

### สารบัญ (ต่อ)

๕ การบริหารและการจัดการ			
ลำดับ	เรื่อง	ผู้นำเสนอ	หน้า
24	คุณลักษณะพนักงานฝ่ายขายที่มีผลต่อความพึงพอใจและความไวใจของลูกค้าที่ซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์ในเขตพญาจังหวัดชลบุรี SALESPERSON ATTRIBUTES AFFECTING CUSTOMER SATISFACTION AND TRUST OF COMPUTER EQUIPMENT IN PATTAYA DISTRICT, CHONBURI PROVINCE	จิณณพัฒน์ หอมเนียม ชลธิศ ดาราวงษ์	200-207
25	ศักยภาพและโอกาสด้านการลงทุนของประเทศไทยไปยังประเทศบรูไน : กรณีศึกษา อุตสาหกรรมฮาลาล Thailand investment Potential and opportunities in Brunei: Halal Industry	รมิดา ชันพรภักดิ์	208-214
26	กลยุทธ์การตลาดของ LAZADA ภายใต้นโยบายการสนับสนุนธุรกิจ E-COMMERCE ท้องถิ่นในประเทศอินโดนีเซีย LAZADA'S MARKETING STRATEGIES UNDER INDONESIA GOVERNMENT SUPPORT LOCAL E-COMMERCE BUSINESS POLICY	จิตต์เพลิน ภูมิจิตร	215-222
27	บทบาทของสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจอาหารไทยต่อผู้ประกอบการร้านต้มยำ ประเทศมาเลเซีย THE ROLE OF THAI TRADER ASSOCIATION TO TOMYAM ENTREPRENEURS IN MALAYSIA	สัณห์มันัส อรรถสิทธิ์ฐ	223-230
28	ปัจจัยขับเคลื่อนและการพัฒนา ความยั่งยืน: กรณีศึกษา การจัดการห่วงโซ่อุปทาน(SCM) “ธุรกิจผัก” FACTORS TO DRIVE AND DEVELOP SUSTAINABILITY : A CASE STUDY OF SUPPLY CHAIN MANAGEMENT FROM VEGETABLE BUSINESS	พรศรี เหล่ารุจิสวัสดิ์	231-238
ภาคผนวก			239-246

**คุณลักษณะพนักงานฝ่ายขายที่มีผลต่อความพึงพอใจและความไว้วางใจของลูกค้าที่ซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์  
ในเขตพัทยาจังหวัดชลบุรี**

**SALESPERSON ATTRIBUTES AFFECTING CUSTOMER SATISFACTION AND TRUST OF  
COMPUTER EQUIPMENT IN PATTAYA DISTRICT, CHONBURI PROVINCE**

จันทิมนพัฒน์ หอมเนียม<sup>1</sup> ชลธิศ ดาราวงษ์<sup>2</sup>

JINNAPAT HOMNIEAM<sup>1</sup>, CHONLATHIS DARAWONG<sup>2</sup>

<sup>1</sup> 2 หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

<sup>1</sup> <sup>2</sup> Master of Business Administration, Graduate College of Management, Sripatum University,  
Chonburi Campus

jantira\_32@hotmail.com and chonlathis@gmail.com

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจและความไว้วางใจของลูกค้าที่ซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์ในเขตพัทยาจังหวัดชลบุรี 2) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจและความไว้วางใจของลูกค้าที่ซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์ในเขตพัทยาจังหวัดชลบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณลักษณะพนักงานขายอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ที่มีต่อความพึงพอใจและความไว้วางใจของลูกค้าในเขตพัทยาจังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าที่ซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์ในเขตพัทยาจังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า 1) ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมากและความไว้วางใจในระดับมาก 2) ความพึงพอใจและความไว้วางใจของลูกค้ามีความแตกต่างกันตามปัจจัยด้านเพศ ด้านอายุ ด้านการศึกษา และด้านรายได้ และ 3) คุณลักษณะพนักงานขายอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ได้แก่ ด้านการตอบสนอง ด้านบุคลิกภาพ และด้านมนุษยสัมพันธ์ ส่วนคุณลักษณะพนักงานขายอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่มีผลต่อความไว้วางใจของลูกค้า ได้แก่ ด้านความรู้ ด้านมนุษยสัมพันธ์ และด้านการตอบสนอง

**คำสำคัญ:** คุณลักษณะพนักงานขาย ความพึงพอใจของลูกค้า ความไว้วางใจของลูกค้า

**ABSTRACT**

The objectives of this research are to 1) to study the level of customer satisfaction and trust of computer equipment in Chonburi Province, 2) to compare the level of customer satisfaction and trust of computer equipment in the Pattaya, Chonburi Province classified by personal factors, and 3) to study the influence of salesperson attributes on customer satisfaction and trust of computer equipment in Pattaya, Chonburi province. The samples in this research were 400 customers who bought computer equipment in the Chonburi Province for past year. The research found that 1) customers satisfaction was at a high level and customer trust was at a high level, 2) customer satisfaction are different due to gender, age, education, and income, and 3) the salesperson attributes that affect customer satisfaction include human relations, personality, and responsiveness of customers whereas the salesperson attributes that affect customer trust include staff knowledge human relationship, and responsiveness.

**Keywords:** Salesperson attribute, Customer satisfaction, Customer trust

## 1. ความเป็นมาของปัญหา

ปัจจุบันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอันยิ่งใหญ่ต่อทุกวงการทั่วโลก ทำให้ประเทศต่างๆ ทั่วโลกหันมาให้ความสำคัญและสนใจในการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด มีการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์มากขึ้นคนรุ่นใหม่จะเป็นผู้เรียนประกอบอาชีพหรือในการศึกษาค้นคว้าเรียนรู้ด้วยตนเอง ทำให้ธุรกิจด้านคอมพิวเตอร์มีมูลค่าการตลาดสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากความต้องการใช้คอมพิวเตอร์ในทุกอุตสาหกรรมพบว่าสถิติยอดขายที่ซีร้อมทั้งคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ โน้ตบุ๊ก จะมียอดขายรวม 261.7 ล้านเครื่องในปี2562และ 262.6 ล้านเครื่องในปี2563 แสดงอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.3 จึงเป็นที่ยอมรับว่า คอมพิวเตอร์เป็นปัจจัยที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ และมีการพัฒนาบุคลากรด้านการผลิตและผู้ที่มีความสามารถ ด้านการขายเพื่อต่อสู้กับคู่แข่งและความอยู่รอดทางธุรกิจ

ในอุตสาหกรรมค้าปลีกคอมพิวเตอร์นั้น พนักงานขายมีบทบาทอย่างมากต่อยอดขายและผลประกอบการของบริษัท เพราะเป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสารระหว่างภายในองค์กรและบุคคลภายนอกและมีหน้าที่ให้บริการในด้านบุคลิกภาพ ความรู้ ความสามารถและใจรักในการให้บริการและปัจจัยทางด้านตัวสินค้า ในด้านมาตรฐานของสินค้าที่มีคุณภาพและตรงความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ พนักงานขายยังมีส่วนให้เกิดผลกำไรและขาดทุนแก่หน่วยงาน โดยพนักงานขายจะต้องเป็นบุคคลที่ช่วยส่งเสริมและผลักดันให้สินค้าและบริการของบริษัทนั้นออกไปสู่ลูกค้าได้อย่างประสบผลสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสภาพแวดล้อมปัจจุบันที่มีการแข่งขันสูง การเสนอขายสินค้าด้วยพฤติกรรมที่เหมาะสมถือว่าเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่จะทำให้องค์กรอยู่รอดต่อไปได้ พนักงานขายผู้ประสบความสำเร็จจะประกอบด้วยคุณลักษณะหลัก คือคุณสมบัติด้านบุคลิกภาพ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของพนักงานขาย ได้แก่ ฉลาด มีสติ มีวินัยในการทำงาน อดทน คุณสมบัติด้านศิลปะการขาย ได้แก่ ทักษะการสื่อสาร การบริหารงานขายและคุณสมบัติด้านความรู้ ได้แก่ รู้ในตัวสินค้า ความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง ความรู้ความเข้าใจลูกค้า ในทางตรงข้าม ถ้าพนักงานขาดทักษะการขายและบุคลิกภาพจะทำให้เกิดผลเสียของตัวผลิตภัณฑ์และพนักงานขายที่ไม่มีคุณสมบัติเหมาะสมที่จะประสบความสำเร็จได้ตามเป้าหมายได้

งานวิจัยที่ผ่านมาได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะพนักงานฝ่ายขายที่มีผลต่อความพึงพอใจและความไว้วางใจของลูกค้าในอุตสาหกรรมต่างๆ ได้แก่ คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของตัวแทนขายตรงหลายชั้น (ณภัทร พิสมย์, 2547) ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานขายเวชภัณฑ์ ในเขตกรุงเทพมหานคร (สมจิตต์ ต้นสกุล, 2548) คุณลักษณะพนักงานขายเครื่องตรวจวิเคราะห์สารเคมีในเลือดอัตโนมัติที่พึงประสงค์ของโรงพยาบาลสังกัดเขตภาคตะวันออกเฉียง (สมบัติ วงศ์วันดี, 2553) ปัจจัยส่วนบุคคลที่สัมพันธ์กับประสิทธิภาพของพนักงานขาย ของบริษัทคิว.ไอ.เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร (ภักฉิรา ตั้งชัยตระกูล, 2553) คุณภาพการให้บริการของพนักงานขายที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ของบริษัท โตโยต้าดีเยี่ยม จำกัด ในจังหวัดอุบลราชธานี (ชัชวาลย์ แก้วอุดร, 2553) ปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานโรงงานไม้แปรรูปแห่งหนึ่งในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง (จิรนนท์ หุตะวานิชย์กุล, 2560)

อย่างไรก็ตามงานวิจัยชิ้นนี้จะมุ่งเน้นการเตรียมความพร้อมในการปรับปรุงคุณภาพการบริการของพนักงานฝ่ายขายที่มีผลต่อทั้งความพึงพอใจและความไว้วางใจต่อลูกค้าที่มาซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์ในเขตพัทธยาจังหวัดชลบุรี โดยทำการวิจัยสำรวจความคิดเห็นของลูกค้าที่มาซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์ในเขตพัทธยาจังหวัดชลบุรี เพื่อนำผลการวิจัยมาเป็นส่วนประกอบในการพัฒนาคุณสมบัติของพนักงานขายให้เหมาะสมกับงานขายอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปจัดทำแผนพัฒนาคุณภาพของพนักงานขายให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าได้อย่างแท้จริง

## 2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจและความไว้วางใจของลูกค้าที่ซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์ในเขตพัทธยาจังหวัดชลบุรี
- 2.2 เพื่อเปรียบเทียบระดับความความพึงพอใจและความไว้วางใจของลูกค้าที่ซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์ในเขตพัทธยาจังหวัดชลบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
- 2.3 เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณลักษณะพนักงานขายอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ที่มีต่อความพึงพอใจและความไว้วางใจของลูกค้าในเขตพัทธยาจังหวัดชลบุรี

## 3. สมมติฐาน

3.1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจและความไว้วางใจของลูกค้าที่ซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์ในเขตพัทธยาจังหวัดชลบุรีที่แตกต่างกัน

3.2 คุณลักษณะพนักงานฝ่ายขายมีผลต่อความพึงพอใจและความไว้วางใจของลูกค้าที่ซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์ในเขตพัทธยาจังหวัดชลบุรี

#### 4. วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) ด้วยวิธีการสำรวจ (survey research method) และวิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (questionnaire)

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่ซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่ร้านตัวแทนจำหน่ายภายในระยะเวลา 1 ปีในเขตพัทธยาจังหวัดชลบุรี ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ลูกค้าที่ซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์ในเขตพัทธยาจังหวัดชลบุรี โดยผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากร จึงใช้วิธีการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณด้วยสูตรของยามาเน (Yamane, 1967, pp. 886-887) แบบไม่ทราบจำนวนประชากร ซึ่งกำหนดความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลการคำนวณพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมควรมีจำนวน 385 คน แต่ผู้วิจัยได้เก็บแบบสอบถามเพิ่มขึ้นเป็น 400 ชุด เพื่อป้องกันข้อมูลที่อาจสูญหาย

#### 5. ผลการวิจัย

##### ส่วนที่ 1: ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 52.0 มีอายุอยู่ในช่วง 31 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 45.0 มีระดับการศึกษาอาชีวศึกษา (ปวช., ปวส.) คิดเป็นร้อยละ 41.8 และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 48.0

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	191	47.8
หญิง	209	52.2
รวม	400	100.00
2. อายุ		
18-25 ปี	71	17.7
26-30 ปี	149	37.3
31 ปีขึ้นไป	180	45.0
รวม	400	100.00
3. ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษา	70	17.5
อาชีวศึกษา (ปวช., ปวส.)	167	41.7
ปริญญาตรีขึ้นไป	163	40.8
รวม	400	100.00

4. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 20,000 บาท	192	48.0
20,001-30,000 บาท	135	33.7
30,001-40,000 บาท	39	9.8
40,001 บาทขึ้นไป	34	8.5
รวม	400	100.00

### ส่วนที่ 2: ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับคุณลักษณะพนักงานขาย

โดยภาพรวมของคุณลักษณะพนักงานขายในการทำงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เท่ากับ 4.02 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.67 เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยพบว่า อันดับแรก คือ ด้านความรู้ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.07 อยู่ในระดับมาก อันดับสอง คือ ด้านมนุษยสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.05 อยู่ในระดับมาก อันดับสาม คือ ด้านบุคลิกภาพ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.04 อยู่ในระดับมาก อันดับสี่ คือ ด้านทักษะการขาย มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.02 อยู่ในระดับมาก และอันดับห้า คือ ด้านการตอบสนอง มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.07 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

### ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณลักษณะพนักงานขาย

คุณลักษณะพนักงานขาย	N = 400		ระดับ ความคิดเห็น	ลำดับที่
	$\bar{x}$	SD		
1. ด้านความรู้	4.07	0.70	มาก	1
2. ด้านทักษะการขาย	4.02	0.72	มาก	4
3. ด้านมนุษยสัมพันธ์	4.05	0.71	มาก	2
4. ด้านบุคลิกภาพ	4.04	0.69	มาก	3
5. ด้านการตอบสนอง	3.94	0.78	มาก	5
รวม	4.02	0.67	มาก	

### ส่วนที่ 3: ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับความพึงพอใจและความไว้วางใจของลูกค้าที่มาซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์

ความพึงพอใจ รวมมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.72 คือ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า อันดับแรก คือโดยรวมแล้วท่านมีความพึงพอใจต่อร้านแห่งนี้ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.06 อยู่ในระดับมาก อันดับสอง คือท่านมีความพึงพอใจต่อร้านแห่งนี้เมื่อเปรียบเทียบกับร้านอื่น กับจากประสบการณ์ซื้อสินค้าของท่านท่านมีความพอใจกับการให้บริการของร้านแห่งนี้ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.93 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

ด้านไว้วางใจ รวมมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.07 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.69 คืออยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย อันดับแรก คือ ท่านไว้วางใจในร้านคอมพิวเตอร์แห่งนี้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 อยู่ในระดับมาก อันดับที่สอง คือ ความมีชื่อเสียงของร้านคอมพิวเตอร์แห่งนี้ ทำให้ท่านมีความมั่นใจในการซื้อมากยิ่งขึ้น มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.10 อยู่ในระดับมาก และอันดับสาม คือ ท่านเชื่อมั่นว่าทางร้านคอมพิวเตอร์แห่งนี้ให้บริการกับท่านโดยปราศจากข้อผิดพลาด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

#### ส่วนที่ 4: ข้อมูลเชิงอนุมานของผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1: ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจและความไว้วางใจที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 3 ความพึงพอใจและความไว้วางใจของลูกค้าที่ซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์

ความพึงพอใจ	ปัจจัยส่วนบุคคล			
	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	รายได้ต่อเดือน
ค่าสถิติ t หรือ F	-0.10	1.32	5.56*	6.14*
ค่าเฉลี่ยของแต่ละกลุ่ม	ชาย	18-25 ปี	มัธยมศึกษา	ต่ำกว่า 20,000 บาท
	( $\bar{x}$ = 4.00)	( $\bar{x}$ = 3.88)	( $\bar{x}$ = 3.91)	( $\bar{x}$ = 4.02)
	หญิง	26-30 ปี	ปวช., ปวส.	20,001-30,000 บาท
	( $\bar{x}$ = 4.00)	( $\bar{x}$ = 4.04)	( $\bar{x}$ = 4.13)	( $\bar{x}$ = 4.10)
		31 ปีขึ้นไป	ปริญญาตรีขึ้นไป	30,001-40,000 บาท
		( $\bar{x}$ = 4.00)	( $\bar{x}$ = 3.89)	( $\bar{x}$ = 3.90)
				40,001 บาทขึ้นไป
				( $\bar{x}$ = 3.54)
ความไว้วางใจ	-0.11	0.43	4.74*	2.97*
ค่าเฉลี่ยของแต่ละกลุ่ม	ชาย	18-25 ปี	มัธยมศึกษา	ต่ำกว่า 20,000 บาท
	( $\bar{x}$ = 4.07)	( $\bar{x}$ = 4.12)	( $\bar{x}$ = 4.10)	( $\bar{x}$ = 4.07)
	หญิง	26-30 ปี	ปวช., ปวส.	20,001-30,000 บาท
	( $\bar{x}$ = 4.07)	( $\bar{x}$ = 3.99)	( $\bar{x}$ = 4.19)	( $\bar{x}$ = 4.16)
		31 ปีขึ้นไป	ปริญญาตรีขึ้นไป	30,001-40,000 บาท
		( $\bar{x}$ = 4.10)	( $\bar{x}$ = 3.97)	( $\bar{x}$ = 4.05)
				40,001 บาทขึ้นไป
				( $\bar{x}$ = 3.76)

\* $p < .05$

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ลูกค้าที่มีระดับการศึกษา ปวช., ปวส. จะมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาและปริญญาตรีขึ้นไป ส่วนปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน พบว่า ลูกค้าที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาทจะมีผลต่อความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้ ต่ำกว่า 20,000 บาท รายได้ 30,001-40,000 บาท และรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป

ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะมีความไว้วางใจที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ลูกค้าที่มีระดับการศึกษา ปวช., ปวส. จะมีความไว้วางใจมากกว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาและปริญญาตรีขึ้นไป ส่วนปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน พบว่า ลูกค้าที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาทจะมีผลต่อมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้ ต่ำกว่า 20,000 บาท รายได้ 30,001-40,000 บาท และรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป

**สมมติฐานที่ 2:** คุณลักษณะพนักงานฝ่ายขายมีผลต่อความพึงพอใจและความไวใจของลูกค้า

**ตารางที่ 4** ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของคุณลักษณะพนักงานขายที่มีผลต่อความพึงพอใจและความไวใจ

คุณลักษณะพนักงานขาย	ความพึงพอใจ		ความไวใจ	
	B	t	B	t
ด้านความรู้	-0.05	-0.65	0.33	5.30*
ด้านทักษะการขาย	0.04	0.43	-0.09	-1.26
ด้านมนุษยสัมพันธ์	0.16	2.09*	0.16	2.24*
ด้านบุคลิกภาพ	0.35	5.27*	0.06	0.92
ด้านการตอบสนอง	0.32	5.46*	0.39	7.40*

$R^2 = 0.79$  \* $p < .05$

จากตารางที่ 4 พบว่า คุณลักษณะพนักงานขายที่มีผลต่อความพึงพอใจ พบว่า ด้านบุคลิกภาพ ส่งผลต่อความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการตอบสนอง อันดับสาม คือ ด้านมนุษยสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ความไวใจ พบว่า คุณลักษณะพนักงานขายที่มีผลต่อความไวใจ พบว่า ด้านการตอบสนอง ส่งผลต่อความไวใจมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความรู้ อันดับสาม คือ ด้านมนุษยสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

## 6. การอภิปรายและสรุปผล

จากการศึกษา คุณลักษณะพนักงานฝ่ายขายที่มีผลต่อความพึงพอใจและความไวใจของลูกค้าที่ซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์ในเขตพญาจังหวัดชลบุรี สามารถนำมาอภิปราย ดังต่อไปนี้

**สมมติฐานที่ 1:** ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจและความไวใจของลูกค้าที่ซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์ในเขตพญาจังหวัดชลบุรีที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่

ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ลูกค้าที่มีระดับการศึกษา ปวช., ปวส. จะมีความพึงพอใจมากกว่าลูกค้าที่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาและปริญญาตรีขึ้นไป รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ลูกค้าที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาทจะมีผลต่อมากกว่าลูกค้าที่มีรายได้ ต่ำกว่า 20,000 บาท รายได้ 30,001-40,000 บาท และรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกฤติยา ทองย่ำ (2552) ซึ่งพบว่าความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขานนทบุรี จังหวัดนครปฐม มีความแตกต่างกันตามระดับการศึกษาและรายได้ โดยส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้าประจำที่มีระดับการศึกษาในระดับมาก และมีรายได้ในระดับมาก ความไวใจและเชื่อมั่นกับมาตรฐานของธนาคารมากกว่ากลุ่มอื่น

**สมมติฐานที่ 2:** คุณลักษณะพนักงานฝ่ายขายมีผลต่อความพึงพอใจและความไวใจของลูกค้าที่ซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์ในเขตพญาจังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่

ความพึงพอใจ พบว่า ด้านบุคลิกภาพ ส่งผลต่อความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการตอบสนอง อันดับสาม คือ ด้านมนุษยสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปิ่นณวีร์ พชรวาลัย (2558) ที่พบว่า ความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ ด้านการสร้างบริการให้เป็นรูปธรรม ด้านความใส่ใจ และด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการของลูกค้าผู้ใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความไวใจ พบว่า ด้านการตอบสนอง ส่งผลต่อความไวใจมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความรู้ อันดับสาม คือ ด้านมนุษยสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุวรรณา เพ็ชรมานะ (2560) ความพึงพอใจ ความไวใจ และคุณภาพการบริการที่มีผลต่อการบอกต่อของลูกค้าร้าน JSK ความไวใจที่มีต่อร้าน JSK เนื่องจากการดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์สุจริต การทำให้ลูกค้าไว้วางใจ การดำเนินธุรกิจอย่างถูกต้องตรงไปตรงมา และการไม่ทำให้ลูกค้าผิดหวัง เหล่านี้เป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้ามีความไว้วางใจ

## 7. ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะการนำผลจากการวิจัยไปใช้ประโยชน์

จากการศึกษาพบว่า คุณลักษณะพนักงานฝ่ายขายที่มีผลต่อความพึงพอใจและความไว้วางใจของลูกค้าที่ซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์ในเขตพืชมณฑลบุรี พบว่า คุณลักษณะพนักงานฝ่ายขายที่มีผลต่อความพึงพอใจและความไว้วางใจของลูกค้าที่ซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์ในระดับมาก ด้านที่ส่งผลมากที่สุด คือ ด้านการตอบสนอง ด้านบุคลิกภาพ ด้านความรู้ และด้านมนุษยสัมพันธ์ ซึ่งผู้บริหารการขายสามารถนำผลการศึกษานี้ไปใช้ประโยชน์ได้ดังนี้

7.1 ด้านการตอบสนอง ควรส่งเสริมและฝึกอบรมให้พนักงานขายมีความรวดเร็วในการให้บริการ แสดงความกระตือรือร้น และกระตือรือร้นในการต้อนรับลูกค้า แสดงออกถึงความต้องการจะช่วยเหลือลูกค้าด้วยจริงใจ มีการติดตามหลังการจำหน่ายเพื่อรับทราบปัญหาของลูกค้า พร้อมให้คำแนะนำและช่วยเหลือ

7.2 ด้านบุคลิกภาพ ควรส่งเสริมและฝึกอบรมให้พนักงานขายแต่งกาย สะอาด สุภาพเรียบร้อย มีความอ่อนน้อม ถ่อมตน มีความน่าเชื่อถือ และมีความเป็นกันเองต่อลูกค้าจึงช่วยให้บรรยากาศในการสนทนานั้นดีขึ้น

7.3 ด้านความรู้ ควรส่งเสริมและฝึกอบรมให้พนักงานขายมีความเชี่ยวชาญด้านสินค้าเป็นอย่างดี มีความรู้เกี่ยวกับระเบียบและแนวปฏิบัติในการจัดซื้อ มีการเปรียบเทียบสินค้าของบริษัทกับสินค้าของบริษัทคู่แข่ง และรู้เกี่ยวกับรายละเอียดสินค้าได้เป็นอย่างดี

7.4 ด้านมนุษยสัมพันธ์ ควรส่งเสริมและฝึกอบรมให้พนักงานขายมีความเข้าใจความต้องการของลูกค้า มีความใส่ใจลูกค้าอย่างเท่าเทียมแบบจริงใจ มีอัธยาศัยในการบริการลูกค้าอย่างดี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและทำให้ลูกค้ารู้สึกเป็นกันเอง พนักงานขายปฏิบัติงานด้วยใบหน้าด้วยรอยยิ้มจึงทำให้ลูกค้ารู้สึกอยากกลับมาใช้บริการด้วย

## 8. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการศึกษาวิจัย คุณลักษณะพนักงานฝ่ายขายที่มีผลต่อความพึงพอใจและความไว้วางใจของลูกค้าที่ซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์ในเขตพืชมณฑลบุรี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

8.1 ควรเพิ่มเติมการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อค้นหาเนื้อหาคุณลักษณะพนักงานขายในองค์กรเชิงลึกเพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงแก้ไข วิธีการดำเนินงานเพื่อให้องค์กรมีผลต่อความพึงพอใจและความไว้วางใจของลูกค้าซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์มากขึ้น

8.2 ควรใช้สถิติในแง่มุมอื่นๆ มาประกอบการวิจัยให้มากยิ่งขึ้น เช่น การเปรียบเทียบและระหว่างปัจจัยต่างๆ เพื่อให้มีข้อมูลที่ครอบคลุมและนำไปใช้ประโยชน์ได้หลายแนวทางมากยิ่งขึ้น

8.3 ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับตัวแปรที่การศึกษาอยู่นี้ เช่น ตัวแปรด้านแรงจูงใจ ตัวแปรด้านการอบรมพนักงาน เพื่อให้ทราบความสัมพันธ์พื้นฐานให้ครบถ้วน

## 9. เอกสารอ้างอิง

- กฤติยา ทองย่ำ. (2552). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขาถนนทรงพล จังหวัดนครปฐม. (การค้นคว้าอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยวิทย์ศาสตร์ศิลปการ).
- จิรนนท์ หุตะวานิชย์กุล. (2560). ปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ของพนักงานโรงงานไม้แปรรูปแห่งหนึ่งในอำเภอแกลง จังหวัดระยอง, (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขต).
- ชัชวาลย์ แก้วอดร. (2553). คุณภาพการให้บริการของพนักงานขายที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ของบริษัท โตโยต้าดีเยี่ยม จำกัด ในจังหวัดอุบลราชธานี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี).
- ชญญา อธิศิลป์. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน). (ภาคนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี).
- ชาญชัย โอหารเวช. (2557). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้งานคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กกับปัจจัยด้านระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดธุรกิจบริการคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กในเขตกรุงเทพมหานคร



- และปริณชิต, (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย).
- ปิ่นณวัชร พ็ชราวลัย. (2558). ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการ และการรับรู้ภาพลักษณ์ธนาคารเฉพาะกิจ ที่ส่งผลต่อความภักดีในการใช้บริการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. (การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- เพ็ญญา จรัสพันธ์. (2557). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของคุณย์บริการลูกค้า จีเนท โมบายเซอร์วิส เซ็นเตอร์ จันทบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา).
- ภักจิรา ตั้งชัยตระกูล. (2553). ปัจจัยส่วนบุคคลที่สัมพันธ์กับประสิทธิผลของพนักงาน กรณีศึกษา ของบริษัทคิว.ไอ. เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์).
- มฤดี วัฒนชนโนบล. (2555). แรงจูงใจ ความไว้วางใจ และส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อของของผู้บริโภคในจังหวัดสุพรรณบุรี. (ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- วรินทร์ ธนภิวัฒน์. (2551). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจในการ ให้บริการหลังการขายของบริษัท เมโทรซิสเต็มส์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน). (การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- ศรดา ศรีศิริ. (2557). ความสัมพันธ์ระหว่างการมองโลกในแง่ดีความรู้เกี่ยวกับงานและทักษะกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย. วารสารเทคโนโลยีภาคใต้, 7(1), 51-56.
- สุนันทา ปิ่นสุวรรณ. (2555). ปัจจัยด้านคุณสมบัติของพนักงานขายที่มีผลต่อความพึงพอใจในด้านคุณภาพการให้บริการของพนักงานที่ปรึกษาความงามของผู้ใช้บริการสตรีวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร (กรณีศึกษา เครื่องสำอางพวยต์). (การศึกษาเฉพาะบุคคลปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- สมบัติ วงศ์วันดี. (2553). คุณลักษณะพนักงานขายเครื่องตรวจวิเคราะห์สารเคมีในเลือดอัตโนมัติที่พึงประสงค์ของโรงพยาบาลสังกัดเขตภาคตะวันออกเฉียง. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี).
- สุวรรณา เพ็ญมานะ. (2560). ความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และคุณภาพการบริการที่มีผลต่อการบอกต่อของลูกค้าร้าน JSK. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).