

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่องผลกระทบของการนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ ความสามารถในการถูกฝึกสอน และ ความฉลาดทางอารมณ์ที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขายของบริษัทฯในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาระดับการนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ ความสามารถในการถูกฝึกสอน และ ความฉลาดทางอารมณ์ ที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขายของบริษัทฯในประเทศไทย (2) เพื่อศึกษาผลกระทบของการนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ ความสามารถในการถูกฝึกสอน และ ความฉลาดทางอารมณ์ ที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขายของบริษัทฯในประเทศไทย ผู้วิจัยแบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งนำเสนอเป็น 6 ตอน ตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อตรวจสอบและยืนยันตัวแปรในงานวิจัย

ตอนที่ 2 สัญลักษณ์และความหมายของสัญลักษณ์แทนค่าสถิติและตัวแปร

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ระดับการนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ ความสามารถในการถูกฝึกสอน ความฉลาดทางอารมณ์ และ ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์การตรวจสอบข้อมูลก่อนการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

ตอนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษา

## ตอนที่ 1 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อตรวจสอบและยืนยันตัวแปรในงานวิจัย

การสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อตรวจสอบและยืนยันตัวแปรในงานวิจัย โดยการสัมภาษณ์ผู้บริหารที่ดูแลและรับผิดชอบงานด้านการขายและการตลาด จำนวน 10 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือวัดตัวแปรต่างๆ สามารถสรุปผลได้ดังนี้

**ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1** ผู้บริหารด้านประสิทธิภาพการขายและการตลาด ให้ข้อมูลว่า ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย หมายถึงผลจากการทำงานของผู้แทนขาย โดยผู้แทนขายเป็นเสมือนตัวแทนของบริษัท เพื่อออกไปพบกับลูกค้าเพื่อสร้างความสัมพันธ์ ให้ข้อมูลของผลิตภัณฑ์เพื่อประโยชน์แก่บุคลากรทางการแพทย์และผู้ป่วย สุดท้ายผลลัพธ์ที่ได้ตามมาคือ ยอดขาย ส่วนแบ่งการตลาด และ ความสัมพันธ์เป็น Partnership ที่ดีต่อกัน รวมถึงผู้แทนขาย ก็จะได้รับประสบการณ์ที่เพิ่มมากขึ้นด้วยในด้านงานการขาย การ Manage งานของตนเองให้ประสบความสำเร็จ นอกจากนี้ผลการปฏิบัติงานนั้นยังรวมไปถึง พฤติกรรมต่างๆที่ผู้แทนขายทำในการทำหน้าที่ที่รับผิดชอบในงานของเขา หรือรวมถึงการประเมินผลการทำงานต่างๆทางด้านพฤติกรรม เช่น Product Knowledge, Selling Skill ต่างๆ แต่ควรจะมีการประเมินด้านจริยธรรมด้วยเพราะการทำงานของ ผู้แทนเวชภัณฑ์นั้น สิ่งที่น่าเสนอให้กับแพทย์นั้นควรให้ด้วยความซื่อสัตย์และจริงใจ

การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้หมายถึง การที่ผู้แทนขายนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ประโยชน์ในการทำงาน โดยถ้าผู้แทนสามารถใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่ และ นโยบายของบริษัทมุ่งเน้นกับการใช้ Sales Technology อย่างจริงจัง ก็จะเห็นผลไวขึ้น การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ น่าจะต้องมีการรู้ถึงประโยชน์ในการใช้ เพราะถ้ารู้ประโยชน์ในการใช้ ก็อยากใช้เพื่อให้งานนั้นออกมาดียิ่งขึ้น ช่วยอำนวยความสะดวกมากขึ้น ก็จะยิ่งมีความอยากใช้ แต่ถ้าไม่รู้ถึงประโยชน์ หรือเป็นภาระมากขึ้นก็จะไม่อยากใช้ และควรต้องคิดถึงความง่ายในการใช้ด้วย เพราะถ้าใช้ง่าย ก็จะรู้สึกว่าเป็นภาระ และการนำเทคโนโลยีมาใช้ต้องคิดถึงว่านำมาใช้เพื่ออะไร เช่น ต้องคิดว่าจะนำมาใช้เพื่อพัฒนาการบริการลูกค้าให้ดีขึ้น หรือนำมาใช้แล้วลูกค้าพึงพอใจหรือไม่ หรือจะนำมาใช้เพื่อให้การทำงานภายในบริษัททำงานได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น อย่างเช่น นำมาใช้บันทึกการเข้าพบลูกค้า หรือนำมาวิเคราะห์ยอดขาย การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ คิดว่ามีผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย โดยคิดว่ามีผลกระทบในช่วงแรกของการเรียนรู้ และจะมีผลมากถ้าเกิดปัญหาในการใช้บ่อยๆ

ความสามารถในการถูกฝึกสอนหมายถึง ความพร้อมหรือความสามารถของผู้แทนขายที่จะถูก Coach โดยหัวหน้างาน โดยจะต้องมีความเต็มใจในการที่จะรับการ Coach มีความพยายามที่จะเรียนรู้ เปิดใจรับสิ่งใหม่ๆ รวมถึงมีความเชื่อมั่นในความสามารถของ Coach ด้วย ซึ่งจะทำให้ Coachee รับฟังด้วยความเต็มใจและเปิดใจมากยิ่งขึ้น และยังอาจรวมถึงการเรียนรู้จากเพื่อนร่วมงานด้วย เพราะในการทำงาน อาจต้องมีการรับฟังความคิดเห็นของเพื่อนร่วมงาน รวมถึงการช่วยเหลือ

กัน เอื้ออาทรต่อกันและให้เอื้อกัน จะทำให้การทำงานเป็นทีมมีประสิทธิภาพมากขึ้นในยามที่เกิดปัญหาเข้ามา ความสามารถในการถูกฝึกสอนมีผลกระทบต่อ ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย คิดว่ามีผลกระทบในด้านบวก เพราะถ้าสามารถถูก Coach ได้ดี ก็ควรมีผลการทำงานที่ดีตามมาด้วย

ความฉลาดทางอารมณ์หมายถึง การแสดงถึงความ Mutual ของบุคคลนั้นๆ และการมี EQ ที่สูง ทำให้อยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข และเป็นที่ยรักของเพื่อนฝูง และคนรอบข้าง การมีความฉลาดทางอารมณ์ ควรมีความเข้าใจในอารมณ์ของตนเองและของผู้อื่น เพราะการมีความฉลาดทางอารมณ์จะสามารถแก้ไขสถานการณ์ให้ดีขึ้น ได้ถ้ามีสติ และสามารถควบคุมอารมณ์ได้ในทุกสถานการณ์ แต่ไม่ใช่การใช้อารมณ์ เพราะการใช้อารมณ์ในนัย อาจจะมองได้ถึงด้านลบเช่นกัน เพราะอารมณ์ อาจจะไม่ได้เกิดจากความคิดและเหตุผลในทุกๆครั้งที่ตัดสินใจทำอะไรก็ตาม โดยเฉพาะเพศหญิง ความฉลาดทางอารมณ์คิดว่า มีผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย เพราะผู้แทนขายต้องเจอกับสถานการณ์แตกต่างกันมากมาย ในแต่ละวันอาจจะต้องรองรับอารมณ์ของลูกค้าในทุกรูปแบบ ดังนั้น ต้องสามารถปรับและควบคุมอารมณ์อย่างชาญฉลาดจึงจะทำงานได้อย่างมีความสุข

**ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2** ผู้จัดการด้านประสิทธิภาพการขายและการตลาด หน่วยผลิตภัณฑ์ สุขภาพ ให้ข้อมูลว่า ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขายหมายถึง การที่ผู้แทนสามารถบรรลุถึงผลลัพธ์ เช่น ยอดขาย ที่เพิ่มขึ้น และส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้น โดยสาเหตุหลักมาจาก ความคิดและพฤติกรรม ความรู้ ทักษะที่ถูกต้อง และนอกจาก ยอดขาย และส่วนแบ่งตลาดแล้ว ผลลัพธ์ ด้านอื่นๆก็ควรมีด้วย เช่น การมีทักษะ และประสบการณ์ในการขาย ที่มีมากขึ้น

การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ ไม่น่าจะใช่ที่ผู้แทนขายจะต้องตัดสินใจใช้เทคโนโลยีการขาย เนื่องจาก สุดท้ายแล้ว บริษัทน่าจะเป็นตัวผลักดันและตัดสินใจที่จะใช้เทคโนโลยีทางการขายมากกว่าที่ผู้แทนจะเป็นคนตัดสินใจ การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ ต้องรู้ถึงประโยชน์ในการใช้ แต่คนใช้ต้องไม่คิดว่าเป็นเรื่องง่ายๆ เพราะถ้ามองว่าง่ายแล้ว บางครั้ง ผู้แทนอาจไม่พยายามที่จะทำด้วย ดังนั้น น่าจะต้องมีความพยายามร่วมด้วย ส่วนจะใช้เพื่ออะไรเป็นอีกเรื่องที่ต้องคิด การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้อาจใช้เพื่อประโยชน์สำหรับเพิ่มข้อมูลที่ใช้ในการสร้างสัมพันธ์กับลูกค้า หรือการทำงานปกติก็ได้ การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้มีผลกระทบต่อ ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขายแน่ เพราะเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้แทนขายทำงานง่ายขึ้น รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ความสามารถในการถูกฝึกสอน เป็นความพยายามในการเปิดตนเองต่อการเรียนรู้หรือหาข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อที่จะปรับปรุงผลการปฏิบัติงาน และนอกเหนือจาก การปรับปรุงผลการปฏิบัติงานแล้ว อาจรวมทั้งการเพิ่มคุณค่าและโอกาสให้กับตัวเองด้วย รวมถึงการเปิดใจยอมรับฟังความคิดเห็นของคนอื่น โดยเฉพาะจากคนในทีมและจากโค้ช ซึ่งผู้แทนต้องมีความเชื่อถือในตัว

โค้ช รวมถึงการรับฟังและการร่วมมือปฏิบัติตามสิ่งที่โค้ชสอนด้วย ความสามารถในการถูกฝึกสอน มีผลกระทบต่อ ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย เนื่องจากมีผลต่อความเชื่อและการที่จะปฏิบัติตามของผู้แทนต่อโค้ช

ความฉลาดทางอารมณ์หมายถึง เป็นความสามารถในการรู้ถึงอารมณ์ของตนเองและคนอื่น เป็นความสามารถในการใช้อารมณ์หรือควบคุมอารมณ์ตนเองได้ดี และรวมถึงสามารถจัดการเรื่องต่างๆที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วย ความฉลาดทางอารมณ์มีผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย เพราะผู้แทนที่มีความฉลาดทางอารมณ์ จะจัดการกับเรื่องต่างๆได้อย่างมีประสิทธิภาพ

**ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3** ผู้จัดการด้านการตลาด ให้ข้อมูลว่า ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย หมายถึง ผลที่มาจากความพยายาม รวมทั้งทักษะต่างๆของผู้แทนขายในการทำงาน โดยผลนั้นอาจหมายถึง การขายถึงเป้าหมายการขาย การได้ Incentive ที่มาจากการปิดยอดขายนั้น และควรจะรวมถึงอัตราการเติบโตที่เพิ่มมากขึ้นในแต่ละปีอีกด้วย และในแง่ของความสามารถ เช่น ความสามารถในการ Present ความรู้เรื่อง Product และความสามารถในการวิเคราะห์ลูกค้า โดยผู้แทนขายจะมีผลงานที่ดีได้ อาจต้องมีทัศนคติที่ดี มีความทะเยอทะยานและความมุ่งมั่น และอาจต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อมรอบตัวผู้แทนขาย ค่าตอบแทนและสวัสดิการด้วย

การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ คือการที่ผู้แทนขายนำเอาเทคโนโลยีที่บริษัท Provide ให้ เช่น PDA ที่ใช้กันอยู่ มาใช้ในการทำงาน โดยการใช้นั้น ผู้แทนขายสามารถใช้ในการทำกิจกรรมต่างๆมากมาย เช่น ใช้ในการติดต่อลูกค้า ใช้ออกออร์เดอร์ ใช้บันทึก Call แต่การจะใช้ได้มากหรือน้อยนั้น ก็ขึ้นกับว่า ผู้แทนขายนั้นเห็นคุณค่าหรือประโยชน์ของการใช้นั้นหรือไม่ แล้วก็เทคโนโลยีนั้นใช้ได้ง่ายหรือยากด้วย เพราะผู้แทนที่อายุมากๆ อาจมีทักษะทางคอมพิวเตอร์น้อย ทำให้ใช้งานได้ยากก็เป็นได้ การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ มีผลต่อผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย เนื่องจากเทคโนโลยีจะช่วยให้การปฏิบัติงานของผู้แทนขายทำได้อย่างง่ายมากยิ่งขึ้น ยกตัวอย่างเช่น การจัดเก็บข้อมูลทั้งในส่วนผลิตภัณฑ์และลูกค้า การใช้เทคโนโลยีเพื่อเป็นสื่อในการนำเสนอซึ่งจะทำให้เกิดการนำเสนอที่มีความแตกต่างจากการนำเสนอแบบเดิมเดิม อีกทั้งยังสามารถเพิ่มความน่าสนใจได้มากกว่า นอกจากนั้นการวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆสามารถทำได้ง่ายขึ้น หากมีการทำงานโดยใช้เทคโนโลยี

ความสามารถในการถูกฝึกสอน อันนี้อาจแปลได้ว่าเป็นความสามารถที่ผู้แทนจะได้รับการฝึกสอนจากหัวหน้า เป็นความพร้อมที่จะเรียนรู้ หรือมีความพยายามที่จะเรียนรู้จากสิ่งที่หัวหน้าจะสอน หรือเป็นการยอมรับฟังในสิ่งที่หัวหน้าสอน ให้เครดิตในสิ่งที่หัวหน้าสอน หรือแม้แต่คำแนะนำจากคนอื่นๆในที่ทำงานด้วย ความสามารถในการถูกฝึกสอนมีผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย เพราะจะเป็นปัจจัยองค์ประกอบที่จะช่วยให้ผู้แทนขายทำงานได้อย่างมี

ประสิทธิภาพ สามารถพัฒนาจุดแข็งของตนเอง ปรับการทำงานจากคำแนะนำของหัวหน้า และสุดท้ายจึงเกิดการทำงานที่มีประสิทธิภาพสูงที่สุด

ความฉลาดทางอารมณ์ อาจเป็นความสามารถอีกอย่างหนึ่ง ที่ต้องมีความเข้าใจในอารมณ์ของคนรอบข้าง หรืออารมณ์ตัวเอง โดยต้องสามารถควบคุมหรือใช้อารมณ์ของตัวเองได้อย่างมีเหตุมีผล เช่น ไม่ไว้วางใจโดยไม่จำเป็น ไม่ใช้อารมณ์รุนแรง ความฉลาดทางอารมณ์มีผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย เนื่องจากงานขายเป็นงานที่ต้องมีการปฏิสัมพันธ์กับผู้คนหลากหลายอาชีพและต่างสถานภาพทางสังคม ดังนั้นผู้แทนขายที่เก่งจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีความฉลาดทางอารมณ์อย่างมากทั้งการประเมิน ควบคุมและใช้อารมณ์ของตนเอง นอกจากนี้ยังต้องสามารถสังเกตอารมณ์ของลูกค้าเพื่อประเมินสถานการณ์ของลูกค้าด้วย

**ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4** ผู้จัดการด้านประสิทธิภาพการขายและการตลาด ให้ข้อมูลว่า ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย ควรจะหมายถึงผลการปฏิบัติงานทั้งทางด้านการกระทำและด้านผลลัพธ์ เพราะว่า การที่ผู้แทนขายจะสามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายให้ลุล่วงไปได้เป็นอย่างดี ต้องอาศัย ความรู้ ความเชี่ยวชาญ ทักษะการขาย และการทำงานเป็นทีม สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญในการปฏิบัติงาน ถือว่าเป็น Performance ของตัวผู้แทนขายด้วยกัน ส่วนผลลัพธ์ซึ่งเป็นพวกยอดขาย หรือ Market Share ต่างๆนั้น ก็ถือว่าเป็น Salesperson Performance ด้วยโดยแน่นอนอยู่แล้ว เพราะ Outcome หรือผลลัพธ์ที่เราต้องการและสามารถเห็นชัดเจนที่สุด ก็คือ ยอดขาย หรือ ส่วนแบ่งการตลาดต่างๆ หรือสิ่งต่างๆที่เป็นตัวเลข วัดได้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ก็เป็นผลของการทำงาน ความพยายาม ทักษะต่างๆของผู้แทนขายทั้งสิ้น การวัดผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขายควรต้องวัดทั้งทางด้านการกระทำและทางด้านผลลัพธ์ เพราะการวัด Performance ของผู้แทนขายนั้น ไม่สามารถวัดได้จากมิติใดมิติหนึ่ง มิติเดียว แต่ควรมีมิติอื่นร่วมประกอบด้วย เพราะในการทำงานจริงนั้นองค์ประกอบทั้งสอง คือทั้งทางด้านการกระทำและทางด้านผลลัพธ์ต้องมีไปพร้อมๆกัน อาศัยซึ่งกันและกัน ดังนั้นทั้งสององค์ประกอบจึงมีความสำคัญทั้งคู่

การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ นั้น ผู้ใช้ในที่นี้คือผู้แทนขาย จะต้องเลือก หรือตัดสินใจที่จะนำเทคโนโลยีมาใช้หรือไม่ โดยต้องรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้ เพราะการที่คนเราจะรู้ว่าสิ่งไหนมีประโยชน์ ไม่มีประโยชน์แล้วจะนำไปใช้หรือไม่นำไปใช้ มันขึ้นอยู่กับความรู้ของบุคคลนั้นๆ ต่อประโยชน์ของระบบนั้นๆ ซึ่งต่างคนก็อาจจะมี Perception ที่แตกต่างกัน ไม่เหมือนกัน หรือหากเหมือนกัน ก็อาจไม่เท่ากันได้ และยังคงมีความง่ายในการใช้ เพราะหากใช้ได้ยาก คนก็จะไม่ค่อยใช้ ส่วนประโยชน์ที่ว่า อย่างเช่น ประโยชน์ของการใช้เทคโนโลยีสำหรับกิจกรรมทางการขายต่างๆที่ทำกับลูกค้าจริง การใช้เทคโนโลยีเพื่อประโยชน์ในด้านการจัดการด้านข้อมูล การสั่งซื้อสินค้า ซึ่งโดยรวมแล้ว การที่ผู้ที่จะนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ ต้องรับรู้ถึงประโยชน์ของเทคโนโลยีนั้น และความง่ายในการใช้เทคโนโลยีนั้นๆมาพิจารณาก่อน หาก

พบว่าไม่มีประโยชน์ และยากแก่การใช้ ก็อาจจะตัดสินใจไม่ใช้เทคโนโลยีนั้นๆ หรือในทางตรงกันข้าม หากพบว่ามีประโยชน์ต่องาน อีกทั้งนำมาใช้ก็ง่าย ไม่ต้องลำบากมากนัก ก็คงจะมีแนวโน้มที่จะตัดสินใจเอาเทคโนโลยีนั้นๆ มาใช้มากกว่า นอกจากนั้นยังต้องรู้จักจุดประสงค์ของการใช้ด้วยว่า ใช้เทคโนโลยีนั้นๆ เพื่ออะไร สามารถใช้ในส่วนงานใดได้ และใช้ทำอะไรจะให้ประโยชน์มากที่สุด และนำไปใช้ในที่สุด การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ มีผลกระทบต่อ ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย เนื่องจากว่า เทคโนโลยีทางการขาย คือ เครื่องมืออย่างหนึ่งในการทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการขาย ซึ่งจะเห็นได้ว่าการนำเทคโนโลยีมาใช้ ถือเป็นส่วนหนึ่งในการปฏิบัติงานในด้านพฤติกรรมของผู้แทนขาย และที่สุดก็ยังส่งผลต่อทางด้านผลลัพธ์ด้วย จุดมุ่งหมายหลักก็เพื่อให้การขายมีประสิทธิภาพ หรือเกิดผลลัพธ์ที่ดียิ่งขึ้นกว่าเดิม ดังนั้นการนำมาใช้หรือไม่จึงส่งผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงาน แต่ทั้งนี้ทั้งนั้น อาจเกิดผลกระทบทางบวกหรือทางลบ คือใช้แล้วแย่งกว่าเดิมก็อาจเป็นไปได้ หรือผลกระทบนั้นมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับว่านำเทคโนโลยีมาใช้นั้นถูกต้องเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร

ความสามารถในการถูกฝึกสอนหมายถึง ระดับความทุ่มเท หรือระดับความพยายามมากหรือน้อย ในการพัฒนาตนเอง เป็นการเปิดรับการเรียนรู้ ยอมรับ Feedback จากโค้ชที่ตนเองไว้วางใจ หรือจากเพื่อนร่วมงาน ความสามารถในการถูกฝึกสอน มีผลกระทบต่อ ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย เพราะจุดประสงค์ของการโค้ชนั้น คือการพัฒนา ปรับปรุง หรือแนะนำแนวทางต่างๆ และหวังผลเพื่อให้ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขายนั้นดีขึ้น มีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังนั้นความสามารถในการถูกฝึกสอนของแต่ละบุคคลว่ามีมากหรือน้อยเพียงใด จึงย่อมมีผล โดยหากผู้แทนขายคนนั้นมีความสามารถในการถูกฝึกสอนที่สูง ก็อาจจะเปิดรับการเรียนรู้ใหม่ๆ เรียนรู้ได้ไว ได้เยอะ พัฒนาทักษะการทำงานเหล่านั้นได้ดี ร่วมกับการเคารพต่อโค้ชและการทำงานที่ดีกับเพื่อนร่วมทีม ซึ่งท้ายที่สุดก็จะทำให้ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขายคนนั้นดีขึ้น ในทางกลับกัน หากหากผู้แทนขายคนนั้นมีความสามารถในการถูกฝึกสอนที่ต่ำ การที่ได้รับการฝึกสอนไปอาจไม่เกิดเป็นผล และไม่ส่งผลประโยชน์ต่อ Performance เลย

ความฉลาดทางอารมณ์ เป็นเหมือนวุฒิภาวะทางอารมณ์ โดยเป็นการแสดงออกถึงความเข้าใจในความคิด และอารมณ์ของตนเองและผู้อื่น โดยในการใช้หรือควบคุมอารมณ์นั้น จะต้องรู้จักนำอารมณ์มาใช้ให้เป็นประโยชน์ในทางสร้างสรรค์ ความฉลาดทางอารมณ์ หรือที่เรียกว่า Intelligence นั้น เป็นความสามารถในหลายๆด้านที่เกี่ยวข้องกับการจัดการด้านอารมณ์ ซึ่งควรมีอันดับแรกคือ การที่เราจัดการกับอารมณ์ได้ทั้งของตนเองและผู้อื่น โดยเราต้องสามารถประเมินได้ก่อนว่าเป็นอย่างไร และจากนั้นจึงค่อยเป็นส่วนที่ควบคุมหรือนำไปใช้อะไร ให้เกิดผลในทางสร้างสรรค์ ความฉลาดทางอารมณ์ มีผลกระทบต่อ ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขายแน่นอน เพราะในชีวิตการทำงาน โดยเฉพาะของผู้แทนขาย เป็นการทำงานกับคน ต้องติดต่อสื่อสารกับคน เมื่อพูด

ถึง “คน” แล้ว ย่อมมีปัจจัยเรื่องอารมณ์เข้ามาเกี่ยวข้องกับด้วยเสมอ ดังนั้นหาก ผู้แทนขายมีความฉลาดทางอารมณ์สูง ที่จะสามารถแสดงพฤติกรรมที่เหมาะสมตอบสนองต่อเหตุการณ์ต่างๆที่เหตุการณ์ดีและไม่ดีได้ ซึ่งจุดนี้ ถือเป็นมิติหนึ่งของผลการปฏิบัติงานทางด้านพฤติกรรม

**ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5** ผู้จัดการฝ่ายฝึกอบรมให้ข้อมูลว่า การวัด Performance ของพนักงานควรวัดในหลายมิติ ไม่ใช่แค่ดูจากผลลัพธ์เพียงอย่างเดียว เพราะ Soft Skill เช่น เทคนิคการขาย หรือ พฤติกรรมของผู้แทนก็มีผลต่อการทำงานเช่นกัน รวมทั้งก็มีผลต่อ Performance ของผู้แทนและบริษัทด้วย และในด้านของการกระทำหรือพฤติกรรมนั้น จะส่งผลกระทบต่อผลลัพธ์ ว่าพนักงานจะปิดยอดหรือได้ส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้นมากน้อยเพียงใด

การมีเทคโนโลยีก็เพื่อช่วยให้การขายมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ จึงควรมี การยอมรับถึงประโยชน์ในการใช้ เพราะถ้าผู้ใช้ยอมรับว่าเทคโนโลยีที่มีนั้นเป็นประโยชน์ ผู้ใช้ก็จะเต็มใจที่จะใช้มัน และทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีในที่สุด และควรมีความง่ายในการใช้ เพราะถ้าผู้ใช้เข้าใจในวิธีการใช้และ เต็มใจที่จะทำ ก็จะมีทัศนคติที่ดีว่าเทคโนโลยีนั้นไม่ได้ยุ่งยากอะไร และการใช้เทคโนโลยีนั้นถ้าเราสามารถใส่ประโยชน์ให้มากที่สุดแล้ว ก็จะทำให้มีประโยชน์กับลูกค้า และการขายในที่สุด นอกจากนี้ การใช้เทคโนโลยียังสามารถช่วยจัดการเรื่องต่างๆในการทำงานได้ ทำให้ทำงานได้สะดวก รวดเร็วขึ้น ซึ่งโดยรวมแล้ว การนำเทคโนโลยีมาใช้นั้น สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ในหลายทาง ไม่ใช่แค่ด้านเดียวเท่านั้น การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้มีผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย เพราะการนำเทคโนโลยีมาใช้จะสามารถทำให้ผู้แทนทำงานได้เป็นระบบ และสามารถวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆได้ง่ายขึ้น อีกทั้งเทคโนโลยียังสามารถจัดการด้านอื่นๆได้อีก เช่น กระบวนการทำงานภายในบริษัท โดยทั้งหมด ก็จะส่งผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงานของผู้แทน

ถ้าผู้ถูกฝึกสอน เห็นว่าความสามารถในการถูกฝึกสอนเป็นเรื่องสำคัญ และตั้งใจที่จะเรียนรู้ ปฏิบัติ ก็จะสามารถรับข้อมูลและสามารถนำไปปฏิบัติได้ดีขึ้น โดยความสามารถในการถูกฝึกสอน ควรต้องมีความเต็มใจซึ่งก็เหมือนเปิดใจ ทำให้การเรียนรู้เป็นไปได้ง่ายขึ้น หรือบางที ก็มีด้านอื่นๆ แหล่งข้อมูลอื่นๆที่เป็นประโยชน์ต่อผู้แทนในการเรียนรู้ และควรมีความเชื่อถือต่อ Coach เพราะถ้าไม่เชื่อถือ ไม่เคารพ Coach ก็จะปิดใจ Coach ก็ไม่สามารถเข้าถึงและสอนงานได้ และควรต้องยินดีรับ Feedback ได้ เพราะการทำงานต้องได้รับ Feedback ขึ้นอยู่กับว่าจะตอบรับ รับมือกับ Feedback นั้นอย่างไร และควรต้องยินดีรับฟังคนอื่นด้วย เพราะนั่นคือพฤติกรรมของการทำงานเป็นทีม ซึ่งถ้ามีสิ่งเหล่านี้ไปในทางบวก ก็สามารถทำให้ถูกฝึกสอนได้ง่าย และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้มากขึ้น ความสามารถในการถูกฝึกสอน มีผลกระทบต่อ ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย เพราะถ้าสอนไม่ได้ ก็ไม่สามารถนำไปปรับปรุง หรือใช้ในงานของผู้แทนได้

คนเราต้องมีการจัดการกับอารมณ์ให้ดี เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีที่สุด เพราะด้วยอาชีพของผู้แทนเอง ต้องเผชิญหน้าทางอารมณ์ค่อนข้างเยอะ จึงต้องมีการจัดการให้ดี ความฉลาดทางอารมณ์ควรมี การรู้จักตนเองเพราะคนเราต้องรู้จักตัวเองดีที่สุดและควรจะต้องรู้ว่าตอนนี้ตัวเองอยู่ในอารมณ์ไหน เป็นอย่างไร และต้องมีการเข้าใจอารมณ์คนอื่น เพราะในการประสบความสำเร็จในการขายนั้นจะต้องรู้จักลูกค้าเป็นอย่างดี และควรรู้ว่าลูกค้าเราอยู่ในอารมณ์ไหน รู้สึกอย่างไรอยู่ และควรมีการควบคุมอารมณ์ได้ด้วย เพราะเมื่อมีอารมณ์แล้ว ก็ต้องรู้จักควบคุมอารมณ์ที่ไม่ดีนั้นให้ดีขึ้น เพื่อสัมพันธ์ภาพที่ดีของเรากับคู่สนทนา การวัดว่าแต่ละคนมีความฉลาดทางอารมณ์ดีหรือไม่ดี ค่อนข้างยาก ซึ่งควรมีเกณฑ์หรือมีวิธีในการวัดที่ชัดเจน จับต้องได้ ความฉลาดทางอารมณ์ มีผลกระทบต่อ ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย เพราะอารมณ์ของเรา และการควบคุมอารมณ์มีผลต่อความพึงพอใจของแพทย์ ซึ่งถ้าสามารถควบคุมอารมณ์ได้ดีก็จะสามารถมีผลกับ Performance ของผู้แทน

**ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6** ผู้จัดการฝ่ายขาย ให้ข้อมูลว่า ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขายหมายถึงผลจากการทำงานของผู้แทนขาย ที่ทำให้เป้าหมายทางการขายสำเร็จ โดยพิจารณาจากความสำเร็จทางด้านยอดขาย การทำยาเข้าโรงพยาบาลเพิ่มเติม และ ความสำเร็จทางด้านความรู้ในเชิงวิชาการ ความรู้ในจุดขายของผลิตภัณฑ์ที่ทำการขายเป็นอย่างดีด้วย

การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ เป็นการใช้ระบบที่เจาะจง แต่ก็สามารถปรับเปลี่ยนหรือประยุกต์ตามสถานการณ์ได้ มาพัฒนาการทำงานของผู้แทนขาย การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้จำเป็นต้องรู้ถึงประโยชน์ของเทคโนโลยีที่จะใช้ สามารถใช้ได้ไม่ยาก และเป็นประโยชน์ในการทำงานทั้งของผู้แทนขายและสำหรับลูกค้าด้วย การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้มีผลต่อผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย ในทางที่จะทำให้ผลการทำงานของผู้แทนขายดีขึ้น เพราะจะช่วยให้ผู้แทนขายสามารถทำงานได้อย่างรวดเร็วขึ้น โดยไม่ต้องใช้ Paper เหมือนสมัยก่อนนี้

ผู้ฝึกสอนมีส่วนช่วยในการปรับปรุงผลการปฏิบัติงานอย่างยิ่ง ความสามารถในการถูกฝึกสอนจึงเป็นสิ่งที่จำเป็น โดยถ้าผู้ถูกฝึกสอนมีความพยายามที่จะเรียนรู้มากเท่าไรจะยิ่งทำให้ผลงานมีการพัฒนาในทางที่ดีและประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้นเท่านั้น ผู้ถูกฝึกสอนยังต้องมีการเปิดใจต่อการเรียนรู้ที่จะทำให้เขาสามารถเข้าใจและแสวงหาข้อมูล ในการเรียนรู้และการปฏิบัติงานมากยิ่งขึ้น และมีการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี เช่นมีการรับฟังปัญหาของกันและกัน ยอมรับความคิดเห็นของเพื่อนร่วมงานและหัวหน้างาน หรือแม้แต่ข้อตำหนิต่างๆ และต้องไว้วางใจที่จะคุยกับหัวหน้างานได้ด้วย ความสามารถในการถูกฝึกสอน มีผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย แต่ผู้ถูกฝึกสอนต้องเรียนรู้และพยายามที่จะนำไปใช้ในวิธีการที่ได้รับการสอนอย่างถูกต้อง

ความฉลาดทางอารมณ์ควรมี ความเข้าใจอารมณ์ของตนเองและผู้อื่น และสามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ดี และต้องไม่มีการใช้อารมณ์ คือ ไม่ควรใช้อารมณ์ในการทำงาน หรือ



ควรใช้ให้น้อยที่สุด เพื่อหลีกเลี่ยงความขัดแย้งในการทำงาน ความฉลาดทางอารมณ์ มีผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย เพราะถ้าควบคุมอารมณ์ได้ดี แสดงว่าเข้าใจอารมณ์ตนเองและลูกค้า ก็จะส่งผลกระทบต่อผลงานการขายได้ด้วย

**ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 7** ผู้จัดการฝ่ายการตลาด ให้ข้อมูลว่า ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขายคือผลจากการทำงานของผู้แทนขาย ซึ่งที่เห็นได้ชัดคือ การขายถึงเป้าหมาย อัตราเติบโตของยอดขายหรือส่วนแบ่งตลาด และยังมีด้านอื่นๆอีก เช่น ความสามารถและทักษะของผู้แทนในการปิดการขาย การแก้ปัญหาให้ลูกค้า ความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า

การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้หมายถึง การที่ผู้แทนขายนำประโยชน์ของเทคโนโลยีมาเป็นเครื่องมือเพื่อการทำงานหรือกระบวนการที่ทำให้การขายมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพิ่มมากขึ้น การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้น่าจะประกอบด้วย การเชื่อในประโยชน์ของการนำมาใช้ และนอกจากเชื่อแล้ว น่าจะต้องทราบว่าระบบที่เป็นประโยชน์ไปใช้อย่างไร และควรมีความเชื่อว่าสามารถนำไปใช้ได้จริง ไม่ซับซ้อน สามารถนำไปปฏิบัติจริงได้ การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ต้องมีการนำมาใช้อย่างเหมาะสม โดยอาจใช้ในการทำให้การทำงานคล่องขึ้น ใช้ในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ร่วมงานหรือลูกค้า หรือใช้วิเคราะห์ลูกค้า หากกลุ่มเป้าหมาย การทำรายงานต่างๆ การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ส่งผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงาน เพราะการนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ที่เหมาะสม โดยการเลือกใช้เครื่องมือที่เป็นประโยชน์กับการปฏิบัติงาน ผู้ใช้สามารถใช้เครื่องมือได้อย่างถูกต้อง จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลการปฏิบัติงานได้

ความสามารถในการถูกฝึกสอนเป็นความสามารถที่ผู้แทนขายสามารถจะรับการฝึกสอนได้ โดยควรต้องมีการเปิดใจยอมรับในสิ่งใหม่ๆ โดยไม่มีอคติ มีความพยายามในการเรียนรู้ มีความไว้วางใจ การให้เกียรติ และความเคารพนับถือต่อผู้ฝึกสอน คำว่าไว้วางใจ เคารพนับถือ อาจจะไม่ถึงขนาดแบ่งปันความคิดเห็นก็ได้ ถ้าผู้ถูกฝึกสอนไม่มีความเห็นหรือไม่กล้าแสดงความคิดเห็น แต่ควรต้องยอมรับในสิ่งที่ผู้ฝึกสอนให้ความเห็น และยังคงต้องมีความสามารถในการปฏิบัติงานร่วมกันกับเพื่อนร่วมงาน ทั้งในการแสดงความคิดเห็นและการปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ความสามารถในการถูกฝึกสอนส่งผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย เพราะหากถูกฝึกสอนได้ ก็จะพัฒนาการทำงานได้ และถ้าผู้ถูกฝึกสอนเรียนรู้เร็วและเข้าใจในสิ่งที่ถูกสอน โดยนำไปประยุกต์กับการปฏิบัติงานได้จริง จะเป็นผลดีต่อการปฏิบัติงาน

ความฉลาดทางอารมณ์เป็นการแสดงออกของคน ที่แสดงออกถึงความเข้าใจความรู้สึกนึกคิด และอารมณ์ของตนเองและผู้อื่น โดยคนๆนั้นควรจะสามารถจัดการควบคุมอารมณ์ตนเอง เข้าใจอารมณ์ผู้อื่น และแสดงอารมณ์ได้อย่างสมเหตุสมผล ความฉลาดทางอารมณ์มีผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย เพราะจัดการควบคุมอารมณ์ตนเองเป็นเรื่องที่สำคัญ โดยเฉพาะกับ

งานที่ต้องมีการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าแล้ว ถ้าสามารถจัดการควบคุมอารมณ์ของตนเองได้อย่าง สมเหตุสมผล จะสามารถสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้และส่งผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงานนั้น

**ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 8** ผู้จัดการฝ่ายการตลาดให้ข้อมูลว่า การประเมินผลการปฏิบัติงาน ทางการขาย ต้องคำนึงถึงเรื่องการบรรลุผลทางการขาย และพฤติกรรมด้านอื่นๆควบคู่ไปด้วย เช่น การทำงานเป็นทีม ความรู้ในตัวสินค้า ความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขายนั้น เนื่องจากสังคมไทยเป็นสังคมแบบพึ่งพาอาศัย กัน คนส่วนใหญ่มักมีแนวโน้มการช่วยเหลือกันจากความสัมพันธ์ที่สนิทกัน ดังนั้นคงต้องยอมรับ ว่า การมี Relationship ที่ดีกับลูกค้ามักจะช่วยทำให้การขายประสบความสำเร็จ อย่างไรก็ตาม การ เนื่องจากการขายของผู้แทนขายเกี่ยวข้องกับชีวิตคน ดังนั้นหากแพทย์มีความมั่นใจในตัวว่ายา นั้น เป็นยาที่มีประสิทธิภาพดี และมีความสัมพันธ์ที่ดีกับบริษัทและพนักงานขาย ย่อมจะทำให้สามารถ ประสบความสำเร็จจากการขายได้ นอกจากปัจจัยเรื่องของคุณสมบัติของยาและ Relationship แล้ว อาจมีปัจจัยในเรื่องของราคา ยา ข้อมูลสนับสนุนทางวิชาการที่น่าเชื่อถือ ความสามารถในการตอบ ข้อซักถามของแพทย์ของผู้แทน การบริหารยาที่ง่าย รวมถึงคู่แข่งในในตลาด ก็มีผลกระทบต่อผลการ ปฏิบัติงานทางการขายเหมือนกัน

การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ควรเป็นการนำเทคโนโลยีมาประกอบกับจุดแข็งของ Product หรือมาประยุกต์ร่วมกันในการสร้างจุดเด่น และพัฒนาขึ้นมาเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้การขาย ประสบความสำเร็จ โดยการนำมาใช้ต้องรู้ประโยชน์ในการใช้ เนื่องจากการรู้ความต้องการส่วนบุคคลหรือ Insight Need จะช่วยให้สามารถวางแผนและตอบสนองความต้องการได้ตรงจุดซึ่งจะ ช่วยให้สามารถประสบความสำเร็จในการขายได้ แต่ Insight Need บางอย่างคนเราอาจจะไม่ยอม เปิดเผยมออกมาโดยตรงอาจต้องอาศัยเวลาในการสนิทกัน หรืออาจต้องอาศัยการสังเกต และตีความ ในสิ่งที่ลูกค้าต้องการเพื่อหาความต้องการแบบเฉพาะเจาะจง ส่วนประโยชน์ในการใช้ ก็เป็นได้ทั้ง ประโยชน์กับลูกค้า และประโยชน์ในการทำงาน Routine ของผู้แทนเอง การนำเทคโนโลยีทางการ ขายมาใช้ มีผลกระทบต่อ ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย เนื่องจากเป็นเทคโนโลยีใหม่อาจมี ผู้แทนบางคนที่สามารถปรับตัวได้ก็อาจจะชื่นชอบการใช้เทคโนโลยี เพราะทำให้การทำงานง่ายขึ้น สะดวกรวดเร็ว และบางคนที่ไม่ชื่นชอบอาจทำให้การทำงานช้า และอาจไม่บรรลุตามวัตถุประสงค์ และอาจเกิดการ Demotivate ดังนั้น หากคิดจะเปลี่ยนแปลงต้องมีการวางแผนอย่างรอบคอบและ เป็นระบบ และค่อยๆ เริ่มเปลี่ยนแปลงอย่างช้าๆ

เรื่องความสามารถในการถูกฝึกสอน เนื่องจากคนมีหลายแบบ และแต่ละคนก็มีความ แตกต่างกัน ดังนั้นครูผู้สอนต้องเข้าใจคนที่จะถูกสอนเพื่อให้สามารถสื่อสารกันได้อย่างเข้าใจ ความสามารถในการถูกฝึกสอนควรเป็นความเต็มใจของผู้ถูกฝึกสอนที่จะเรียนรู้ เปิดใจรับความ คิดเห็น หรือ Feedback จากครูผู้สอนและคนอื่นๆ เพื่อที่จะปรับปรุงผลการทำงาน ซึ่งก็แน่นอนว่า

ต้องมีความไว้วางใจต่อครูฝึกสอนหรือผู้ให้ความคิดเห็นนั้น ความสามารถในการถูกฝึกสอนส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย เนื่องจากเมื่อผู้แทนขายได้รับการฝึกสอนแล้ว ก็จะส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานตามมา

ความฉลาดทางอารมณ์หมายถึง การรู้จักประเมินอารมณ์ของตนเองและผู้อื่น ว่าอยู่ในสถานะใด และควรจะมีการแสดงออกอย่างไร หรือเรียกง่ายๆว่า มีการแสดงหรือควบคุมอารมณ์ตนเองได้ดี ความฉลาดทางอารมณ์ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย เนื่องจากการรู้จักแสดงหรือควบคุมอารมณ์ตนเอง จะทำให้เข้ากับผู้อื่นได้ง่าย และสามารถตอบสนองหรือมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นได้ดี เป็นผลให้การทำงานได้ผลที่ดีตามมาด้วย

**ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 9** ผู้จัดการฝ่ายขายให้ข้อมูลว่า ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย หมายถึงผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขายทั้งทางด้านพฤติกรรมทางการขายและทางด้านผลลัพธ์ เนื่องจากองค์ประกอบทางด้านพฤติกรรมนำมาซึ่งผลลัพธ์ที่ดี ซึ่งผลลัพธ์ที่ต้องการก็คือ ยอดขาย และส่วนแบ่งการตลาด ผู้แทนขายแม้จะเป็นผู้ควบคุมพฤติกรรมของตนเองในการขาย แต่ในส่วนของผลลัพธ์ อาจไม่สามารถสะท้อนถึงพฤติกรรมได้ทั้ง 100 % เพราะผู้แทนขายไม่สามารถควบคุมผลลัพธ์ได้ทั้งหมด แต่การมีพฤติกรรมด้านการขายที่ดีก็เป็นส่วนหนึ่งของการทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ดี ทั้งนี้ผลลัพธ์อาจขึ้นกับสถานการณ์ของตลาดและปัจจัยอื่นด้วย เช่น ข้อจำกัดในการได้รับการรักษาพื้นฐานความรู้ ประสบการณ์ เพื่อนร่วมงาน หัวหน้างาน รายได้ ประเภทลูกค้า เป้ายอดขายที่ต้องทำให้ถึง และ จำนวนโรงพยาบาลที่ได้รับมอบหมาย

การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ อาจไม่ใช่ความเต็มใจของผู้แทนขายในการนำมาใช้ แต่อาจเป็นเพราะบริษัทบังคับว่าผู้แทนขายจะต้องใช้ โดยผู้แทนขายอาจรับรู้ถึงประโยชน์ในการนำเทคโนโลยีมาใช้ ว่าเป็นประโยชน์ต่อการทำงาน เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า แต่อาจไม่ค่อยอยากใช้ เพราะมีความยากในการใช้งาน เนื่องจากความสามารถในการใช้เทคโนโลยีของแต่ละคนมีไม่เท่ากัน บางคนอาจเก่งเทคโนโลยี แต่บางคนอาจไม่ชอบเลยก็เป็นได้ ซึ่งนั่นก็อาจต้องความจำเป็นแต่ละองค์กร หรือความพร้อมของผู้แทนขายที่อาจมีไม่เหมือนกัน การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ มีผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขายเพราะเทคโนโลยีสามารถช่วยผู้แทนขายได้

ความสามารถในการถูกฝึกสอน นอกจากจะเป็นเรื่องของการถูกฝึกสอนแล้ว น่าจะรวมถึงความสามารถในการปรับปรุงตนเองและการนำไปใช้ด้วย โดยควรจะมี ความพยายามเปิดใจต่อการเรียนรู้ ยินดีหรือยอมรับการฝึกสอน ข้อดีชมต่างๆ มีความเชื่อใจ จริงใจซึ่งกันและกัน ความสามารถในการถูกฝึกสอนมีผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขายเพราะ ถ้าไม่มีความสามารถในการถูกฝึกสอน เขาจะขาดการถูกพัฒนาได้

ความฉลาดทางอารมณ์เป็นความเข้าใจในอารมณ์ของคนรอบข้าง รู้ว่าควรจะตอบสนองใครด้วยวิธีใด มีการควบคุมการใช้อารมณ์ของตนเองได้ดี หรืออาจมีอารมณ์ที่อยู่เสมอ ไม่แสดง

อารมณ์ออกมาอย่างไม่มีเหตุผล ความฉลาดทางอารมณ์ มีผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย เพราะเมื่อผู้แทนขายเข้าใจในอารมณ์ของคนรอบข้าง และรู้ว่าควรจะทำอย่างไร จะทำให้เขาสามารถ Deal กับสถานการณ์ต่างๆ ได้ดี หรือรับมือกับลูกค้าได้ดี ทำให้ผลงานดีขึ้นด้วย

**ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 10** ผู้จัดการฝ่ายฝึกอบรม ให้ข้อมูลว่า ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย หมายถึงพฤติกรรมต่างๆ ที่แสดงออก เช่น ความรู้ทางเทคนิค ทักษะการขายที่ดี และการทำงานร่วมกับทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นผลการปฏิบัติงานทางด้านพฤติกรรมหรืออาจจะเรียกได้ว่าเป็นเชิงคุณภาพ ซึ่งจะช่วยให้ได้ผลการปฏิบัติงานด้านผลลัพธ์ คือ บรรลุเป้าหมายทางการขายได้ คือ ได้ยอดขายตามเป้า และได้ส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นผลที่ตามมาจากพฤติกรรมความพยายาม ซึ่งเป็นตัวเลขวัดได้ชัดเจน เช่น ยอดขาย หรือส่วนแบ่งตลาด หรืออาจจะจัดเป็นเชิงปริมาณได้ การวัดผลการปฏิบัติงานทั้ง 2 แบบ มักจะเป็นไปในแนวทางเดียวกัน ถ้ามีด้านพฤติกรรมดี ก็ส่งผลกระทบต่อผลลัพธ์ให้บรรลุได้ด้วย แต่บางกรณีผู้แทนขายบางคนมีผลการปฏิบัติงานเชิงพฤติกรรมดีเยี่ยม แต่อาจจะไม่บรรลุผลในแง่ผลลัพธ์ได้ เนื่องจากปัจจัยภายนอก หรือปัจจัยอื่นได้ ดังนั้น ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขายโดยรวมจึงควรพิจารณาทั้ง 2 แบบ

การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ คือ การยอมรับว่าเทคโนโลยีนั้นมีประโยชน์ ช่วยในการทำงานให้มีประสิทธิผลมากขึ้น จึงตัดสินใจที่จะใช้มันในการทำงาน โดยควรจะต้องมีการมองว่าการใช้เทคโนโลยีนั้นเป็นประโยชน์ ก่อให้เกิดการพัฒนาได้ และมีการมองว่ามันเป็นระบบที่ใช้งานได้ง่าย กระตุ้นทำให้อยากที่จะใช้ รวมทั้งเป็นการนำเอาเทคโนโลยีไปใช้ในการทำงานเพื่อก่อให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ามากขึ้น เพื่อช่วยให้การขายเป็นไปอย่างสร้างสรรค์มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอในรูปแบบที่น่าสนใจมากขึ้น ทำให้ลูกค้าสามารถจดจำหรือผู้แทนสื่อสารให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น ทำให้สามารถมีช่องทางและโอกาสทางการขายมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มการยอมรับในตัวสินค้าและภาพลักษณ์สินค้ามากขึ้น และการใช้เทคโนโลยีในงานภายใน ที่ไม่เกี่ยวข้องกับลูกค้า แต่เกี่ยวข้องกับระบบภายในองค์กร ซึ่งสามารถทำให้ระบบการทำงานคล่องตัวมากขึ้น ประหยัดเวลาและใช้ทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่ามากขึ้น การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ มีผลกระทบต่อ ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย เพราะถ้าหากพนักงานมีความยอมรับในเทคโนโลยี และนำมาใช้ในกระบวนการทำงานก็จะก่อให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาทักษะ การเสนอขาย และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าได้เป็นอย่างดี รวมทั้งยังง่ายต่อการเก็บข้อมูลและทำงานอย่างสร้างสรรค์ได้อีกด้วย

ความสามารถในการถูกฝึกสอนนั้นเป็นบุคลิกภาพของผู้ที่ใฝ่เรียนรู้ ยินดีที่จะเปิดรับสิ่งใหม่ๆ มีการแชร์ข้อมูลและความคิดเห็นกันระหว่างผู้สอนกับผู้ถูกฝึกสอน โดยมีปฏิสัมพันธ์ขึ้นอยู่กับระดับความไว้วางใจและความเคารพ ถ้าไว้วางใจสูงก็จะยิ่งยินดีรับฟังและปฏิบัติตามมากขึ้นเท่านั้น และโดยปกติแล้ว ความสามารถในการถูกฝึกสอนยังเกี่ยวข้องกับความยืดหยุ่นและการ

ปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง ผู้ที่ใฝ่เรียนรู้จะสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงได้ดี ยอมรับสิ่งใหม่ๆ มีความยืดหยุ่นสูง เพื่อที่จะช่วยปรับปรุงผลการปฏิบัติงานให้ดียิ่งขึ้นไป โดยควรมีความเต็มใจ ต้องการและแสวงหาอยากที่จะเรียนรู้สิ่งต่างๆ เพื่อเอาไปพัฒนาตนเองให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น มีความไว้วางใจในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและความสัมพันธ์ต่อผู้ฝึกสอน และยังน่าจะรวมถึง ความเชื่อมั่นในตัวผู้ฝึกสอนว่ามีความรู้ ความสามารถพอที่เราจะนำเอาสิ่งที่เขาสอนมาประยุกต์ใช้ได้จริง นอกจากนี้แล้วยังอาจรวมถึงการที่ผู้ฝึกสอน ทำให้ผู้ถูกฝึกสอนรู้สึกกล้าที่จะแลกเปลี่ยนความคิดเห็น โดยที่ผู้ฝึกสอนก็รับฟังอย่างเข้าใจ ทำให้เกิดเป็นความเชื่อถือต่อผู้ฝึกสอน และควรมีการยอมรับ ตอบสนอง หรือการจัดการต่อความคิดเห็นหรือคำวิพากษ์วิจารณ์ของผู้ฝึกสอน ซึ่งอาจจะไม่ได้หมายถึงปฏิกริยาการตอบสนองต่อผลตอบกลับอย่างเดียว แต่อาจรวมถึงวิธีการคิดหรือการวางแผนต่อผลตอบกลับ และการวิพากษ์วิจารณ์นั้นด้วย และนอกจากนี้ ยังควรมีการรับฟังเพื่อนร่วมทีมด้วย เพราะการทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมทีม ควรจะต้องมีการรับฟังซึ่งกันและกัน เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อช่วยในการหาหนทางในการทำงานให้เกิดประโยชน์สูงสุด และการทำงานร่วมกันควรมีความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกันและมีความเข้ากันได้กับเพื่อนร่วมงาน เพื่อไม่ก่อให้เกิดความขัดแย้งอันจะนำไปสู่การทำงานที่ไม่มีประสิทธิผล ความสามารถในการถูกฝึกสอน มีผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย เพราะถ้าความสามารถในการถูกฝึกสอน มีแนวโน้มเชิงบวก คือ มีแรงผลักดันในความพยายามที่จะเรียนรู้อย่างมาก มีความเต็มใจแสวงหาความรู้ มีความเชื่อถือต่อโค้ช มีการรับมือกับผลตอบกลับได้เป็นอย่างดี รวมถึงมีความสามารถในการทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมทีมได้ดี ก็จะส่งผลทำให้ผู้นั้นมีความสามารถในการถูกฝึกสอน ยืดหยุ่นสูง ปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงได้ง่าย ทำให้เกิดผลการปฏิบัติงานและการพัฒนาตัวเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ความฉลาดทางอารมณ์คือการตระหนักถึงความรู้สึก นึกคิด อารมณ์ของตัวเองและผู้อื่น เป็นการเข้าใจทั้งตัวเองและผู้อื่น ทำให้ตอบสนองการกระทำได้อย่างสมเหตุสมผล อย่างเข้าใจ สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นและสังคมได้อย่างมีความสุข โดยควรมีความเข้าใจตัวเอง มีสติในการรับรู้อารมณ์ของตนเองในแต่ละขณะ ทราบว่าการกระทำที่ว่าจะส่งผลอย่างไร ทำให้สามารถควบคุมตัวเองได้ มีความเข้าใจผู้อื่น โดยการมองในมุมของคนนั้น ทำให้ทราบว่าเขารู้สึกอย่างไร มีความต้องการเช่นไร ซึ่งจะช่วยให้เราสามารถตอบสนองผู้นั้นได้อย่างเข้าใจและเหมาะสม มีความสามารถที่จะควบคุมจัดการ หรือยับยั้งความรู้สึกหรืออารมณ์ที่เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสม ไม่อ่อนไหวหรือถูกกระตุ้นได้ง่ายไปตามสถานการณ์ หรือสิ่งที่มีกระทบ ทำให้มีความมั่นคงและมีสติอยู่ได้ และมีการกระตุ้นให้คิดอย่างสร้างสรรค์ เป็นไปในเชิงบวก โดยสามารถที่จะรอโอกาสหรือจังหวะเพื่อจะทำให้เกิดสิ่งที่ดีหรือเป้าหมายที่ดีกว่า ความฉลาดทางอารมณ์ มีผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย เพราะในการทำงานของผู้แทนขาย เวลาออกเขตปฏิบัติงานจริง

จำเป็นต้องมีปฏิสัมพันธ์กับคนหลายกลุ่ม ลูกค้าหลายประเภท นอกเหนือจากการดำเนินการขายที่ใช้ความรู้ทางเทคนิคและทักษะการขายต่างๆ แล้ว การตัดสินใจ หรือการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลที่ได้พูดถึงก็เป็นเรื่องสำคัญ ซึ่งอาจจะไปเกี่ยวข้องกับเรื่องการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าด้วย นอกจากนี้ความฉลาดทางอารมณ์ยังช่วยในแง่ของการเข้าใจตนเองและผู้อื่น หรือช่วยให้ควบคุมอารมณ์เมื่อเผชิญกับเหตุการณ์ หรือภาวะกดดันต่างๆ ภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูงด้วยเช่นกัน ซึ่งเหล่านี้ก็ส่งผลต่อเนื่องไปยังผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขายด้วย

ตารางที่ 12 แสดงการตรวจสอบและยืนยันตัวแปรในงานวิจัย (ข้อมูลจากการสัมภาษณ์)

ตัวแปร	ผู้ให้ข้อมูลคนที่...										จำนวน	ร้อยละ
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้	✓		✓	✓	✓	✓	✓			✓	7	70
การรับรู้ประโยชน์ในการใช้	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	10	100
การรับรู้ความง่ายในการใช้	✓		✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓	8	80
การใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างสัมพันธ์ลูกค้า	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	10	100
การใช้เทคโนโลยีเพื่อกระบวนการภายใน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	10	100
ความสามารถในการถูกฝึกสอน	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	9	90
ความแรงของความพยายาม	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		9	90
การเปิดต่อการเรียนรู้	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	10	100
ความเชื่อถือหรือเคารพต่อโค้ช	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	10	100
การรับมือกับผลตอบกลับ		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	9	90
การทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมทีม	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	9	90
ความฉลาดทางอารมณ์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	10	100
การประเมินอารมณ์ตนเอง	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	10	100
การประเมินอารมณ์ผู้อื่น	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	10	100
การควบคุมอารมณ์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	10	100
การใช้อารมณ์		✓	✓	✓			✓	✓	✓	✓	7	70
ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	10	100
ผลการปฏิบัติงานเชิงพฤติกรรม	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	10	100
ผลการปฏิบัติงานทางด้านผลลัพธ์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	10	100

จากตารางที่ 12 แสดงการตรวจสอบและยืนยันตัวแปรในงานวิจัย (ข้อมูลจากการสัมภาษณ์) ซึ่งเป็นผลจากการตรวจสอบและยืนยันตัวแปรในงานวิจัย โดยใช้การสัมภาษณ์ผู้บริหาร

ที่ดูแลและรับผิดชอบงานทางด้านการขายและการตลาด จำนวน 10 คน สามารถสรุปผลได้เป็นตัวแปรและตัวแปรย่อยได้ดังนี้

ตัวแปรจากกรอบแนวคิดของการวิจัย ประกอบด้วยตัวแปร 4 ตัวแปร ได้แก่ การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ (Sales Technology Adoption) ผู้ให้ข้อมูลเห็นด้วยกับตัวแปรจำนวนร้อยละ 70 ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรย่อย คือ การรับรู้ประโยชน์ในการใช้ (Perceived Usefulness) ผู้ให้ข้อมูลเห็นด้วยกับตัวแปรจำนวนร้อยละ 100 การรับรู้ความง่ายในการใช้ (Perceived Ease of Use) ผู้ให้ข้อมูลเห็นด้วยกับตัวแปรจำนวนร้อยละ 80 การใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างสัมพันธ์ลูกค้า (Technology Usage: Customer Relationship) ผู้ให้ข้อมูลเห็นด้วยกับตัวแปรจำนวนร้อยละ 100 และการใช้เทคโนโลยีเพื่อกระบวนการภายใน (Technology Usage: Internal Coordination) ผู้ให้ข้อมูลเห็นด้วยกับตัวแปรจำนวนร้อยละ 100

ความสามารถในการถูกฝึกสอน (Coachability) ผู้ให้ข้อมูลเห็นด้วยกับตัวแปรจำนวนร้อยละ 90 ประกอบด้วยตัวแปรย่อย คือ ความแรงของความพยายาม (Intensity of Effort) ผู้ให้ข้อมูลเห็นด้วยกับตัวแปรจำนวนร้อยละ 90 การเปิดต่อการเรียนรู้ (Openness to Learning) ผู้ให้ข้อมูลเห็นด้วยกับตัวแปรจำนวนร้อยละ 100 ความเชื่อถือหรือเคารพต่อโค้ช (Trust/Respect for the Coach) ผู้ให้ข้อมูลเห็นด้วยกับตัวแปรจำนวนร้อยละ 100 การรับมือกับผลตอบกลับ (Coping with Feedback) ผู้ให้ข้อมูลเห็นด้วยกับตัวแปรจำนวนร้อยละ 90 การทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมทีม (Working with Teammates) ผู้ให้ข้อมูลเห็นด้วยกับตัวแปรจำนวนร้อยละ 90

ความฉลาดทางอารมณ์ (Emotional Intelligence) ผู้ให้ข้อมูลเห็นด้วยกับตัวแปรจำนวนร้อยละ 100 ประกอบด้วยตัวแปรย่อย คือ การประเมินอารมณ์ตนเอง (Self-Emotion Appraisal) ผู้ให้ข้อมูลเห็นด้วยกับตัวแปรจำนวนร้อยละ 100 การประเมินอารมณ์ผู้อื่น (Others' Emotion Appraisal) ผู้ให้ข้อมูลเห็นด้วยกับตัวแปรจำนวนร้อยละ 100 การควบคุมอารมณ์ (Regulation of Emotion) ผู้ให้ข้อมูลเห็นด้วยกับตัวแปรจำนวนร้อยละ 100 การใช้อารมณ์ (Use of Emotion) และ ผู้ให้ข้อมูลเห็นด้วยกับตัวแปรจำนวนร้อยละ 70

ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย (Salesperson Performance) ผู้ให้ข้อมูลเห็นด้วยกับตัวแปรจำนวนร้อยละ 100 ประกอบด้วยตัวแปรย่อย คือ ผลการปฏิบัติงานเชิงพฤติกรรม (Behavior Performance) ผู้ให้ข้อมูลเห็นด้วยกับตัวแปรจำนวนร้อยละ 100 และ ผลการปฏิบัติงานเชิงผลลัพธ์ (Outcome Performance) ผู้ให้ข้อมูลเห็นด้วยกับตัวแปรจำนวนร้อยละ 100

เนื่องจากแต่ละตัวแปร ผู้ให้ข้อมูลมีความเห็นด้วยมากกว่าร้อยละ 70 จึงแสดงว่าตัวแปรทั้งหมดมีความสอดคล้องกับตัวแปรที่กำหนดไว้ โดยผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นด้วยกับนิยามและตัวแปร จึงได้นำผลการวิเคราะห์และรายละเอียดที่ได้ไปปรับแก้แบบสอบถามและใช้กับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

## ตอนที่ 2 สัญลักษณ์และความหมายของสัญลักษณ์แทนค่าสถิติและตัวแปร

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้แทนค่าสถิติและตัวแปร รวมถึงกำหนดความหมายของสัญลักษณ์ค่าสถิติและตัวแปร เพื่อให้การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีความเข้าใจตรงกันเกี่ยวกับสัญลักษณ์ต่างๆที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งสามารถแสดงได้ดังตารางที่ 13 แสดงสัญลักษณ์และความหมายของสัญลักษณ์แทนค่าสถิติและตัวแปร

ตารางที่ 13 แสดงสัญลักษณ์และความหมายของสัญลักษณ์แทนค่าสถิติและตัวแปร

สัญลักษณ์	ความหมาย
N	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
M	ค่าเฉลี่ย (Mean)
S.D.	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
MAX	ค่าสูงสุด (Maximum)
MIN	ค่าต่ำสุด (Minimum)
r	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation)
R <sup>2</sup>	ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง (Squared Multiple Correlation)
$\chi^2$	ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi – Square)
df	องศาแห่งความอิสระ (Degree of Freedom)
p	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
e	ค่าความคลาดเคลื่อนของตัวแปรสังเกต
RMSEA	ค่าดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (Root Mean Square Error of Approximation)
SRMR	ค่าดัชนีรากที่สองของเศษเหลือในรูปแบบมาตรฐาน (Standardized Root Mean Square Residual)
CFI	ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (Comparative Fit Index)
GFI	ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืน (Goodness of Fit Index)
t	ค่าสถิติทดสอบซึ่งมีการแจกแจงแบบ t
P-value	ค่าสัดส่วนของความผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากการปฏิเสธสมมติฐานและเป็นค่าที่คำนวณได้จากข้อมูลเชิงประจักษ์ (Observed Significance Level)



ตารางที่ 13 (ต่อ)

สัญลักษณ์	ความหมาย
SE	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน
SK	ค่าความเบ้ (Skewness)
KU	ค่าความโด่ง (Kurtosis)
TE	ขนาดอิทธิพลรวม (Total Effects)
IE	ขนาดอิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effects)
DE	ขนาดอิทธิพลทางตรง (Direct Effects)
STA	การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ (Sales Technology Adoption)
PU	การรับรู้ประโยชน์ในการใช้ (Perceived Usefulness)
PEOU	การรับรู้ความง่ายในการใช้ (Perceived Ease of Use)
TUCR	การใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างสัมพันธ์ลูกค้า (Technology Usage: Customer Relationship)
TUIC	การใช้เทคโนโลยีเพื่อประสานงานภายใน (Technology Usage: Internal Coordination)
COA	ความสามารถในการถูกฝึกสอน (Coachability)
IOE	ความแรงของความพยายาม (Intensity of Effort)
OTL	การเปิดต่อการเรียนรู้ (Openness to Learning)
TFC	ความเชื่อถือหรือเคารพต่อโค้ช (Trust/Respect for the Coach)
CWF	การรับมือกับผลตอบกลับ (Coping with Feedback)
WWT	การทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมทีม (Working with Teammates)
EI	ความฉลาดทางอารมณ์ (Emotional Intelligence)
SEA	การประเมินอารมณ์ตนเอง (Self-Emotion Appraisal)
OEA	การประเมินอารมณ์ผู้อื่น (Others' Emotion Appraisal)
ROE	การควบคุมอารมณ์ (Regulation of Emotion)
UOE	การใช้อารมณ์ (Use of Emotion)
SP	ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย (Salesperson Performance)
BP	ผลการปฏิบัติงานเชิงพฤติกรรม (Behavior Performance)
OP	ผลการปฏิบัติงานทางด้านผลลัพธ์ (Outcome Performance)

### ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการพิจารณานาถกลุ่มตัวอย่างในการเก็บแบบสอบถาม คือ จำนวนผู้แทนชาย 420 คน ได้รับตัวแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์กลับคืนมาจำนวน 402 ฉบับ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ แสดงค่าสถิติพื้นฐานข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม เป็นความถี่และค่าร้อยละ ปรากฏผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตารางที่ 14 ดังนี้

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	134	33.33
หญิง	268	66.67
<b>อายุ (Age)</b>		
20 – 25 ปี	51	12.69
26 – 30 ปี	161	40.05
31 – 35 ปี	111	27.61
36 – 40 ปี	52	12.94
41 – 45 ปี	19	4.73
มากกว่า 45 ปี	8	1.99
<b>สถานภาพการสมรส</b>		
โสด	315	78.36
สมรส	84	20.90
หม้าย หรือ หย่าร้าง	3	0.75
<b>อายุการทำงานในบริษัทปัจจุบัน</b>		
น้อยกว่า 1 ปี	108	26.87
1 – 5 ปี	202	50.25
6 – 10 ปี	43	10.70
11 – 15 ปี	32	7.96
16 – 20 ปี	7	1.74
มากกว่า 20 ปี	10	2.49

ตารางที่ 14 (ต่อ)

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
<b>ประสบการณ์ที่อยู่ในอุตสาหกรรมยา</b>		
น้อยกว่า 1 ปี	64	15.92
1 – 5 ปี	201	50.00
6 – 10 ปี	74	18.41
11 – 15 ปี	44	10.95
16 – 20 ปี	11	2.74
มากกว่า 20 ปี	8	1.99
<b>การศึกษาสูงสุด</b>		
ปริญญาตรี	366	91.04
ปริญญาโท	36	8.96

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตารางที่ 14 ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนทั้งหมด 402 คน โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 ส่วนเพศชาย มีจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 26 – 30 ปี มากที่สุด จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.05 รองลงมาคือผู้ที่มีอายุ 31 – 35 ปี จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.61 ผู้ที่มีอายุ 36 – 40 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 12.94 ผู้ที่มีอายุ 20 – 25 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.69 ผู้ที่มีอายุ 41 – 45 ปี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.73 และผู้ที่มีอายุมากกว่า 45 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.99 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามสถานภาพการสมรส พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพโสด มากที่สุด จำนวน 315 คน คิดเป็นร้อยละ 78.36 รองลงมาคือผู้ที่มีสถานภาพสมรส จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 20.90 และ ผู้ที่มีสถานภาพหม้าย หรือ หย่าร้าง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามอายุการทำงานในบริษัทปัจจุบัน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุการทำงานในบริษัทปัจจุบัน 1 – 5 ปี มากที่สุด จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.25 รองลงมาคือผู้ที่มีอายุการทำงานในบริษัทปัจจุบัน น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 26.87 ผู้ที่มีอายุการทำงานในบริษัทปัจจุบัน 6 – 10 ปี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.70 ผู้ที่มีอายุการทำงานในบริษัทปัจจุบัน 11 – 15 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 7.96 ผู้ที่มีอายุการทำงานในบริษัทปัจจุบัน

มากกว่า 20 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.49 และผู้ที่มีอายุการทำงานในบริษัทปัจจุบัน 16 – 20 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.74 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามประสบการณ์ในอุตสาหกรรมยา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมยา 1 – 5 ปี มากที่สุด จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือผู้ที่มีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมยา 6 – 10 ปี จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.41 ผู้ที่มีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมยา น้อยกว่า 1 ปี จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 15.92 ผู้ที่มีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมยา 11 – 15 ปี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 10.95 ผู้ที่มีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมยา 16 – 20 ปี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.74 และผู้ที่มีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมยา มากกว่า 20 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 1.99 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามการศึกษาสูงสุด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 366 คน คิดเป็นร้อยละ 91.04 รองลงมาคือผู้ที่มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาโท จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 8.96 ตามลำดับ

#### **ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ระดับการนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ ความสามารถในการถูกฝึกสอน ความฉลาดทางอารมณ์ และ ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา**

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ ผู้วิจัยนำองค์ประกอบหรือตัวแปร ได้แก่ การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ ความสามารถในการถูกฝึกสอน ความฉลาดทางอารมณ์ และ ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย มาวิเคราะห์ โดยพิจารณาจาก ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยตัวแปร ประกอบไปด้วย ตัวแปร 4 ตัวแปร ได้แก่ 1) การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ (Sales Technology Adoption) ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรย่อย คือ การรับรู้ประโยชน์ในการใช้ (Perceived Usefulness) การรับรู้ความง่ายในการใช้ (Perceived Ease of Use) การใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างสัมพันธ์ลูกค้า (Technology Usage: Customer Relationship) และ การใช้เทคโนโลยีเพื่อกระบวนกรภายใน (Technology Usage: Internal Coordination) 2) ความสามารถในการถูกฝึกสอน (Coachability) ประกอบด้วย ความแรงของความพยายาม (Intensity of Effort) การเปิดต่อการเรียนรู้ (Openness to Learning) ความเชื่อถือหรือเคารพต่อโค้ช (Trust/Respect for the Coach) การรับมือกับผลตอบกลับ (Coping with Feedback) และ การทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมทีม (Working with Teammates) 3) ความฉลาดทางอารมณ์ (Emotional Intelligence) ประกอบด้วย การประเมินอารมณ์ตนเอง (Self-Emotion Appraisal) การประเมินอารมณ์ผู้อื่น (Others' Emotion Appraisal) การควบคุมอารมณ์ (Regulation of Emotion) และ การใช้อารมณ์ (Use of Emotion) และ 4) ผลการ

ปฏิบัติงานของผู้แทนขาย (Salesperson Performance) ประกอบด้วย ผลการปฏิบัติงานเชิงพฤติกรรม (Behavior Performance) และ ผลการปฏิบัติงานเชิงผลลัพธ์ (Outcome Performance) โดยการนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ ความสามารถในการถูกฝึกสอน ความฉลาดทางอารมณ์ ใช้เกณฑ์การวัดมีค่า 5 ระดับ ได้แก่ ระดับ (5) หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง, (4) หมายถึง เห็นด้วย, (3) หมายถึง เฉยๆ, (2) หมายถึง ไม่เห็นด้วย, (1) หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ส่วนผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย ใช้เกณฑ์การวัดมีค่า 5 ระดับ ได้แก่ ระดับ (5) หมายถึง ดีที่สุด หรือ เป็นประจำ (4) หมายถึง ดีมาก (3) หมายถึง ดี (2) หมายถึง พอใช้ (1) หมายถึง ไม่ดี โดยสามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ที่ได้ ดังแสดงในตารางที่ 15 แสดงระดับการนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ ความสามารถในการถูกฝึกสอน ความฉลาดทางอารมณ์ และ ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย

ตารางที่ 15 แสดงระดับการนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ ความสามารถในการถูกฝึกสอน ความฉลาดทางอารมณ์ และ ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย

รายการ / องค์ประกอบ	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้	3.90	0.44	มาก
การรับรู้ประโยชน์ในการใช้	4.09	0.53	มาก
การรับรู้ความง่ายในการใช้	3.75	0.58	มาก
การใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างสัมพันธ์ลูกค้า	3.90	0.56	มาก
การใช้เทคโนโลยีเพื่อกระบวนการภายใน	3.91	0.59	มาก
ความสามารถในการถูกฝึกสอน	3.80	0.38	มาก
ความแรงของความพยายาม	4.13	0.49	มาก
การเปิดต่อการเรียนรู้	3.41	0.59	ปานกลาง
ความเชื่อถือหรือเคารพต่อโค้ช	4.00	0.56	มาก
การรับมือกับผลตอบกลับ	3.71	0.62	มาก
การทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมทีม	3.76	0.55	มาก
ความฉลาดทางอารมณ์	3.96	0.39	มาก
การประเมินอารมณ์ตนเอง	3.99	0.52	มาก
การประเมินอารมณ์ผู้อื่น	3.93	0.53	มาก
การควบคุมอารมณ์	3.85	0.57	มาก
การใช้อารมณ์	4.06	0.45	มาก
ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย	3.46	0.61	ปานกลาง
ผลการปฏิบัติงานเชิงพฤติกรรม	3.54	0.61	มาก
ผลการปฏิบัติงานทางด้านผลลัพธ์	3.40	0.68	ปานกลาง

จากตารางแสดงระดับการนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ ความสามารถในการถูกฝึกสอน ความฉลาดทางอารมณ์ และ ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ อยู่ในระดับมาก (Mean = 3.90, S.D. = 0.44) โดยสามารถเรียงลำดับองค์ประกอบของการนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ จากองค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาองค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ตามลำดับดังนี้ การรับรู้ประโยชน์ในการใช้ (Mean = 4.09, S.D. = 0.53) การใช้เทคโนโลยีเพื่อกระบวนการภายใน (Mean = 3.91, S.D. = 0.59) การใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างสัมพันธ์ลูกค้า (Mean = 3.90, S.D. = 0.56) และ การรับรู้ความง่ายในการใช้ (Mean = 3.75, S.D. = 0.58)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสามารถในการถูกฝึกสอน อยู่ในระดับมาก (Mean = 3.80, S.D. = 0.38) โดยสามารถเรียงลำดับองค์ประกอบของความสามารถในการถูกฝึกสอน จากองค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาองค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ตามลำดับดังนี้ ความแรงของความพยายาม (Mean = 4.13, S.D. = 0.49) ความเชื่อถือหรือเคารพต่อโค้ช (Mean = 4.00, S.D. = 0.56) การทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมทีม (Mean = 3.76, S.D. = 0.55) การรับมือกับผลตอบกลับ (Mean = 3.71, S.D. = 0.62) และ การเปิดต่อการเรียนรู้ (Mean = 3.41, S.D. = 0.59)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความฉลาดทางอารมณ์ อยู่ในระดับมาก (Mean = 3.96, S.D. = 0.39) โดยสามารถเรียงลำดับองค์ประกอบของความฉลาดทางอารมณ์ จากองค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาองค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ตามลำดับดังนี้ การใช้อารมณ์ (Mean = 4.06, S.D. = 0.45) การประเมินอารมณ์ตนเอง (Mean = 3.99, S.D. = 0.52) การประเมินอารมณ์ผู้อื่น (Mean = 3.93, S.D. = 0.53) และ การควบคุมอารมณ์ (Mean = 3.85, S.D. = 0.57)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย อยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 3.46, S.D. = 0.61) โดยสามารถเรียงลำดับองค์ประกอบของผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย จากองค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาองค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ตามลำดับดังนี้ ผลการปฏิบัติงานเชิงพฤติกรรม (Mean = 3.54, S.D. = 0.61) และ ผลการปฏิบัติงานทางด้านผลลัพธ์ (Mean = 3.40, S.D. = 0.68)

## ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์การตรวจสอบข้อมูลก่อนการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

### 5.1 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรสังเกตได้

การวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรสังเกตได้ มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบการแจกแจงปกติของตัวแปรเดียว ซึ่งเป็นข้อตกลงเบื้องต้นของการตรวจสอบข้อมูลก่อนวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง เนื่องจากการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรจะทำให้นักวิจัยทราบว่า ลักษณะการแจกแจงของตัวแปรเป็นแบบใด โดยผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา

ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าความเบ้ (Skewness) ค่าความโด่ง (Kurtosis) เพื่อให้สามารถสรุปได้ว่าตัวแปรในการวิจัยแต่ละตัวมีการแจกแจงแบบปกติหรือไม่อย่างไร (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542) โดยการตรวจสอบการแจกแจงปกติของตัวแปรเดียวนิยมตรวจสอบโดยพิจารณาค่าความเบ้ (Skewness) ค่าความโด่ง (Kurtosis) (สุกมาส อังศุโชติ และคณะ, 2554) โดยการวิเคราะห์นี้ ประกอบด้วย ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรสังเกตได้ ซึ่งเป็นตัวแปรบ่งชี้ของตัวแปรแฝง (Latent Variable) จำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ 1) การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ (Sales Technology Adoption) ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ คือ การรับรู้ประโยชน์ในการใช้ (Perceived Usefulness) การรับรู้ความง่ายในการใช้ (Perceived Ease of Use) การใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างสัมพันธ์ลูกค้า (Technology Usage: Customer Relationship) และ การใช้เทคโนโลยีเพื่อกระบวนการภายใน (Technology Usage: Internal Coordination) 2) ความสามารถในการถูกฝึกสอน (Coachability) ประกอบด้วย ความแรงของความพยายาม (Intensity of Effort) การเปิดต่อการเรียนรู้ (Openness to Learning) ความเชื่อถือหรือเคารพต่อโค้ช (Trust/Respect for the Coach) การรับมือกับผลตอบกลับ (Coping with Feedback) และ การทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมทีม (Working with Teammates) 3) ความฉลาดทางอารมณ์ (Emotional Intelligence) ประกอบด้วย การประเมินอารมณ์ตนเอง (Self-Emotion Appraisal) การประเมินอารมณ์ผู้อื่น (Others' Emotion Appraisal) การควบคุมอารมณ์ (Regulation of Emotion) และ การใช้อารมณ์ (Use of Emotion) และ 4) ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย (Salesperson Performance) ประกอบด้วย ผลการปฏิบัติงานเชิงพฤติกรรม (Behavior Performance) และ ผลการปฏิบัติงานเชิงผลลัพธ์ (Outcome Performance)

ตารางที่ 16 แสดงค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรสังเกตได้

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่าต่ำสุด (MIN)	ค่าสูงสุด (MAX)	แปลผล	ค่าความเบ้ (Skewness)	ค่าความโด่ง (Kurtosis)
การรับรู้ประโยชน์ในการใช้เทคโนโลยี	4.09	0.53	2.00	5.00	มาก	-0.37	0.61
การรับรู้ความง่ายในการใช้เทคโนโลยี	3.75	0.58	1.75	5.00	มาก	-0.30	0.50
การใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างสัมพันธ์ลูกค้า	3.90	0.56	1.40	5.00	มาก	-0.55	1.56
การใช้เทคโนโลยีเพื่อกระบวนการภายใน	3.91	0.59	1.67	5.00	มาก	-0.23	0.23

ตารางที่ 16 (ต่อ)

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ค่า เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ค่า ต่ำสุด (MIN)	ค่า สูงสุด (MAX)	แปลผล	ค่าความ เบ้ (Skew- ness)	ค่าความ โด่ง (Kurto- sis)
ความแรงของความพยายาม	4.13	0.49	2.00	5.00	มาก	-0.07	0.74
การเปิดต่อการเรียนรู้	3.41	0.59	1.00	5.00	ปาน กลาง	-0.42	1.66
ความเชื่อถือหรือเคารพต่อ โค้ช	4.00	0.56	1.67	5.00	มาก	-0.28	0.71
การรับมือกับผลตอบกลับ	3.71	0.62	2.00	5.00	มาก	0.12	-0.25
การทำงานร่วมกับเพื่อนร่วม ทีม	3.76	0.55	1.50	5.00	มาก	-0.31	0.82
การประเมินอารมณ์ตนเอง	3.99	0.52	2.25	5.00	มาก	-0.01	0.23
การประเมินอารมณ์ผู้อื่น	3.93	0.53	2.00	5.00	มาก	-0.15	0.53
การควบคุมอารมณ์	3.85	0.57	2.25	5.00	มาก	-0.23	0.16
การใช้อารมณ์	4.06	0.45	2.25	5.00	มาก	-0.04	0.64
ผลการปฏิบัติงานเชิง พฤติกรรม	3.54	0.61	1.50	5.00	มาก	-0.42	-0.25
ผลการปฏิบัติงานเชิงผลลัพธ์	3.40	0.68	1.40	5.00	ปาน กลาง	-0.44	-0.23

จากตารางแสดงค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรสังเกตได้ แสดงค่าสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ค่าต่ำสุด (Min) ค่าสูงสุด (Max) ค่าความเบ้ (Skewness) และค่าความโด่ง (Kurtosis) พบว่า การรับรู้ประโยชน์ในการใช้เทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.53 การรับรู้ความง่ายในการใช้เทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.58 การใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างสัมพันธภาพ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.56 การใช้เทคโนโลยีเพื่อกระบวนการภายใน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.59 ความแรงของความพยายาม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.49 การเปิดต่อการเรียนรู้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 มีค่าเบี่ยงเบน



มาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.59 ความเชื่อถือหรือเคารพต่อโค้ช มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.56 การรับมือกับผลตอบกลับ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.62 การทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมทีม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.55 การประเมินอารมณ์ตนเอง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.52 การประเมินอารมณ์ผู้อื่น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.53 การควบคุมอารมณ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.57 การใช้อารมณ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.45 ผลการปฏิบัติงานเชิงพฤติกรรม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.61 ผลการปฏิบัติงานทางด้านผลลัพธ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.68 ซึ่งโดยรวมแล้ว ตัวแปรสังเกตได้ส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.54 และ 4.13 ยกเว้น การเปิดต่อการเรียนรู้ และ ผลการปฏิบัติงานทางด้านผลลัพธ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ผลการปฏิบัติงานทางด้านผลลัพธ์ และตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ความแรงของความพยายาม

เมื่อพิจารณาค่าความเบ้ (Skewness) หรือความไม่สมมาตรของการแจกแจงในภาพรวม ซึ่งเป็นการตรวจสอบการแจกแจงปกติของข้อมูล โดยพิจารณาจากค่าความเบ้มีค่าอยู่ระหว่าง -3 ถึง +3 ที่แสดงถึงการแจกแจงปกติ (Kline, 2005 อ้างใน สุขมาส อังศุโชติ และคณะ, 2554) พบว่า ตัวแปรที่มีอยู่ในแบบจำลองมีค่าความเบ้อยู่ระหว่าง -0.55 ถึง +0.12 โดยตัวแปรส่วนใหญ่มีการแจกแจงในลักษณะเบ้ซ้าย (ค่าความเบ้เป็นลบ) แสดงว่าข้อมูลของตัวแปรส่วนใหญ่มีค่าคะแนนสูงกว่าค่าเฉลี่ย ยกเว้นตัวแปร การรับมือกับผลตอบกลับ มีค่าความเบ้เป็นบวก คือมีการแจกแจงในลักษณะเบ้ขวาเล็กน้อย เมื่อพิจารณาค่าความโด่ง (Kurtosis) หรือความสูงของการแจกแจง พบว่า ตัวแปรในแบบจำลองมีค่าความโด่งของตัวแปรสังเกตอยู่ระหว่าง -0.25 ถึง +1.66 โดยตัวแปรส่วนใหญ่มีค่าความโด่งมากกว่าปกติ (Lepto Kurtic) หรือมีค่าความโด่งมากกว่าศูนย์หรือมีค่าเป็นบวก แสดงว่าข้อมูลของตัวแปรส่วนใหญ่มีการกระจายข้อมูลในลักษณะโด่งเล็กน้อยหรือมีการกระจายของข้อมูลไม่มากนัก ยกเว้นตัวแปร การรับมือกับผลตอบกลับ ผลการปฏิบัติงานเชิงพฤติกรรม และผลการปฏิบัติงานทางด้านผลลัพธ์ มีค่าความโด่งต่ำกว่าปกติ (Platy Kurtic) หรือมีค่าความโด่งน้อยกว่าศูนย์หรือมีค่าเป็นลบ แสดงว่าข้อมูลของตัวแปรส่วนใหญ่มีการกระจายข้อมูลในลักษณะปานกลางเล็กน้อย หรือมีการกระจายของข้อมูลมากกว่าการกระจายแบบปกติ อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาค่าความเบ้และค่าความโด่ง พบว่า ค่าความเบ้และค่าความโด่งมีความแตกต่างจากศูนย์เพียง

เล็กน้อยหรือจัดว่าใกล้เคียงศูนย์ จึงถือว่าตัวแปรสังเกตได้ในแบบจำลองมีการแจกแจงเป็น โค้งปกติ จึงมีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง

## 5.2 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้โดยพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) ทำให้ได้เมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ เพื่อตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง เนื่องจาก ข้อตกลงเบื้องต้นที่สำคัญของการวิเคราะห์องค์ประกอบ คือ ตัวแปรต้องมีความสัมพันธ์กัน เพื่อวัตถุประสงค์หลักของการวิเคราะห์องค์ประกอบในการรวมกลุ่มของตัวแปรที่สัมพันธ์กัน ซึ่งการตรวจสอบว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันมากหรือไม่ ผู้วิจัยใช้ค่าสถิติทดสอบ 2 ค่า คือ Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) และ สถิติ Bartlett's test of sphericity เพื่อทดสอบว่าตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดเป็นเมทริกซ์เอกลักษณ์ (Identity Matrix) หรือไม่ (สุกมาส อังสุโชติ และคณะ, 2554) ผลการวิเคราะห์สามารถนำเสนอได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 15 ตัวแปร พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมด 105 คู่ ซึ่งเป็นตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดมีความสัมพันธ์กันและความสัมพันธ์ของตัวแปรทุกคู่มีทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเป็นความสัมพันธ์ทางบวก มีขนาดของความสัมพันธ์หรือค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง -0.012 ถึง 0.777 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 โดยตัวแปรสังเกตได้ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง ( $0.6 < r < 0.8$ ) จำนวน 3 คู่ ตัวแปรสังเกตได้ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ( $0.4 < r < 0.6$ ) จำนวน 24 คู่ ตัวแปรสังเกตได้ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ( $0.2 < r < 0.4$ ) จำนวน 66 คู่ และตัวแปรสังเกตได้ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก ( $r < 0.2$ ) จำนวน 12 คู่ ตัวแปรสังเกตได้คู่ที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุดที่สุด คือ ผลการปฏิบัติงานเชิงพฤติกรรม (BP) และ ผลการปฏิบัติงานทางด้านผลลัพธ์ (OP) ( $r = 0.777$ ) ส่วนตัวแปรคู่ที่มีความสัมพันธ์กันต่ำที่สุด คือ การรับรู้ประโยชน์ในการใช้เทคโนโลยี (PU) และ การเปิดต่อการเรียนรู้ (OTL) ( $r = -0.12$ )

เมื่อพิจารณาค่าสถิติ Bartlett's test of sphericity พบว่า มีค่าเท่ากับ 2996.751,  $df = 105$  ( $p = 0.000$ ) แสดงว่า เมทริกซ์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ไม่เป็นเมทริกซ์เอกลักษณ์ (Identity matrix) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันอย่างเพียงพอที่จะสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้ สอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ซึ่งมีค่าใกล้ 1 (0.892) แสดงให้เห็นว่าตัวแปรสังเกตได้มีความสัมพันธ์กันมาก เหมาะสมในการนำไปใช้ในการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ต่อไป เนื่องจากค่าดัชนีมีค่า 0.80 ขึ้นไป แสดงว่า ข้อมูลเหมาะสมที่จะทำการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ได้ดีมาก (สุกมาส อังสุโชติ และคณะ, 2554 อ้างอิงจาก Hair et al., 2006) ดังแสดงในตารางที่ 17

ตารางที่ 17 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้

	PU	PEOU	TUCR	TUIC	IOE	OTL	TFC	CWF	WWT	SEA	OEA	ROE	UOE	BP	OP
PU	1	.497**	.524**	.489**	.303**	-.012	.307**	.300**	.280**	.232**	.077	.120*	.199**	.247**	.214**
PEOU	.497**	1	.477**	.488**	.356**	.247**	.275**	.348**	.309**	.322**	.146**	.266**	.258**	.264**	.274**
TUCR	.524**	.477**	1	.636**	.389**	.178**	.238**	.329**	.334**	.249**	.153**	.191**	.253**	.218**	.202**
TUIC	.489**	.488**	.636**	1	.451**	.261**	.324**	.393**	.398**	.258**	.296**	.206**	.336**	.298**	.259**
IOE	.303**	.356**	.389**	.451**	1	.430**	.503**	.545**	.566**	.461**	.415**	.373**	.554**	.355**	.235**
OTL	-.012	.247**	.178**	.261**	.430**	1	.116*	.266**	.343**	.259**	.367**	.277**	.280**	.270**	.274**
TFC	.307**	.275**	.238**	.324**	.503**	.116*	1	.666**	.439**	.337**	.354**	.378**	.375**	.294**	.233**
CWF	.300**	.348**	.329**	.393**	.545**	.266**	.666**	1	.567**	.400**	.448**	.477**	.434**	.321**	.197**
WWT	.280**	.309**	.334**	.398**	.566**	.343**	.439**	.567**	1	.380**	.317**	.276**	.378**	.270**	.181**
SEA	.232**	.322**	.249**	.258**	.461**	.259**	.337**	.400**	.380**	1	.437**	.384**	.446**	.275**	.193**
OEA	.077	.146**	.153**	.296**	.415**	.367**	.354**	.448**	.317**	.437**	1	.423**	.426**	.391**	.251**
ROE	.120*	.266**	.191**	.206**	.373**	.277**	.378**	.477**	.276**	.384**	.423**	1	.438**	.345**	.273**
UOE	.199**	.258**	.253**	.336**	.554**	.280**	.375**	.434**	.378**	.446**	.426**	.438**	1	.314**	.227**
BP	.247**	.264**	.218**	.298**	.355**	.270**	.294**	.321**	.270**	.275**	.391**	.345**	.314**	1	.777**
OP	.214**	.274**	.202**	.259**	.235**	.274**	.233**	.197**	.181**	.193**	.251**	.273**	.227**	.777**	1

Bartlett's test of sphericity = 2996.751, df = 105, p = 0.000, KMO = 0.892

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

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

## ตอนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษา

### 6.1 ผลการวิเคราะห์ความตรงเชิงโครงสร้างของโมเดลการวัด (Construct Validity)

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ห้องศ์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อตรวจสอบความตรงและตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลแต่ละองค์ประกอบ ในโมเดลสมการโครงสร้าง ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variable) กับตัวแปรแฝง (Latent Variable) ด้วยการพิจารณา ค่าสถิติไคสแควร์ ( $\chi^2$ ) ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ ( $\chi^2/df$ ) ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืน (GFI) ดัชนีรากที่สองของเศษเหลือในรูปแบบมาตรฐาน (SRMR) ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI) ดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (RMSEA) ซึ่งค่าดัชนีนี้เป็นค่าสถิติวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืน และสามารถตรวจสอบความตรงของโมเดลเป็นภาพรวมทั้งโมเดล แม้ในบางกรณีค่าดัชนีทดสอบความเหมาะสมของโมเดลจะแสดงว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แต่อาจมีพารามิเตอร์บางค่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542) ซึ่งสามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ (1) การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ (2) ความสามารถในการถูกฝึกสอน (3) ความฉลาดทางอารมณ์ และ (4) ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย ดังนี้

#### (1) การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้

องค์ประกอบการนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ในการใช้ (Perceived Usefulness) การรับรู้ความง่ายในการใช้ (Perceived Ease of Use) การใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างสัมพันธ์ลูกค้า (Technology Usage: Customer Relationship) และ การใช้เทคโนโลยีเพื่อกระบวนการภายใน (Technology Usage: Internal Coordination) ผู้วิจัยทำการตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทั้ง 4 องค์ประกอบ จำนวน 6 คู่ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.410 และ 0.479 ผลการวิเคราะห์เมทริกซ์สหสัมพันธ์ด้วย Bartlett's test of sphericity ได้ค่า Chi-Square = 356.273, df = 6, p = 0.000 ซึ่งแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่าเมทริกซ์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ไม่ใช่เมทริกซ์เอกลักษณ์ (Identity Matrix) และตัวแปรมีความสัมพันธ์กันสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้ และค่าดัชนี Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) = 0.772 แสดงว่า ตัวแปรมีความเหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบได้ดี เนื่องจากค่าดัชนีมีค่าระหว่าง .70-.79 (สุภมาส อังศุโชติ และคณะ, 2554 อ้างอิงจาก Hair et al., 2006)

ตารางที่ 18 แสดงเมทริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ของโมเดลการวัด การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้

	PU	PEOU	TUCR	TUIC
PU	1.000	.449**	.417**	.442**
PEOU	.449**	1.000	.410**	.423**
TUCR	.417**	.410**	1.000	.479**
TUIC	.442**	.423**	.479**	1.000

**Bartlett's test of Sphericity Chi-Square = 356.273, df=6, p = 0.000, KMO = 0.772**

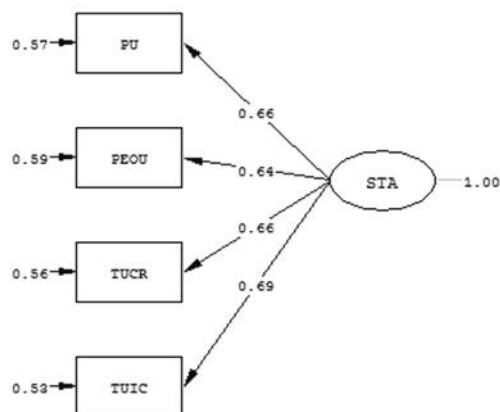
หมายเหตุ \*\* p < .01

ผลการวิเคราะห์ห้องค้ประกอบเชิงยืนยันสำหรับ โมเดลการวัด การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ ได้ค้ค่า Chi-Square = 2.81, df = 2, P-value = 0.25, RMSEA = 0.032, SRMR = 0.015, CFI = 1.00, GFI = 1.00 และค้ค่าความผันแปรร่วมของตัวบ่งชี้การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ เท่ากับ ร้อยละ 57, 59, 56 และ 53 ตามล้าดับ แสดงให้้เห็นว่า โมเดลการวัดการนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค้ค่าดัชนีความกลมกลืนที่ผ่านเกณฑ์การยอมรับ ซึ่งแสดงผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 19 แสดงการวิเคราะห์ห้องค้ประกอบเชิงยืนยันของ โมเดลการวัด การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ ภาพที่ 8 แสดงโมเดลการวัด การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ และ ตารางที่ 20 แสดงผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดการนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้

ตารางที่ 19 แสดงการวิเคราะห์ห้องค้ประกอบเชิงยืนยันของ โมเดลการวัด การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้

ตัวแปร	Co-efficient	SE	t	R-Square
PU	0.66	0.03	12.63	0.57
PEOU	0.64	0.03	12.22	0.59
TUCR	0.66	0.03	12.72	0.56
TUIC	0.69	0.03	13.30	0.53

**Chi-Square= 2.81, df=2, P-value=0.25, RMSEA=0.032, SRMR=0.015, CFI=1.00, GFI=1.00**



Chi-Square=2.81, df=2, P-value=0.24536, RMSEA=0.032

ภาพที่ 8 แสดงโมเดลการวัด การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้

ตารางที่ 20 แสดงผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดการนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้

ค่าดัชนี	เกณฑ์	ค่าสถิติ	ผลการพิจารณา
$\chi^2/df$	$\leq 2$	1.40	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	$< 0.08$	0.03	ผ่านเกณฑ์
SRMR	$< 0.05$	0.01	ผ่านเกณฑ์
CFI	$> 0.90$	1.00	ผ่านเกณฑ์
GFI	$> 0.90$	1.00	ผ่านเกณฑ์

## (2) ความสามารถในการถูกฝึกสอน

องค์ประกอบความสามารถในการถูกฝึกสอน ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ความแรงของความพยายาม (Intensity of Effort) การเปิดต่อการเรียนรู้ (Openness to Learning) ความเชื่อถือหรือเคารพต่อโค้ช (Trust/Respect for the Coach) การรับมือกับผลตอบกลับ (Coping with Feedback) และ การทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมทีม (Working with Teammates) ผู้วิจัยทำการตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทั้ง 5 องค์ประกอบ จำนวน 6 คู่ พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.230 และ 0.628 ผลการวิเคราะห์เมทริกซ์สหสัมพันธ์ด้วย Bartlett's test of sphericity ได้ค่า Chi-Square = 573.292, df = 10, p = 0.000 ซึ่งแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่าเมทริกซ์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ

ตัวแปรสังเกตได้ไม่ใช่เมทริกซ์เอกลักษณ์ (Identity Matrix) และตัวแปรมีความสัมพันธ์กันสามารถนำไปวิเคราะห์หองค์ประกอบได้ และค่าดัชนี Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) = 0.755 แสดงว่า ตัวแปร มีความเหมาะสมที่จะวิเคราะห์หองค์ประกอบได้ดี ดังแสดงในตารางที่ 21 แสดงเมทริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ของโมเดลการวัด ความสามารถในการถูกฝึกสอน

ตารางที่ 21 แสดงเมทริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ของ โมเดลการวัด ความสามารถในการถูกฝึกสอน

	IOE	OTL	TFC	CWF	WWT
IOE	1.000	0.409**	0.628**	0.476**	0.429**
OTL	0.409**	1.000	0.230**	0.280**	0.347**
TFC	0.628**	0.230**	1.000	0.569**	0.432**
CWF	0.476**	0.280**	0.569**	1.000	0.309**
WWT	0.429**	0.347**	0.432**	0.309**	1.000

**Bartlett's test of Sphericity Chi-Square = 573.292, df = 10, p = 0.000, KMO = 0.755**

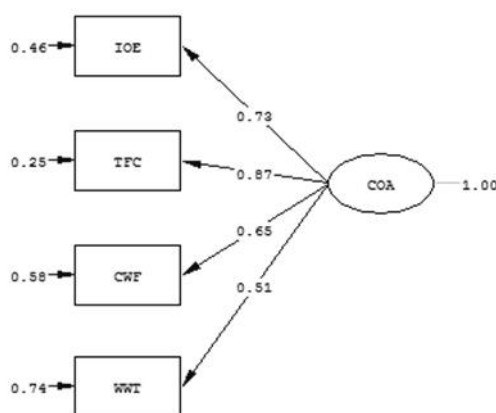
หมายเหตุ \*\* p < .01

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันสำหรับ โมเดลการวัด ความสามารถในการถูกฝึกสอน พบว่า มีค่าดัชนี  $\chi^2/df$  และ ค่า RMSEA ที่ยังไม่ผ่านเกณฑ์ ผู้วิจัยจึงทำการปรับ โมเดลการวัดความสามารถในการถูกฝึกสอน โดยเลือกลดหรือตัดตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบต่ำสุดออกจากโมเดลการวัด นั่นคือ การเปิดต่อการเรียนรู้ (OTL) ที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.41 จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์โมเดลการวัดอีกครั้ง โดยผลการวิเคราะห์ได้ค่า Chi-Square = 1.82, df = 2, RMSEA = 0.00, SRMR = 0.01, CFI = 1.00, GFI = 1.00 และค่าความผันแปรร่วมของตัวบ่งชี้ความสามารถในการถูกฝึกสอน เท่ากับร้อยละ 46, 25, 58 และ 74 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า โมเดลการวัดความสามารถในการถูกฝึกสอน มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนที่ผ่านเกณฑ์การยอมรับ ซึ่งแสดงผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 22 แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัด ความสามารถในการถูกฝึกสอน ภาพที่ 9 แสดงโมเดลการวัด ความสามารถในการถูกฝึกสอน และ ตารางที่ 23 แสดงการวิเคราะห์โมเดลการวัดความสามารถในการถูกฝึกสอน ก่อนและหลังปรับโมเดล

ตารางที่ 22 แสดงการวิเคราะห์ห้องค้ประกอบเชิงย้ันย้ันของโมเดลการวัด ความสามารถในการถูกฝ้กสอน

ตัวแปร	Co-efficient	SE	t	R-Square
IOE	0.73	0.02	15.31	0.46
TFC	0.87	0.02	18.61	0.25
CWF	0.65	0.03	13.26	0.58
WWT	0.51	0.03	9.96	0.74

Chi-Square= 1.82, df=2, P-value=0.41, RMSEA=0.000, SRMR=0.012, CFI=1.00, GFI=1.00



Chi-Square=1.82, df=2, P-value=0.40211, RMSEA=0.000

ภาพที่ 9 แสดงโมเดลการวัดความสามารถในการถูกฝ้กสอน

ตารางที่ 23 แสดงการวิเคราะห์โมเดลการวัดความสามารถในการถูกฝ้กสอน ก่อนและหลังปรับโมเดล

ค่าดัชนี	เกณฑ์	ก่อนปรับ		หลังปรับ	
		ค่าสถิติ	ผลการพิจารณา	ค่าสถิติ	ผลการพิจารณา
$\chi^2/df$	$\leq 2$	8.33	ไม่ผ่านเกณฑ์	0.91	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	$< 0.08$	0.14	ไม่ผ่านเกณฑ์	0.00	ผ่านเกณฑ์
SRMR	$< 0.05$	0.05	ไม่ผ่านเกณฑ์	0.01	ผ่านเกณฑ์
CFI	$> 0.90$	0.94	ผ่านเกณฑ์	1.00	ผ่านเกณฑ์
GFI	$> 0.90$	0.96	ผ่านเกณฑ์	1.00	ผ่านเกณฑ์



## (3) ความฉลาดทางอารมณ์

องค์ประกอบความฉลาดทางอารมณ์ ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ การประเมินอารมณ์ตนเอง (Self-Emotion Appraisal) การประเมินอารมณ์ผู้อื่น (Others' Emotion Appraisal) การควบคุมอารมณ์ (Regulation of Emotion) และ การใช้อารมณ์ (Use of Emotion) ผู้วิจัยทำการตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทั้ง 4 องค์ประกอบ จำนวน 3 คู่ พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.384 และ 0.445 ผลการวิเคราะห์เมทริกซ์สหสัมพันธ์ด้วย Bartlett's test of sphericity ได้ค่า Chi-Square = 332.825, df = 6, p = 0.000 ซึ่งแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่าเมทริกซ์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ไม่ใช่เมทริกซ์เอกลักษณ์ (Identity Matrix) และตัวแปรมีความสัมพันธ์กันสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้ และค่าดัชนี Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) = 0.770 แสดงว่า ตัวแปรมีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้ดี

ตารางที่ 24 แสดงเมทริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ของโมเดลการวัดความฉลาดทางอารมณ์

	SEA	OEA	ROE	UOE
SEA	1.000	0.437**	0.384**	0.414**
OEA	0.437**	1.000	0.423**	0.433**
ROE	0.384**	0.423**	1.000	0.445**
UOE	0.414**	0.433**	0.445**	1.000

**Bartlett's test of Sphericity Chi-Square=332.825, df=6, p=0.000, KMO = 0.770**

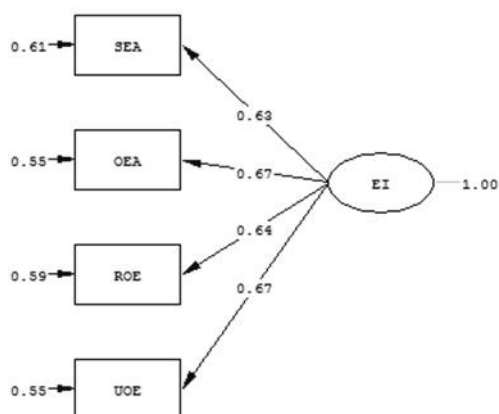
หมายเหตุ \*\* p < .01

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันสำหรับโมเดลการวัดความฉลาดทางอารมณ์ ได้ค่า Chi-Square = 1.36, df = 2, P-value = 0.51, RMSEA = 0.000, SRMR = 0.011, CFI = 1.00, GFI = 1.00 และค่าความผันแปรร่วมของตัวบ่งชี้ความฉลาดทางอารมณ์ เท่ากับ ร้อยละ 61, 55, 59 และ 55 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าโมเดลการวัดความฉลาดทางอารมณ์ มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนที่ผ่านเกณฑ์การยอมรับ ซึ่งแสดงผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 25 แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัด ความฉลาดทางอารมณ์ ภาพที่ 10 แสดงโมเดลการวัด ความฉลาดทางอารมณ์ และ ตารางที่ 26 แสดงผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดความฉลาดทางอารมณ์

ตารางที่ 25 แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของ โมเดลการวัดความฉลาดทางอารมณ์

ตัวแปร	Co-efficient	SE	t	R-Square
SEA	0.63	0.03	11.82	0.61
OEA	0.67	0.03	12.69	0.55
ROE	0.64	0.03	12.10	0.59
UOE	0.67	0.02	12.70	0.55

Chi-Square= 1.36, df=2, P-value=0.51, RMSEA= 0.000, SRMR=0.011, CFI= 1.00, GFI= 1.00



Chi-Square=1.36, df=2, P-value=0.50638, RMSEA=0.000

ภาพที่ 10 แสดงโมเดลการวัดความฉลาดทางอารมณ์

ตารางที่ 26 แสดงผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดความฉลาดทางอารมณ์

ค่าดัชนี	เกณฑ์	ค่าสถิติ	ผลการพิจารณา
$\chi^2/df$	$\leq 2$	0.68	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	$< 0.08$	0.00	ผ่านเกณฑ์
SRMR	$< 0.05$	0.01	ผ่านเกณฑ์
CFI	$> 0.90$	1.00	ผ่านเกณฑ์
GFI	$> 0.90$	1.00	ผ่านเกณฑ์

(4) ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย

องค์ประกอบผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ ได้แก่ ผลการปฏิบัติงานเชิงพฤติกรรม (Behavior Performance) และ ผลการปฏิบัติงานเชิงผลลัพธ์ (Outcome

Performance) ผู้วิจัยทำการตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทั้ง 2 องค์ประกอบ จำนวน 1 คู่ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ที่ 0.777 ผลการวิเคราะห์เมทริกซ์สหสัมพันธ์ด้วย Bartlett's test of sphericity ได้ค่า Chi-Square = 370.469, df = 1, p = 0.000 ซึ่งแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่าเมทริกซ์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ไม่ใช่เมทริกซ์เอกลักษณ์ (Identity Matrix) และตัวแปรมีความสัมพันธ์กันมากพอที่จะสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้ และค่าดัชนี Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) = 0.500 แสดงว่า ตัวแปรมีความเหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบได้

ตารางที่ 27 แสดงเมทริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ของ โมเดลการวัดผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย

	BP	OP
BP	1.000	0.777**
OP	0.777**	1.000

**Bartlett's test of Sphericity Chi-Square=370.469,df=1,p=0.000,KMO =0.500**

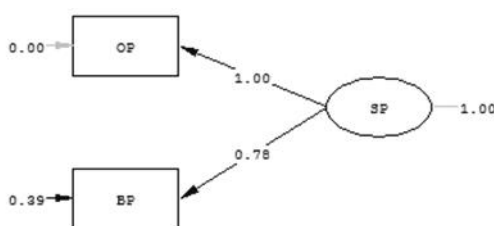
หมายเหตุ \*\* p < .01

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันสำหรับ โมเดลการวัดผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย ได้ค่า Chi-Square = 0.00, df = 0, RMSEA = 0.00, SRMR = 0.00, CFI = 1.00, GFI = 1.00 และค่าความผันแปรร่วมของตัวบ่งชี้ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย เท่ากับ ร้อยละ 100 และ 61 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าโมเดลการวัดผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนที่ผ่านเกณฑ์การยอมรับ ซึ่งแสดงผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 28 แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของ โมเดลการวัด ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย ภาพที่ 11 แสดงโมเดลการวัด ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย และตารางที่ 29 แสดงผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย

ตารางที่ 28 แสดงการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของ โมเดลการวัดผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย

ตัวแปร	Co-efficient	SE	t	R-Square
BP	1.00	0.02	28.32	1.00
OP	0.78	0.03	18.74	0.61

**Chi-Square=0.00,df=0,P=1.00,RMSEA= 0.00,Standard RMR= 0.00,CFI= 1.00,GFI=1.00**



Chi-Square=0.00, df=0, P-value=1.00000, RMSEA=0.000

ภาพที่ 11 แสดงโมเดลการวัดผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย

ตารางที่ 29 แสดงผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย

ค่าดัชนี	เกณฑ์	ค่าสถิติ	ผลการพิจารณา
$\chi^2/df$	$\leq 2$	0.00	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	$< 0.08$	0.00	ผ่านเกณฑ์
SRMR	$< 0.05$	0.00	ผ่านเกณฑ์
CFI	$> 0.90$	1.00	ผ่านเกณฑ์
GFI	$> 0.90$	1.00	ผ่านเกณฑ์

## 6.2 ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงของตัวแปรแฝง (Construct Reliability) และค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ (Average Variance Extracted)

หลังจากผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบ ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงของตัวแปรสังเกตได้ (Internal Consistency Reliability) พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวในโมเดลการวิจัยมีความเที่ยงตรง ผู้วิจัยจึงทำการตรวจสอบความเที่ยงของตัวแปรแฝง (Construct Reliability) และค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ (Average Variance Extracted) โดยค่าความเที่ยงของตัวแปรแฝง (Construct Reliability) ควรมีค่ามากกว่า 0.60 และค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ (Average Variance Extracted) ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยความแปรปรวนของตัวแปรแฝงที่อธิบายได้ด้วยตัวแปรสังเกตได้ ซึ่งมีค่าเทียบเท่ากับค่าไอเกน (Eigen values) ในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ควรมีค่ามากกว่า 0.50 (สุกมาส อังศุโชติ และคณะ, 2554 อ้างอิงจาก Diamantopoulos & Siguaw, 2000) จึงสรุปว่า การผันแปรในตัวชี้วัดส่วนใหญ่ เกิดขึ้นจากตัวแปรสร้างมากกว่าเป็นข้อผิดพลาดของมาตรวัด ซึ่งแสดงว่า ตัวแปรแฝงมีความเที่ยง ซึ่งสามารถแสดงผลการวิเคราะห์ได้ดังตารางที่ 30 ความเที่ยงของตัวแปรแฝงและค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ (Construct Reliability & Average Variance Extracted)

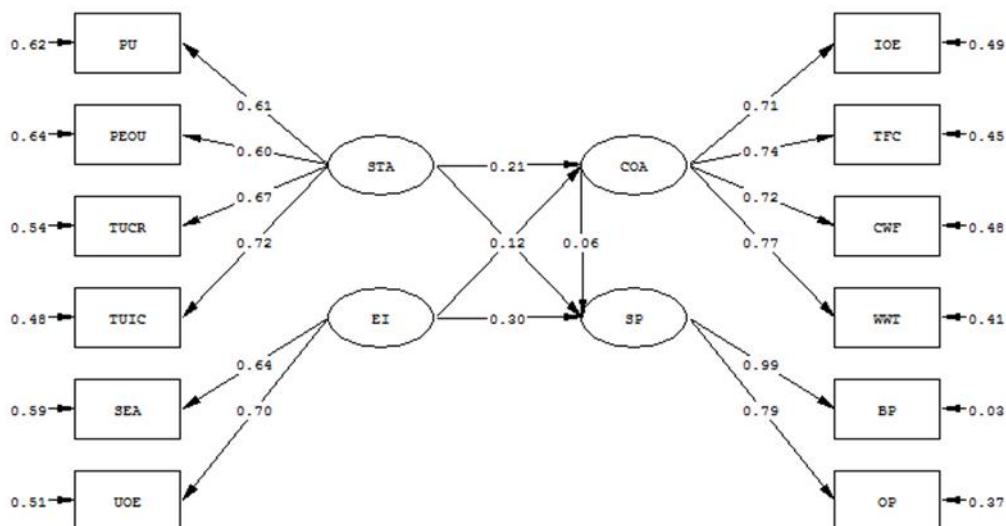
ตารางที่ 30 แสดงความเที่ยงของตัวแปรแฝงและค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้

ตัวแปรแฝง	ความเที่ยงของตัวแปรแฝง	ความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้
STA	0.68	0.52
COA	0.62	0.63
EI	0.64	0.67
SP	0.74	0.69

จากตารางที่ 30 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรแฝงทุกตัวมีค่าความเที่ยงของสูง โดยมีค่าความเที่ยงของตัวแปรแฝงอยู่ระหว่าง 0.62 ถึง 0.74 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.60 และมีค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ อยู่ระหว่าง 0.52 ถึง 0.69 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.50 แสดงว่า จากการประเมินโมเดลการวัดสามารถกล่าวได้ว่า การนิยามปฏิบัติการของตัวแปรแฝงทั้งหมดมีความถูกต้องและเชื่อถือได้

### 6.3 ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างตามสมมติฐาน

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์ระหว่าง การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ ความสามารถในการถูกฝึกสอน ความฉลาดทางอารมณ์ และ ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย เพื่อทำการเปรียบเทียบถึงความกลมกลืนระหว่างโมเดลที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยเกณฑ์ในการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยพิจารณาจากค่าสถิติ ได้แก่ ประกอบด้วย ค่าดัชนี Chi-Square,  $\chi^2/df$ , RMSEA, SRMR CFI และ GFI ซึ่งผลการวิเคราะห์โมเดล พบว่า ค่าดัชนีความกลมกลืนยังไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ โดยพิจารณาจากค่า Chi-Square = 104.97,  $df = 48$ ,  $p\text{-value} = 0.000$ , RMSEA = 0.054, SRMR = 0.038, CFI = 0.98 และ GFI = 0.96 ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอ ดังภาพที่ 12 แสดงการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลโดยรวม และตารางที่ 31 แสดงการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลโดยรวม



Chi-Square=104.97, df=48, P-value=0.00000, RMSEA=0.054

ภาพที่ 12 แสดงการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลโดยรวม

ตารางที่ 31 แสดงการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลโดยรวม

ค่าดัชนี	เกณฑ์	ค่าสถิติ	ผลการพิจารณา
$\chi^2/df$	$\leq 2$	2.19	ไม่ผ่านเกณฑ์
RMSEA	$< 0.08$	0.05	ผ่านเกณฑ์
SRMR	$< 0.05$	0.03	ผ่านเกณฑ์
CFI	$> 0.90$	0.98	ผ่านเกณฑ์
GFI	$> 0.90$	0.96	ผ่านเกณฑ์

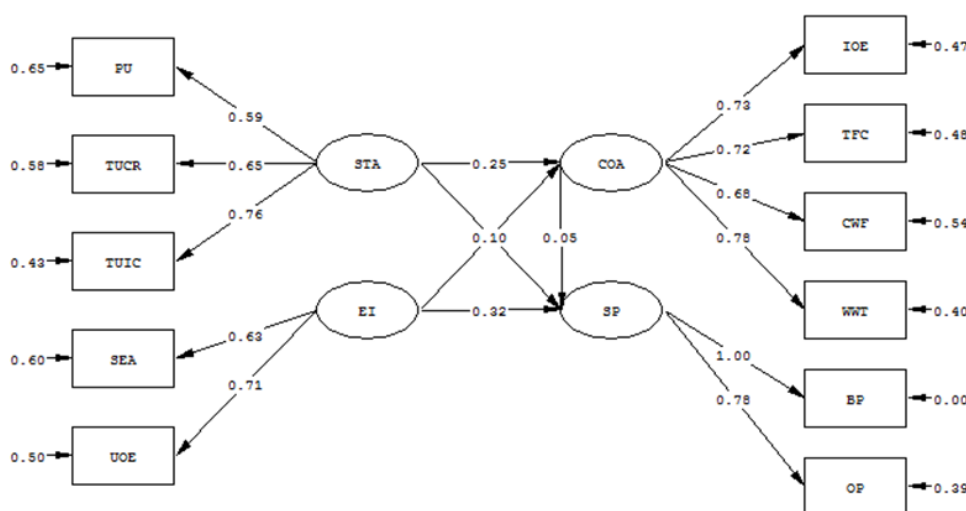
จากตารางที่ 31 แสดงให้เห็นว่าโมเดลความสัมพันธ์ระหว่าง การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ ความสามารถในการถูกฝึกสอน ความฉลาดทางอารมณ์ และ ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นมาจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องยังไม่มี ความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าสถิติที่คำนวณได้ คือ ค่า Chi-Square = 104.97, df = 48, p-value = 0.000, RMSEA = 0.054, SRMR = 0.038, CFI = 0.98 และ GFI = 0.96 ซึ่งค่าสถิติที่สำคัญบางตัวยังไม่ผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนดไว้ (Hooper, Coughlan & Mullen, 2008)

ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการปรับโมเดล (Model Modification) โดยเลือกลดหรือตัดตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบต่ำสุดออกจากโมเดลการวัด นั่นคือ การรับรู้ความง่ายในการใช้ (Perceived Ease of Use) ที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.60 และพิจารณาจากคำแนะนำในการปรับพารามิเตอร์ใน โมเดลด้วยค่าดัชนีปรับโมเดล (Model Modification Indices: MI) จนกระทั่งค่าดัชนีทุกค่าผ่านเกณฑ์การพิจารณาดังปรากฏในตารางหลังปรับโมเดล โดยได้ค่า Chi-Square =

50.56,  $df = 36$ ,  $p\text{-value} = 0.054$ ,  $RMSEA = 0.032$ ,  $SRMR = 0.027$ ,  $CFI = 0.99$  และ  $GFI = 0.98$  แสดงว่าโมเดลสมมติฐานมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งแสดงผลการวิเคราะห์ได้ดังตารางที่ 32 แสดงการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลโดยรวมหลังจากการปรับแก้โมเดล ภาพที่ 13 แสดงการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลโดยรวมหลังจากการปรับแก้โมเดล

ตารางที่ 32 แสดงการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล โดยรวมหลังจากการปรับแก้โมเดล

ค่าดัชนี	เกณฑ์	ค่าสถิติ	ผลการพิจารณา
$\chi^2/df$	$\leq 2$	1.40	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	$< 0.08$	0.03	ผ่านเกณฑ์
SRMR	$< 0.05$	0.02	ผ่านเกณฑ์
CFI	$> 0.90$	0.99	ผ่านเกณฑ์
GFI	$> 0.90$	0.98	ผ่านเกณฑ์



Chi-Square=50.56,  $df=36$ ,  $P\text{-value}=0.05435$ ,  $RMSEA=0.032$

ภาพที่ 13 แสดงการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล โดยรวมหลังจากการปรับแก้โมเดล

จากตารางที่ 32 เมื่อพิจารณาค่าดัชนีความกลมกลืนของโมเดล พบว่า โมเดลสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนทั้ง 5 ดัชนีที่ผ่านเกณฑ์การยอมรับ คือ

ค่าดัชนี  $\chi^2/df = 1.40$ , RMSEA = 0.03, SRMR = 0.02, CFI = 0.99 และ GFI = 0.98 ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าโมเดลแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งสามารถอธิบายได้ ดังนี้

(1) ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ ( $\chi^2/df$ ) มีค่าเท่ากับ 1.40 แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนดีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เนื่องจาก ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์มีค่าไม่เกิน 2.00

(2) ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (Comparative Fit Index: CFI) มีค่าเท่ากับ 0.99 แสดงว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนดีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เนื่องจากค่า CFI มีค่า 0.90 ขึ้นไป

(3) ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมบูรณ์ (Absolute Fit Index) ที่ผู้วิจัยพิจารณา คือ ดัชนีวัดความกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI) มีค่าเท่ากับ 0.98 แสดงว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนดีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เนื่องจากค่า GFI มีค่ามากกว่า 0.90

(4) ดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.03 หมายถึง โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนดีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เนื่องจาก ค่า RMSEA มีค่าน้อยกว่า 0.08

(5) ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนในรูปความคลาดเคลื่อน โดยดัชนีที่ผู้วิจัยนำมาใช้ในการพิจารณา คือ รากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือมาตรฐาน (Standardized Root Mean Square Residual: SRMR) มีค่าเท่ากับ 0.02 แสดงว่า โมเดลสอดคล้องกลมกลืนดีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เนื่องจาก มีค่าน้อยกว่า 0.05

#### 6.4 ผลการวิเคราะห์เส้นทาง

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุของ ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย เพื่อทำการตอบคำถามการวิจัยและสมมติฐานการวิจัย โดยผู้วิจัยนำเสนอผลของอิทธิพลทางตรง (Direct Effects: DE) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effects: IE) และอิทธิพลรวม (Total Effects: TE) ซึ่งสามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

จากการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรในโมเดลเชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อ ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย (อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวม) ตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า โมเดลดังกล่าวมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังตารางที่ 33 แสดงการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรในโมเดลเชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย (อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวม)



ตารางที่ 33 แสดงการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรในโมเดลเชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย

ตัวแปรเหตุ ตัวแปรผล	STA			COA			EI		
	TE	IE	DE	TE	IE	DE	TE	IE	DE
COA	0.26** (0.08)	-	0.26** (0.08)	-	-	-	0.75** (0.09)	-	0.75** (0.09)
SP	0.12* (0.08)	0.01* (0.06)	0.11* (0.08)	0.04* (0.22)	-	0.04* (0.22)	0.36** (0.08)	0.03* (0.16)	0.33* (0.21)
<b>ค่าสถิติ</b>									
Chi-Square = 50.56, df = 36, p-value = 0.054, RMSEA = 0.032, SRMR = 0.027, CFI = 0.99, GFI = 0.98									
ตัวแปร	IOE	TFC	CWF	WWT	BP	OP			
ความเที่ยง	0.53	0.52	0.46	0.60	1.00	0.61			
ตัวแปร	PU	TUCR	TUIC	SEA	UOE				
ความเที่ยง	0.35	0.42	0.57	0.40	0.50				
สมการโครงสร้างของตัวแปร			COA	SP					
R-Square			0.19	0.81					
<b>เมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร</b>									
ตัวแปรแฝง	COA	SP	STA	EI					
COA	1.00								
SP	0.40	1.00							
STA	0.66	0.32	1.00						
EI	0.87	0.42	0.57	1.00					

หมายเหตุ \* p < .05 \*\* p < .01

จากตารางที่ 33 แสดงการทดสอบความสอดคล้องของ โมเดลเชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขายตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าสถิติที่ใช้ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ได้แก่ ค่าไคว-สแควร์ (Chi-Square) มีค่าเท่ากับ 50.56 องศาอิสระ (df) มีค่าเท่ากับ 36 ความน่าจะเป็น (p) มีค่าเท่ากับ 0.054 นั่นคือ ค่าไคว-สแควร์แตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญ แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลักที่ว่า โมเดลเชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขายที่พัฒนาขึ้นสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.98 ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI) มีค่าเท่ากับ 0.99 ค่าดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของ

การประมาณค่า (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.032 และค่าดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของส่วนที่เหลือ (SRMR) มีค่าเท่ากับ 0.027 ซึ่งเข้าใกล้ศูนย์ โดยรายละเอียดดังกล่าว ผู้วิจัยได้กล่าวไว้ในส่วนของผลการวิเคราะห์ ค่าดัชนีความกลมกลืนของโมเดลปัจจัยเหตุที่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขายข้างต้น

เมื่อพิจารณาค่าความเที่ยงของตัวแปรสังเกตได้ พบว่าตัวแปรสังเกตได้มีค่าความเที่ยงอยู่ระหว่าง 0.35-1.00 โดยตัวแปรที่มีความเที่ยงสูงสุด คือ ผลการปฏิบัติงานเชิงพฤติกรรม (BP) มีค่าความเที่ยงเท่ากับ 1.00 รองลงมา คือ ผลการปฏิบัติงานเชิงผลลัพธ์ (OP) มีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.61 ส่วนตัวแปรที่มีค่าความเที่ยงต่ำสุด คือ การรับรู้ประโยชน์ในการใช้ (PU) มีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.35

สำหรับค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ ( $R^2$ ) ของสมการ โครงสร้างตัวแปรภายในแฝง พบว่าค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ของความสามารถในการถูกฝึกสอน (COA) มีค่าเท่ากับ 0.19 หรือตัวแปรในโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของความสามารถในการถูกฝึกสอน ได้ร้อยละ 19 ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ของผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย มีค่าเท่ากับ 0.81 หรือตัวแปรในโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย ได้ร้อยละ 81

เมื่อพิจารณาเมตริกสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงมีค่าอยู่ระหว่าง 0.32 - 0.87 โดยตัวแปรทุกคู่เป็นความสัมพันธ์แบบมีทิศทางเดียวกัน คือ มีค่าความสัมพันธ์เป็นบวก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์หรือค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ดังนี้ ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย (Salesperson Performance : SP) และ การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ (Sales Technology Adoption : STA) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเท่ากับ 0.32 ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย (Salesperson Performance : SP) และ ความสามารถในการถูกฝึกสอน (Coachability : COA) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเท่ากับ 0.40 ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย (Salesperson Performance : SP) และ ความฉลาดทางอารมณ์ (Emotional Intelligence : EI) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเท่ากับ 0.42 การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ (Sales Technology Adoption : STA) และ ความสามารถในการถูกฝึกสอน (Coachability : COA) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเท่ากับ 0.66 การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ (Sales Technology Adoption : STA) และ ความฉลาดทางอารมณ์ (Emotional Intelligence : EI) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเท่ากับ 0.57 ความสามารถในการถูกฝึกสอน (Coachability : COA) และ ความฉลาดทางอารมณ์ (Emotional Intelligence : EI) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเท่ากับ 0.87

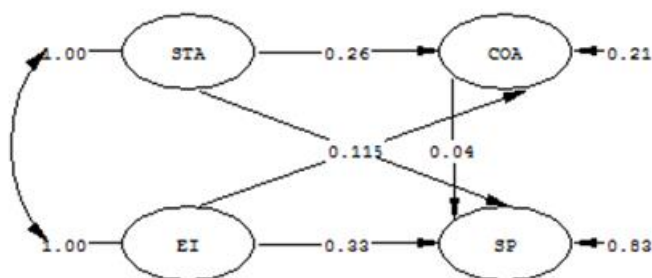
เมื่อพิจารณาอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมที่ส่งผลต่อตัวแปรผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย (SP) พบว่าตัวแปรดังกล่าวได้รับอิทธิพลทางตรงจาก การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้

(STA) ความสามารถในการถูกฝึกสอน (COA) และ ความฉลาดทางอารมณ์ (EI) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.11, 0.04 และ 0.33 ตามลำดับ ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกจากนี้ ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย (SP) ได้รับอิทธิพลทางอ้อมจาก การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ (STA) และความฉลาดทางอารมณ์ (EI) โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.01 และ 0.03 ตามลำดับ ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

นอกจากอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมที่ส่งผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย (SP) ยังมีตัวแปรอื่นๆ ที่ได้รับอิทธิพลทางตรง คือ ตัวแปรความสามารถในการถูกฝึกสอน (COA) ได้รับอิทธิพลทางตรงจาก การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ (STA) และ ความฉลาดทางอารมณ์ (EI) โดยความสามารถในการถูกฝึกสอน (COA) ได้รับอิทธิพลทางตรงจาก ความฉลาดทางอารมณ์ (EI) โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.75 และได้รับอิทธิพลทางตรงจาก การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ (STA) โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.26 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยสามารถสรุปการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุของผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขายได้ดังนี้

- (1) การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.11 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
- (2) ความสามารถในการถูกฝึกสอน มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.04 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
- (3) ความฉลาดทางอารมณ์ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.33 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
- (4) การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อ ความสามารถในการถูกฝึกสอน โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.26 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
- (5) ความฉลาดทางอารมณ์ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อ ความสามารถในการถูกฝึกสอน โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.75 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01
- (6) การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ และ ความฉลาดทางอารมณ์ มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย ผ่านความสามารถในการถูกฝึกสอน โดยมีขนาดอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.01 และ 0.03 ตามลำดับ ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุของผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย พบว่า ความฉลาดทางอารมณ์ (EI) เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขายมากที่สุด รองลงมาคือ การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ และ ความสามารถในการถูกฝึกสอน ตามลำดับ ดังแสดงในภาพที่ 14 แสดงการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรใน โมเดลเชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย



Chi-Square=50.56, df=36, P-value=0.05435, RMSEA=0.032

ภาพที่ 14 แสดงการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรใน โมเดลเชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อ ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย

### 6.5 ผลการวิเคราะห์ตามสมมติฐานการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้างต้น ผู้วิจัยสามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์เพื่อตอบคำถามการวิจัยและสมมติฐานการวิจัย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

จากคำถามการวิจัย ข้อที่ 1 “การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ ความสามารถในการถูกฝึกสอน และ ความฉลาดทางอารมณ์ มีผลกระทบอย่างไรต่อผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขายของบริษัทฯในประเทศไทย” ผู้วิจัยทำการกำหนดสมมติฐานข้อที่ 1 ข้อที่ 3 และ ข้อที่ 4 เพื่อตอบคำถามการวิจัยดังกล่าวข้างต้น ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 : การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้มีผลกระทบทางตรงเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ (STA) มีผลกระทบทางตรงเชิงบวกต่อ ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย (SP) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย (SP) ได้รับอิทธิพลโดยรวมจาก การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ (STA) เท่ากับ 0.12 ซึ่งเป็นอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.11 และเป็นอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.01 สามารถอธิบายได้ว่า การที่ผู้แทนขายมีการนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ อันได้แก่ ผู้แทนขายมีการรับรู้ประโยชน์ในการใช้เทคโนโลยีทางการขาย (PU) หรือผู้แทนขายมีความเชื่อว่าการใช้เทคโนโลยีทางการขาย จะช่วยปรับปรุงผลการปฏิบัติงานของเขา ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน รวมทั้งช่วยให้ทำงานได้ง่ายขึ้น และเป็นประโยชน์ในงานของเขา และผู้แทนขายมีการใช้เทคโนโลยีทางการขายเพื่อสร้างสัมพันธ์ลูกค้า (TUCR) หรือผู้แทนขายมีการใช้เทคโนโลยีในงานที่สัมพันธ์โดยตรงกับลูกค้าและงานขาย ซึ่งรวมถึงกระบวนการดำเนินงานต่างๆ ได้แก่ การบริการลูกค้า การปรับปรุงคุณภาพการบริการ การระบูกำลังคนที่สำคัญ การวางแผนกิจกรรมทางการขาย การเตรียมการเข้าพบลูกค้า การวิเคราะห์การเข้าพบลูกค้าและวิเคราะห์ข้อมูลยอดขาย และการบันทึกและเก็บข้อมูลการเข้าพบลูกค้า รวมทั้ง ผู้แทนขายมีการใช้เทคโนโลยีเพื่อกระบวนการภายใน

(TUIC) หรือผู้แทนขายมีการใช้เทคโนโลยีในงานภายใน ซึ่งได้แก่ การรับข้อมูลและส่งข้อมูลกับ หัวหน้างาน การประสานงานกับเพื่อนร่วมงาน การเรียนรู้เกี่ยวกับสินค้าที่มีอยู่และสินค้าใหม่ และการพัฒนาทักษะทางการขาย ในระดับสูง จะส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย ทั้งในด้าน ผลการปฏิบัติงานเชิงพฤติกรรม (BP) หรือพฤติกรรมต่างๆที่แสดงออกของผู้แทนขายในการบรรลุ หน้าที่ที่รับผิดชอบในงานของเขา ซึ่งรวมถึงมิติต่างๆในการประเมินผลการปฏิบัติงานทางด้าน พฤติกรรม ได้แก่ ความรู้ทางด้านผลิตภัณฑ์ ทักษะความสามารถในการขาย การแก้ปัญหาในการทำงาน และ ความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า และด้านผลการปฏิบัติงานทางด้านผลลัพธ์ (OP) หรือ ผลที่ตามมาจากความพยายามและทักษะของผู้แทนขายในการบรรลุหน้าที่ที่รับผิดชอบในงาน ของเขา นั้น ซึ่งได้แก่ ความสำเร็จของเป้าหมายการขาย การสร้างส่วนแบ่งตลาด ยอดขาย อัตรา เติบโตของยอดขาย และ การพัฒนาผลการปฏิบัติงาน ในระดับที่สูงขึ้นด้วยเช่นกัน

สมมติฐานข้อที่ 3 : ความสามารถในการถูกฝึกสอนมีผลกระทบทางตรงเชิงบวกต่อผล การปฏิบัติงานของผู้แทนขาย

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความสามารถในการถูกฝึกสอน (COA) มีผลกระทบ ทางตรงเชิงบวกต่อ ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย (SP) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ที่ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย (SP) ได้รับอิทธิพลโดยรวมจาก ความสามารถในการถูกฝึกสอน (COA) เท่ากับ 0.04 ซึ่งทั้งหมดเป็นอิทธิพลทางตรง สามารถอธิบายได้ว่า การที่ผู้แทนขายมี ความสามารถในการถูกฝึกสอน หรือมีความเต็มใจหรือความพยายามที่จะเรียนรู้และให้ข้อมูลตอบ กลับไปยังผู้ฝึกสอน มีความไว้วางใจหรือเชื่อถือและความเคารพที่แสดงออกต่อผู้ฝึกสอน มีความ ยืดหยุ่นและการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง และมีความปรารถนาที่ต้องการที่จะแสวงหาและรับมือ กับการตอบกลับจากผู้ฝึกสอนและคนอื่นๆ เพื่อที่จะปรับปรุงผลการปฏิบัติงานของเขา อันได้แก่ การ ที่ผู้แทนขายมีความแรงของความพยายาม (IOE) หรือความเต็มใจที่จะเรียนรู้และทำสิ่งต่างๆเพื่อ พัฒนาทักษะและผลการปฏิบัติงานของตน มีความเชื่อถือหรือเคารพต่อ โค้ช (TFC) มีความสามารถ ในการรับมือกับผลตอบกลับ (CWF) และ มีการทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมทีม (WWT) ในระดับที่สูง จะส่งผลต่อ ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย (SP) ในระดับที่สูงขึ้นด้วยเช่นกัน อันหมายถึงทั้ง ผล การปฏิบัติงานทางด้านพฤติกรรม (BP) และ ผลการปฏิบัติงานทางด้านผลลัพธ์ (OP) ที่อยู่ภายใต้ การควบคุมของผู้แทนขาย โดยมีส่วนในการทำให้เป้าหมายทางการขายนั้นบรรลุผล โดยผลการ ปฏิบัติงานทางด้านพฤติกรรมนั้น เป็นการประเมินกิจกรรมและกลยุทธ์ต่างๆของผู้แทนขายในการ บรรลุงานที่ได้รับมอบหมายหรืองานที่รับผิดชอบ และรวมถึงมิติอื่นๆในการประเมินผลการ ปฏิบัติงานทางด้านพฤติกรรม ได้แก่ ความรู้ทางด้านเทคนิค ทักษะการขาย และ การทำงานร่วมกับ ทีม โดยผลที่ตามมาจากความพยายามและทักษะของผู้แทนขายนั้น คือ ผลลัพธ์ ซึ่งได้แก่ ยอดขาย ส่วนแบ่งตลาด เป็นต้น

สมมติฐานข้อที่ 4 : ความฉลาดทางอารมณ์มีผลกระทบทางตรงเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความฉลาดทางอารมณ์ (EI) มีผลกระทบทางตรงเชิงบวกต่อ ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย (SP) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย (SP) ได้รับอิทธิพลโดยรวมจาก ความฉลาดทางอารมณ์ (EI) เท่ากับ 0.36 ซึ่งเป็นอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.33 และเป็นอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.03 สามารถอธิบายได้ว่า การที่ผู้แทนขายมี ความฉลาดทางอารมณ์ อันได้แก่ ผู้แทนขายมีการประเมินอารมณ์ตนเอง (SEA) หรือมีความสามารถในการเข้าใจยังรู้ความเปลี่ยนแปลงในอารมณ์ ภาวะอารมณ์ความต้องการของตนในแต่ละช่วงเวลาและสถานการณ์ และผู้แทนขายมีการประเมินอารมณ์ผู้อื่น (OEA) หรือมีความสามารถในการเอาใจเขามาใส่ใจเรา รู้เท่าทันความรู้สึก ความต้องการ ข้อวิตกกังวลของผู้อื่น ได้อย่างชาญฉลาดมีไหวพริบ ผู้แทนขายมีการควบคุมอารมณ์ (ROE) หรือมีความสามารถที่จะควบคุมจัดการกับความรู้สึกหรือภาวะอารมณ์ที่เกิดขึ้น ได้อย่างเหมาะสมและชาญฉลาด และผู้แทนขายมีการใช้อารมณ์ (UOE) หรือมีการกระตุ้นเตือนตนให้คิดริเริ่มอย่างมีความคิดสร้างสรรค์ ผลักดันตนเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้จะนำมาซึ่งความสำเร็จ สามารถรอคอยการตอบสนองความต้องการเพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายที่ดีกว่า ในระดับที่สูง จะส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย ซึ่งได้แก่ ผลการปฏิบัติงานทางด้านพฤติกรรม (BP) และ ผลการปฏิบัติงานทางด้านผลลัพธ์ (OP) ในระดับที่สูงเช่นกัน

จากคำถามการวิจัย ข้อที่ 2 “การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ และ ความฉลาดทางอารมณ์ มีผลกระทบอย่างไรต่อความสามารถในการถูกฝึกสอน” ผู้วิจัยทำการกำหนดสมมติฐานข้อที่ 2 และ ข้อที่ 5 เพื่อตอบคำถามการวิจัยดังกล่าวข้างต้น ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 2 : การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้มีผลกระทบทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถในการถูกฝึกสอน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ (STA) มีผลกระทบทางตรงเชิงบวกต่อ ความสามารถในการถูกฝึกสอน (COA) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ความสามารถในการถูกฝึกสอน (COA) ได้รับอิทธิพลโดยรวมจาก การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ (STA) เท่ากับ 0.26 ซึ่งทั้งหมดเป็นอิทธิพลทางตรง สามารถอธิบายได้ว่า การที่ผู้แทนขายมีการนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้ หรือการที่ผู้แทนขายมีการตัดสินใจที่จะใช้ประโยชน์ของเทคโนโลยีทางการขายอย่างเต็มที่ ผ่านกระบวนการรับรู้และการใช้เทคโนโลยีทางการขาย เพื่อปฏิบัติงานหนึ่งในกิจกรรมหรือกระบวนการขายของเขา ซึ่งได้แก่ ผู้แทนขายมีการรับรู้ประโยชน์ในการใช้เทคโนโลยีทางการขาย (PU) หรือผู้แทนขายมีความเชื่อว่าการใช้เทคโนโลยีทางการขายจะช่วยปรับปรุงผลการปฏิบัติงานของเขา และผู้แทนขายมีการใช้เทคโนโลยีทางการขายเพื่อสร้าง

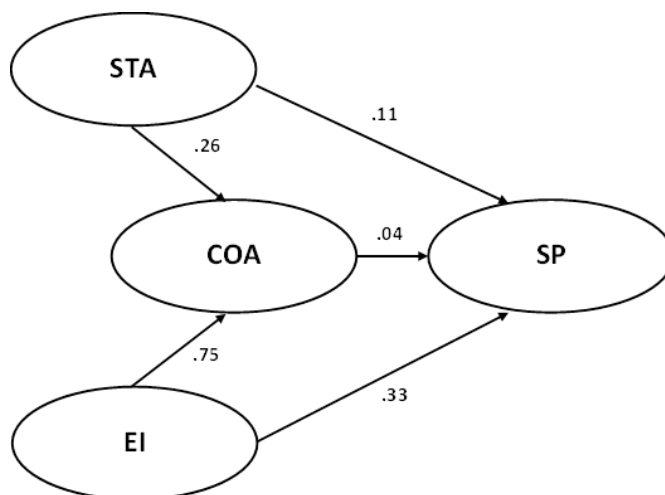
สัมพันธภาพลูกค้า (TUCR) หรือผู้แทนขายมีการใช้เทคโนโลยีในงานที่สัมพันธภาพโดยตรงกับลูกค้าและงานขาย รวมทั้ง ผู้แทนขายมีการใช้เทคโนโลยีเพื่อกระบวนการภายใน (TUIC) หรือผู้แทนขายมีการใช้เทคโนโลยีในงานภายใน เช่น การรับข้อมูลและส่งข้อมูลกับหัวหน้างาน การประสานงานกับเพื่อนร่วมงาน การเรียนรู้เกี่ยวกับสินค้าที่มีอยู่และสินค้าใหม่ และการพัฒนาทักษะทางการขาย ในระดับสูง จะส่งผลต่อความสามารถในการถูกฝึกสอนของผู้แทนขาย (COA) อันได้แก่ การที่ผู้แทนขายมีความพยายาม (IOE) หรือความเต็มใจที่จะเรียนรู้และทำสิ่งต่างๆ เพื่อพัฒนาทักษะและผลการปฏิบัติงานของเขา การที่ผู้แทนขายมีความเชื่อถือหรือเคารพต่อโค้ช (TFC) หรือมีความไว้วางใจที่จะแบ่งปันความคิดเห็น และความสัมพันธ์ต่อผู้ฝึกสอน มีการรับมือกับผลตอบกลับ (CWF) หรือมีปฏิกิริยาต่อผลตอบกลับ แรงต้าน และการวิพากษ์วิจารณ์ รวมถึงความสามารถในการเสาะหาขอรับ และประมวลใช้ผลตอบกลับเพื่อพัฒนาตนเอง และรวมทั้ง มีการทำงานร่วมกับเพื่อนร่วมทีม (WWT) หรือมีการรับฟัง มีความสัมพันธ์ และมีการเข้ากันได้กับเพื่อนร่วมงานในระดับที่สูงขึ้นด้วยเช่นกัน

สมมติฐานข้อที่ 5 : ความฉลาดทางอารมณ์มีผลกระทบทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถในการถูกฝึกสอน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความฉลาดทางอารมณ์ (EI) มีผลกระทบทางตรงเชิงบวกต่อ ความสามารถในการถูกฝึกสอน (COA) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยที่ความสามารถในการถูกฝึกสอน (COA) ได้รับอิทธิพลโดยรวมจาก ความฉลาดทางอารมณ์ (EI) เท่ากับ 0.75 ซึ่งทั้งหมดเป็นอิทธิพลทางตรง สามารถอธิบายได้ว่า การที่ผู้แทนขายมีความฉลาดทางอารมณ์ หรือ มีพฤติกรรมแสดงออกถึงการตระหนักถึงความรู้สึก ความคิด และอารมณ์ของตนเองและผู้อื่น โดยสามารถ จัดการควบคุมอารมณ์ และสร้างแรงบันดาลใจให้แก่ตนเองในการกระตุ้นภายในจิตใจ ตลอดจน สามารถตอบสนองความต้องการ แสดงความคิด และการกระทำของตนเองได้อย่างสมเหตุสมผล มองโลกในแง่ดี สามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ด้วยการดำเนินชีวิตร่วมกับผู้อื่นอย่างสร้างสรรค์และ มีความสุข ซึ่งได้แก่ ผู้แทนขายมีความสามารถในการเข้าใจเพียงรู้ความเปลี่ยนแปลงในอารมณ์ ภาวะอารมณ์ความต้องการของตนในแต่ละช่วงเวลาและสถานการณ์ ผู้แทนขายมีความสามารถในการเอาใจเขามาใส่ใจเรา รู้เท่าทันความรู้สึก ความต้องการ ข้อวิตกกังวลของผู้อื่นได้อย่างชาญฉลาดมีไหวพริบ ผู้แทนขายมีความสามารถที่จะควบคุมจัดการกับความรู้สึกหรือภาวะอารมณ์ที่เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสมและชาญฉลาด และผู้แทนขายมีการกระตุ้นเตือนตนให้คิดริเริ่มอย่างมีความคิดสร้างสรรค์ผลักดันตนเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้จะนำมาซึ่งความสำเร็จ สามารถรอคอยการตอบสนองความต้องการเพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายที่ดีกว่า หรือรวมเรียกว่า มีความฉลาดทางอารมณ์ (EI) ในระดับสูง จะส่งผลต่อความสามารถในการถูกฝึกสอน (COA) หรือความเต็มใจหรือความพยายามที่จะเรียนรู้และให้ข้อมูลตอบกลับไปยังผู้ฝึกสอน ความไว้วางใจหรือ

เชื่อถือและความเคารพที่แสดงออกต่อผู้ฝึกสอน ความยืดหยุ่นและการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง และ ความปรารถนาที่ต้องการที่จะแสวงหาและรับมือกับผลตอบกลับจากผู้ฝึกสอนและคนอื่นๆ เพื่อที่จะปรับปรุงผลการปฏิบัติงานของตน ในระดับที่สูงด้วยเช่นกัน

จากผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยสรุปผลการทดสอบได้ ดังภาพที่ 15 แสดงโมเดลเชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย และ ตารางที่ 34 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย



ภาพที่ 15 แสดงโมเดลเชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย

ตารางที่ 34 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

ข้อที่	สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
1	การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้มีผลกระทบทางตรงเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย
2	การนำเทคโนโลยีทางการขายมาใช้มีผลกระทบทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถในการถูกฝึกสอน	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย
3	ความสามารถในการถูกฝึกสอนมีผลกระทบทางตรงเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย
4	ความฉลาดทางอารมณ์มีผลกระทบทางตรงเชิงบวกต่อผลการปฏิบัติงานของผู้แทนขาย	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย
5	ความฉลาดทางอารมณ์มีผลกระทบทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถในการถูกฝึกสอน	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย