่วยให้หน้าที่การบริหารการปฏิบัติการมีข้อได้เปรียบทางการ แข่งขันปัจจัยนำไปสู่ความสำเร็จ (Laudon and Laudon , 2002 : 307-308) คือจากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร

แล้วนำมาวิเคราะห์เป็นกลยุทธ์ของบริษัท วิธีการที่สำคัญคือการสัมภาษณ์ผู้บริหารซึ่งจะชี้ถึงเป้าหมายและเหตุผลที่สำคัญของปัจจัยสู่ความสำเร็จ

### จุดดีของปัจจัยสู่ความสำเร็จ

1. สะท้อนให้เห็นการเปลี่ยนแปลงได้ โดยการสัมภาษณ์ผู้บริหารในแต่ละครั้งที่มีช่วงระยะเวลาที่แตกต่างกันจะมีการเปลี่ยนแปลง
2. สะท้อนให้เห็นถึงวิธีที่องค์กรให้กำไรสูงสุดและนำไปสู่ความสำเร็จ
3. จะได้ข้อมูลปริมาณน้อยและสั้นกว่าสัมภาษณ์พนักงานทุกคนทำการวิเคราะห์ข้อมูลสะดวกและง่าย

### ทัศนคติ-ความสัมพันธ์ บันไดความสำเร็จ Sales Talent

ทัศนคติ-ความสัมพันธ์ บันไดความสำเร็จ Sales Talent "เพียงแต่คุณเชื่อมั่นในตัวเองว่า คุณคือสินค้าที่ดีที่สุดในโลก คุณก็จะประสบความสำเร็จในอาชีพได้อย่างมั่นคง" (คม สุพรรณวิมล : ประชาชาติธุรกิจ) หัวใจสำคัญของการก้าวสู่ sales talent คือ เรื่องการสร้างทัศนคติที่ดีและการสร้างห่วงโซ่ความสัมพันธ์

โดยหลักๆ คนที่ประสบความสำเร็จจะต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้

1. ต้องมีเป้าหมายในการทำงานที่แน่นอน
2. มีความเชื่อมั่นในตัวเอง
3. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

พนักงานขายที่จะเป็นคนที่ประสบความสำเร็จ ขั้นแรกคงต้องเรียนรู้จากความผิดพลาดที่ผ่านมาจากผลการสำรวจพบว่า พนักงานขายร้อยละ 82 ไม่สร้างความแตกต่างของตนเองได้ ร้อยละ 86 พนักงานขายมักถามคำถามผิด ร้อยละ 82 พนักงานขายเห็นราคาเป็นเรื่องสำคัญ จึงใช้วิธีลดราคาเมื่อปัญหาของพนักงานขายเป็นเช่นนี้ ดังนั้น จึงควรให้คำนิยามการขายของพนักงานขายว่า จะต้องเป็นผู้นำคุณค่าไปให้ผู้บริโภค ไม่ใช่นำสินค้าไปให้ผู้บริโภค ฉะนั้นสิ่งที่พนักงานขาย จะต้องรู้ คือ สินค้าในมือมีคุณค่าอะไรต่อลูกค้า แล้วนำคุณค่านั้นไปให้ลูกค้า

ยกตัวอย่าง โทรศัพท์มือถือ แทนที่พนักงานขายจะไปบอกลูกค้าว่า โทรศัพท์รุ่นนี้ราคาเท่าไร ปุ่มไหนทำงานอย่างไรบ้าง จะต้องบอกลูกค้าเสมือนลูกค้าได้เป็นเจ้าของสินค้านั้นแล้ว เช่น คุณจะไม่พลาดการติดต่อในทุกๆ สถานที่ แม้ว่าอยู่หลังเขาก็ตาม เมื่อลูกค้าได้ฟัง เขาจินตนาการตามไปเรื่อยๆ แล้วจะมองเห็นประโยชน์ที่ได้รับ

หากจะถามว่า คุณค่าของสินค้าคืออะไร คำตอบคือสิ่งที่อยู่ในใจของลูกค้านั่นเอง "การบอกเล่าคือการขาย แต่ถ้าต้องการให้ผู้บริโภคซื้อสินค้า จะต้องถาม"เคล็ดลับการขายโดยใช้วิธีตั้งคำถาม หลายคนอาจจะไม่เคยได้ยิน แต่ "คม" บอกว่า วิธีการนี้จะทำให้ลูกค้าไม่สนใจในเรื่องราคา เพราะคุณค่าที่ลูกค้าได้รับนั้นสูงกว่าราคา เพราะฉะนั้นถ้าสามารถสร้างคุณค่าให้กับสินค้าได้สูง ราคาอาจจะไม่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้า แต่อย่างไรก็ตามการจะนำเสนอคุณค่าของสินค้าให้ประสบความสำเร็จคงต้อง

อาศัยพื้นฐานของพนักงานขายที่ดีประกอบ พนักงานขายที่ประสบความสำเร็จกว่าร้อยละ 90 มีทัศนคติทางบวก ฉะนั้นสิ่งที่พนักงานขายต้องพัฒนาอันดับแรก คือ ทัศนคติ ซึ่งต้องสร้างจากภายใน เพราะถ้าไม่มีภายในใจแล้วก็จะไม่ปรากฏออกมาภายนอก "คนที่มีทัศนคติทางบวกจะมองเห็นแต่โอกาส ขณะที่คนที่มีทัศนคติทางลบจะมองเห็นแต่ปัญหา สุดท้ายการขายก็ล้มเหลว"

การเปลี่ยนทัศนคติลงไม่สามารถทำได้ ชั่วข้ามคืน แต่ทุกอย่างขึ้นอยู่กับการศึกษา ถ้าสามารถทำได้ก็จะเปลี่ยนชีวิตจากที่เคยเป็นคนโชคร้าย มาเป็นคนโชคดีได้"ไม่ยากโดยสิ่งที่ต้องทำ คือต้องหยุดกล่าวโทษเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิต หยุดกล่าวโทษผู้อื่น หันมาทำความรู้จักลูกค้าและกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้น ยินยอมจนกว่าจะได้รับคำตอบ และทำงานอย่างเต็มที่

สุดท้ายสำคัญมาก ต้องคิด ก่อนพูด "คนที่มีทัศนคติที่ดี หากเจอสถานการณ์ที่ลูกค้าเดินเข้ามาต่อว่า เขาจะกล่าวคำว่า ขอบคุณ แล้วถามตัวเองต่อว่า ฉันจะทำในสิ่งนี้ให้ดีขึ้นได้อย่างไร จากนั้นหาทางพัฒนา ตัวเองต่อไป"

คนที่สนใจในความสำเร็จจะต้องเรียนรู้ที่จะมองความล้มเหลวเป็นส่วนหนึ่งที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ของกระบวนการก้าวสู่ความเป็นสุดยอด ฉะนั้นถ้าอยากเป็นพนักงานขายที่ดีจะต้องพัฒนาทัศนคติ และฝึกพูดคำเหล่านี้ให้ติดปาก นั่นคือ เยี่ยม ไม่มีปัญหา เป็นปัญหาที่ดี ใช่เลย เต็มมาก ผมคิดว่าเราช่วยคุณได้

ถ้าพนักงานขายทุกคนเข้าใจความเป็นจริง จะรู้ว่า สิ่งที่สำคัญไม่แพ้ทัศนคติที่ดีคือ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดี เพราะร้อยละ 50 ของความสำเร็จในการขายได้มาจากมิตรภาพที่ดี วิธีสร้างความสัมพันธ์ที่ดีมีด้วยกัน 2 รูปแบบ แบบแรก คือ การสร้างความสัมพันธ์แบบตัวต่อตัว ทำอย่างไรให้ลูกค้าคุยกับคุณ จากจุดนี้จะเห็นว่า สิ่งสำคัญไม่ได้อยู่ที่ว่า "คุณรู้จักใคร" แล้ว แต่สิ่งสำคัญอยู่ที่ว่า "ใครรู้จักคุณ"

กลยุทธ์ในการสร้างความสัมพันธ์ ต้องเริ่มต้นด้วยความเป็นมิตร กำหนดภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตนเอง จะช่วยสร้างความมั่นใจได้ระดับหนึ่ง เวลาคุย ต้องมองตาเพื่อสร้างความนับถือ ที่สำคัญ ต้องมีทัศนคติเชิงบวกเพื่อที่จะทำให้ผลลัพธ์ที่ออกมาเป็นบวก และให้ความสนใจคนอื่น ก่อนให้คนอื่นสนใจในตัวเอง

ฉะนั้นก่อนที่จะสร้างความสัมพันธ์จะต้องหาคุณค่าในตัวเองให้เจอก่อน แล้วนำคุณค่านั้นไปมอบให้คนอื่น จะทำให้ตัวเอง คู่ใจ แล้วคุณค่านั้นจะได้รับการบอกต่อไปยังเพื่อนใหม่อีก 6 คน

แบบที่สอง คือ การสร้างเครือข่าย เคล็ดลับข้อหนึ่งคือ จะต้องใช้เวลาอย่างน้อยร้อยละ 75 ในการพูดคุยกับคนที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน และต้องเตรียมพร้อมก่อนที่จะปรากฏตัวเพื่อสร้างความประทับใจให้กับเพื่อนใหม่ ไม่ว่าจะไปงานสัมมนา งานประชุมธุรกิจ หรือแม้แต่การประชุมสมาคมผู้ปกครอง คุณครู คุณละคร พนักงานขายมืออาชีพสามารถสร้างเครือข่ายได้หมด เพียงแต่ว่าจะเอาคุณค่าอะไรในตัวเองไปบอกกับคนอื่น ฉะนั้นวันนี้ใครอยากประสบความสำเร็จในอาชีพเชลสต้องหา "คุณค่า" ในตัวเอง ให้เจอ

ดังนั้น ปัจจัยสู่ความสำเร็จของพนักงานขายจึงเกิดจากการสร้างทัศนคติที่ดีต่ออาชีพขายให้กับตนเอง รวมถึงการสร้างทัศนคติที่ดีที่มีต่อพนักงานขายในมุมมองของลูกค้า ขณะเดียวกัน หากพนักงานขายต้องการประสบความสำเร็จในการอาชีพขายต้องมีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้าและต้องเป็นความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อนำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณค่าให้กับลูกค้านั่นเอง

## 2.ผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มัลลิกา นกเข้ม (2546) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในอาชีพการขายของพนักงานขายบริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า ความสำเร็จในอาชีพการขายของพนักงานขายมีผลมาจากลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน คือ เพศ อายุสถานภาพ และระยะเวลาการทำงาน ยกเว้นระดับการศึกษาและความสำเร็จในอาชีพการขาย มีความสัมพันธ์ในด้านคุณสมบัติของพนักงานขาย โดยความสำเร็จของพนักงานขายวัดได้จากรายได้ของพนักงานขาย ส่วนความรู้พื้นฐานและกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในอาชีพขายของพนักงานขาย นอกจากนี้ควรมีการให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมพนักงานขาย

สนธิยา ชูขจร (2546) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยสู่ความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อูรชยาออลิอันซ์ ซีพี ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) พบว่า ความสำเร็จใจอาชีพตัวแทนประกันชีวิตมีผลมาจากลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันคือ เพศ อายุ สถานภาพ ระยะเวลาการทำงาน และระดับการศึกษาโดยความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตวัดได้จาก จำนวนลูกค้าที่ต้องดูแล จำนวนเบี้ยประกันที่สามารถทำได้ และรายได้(เงินเดือน คอมมิชชั่น โบนัส) ส่วนกลยุทธ์ในกระบวนการขายประกันชีวิตไม่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในอาชีพตัวแทนประกันชีวิต บริษัทอูรชยาออลิอันซ์ ซีพี ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) และนอกจากนี้ควรมีการเปรียบเทียบระหว่างบริษัทประกันชีวิตต่าง ๆ เพื่อจะได้ทราบถึงจุดอ่อน จุดแข็งของแต่ละบริษัท เพื่อเป็นโอกาสในการนำข้อมูลไปใช้ปรับปรุง และพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานของประกันชีวิตต่อไป

กิตติกร บุญยะธาตนานท์ (2546) ได้ศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการบริการลูกค้าของพนักงานขายบริษัท เบอร์ลี่คเกอร์ จำกัด (มหาชน) กรุงเทพมหานคร พบว่าตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการบริการลูกค้าของ พนักงานขาย บริษัท เบอร์ลี่คเกอร์ จำกัด (มหาชน) ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการบริการลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .01 มี 7 ตัวแปร ได้แก่ สติภาพ (X7) แรงจูงใจในการทำงาน(X16) สัมพันธภาพ ระหว่างพนักงานขายกับสมาชิกในครอบครัว(X17) บรรยากาศในการทำงาน(X18) สัมพันธภาพ ระหว่างพนักงานขายกับผู้บังคับบัญชา (X19) สัมพันธภาพระหว่างพนักงานขายกับ ผู้บังคับบัญชา (X20) สัมพันธภาพระหว่างพนักงานขายกับเพื่อนร่วมงาน(X21) ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางลบกับการบริการลูกค้า มี 2 ตัวแปร คือ สถานภาพ หม้าย(X9) ประสบการณ์ทำงาน (X11) ตัวแปรที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการบริการลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญ มี 12 ตัวแปร แก่ เพศชาย (X1) เพศหญิง (X2) อายุ(X3) วุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี (X4) วุฒิการศึกษา ปริญญาตรี (X5) วุฒิ

การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (X6) สถานภาพคู่(X8) รายได้ต่อเดือน(X10) ภาวะความรับผิดชอบต่อครอบครัว (X12-X14) บุคลิกภาพ (X15) และตัวแปรที่ส่งผลกระทบต่อค่าบริการลูกค้าของพนักงานขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .01 เรียงลำดับจากตัวแปรที่ส่งผลมากที่สุดไปยังตัวแปรที่ส่งผลน้อยที่สุด มี 3 ตัวแปร ได้แก่ สัมพันธภาพระหว่างพนักงานขายกับผู้ได้บังคับบัญชา (X20) สัมพันธภาพระหว่างพนักงานขายกับผู้บังคับบัญชา (X19) สัมพันธภาพระหว่างพนักงานขายกับสมาชิกในครอบครัว (X17) ตามลำดับ สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของการบริการลูกค้าของพนักงานขาย ได้ ร้อยละ 48.40 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

รณวีร์ ขอนตะวัน (2547) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต : กรณีศึกษา ตัวแทนประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานครของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชันแนล แอสซิวรันส์ จำกัด พบว่าทุกปัจจัยสามารถส่งผลถึงความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตไม่ว่าจะเป็น ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ ทักษะคิ อุนิสัยของตัวแทน ความรู้ในวิชาชีพ รวมถึงทักษะในการขาย ทั้งหมดล้วนมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของตัวแทนฯ และนอกจากนี้ควรมี การส่งเสริมด้านการฝึกอบรม และการให้รางวัลพิเศษแก่ตัวแทนฯ เพื่อให้เกิดเป็นแรงจูงใจในการทำงาน ทำให้ตัวแทนฯสามารถเห็นคุณค่าของผลตอบแทนที่บริษัทได้มีการจัดสรรไว้ให้ ซึ่งทั้งหมดนี้ เพื่อทำให้ตัวแทนฯสามารถเพิ่มปริมาณการขาย ทั้งด้านจำนวนราย จำนวนเบี้ยประกันให้สูงขึ้น จนชนะ คู่แข่งรายอื่น ๆ ตลอดจนเพิ่มคุณภาพในการบริการหลังการขายให้เป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้าของบริษัทฯ ต่อไป

ภาสวรรณ โสภณ (2547) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการจำหน่ายคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลชนิดประกอบของผู้ประกอบการที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้าทางด้านคอมพิวเตอร์เขตกรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยสู่ความสำเร็จในการจำหน่ายคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลชนิดของผู้ประกอบการที่ตั้งอยู่ใน ศูนย์การค้าทางด้านคอมพิวเตอร์เขตกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งออกเป็น การวิเคราะห์เชิงคุณภาพและการวิเคราะห์เชิงปริมาณ สำหรับการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล เกี่ยวกับกลยุทธ์สู่ความสำเร็จและสิ่งที่สามารถชี้วัดความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ สำหรับการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ได้ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านการจัดการและการจัดการ ปัจจัยด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์และ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดและการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มีผลต่อความสำเร็จในการจำหน่ายคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลชนิดประกอบของผู้ประกอบการที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้าทางด้านคอมพิวเตอร์เขตกรุงเทพมหานคร



## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยสู่ความสำเร็จในอาชีพขายของพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” ครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) และใช้การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง ซึ่งมีรายละเอียดในเรื่องวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

- 1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 2) ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย
- 3) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 4) การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 5) การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### ประชากร

โดยจำนวนพนักงานขายร้านขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน จะประกอบด้วย พนักงานขายจำนวน 2 กลุ่ม ซึ่งได้แก่

1. พนักงานขายของห้างโมเดิร์นเทรด มีหน้าที่ในการให้บริการช่วยเหลือในด้านการขายทั่วไป เช่น ร้านโอโมโปร ในปี 2551 มีจำนวนพนักงานขาย ทั้งหมด 3,662 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2551) เป็นต้น

2. พนักงานขายจากซัพพลายเออร์ของแต่ละสินค้า ซึ่งจะเข้าไปประจำยังสาขาต่าง ๆ โดยเป็นภาระที่ซัพพลายเออร์ของแต่ละสินค้านั้น ที่จะต้องส่งไปประจำ ณ สาขา ต่าง ๆ เพื่อให้บริการในด้านการขาย ซึ่งอาจจะจัดส่งพนักงานขายไปประจำในแต่ละสาขา อย่างน้อย 3 คน ตามขนาดของแต่ละสาขา

จากเหตุผลข้างต้นทำให้จำนวนของพนักงานขายของทั้ง 2 ประเภท มีจำนวนไม่แน่นอน ซึ่งทำให้ลักษณะของกลุ่มประชากรดังกล่าว เสมือนว่าเป็นจำนวนประชากรแบบไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

##### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นพนักงานขายซึ่งกระจายปฏิบัติงานตามร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลและเป็นผู้ซึ่งอยู่ในระหว่างการปฏิบัติงานจริง โดยทำการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้ตารางสุ่มของ Yamane (วิชิต อ้วน , 2548 : 307) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา เป็นสัดส่วน

(Quota Sampling) ตามร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน จำนวน 5 บริษัท ซึ่งกระจายอยู่ทั่วเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้

ผู้วิจัยจึงทำการสุ่มเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานบางส่วนรวมทั้งสิ้น 400 คน ตามตารางการสุ่มตัวอย่างดังนี้

ตารางที่ 3-1 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

สถานที่ในการเก็บ	จำนวน (สาขา)	จำนวนตัวอย่าง (คน)
1. โสมโปร	17 สาขา	80
2. โสมเวิร์ค	7 สาขา	80
3. อินเด็กซ์ลิฟวิ่งมอลล์	8 สาขา	80
4. บุญถาวร	9 สาขา	80
5. ซีเมนต์ไทยโสมมาร์ท	30 สาขา	80
<b>รวมทั้งสิ้น</b>		<b>400</b>

## 2. ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

1. ศึกษาเทคนิคและวิธีการ สร้างแบบสอบถามจากงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวกับปัจจัยหรือตัวแปรต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. รวบรวมข้อมูลที่จะใช้ในการสร้างแบบสอบถาม โดยศึกษาค้นคว้าจากหนังสือวารสาร เอกสาร และสิ่งพิมพ์ต่างๆ

3. ศึกษาสภาพความเป็นจริงของพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับบทบาทภารกิจ หน้าที่ความรับผิดชอบ การให้บริการ ตลอดจนพัฒนาการในด้านต่างๆที่เกี่ยวข้อง

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล จะเก็บข้อมูลกับพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

## 3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลจากตำราเรียนและเอกสารรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ ทฤษฎีเกี่ยวกับการขายตรง ทฤษฎีเกี่ยวกับบุคลิกภาพ ทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานที่จำเป็นสำหรับพนักงานขายทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการขาย เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. สร้างแบบสอบถามโดยขอบเขตแบบสอบถามจะเกี่ยวข้องกับลักษณะด้านประชากรศาสตร์ของพนักงานขาย คุณสมบัติของพนักงานขาย ความรู้พื้นฐาน กลยุทธ์ในกระบวนการขายและความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขาย

3. รูปแบบของแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

**ส่วนที่ 1** คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของพนักงานขายผู้ตอบ

แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ และระยะเวลาการทำงาน โดยเป็นแบบสอบถามที่คำถามมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Questions) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545) จำนวน 5 ข้อ

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ช่วงอายุ ตั้งแต่ 20 – 35 ปี ขึ้นไป (อำนาจ สุวัตติพงษ์ . 2540) โดยกำหนดช่วงอายุ จำนวน (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2542 : 110) ดังนี้

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$\text{ช่วงอายุ} = \frac{35 - 20}{3} = 10$$

ดังนั้น ช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในแบบสอบถามคือ

1. 20 – 25 ปี
2. 26 – 34 ปี
3. 35 ปี ขึ้นไป

คำถามเลือกตอบจำนวน 6 ข้อ

1. เพศ ระดับการวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
2. อายุ ระดับการวัดแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
3. สถานภาพ ระดับการวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
4. ระดับการศึกษา ระดับการวัดแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
5. ระยะเวลาในการทำงาน ระดับการวัดแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
6. ตำแหน่ง ระดับการวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
7. ประเภทของอุปกรณ์ก่อสร้างหรือตกแต่งบ้านที่ท่านเป็นตัวแทนขาย ประเภทของสินค้า

ระดับการวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

**ส่วนที่ 2** ปัจจัยด้านความรู้ ได้แบ่งเป็น 2 อาชีพ คือ

1. ปัจจัยด้านความรู้ในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง
2. ปัจจัยด้านความรู้ในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน

โดยทั้ง 2 อาชีพ ข้างต้นจะใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) ลักษณะเป็น

แบบสอบถามชนิดปลายปิดให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบ (Multiple Choice) มีจำนวนคำถามเกี่ยวกับความรู้ของแต่ละอาชีพ อย่างละ 5 ข้อ มี 2 ตัวเลือก คือ ใช่ และไม่ใช่ สำหรับเกณฑ์การให้คะแนน

คือ ตอบถูกได้ 1 คะแนน และตอบผิดได้ 0 คะแนน จากนั้นทำการรวมผลคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง แต่ละข้อเพื่อนำไปใช้วิเคราะห์ค่าสถิติเพื่อทดสอบสมมุติฐาน ดังนี้

คะแนนตั้งแต่ร้อยละ 50-100 หมายถึง พนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านมีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับมาก

คะแนนต่ำกว่าร้อยละ 50 หมายถึง พนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านมีความรู้ความเข้าใจอยู่ในระดับน้อย

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านทัศนคติต่ออาชีพพนักงานในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ลักษณะเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มีจำนวน 9 ข้อย่อย มี 5 ระดับคือ

ระดับ 5 หมายถึง ผู้ตอบมีทัศนคติเกี่ยวกับอาชีพพนักงานในระดับมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง ผู้ตอบมีทัศนคติเกี่ยวกับอาชีพพนักงานในระดับมาก

ระดับ 3 หมายถึง ผู้ตอบมีทัศนคติเกี่ยวกับอาชีพพนักงานในระดับปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง ผู้ตอบมีทัศนคติเกี่ยวกับอาชีพพนักงานในระดับน้อย

ระดับ 1 หมายถึง ผู้ตอบมีทัศนคติเกี่ยวกับอาชีพพนักงานในระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช, 2542 : 110) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผล ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

สรุปเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 ระดับทัศนคติที่มีต่ออาชีพพนักงานขายมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 ระดับทัศนคติที่มีต่ออาชีพพนักงานขายมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 ระดับทัศนคติที่มีต่ออาชีพพนักงานขายปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 ระดับทัศนคติที่มีต่ออาชีพพนักงานขายน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 ระดับทัศนคติที่มีต่ออาชีพพนักงานขายน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มีจำนวน 11 ข้อย่อย มี 5 ระดับคือ

ระดับ 5 หมายถึง ผู้ตอบมีบุคลิกภาพในระดับบ่อยครั้งมาก

ระดับ 4 หมายถึง ผู้ตอบมีบุคลิกภาพในระดับบ่อยครั้ง

ระดับ 3 หมายถึง ผู้ตอบมีบุคลิกภาพในระดับบางครั้ง

ระดับ 2 หมายถึง ผู้ตอบมีบุคลิกภาพในระดับไม่บ่อยครั้ง

ระดับ 1 หมายถึง ผู้ตอบมีบุคลิกภาพในระดับไม่เคย

ผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช. 2542 : 110) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผล ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

สรุปเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 มีบุคลิกภาพในระดับบ่อยครั้งมาก

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 มีบุคลิกภาพในระดับบ่อยครั้ง

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 มีบุคลิกภาพในระดับบางครั้ง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 มีบุคลิกภาพในระดับไม่บ่อยครั้ง

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 มีบุคลิกภาพในระดับไม่เคย

ส่วนที่ 5 ปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เป็นคำถามเกี่ยวกับกลยุทธ์ด้านงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านว่าพนักงานขายให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ดังกล่าวเป็นจริงมาก-น้อยอย่างไร โดยทำการประเมินโดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) จำนวน 10 ข้อ มี 5 ระดับคือ

ระดับ 5 หมายถึง พนักงานขายให้ความเห็นในระดับเป็นจริงมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง พนักงานขายให้ความเห็นในระดับเป็นจริง

ระดับ 3 หมายถึง พนักงานขายให้ความเห็นในระดับเป็นจริงบ้าง

ระดับ 2 หมายถึง พนักงานขายให้ความเห็นในระดับเป็นจริงน้อย

ระดับ 1 หมายถึง พนักงานขายให้ความเห็นในระดับเป็นจริงน้อยที่สุด

ผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช. 2542 : 110) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผล ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

สรุปเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

คะแนนเฉลี่ย 4.2.1 – 5.00 เป็นจริงมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 เป็นจริง

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 จริงบ้าง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 จริงน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 จริงน้อยที่สุด

ส่วนที่ 6 เป็นข้อมูลความสำเร็จของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แบ่งเป็น 2 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ลักษณะเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) มีจำนวน 2 ข้อย่อย มี 5 ระดับ

ระดับ 5 หมายถึง พนักงานขายประสบความสำเร็จในระดับเหนือกว่ามากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง พนักงานขายประสบความสำเร็จในระดับเหนือกว่ามาก

ระดับ 3 หมายถึง พนักงานขายประสบความสำเร็จในระดับเหนือกว่าปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง พนักงานขายประสบความสำเร็จในระดับเหนือกว่าน้อย

ระดับ 1 หมายถึง พนักงานขายประสบความสำเร็จในระดับเหนือกว่าน้อยที่สุด

ผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช, 2542: 110) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผล ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

สรุปเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

คะแนนเฉลี่ย 4.2.1 – 5.00 ดีมาก ประสบความสำเร็จมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 ดี ประสบความสำเร็จมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 ไม่แน่ใจ ประสบความสำเร็จปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 ไม่ดี ประสบความสำเร็จน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 ไม่ดีมาก ความสำเร็จน้อยที่สุด

ตอนที่ 2 ลักษณะเป็นคำถามชนิดปลายเปิด จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ รายได้จากการขายเฉลี่ยต่อเดือน สิ่งสำคัญที่ทำให้ประสบความสำเร็จในอาชีพพนักงานขาย และรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทฯ

4. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อทำการตรวจสอบเสนอและเพิ่มเติม

5. การนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงให้มีความชัดเจนก่อนนำไปใช้

6. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คนและนำมาหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (@-Coefficient) ของครอนบัค(Cronbach) (กัลยา วานิชย์บัญชา , 2546 : 449)

$$\text{Cronbach's alpha} = \frac{K \text{ covariance} / \text{variance}}{1+(K+1) \text{ covariance} / \text{variance}}$$

โดย K แทนจำนวนคำถาม

covariance ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนร่วม ระหว่างคำถาม

variance ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม

1. ค่าความเชื่อมั่นปัจจัยด้านทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ซึ่งเป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จในการประกอบอาชีพพนักงาน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เท่ากับ 0.7328

2. ค่าความเชื่อมั่นกลยุทธ์ในกระบวนการขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ซึ่งเป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จในการประกอบอาชีพพนักงานพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เท่ากับ 0.7365

3. ค่าความเชื่อมั่นด้านความสำเร็จในอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ซึ่งเป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จในการประกอบอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เท่ากับ 0.9661

#### 4.การรวบรวมข้อมูล

ในการจัดทำวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง มีรายละเอียดต่อไปนี้

1. ขั้นตอนเตรียมสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

(1) ทำการสร้างแบบสอบถามจากการศึกษาข้อมูล เอกสารและงานวิจัยต่าง ๆ นำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม และนำเสนอที่ปรึกษาโครงการวิจัยซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบ

เพื่อให้แบบสอบถามมีความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และความถูกต้องของสำนวนภาษาที่ใช้เพื่อให้ครอบคลุมตัวแปรและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย แล้วปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้เหมาะสม

(2) นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบ (Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษา ที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 30 ชุด แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

## 2. ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษานี้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยวิธีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

(1) ดำเนินการเก็บข้อมูลตามพื้นที่ศึกษา โดยมีวิธีในการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 วิธีได้แก่

- การจัดทำจดหมายขอความร่วมมือไปยังสำนักงานใหญ่ของร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน

- สำหรับสาขาที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้พนักงานภาคสนามจำนวน 300 ชุด และจัดส่งแบบสอบถามผ่านการส่งทางไปรษณีย์สำหรับสาขาที่ตั้งอยู่ในเขตปริมณฑล จำนวน 100 ชุด

(2) เมื่อรวบรวมข้อมูลได้ครบตามที่กำหนดไว้แล้ว จึงดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

- ตรวจสอบความถูกต้อง สมบูรณ์ของแบบสอบถามแต่ละชุด

- ตรวจสอบให้คะแนนและลงรหัสข้อมูลในแต่ละส่วนของแบบสอบถามทั้งหมด

- บันทึกข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS for Windows เพื่อนำไปวิเคราะห์ทางสถิติในขั้นตอนต่อไป

## 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการลงรหัส (Coding) และนำมาประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำเสนอ และสรุปผลในการวิจัยครั้งนี้ ได้ใช้การคำนวณค่าสถิติต่าง ๆ ดังนี้

1. สถิติวิเคราะห์เชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Means) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Analysis) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานดังนี้

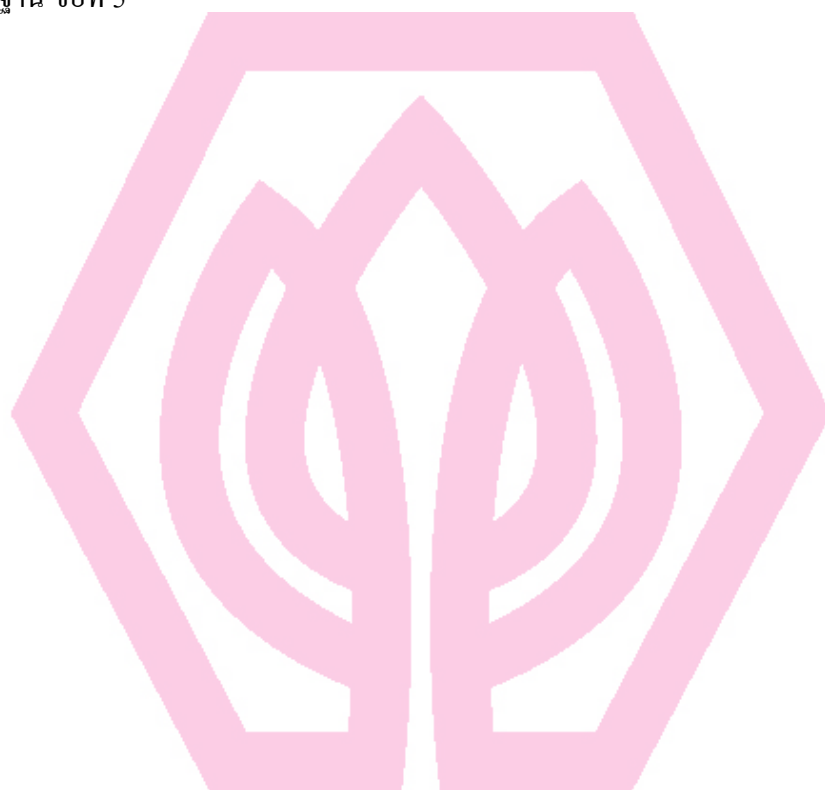
- สถิติ t-test ใช้สำหรับเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม เพื่อทดสอบความแปรปรวนของประชากรกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ใช้ทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 1 (ชูศรี วงศ์รัตน์ , 2534 : 178)

- สถิติ F-test ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2



- การวิเคราะห์ค่าถดถอย (Regression Analysis) ใช้ในการศึกษาความสัมพันธ์ ศึกษาอิทธิพลที่เป็นตัวแปรอิสระมีต่อตัวแปรตาม ใช้ในการทดสอบสมมติฐานในข้อที่ 3 และ ข้อที่ 4

- สถิติอย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน เป็นค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองตัวที่แต่ละตัวต่างมีระดับการวัดของข้อมูลแตกต่างกัน (วิเชียร เกตุสิงห์ , 2541 : 72) ใช้ทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 5



มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
SRIPATUM UNIVERSITY

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยสู่ความสำเร็จของพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลผู้วิจัยได้นำข้อมูลตัวอย่างที่เก็บรวบรวมมาได้จำนวน 400 ชุด ที่ผ่านการตรวจสอบความน่าเชื่อถือแล้วมาทำการวิเคราะห์โดยวิธีการทางสถิติ โดยผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

#### 1.การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน นำเสนอในรูปตารางแจกแจงความถี่ ร้อยละ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน ตำแหน่ง และประเภทสินค้าที่เป็นตัวแทนขาย

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านความรู้ในอาชีพพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน นำเสนอในรูปตารางแจกแจงความถี่ ร้อยละ ประกอบด้วย ข้อมูลพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน นำเสนอในรูปตารางแจกแจงความถี่ ร้อยละ ประกอบด้วยข้อมูลความเหมาะสมกับงาน ข้อมูลความชำนาญเฉพาะ ข้อมูลความท้าทายต่อความสามารถ ข้อมูลโอกาสที่จะทำให้สามารถประสบความสำเร็จในชีวิตได้ ข้อมูลความมั่นคง ข้อมูลการยอมรับจากสังคม ข้อมูลความภาคภูมิใจ ข้อมูลการได้รับเกียรติยกย่องจากสังคม และข้อมูลหากต้องการประสบความสำเร็จของอาชีพต้องอาศัยความซื่อสัตย์เป็นที่ตั้งของอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน

ส่วนที่ 4 ด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน นำเสนอในรูปตารางแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและอันดับ

ส่วนที่ 5 ด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน นำเสนอในรูป ตารางแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและอันดับ

ส่วนที่ 6 ความสำเร็จในอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านนำเสนอในรูปตารางแจกแจงความถี่ ร้อยละ ประกอบด้วยข้อมูลความสำเร็จของในอาชีพ ข้อมูลยอดขายของผู้ตอบแบบสอบถามเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน ข้อมูลรายได้จากการทำงานโดยประมาณเฉลี่ยต่อเดือน ข้อมูลการเคยได้รับรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษและข้อมูลของสิ่งสำคัญที่สุด ที่จะทำให้ท่านประสบความสำเร็จในอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน

## 2.การวิเคราะห์เชิงอนุมาน

สมมุติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานขายอันประกอบด้วยเพศ อายุ ระดับการศึกษา และระยะเวลาในการทำงานแตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง และตกแต่งบ้านแตกต่างกัน

สมมุติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านความรู้ในอาชีพของพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้าง และตกแต่งบ้านแตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านแตกต่างกัน

สมมุติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยด้านทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน

สมมุติฐานข้อที่ 4 ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน

สมมุติฐานข้อที่ 5 ปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน

## 1.การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของพนักงานในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน

ตารางที่ 4-1 แสดงจำนวนร้อยละเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	188	47.0
หญิง	212	53.0
รวม	400	100.0

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0 และเป็นเพศชายจำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-2 แสดงจำนวนร้อยละอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20-27 ปี	177	44.3
28-35 ปี	179	44.8
36 ปีขึ้นไป	44	11.0
รวม	400	100.0

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 28 – 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.8 รองลงมา มีอายุ 20 – 27 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.3 และ มีอายุ 36 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 11.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-3 แสดงจำนวนร้อยละสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	250	62.5
สมรส/อยู่ด้วยกัน	139	34.8
หม้าย/หย่าร้าง	11	2.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมา มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน คิดเป็นร้อยละ 34.8 และสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-4 แสดงจำนวนร้อยละระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	194	48.5
ปริญญาตรี	202	50.5
สูงกว่าปริญญาตรี	4	1.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมา มีการศึกษาด้านต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 48.5 และมีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-5 แสดงจำนวนร้อยละระยะเวลาในการทำงาน

ระยะเวลาในการทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 2 ปี	146	36.5
3-5 ปี	143	35.8
6-8 ปี	66	16.5
มากกว่า 4 ปี	45	11.3
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการทำงานต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 2 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมาระยะเวลาในการทำงาน 3 – 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.8 และมีระยะเวลาในการทำงาน 6- 8 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.5 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4-6 แสดงจำนวนร้อยละตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม**

ตำแหน่ง	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของกิจการ	3	.8
ผู้จัดการแผนกฝ่ายขาย	12	3.0
หัวหน้าฝ่ายขาย	15	3.8
พนักงานขาย	300	75.0
ธุรการฝ่ายขาย	37	9.3
เจ้าหน้าที่ทั่วไป	33	8.3
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ดำรงตำแหน่งพนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 75.0 รองลงมาตำแหน่งธุรการฝ่ายขาย คิดเป็นร้อยละ 9.3 และเจ้าหน้าที่ทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 8.3 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4-7 แสดงจำนวนร้อยละประเภทสินค้าที่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นตัวแทน**

ประเภทสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
อุปกรณ์เครื่องครัว	28	7.0
อุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า	50	12.5
อุปกรณ์ภายในห้องน้ำ	52	13.0
อุปกรณ์วัสดุก่อสร้าง	160	40.0
เครื่องตกแต่งภายในบ้าน	99	24.8
เครื่องนอน	1	.3
อื่น ๆ	10	2.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นตัวแทนขายอุปกรณ์วัสดุก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาเป็นตัวแทนขายเครื่องตกแต่งภายในบ้าน คิดเป็นร้อยละ 24.8 และเป็นตัวแทนขายอุปกรณ์ภายในห้องน้ำ คิดเป็นร้อยละ 13.0 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านความรู้ในอาชีพพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน

ตารางที่ 4-8 แสดงจำนวนร้อยละคำตอบของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง

ประเด็นคำถาม	จำนวน (คน)	ถูกต้อง	จำนวน (คน)	ไม่ ถูกต้อง	การแปล ผล
1. ถ้าลูกค้ามีความต้องการใช้สีเพื่อทาไม้ ทาเหล็ก หรืองานชิ้นเล็ก ๆ ควรใช้สีเคลือบเงา	227	81.7	62	18.3	มาก
2. ไม้สังเคราะห์ (WPC) คือ วัสดุทดแทนไม้ที่เกิดจากการนำเอาส่วนผสมของผงไม้, ไม้เลื่อย ไม้ หรือเส้นใยไม้ กับ โพลีเมอร์พลาสติก	281	82.9	58	17.1	มาก
3. ฉนวนกันความร้อนใช้ติด ฝ้า ผนัง หรือ เพดาน ที่สามารถกันความร้อนได้ดีที่สุดคือ แผ่นยิปซัมบอร์ด	186	54.9	153	46.1	มาก
4. กระจก Heat Strengthen คือกระจกที่เวลาแตกจะแตกกระจายเป็นเม็ดเล็ก ๆ ไม่เป็นอันตรายมาก	239	70.5	100	29.5	มาก
5. ปูนซีเมนต์แบ่งตามการใช้งาน มี 2 ชนิด ได้แก่ ปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ และปูนซีเมนต์ผสม	273	80.5	66	19.5	มาก
รวม	241	74.1	88	25.9	มาก

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างส่วนใหญ่มีความรู้โดยรวมอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 74.1 ซึ่งมีรายละเอียดด้านความรู้ดังนี้ คือ

ด้านถ้าลูกค้ามีความต้องการใช้สีเพื่อทาไม้ ทาเหล็ก หรืองานชิ้นเล็ก ๆ ควรใช้สีเคลือบเงา พนักงานตอบถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 81.7 ซึ่งมีความหมายว่าพนักงานมีความรู้อยู่ในระดับมาก

ด้านความรู้ไม้สังเคราะห์ (WPC) คือ วัสดุทดแทนไม้ที่เกิดจากการนำเอาส่วนผสมของผงไม้, ไม้เลื่อย ไม้ หรือเส้นใยไม้ กับ โพลีเมอร์พลาสติก พนักงานตอบถูกต้องคิดเป็นร้อยละ 82.9 ซึ่งมีความหมายว่าพนักงานมีความรู้อยู่ในระดับมาก

ด้านฉนวนกันความร้อนใช้ติด ฝ้า ผนัง หรือเพดาน ที่สามารถกันความร้อนได้ดีที่สุดคือ แผ่นยิปซัมบอร์ด พนักงานตอบถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 54.9 ซึ่งมีความหมายว่าพนักงานมีความรู้อยู่ในระดับมาก

ด้านกระจก Heat Strengthen คือกระจกที่เวลาแตกจะแตกกระจายเป็นเม็ดเล็ก ๆ ไม่เป็นอันตรายมาก พนักงานตอบถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 70.5 ซึ่งมีความหมายว่าพนักงานมีความรู้ในระดับมาก

ด้านปูนซีเมนต์แบ่งตามการใช้งาน มี 2 ชนิด ได้แก่ ปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ และปูนซีเมนต์ผสม พนักงานตอบถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 80.5 ซึ่งมีความหมายว่าพนักงานมีความรู้ในระดับมาก

ตารางที่ 4-9 แสดงจำนวนร้อยละคำตอบของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน

ประเด็นคำถาม	จำนวน (คน)	ถูกต้อง	จำนวน (คน)	ไม่ ถูกต้อง	การแปล ผล
1. ไม้อัด เกิดจากการนำเศษไม้สนมาอัดกาว นิยมนำมาปูพื้น สถานที่สาธารณะ หรือกรุ ผนัง กรุฝ้า ทำเฟอร์นิเจอร์ หรือใช้ในงาน โครงสร้างเพราะสามารถกันน้ำได้	224	58.2	161	41.8	มาก
2. สีอีพ็อกซี่ (Epoxy Coating) คือสีที่ใช้ สำหรับภายนอก เนื่องจากมีความทนทานต่อ สารเคมี ทนแรงขีดถูและแรงกระแทก ทำ ความสะอาดง่าย	311	80.8	74	19.2	มาก
3. หินสังเคราะห์(Solid Surface) หรือหินเทียม ผลิตจากวัสดุสังเคราะห์ ที่มีความแข็งแรง ทนทานต่อการขีดข่วน ไม่ซึมน้ำ ไม่เป็นเชื้อรา และทำความสะอาดง่าย จึงเหมาะจะนำมาทำ เป็นท็อปเคาน์เตอร์ในครัวหรือในห้องน้ำ	321	83.4	64	16.6	มาก
4. กระเบื้องแกรนิต(Granite Tile) แข็งแกร่ง รับน้ำหนักและทนต่อแรงเสียดทานได้ดี เหมาะกับการปูพื้นและผนัง โดยใช้ได้ทั้ง ภายในและภายนอกอาคาร	340	88.3	45	11.7	มาก
5. สแตนเลสตีล(Stainless Steel) มีความ แข็งแรง ทนต่อการใช้งานหนักได้ดี เป็นวัสดุ ที่ไม่ซึมน้ำ จึงเหมาะสำหรับพื้นที่ที่มีความ เปียกชื้นสูง ทำความสะอาดง่าย	327	84.9	58	15.1	มาก
<b>รวม</b>	<b>305</b>	<b>79.1</b>	<b>80</b>	<b>20.9</b>	<b>มาก</b>

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้านส่วนใหญ่มีความรู้โดยรวมอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 79.1 ซึ่งมีรายละเอียดด้านความรู้ดังนี้ คือ

ด้านไม้อัด เกิดจากการนำเศษไม้สนมาอัดทวน นิยมนำมาปูพื้น สถานที่สาธารณะ หรือกรุผนัง กรุฝ้า ทำเฟอร์นิเจอร์ หรือใช้ในงาน โครงสร้างเพราะสามารถกันน้ำได้ คิดเป็นร้อยละ 58.2ซึ่งมีความหมายว่าพนักงานมีความรู้ในระดับมาก

ด้านสีอีพ็อกซี่ (Epoxy Coating) คือสีที่ใช้สำหรับภายนอก เนื่องจากมีความทนทานต่อสารเคมี ทนแรงขีดถูและแรงกระแทก ทำความสะอาดง่าย คิดเป็นร้อยละ 80.8 ซึ่งมีความหมายว่าพนักงานมีความรู้ในระดับมาก

ด้านหินสังเคราะห์(Solid Surface) หรือหินเทียม ผลิตจากวัสดุสังเคราะห์ ที่มีความแข็งแรง ทนทานต่อการขีดข่วน ไม่ซึมน้ำ ไม่เป็นเชื้อราและทำความสะอาดง่าย จึงเหมาะจะนำมาทำเป็นท็อปเคาน์เตอร์ในครัวหรือในห้องน้ำ คิดเป็นร้อยละ 83.4 ซึ่งมีความหมายว่าพนักงานมีความรู้ในระดับมาก

ด้านกระเบื้องแกรนิต(Granite Tile) แข็งแรง รับน้ำหนักและทนต่อแรงเสียดทานได้ดี เหมาะกับการปูพื้นและผนัง โดยใช้ได้ทั้งภายในและภายนอกอาคารคิดเป็นร้อยละ 88.3 ซึ่งมีความหมายว่าพนักงานมีความรู้ในระดับมาก

ด้านสแตนเลสตีล(Stainless Steel) มีความแข็งแรง ทนต่อการใช้งานหนักได้ดี เป็นวัสดุที่ไม่ซึมน้ำ จึงเหมาะสำหรับพื้นที่ที่มีความเปียกชื้นสูง ทำความสะอาดง่าย คิดเป็นร้อยละ 84.9 ซึ่งมีความหมายว่าพนักงานมีความรู้ในระดับมาก

### ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน

ตารางที่ 4-10 แสดงระดับค่าเฉลี่ยของจำนวนร้อยละของปัจจัยด้านทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน

ปัจจัยด้านทัศนคติต่ออาชีพพนักงานในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
อาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน หากต้องการประสบความสำเร็จของอาชีพ ต้องอาศัยความซื่อสัตย์เป็นที่ตั้ง	3.82	1.148	มาก
อาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านนี้มีเหมาะกับท่าน	3.35	.909	ปานกลาง
อาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน เป็นโอกาสที่จะทำให้ท่านสามารถประสบความสำเร็จในชีวิตได้	2.90	1.010	ไม่แน่นอน ปานกลาง



ตารางที่ 4-10 (ต่อ)

ปัจจัยด้านทัศนคติต่ออาชีพพนักงานในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
อาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน เป็นอาชีพที่มีความมั่นคงต่ออาชีพ	2.89	.963	ขาดความมั่นคงปานกลาง
อาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน เป็นอาชีพที่มีความท้าทายต่อความสามารถในอาชีพของท่าน	2.85	1.033	ไม่ท้าทายปานกลาง
อาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านเป็นอาชีพที่ต้องใช้ความชำนาญเฉพาะด้านในเรื่องอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน	2.82	1.185	ไม่จำเป็นปานกลาง
อาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน เป็นอาชีพที่ได้รับเกียรติยกย่องจากสังคม	2.78	1.014	ขาดการยกย่องปานกลาง
อาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน เป็นอาชีพที่ทำให้ท่านเกิดความภูมิใจเมื่อประกอบอาชีพ	2.68	1.080	ไม่ภูมิใจปานกลาง
อาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ได้รับการยอมรับจากสังคม	2.65	1.130	สังคมไม่ยอมรับปานกลาง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>2.97</b>	<b>.636</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน โดยค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.97 ซึ่งอยู่ในระดับ ปานกลาง โดยแยกอธิบายแต่ละปัจจัยทางทัศนคติ ดังนี้

ด้านอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน หากต้องการประสบความสำเร็จของอาชีพต้องอาศัยความซื่อสัตย์เป็นที่ตั้ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ซึ่งอยู่ในระดับ มาก

ด้านอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านนี้มีเหมาะกับท่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 ซึ่งอยู่ในระดับ ปานกลาง

ด้านอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน เป็น โอกาสที่จะทำให้ท่านสามารถประสบความสำเร็จในชีวิตได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90 ซึ่งอยู่ในระดับ ไม่นั่นอนปานกลาง

ด้านอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน เป็นอาชีพที่มีความมั่นคงต่ออาชีพมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.89 ซึ่งอยู่ในระดับ ขาดความมั่นคงปานกลาง

ด้านอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน เป็นอาชีพที่มีความท้าทายต่อความสามารถในอาชีพของท่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.85 ซึ่งอยู่ในระดับไม่ท้าทายปานกลาง

ด้านอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านเป็นอาชีพที่ต้องใช้ความชำนาญเฉพาะด้านในเรื่องอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.82 ซึ่งอยู่ในระดับ ไม่จำเป็นปานกลาง

อาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน เป็นอาชีพที่ได้รับเกียรติยกย่องจากสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.78 ซึ่งอยู่ในระดับ ขาดการยกย่องปานกลาง

อาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน เป็นอาชีพที่ทำให้ท่านเกิดความภูมิใจเมื่อประกอบอาชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.68 ซึ่งอยู่ในระดับ ไม่ภูมิใจปานกลาง

อาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ได้รับการยอมรับจากสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.65 ซึ่งอยู่ในระดับสังคมไม่ยอมรับปานกลาง

#### ส่วนที่ 4 ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน

ตารางที่ 4-11 แสดงระดับค่าเฉลี่ยของบุคลิกภาพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน

ประเด็นคำถาม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
ท่านเป็นคนที่พูดจาสุภาพ	3.81	.979	บ่อยครั้ง
ท่านเป็นคนที่มีความละเอียดรอบคอบ	3.73	.919	บ่อยครั้ง
ท่านเป็นคนที่รักษาสุขภาพร่างกายให้แข็งแรงอยู่เสมอ	3.66	1.053	บ่อยครั้ง
ท่านเป็นคนที่ชอบวางแผนล่วงหน้า	3.63	.947	บ่อยครั้ง
ท่านเป็นคนที่มีความจิตใจหนักแน่น แม้พบความลำบาก	3.60	1.009	บ่อยครั้ง
ท่านเป็นคนที่ชอบปฏิบัติและแก้ไขสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ดี	3.57	.939	บ่อยครั้ง
ท่านเป็นคนที่มีความมุ่งมั่น	3.55	.919	บ่อยครั้ง
ท่านเป็นคนที่ชอบแต่งกายตามสบายในทุกโอกาส	3.16	1.051	บางครั้ง
ท่านรู้สึกเงินอายุเมื่อท่านอยู่ท่ามกลางผู้คนที่ไม่รู้จักจำนวน หลายๆ	2.62	1.173	บางครั้ง
ท่านเป็นคนเฉื่อยชา ไม่กระตือรือร้น	2.52	1.238	ไม่บ่อยครั้ง
ท่านเป็นคนเงิบขริม และไม่กล้าแสดงออก	2.47	1.119	ไม่บ่อยครั้ง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.30</b>	<b>.592</b>	บางครั้ง

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่แล้วมีบุคลิกภาพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับบางครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.30) โดยแยกพิจารณารายละเอียดต่าง

ๆ ดังนี้ เป็นคนที่พูดจาสุภาพ ซึ่งอยู่ในระดับบ่อยครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.81 ) รองลงมา เป็นคนที่มีความละเอียดรอบคอบ ซึ่งอยู่ในระดับบ่อยครั้ง(ค่าเฉลี่ย 3.73 ) และเป็นคนที่รักษาสุขภาพร่างกายให้แข็งแรงอยู่เสมอ ซึ่งอยู่ในระดับบ่อยครั้ง(ค่าเฉลี่ย 3.66 ) ตามลำดับ

**ส่วนที่ 5 ปัจจัยกลยุทธ์ในกระบวนการขายพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน**  
**ตารางที่ 4-12 แสดงระดับค่าเฉลี่ยของกลยุทธ์ในกระบวนการขายพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน**

ประเด็นคำถาม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
พนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ควรได้รับการฝึกอบรมในตัวผลิตภัณฑ์ หรือ เทคนิคการขายใหม่ ๆ โดยตลอด	4.11	.949	จริง
คุณภาพของสินค้าเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อ	4.08	1.004	จริง
การบริการที่ดีของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านจะทำให้ได้ลูกค้าใหม่ ๆ เพิ่มเติมเสมอ	4.05	.997	จริง
พนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน จะต้องศึกษาข้อมูลของผลิตภัณฑ์ตนเองอยู่เสมอ	4.00	1.048	จริง
การส่งเสริมการขายทั้งจาก บริษัทฯ และตัวแทนจำหน่าย สามารถทำให้พนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านมียอดขายเพิ่มขึ้น	3.98	1.001	จริง
พนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ควรศึกษาข้อมูลของผลิตภัณฑ์คู่แข่งอยู่เสมอ	3.91	1.018	จริง
ตราชื่อของผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อ	3.89	.905	จริง
การบริการหลังการขายเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อ	3.88	.971	จริง
ราคาของผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อ	3.84	.992	จริง

ตารางที่ 4-12 (ต่อ)

ประเด็นคำถาม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
ในบางครั้งความยืดหยุ่นในการมอบผลประโยชน์บางอย่างให้กับลูกค้าเป็นสิ่งที่ช่วยให้ปิดการขายง่ายขึ้น	3.82	.963	จริง
ลูกค้ารายใหม่ได้มาจากการแนะนำของลูกค้าเก่า	3.57	.882	จริง
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>3.92</b>	<b>.731</b>	จริง

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่แล้วมีกลยุทธ์ในกระบวนการขายพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับจริง (ค่าเฉลี่ย 3.92) โดยแยกพิจารณารายละเอียดต่าง ๆ ดังนี้ พนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านควรได้รับการฝึกอบรมในตัวผลิตภัณฑ์ หรือเทคนิคการขายใหม่ ๆ โดยตลอด ซึ่งอยู่ในระดับจริง (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมา คุณภาพของสินค้าเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อ ซึ่งอยู่ในระดับจริง (ค่าเฉลี่ย 4.08) และการบริการที่ดีของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านจะทำให้ได้ลูกค้าใหม่ ๆ เพิ่มเติมเสมอ ซึ่งอยู่ในระดับจริง (ค่าเฉลี่ย 4.05) ตามลำดับ

#### ส่วนที่ 6 ความสำเร็จในอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน

ตารางที่ 4-13 แสดงระดับค่าเฉลี่ยของความสำเร็จของในอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน

ประเด็นคำถาม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
ความสำเร็จของท่านในอาชีพขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน	3.26	.759	เหนือกว่าปานกลาง

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความสำเร็จของอาชีพขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน เมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 ซึ่งอยู่ในระดับเหนือกว่าปานกลาง

ตารางที่ 4-14 แสดงระดับค่าเฉลี่ยของความสำเร็จของในอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน

ประเด็นคำถาม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
ยอดขายของท่านเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน	3.21	.693	มากกว่าปานกลาง

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับความสำเร็จของอาชีพขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านยอดขายเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 ซึ่งอยู่ในระดับมากกว่าปานกลาง

ตารางที่ 4-15 แสดงจำนวนร้อยละของรายได้จากการทำงานโดยประมาณเฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ย	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5,000 บาท	5	1.3
5,001 - 10,000 บาท	149	37.3
10,001 - 15,000 บาท	155	38.8
15,001 - 20,000 บาท	61	15.3
20,000 - 25,000 บาท	8	2.0
มากกว่า 25,001 บาท	22	5.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้โดยเฉลี่ยประมาณ 10,001 - 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.8 รองลงมามีรายได้ 5,001 - 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.3 และมีรายได้ 15,001 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 15.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-16 แสดงจำนวนร้อยละของการเคยได้รับรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษ

รางวัลที่ได้รับ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานขายดีเด่น	165	41.3
พนักงานขายยอดเยี่ยม	60	15.0
เงินและสิ่งของ	137	34.3
ท่องเที่ยว	24	6.0
ไม่เคยได้รับ	14	3.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยได้รับรางวัลพนักงานขายดีเด่น คิดเป็นร้อยละ 41.3 รองลงมาเงินและสิ่งของ คิดเป็นร้อยละ 34.3 และพนักงานยอดเยี่ยม คิดเป็นร้อยละ 15.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4-17 แสดงจำนวนร้อยละของสิ่งสำคัญที่สุด ที่จะทำให้ประสบความสำเร็จในอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน

สิ่งสำคัญ	จำนวน	ร้อยละ
การบริการที่ดี	18	4.5
ความรู้ในตัวสินค้า	41	10.3
ความขยันอดทน	49	12.3
ความซื่อสัตย์	27	6.8
ความเอาใจใส่ลูกค้า	13	3.3
ความตรงต่อเวลา	5	1.3
ประสบการณ์ ความสามารถเฉพาะตัว	16	4.0
ความรักและความตั้งใจในการทำงาน	25	6.3
สินค้ามีคุณภาพ	12	3.0
ไม่ระบุ	194	48.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสิ่งสำคัญที่จะทำให้ประสบความสำเร็จในอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน คือ ความขยันอดทน คิดเป็นร้อยละ 12.3 รองลงมาความรู้ในตัวสินค้า คิดเป็นร้อยละ 10.3 และความซื่อสัตย์ คิดเป็นร้อยละ 6.8 ตามลำดับ

## 2. การวิเคราะห์เชิงอนุมาน

สมมุติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานขายอันประกอบด้วยเพศ อายุ ระดับการศึกษา และระยะเวลาในการทำงานแตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง และตกแต่งบ้านแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-18 แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานจำแนกตามเพศ

$H_0$  : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานแตกต่างกัน

	เพศ	Mean	Std. Deviation	t	df	Sig.
ยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน	ชาย	3.29	.666	2.147	398	.144
	หญิง	3.13	.710			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.144 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า เพศที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-19 แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานจำแนกตามอายุ

$H_0$  : อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานแตกต่างกัน

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ยอดขายของท่านเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน	Between Groups	.055	2	.028	.057	.944
	Within Groups	191.722	397	.483		
	Total	191.778	399			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน จำแนกตามอายุ มีค่า F-Probability เท่ากับ 0.944 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า อายุที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-20 แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานจำแนกตามสถานภาพ

$H_0$  : สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานแตกต่างกัน

		สถานภาพ	Mean	Std. Deviation	t	df	Sig.
ยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน	โสด		3.20	.702	.295	398	.587
	สมรส/อยู่ด้วยกัน		3.21	.681			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน จำแนกตามสถานภาพโดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.587



มากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า สถานภาพที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4-21 แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานจำแนกตามระดับการศึกษา**

$H_0$  : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานแตกต่างกัน

	ระดับการศึกษา	Mean	Std. Deviation	t	df	Sig.
ยอดขายของตนเอง เมื่อเทียบกับเพื่อน ร่วมงาน	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.22	.725	2.750	398	.098
	ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป	3.19	.663			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.098 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-22 แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานจำแนกตามระยะเวลาในการทำงาน

$H_0$  : ระยะเวลาในการทำงานที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ระยะเวลาในการทำงานที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานแตกต่างกัน

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ยอดขายของ ตนเองเมื่อเทียบกับ เพื่อนร่วมงาน	Between Groups	2.309	3	.770	1.609	.187
	Within Groups	189.468	396	.478		
	Total	191.778	399			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน จำแนกตามระยะเวลาในการทำงาน มีค่า F- Probability เท่ากับ 0.187 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ระยะเวลาในการทำงานที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-23 แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนจำแนกตามเพศ

$H_0$  : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน

		Mean	Std. Deviation	t	df	Sig.
รายรับที่ได้จากการทำงาน เฉลี่ยต่อเดือน	ชาย	2.89	1.079	.768	398	.381
	หญิง	3.02	1.066			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนจำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนมีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.381 มากกว่า 0.05

นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า เพศที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4-24** แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนจำแนกตามอายุ

$H_0$  : อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
รายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน	Between Groups	11.497	2	5.749	5.096	.007
	Within Groups	447.863	397	1.128		
	Total	459.360	399			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนจำแนกตามอายุ มีค่า F-Probability เท่ากับ 0.007 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  หมายความว่า อายุที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน

**ตารางที่ 4-25** แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน จำแนกตามสถานภาพ

$H_0$  : สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน

		Mean	Std. Deviation	t	df	Sig.
รายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน	โสด	2.88	1.012	.198	398	.656
	สมรส/อยู่ด้วยกัน	3.10	1.157			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนจำแนกตามสถานภาพ โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนมีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.656 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า สถานภาพที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4-26 แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน จำแนกตามระดับการศึกษา**

$H_0$  : ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน

	ระดับการศึกษา	Mean	Std. Deviation	t	df	Sig.
รายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.70	.924	6.453	398	.011
	ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป	3.20	1.146			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนจำแนกตามระดับการศึกษาโดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนมีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.011 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  หมายความว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-27 แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนจำแนกตามระยะเวลาในการทำงาน

$H_0$  : ระยะเวลาในการทำงานที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ระยะเวลาในการทำงานที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
รายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน	Between Groups	14.472	3	4.824	4.294	.005
	Within Groups	444.888	396	1.123		
	Total	459.360	399			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนจำแนกตามระยะเวลาในการทำงาน มีค่า F- Probability เท่ากับ 0.005 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  หมายความว่า ระยะเวลาในการทำงานที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-28 แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท จำแนกตามเพศ

$H_0$  : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท แตกต่างกัน

	เพศ	Mean	Std. Deviation	t	df	Sig.
รางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท	ชาย	2.14	1.037	5.670	398	.018
	หญิง	2.17	1.218			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.018 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  หมายความว่า เพศที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของ

พนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทแตกต่างกัน

**ตารางที่ 4-29** แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานจำแนกตามอายุ

$H_0$  : อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท แตกต่างกัน

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
รางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท	Between Groups	2	3.988	1.994	1.551	.213
	Within Groups	397	510.402	1.286		
	Total	399	514.390			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท จำแนกตามอายุ มีค่า F-Probability เท่ากับ 0.213 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า อายุที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท ไม่แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4-30** แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท จำแนกตามสถานภาพ

$H_0$  : สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท แตกต่างกัน

		Mean	Std. Deviation	t	df	Sig.
รางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท	โสด	2.15	1.076	3.911	398	.049
	สมรส/อยู่ด้วยกัน	2.16	1.232			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท จำแนกตามสถานภาพโดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.049 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  หมายความว่า สถานภาพที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท แตกต่างกัน

**ตารางที่ 4-31 แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท จำแนกตามระดับการศึกษา**

$H_0$  : ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท แตกต่างกัน

	ระดับการศึกษา	Mean	Std. Deviation	t	df	Sig.
รางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท	ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.31	1.203	10.021	398	.002
	ตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป	2.01	1.050			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท จำแนกตามระดับการศึกษา โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.002 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  หมายความว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-32 แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานจำแนกตามระยะเวลาในการทำงาน

$H_0$  : ระยะเวลาในการทำงานที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ระยะเวลาในการทำงานที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท แตกต่างกัน

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
รางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท	Between Groups	3.823	3	1.274	.988	.398
	Within Groups	510.567	396	1.289		
	Total	514.390	399			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท จำแนกตามระยะเวลาในการทำงาน มีค่า F- Probability เท่ากับ 0.398 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ระยะเวลาในการทำงานที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท ไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านความรู้ในอาชีพของพนักงานในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านแตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านแตกต่างกัน**

ตารางที่ 4-33 แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างจำแนกปัจจัยตามความรู้ เรื่อง ถ้าลูกค้ามีความต้องการใช้สีเพื่อทาไม้ ทาเหล็ก หรืองานชิ้นเล็ก ๆ ควรใช้สีเคลือบเงา

$H_0$  : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ถ้าลูกค้ามีความต้องการใช้สีเพื่อทาไม้ ทาเหล็ก หรืองานชิ้นเล็ก ๆ ควรใช้สีเคลือบเงาที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ถ้าลูกค้ามีความต้องการใช้สีเพื่อทาไม้ ทาเหล็ก หรืองานชิ้นเล็ก ๆ ควรใช้สีเคลือบเงาที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน แตกต่างกัน



ตารางที่ 4-33 (ต่อ)

	ระดับ ความรู้	Mean	Std. Deviation	t	df	Sig.
ยอดขายของตนเอง เมื่อเทียบกับเพื่อน ร่วมงาน	มาก	3.21	.655	2.816	337	.094
	น้อย	3.02	.665			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่าความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.094 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ถ้าลูกค้ามีความต้องการใช้สีเพื่อทาไม้ ทาเหล็ก หรืองานชิ้นเล็ก ๆ ควรใช้สีเคลือบเงา ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-34 แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างจำแนกปัจจัยตามความรู้ เรื่อง ไม้สังเคราะห์ (WPC) คือ วัสดุทดแทนไม้ที่เกิดจากการนำเอาส่วนผสมของผงไม้, ไม้เนื้อแข็ง หรือเส้นใยไม้ กับโพลีเมอร์พลาสติก

$H_0$  : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ไม้สังเคราะห์ (WPC) คือ วัสดุทดแทนไม้ที่เกิดจากการนำเอาส่วนผสมของผงไม้, ไม้เนื้อแข็ง หรือเส้นใยไม้ กับโพลีเมอร์พลาสติก ที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ไม้สังเคราะห์ (WPC) คือ วัสดุทดแทนไม้ที่เกิดจากการนำเอาส่วนผสมของผงไม้, ไม้เนื้อแข็ง หรือเส้นใยไม้ กับโพลีเมอร์พลาสติก แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานแตกต่างกัน

	ระดับความรู้	Mean	Std. Deviation	t	df	Sig.
ยอดขายของตนเอง เมื่อเทียบกับเพื่อน ร่วมงาน	มาก	3.18	.658	.143	337	.706
	น้อย	3.17	.679			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่าความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.706 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ไม้สังเคราะห์ (WPC) คือ วัสดุทดแทนไม้ที่เกิดจากการนำเอาส่วนผสมของผงไม้, ใยเลื่อยไม้ หรือเส้นใยไม้ กับโพลีเมอร์พลาสติก ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-35 แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างจำแนกปัจจัยตามความรู้ เรื่อง ฉนวนกันความร้อนใช้ติด ฝ้า ผนัง หรือเพดาน ที่สามารถกันความร้อนได้ดีที่สุดคือ แผ่นยิปซัมบอร์ด

$H_0$ : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ฉนวนกันความร้อนใช้ติด ฝ้า ผนัง หรือเพดาน ที่สามารถกันความร้อนได้ดีที่สุดคือ แผ่นยิปซัมบอร์ด ที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ฉนวนกันความร้อนใช้ติด ฝ้า ผนัง หรือเพดาน ที่สามารถกันความร้อนได้ดีที่สุดคือ แผ่นยิปซัมบอร์ด ที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานแตกต่างกัน

	ระดับ ความรู้	Mean	Std. Deviation	t	df	Sig.
ยอดขายของตนเอง เมื่อเทียบกับเพื่อน ร่วมงาน	มาก	3.20	.605	2.681	337	.102
	น้อย	3.15	.723			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่าความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.102 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_1$  ปฏิเสธ  $H_0$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ฉนวนกันความร้อนใช้ติด ฝ้า

ผนัง หรือเพดาน ที่สามารถกันความร้อน ได้ดีที่สุดคือ แผ่นยิปซัมบอร์ด ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-36 แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างจำแนกปัจจัยตามความรู้ เรื่อง กระจก Heat Strengthenh คือกระจกที่เวลาแตกจะแตกกระจายเป็นเม็ดเล็ก ๆ ไม่เป็นอันตรายนมาก

$H_0$  : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง กระจก Heat Strengthenh คือกระจกที่เวลาแตกจะแตกกระจายเป็นเม็ดเล็ก ๆ ไม่เป็นอันตรายนมาก ที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง กระจก Heat Strengthenh คือกระจกที่เวลาแตกจะแตกกระจายเป็นเม็ดเล็ก ๆ ไม่เป็นอันตรายนมาก ที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานแตกต่างกัน

	ระดับ ความรู้	Mean	Std. Deviation	t	df	Sig.
ยอดขายของตนเอง เมื่อเทียบกับเพื่อน ร่วมงาน	มาก	3.23	.656	6.358	337	.012
	น้อย	3.05	.657			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่าความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.012 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_1$  ปฏิเสธ  $H_0$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง กระจก Heat Strengthenh คือกระจกที่เวลาแตกจะแตกกระจายเป็นเม็ดเล็ก ๆ ไม่เป็นอันตรายนมาก ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-37 แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างจำแนกปัจจัยตามความรู้ เรื่อง ปูนซีเมนต์แบ่งตามการใช้งาน มี 2 ชนิด ได้แก่ ปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ และ ปูนซีเมนต์ผสม

$H_0$  : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ปูนซีเมนต์แบ่งตามการใช้งาน มี 2 ชนิด ได้แก่ ปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ และปูนซีเมนต์ผสม ที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ปูนซีเมนต์แบ่งตามการใช้งาน มี 2 ชนิด ได้แก่ ปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ และปูนซีเมนต์ผสม ที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานแตกต่างกัน

	ระดับ ความรู้	Mean	Std. Deviation	t	df	Sig.
ยอดขายของตนเอง เมื่อเทียบกับเพื่อน ร่วมงาน	มาก	3.22	.619	.028	337	.867
	น้อย	3.02	.794			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่าความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.867 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง ปูนซีเมนต์แบ่งตามการใช้งาน มี 2 ชนิด ได้แก่ ปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ และปูนซีเมนต์ผสม ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-38 แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน จำแนกปัจจัยตามความรู้ เรื่อง ไม้อัด เกิดจากการนำเศษไม้สนมาอัดกาว นิยมนำมาปูพื้น สถานที่ สาธารณะ หรือกรุผนัง กรุฝ้า ทำเฟอร์นิเจอร์ หรือใช้ในงานโครงสร้างเพราะสามารถกันน้ำได้

$H_0$ : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน เรื่อง ไม้อัด เกิดจากการนำเศษไม้สนมาอัดกาว นิยมนำมาปูพื้น สถานที่ สาธารณะ หรือกรุผนัง กรุฝ้า ทำเฟอร์นิเจอร์ หรือใช้ในงานโครงสร้างเพราะสามารถกันน้ำได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน เรื่อง ไม้อัด เกิดจากการนำเศษไม้สนมาอัดกาว นิยมนำมาปูพื้น สถานที่ สาธารณะ หรือกรุผนัง กรุฝ้า ทำเฟอร์นิเจอร์ หรือใช้ในงานโครงสร้างเพราะสามารถกันน้ำได้ ที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานแตกต่างกัน

	ระดับ ความรู้	Mean	Std. Deviation	t	df	Sig.
ยอดขายของตนเอง เมื่อเทียบกับเพื่อน ร่วมงาน	มาก	3.25	.702	3.764	383	.053
	น้อย	3.11	.642			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่าความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.053 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ไม้อัด เกิดจากการนำเศษไม้สนมาอัดกาว นิยมนำมาปูพื้น สถานที่ สาธารณะ หรือกรุผนัง กรุฝ้า ทำเฟอร์นิเจอร์ หรือใช้ในงานโครงสร้างเพราะสามารถกันน้ำได้ ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-39 แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน จำแนกปัจจัยตามความรู้ เรื่อง สีอีพ็อกซี่ (Epoxy Coating) คือสีที่ใช้สำหรับภายนอก เนื่องจากมีความทนทานต่อสารเคมี ทนแรงขีดถูและแรงกระแทก ทำความสะอาดง่าย

$H_0$  : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน เรื่อง สีอีพ็อกซี่ (Epoxy Coating) คือสีที่ใช้สำหรับภายนอก เนื่องจากมีความทนทานต่อสารเคมี ทนแรงขีดถูและแรงกระแทก ทำความสะอาดง่าย ที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน เรื่อง สีอีพ็อกซี่ (Epoxy Coating) คือสีที่ใช้สำหรับภายนอก เนื่องจากมีความทนทานต่อสารเคมี ทนแรงขีดถูและแรงกระแทก ทำความสะอาดง่าย ที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานแตกต่างกัน

	ระดับ ความรู้	Mean	Std. Deviation	t	df	Sig.
ยอดขายของตนเอง เมื่อเทียบกับเพื่อน ร่วมงาน	มาก	3.21	.680	.067	383	.796
	น้อย	3.12	.682			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่าความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.796 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง สีอีพ็อกซี่ (Epoxy Coating) คือสีที่ใช้สำหรับภายนอก เนื่องจากมีความทนทานต่อสารเคมี ทนแรงขีดถูและแรงกระแทก ทำความสะอาดง่าย ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-40 แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน จำแนกปัจจัยตามความรู้ เรื่อง หินสังเคราะห์(Solid Surface) หรือหินเทียม ผลิตจากวัสดุสังเคราะห์ ที่มีความแข็งแรง ทนทานต่อการขีดข่วน ไม่ซึมน้ำ ไม่เป็นเชื้อราและทำความสะอาดง่าย จึงเหมาะจะนำมาทำเป็นท็อปเคาน์เตอร์ในครัวหรือในห้องน้ำ

$H_0$  : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน เรื่อง หินสังเคราะห์(Solid Surface) หรือหินเทียม ผลิตจากวัสดุสังเคราะห์ ที่มีความแข็งแรง ทนทานต่อการขีดข่วน ไม่ซึมน้ำ ไม่เป็นเชื้อราและทำความสะอาดง่าย จึงเหมาะจะนำมาทำเป็นท็อปเคาน์เตอร์ในครัวหรือในห้องน้ำที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน เรื่อง หินสังเคราะห์(Solid Surface) หรือหินเทียม ผลิตจากวัสดุสังเคราะห์ ที่มีความแข็งแรง ทนทานต่อการขีดข่วน ไม่ซึมน้ำ ไม่เป็นเชื้อราและทำความสะอาดง่าย จึงเหมาะจะนำมาทำเป็นท็อปเคาน์เตอร์ในครัวหรือในห้องน้ำที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานแตกต่างกัน

	ระดับ ความรู้	Mean	Std. Deviation	t	df	Sig.
ยอดขายของตนเอง เมื่อเทียบกับเพื่อน ร่วมงาน	มาก	3.20	.680	.733	383	.393
	น้อย	3.14	.687			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่าความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.393 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง หินสังเคราะห์(Solid Surface) หรือหินเทียม ผลิตจากวัสดุสังเคราะห์ ที่มีความแข็งแรง ทนทานต่อการขีดข่วน ไม่ซึมน้ำ ไม่เป็นเชื้อราและทำความสะอาดง่าย จึงเหมาะจะนำมาทำเป็นท็อปเคาน์เตอร์ในครัวหรือในห้องน้ำ ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-41 แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน จำแนกปัจจัยตามความรู้ เรื่อง กระเบื้องแกรนิต(Granite Tile) แข็งแกร่ง รับน้ำหนักและทนต่อแรงเสียดทานได้ดี เหมาะกับการปูพื้นและผนัง โดยใช้ได้ทั้งภายในและภายนอกอาคาร

$H_0$  : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน เรื่อง กระเบื้องแกรนิต(Granite Tile) แข็งแกร่ง รับน้ำหนักและทนต่อแรงเสียดทานได้ดี เหมาะกับการปูพื้นและผนัง โดยใช้ได้ทั้งภายในและภายนอกอาคารที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน เรื่อง กระเบื้องแกรนิต(Granite Tile) แข็งแกร่ง รับน้ำหนักและทนต่อแรงเสียดทานได้ดี เหมาะกับการปูพื้นและผนัง โดยใช้ได้ทั้งภายในและภายนอกอาคารที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานแตกต่างกัน

	ระดับ ความรู้	Mean	Std. Deviation	t	df	Sig.
ยอดขายของตนเอง เมื่อเทียบกับเพื่อน ร่วมงาน	มาก	3.21	.679	1.179	383	.278
	น้อย	3.07	.688			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่าความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.278 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง กระเบื้องแกรนิต (Granite Tile) แข็งแกร่ง รับน้ำหนักและทนต่อแรงเสียดทานได้ดี เหมาะกับการปูพื้นและผนัง โดยใช้ได้ทั้งภายในและภายนอกอาคาร ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานไม่แตกต่างกัน



ตารางที่ 4-42 แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน จำแนกปัจจัยตามความรู้ เรื่อง สแตนเลสตีล(Stainless Steel) มีความแข็งแรง ทนต่อการใช้งานหนักได้ดี เป็นวัสดุที่ไม่ซีมน้ำ จึงเหมาะสำหรับพื้นที่ที่มีความเปียกชื้นสูง ทำความสะอาดง่าย

$H_0$  : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน เรื่อง สแตนเลสตีล(Stainless Steel) มีความแข็งแรง ทนต่อการใช้งานหนักได้ดี เป็นวัสดุที่ไม่ซีมน้ำ จึงเหมาะสำหรับพื้นที่ที่มีความเปียกชื้นสูง ทำความสะอาดง่ายที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน เรื่อง สแตนเลสตีล(Stainless Steel) มีความแข็งแรง ทนต่อการใช้งานหนักได้ดี เป็นวัสดุที่ไม่ซีมน้ำ จึงเหมาะสำหรับพื้นที่ที่มีความเปียกชื้นสูง ทำความสะอาดง่ายที่แตกต่างกันผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานแตกต่างกัน

	ระดับ ความรู้	Mean	Std. Deviation	t	df	Sig.
ยอดขายของตนเอง เมื่อเทียบกับเพื่อน ร่วมงาน	มาก	3.20	.673	.431	383	.512
	น้อย	3.17	.729			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่าความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.512 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง สแตนเลสตีล(Stainless Steel) มีความแข็งแรง ทนต่อการใช้งานหนักได้ดี เป็นวัสดุที่ไม่ซีมน้ำ จึงเหมาะสำหรับพื้นที่ที่มีความเปียกชื้นสูง ทำความสะอาดง่าย ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-43 แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างจำแนกปัจจัยตามความรู้ เรื่อง ถ้าลูกค้ามีความต้องการใช้สีเพื่อทาไม้ ทาเหล็ก หรืองานชิ้นเล็ก ๆ ควรใช้สีเคลือบเงา

$H_0$ : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ถ้าลูกค้ามีความต้องการใช้สีเพื่อทาไม้ ทาเหล็ก หรืองานชิ้นเล็ก ๆ ควรใช้สีเคลือบเงาที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ถ้าลูกค้ามีความต้องการใช้สีเพื่อทาไม้ ทาเหล็ก หรืองานชิ้นเล็ก ๆ ควรใช้สีเคลือบเงาที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน

	ระดับ ความรู้	Mean	Std. Deviation	t	df	Sig.
รายรับที่ได้จากการ ทำงานเฉลี่ยต่อเดือน	มาก	2.88	.996	.122	337	.727
	น้อย	2.90	.970			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.727 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ถ้าลูกค้ามีความต้องการใช้สีเพื่อทาไม้ ทาเหล็ก หรืองานชิ้นเล็ก ๆ ควรใช้สีเคลือบเงา ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-44 แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างจำแนกปัจจัยตามความรู้เรื่อง ไม้สังเคราะห์ (WPC) คือ วัสดุทดแทนไม้ที่เกิดจากการนำเอาส่วนผสมของผงไม้, ไม้เนื้ออ่อน หรือเส้นใยไม้ กับโพลีเมอร์พลาสติก

$H_0$  : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ไม้สังเคราะห์ (WPC) คือ วัสดุทดแทนไม้ที่เกิดจากการนำเอาส่วนผสมของผงไม้, ไม้เนื้ออ่อน หรือเส้นใยไม้ กับโพลีเมอร์พลาสติก ที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ไม้สังเคราะห์ (WPC) คือ วัสดุทดแทนไม้ที่เกิดจากการนำเอาส่วนผสมของผงไม้, ไม้เนื้ออ่อน หรือเส้นใยไม้ กับโพลีเมอร์พลาสติก ที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน

	ระดับ ความรู้	Mean	Std. Deviation	t	df	Sig.
รายรับที่ได้จากการ ทำงานเฉลี่ยต่อเดือน	มาก	2.89	1.031	2.260	337	.134
	น้อย	2.84	.768			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.134 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ไม้สังเคราะห์ (WPC) คือ วัสดุทดแทนไม้ที่เกิดจากการนำเอาส่วนผสมของผงไม้, ไม้เนื้ออ่อน หรือเส้นใยไม้ กับโพลีเมอร์พลาสติก ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-45 แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างจำแนกปัจจัยตามความรู้ เรื่อง ฉนวนกันความร้อนใช้ติด ฝ้า ผนัง หรือเพดาน ที่สามารถกันความร้อนได้ดีที่สุดคือ แผ่นยิปซัมบอร์ด คือ แผ่นยิปซัมบอร์ด

$H_0$ : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ฉนวนกันความร้อนใช้ติด ฝ้า ผนัง หรือเพดาน ที่สามารถกันความร้อนได้ดีที่สุดคือ แผ่นยิปซัมบอร์ด ที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ฉนวนกันความร้อนใช้ติด ฝ้า ผนัง หรือเพดาน ที่สามารถกันความร้อนได้ดีที่สุดคือ แผ่นยิปซัมบอร์ด ที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน

	ระดับ ความรู้	Mean	Std. Deviation	t	df	Sig.
รายรับที่ได้จากการ ทำงานเฉลี่ยต่อเดือน	มาก	2.78	.874	.716	337	.398
	น้อย	3.00	1.106			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.398 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ฉนวนกันความร้อนใช้ติด ฝ้า ผนัง หรือเพดาน ที่สามารถกันความร้อนได้ดีที่สุดคือ แผ่นยิปซัมบอร์ด ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-46 แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างจำแนกปัจจัยตามความรู้ เรื่อง กระจก Heat Strengthenen คือ กระจกที่เวลาแตกจะแตกกระจายเป็นเม็ดเล็ก ๆ ไม่เป็นอันตรายมาก

$H_0$  : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง กระจก Heat Strengthenen คือ กระจกที่เวลาแตกจะแตกกระจายเป็นเม็ดเล็ก ๆ ไม่เป็นอันตรายมาก ที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง กระจก Heat Strengthenen คือ กระจกที่เวลาแตกจะแตกกระจายเป็นเม็ดเล็ก ๆ ไม่เป็นอันตรายมาก ที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน

	ระดับ ความรู้	Mean	Std. Deviation	t	df	Sig.
รายรับที่ได้จากการ ทำงานเฉลี่ยต่อเดือน	มาก	2.88	.995	.117	337	.733
	น้อย	2.89	.984			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.733 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง กระจก Heat Strengthenen คือ กระจกที่เวลาแตกจะแตกกระจายเป็นเม็ดเล็ก ๆ ไม่เป็นอันตรายมาก ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-47 แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างจำแนกปัจจัยตามความรู้ เรื่อง ปูนซีเมนต์แบ่งตามการใช้งาน มี 2 ชนิด ได้แก่ ปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ และ ปูนซีเมนต์ผสม

$H_0$  : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ปูนซีเมนต์แบ่งตามการใช้งาน มี 2 ชนิด ได้แก่ ปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ และปูนซีเมนต์ผสม ที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ปูนซีเมนต์แบ่งตามการใช้งาน มี 2 ชนิด ได้แก่ ปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ และปูนซีเมนต์ผสม ที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน

	ระดับ ความรู้	Mean	Std. Deviation	t	df	Sig.
รายรับที่ได้จากการ ทำงานเฉลี่ยต่อเดือน	มาก	2.88	.944	4.297	337	.039
	น้อย	2.88	1.170			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.039 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง ปูนซีเมนต์แบ่งตามการใช้งาน มี 2 ชนิด ได้แก่ ปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ และปูนซีเมนต์ผสม ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-48 แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน จำแนกปัจจัยตามความรู้ เรื่อง ไม้อัด เกิดจากการนำเศษไม้สนมาอัดกาว นิยมนำมาปูพื้น สถานที่ สาธารณะ หรือกรุผนัง กรุฝ้า ทำเฟอร์นิเจอร์ หรือใช้ในงานโครงสร้างเพราะสามารถกันน้ำได้

$H_0$ : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน เรื่อง ไม้อัด เกิดจากการนำเศษไม้สนมาอัดกาว นิยมนำมาปูพื้น สถานที่ สาธารณะ หรือกรุผนัง กรุฝ้า ทำเฟอร์นิเจอร์ หรือใช้ในงานโครงสร้างเพราะสามารถกันน้ำได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน เรื่อง ไม้อัด เกิดจากการนำเศษไม้สนมาอัดกาว นิยมนำมาปูพื้น สถานที่ สาธารณะ หรือกรุผนัง กรุฝ้า ทำเฟอร์นิเจอร์ หรือใช้ในงานโครงสร้างเพราะสามารถกันน้ำได้ ที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน

	ระดับ ความรู้	Mean	Std. Deviation	t	df	Sig.
รายรับที่ได้จากการ ทำงานเฉลี่ยต่อเดือน	มาก	2.93	1.052	.027	383	.869
	น้อย	3.02	1.132			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้านโดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.869 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ไม้อัด เกิดจากการนำเศษไม้สนมาอัดกาว นิยมนำมาปูพื้น สถานที่ สาธารณะ หรือกรุผนัง กรุฝ้า ทำเฟอร์นิเจอร์ หรือใช้ในงานโครงสร้างเพราะสามารถกันน้ำได้ ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-49 แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน จำแนกปัจจัยตามความรู้ เรื่อง สีอีพ็อกซี่ (Epoxy Coating) คือสีที่ใช้สำหรับภายนอก เนื่องจากมีความทนทานต่อสารเคมี ทนแรงขีดถูและแรงกระแทก ทำความสะอาดง่าย

$H_0$  : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน เรื่อง สีอีพ็อกซี่ (Epoxy Coating) คือสีที่ใช้สำหรับภายนอก เนื่องจากมีความทนทานต่อสารเคมี ทนแรงขีดถูและแรงกระแทก ทำความสะอาดง่าย ที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน เรื่อง สีอีพ็อกซี่ (Epoxy Coating) คือสีที่ใช้สำหรับภายนอก เนื่องจากมีความทนทานต่อสารเคมี ทนแรงขีดถูและแรงกระแทก ทำความสะอาดง่าย ที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน

	ระดับ ความรู้	Mean	Std. Deviation	t	df	Sig.
รายรับที่ได้จากการ ทำงานเฉลี่ยต่อเดือน	มาก	2.96	1.086	.109	383	.741
	น้อย	2.99	1.092			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้านโดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.741 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง สีอีพ็อกซี่ (Epoxy Coating) คือสีที่ใช้สำหรับภายนอก เนื่องจากมีความทนทานต่อสารเคมี ทนแรงขีดถูและแรงกระแทก ทำความสะอาดง่าย ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน



ตารางที่ 4-50 แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน จำแนกปัจจัยตามความรู้ เรื่อง หินสังเคราะห์(Solid Surface) หรือหินเทียม ผลได้จากวัสดุสังเคราะห์ ที่มีความแข็งแรง ทนทานต่อการขีดข่วน ไม่ซึมน้ำ ไม่เป็นเชื้อราและทำความสะอาดง่าย จึงเหมาะจะนำมาทำเป็นท็อปเคาน์เตอร์ในครัวหรือในห้องน้ำ

$H_0$  : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน เรื่อง หินสังเคราะห์(Solid Surface) หรือหินเทียม ผลได้จากวัสดุสังเคราะห์ ที่มีความแข็งแรง ทนทานต่อการขีดข่วน ไม่ซึมน้ำ ไม่เป็นเชื้อราและทำความสะอาดง่าย จึงเหมาะจะนำมาทำเป็นท็อปเคาน์เตอร์ในครัวหรือในห้องน้ำที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน เรื่อง หินสังเคราะห์(Solid Surface) หรือหินเทียม ผลได้จากวัสดุสังเคราะห์ ที่มีความแข็งแรง ทนทานต่อการขีดข่วน ไม่ซึมน้ำ ไม่เป็นเชื้อราและทำความสะอาดง่าย จึงเหมาะจะนำมาทำเป็นท็อปเคาน์เตอร์ในครัวหรือในห้องน้ำที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน

	ระดับ ความรู้	Mean	Std. Deviation	t	df	Sig.
รายรับที่ได้จากการ ทำงานเฉลี่ยต่อเดือน	มาก	2.99	1.135	7.415	383	.007
	น้อย	2.86	.794			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้านโดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.007 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง หินสังเคราะห์(Solid Surface) หรือหินเทียม ผลได้จากวัสดุสังเคราะห์ ที่มีความแข็งแรง ทนทานต่อการขีดข่วน ไม่ซึมน้ำ ไม่เป็นเชื้อราและทำความสะอาดง่าย จึงเหมาะจะนำมาทำเป็นท็อปเคาน์เตอร์ในครัวหรือในห้องน้ำ ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-51 แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน จำแนกปัจจัยตามความรู้ เรื่อง กระเบื้องแกรนิต(Granite Tile) แข็งแกร่ง รับน้ำหนักและทนต่อแรงเสียดทานได้ดี เหมาะกับการปูพื้นและผนัง โดยใช้ได้ทั้งภายในและภายนอกอาคาร

$H_0$  : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน เรื่อง กระเบื้องแกรนิต(Granite Tile) แข็งแกร่ง รับน้ำหนักและทนต่อแรงเสียดทานได้ดี เหมาะกับการปูพื้นและผนัง โดยใช้ได้ทั้งภายในและภายนอกอาคารที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน เรื่อง กระเบื้องแกรนิต(Granite Tile) แข็งแกร่ง รับน้ำหนักและทนต่อแรงเสียดทานได้ดี เหมาะกับการปูพื้นและผนัง โดยใช้ได้ทั้งภายในและภายนอกอาคารที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน

	ระดับ ความรู้	Mean	Std. Deviation	t	df	Sig.
รายรับที่ได้จากการ ทำงานเฉลี่ยต่อเดือน	มาก	2.96	1.087	.154	383	.695
	น้อย	3.04	1.086			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้านโดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.695 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง กระเบื้องแกรนิต (Granite Tile) แข็งแกร่ง รับน้ำหนักและทนต่อแรงเสียดทานได้ดี เหมาะกับการปูพื้นและผนัง โดยใช้ได้ทั้งภายในและภายนอกอาคาร ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-52 แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน จำแนกปัจจัยตามความรู้ เรื่อง สแตนเลสตีล(Stainless Steel) มีความแข็งแรง ทนต่อการใช้งานหนักได้ดี เป็นวัสดุที่ไม่ซีมน้ำ จึงเหมาะสำหรับพื้นที่ที่มีความเปียกชื้นสูง ทำความสะอาดง่าย

$H_0$  : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน เรื่อง สแตนเลสตีล(Stainless Steel) มีความแข็งแรง ทนต่อการใช้งานหนักได้ดี เป็นวัสดุที่ไม่ซีมน้ำ จึงเหมาะสำหรับพื้นที่ที่มีความเปียกชื้นสูง ทำความสะอาดง่ายที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน เรื่อง สแตนเลสตีล(Stainless Steel) มีความแข็งแรง ทนต่อการใช้งานหนักได้ดี เป็นวัสดุที่ไม่ซีมน้ำ จึงเหมาะสำหรับพื้นที่ที่มีความเปียกชื้นสูง ทำความสะอาดง่ายที่แตกต่างกันผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน

	ระดับ ความรู้	Mean	Std. Deviation	t	df	Sig.
รายรับที่ได้จากการ ทำงานเฉลี่ยต่อเดือน	มาก	2.99	1.142	6.688	383	.010
	น้อย	2.83	.679			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้านโดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.010 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง สแตนเลสตีล(Stainless Steel) มีความแข็งแรง ทนต่อการใช้งานหนักได้ดี เป็นวัสดุที่ไม่ซีมน้ำ จึงเหมาะสำหรับพื้นที่ที่มีความเปียกชื้นสูง ทำความสะอาดง่าย ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-53 แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างจำแนกปัจจัยตามความรู้ เรื่อง ถ้าลูกค้ามีความต้องการใช้สีเพื่อทาไม้ ทาเหล็ก หรืองานชิ้นเล็ก ๆ ควรใช้สีเคลือบเงา

$H_0$ : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ถ้าลูกค้ามีความต้องการใช้สีเพื่อทาไม้ ทาเหล็ก หรืองานชิ้นเล็ก ๆ ควรใช้สีเคลือบเงาที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ถ้าลูกค้ามีความต้องการใช้สีเพื่อทาไม้ ทาเหล็ก หรืองานชิ้นเล็ก ๆ ควรใช้สีเคลือบเงาที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทแตกต่างกัน

	ระดับ ความรู้	Mean	Std. Deviation	t	df	Sig.
รางวัลหรือตำแหน่ง พิเศษที่ได้รับจาก บริษัท	มาก	2.14	1.121	1.092	337	.297
	น้อย	2.21	1.217			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.297 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ถ้าลูกค้ามีความต้องการใช้สีเพื่อทาไม้ ทาเหล็ก หรืองานชิ้นเล็ก ๆ ควรใช้สีเคลือบเงา ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-54 แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างจำแนกปัจจัยตามความรู้เรื่อง ไม้สังเคราะห์ (WPC) คือ วัสดุทดแทนไม้ที่เกิดจากการนำเอาส่วนผสมของผงไม้, ไม้เนื้ออ่อน หรือเส้นใยไม้ กับโพลีเมอร์พลาสติก

$H_0$  : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ไม้สังเคราะห์ (WPC) คือ วัสดุทดแทนไม้ที่เกิดจากการนำเอาส่วนผสมของผงไม้, ไม้เนื้ออ่อน หรือเส้นใยไม้ กับโพลีเมอร์พลาสติก ที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ไม้สังเคราะห์ (WPC) คือ วัสดุทดแทนไม้ที่เกิดจากการนำเอาส่วนผสมของผงไม้, ไม้เนื้ออ่อน หรือเส้นใยไม้ กับโพลีเมอร์พลาสติก ที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทแตกต่างกัน

	ระดับ ความรู้	Mean	Std. Deviation	t	df	Sig.
รางวัลหรือตำแหน่ง พิเศษที่ได้รับจาก บริษัท	มาก	2.21	1.157	3.042	337	.082
	น้อย	1.86	.999			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.082 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ไม้สังเคราะห์ (WPC) คือ วัสดุทดแทนไม้ที่เกิดจากการนำเอาส่วนผสมของผงไม้, ไม้เนื้ออ่อน หรือเส้นใยไม้ กับโพลีเมอร์พลาสติก ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-55 แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างจำแนกปัจจัยตามความรู้ เรื่อง ฉนวนกันความร้อนใช้ติด ฝ้า ผนัง หรือเพดาน ที่สามารถกันความร้อนได้ดีที่สุดคือ แผ่นยิปซัมบอร์ด

$H_0$ : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ฉนวนกันความร้อนใช้ติด ฝ้า ผนัง หรือเพดาน ที่สามารถกันความร้อนได้ดีที่สุดคือ แผ่นยิปซัมบอร์ด ที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ฉนวนกันความร้อนใช้ติด ฝ้า ผนัง หรือเพดาน ที่สามารถกันความร้อนได้ดีที่สุดคือ แผ่นยิปซัมบอร์ด ที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทแตกต่างกัน

	ระดับ ความรู้	Mean	Std. Deviation	t	df	Sig.
รางวัลหรือตำแหน่ง พิเศษที่ได้รับจาก บริษัท	มาก	2.17	1.116	.626	337	.430
	น้อย	2.12	1.166			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.430 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ฉนวนกันความร้อนใช้ติด ฝ้า ผนัง หรือเพดาน ที่สามารถกันความร้อนได้ดีที่สุดคือ แผ่นยิปซัมบอร์ด ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-56 แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างจำแนกปัจจัยตามความรู้ เรื่อง กระจก Heat Strengthen คือกระจกที่เวลาแตกจะแตกกระจายเป็นเม็ดเล็ก ๆ ไม่เป็นอันตรายมาก

$H_0$  : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง กระจก Heat Strengthen คือกระจกที่เวลาแตกจะแตกกระจายเป็นเม็ดเล็ก ๆ ไม่เป็นอันตรายมาก ที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง กระจก Heat Strengthen คือกระจกที่เวลาแตกจะแตกกระจายเป็นเม็ดเล็ก ๆ ไม่เป็นอันตรายมาก ที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทแตกต่างกัน

	ระดับ ความรู้	Mean	Std. Deviation	t	df	Sig.
รางวัลหรือตำแหน่ง พิเศษที่ได้รับจาก บริษัท	มาก	2.14	1.171	2.539	337	.112
	น้อย	2.18	1.058			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.112 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง กระจก Heat Strengthen คือกระจกที่เวลาแตกจะแตกกระจายเป็นเม็ดเล็ก ๆ ไม่เป็นอันตรายมาก ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-57 แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างจำแนกปัจจัยตามความรู้ เรื่อง ปูนซีเมนต์แบ่งตามการใช้งาน มี 2 ชนิด ได้แก่ ปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ และ ปูนซีเมนต์ผสม

$H_0$  : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ปูนซีเมนต์แบ่งตามการใช้งาน มี 2 ชนิด ได้แก่ ปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ และปูนซีเมนต์ผสม ที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ปูนซีเมนต์แบ่งตามการใช้งาน มี 2 ชนิด ได้แก่ ปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ และปูนซีเมนต์ผสม ที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทแตกต่างกัน

	ระดับ ความรู้	Mean	Std. Deviation	t	df	Sig.
รางวัลหรือตำแหน่ง พิเศษที่ได้รับจาก บริษัท	มาก	2.15	1.176	5.124	337	.024
	น้อย	2.17	.970			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.024 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง ปูนซีเมนต์แบ่งตามการใช้งาน มี 2 ชนิด ได้แก่ ปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ และปูนซีเมนต์ผสม ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทแตกต่างกัน



ตารางที่ 4-58 แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน จำแนกปัจจัยตามความรู้ เรื่อง ไม้อัด เกิดจากการนำเศษไม้สนมาอัดกาว นิยมนำมาปูพื้น สถานที่ สาธารณะ หรือกรุผนัง กรุฝ้า ทำเฟอร์นิเจอร์ หรือใช้ในงานโครงสร้างเพราะสามารถกันน้ำได้

$H_0$ : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน เรื่อง ไม้อัด เกิดจากการนำเศษไม้สนมาอัดกาว นิยมนำมาปูพื้น สถานที่ สาธารณะ หรือกรุผนัง กรุฝ้า ทำเฟอร์นิเจอร์ หรือใช้ในงานโครงสร้างเพราะสามารถกันน้ำได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน เรื่อง ไม้อัด เกิดจากการนำเศษไม้สนมาอัดกาว นิยมนำมาปูพื้น สถานที่ สาธารณะ หรือกรุผนัง กรุฝ้า ทำเฟอร์นิเจอร์ หรือใช้ในงานโครงสร้างเพราะสามารถกันน้ำได้ ที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทแตกต่างกัน

	ระดับ ความรู้	Mean	Std. Deviation	t	df	Sig.
รางวัลหรือตำแหน่ง พิเศษที่ได้รับจาก บริษัท	มาก	2.12	1.054	5.523	383	.019
	น้อย	2.21	1.217			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.019 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ไม้อัด เกิดจากการนำเศษไม้สนมาอัดกาว นิยมนำมาปูพื้น สถานที่ สาธารณะ หรือกรุผนัง กรุฝ้า ทำเฟอร์นิเจอร์ หรือใช้ในงานโครงสร้างเพราะสามารถกันน้ำได้ ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-59 แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน จำแนกปัจจัยตามความรู้ เรื่อง สีอีพ็อกซี่ (Epoxy Coating) คือสีที่ใช้สำหรับภายนอก เนื่องจากมีความทนทานต่อสารเคมี ทนแรงขีดถูและแรงกระแทก ทำความสะอาดง่าย

$H_0$  : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน เรื่อง สีอีพ็อกซี่ (Epoxy Coating) คือสีที่ใช้สำหรับภายนอก เนื่องจากมีความทนทานต่อสารเคมี ทนแรงขีดถูและแรงกระแทก ทำความสะอาดง่าย ที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน เรื่อง สีอีพ็อกซี่ (Epoxy Coating) คือสีที่ใช้สำหรับภายนอก เนื่องจากมีความทนทานต่อสารเคมี ทนแรงขีดถูและแรงกระแทก ทำความสะอาดง่าย ที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทแตกต่างกัน

	ระดับ ความรู้	Mean	Std. Deviation	t	df	Sig.
รางวัลหรือตำแหน่ง พิเศษที่ได้รับจาก บริษัท	มาก	2.18	1.151	4.276	383	.039
	น้อย	2.05	1.005			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.039 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง สีอีพ็อกซี่ (Epoxy Coating) คือสีที่ใช้สำหรับภายนอก เนื่องจากมีความทนทานต่อสารเคมี ทนแรงขีดถูและแรงกระแทก ทำความสะอาดง่าย ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-60 แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน จำแนกปัจจัยตามความรู้ เรื่อง หินสังเคราะห์(Solid Surface) หรือหินเทียม ผลิตจากวัสดุสังเคราะห์ ที่มีความแข็งแรง ทนทานต่อการขีดข่วน ไม่ซึมน้ำ ไม่เป็นเชื้อราและทำความสะอาดง่าย จึงเหมาะจะนำมาทำเป็นท็อปเคาน์เตอร์ในครัวหรือในห้องน้ำ

$H_0$  : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน เรื่อง หินสังเคราะห์(Solid Surface) หรือหินเทียม ผลิตจากวัสดุสังเคราะห์ ที่มีความแข็งแรง ทนทานต่อการขีดข่วน ไม่ซึมน้ำ ไม่เป็นเชื้อราและทำความสะอาดง่าย จึงเหมาะจะนำมาทำเป็นท็อปเคาน์เตอร์ในครัวหรือในห้องน้ำที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน เรื่อง หินสังเคราะห์(Solid Surface) หรือหินเทียม ผลิตจากวัสดุสังเคราะห์ ที่มีความแข็งแรง ทนทานต่อการขีดข่วน ไม่ซึมน้ำ ไม่เป็นเชื้อราและทำความสะอาดง่าย จึงเหมาะจะนำมาทำเป็นท็อปเคาน์เตอร์ในครัวหรือในห้องน้ำที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทแตกต่างกัน

	ระดับ ความรู้	Mean	Std. Deviation	t	df	Sig.
รางวัลหรือตำแหน่ง พิเศษที่ได้รับจาก บริษัท	มาก	2.21	1.117	.033	383	.857
	น้อย	1.89	1.129			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.857 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง หินสังเคราะห์(Solid Surface) หรือหินเทียม ผลิตจากวัสดุสังเคราะห์ ที่มีความแข็งแรง ทนทานต่อการขีดข่วน ไม่ซึมน้ำ ไม่เป็นเชื้อราและทำความสะอาดง่าย จึงเหมาะจะนำมาทำเป็นท็อปเคาน์เตอร์ในครัวหรือในห้องน้ำ ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-61 แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน จำแนกปัจจัยตามความรู้ เรื่อง กระเบื้องแกรนิต(Granite Tile) แข็งแกร่ง รับนํ้าหนักและทนต่อแรงเสียดทานได้ดี เหมาะกับการปูพื้นและผนัง โดยใช้ได้ทั้งภายในและภายนอกอาคาร

$H_0$  : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน เรื่อง กระเบื้องแกรนิต(Granite Tile) แข็งแกร่ง รับนํ้าหนักและทนต่อแรงเสียดทานได้ดี เหมาะกับการปูพื้นและผนัง โดยใช้ได้ทั้งภายในและภายนอกอาคารที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน เรื่อง กระเบื้องแกรนิต(Granite Tile) แข็งแกร่ง รับนํ้าหนักและทนต่อแรงเสียดทานได้ดี เหมาะกับการปูพื้นและผนัง โดยใช้ได้ทั้งภายในและภายนอกอาคารที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทแตกต่างกัน

	ระดับ ความรู้	Mean	Std. Deviation	t	df	Sig.
รางวัลหรือตำแหน่ง พิเศษที่ได้รับจาก บริษัท	มาก	2.18	1.133	.199	383	.656
	น้อย	2.02	1.055			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.656 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง กระเบื้องแกรนิต (Granite Tile) แข็งแกร่ง รับนํ้าหนักและทนต่อแรงเสียดทานได้ดี เหมาะกับการปูพื้นและผนัง โดยใช้ได้ทั้งภายในและภายนอกอาคาร ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-62 แสดงผลการเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน จำแนกปัจจัยตามความรู้ เรื่อง สแตนเลสตีล(Stainless Steel) มีความแข็งแรง ทนต่อการใช้งานหนักได้ดี เป็นวัสดุที่ไม่ซีมน้ำ จึงเหมาะสำหรับพื้นที่ที่มีความเปียกชื้นสูง ทำความสะอาดง่าย

$H_0$  : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน เรื่อง สแตนเลสตีล(Stainless Steel) มีความแข็งแรง ทนต่อการใช้งานหนักได้ดี เป็นวัสดุที่ไม่ซีมน้ำ จึงเหมาะสำหรับพื้นที่ที่มีความเปียกชื้นสูง ทำความสะอาดง่ายที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน เรื่อง สแตนเลสตีล(Stainless Steel) มีความแข็งแรง ทนต่อการใช้งานหนักได้ดี เป็นวัสดุที่ไม่ซีมน้ำ จึงเหมาะสำหรับพื้นที่ที่มีความเปียกชื้นสูง ทำความสะอาดง่ายที่แตกต่างกันผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทแตกต่างกัน

	ระดับ ความรู้	Mean	Std. Deviation	t	df	Sig.
รางวัลหรือตำแหน่ง พิเศษที่ได้รับจาก บริษัท	มาก	2.18	1.110	.338	383	.561
	น้อย	2.05	1.206			

จากตารางพบว่าผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.561 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง สแตนเลสตีล(Stainless Steel) มีความแข็งแรง ทนต่อการใช้งานหนักได้ดี เป็นวัสดุที่ไม่ซีมน้ำ จึงเหมาะสำหรับพื้นที่ที่มีความเปียกชื้นสูง ทำความสะอาดง่าย ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทไม่แตกต่างกัน

**สมมุติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยด้านทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้าง และตกแต่งบ้านมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน**

ตารางที่ 4-63 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยทางด้านทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านกับความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน

$H_0$  : ปัจจัยทางด้านทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ไม่มีสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน

$H_1$  : ปัจจัยทางด้านทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน มีสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน

ปัจจัยด้านทัศนคติของพนักงานขาย อุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.840	.208		13.675	.000
1. เป็นอาชีพที่มีความเหมาะสมกับท่าน	.081	.039	.106	2.083	.038
2. เป็นอาชีพที่ต้องใช้ความชำนาญเฉพาะด้านในเรื่องอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน	-.006	.037	-.011	-.175	.861
3. เป็นอาชีพที่มีความท้าทายต่อความสามารถในอาชีพของท่าน	-.058	.044	-.086	-1.313	.190
4. เป็นอาชีพที่เป็นโอกาสที่จะทำให้ท่านสามารถประสบความสำเร็จในชีวิตได้	.105	.045	.152	2.312	.021
5. เป็นอาชีพที่มีความมั่นคงต่ออาชีพ	.004	.048	.005	.081	.936
6. เป็นอาชีพที่ได้รับการยอมรับจากสังคม	.067	.046	.110	1.461	.145
7. เป็นอาชีพที่ทำให้ท่านเกิดความภูมิใจเมื่อประกอบอาชีพ	.018	.051	.028	.347	.729

ตารางที่ 4-63 (ต่อ)

ปัจจัยด้านทัศนคติของพนักงานขาย อุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
8. เป็นอาชีพที่ได้รับเกียรติยกย่องจากสังคม	-.098	.047	-.143	-2.072	.039
9. เป็นอาชีพที่หากต้องการประสบความสำเร็จของอาชีพต้องอาศัยความซื่อสัตย์เป็นที่ตั้ง	.003	.031	.004	.082	.935

a Dependent Variable: ยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน

จากตารางพบว่าปัจจัยด้านทัศนคติต่ออาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน กับความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน โดยใช้สถิติ Regression Analysis ซึ่ง สามารถวิเคราะห์ผลได้ดังนี้

ปัจจัยทัศนคติของอาชีพพนักงานขาย ด้านเป็นอาชีพที่มีความเหมาะสมกับท่าน มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.038 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_1$  ปฏิเสธ  $H_0$  หมายความว่า ถ้าทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านอาชีพนี้เหมาะสมกับท่านดี จะมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน

ปัจจัยทัศนคติของอาชีพพนักงานขาย ด้านเป็นอาชีพที่เป็นโอกาสที่จะทำให้ท่านสามารถประสบความสำเร็จในชีวิตได้ มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.021 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_1$  ปฏิเสธ  $H_0$  หมายความว่า ถ้าทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านอาชีพนี้เป็นโอกาสที่จะทำให้ท่านสามารถประสบความสำเร็จในชีวิตได้ จะมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน

ปัจจัยทัศนคติของอาชีพพนักงานขาย ด้านเป็นอาชีพที่ได้รับเกียรติยกย่องจากสังคม มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.039 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_1$  ปฏิเสธ  $H_0$  หมายความว่า ถ้าทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านอาชีพนี้ที่ได้รับเกียรติยกย่องจากสังคม จะมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน

ตารางที่ 4-64 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยทางด้านทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านกับความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน

$H_0$  : ปัจจัยทางด้านทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ไม่มีสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน

$H_1$  : ปัจจัยทางด้านทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน มีสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านทัศนคติต่ออาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	15436.046	8097.371		1.906	.057
1. เป็นอาชีพที่มีความเหมาะสมกับท่าน	11.676	1520.112	.000	.008	.994
2. เป็นอาชีพที่ต้องใช้ความชำนาญเฉพาะด้านในเรื่องอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน	-340.944	1437.231	-.015	-.237	.813
3. เป็นอาชีพที่มีความท้าทายต่อความสามารถในอาชีพของท่าน	-1823.335	1718.470	-.068	-1.061	.289
4. เป็นอาชีพที่เป็นโอกาสที่จะทำให้ท่านสามารถประสบความสำเร็จในชีวิตได้	-3644.143	1762.664	-.134	-2.067	.039
5. เป็นอาชีพที่มีความมั่นคงต่ออาชีพ	7946.568	1882.526	.278	4.221	.000
6. เป็นอาชีพที่ได้รับการยอมรับจากสังคม	1931.497	1794.145	.079	1.077	.282
7. เป็นอาชีพที่ทำให้ท่านเกิดความภูมิใจเมื่อประกอบอาชีพ	-4995.783	1990.152	-.196	-2.510	.012
8. เป็นอาชีพที่ได้รับเกียรติยกย่องจากสังคม	-1938.090	1836.533	-.071	-1.055	.292
9. เป็นอาชีพที่หากต้องการประสบความสำเร็จของอาชีพต้องอาศัยความซื่อสัตย์เป็นที่ตั้ง	2043.467	1205.793	.085	1.695	.091

a Dependent Variable: รายรับที่ได้จากการทำงาน เฉลี่ยต่อเดือน



จากตารางพบว่าปัจจัยด้านทัศนคติต่ออาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน กับความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติ Regression Analysis ซึ่ง สามารถวิเคราะห์ผลได้ดังนี้

ปัจจัยทัศนคติของอาชีพพนักงานขาย ด้านเป็นอาชีพที่เป็นโอกาสที่จะทำให้ท่านสามารถประสบความสำเร็จในชีวิตได้ มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.039 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_1$  ปฏิเสธ  $H_0$  หมายความว่า ถ้าทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านอาชีพนี้เป็นโอกาสที่จะทำให้ท่านสามารถประสบความสำเร็จในชีวิตได้ จะมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยทัศนคติของอาชีพพนักงานขาย ด้านเป็นอาชีพที่มีความมั่นคงต่ออาชีพ มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_1$  ปฏิเสธ  $H_0$  หมายความว่า ถ้าทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านอาชีพนี้มีความมั่นคงต่ออาชีพ จะมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยทัศนคติของอาชีพพนักงานขาย ด้านเป็นอาชีพที่ทำให้ท่านเกิดความภูมิใจเมื่อประกอบอาชีพมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.012 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_1$  ปฏิเสธ  $H_0$  หมายความว่า ถ้าทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านอาชีพนี้ทำให้ท่านเกิดความภูมิใจเมื่อประกอบอาชีพม จะมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน

ตารางที่ 4-65 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยทางด้านทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านกับความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท

$H_0$  : ปัจจัยทางด้านทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ไม่มีสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท

$H_1$  : ปัจจัยทางด้านทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน มีสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท

ปัจจัยด้านทัศนคติต่ออาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.966	.341		5.770	.000
1. เป็นอาชีพที่มีความเหมาะสมกับท่าน	-.009	.064	-.007	-.141	.888
2. เป็นอาชีพที่ต้องใช้ความชำนาญเฉพาะด้านในเรื่องอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน	.037	.060	.039	.615	.539
3. เป็นอาชีพที่มีความท้าทายต่อความสามารถในอาชีพของท่าน	.069	.072	.062	.949	.343
4. เป็นอาชีพที่เป็นโอกาสที่จะทำให้ท่านสามารถประสบความสำเร็จในชีวิตได้	-.041	.074	-.037	-.557	.578
5. เป็นอาชีพที่มีความมั่นคงต่ออาชีพ	-.028	.079	-.024	-.353	.724
6. เป็นอาชีพที่ได้รับการยอมรับจากสังคม	.062	.075	.061	.816	.415
7. เป็นอาชีพที่ทำให้ท่านเกิดความภูมิใจเมื่อประกอบอาชีพ	-.197	.084	-.188	-2.357	.019
8. เป็นอาชีพที่ได้รับเกียรติยกย่องจากสังคม	.008	.077	.007	.108	.914
9. เป็นอาชีพที่หากต้องการประสบความสำเร็จของอาชีพต้องอาศัยความซื่อสัตย์เป็นที่ตั้ง	.121	.051	.122	2.384	.018

a Dependent Variable: รางวัลหรือตำแหน่งพิเศษพิเศษที่ได้รับจากบริษัท

จากตารางพบว่าปัจจัยด้านทัศนคติต่ออาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน กับความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทโดยใช้สถิติ Regression Analysis ซึ่ง สามารถวิเคราะห์ผลได้ดังนี้

ปัจจัยทัศนคติของอาชีพพนักงานขาย ด้านเป็นอาชีพที่ทำให้ท่านเกิดความภูมิใจเมื่อประกอบอาชีพ มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.019 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_1$  ปฏิเสธ  $H_0$  หมายความว่า ถ้าทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านอาชีพนี้เป็นอาชีพที่ทำให้ท่านเกิดความภูมิใจเมื่อประกอบอาชีพจะมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท

ปัจจัยทัศนคติของอาชีพพนักงานขาย ด้านเป็นอาชีพที่หากต้องการประสบความสำเร็จของอาชีพต้องอาศัยความซื่อสัตย์เป็นที่ตั้ง มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.018 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_1$  ปฏิเสธ  $H_0$  หมายความว่า ถ้าทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านอาชีพนี้เป็นอาชีพที่หากต้องการประสบความสำเร็จของอาชีพต้องอาศัยความซื่อสัตย์เป็นที่ตั้งจะมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท

**สมมุติฐานข้อที่ 4 ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน**  
ตารางที่ 4-66 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านกับความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน

$H_0$  : ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านไม่มีสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน

$H_1$  : ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านมีสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน

ตารางที่ 4-66 (ต่อ)

ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของ พนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง และตกแต่งบ้าน	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.756	.200		13.753	.000
1.ท่านรู้สึกเงินอายน้อยเมื่อท่านอยู่ ท่ามกลางผู้คนที่ไม่รู้จักจำนวน มากๆ	-.013	.041	-.021	-.309	.758
2.ท่านเป็นคนเงียบขรึม และไม่ กล้าแสดงออก	.096	.045	.155	2.124	.034
3.ท่านเป็นคนที่รักษาสุขภาพ ร่างกายให้แข็งแรงอยู่เสมอ	-.026	.042	-.040	-.633	.527
4.ท่านเป็นคนที่พูดจาสุภาพ	.051	.054	.072	.939	.348
5.ท่านเป็นคนที่มีความละเอียด รอบคอบ	.020	.062	.027	.330	.742
6.ท่านเป็นคนที่มีความมั่นใจ	-.066	.058	-.087	-1.137	.256
7.ท่านเป็นคนที่ชอบปฏิบัติและ แก้ไขสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ดี	.050	.058	.067	.853	.394
8.ท่านเป็นคนที่ชอบวางแผน ล่วงหน้า	.093	.052	.127	1.799	.073
9.ท่านเป็นคนเฉื่อยชา ไม่ กระตือรือร้น	-.038	.033	-.068	-1.154	.249
10.ท่านเป็นคนที่ชอบแต่งกาย ตามสบายในทุกโอกาส	-.005	.038	-.007	-.120	.905
11.ท่านเป็นคนที่มีความใจหนัก แน่น แม้พบความลำบาก	-.027	.048	-.040	-.578	.564

a Dependent Variable: ยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน

จากตารางพบว่าปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านกับความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน โดยใช้สถิติ Regression Analysis ซึ่ง สามารถวิเคราะห์ผลได้ดังนี้

ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานขาย ด้านท่านเป็นคนเจียมขริม และไม่กล้าแสดงออกมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.034 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_1$  ปฏิเสธ  $H_0$  หมายความว่า ถ้าบุคลิกภาพของพนักงานขาย ด้านท่านเป็นคนเจียมขริม และไม่กล้าแสดงออกมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน

**ตารางที่ 4-67 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านกับความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน**

$H_0$  : ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ไม่มีสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน

$H_1$  : ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านมีสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานขาย อุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	11143.206	8015.016		1.390	.165
1.ท่านรู้สึกเงินอายเมื่อท่านอยู่ ท่ามกลางผู้คนที่ไม่รู้จักจำนวนมากๆ	-1223.103	1641.426	-.052	-.745	.457
2.ท่านเป็นคนเจียมขริม และไม่กล้า แสดงออก	-1323.239	1803.424	-.054	-.734	.464
3.ท่านเป็นคนที่รักษาสุขภาพร่างกาย ให้แข็งแรงอยู่เสมอ	1619.195	1662.932	.062	.974	.331
4.ท่านเป็นคนที่พูดจาสุภาพ	-61.243	2176.966	-.002	-.028	.978
5.ท่านเป็นคนที่มีความละเอียด รอบคอบ	-514.178	2478.832	-.017	-.207	.836
6.ท่านเป็นคนที่มื่ออารมณ์มั่นคง	3084.149	2317.343	.103	1.331	.184
7.ท่านเป็นคนที่ชอบปฏิบัติและแก้ไข สถานการณ์ต่าง ๆ ได้ดี	1918.854	2324.890	.065	.825	.410

ตารางที่ 4-67 (ต่อ)

ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานขาย อุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
8.ท่านเป็นคนที่ชอบวางแผนล่วงหน้า	-797.122	2072.530	-.027	-.385	.701
9.ท่านเป็นคนเฉื่อยชา ไม่กระตือรือร้น	1114.002	1314.956	.050	.847	.397
10.ท่านเป็นคนที่ชอบแต่งกายตาม สบายในทุกโอกาส	-2749.096	1505.623	-.105	-1.826	.069
11.ท่านเป็นคนที่มึนงงหนักแน่น แม้ พบความลำบาก	-437.792	1900.411	-.016	-.230	.818

a Dependent Variable: ด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน

จากตารางพบว่าปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านกับความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติ Regression Analysis ซึ่ง สามารถวิเคราะห์ผลได้ดังนี้

ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานขาย ไม่มีข้อใดมีผลต่อความสำเร็จความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งพบว่า ค่า Sig. ด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายทุกข้อ มีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธ  $H_1$  ยอมรับ  $H_0$  หมายความว่า ด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายทุกข้อไม่มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 4-68 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านกับความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท

$H_0$  : ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ไม่มีสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท

$H_1$  : ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านมีสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท

ตารางที่ 4-68 (ต่อ)

ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงาน ขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่ง บ้าน	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.872	.324		5.774	.000
1. ท่านรู้สึกเงินอายุเมื่อท่านอยู่ ท่ามกลางผู้คนที่ไม่รู้จักจำนวน มากๆ	.128	.066	.132	1.929	.055
2. ท่านเป็นคนเกียบขริม และไม่กล้า แสดงออก	-.034	.073	-.034	-.470	.638
3. ท่านเป็นคนที่รักษาสุขภาพ ร่างกายให้แข็งแรงอยู่เสมอ	.087	.067	.081	1.299	.195
4. ท่านเป็นคนที่พูดจาสุภาพ	-.059	.088	-.051	-.670	.503
5. ท่านเป็นคนที่มีความละเอียด รอบคอบ	.096	.100	.078	.956	.340
6. ท่านเป็นคนที่มีความมั่นใจ	-.110	.094	-.089	-1.177	.240
7. ท่านเป็นคนที่ชอบปฏิบัติและ แก้ไขสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ดี	-.257	.094	-.212	-2.731	.007
8. ท่านเป็นคนที่ชอบวางแผน ล่วงหน้า	.103	.084	.086	1.233	.218
9. ท่านเป็นคนเฉื่อยชา ไม่ กระตือรือร้น	-.048	.053	-.052	-.895	.372
10. ท่านเป็นคนที่ชอบแต่งกายตาม สบายในทุกโอกาส	-.052	.061	-.048	-.854	.394
11. ท่านเป็นคนที่มีความตั้งใจหนักแน่น แม้พบความลำบาก	.222	.077	.197	2.887	.004

a Dependent Variable: รางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท

จากตารางพบว่าปัจจัยด้านทัศนคติต่ออาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน  
กับความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่ง  
พิเศษที่ได้รับจากบริษัทโดยใช้สถิติ Regression Analysis ซึ่ง สามารถวิเคราะห์ผลได้ดังนี้

ปัจจัยทัศนคติของอาชีพพนักงานขาย ด้านเป็นคนที่ชอบปฏิบัติและแก้ไขสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ดี มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_1$  ปฏิเสธ  $H_0$  หมายความว่า ถ้าทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านท่านเป็นคนที่ชอบปฏิบัติและแก้ไขสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ดี จะมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท

ปัจจัยทัศนคติของอาชีพพนักงานขาย ท่านเป็นคนที่มีความตั้งใจหนักแน่น แม้พบความลำบาก มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_1$  ปฏิเสธ  $H_0$  หมายความว่า ถ้าทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านท่านเป็นคนที่มีความตั้งใจหนักแน่น แม้พบความลำบาก จะมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท

**สมมุติฐานข้อที่ 5 ปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ตารางที่ 4-69 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านกับความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน**

$H_0$  : ปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านไม่มีสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน

$H_1$  : ปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านมีสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขาย อุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน	ด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับ เพื่อนร่วมงาน	
	1. ลูกค้านำใหม่ได้มาจากการแนะนำของลูกค้าเก่า	Pearson Correlation
	Sig. (2-tailed)	.000
2. พนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านจะต้องศึกษา ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ตนเองอยู่เสมอ	Pearson Correlation	.060
	Sig. (2-tailed)	.230
3. พนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านควรศึกษา ข้อมูลของผลิตภัณฑ์คู่แข่งอยู่เสมอ	Pearson Correlation	.061
	Sig. (2-tailed)	.227



ตารางที่ 4-69 (ต่อ)

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขาย อุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน	ด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับ เพื่อนร่วมงาน	
	4. พนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านควรได้รับการฝึกอบรมในตัวผลิตภัณฑ์ หรือเทคนิคการขายใหม่ ๆ โดยตลอด	Pearson Correlation
	Sig. (2-tailed)	.537
5. ในบางครั้งความยืดหยุ่นในการมอบผลประโยชน์บางอย่างให้กับลูกค้าเป็นสิ่งที่จะช่วยให้ปิดการขายง่ายขึ้น	Pearson Correlation	.002
	Sig. (2-tailed)	.969
6. การบริการที่ดีของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านจะทำให้ได้ลูกค้าใหม่ ๆ เพิ่มเติมเสมอ	Pearson Correlation	.052
	Sig. (2-tailed)	.296
7. คุณภาพของสินค้าเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อ	Pearson Correlation	.073
	Sig. (2-tailed)	.147
8. ตรายี่ห้อของผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อ	Pearson Correlation	.038
	Sig. (2-tailed)	.447
9. ราคาของผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อ	Pearson Correlation	.089
	Sig. (2-tailed)	.075
10. การบริการหลังการขายเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อ	Pearson Correlation	.130(**)
	Sig. (2-tailed)	.009
11. การส่งเสริมการขายทั้งจาก บริษัทฯ และตัวแทนจำหน่ายสามารถทำให้พนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านมียอดขายเพิ่มขึ้น	Pearson Correlation	.127(*)
	Sig. (2-tailed)	.011

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

จากตารางพบว่าการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน โดยใช้การวิเคราะห์สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) สามารถวิเคราะห์ผลได้ดังนี้

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านลูกค้ารายใหม่ได้มาจากการแนะนำของลูกค้าเก่า มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_1$  ปฏิเสธ  $H_0$  หมายความว่า ถ้าปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านซึ่งลูกค้ารายใหม่ได้มาจากการแนะนำของลูกค้าเก่า

จะมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านการบริการหลังการขายเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อ มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับ  $H_1$  ปฏิเสธ  $H_0$  หมายความว่า ถ้าปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านซึ่งการบริการหลังการขายเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อ จะมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านการส่งเสริมการขายทั้งจาก บริษัทฯ และตัวแทนจำหน่าย สามารถทำให้พนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านมียอดขายเพิ่มขึ้น มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.011 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับ  $H_1$  ปฏิเสธ  $H_0$  หมายความว่า ถ้าปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านซึ่งการส่งเสริมการขายทั้งจาก บริษัทฯ และตัวแทนจำหน่าย สามารถทำให้พนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านมียอดขายเพิ่มขึ้น จะมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน

ตารางที่ 4-70 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านกับความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน

$H_0$  : ปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านไม่มีสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน

$H_1$  : ปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านมีสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 4-70 (ต่อ)

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขาย อุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน	ด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อ เดือน	
	1. ลูกค้านำใหม่ได้มาจากการแนะนำของลูกค้าเก่า	Pearson Correlation
	Sig. (2-tailed)	.954
2. พนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านจะต้องศึกษา ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ตนเองอยู่เสมอ	Pearson Correlation	.064
	Sig. (2-tailed)	.199
3. พนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านควรมีการศึกษา ข้อมูลของผลิตภัณฑ์คู่แข่งอยู่เสมอ	Pearson Correlation	.075
	Sig. (2-tailed)	.132
4. พนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านควรได้รับการฝึกอบรม ในตัวผลิตภัณฑ์ หรือเทคนิคการขายใหม่ ๆ โดย ตลอด	Pearson Correlation	.052
	Sig. (2-tailed)	.298
5. ในบางครั้งความยืดหยุ่นในการมอบผลประโยชน์บางอย่าง ให้กับลูกค้าเป็นสิ่งที่จะช่วยให้ปิดการขายง่ายขึ้น	Pearson Correlation	.079
	Sig. (2-tailed)	.116
6. การบริการที่ดีของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่ง บ้านจะทำให้ได้ลูกค้าใหม่ ๆ เพิ่มเติมเสมอ	Pearson Correlation	.099(*)
	Sig. (2-tailed)	.047
7. คุณภาพของสินค้าเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเกิดการ ตัดสินใจซื้อ	Pearson Correlation	.067
	Sig. (2-tailed)	.178
8. ตรายี่ห้อของผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเกิดการ ตัดสินใจซื้อ	Pearson Correlation	.060
	Sig. (2-tailed)	.234
9. ราคาของผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเกิดการ ตัดสินใจซื้อ	Pearson Correlation	.053
	Sig. (2-tailed)	.293
10. การบริการหลังการขายเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเกิดการ ตัดสินใจซื้อ	Pearson Correlation	.097
	Sig. (2-tailed)	.052
11. การส่งเสริมการขายทั้งจาก บริษัทฯ และตัวแทนจำหน่าย สามารถทำให้พนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านมี ยอดขายเพิ่มขึ้น	Pearson Correlation	.090
	Sig. (2-tailed)	.073

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

จากตารางพบว่าการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนโดยใช้การ

วิเคราะห์สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) สามารถวิเคราะห์ผลได้ดังนี้

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านการบริการที่ดีของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านจะทำให้ได้ลูกค้าใหม่ ๆ เพิ่มเติมเสมอ มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.047 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_1$  ปฏิเสธ  $H_0$  หมายความว่า ถ้าปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านซึ่งการบริการที่ดีของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านจะทำให้ได้ลูกค้าใหม่ ๆ เพิ่มเติมเสมอ จะมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 4-71 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านกับความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท

$H_0$  : ปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านไม่มีสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท

$H_1$  : ปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านมีสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขาย อุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน	ด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับ จากบริษัท	
	1.ลูกค้ารายใหม่ได้มาจากการแนะนำของลูกค้าเก่า	Pearson Correlation
	Sig. (2-tailed)	.907
2.พนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านจะต้องศึกษา ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ตนเองอยู่เสมอ	Pearson Correlation	.133(**)
	Sig. (2-tailed)	.008
3.พนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านควรศึกษา ข้อมูลของผลิตภัณฑ์คู่แข่งอยู่เสมอ	Pearson Correlation	.061
	Sig. (2-tailed)	.221
4.พนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านควรได้รับการฝึกอบรมใน ตัวผลิตภัณฑ์ หรือเทคนิคการขายใหม่ ๆ โดยตลอด	Pearson Correlation	.063
	Sig. (2-tailed)	.207

ตารางที่ 4-71 (ต่อ)

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขาย อุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน	ด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับ จากบริษัท	
	5. ในบางครั้งความยืดหยุ่นในการมอบผลประโยชน์บางอย่างให้กับลูกค้าเป็นสิ่งที่จะช่วยให้ปิดการขายง่ายขึ้น	Pearson Correlation
	Sig. (2-tailed)	.779
6. การบริการที่ดีของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านจะทำให้ได้ลูกค้าใหม่ ๆ เพิ่มเติมเสมอ	Pearson Correlation	.010
	Sig. (2-tailed)	.839
7. คุณภาพของสินค้าเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อ	Pearson Correlation	.061
	Sig. (2-tailed)	.221
8. ตรายี่ห้อของผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อ	Pearson Correlation	.061
	Sig. (2-tailed)	.221
9. ราคาของผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อ	Pearson Correlation	.100(*)
	Sig. (2-tailed)	.045
10. การบริการหลังการขายเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อ	Pearson Correlation	.001
	Sig. (2-tailed)	.984
11. การส่งเสริมการขายทั้งจาก บริษัทฯ และตัวแทนจำหน่ายสามารถทำให้พนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านมียอดขายเพิ่มขึ้น	Pearson Correlation	.029
	Sig. (2-tailed)	.570

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

จากตารางพบว่าการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท โดยใช้การวิเคราะห์สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) สามารถวิเคราะห์ผลได้ดังนี้

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านจะต้องศึกษาข้อมูลของผลิตภัณฑ์ตนเองอยู่เสมอ มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.008 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับ  $H_1$  ปฏิเสธ  $H_0$  หมายความว่า ถ้าปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านซึ่งพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านจะต้องศึกษาข้อมูลของผลิตภัณฑ์ตนเองอยู่เสมอ จะมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านราคาของผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อ มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.045 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_1$  ปฏิเสธ  $H_0$  หมายความว่า ถ้าปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน โดยด้านราคาของผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อจะมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท



มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
SRIPATUM UNIVERSITY

## บทที่ 5

### สรุป อภิปราย ข้อเสนอแนะ

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยสู่ความสำเร็จของพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลผู้วิจัยได้นำข้อมูลตัวอย่างที่เก็บรวบรวมมาได้จำนวน 400 ชุด ที่ผ่านการตรวจสอบความน่าเชื่อถือแล้วมาทำการวิเคราะห์โดยวิธีการทางสถิติ โดยผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

#### 1.การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านนำเสนอในรูปแบบตารางแจกแจงความถี่ ร้อยละ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน ตำแหน่ง และประเภทสินค้าที่เป็นตัวแทนขาย

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านความรู้ในอาชีพพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน นำเสนอในรูปแบบตารางแจกแจงความถี่ ร้อยละ ประกอบด้วย ข้อมูลพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน นำเสนอในรูปแบบตารางแจกแจงความถี่ ร้อยละ ประกอบด้วยข้อมูลความเหมาะสมกับงาน ข้อมูลความชำนาญเฉพาะ ข้อมูลความท้าทายต่อความสามารถ ข้อมูลโอกาสที่จะทำให้สามารถประสบความสำเร็จในชีวิตได้ ข้อมูลความมั่นคง ข้อมูลการยอมรับจากสังคม ข้อมูลความภาคภูมิใจ ข้อมูลการได้รับเกียรติยกย่องจากสังคม และข้อมูลหากต้องการประสบความสำเร็จของอาชีพต้องอาศัยความซื่อสัตย์เป็นที่ตั้งของอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน

ส่วนที่ 4 ด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน นำเสนอในรูปแบบตารางแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและอันดับ

ส่วนที่ 5 ด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน นำเสนอในรูปแบบ ตารางแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและอันดับ

ส่วนที่ 6 ความสำเร็จในอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านนำเสนอในรูปแบบตารางแจกแจงความถี่ ร้อยละ ประกอบด้วยข้อมูลความสำเร็จของในอาชีพ ข้อมูลยอดขายของผู้ตอบแบบสอบถามเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน ข้อมูลรายได้จากการทำงานโดยประมาณเฉลี่ยต่อเดือน ข้อมูลการเคยได้รับรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษและข้อมูลของสิ่งสำคัญที่สุด ที่จะทำให้ท่านประสบความสำเร็จในอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน

## 2.การวิเคราะห์เชิงอนุมาน

สมมุติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานขายอันประกอบด้วยเพศ อายุ ระดับการศึกษา และระยะเวลาในการทำงานแตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง และตกแต่งบ้านแตกต่างกัน

สมมุติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านความรู้ในอาชีพของพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้าง และตกแต่งบ้านแตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านแตกต่างกัน

สมมุติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยด้านทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน

สมมุติฐานข้อที่ 4 ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน

สมมุติฐานข้อที่ 5 ปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน

## 1. สรุปผลการวิจัย

### 1.1.การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน

จากตารางพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0 และเป็นเพศชายจำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.0 ตามลำดับ ด้านอายุส่วนใหญ่มีอายุ 28 – 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.8 รองลงมาคืออายุ 20 – 27 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.3 ด้านสถานภาพส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมาคือสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน คิดเป็นร้อยละ 34.8 ด้านระดับการศึกษาส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมาคือการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 48.5 ด้านระยะเวลาในการทำงานส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการทำงานต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 2 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมาคือระยะเวลาในการทำงาน 3 – 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.8 ด้านการดำรงตำแหน่งส่วนใหญ่ดำรงตำแหน่งพนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 75.0 รองลงมาคือตำแหน่งธุรการฝ่ายขาย คิดเป็นร้อยละ 9.3 ด้านประเภทสินค้าที่เป็นตัวแทนส่วนใหญ่เป็นตัวแทนขายอุปกรณ์วัสดุก่อสร้าง คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาคือตัวแทนขายเครื่องตกแต่งภายในบ้าน คิดเป็นร้อยละ 24.8



## ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านความรู้ในอาชีพพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน

พนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างส่วนใหญ่มีความรู้โดยรวมอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 74.1 ซึ่งมีรายละเอียดด้านความรู้ดังนี้ คือ

ด้านถ้าลูกค้ามีความต้องการใช้สีเพื่อทาไม้ ทาเหล็ก หรืองานชิ้นเล็ก ๆ ควรใช้สีเคลือบเงา พนักงานตอบถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 81.7 อยู่ในระดับมาก

ด้านความรู้ไม้สังเคราะห์ (WPC) คือ วัสดุทดแทนไม้ที่เกิดจากการนำเอาส่วนผสมของผงไม้, ใยเนื้อไม้ หรือเส้นใยไม้ กับโพลีเมอร์พลาสติก พนักงานตอบถูกต้องคิดเป็นร้อยละ 82.9 อยู่ในระดับมาก

ด้านฉนวนกันความร้อนใช้ติด ฝ้า ผับัง หรือเพดาน ที่สามารถกันความร้อนได้ดีที่สุดคือ แผ่นยิปซัมบอร์ด พนักงานตอบถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 54.9 อยู่ในระดับมาก

ด้านกระจก Heat Strengthen คือกระจกที่เวลาแตกจะแตกกระจายเป็นเม็ดเล็ก ๆ ไม่เป็นอันตรายมาก พนักงานตอบถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 70.5 อยู่ในระดับมาก

ด้านปูนซีเมนต์แบ่งตามการใช้งาน มี 2 ชนิด ได้แก่ ปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ และปูนซีเมนต์ผสม พนักงานตอบถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 80.5 อยู่ในระดับมาก

พนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้านส่วนใหญ่มีความรู้โดยรวมอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 79.1 ซึ่งมีรายละเอียดด้านความรู้ดังนี้ คือ

ด้านไม้อัด เกิดจากการนำเศษไม้สนมาอัดกาว นิยมนำมาปูพื้น สถานที่สาธารณะ หรือกรุผนัง กรุฝ้า ทำเฟอร์นิเจอร์ หรือใช้ในงานโครงสร้างเพราะสามารถกันน้ำได้ คิดเป็นร้อยละ 58.2 อยู่ในระดับมาก

ด้านสีอีพ็อกซี่ (Epoxy Coating) คือสีที่ใช้สำหรับภายนอก เนื่องจากมีความทนทานต่อสารเคมี ทนแรงขีดถูและแรงกระแทก ทำความสะอาดง่าย คิดเป็นร้อยละ 80.8 อยู่ในระดับมาก

ด้านหินสังเคราะห์ (Solid Surface) หรือหินเทียม ผลิตจากวัสดุสังเคราะห์ ที่มีความแข็งแรง ทนทานต่อการขีดข่วน ไม่ซึมน้ำ ไม่เป็นเชื้อราและทำความสะอาดง่าย จึงเหมาะจะนำมาทำเป็นท็อปเคาน์เตอร์ในครัวหรือในห้องน้ำ คิดเป็นร้อยละ 83.4 อยู่ในระดับมาก

ด้านกระเบื้องแกรนิต (Granite Tile) แข็งแรง รับน้ำหนักและทนต่อแรงเสียดทานได้ดี เหมาะกับการปูพื้นและผนัง โดยใช้ได้ทั้งภายในและภายนอกอาคารคิดเป็นร้อยละ 88.3 อยู่ในระดับมาก

ด้านสแตนเลสตีล (Stainless Steel) มีความแข็งแรง ทนต่อการใช้งานหนักได้ดี เป็นวัสดุที่ไม่ซึมน้ำ จึงเหมาะสำหรับพื้นที่ที่มีความเปียกชื้นสูง ทำความสะอาดง่าย คิดเป็นร้อยละ 84.9 อยู่ในระดับมาก

## ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน

ปัจจัยด้านทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.97 ซึ่งอยู่ในระดับ ปานกลาง โดยแยกอธิบายแต่ละปัจจัยทางทัศนคติ คือ ด้าน

อาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน หากต้องการประสบความสำเร็จของอาชีพต้องอาศัยความซื่อสัตย์เป็นที่ตั้ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ซึ่งอยู่ในระดับ มาก ด้านอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านนี้มีเหมาะกับท่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง ด้านอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านเป็นโอกาสที่จะทำให้ท่านสามารถประสบความสำเร็จในชีวิตได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90 ซึ่งอยู่ในระดับไม่แน่นอนปานกลาง ด้านอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน เป็นอาชีพที่มีความมั่นคงต่ออาชีพมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.89 ซึ่งอยู่ในระดับ ขาดความมั่นคงปานกลาง ด้านอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน เป็นอาชีพที่มีความท้าทายต่อความสามารถในอาชีพของท่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.85 ซึ่งอยู่ในระดับไม่ท้าทายปานกลาง ด้านอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านเป็นอาชีพที่ต้องใช้ความชำนาญเฉพาะด้านในเรื่องอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.82 ซึ่งอยู่ในระดับ ไม่จำเป็นปานกลาง ด้านอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน เป็นอาชีพที่ได้รับเกียรติยกย่องจากสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.78 ซึ่งอยู่ในระดับ ขาดการยกย่องปานกลางด้านอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน เป็นอาชีพที่ทำให้ท่านเกิดความภูมิใจเมื่อประกอบอาชีพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.68 ซึ่งอยู่ในระดับ ไม่ภูมิใจปานกลาง ด้านอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ได้รับการยอมรับจากสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.65 ซึ่งอยู่ในระดับสังคมไม่ยอมรับปานกลาง

#### ส่วนที่ 4 ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน

ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านส่วนใหญ่แล้วมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับบางครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.30) โดยแยกพิจารณารายละเอียดต่าง ๆ ดังนี้ เป็นคนที่พูดจาสุภาพ ซึ่งอยู่ในระดับบ่อยครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.81) รองลงมา เป็นคนที่มีความละเอียดรอบคอบ ซึ่งอยู่ในระดับบ่อยครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.73) และเป็นคนที่รักษาสุขภาพร่างกายให้แข็งแรงอยู่เสมอ ซึ่งอยู่ในระดับบ่อยครั้ง (ค่าเฉลี่ย 3.66) ตามลำดับ

#### ส่วนที่ 5 ปัจจัยกลยุทธ์ในกระบวนการขายพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ส่วนใหญ่แล้วมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับจริง (ค่าเฉลี่ย 3.92) โดยแยกพิจารณารายละเอียดต่าง ๆ ดังนี้ พนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านควรได้รับการฝึกอบรมในตัวผลิตภัณฑ์ หรือเทคนิคการขายใหม่ ๆ โดยตลอด ซึ่งอยู่ในระดับจริง (ค่าเฉลี่ย 4.11) รองลงมา คุณภาพของสินค้าเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อ ซึ่งอยู่ในระดับจริง (ค่าเฉลี่ย 4.08) และการบริการที่ดีของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านจะทำให้ได้ลูกค้าใหม่ ๆ เพิ่มเติมเสมอ ซึ่งอยู่ในระดับจริง (ค่าเฉลี่ย 4.05) ตามลำดับ

#### ส่วนที่ 6 ความสำเร็จในอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน

ระดับความสำเร็จของอาชีพขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน เมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 ซึ่งอยู่ในระดับเหนือกว่าปานกลาง ด้านยอดขายเมื่อเทียบกับเพื่อน

ร่วมงาน ส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 ซึ่งอยู่ในระดับมากกว่าปานกลางด้านรายรับที่ได้จากการทำงานโดยประมาณเฉลี่ยต่อเดือน ส่วนใหญ่ประมาณ 10,001 - 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 38.8 รองลงมามีรายได้ 5,001 - 10,000 บาท การเคยได้รับรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษ ส่วนใหญ่เคยได้รับรางวัลพนักงานขายดีเด่น คิดเป็นร้อยละ 41.3 รองลงมาเงินและสิ่งของ คิดเป็นร้อยละ 34.3 สิ่งสำคัญที่สุด ที่จะทำให้ประสบความสำเร็จในอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่ง บ้านส่วนใหญ่คือ ความขยันอดทน คิดเป็นร้อยละ 12.3 รองลงมาความรู้ในตัวสินค้า คิดเป็นร้อยละ 10.3 และความซื่อสัตย์ คิดเป็นร้อยละ 6.8 ตามลำดับ

## 1.2 การวิเคราะห์เชิงอนุมาน

### สมมุติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานขายอันประกอบด้วยเพศ อายุ ระดับการศึกษา และระยะเวลาในการทำงานแตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านแตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.144 มากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า เพศที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน จำแนกตามอายุ มีค่า F- Probability เท่ากับ 0.944 มากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า อายุที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน จำแนกตามสถานภาพโดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.587 มากกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า สถานภาพที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน จำแนกตามระดับการศึกษาโดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและ





ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท จำแนกตามระยะเวลาในการทำงาน มีค่า F- Probability เท่ากับ 0.398 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ระยะเวลาในการทำงานที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท ไม่แตกต่างกัน

**สมมุติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านความรู้ในอาชีพของพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านแตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านแตกต่างกัน**

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.094 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ถ้าลูกค้ามีความต้องการใช้สีเพื่อทาไม้ ทาเหล็ก หรืองานชิ้นเล็ก ๆ ควรใช้สีเคลือบเงา ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.706 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ไม้สังเคราะห์ (WPC) คือ วัสดุทดแทนไม้ที่เกิดจากการนำเอาส่วนผสมของผงไม้, ขี้เลื่อยไม้ หรือเส้นใยไม้ กับโพลีเมอร์พลาสติก ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.102 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_1$  ปฏิเสธ  $H_0$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ฉนวนกันความร้อนใช้ติด ฝ้า ผับัง หรือเพดาน ที่สามารถ

กันความร้อนได้ดีที่สุดคือ แผ่นยิปซัมบอร์ด ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขาย อุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานแตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.012 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_1$  ปฏิเสธ  $H_0$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง กระจก Heat Strengthen คือกระจกที่เวลาแตกจะแตกกระจายเป็นเม็ดเล็ก ๆ ไม่เป็นอันตรายมาก ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานแตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.867 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง ปูนซีเมนต์แบ่งตามการใช้งาน มี 2 ชนิด ได้แก่ ปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ และปูนซีเมนต์ผสม ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้านโดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.053 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ไม้อัด เกิดจากการนำเศษไม้สนมาอัดกาว นิยมนำมาปูพื้น สถานที่สาธารณะ หรือกรุผนัง กรุฝ้า ทำเฟอร์นิเจอร์ หรือใช้ในงานโครงสร้างเพราะสามารถกันน้ำได้ ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้านโดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.796 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า

ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง สีอีพ็อกซี่ (Epoxy Coating) คือสีที่ใช้สำหรับภายนอก เนื่องจากมีความทนทานต่อสารเคมี ทนแรงขีดถูและแรงกระแทก ทำความสะอาดง่าย ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.393 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง หินสังเคราะห์ (Solid Surface) หรือหินเทียมผลิตจากวัสดุสังเคราะห์ ที่มีความแข็งแรง ทนทานต่อการขีดข่วน ไม่ซึมน้ำ ไม่เป็นเชื้อราและทำความสะอาดง่าย จึงเหมาะจะนำมาทำเป็นท็อปเคาน์เตอร์ในครัวหรือในห้องน้ำ ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.278 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง กระเบื้องแกรนิต (Granite Tile) แข็งแรง รับน้ำหนักและทนต่อแรงเสียดทานได้ดี เหมาะกับการปูพื้นและผนัง โดยใช้ได้ทั้งภายในและภายนอกอาคาร ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.512 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง สแตนเลสตีล (Stainless Steel) มีความแข็งแรง ทนต่อการใช้งานหนักได้ดี เป็นวัสดุที่ไม่ซึมน้ำ จึงเหมาะสำหรับพื้นที่ที่มีความเปียกชื้นสูง ทำความสะอาดง่าย ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน ไม่แตกต่างกัน



ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.727 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ถ้าลูกค้ามีความต้องการใช้สีเพื่อทาไม้ ทาเหล็ก หรืองานชิ้นเล็ก ๆ ควรใช้สีเคลือบเงา ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง และตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.134 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ไม้สังเคราะห์ (WPC) คือ วัสดุทดแทนไม้ที่เกิดจากการนำเอาส่วนผสมของผงไม้, ใยสังเคราะห์ หรือเส้นใยไม้ กับโพลีเมอร์พลาสติก ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.398 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ฉนวนกันความร้อนใช้ติด ฝ้า ผนัง หรือเพดาน ที่สามารถกันความร้อนได้ดีที่สุดคือ แผ่นยิปซัมบอร์ด ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.733 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง กระจก Heat Strengthen คือกระจกที่เวลาแตกจะแตก

กระจายเป็นเม็ดเล็ก ๆ ไม่เป็นอันตรายนมาก ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขาย  
อุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและ  
ตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขาย  
อุปกรณ์ก่อสร้าง โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของ  
พนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน มีค่า  
Probability (p) เท่ากับ 0.039 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้าน  
ความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง ปูนซีเมนต์แบ่งตามการใช้งาน มี 2 ชนิด ได้แก่ ปูนซีเมนต์  
ปอร์ตแลนด์ และปูนซีเมนต์ผสม ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์  
ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและ  
ตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขาย  
อุปกรณ์ตกแต่งบ้าน โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของ  
พนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน มีค่า  
Probability (p) เท่ากับ 0.869 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้าน  
ความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ไม้อัด เกิดจากการนำเศษไม้สนมาอัดทาว นิยมนำมาปู  
พื้น สถานที่สาธารณะ หรือกรุผนัง กรุฝ้า ทำเฟอร์นิเจอร์ หรือใช้ในงาน โครงสร้างเพราะสามารถกันน้ำ  
ได้ ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่  
ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและ  
ตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขาย  
อุปกรณ์ตกแต่งบ้าน โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของ  
พนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน มีค่า  
Probability (p) เท่ากับ 0.741 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้าน  
ความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง สีอีพ็อกซี่ (Epoxy Coating) คือสีที่ใช้สำหรับภายนอก  
เนื่องจากมีความทนทานต่อสารเคมี ทนแรงขีดถูและแรงกระแทก ทำความสะอาดง่าย ที่ต่างกันมีผลต่อ  
ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงาน  
เฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและ  
ตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขาย  
อุปกรณ์ตกแต่งบ้าน โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของ  
พนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน มีค่า

Probability (p) เท่ากับ 0.007 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง หินสังเคราะห์(Solid Surface) หรือหินเทียม ผลิตจากวัสดุสังเคราะห์ ที่มีความแข็งแรง ทนทานต่อการขีดข่วน ไม่ซึมน้ำ ไม่เป็นเชื้อราและทำความสะอาดง่าย จึงเหมาะจะนำมาทำเป็นที่อปแคน์เตอร์ในครัวหรือในห้องน้ำ ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.695 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง กระเบื้องแกรนิต (Granite Tile) แข็งแรง รับน้ำหนัก และทนต่อแรงเสียดทานได้ดี เหมาะกับการปูพื้นและผนัง โดยใช้ได้ทั้งภายในและภายนอกอาคาร ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.010 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง สแตนเลสตีล(Stainless Steel) มีความแข็งแรง ทนต่อการใช้งานหนักได้ดี เป็นวัสดุที่ไม่ซึมน้ำ จึงเหมาะสำหรับพื้นที่ที่มีความเปียกชื้นสูง ทำความสะอาดง่าย ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.297 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ถ้ำลูกแก้วมีความต้องการใช้สีเพื่อทาไม้ ทาเหล็ก หรืองานชิ้นเล็ก ๆ ควรใช้สีเคลือบเงา ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.082 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ไม้สังเคราะห์ (WPC) คือ วัสดุทดแทนไม้ที่เกิดจากการนำเอาส่วนผสมของผงไม้, ขี้เลื่อยไม้ หรือเส้นใยไม้ กับโพลีเมอร์พลาสติก ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.430 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ฉนวนกันความร้อนใช้ติด ฝ้า ผัง หรือเพดาน ที่สามารถกันความร้อนได้ดีที่สุดคือ แผ่นยิปซัมบอร์ด ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.112 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง กระจก Heat Strengthen คือกระจกที่เวลาแตกจะแตกกระจายเป็นเม็ดเล็ก ๆ ไม่เป็นอันตรายมาก ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.024 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง ปูนซีเมนต์แบ่งตามการใช้งาน มี 2 ชนิด ได้แก่ ปูนซีเมนต์

ปอร์ตแลนด์ และปูนซีเมนต์ผสม ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทแตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.019 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง ไม้อัด เกิดจากการนำเศษไม้สนมาอัดทวน นิยมนำมาปูพื้น สถานที่สาธารณะ หรือกรุผนัง กรุฝ้า ทำเฟอร์นิเจอร์ หรือใช้ในงาน โครงสร้างเพราะสามารถกันน้ำได้ ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทแตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.039 น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธ  $H_0$  ยอมรับ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง สีอีพ็อกซี่ (Epoxy Coating) คือสีที่ใช้สำหรับภายนอก เนื่องจากมีความทนทานต่อสารเคมี ทนแรงขีดถูและแรงกระแทก ทำความสะอาดง่าย ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทแตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.857 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง หินสังเคราะห์ (Solid Surface) หรือหินเทียม ผลิตจากวัสดุสังเคราะห์ ที่มีความแข็งแรง ทนทานต่อการขีดข่วน ไม่ซึมน้ำ ไม่เป็นเชื้อราและทำความสะอาดง่าย จึงเหมาะจะนำมาทำเป็นท็อปเคาน์เตอร์ในครัวหรือในห้องน้ำ ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงาน

ขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้านโดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.656 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง กระเบื้องแกรนิต (Granite Tile) แข็งแกร่ง รับน้ำหนัก และทนต่อแรงเสียดทานได้ดี เหมาะกับการปูพื้นและผนัง โดยใช้ได้ทั้งภายในและภายนอกอาคาร ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทไม่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท จำแนกตามปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน โดยใช้สถิติ Independent t-test ในการทดสอบพบว่า ความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท มีค่า Probability (p) เท่ากับ 0.561 มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_0$  ปฏิเสธ  $H_1$  หมายความว่า ปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง เรื่อง สแตนเลสตีล(Stainless Steel) มีความแข็งแรง ทนต่อการใช้งานหนักได้ดี เป็นวัสดุที่ไม่ซึมน้ำ จึงเหมาะสำหรับพื้นที่ที่มีความเปียกชื้นสูง ทำความสะอาดง่าย ที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทไม่แตกต่างกัน

### สมมุติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยด้านทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน

ผลการศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติต่ออาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านกับความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน โดยใช้สถิติ Regression Analysis ซึ่ง สามารถวิเคราะห์ผลได้ดังนี้

ปัจจัยทัศนคติของอาชีพพนักงานขาย ด้านเป็นอาชีพที่มีความเหมาะสมกับท่าน มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.038 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_1$  ปฏิเสธ  $H_0$  หมายความว่า ถ้าทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านอาชีพนี้เหมาะสมกับท่านดี จะมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน

ปัจจัยทัศนคติของอาชีพพนักงานขาย ด้านเป็นอาชีพที่เป็นโอกาสที่จะทำให้ท่านสามารถประสบความสำเร็จในชีวิตได้ มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.021 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_1$  ปฏิเสธ  $H_0$  หมายความว่า ถ้าทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง

และตกแต่งบ้านด้านอาชีพนี้เป็นโอกาสที่จะทำให้ท่านสามารถประสบความสำเร็จในชีวิตได้ จะมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน

ปัจจัยทัศนคติของอาชีพพนักงานขาย ด้านเป็นอาชีพที่ได้รับเกียรติยกย่องจากสังคม มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.039 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_1$  ปฏิเสธ  $H_0$  หมายความว่า ถ้าทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านอาชีพนี้ที่ได้รับเกียรติยกย่องจากสังคม จะมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน

ผลการศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติต่ออาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านกับความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติ Regression Analysis ซึ่ง สามารถวิเคราะห์ผลได้ดังนี้

ปัจจัยทัศนคติของอาชีพพนักงานขาย ด้านเป็นอาชีพที่เป็นโอกาสที่จะทำให้ท่านสามารถประสบความสำเร็จในชีวิตได้ มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.039 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_1$  ปฏิเสธ  $H_0$  หมายความว่า ถ้าทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านอาชีพนี้เป็นโอกาสที่จะทำให้ท่านสามารถประสบความสำเร็จในชีวิตได้ จะมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยทัศนคติของอาชีพพนักงานขาย ด้านเป็นอาชีพที่มีความมั่นคงต่ออาชีพ มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_1$  ปฏิเสธ  $H_0$  หมายความว่า ถ้าทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านอาชีพนี้มีความมั่นคงต่ออาชีพ จะมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยทัศนคติของอาชีพพนักงานขาย ด้านเป็นอาชีพที่ทำให้ท่านเกิดความภูมิใจเมื่อประกอบอาชีพมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.012 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_1$  ปฏิเสธ  $H_0$  หมายความว่า ถ้าทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านอาชีพนี้ทำให้ท่านเกิดความภูมิใจเมื่อประกอบอาชีพม จะมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน

ผลการศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติต่ออาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านกับความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท โดยใช้สถิติ Regression Analysis ซึ่ง สามารถวิเคราะห์ผลได้ดังนี้

ปัจจัยทัศนคติของอาชีพพนักงานขาย ด้านเป็นอาชีพที่ทำให้ท่านเกิดความภูมิใจเมื่อประกอบอาชีพ มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.019 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_1$  ปฏิเสธ  $H_0$  หมายความว่า ถ้าทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านอาชีพนี้เป็นอาชีพที่ทำให้ท่านเกิดความภูมิใจเมื่อประกอบอาชีพจะมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท

ปัจจัยทัศนคติของอาชีพพนักงานขาย ด้านเป็นอาชีพที่หากต้องการประสบความสำเร็จของอาชีพต้องอาศัยความซื่อสัตย์เป็นที่ตั้ง มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.018 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_1$  ปฏิเสธ  $H_0$  หมายความว่า ถ้าทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านอาชีพนี้เป็นอาชีพที่หากต้องการประสบความสำเร็จของอาชีพต้องอาศัยความซื่อสัตย์เป็นที่ตั้งจะมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท

#### **สมมุติฐานข้อที่ 4 ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน**

ผลการศึกษาปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านกับความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน โดยใช้สถิติ Regression Analysis ซึ่ง สามารถวิเคราะห์ผลได้ดังนี้

ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานขาย ด้านท่านเป็นคนเจียมขริ่ม และไม่กล้าแสดงออกมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.034 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_1$  ปฏิเสธ  $H_0$  หมายความว่า ถ้าบุคลิกภาพของพนักงานขาย ด้านท่านเป็นคนเจียมขริ่ม และไม่กล้าแสดงออกมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน

ผลการศึกษาปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านกับความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้สถิติ Regression Analysis ซึ่ง สามารถวิเคราะห์ผลได้ดังนี้

ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานขาย ไม่มีข้อใดมีผลต่อความสำเร็จความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งพบว่า ค่า



Sig. ด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายทุกข้อ มีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธ  $H_1$  ยอมรับ  $H_0$  หมายความว่า ด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายทุกข้อไม่มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขาย อุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน

ผลการศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติต่ออาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านกับความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัทโดยใช้สถิติ Regression Analysis ซึ่ง สามารถวิเคราะห์ผลได้ดังนี้

ปัจจัยทัศนคติของอาชีพพนักงานขาย ด้านเป็นคนที่ชอบปฏิบัติและแก้ไขสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ดี มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.007 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_1$  ปฏิเสธ  $H_0$  หมายความว่า ถ้าทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านท่านเป็นคนที่ชอบปฏิบัติและแก้ไขสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ดี จะมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท

ปัจจัยทัศนคติของอาชีพพนักงานขาย ท่านเป็นคนที่มีจิตใจหนักแน่น แม้พบความลำบาก มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_1$  ปฏิเสธ  $H_0$  หมายความว่า ถ้าทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านท่านเป็นคนที่มีจิตใจหนักแน่น แม้พบความลำบาก จะมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท

#### **สมมุติฐานข้อที่ 5 ปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน**

ผลการศึกษารวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน โดยใช้การวิเคราะห์สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) สามารถวิเคราะห์ผลได้ดังนี้

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านลูกค้ารายใหม่ได้มาจากการแนะนำของลูกค้าเก่า มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_1$  ปฏิเสธ  $H_0$  หมายความว่า ถ้าปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านซึ่งลูกค้ารายใหม่ได้มาจากการแนะนำของลูกค้าเก่า จะมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านการบริการหลังการขายเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อ มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน พบว่าค่า Sig. เท่ากับ 0.009 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_1$  ปฏิเสธ  $H_0$  หมายความว่า ถ้าปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านซึ่งการบริการหลังการขายเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อ จะมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านการส่งเสริมการขายทั้งจาก บริษัทฯ และตัวแทนจำหน่าย สามารถทำให้พนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านมียอดขายเพิ่มขึ้น มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.011 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_1$  ปฏิเสธ  $H_0$  หมายความว่า ถ้าปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านซึ่งการส่งเสริมการขายทั้งจาก บริษัทฯ และตัวแทนจำหน่าย สามารถทำให้พนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านมียอดขายเพิ่มขึ้น จะมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนโดยใช้การวิเคราะห์สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) สามารถวิเคราะห์ผลได้ดังนี้

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านการบริการที่ดีของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านจะทำให้ได้ลูกค้าใหม่ ๆ เพิ่มเติมเสมอ มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.047 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับ  $H_1$  ปฏิเสธ  $H_0$  หมายความว่า ถ้าปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านซึ่งการบริการที่ดีของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านจะทำให้ได้ลูกค้าใหม่ ๆ เพิ่มเติมเสมอ จะมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท โดยใช้การวิเคราะห์สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) สามารถวิเคราะห์ผลได้ดังนี้

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านจะต้องศึกษาข้อมูลของผลิตภัณฑ์ตนเองอยู่เสมอ มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.008 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับ  $H_1$  ปฏิเสธ  $H_0$  หมายความว่า ถ้าปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านซึ่งพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านจะต้องศึกษาข้อมูลของผลิตภัณฑ์ตนเองอยู่เสมอ จะมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านราคาของผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อ มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท พบว่า ค่า Sig. เท่ากับ 0.045 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ขอมรับ  $H_1$  ปฏิเสธ  $H_0$  หมายความว่า ถ้าปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน โดยด้านราคาของผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อจะมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษที่ได้รับจากบริษัท

## 2.อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่องปัจจัยสู่ความสำเร็จในการประกอบอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

เพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยส่วนใหญ่มีอายุมีอายุ 28 – 35 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีระยะเวลาในการทำงาน ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 2 ปี ตำแหน่งพนักงานขายประเภทสินค้าที่ขายคือ อุปกรณ์วัสดุก่อสร้าง

จากการศึกษา ผลของความสำเร็จในอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานพบว่า พนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านที่มีลักษณะข้อมูลด้านส่วนบุคคล คือ เพศ แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านยอดขายของตนเองเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงานต่างกัน ยกเว้น อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และ ระยะเวลาในการทำงาน โดยพนักงานขายที่เป็นเพศชายจะมีความสำเร็จในอาชีพงานขายมากกว่าเพศหญิง

ผลของความสำเร็จในอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า พนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านที่มีลักษณะข้อมูลด้านอายุ ระดับการศึกษา และระยะเวลาในการทำงาน แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรายรับที่ได้จากการทำงานเฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ยกเว้น เพศและ

สถานภาพ โดยพนักงานขายที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจะมีความสำเร็จในอาชีพพนักงานขายน้อยกว่าพนักงานขายที่จบการศึกษาตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไป

ผลของความสำเร็จในอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษจากบริษัท พบว่า พนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านที่มีลักษณะข้อมูลด้านเพศ และสถานภาพแตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านด้านรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษจากบริษัทต่างกัน ยกเว้น อายุ ระดับการศึกษา และ ระยะเวลาในการทำงาน

ส่วนปัจจัยด้านความรู้ของพนักงานขาย ปัจจัยด้านทัศนคติต่ออาชีพของพนักงานขาย ปัจจัยด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายและปัจจัยด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในอาชีพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของสอดคล้องกับการศึกษาของมัลลิกา นกแย้ม (2546) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในอาชีพการขายของพนักงานขายบริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน) พบว่า ความสำเร็จในอาชีพการขายของพนักงานขายมีผลมาจากลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน คือ อายุ สถานภาพ และระยะเวลาการทำงาน และสอดคล้องกับการศึกษาของสนธิยา ชูจร (2546) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยสู่ความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตบริษัท อูรชยาออลิอันซ์ ซีพี ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) พบว่า ความสำเร็จในอาชีพตัวแทนประกันชีวิตมีผลมาจากลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันคือ อายุ สถานภาพ ระยะเวลาการทำงาน และระดับการศึกษา และสอดคล้องกับการศึกษาของธณวีร์ ขอนตะวัน (2547) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต : กรณีศึกษา ตัวแทนประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานครของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซิวรันส์ จำกัด พบว่า ทุกปัจจัยสามารถส่งผลถึงความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิตไม่ว่าจะเป็น ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ ทัศนคติ อุปนิสัยของตัวแทน ความรู้ในวิชาชีพ รวมถึงทักษะในการขาย ทั้งหมดล้วนมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของตัวแทนฯ

สิ่งสำคัญที่สุดที่ทำให้พนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านประสบความสำเร็จในอาชีพการเป็นพนักงานขายคือ คือ ความขยันอดทน คิดเป็นร้อยละ 12.3 รองลงมาความรู้ในตัวสินค้า คิดเป็นร้อยละ 10.3 และความซื่อสัตย์ คิดเป็นร้อยละ 6.8 ตามลำดับซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของธณวีร์ ขอนตะวัน (2547) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต : กรณีศึกษา ตัวแทนประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานครของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชชั่นแนลแอสซิวรันส์ จำกัด พบว่า การให้รางวัลพิเศษแก่ตัวแทนฯ เพื่อให้เกิดเป็นแรงจูงใจในการทำงาน ทำให้ตัวแทนฯสามารถเห็นคุณค่าของผลตอบแทนที่บริษัทได้มีการจัดสรรไว้ให้ ซึ่งทั้งหมดนี้เพื่อทำให้ตัวแทนฯสามารถเพิ่มปริมาณการขาย ทั้งด้านจำนวนราย จำนวนเบี้ยประกันให้สูงขึ้น จนชนะคู่แข่งรายอื่น ๆ ตลอดจนเพิ่มคุณภาพในการบริการหลังการขายให้เป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้าของบริษัทฯ ต่อไป

### 3. ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยเรื่องปัจจัยสู่ความสำเร็จของพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ทำให้ทราบถึงลักษณะด้านประชากรศาสตร์และปัจจัยสู่ความสำเร็จในการประกอบอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

- บริษัทหรือเจ้าของสินค้าควรมีการจัดอบรมให้ความรู้ด้านตัวผลิตภัณฑ์สินค้า ให้กับตัวแทนจำหน่ายหรือพนักงานขายให้มีความรู้ในตัวผลิตภัณฑ์สินค้า เพื่อจะได้แนะนำสินค้าให้กับตรงกับความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด

- บริษัทหรือเจ้าของสินค้าควรสนับสนุนมีการปลูกฝังทัศนคติที่ดีแก่ตัวแทนจำหน่ายให้มากยิ่งขึ้น โดยการให้รางวัลพิเศษแก่ตัวแทนจำหน่ายเพื่อให้เกิดเป็นแรงจูงใจในการทำงาน ทำให้ตัวแทนจำหน่ายสามารถเห็นคุณค่าของผลตอบแทนที่บริษัทได้มีการจัดสรรให้ เพื่อปลูกฝังทัศนคติที่ดีให้แก่พนักงานขายให้มากขึ้น

- บริษัทหรือเจ้าของสินค้าควรมีการอบรมด้านบุคลิกภาพที่เหมาะสมให้แก่พนักงานขายโดยจัดเป็นหลักสูตรบังคับ เช่น การแต่งกาย การพูด การตรงต่อเวลา การสื่อสารกับลูกค้า เทคนิคการให้บริการการขาย ฯลฯ เพื่อให้พนักงานขายทุกคนปฏิบัติจนเป็นนิสัย

- ในด้านกลยุทธ์กระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน พบว่าพนักงานขายส่วนใหญ่ทราบและมีทักษะด้านกลยุทธ์ในกระบวนการขายเป็นอย่างดี ดังนั้น การเพิ่มศักยภาพของพนักงานขายเพื่อจะช่วยให้พนักงานขายสามารถขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านให้ได้มากขึ้น บริษัทหรือเจ้าของสินค้าก็จะมีกำไรเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกันด้วย

- การสร้างปัจจัยแห่งความสำเร็จในอาชีพการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ซึ่งประกอบไปด้วย ความรู้ความเข้าใจ และความมีทักษะในการขายในทุกขั้นตอนของกระบวนการขาย อีกทั้งมาจากความสามารถส่วนบุคคลของพนักงานขาย ได้แก่ ความเมตตาและความซื่อสัตย์ ประสิทธิภาพ ความรวดเร็วในการรับทราบความต้องการของลูกค้า บุคลิกภาพของพนักงานขาย มนุษย์สัมพันธ์ที่ดี จรรยาบรรณที่ดี ความสามารถในการจูงใจด้านคุณภาพ ความขยันหมั่นเพียร ความรับผิดชอบต่อตนเอง การปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ ความเข้าใจยอมรับบทบาทในหน้าที่ของพนักงานขาย สิ่งที่ควรประพฤติปฏิบัติ เพื่อที่จะนำไปสู่ความสำเร็จได้ และการจูงใจด้วยรางวัลต่าง ๆ เช่น ตำแหน่งพนักงานขายดีเด่น ใบประกาศเกียรติคุณ เงินรางวัล สามารถเป็นสิ่งกระตุ้นความพยายามของพนักงานขายให้ประสบความสำเร็จในงานขายได้ นอกจากนี้ ควรให้ความสนใจในการเรียนรู้และกระทำทุกขั้นตอนในกระบวนการขายอย่างมีประสิทธิภาพ มีการวางแผนที่ดี สามารถนำปัจจัยแห่งความสำเร็จในการขายของพนักงานที่ประสบผลสำเร็จแล้ว นำมาประยุกต์ให้เหมาะสมกับบุคลิกภาพของตนเอง และมีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมในการขายนั้นๆ ได้ ควรฝึกฝนและพัฒนาให้เกิดทักษะ ตลอดจนความชำนาญในการขายได้ ซึ่งผลงานขายที่ดีย่อมเกิดจากความสามารถ

ส่วนตัวของพนักงานขายและการฝึกฝน อบรม พัฒนาพนักงานขายบริษัทสามารถนำปัจจัยแห่งความสำเร็จจากการศึกษา นำประยุกต์เพื่อวางแผนการอบรมพนักงานขาย นำมาใช้ให้สอดคล้องกับธุรกิจและสภาพแวดล้อมในการขายได้ ฝึกฝนให้พนักงานขายเกิดทักษะ ความชำนาญ สามารถใช้อบรม แนะนำในระหว่างปฏิบัติงานขาย และประเมินผลงานเพื่อช่วยปรับปรุงให้พนักงานขายให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้นได้

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ สำหรับหัวข้อการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาถึงปัจจัยอื่นๆ ที่จะมีผลต่อความสำเร็จในอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน เช่น ปัจจัยด้านแรงจูงใจต่างๆ ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมภายนอก เช่น การเมือง เศรษฐกิจ เทคโนโลยี สังคม เป็นต้น และปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต เพื่อเป็นประโยชน์ต่อความรู้ความเข้าใจและใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาตัวเองด้วย
2. การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยสู่ความสำเร็จในอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านมากกว่าหนึ่งยี่ห้อขึ้นไป เพื่อให้สามารถทราบถึงภาพรวมในความสำเร็จของการประกอบอาชีพพนักงานขายในธุรกิจขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านเพื่อที่จะใช้ในการปรับปรุงจุดอ่อน และพัฒนาจุดแข็ง ของตนเอง ให้ดียิ่งขึ้น



บรรณานุกรม

มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
SRIPATUM UNIVERSITY

## บรรณานุกรม

- กิริติกร บุญยะชานนท์. “ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการบริการลูกค้าของพนักงานขายบริษัท เบอรัลียุกเกอร์ จำกัด (มหาชน) กรุงเทพมหานคร: ศูนย์เครือข่ายองค์ความรู้สาขารณศาสตร์ด้านการจัดการมนุษย์.” (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก <http://www.thaihrhub.com/index.php/archives/research-view/research-659/>.
- เกรียงศักดิ์ นิธิชนโชติ. 2549. **ปัจจัยสู่ความสำเร็จในอาชีพพนักงานขายรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร.** กรุงเทพฯ.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544. **การวิเคราะห์สถิติ : สถิติเพื่อการตัดสินใจ.** กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชัชวาล โชติวนิช. 2511. **แนวทางสู่ความสำเร็จในการขายประกันชีวิต.** กรุงเทพฯ : บริษัทธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541. **เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย.** พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: เทพเนรมิตการพิมพ์.
- บริษัท โฮมโปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) .รายงานประจำปี 2551. ม.ป.ท.
- ภาสวรรณ โสภณ. 2547. “ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการจำหน่ายคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลชนิดประกอบของผู้ประกอบการที่ตั้งอยู่ในศูนย์การค้าทางด้านคอมพิวเตอร์ เขตกรุงเทพมหานคร .” บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2542. **สถิติเศรษฐศาสตร์และธุรกิจ .**หน่วยที่ 1-8. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- มัลลิกา นกแย้ม. 2546. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จใจอาชีพการขายของพนักงานขายบริษัท ซิงเกอร์ประเทศไทย จำกัด (มหาชน).” วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (สาขาวิชาการตลาด) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- มัลลิกา บุญนาค. 2527. **สถิติเพื่อการตัดสินใจ.** กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธณวีร์ ขอนตะวัน. 2547. “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต : กรณีศึกษาตัวแทนประกันชีวิตในเขตกรุงเทพมหานครของบริษัทอเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซัวร์นส์จำกัด.” วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (สาขาวิชาการตลาด) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วารินทร์ สีนสูงสุด. 2525. **ศิลปการขาย.** กรุงเทพฯ : หจก.บูรพาการพิมพ์.
- วิจิต อู่อัน. 2550. **การวิจัยและการสืบค้นข้อมูลทางธุรกิจ .** กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ บริษัท พรินท์เอทมิ (ประเทศไทย).



วิชิต อ้วน. “ลักษณะของพนักงานขาย.” **หนังสือพิมพ์สยามธุรกิจ**. (ออนไลน์)เข้าถึงได้จาก

[http://www.siamturakij.com/home/news/display\\_news.php?news\\_id=413337494  
&s\\_key=พนักงานขายที่ประสบความสำเร็จ](http://www.siamturakij.com/home/news/display_news.php?news_id=413337494&s_key=พนักงานขายที่ประสบความสำเร็จ).

วิชุดา พุกษาชาติ. 2547. “ความคาดหวังและแนวโน้มพฤติกรรมการณ์ซื้อรถยนต์คันแรกของกลุ่มคนทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร.” **วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (สาขาวิชาการตลาด) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ**.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538. **พฤติกรรมผู้บริโภคฉบับพื้นฐาน**. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541. **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: บริษัท ดวงกลมสมัย จำกัด.

ศิริลักษณ์ พรหมศร. 2546. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลกับบุคลิกภาพของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาโตโยต้ากับฮอนด้า .” **สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ**.

สนธยา ชูขจร. 2546. “ปัจจัยสู่ความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยูชยา อลิอันซ์ ซีพีประกันชีวิต จำกัด (มหาชน).” **ปริญญาานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ**.

สมยศ เจริญตระกูล. 2545. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภครถยนต์นั่งตรวจการณ์ในเขตกรุงเทพมหานคร . **ปริญญาานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด) . บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ**.

เสวี วงษ์มณฑา. 2542. **กลยุทธ์การตลาด การวางแผนการตลาด** . กรุงเทพฯ: บริษัท ชีระฟิล์มและโซเท็กซ์ จำกัด.



**ภาคผนวก**

**แบบสอบถาม**

**มหาวิทยาลัยศรีปทุม**  
**SRIPATUM UNIVERSITY**

## แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยสู่ความสำเร็จในอาชีพขายของพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้าง  
และตกแต่งบ้านในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

## ส่วนของผู้ทำวิจัย

ชื่อผู้ทำวิจัย.....

ชุดที่เก็บ..... สถานที่เก็บแบบสอบถาม.....

ชื่อผู้ตอบแบบสอบถาม.....

โทรศัพท์.....

E-mail : .....



มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
SRIPATUM UNIVERSITY

## แบบสอบถาม

เรื่อง ปัจจัยสู่ความสำเร็จในอาชีพขายของพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน  
ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

คำชี้แจง ผู้ทำการวิจัยมีความประสงค์ที่จะศึกษาปัจจัยสู่ความสำเร็จในอาชีพขายของพนักงานขายใน  
ร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยข้อมูลและ  
ผลการวิจัยจะนำไปใช้เพื่อประโยชน์ทางด้านวิชาการเท่านั้น โดยไม่ระบุว่าเป็นบุคคลใด

โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่องวงเล็บ หน้าข้อที่ตรงตามความเป็นจริงที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน

1. เพศ
 

<input type="checkbox"/> 1. ชาย	<input type="checkbox"/> 2. หญิง
---------------------------------	----------------------------------
2. อายุ
 

<input type="checkbox"/> 1. 20 - 27 ปี	<input type="checkbox"/> 2. 28 - 35 ปี
<input type="checkbox"/> 3. 36 ปีขึ้นไป	
3. สถานภาพสมรส
 

<input type="checkbox"/> 1. โสด	<input type="checkbox"/> 2. สมรส / อยู่ด้วยกัน
<input type="checkbox"/> 3. หม้าย / หย่าร้าง / แยกทางกันอยู่	
4. ระดับการศึกษา
 

<input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> 2. ปริญญาตรี
<input type="checkbox"/> 3. สูงกว่าระดับปริญญาตรี	
5. ระยะเวลาในการทำงาน
 

<input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 2 ปี	<input type="checkbox"/> 2. 3 - 5 ปี
<input type="checkbox"/> 3. 6 - 8 ปี	<input type="checkbox"/> 4. มากกว่า 8 ปี
6. ตำแหน่ง  
.....
7. ประเภทของอุปกรณ์ก่อสร้างหรือตกแต่งบ้านที่ท่านเป็นตัวแทนขาย  
ประเภทของสินค้า  
.....

ส่วนที่ 2 ปัจจัยด้านความรู้ในอาชีพพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน  
โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในหมายเลขที่ตรงตามความเป็นจริงที่สุด ในข้อ 2.1 สำหรับพนักงานขาย  
อุปกรณ์ก่อสร้าง และ ในข้อ 2.2 สำหรับพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน และหากท่านขายทั้ง 2  
อุปกรณ์ กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงในหมายเลขที่ตรงตามความเป็นจริงที่สุด ทั้งข้อ 2.1 และ ข้อ 2.2

### 2.1 สำหรับพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง

ประเด็นคำถาม	ถูกต้อง	ไม่ถูกต้อง
1. ถ้าลูกค้ามีความต้องการใช้สีเพื่อทาไม้ ทาเหล็ก หรืองานชิ้นเล็ก ๆ ควรใช้สีเคลือบเงา		
2. ไม้สังเคราะห์ (WPC) คือ วัสดุทดแทนไม้ที่เกิดจากการนำเอาส่วนผสมของผงไม้, ไม้เลื่อยไม้ หรือเส้นใยไม้ กับ โพลีเมอร์พลาสติก		
3. ฉนวนกันความร้อนใช้ติด ฝ้า พ่นัง หรือเพดาน ที่สามารถกันความร้อนได้ดีที่สุดคือ แผ่นยิปซัมบอร์ด		
4. กระจก Heat Strengthen คือกระจกที่เวลาแตกจะแตกกระจายเป็นเม็ดเล็ก ๆ ไม่เป็นอันตรายมาก		
5. ปูนซีเมนต์แบ่งตามการใช้งาน มี 2 ชนิด ได้แก่ ปูนซีเมนต์ปอร์ตแลนด์ และ ปูนซีเมนต์ผสม		

### 2.2 สำหรับพนักงานขายอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน

ประเด็นคำถาม	ถูกต้อง	ไม่ถูกต้อง
1. ไม้อัด เกิดจากการนำเศษไม้สนมาอัดกาว นิยมนำมาปูพื้น สถานที่สาธารณะ หรือ กรุผนัง กรุฝ้า ทำเฟอร์นิเจอร์ หรือใช้ในงานโครงสร้างเพราะสามารถกันน้ำได้		
2. สีอีพ็อกซี่ (Epoxy Coating) คือสีที่ใช้สำหรับภายนอก เนื่องจากมีความทนทานต่อ สารเคมี ทนแรงขีดถูและแรงกระแทก ทำความสะอาดง่าย		
3. หินสังเคราะห์(Solid Surface) หรือหินเทียม ผลิตจากวัสดุสังเคราะห์ ที่มีความ แข็งแกร่ง ทนทานต่อการขีดข่วน ไม่ซึมน้ำ ไม่เป็นเชื้อราและทำความสะอาดง่าย จึง เหมาะจะนำมาทำเป็นท็อปเคาน์เตอร์ในครัวหรือในห้องน้ำ		
4. กระเบื้องแกรนิต(Granite Tile) แข็งแกร่ง รับน้ำหนักและทนต่อแรงเสียดทานได้ดี เหมาะกับการปูพื้นและผนัง โดยใช้ได้ทั้งภายในและภายนอกอาคาร		
5. สแตนเลสตีล(Stainless Steel) มีความแข็งแรง ทนต่อการใช้งานหนักได้ดี เป็นวัสดุ ที่ไม่ซึมน้ำ จึงเหมาะสำหรับพื้นที่ที่มีความเปียกชื้นสูง ทำความสะอาดง่าย		

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านทัศนคติต่ออาชีพพนักงานขายในร้านจำหน่ายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน  
โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในหมายเลขที่ตรงตามความเป็นจริงที่สุด

1.อาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านนี้มีเหมาะกับท่าน

มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)

2.อาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านเป็นอาชีพที่ต้องใช้ความชำนาญเฉพาะด้านในเรื่องอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน

ไม่จำเป็นมากที่สุด (5)	ไม่จำเป็นมาก (4)	ไม่จำเป็นปานกลาง (3)	ไม่จำเป็นน้อย (2)	ไม่จำเป็นน้อยที่สุด (1)

3.อาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน เป็นอาชีพที่มีความท้าทายต่อความสามารถในอาชีพของท่าน

ไม่ท้าทายมากที่สุด (5)	ไม่ท้าท้ามาก (4)	ไม่ท้าท้าปานกลาง (3)	ไม่ท้าท้าน้อย (2)	ไม่ท้าท้าน้อยที่สุด (1)

4.อาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน เป็นโอกาสที่จะทำให้ท่านสามารถประสบความสำเร็จในชีวิตได้

ไม่แน่นอนมากที่สุด (5)	ไม่แน่นอนมาก (4)	ไม่แน่นอนปานกลาง (3)	ไม่แน่นอนน้อย (2)	ไม่แน่นอนน้อยที่สุด (1)

5.อาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน เป็นอาชีพที่มีความมั่นคงต่ออาชีพ

ขาดความมั่นคงมากที่สุด (5)	ขาดความมั่นคงมาก (4)	ขาดความมั่นคงปานกลาง (3)	ขาดความมั่นคงน้อย (2)	ขาดความมั่นคงน้อยที่สุด (1)

6.อาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ได้รับการยอมรับจากสังคม

สังคมไม่ยอมรับ มากที่สุด (5)	สังคมไม่ยอมรับ มาก (4)	สังคมไม่ยอมรับ ปานกลาง (3)	สังคมไม่ยอมรับ น้อย (2)	สังคมไม่ยอมรับ น้อยที่สุด (1)

7.อาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน เป็นอาชีพที่ทำให้ท่านเกิดความภูมิใจเมื่อประกอบอาชีพ

ไม่ภูมิใจ มากที่สุด (5)	ไม่ภูมิใจ มาก (4)	ไม่ภูมิใจ ปานกลาง (3)	ไม่ภูมิใจ น้อย (2)	ไม่ภูมิใจ น้อยที่สุด (1)

8.อาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน เป็นอาชีพที่ได้รับเกียรติยกย่องจากสังคม

ขาดการยกย่อง มากที่สุด (5)	ขาดการยกย่อง มาก (4)	ขาดการยกย่อง ปานกลาง (3)	ขาดการยกย่อง น้อย (2)	ขาดการยกย่อง น้อยที่สุด (1)

9.อาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน หากต้องการประสบความสำเร็จของอาชีพต้องอาศัยความซื่อสัตย์เป็นที่ตั้ง

มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)

ส่วนที่ 4 ด้านบุคลิกภาพของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน

โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในหมายเลขที่ตรงตามความเป็นจริงที่สุด

ประเด็นคำถาม	บ่อยครั้ง มาก (5)	บ่อยครั้ง (4)	บางครั้ง (3)	ไม่ บ่อยครั้ง (2)	ไม่เคย (1)
1. ท่านรู้สึกเงินอายเมื่อท่านอยู่ท่ามกลางผู้คนที่ ไม่รู้จักจำนวนมากๆ					
2. ท่านเป็นคนเงียบขรึม และไม่กล้าแสดงออก					
3. ท่านเป็นคนที่รักษาสุขภาพร่างกายให้แข็งแรง อยู่เสมอ					
4. ท่านเป็นคนที่ถูกจาสุภาพ					
5. ท่านเป็นคนที่มีความละเอียดรอบคอบ					
6. ท่านเป็นคนที่มีความมั่นใจมั่นคง					
7. ท่านเป็นคนที่ชอบปฏิบัติและแก้ไข สถานการณ์ต่าง ๆ ได้ดี					
8. ท่านเป็นคนที่ชอบวางแผนล่วงหน้า					
9. ท่านเป็นคนเฉื่อยชา ไม่กระตือรือร้น					
10. ท่านเป็นคนที่ชอบแต่งกายตามสบายในทุก โอกาส					
11. ท่านเป็นคนที่มีความตั้งใจหนักแน่น แม้พบความ ลำบาก					



ส่วนที่ 5 กลยุทธ์ในกระบวนการขายของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน ท่านมีความเห็น  
อย่างไรเกี่ยวกับกลยุทธ์ด้านงานขายพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านต่อไปนี้

โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในหมายเลขที่ตรงตามความเป็นจริงที่สุด

ประเด็นคำถาม	จริงมากที่สุด (5)	จริง (4)	จริงบ้าง (3)	จริงน้อย (2)	จริงน้อยที่สุด (1)
1. ลูกค้ายาใหม่ได้มาจากการแนะนำของลูกค้ายาเก่า					
2. พนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านจะต้องศึกษาข้อมูลของผลิตภัณฑ์ตนเองอยู่เสมอ					
3. พนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านควรศึกษาข้อมูลของผลิตภัณฑ์คู่แข่งอยู่เสมอ					
4. พนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านควรได้รับการฝึกอบรมในตัวผลิตภัณฑ์ หรือเทคนิคการขายใหม่ ๆ โดยตลอด					
5. ในบางครั้งความยืดหยุ่นในการมอบผลประโยชน์บางอย่างให้กับลูกค้าเป็นสิ่งที่ช่วยให้ปิดการขายง่ายขึ้น					
6. การบริการที่ดีของพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านจะทำให้ได้ลูกค้ายาใหม่ ๆ เพิ่มเติมเสมอ					
7. คุณภาพของสินค้าเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อ					
8. ตรายี่ห้อของผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อ					
9. ราคาของผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อ					
10. การบริการหลังการขายเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อ					
11. การส่งเสริมการขายทั้งจาก บริษัทฯ และตัวแทนจำหน่ายสามารถทำให้พนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้านมียอดขายเพิ่มขึ้น					

ส่วนที่ 6 ความสำเร็จในอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้างและตกแต่งบ้าน  
โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในหมายเลขที่ตรงตามความเป็นจริงที่สุด

1. ความสำเร็จของท่านในอาชีพขายรถยนต์เมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน

เหนือกว่า มากที่สุด (5)	เหนือกว่ามาก (4)	เหนือกว่า ปานกลาง (3)	ด้อยกว่าน้อย (2)	ด้อยกว่า น้อยที่สุด (1)

2. ยอดขายของท่านเมื่อเทียบกับเพื่อนร่วมงาน

มากกว่า มากที่สุด (5)	มากกว่ามาก (4)	มากกว่า ปานกลาง (3)	น้อยกว่าน้อย (2)	น้อยกว่า น้อยที่สุด (1)

3. รายได้จากการทำงาน เฉลี่ยต่อเดือน ประมาณ ..... บาท/เดือน

4. ท่านเคยได้รับรางวัลหรือตำแหน่งพิเศษใดบ้างจากบริษัทฯ หากมีโปรดระบุ  
(เช่น พนักงานขายยอดเยี่ยม พนักงานขายดีเด่นจากยอดขายฯ เป็นต้น)

.....

.....

.....

.....

5. ท่านคิดว่าสิ่งสำคัญที่สุด ที่จะทำให้ท่านประสบความสำเร็จในอาชีพพนักงานขายอุปกรณ์ก่อสร้าง  
และตกแต่งบ้านคือ อะไร โปรดอธิบาย

.....

.....

.....

.....

**\*\*ขอขอบคุณทุกท่านที่เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้\*\***

## ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ	กิ่งแก้ว พรอภีร์เกษสกุล
วัน เดือน ปีเกิด	15 มกราคม 2513
สถานที่เกิด	ลพบุรี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	222/ 68 หมู่ 1 ซอยวัชรพล ถนนสุขุมวิท 5 ซอย 63 แขวงออเงิน เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร 10200
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	หัวหน้าสาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตบางเขน
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2536 บธ.ม (Marketing) Sripatum University, Thailand พ.ศ. 2539 บธ.บ (Marketing) Sripatum University, Thailand



มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
SRIPATUM UNIVERSITY