การศึกษาคุณลักษณะนักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุข ตามหลักพุทธจิตวิทยา

A Study of Salesman Characteristics of Success and Happiness Based on Buddhist Psychology

Received: March 19, 2020
Revised: March 31, 2020
Accepted: March 31, 2020

พนัทเทพ ณ นคร[1]และกมลาศ ภูวชนาธิพงศ์[2]
Panattap Na Nakorn, and Kamalas Phoowachanathipong
(panattap@hotmail.com, kamalas2013@gmail.com)

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาคุณลักษณะนักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุขตามหลักจิตวิทยาและหลักพระพุทธศาสนา 2) เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของคุณลักษณะนักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุขตามหลักพุทธจิตวิทยา 3) เพื่อนำเสนอคุณลักษณะนักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุขตามหลักพุทธจิตวิทยา การวิจัยนี้ เป็นแบบผสานวิธีระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 9 รูป/คน และใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่างนักขายที่ทำงานในองค์กรธุรกิจเอกชน จำนวน 389 คน การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติ ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเทคนิค Factor Analysis วิเคราะห์องค์ประกอบหรือตัวบ่งชี้ พบผลการวิจัยมีดังนี้

1. คุณลักษณะของนักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุขตามหลักจิตวิทยาและหลักพระพุทธศาสนามี 3 ด้าน คือ 1) คุณลักษณะนักขายตามหลักอิทธิบาท 4 ซึ่งได้แก่ ฉันทะ วิริยะ จิตตะ วิมังสา 2) คุณลักษณะนักขายตามแนว 7 อุปนิสัยพัฒนาสู่ผู้มีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งได้แก่ เป็นฝ่ายริเริ่มอยู่เสมอ เริ่มต้นการทำงานโดยมีจุดมุ่งหมายในใจอยู่เสมอ ทำตามลำดับความสำคัญเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา และ 3) คุณลักษณะนักขายทั่วไป ได้แก่ ด้านบุคลิกภาพ และด้านศิลปะการขาย

[1] นิสิตหลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต ภาควิชาจิตวิทยา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

[2] ภาควิชาจิตวิทยา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

2. องค์ประกอบของคุณลักษณะนักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุขตามหลักพุทธจิตวิทยา มี 5 ด้าน เรียกว่า “HAPPY Sales Concept” ประกอบด้วย 1) H - Heart เป็นคุณลักษณะและตัวบ่งชี้ ด้านความรักในอาชีพ 2) A - Absolute เป็นคุณลักษณะและตัวบ่งชี้ ด้านการทำงานทุกอย่างดุจการรวมพลังเป็นหนึ่งเดียว 3) P - Personal เป็นคุณลักษณะและตัวบ่งชี้ ด้านการเตรียมความพร้อมตนเองอยู่เสมอ 4) P - Paradigm เป็นคุณลักษณะและตัวบ่งชี้ ด้านการมองทะลุ เข้าใจทั้งตนเองและผู้อื่นก่อนเริ่มงาน และ 5) Y – Yield เป็นคุณลักษณะและตัวบ่งชี้ ด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน

3. คุณลักษณะนักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุขตามหลักพุทธจิตวิทยา พบว่า มี 8 ประการสำคัญ โดยเรียงตามลำดับคะแนนเฉลี่ย คือ 1) บุคลิกภาพ 2) ความเพียร ความมุ่งมั่นทุ่มเท 3) คิดแบบ ชนะ/ชนะ 4) ความมีใจรัก ศรัทธาและเชื่อมั่นต่ออาชีพนักขาย 5) ใจที่จดจ่อและรับผิดชอบ 6) ทำตามลำดับความสำคัญ 7) เริ่มต้นการทำงานโดยมีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจนอยู่ในใจ และ 8) เป็นฝ่ายริเริ่มก่อนอยู่เสมอ และการทบทวนในสิ่งที่ได้คิดและได้ทำมา

คำสำคัญ: คุณลักษณะนักขาย, นักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุข, พุทธจิตวิทยา

Abstract

The objectives of this study were 1) to study salesman’s characteristics of success and happiness based on psychology and Buddhism; 2) to analyze the key components of salesman’s characteristics of success and happiness based on Buddhist psychology; and 3) to propose the key salesman’s characteristics of success and happiness based on Buddhist psychology. This research exploited a mixed method between a qualitative research and quantitative research. An in-depth interview was used for collecting qualitative data from 9 key informants, and a questionnaire was used for collecting quantitative data from a sample of 389 salesman working for various private companies in Thailand. A content analysis was employed for analyzing qualitative data, and statistics including percentage, mean, standard deviation and Exploratory Factor Analysis (EFA) was employed for analyzing quantitative data. Results of the study were as follows:

1) Regarding salesman's characteristics of success and happiness based on psychology and Buddhism it showed that current salesman's characteristics were comprised of 3 different aspects based on psychology and Buddhism, including 1) salesman's characteristics based on the 4 bases for success (Iddhipada), namely, aspiration, effort, thoughtfulness, and investigation; 2) salesman's characteristics based on habits of Highly Performance People, namely, being proactive, beginning with the end in mind, putting first thing first, seeking first to understand then being understood; 3) salesman's characteristics including personality and selling art.

2) Key components of salesman's characteristics of success and happiness based on Buddhist psychology were comprised of 5 critical components called 'HAPPY Sales Concept': 1) H - Heart as the component and indicator of the passion in sales profession; 2) A - Absolute as the component and indicator of the unique contribution to salesman work; 3) P - Personal as the component and indicator self-preparation and self-development; 4) P - Paradigm as the component and indicator of a good vision of self and others thoroughly; and 5) Y - Yield as the component and indicator of a sustainable development.

3) In respect of the proposal of the key salesman's characteristics of success and happiness based on Buddhist psychology it revealed that there were 8 keys of salesman's characteristics of success and happiness based on Buddhist Psychology including 1) right personality, 2) right determination, 3) right win-win mindset, 4) right passion, faith and confidence in sales profession, 5) right determination and responsibility, 6) right prioritization, 7) right starting point with clear objectives as the end in mind, and 8) right proactive mindset and ability to review the past performance.

Keywords: Salesman's Characteristics, Successful and Happy Salesman, Buddhist Psychology

บทนำ

ในปัจจุบันอาชีพนักขายเป็นอาชีพที่เป็นที่ต้องการเป็นลำดับที่ 1 จากการสำรวจข้อมูลในเว็บไซต์สมัครงานออนไลน์ (บริษัท จัดหางาน จ๊อบส์ ดีบี (ประเทศไทย) จำกัด, 2562) อาชีพนักขายเป็นอาชีพที่มีความสำคัญต่อองค์กรธุรกิจเป็นอย่างมาก เพราะนักขายเป็นผู้นำผลประโยชน์ให้แก่ทั้งบริษัทของตนและของลูกค้า (วารินทร์ สินสูงสุด, 2545) นักขายต้องประสานความต้องการทั้งจากภายในองค์กรของตนและลูกค้าภายนอก เพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์ที่ดีที่สุดของบริษัท จึงเป็นหน้าที่สำคัญของนักขายที่จะเข้าใจความต้องการของทั้งบริษัทและลูกค้าให้ลงตัว เพื่อให้เกิดการซื้อขายสินค้าหรือบริการและต้องรักษาฐานลูกค้าไว้เพื่อความสัมพันธ์ในระยะยาว

การขายที่ดีสำคัญมากต่อการกระตุ้นให้ผู้บริโภคใช้จ่าย ในสภาพเศรษฐกิจชะลอตัวจึงทำให้มีผู้เข้ามาสู่อาชีพนี้มีเป็นจำนวนมาก อาชีพนักขายต้องเริ่มต้นด้วยจิตวิญญาณนักขาย มีศิลปะการขาย ทั้งศาสตร์และศิลป์ในการค้นหาและวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า แล้วนำเสนอขายต่อลูกค้า เพื่อจูงใจให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการและสามารถปิดการขายได้ในที่สุด กระบวนการขายเป็นแนวทางที่จำเป็น นักขายที่ดีต้องเป็นคนกลางที่ประสานความต้องการระหว่างบริษัทและลูกค้า จึงมีโอกาสที่นักขายจะเผชิญความกดดันและความเครียด ขาดความสุขในการทำงานอย่างแท้จริง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในนักขายที่มิได้มีความรักและต้องการในการประกอบอาชีพนักขายตั้งแต่ต้น จึงไม่ได้มีความพร้อมทั้งทางกายและทางใจในการประกอบอาชีพนี้ งานวิจัยฉบับนี้จึงมีความประสงค์ที่จะศึกษาคุณลักษณะนักขายที่มีผลต่อความสำเร็จและความสุขในการทำงานอย่างแท้จริง

พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตฺโต) (2549) ได้กล่าวถึงความหมายของอิทธิบาท 4 ไว้ในหนังสือการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานว่า อิทธิบาท 4 หมายถึง ธรรมที่เป็นเครื่องให้ถึงความสำเร็จ หรือทางแห่งความสำเร็จ มี 4 ประการ คือ ฉันทะ วิริยะ จิตตะ วิมังสา ฉันทะ คือ ความพอใจรักใคร่ในสิ่งนั้น วิริยะ คือ ความเพียรพยายาม จิตตะ คือ ความเอาใจใส่ในสิ่งนั้น วิมังสา คือความไตร่ตรอง สอบสวนพิจารณาหรือหมายความว่า มีใจรัก พากเพียรทำ เอาจิตฝักใฝ่ ใช้ปัญญาสอบสวน

ในปัจจุบันมีโปรแกรมที่กำหนดคุณลักษณะนักขายที่จะประสบความสำเร็จมากมาย ผู้วิจัยในฐานะที่เป็นประกอบอาชีพนักขายและกำลังศึกษาในสาขาวิชาพุทธจิตวิทยาจึงมีความสนใจที่จะนำหลักพุทธจิตวิทยาเข้ามาบูรณาการกับอาชีพนักขาย เพื่อศึกษาและนำเสนอคุณลักษณะนักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุขในการทำงานตามหลักพุทธจิตวิทยา

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะนักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุขตามหลักจิตวิทยาและหลักพระพุทธศาสนา

2. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของคุณลักษณะนักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุขตามหลักพุทธจิตวิทยา

วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยแบบผสานวิธี (Mixed-method Research) โดยผู้วิจัยทำการศึกษาข้อมูลและเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก และการตอบแบบสอบถาม หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาสังเคราะห์และวิเคราะห์อย่างละเอียด และเขียนรายงานวิจัยเป็นการบรรยายเชิงสรุป รายละเอียดดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาวิเคราะห์ด้านเนื้อหา

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการศึกษาจากทฤษฎี เอกสารข้อมูลปฐมภูมิ ข้อมูลทุติยภูมิซึ่งได้ศึกษาข้อมูลจากเอกสารเกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎี รวมถึงงานวิจัยทางพระพุทธศาสนาและจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะนักขายสำหรับการศึกษาภาคสนามเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ทรงคุณวุฒิด้านการขายระดับผู้บริหารและผู้ทรงคุณวุฒิด้านการเรียนรู้เชิงพุทธและด้านจิตวิทยาจำนวน 9 รูป/คน

2. การวิจัยเชิงปริมาณ โดยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในส่วนที่ 1 มาสร้างแบบประเมิน เพื่อสำรวจความคิดเห็นของนักขายกลุ่มตัวอย่างต่อคุณลักษณะที่มีผลต่อความสำเร็จและความสุขในการทำงานในองค์กรธุรกิจเอกชน แล้วนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เครื่องมือในการวิจัยในส่วนที่ 2 นี้เป็นแบบสอบถามจำนวน 1 ฉบับ แบ่งเป็น 5 ตอน ประกอบด้วยแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง ดังต่อไปนี้

2.1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ ประกอบด้วย อายุงานในอาชีพนักขาย เพศ อายุ ระดับการศึกษา องค์กรของท่านเป็นองค์กรสัญชาติใด ยอดขายโดยรวมขององค์กรท่านต่อปี และกิจกรรมทางพระพุทธศาสนาที่ท่านปฏิบัติเป็นประจำ เป็นแบบสำรวจรายการ (Checklist) เพื่อสำรวจข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

2.2) คำถามเกี่ยวกับข้อมูลการทำงานในอาชีพงานขาย จำนวน 4 ข้อ

2.3) คำถามเกี่ยวกับความสำคัญและการประเมินตนเองตามหลักอิทธิบาท 4 จำนวน 12 ข้อ

2.4) คำถามเกี่ยวกับความสำคัญและการประเมินตนเองตามปัจจัยที่มีต่อคุณลักษณะนักขายตามหลักจิตวิทยา จำนวน 21 ข้อ

2.5) คำถามเกี่ยวกับความสำคัญและการประเมินตนเองตามปัจจัยที่มีต่อคุณลักษณะนักขาย จำนวน 9 ข้อ

แบบสอบถามฉบับดังกล่าวได้มีการตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาจำนวน 8 ท่าน ประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการวัดและประเมินผล ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการวิจัย ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญทางพุทธศาสนาด้านจิตวิทยา เป็นผู้พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Index of Item Objective Congruence – IOC) เพื่อตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในด้านความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ความครอบคลุมของคำถาม เพื่อตรวจสอบว่าข้อคำถามแต่ละข้อเป็นตัวแทนพฤติกรรมที่ต้องการวัดหรือไม่ จากนั้น นำข้อคำถามไปหาคุณภาพของข้อคำถามโดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามรายข้อกับจุดประสงค์ที่ต้องการวัดตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิหรือค่า (IOC: Index of Item Objective Congruence) โดยเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป

หลังจากนั้น ได้ตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) เพื่อพิจารณาว่าการวัดนั้นได้ผลแน่นอนสม่ำเสมอคงเส้นคงวา (Consistency) โดยการตรวจสอบความเชื่อมั่นแบบวัดความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency Reliability) ตามสูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient: α) สำหรับในการประเมินความเชื่อมั่นของเครื่องมือครั้งนี้ ผลการตรวจสอบเครื่องมือวิจัย พบว่า แบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นมาสามารถใช้ได้ตามเกณฑ์ หลังจากตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญแล้ว ได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงกัน จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือที่ใช้ โดยผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.973 โดยแบ่งตามหัวข้อคำถาม ดังรายละเอียดดังนี้ 1) ความสำคัญและการประเมินตนเองตามหลักอิทธิบาท 4 เท่ากับ 0.899 2) ความสำคัญและการประเมินตนเองตามปัจจัยที่มีต่อคุณลักษณะนักขายตามหลักจิตวิทยา เท่ากับ 0.957 3) ความสำคัญและการประเมินตนเองตามปัจจัยที่มีต่อคุณลักษณะนักขายเท่ากับ 0.905

ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มที่ 1 ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการขายระดับผู้บริหารและผู้ทรงคุณวุฒิด้านการเรียนรู้เชิงพุทธและด้านจิตวิทยา ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยการเลือกผู้เชี่ยวชาญแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 9 รูป/คน มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาคุณลักษณะของนักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุขในการทำงาน

กลุ่มที่ 2 นักขายที่ทำงานในในองค์กรธุรกิจเอกชน มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาคุณลักษณะของนักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุขในการทำงานตามหลักพุทธจิตวิทยา โดยใช้วิธีแจกแบบสอบถามจำนวน 389 ชุด โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster Sampling) คือเลือกนักขายตามคุณสมบัติที่ระบุและเลือกตามจำนวนที่ต้องการ

ขั้นตอนที่ 3 การกำหนดตัวแปร งานวิจัยฉบับนี้ประกอบด้วย 2 ตัวแปร

1) ตัวแปรต้น ได้แก่คุณสมบัตินักขาย, หลักจิตวิทยาเพื่อการพัฒนาตนเอง, หลักธรรมในการทำงาน, ความสุขในการทำงาน และอาชีพนักขาย

2) ตัวแปรตาม ได้แก่คุณลักษณะของนักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุขตามหลักพุทธจิตวิทยา, นักขายที่ประสบความสำเร็จแต่ไม่มีความสุข, นักขายที่ไม่ประสบความสำเร็จแต่มีความสุข และนักขายที่ไม่ประสบความสำเร็จและไม่มีความสุข

ขั้นตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้สถิติ ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) โดยใช้วิธีการสกัดองค์ประกอบด้วยวิธีเน้นองค์ประกอบหลัก (Principal Components Method) และหมุนแกนองค์ประกอบที่เป็นอิสระด้วยวิธีแวร์ริแมกซ์ (Varimax Orthogonal Rotation)

2.1) ทดสอบความเหมาะสมของขนาดตัวอย่างที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบด้วยค่า สถิติไคเซอร์-เมเยอร์-ออลคิน (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy: KMO) และ วัดสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์ องค์ประกอบด้วยค่าสถิติของบาร์ทเลทท์ (Bartlett’s Test of Sphericity)

2.2) สกัดองค์ประกอบด้วยวิธี Principal Component Analysis วิเคราะห์ด้วยเมตริกซ์สหสัมพันธ์ (Correlation Matrix) และหมุนแกนเพื่อให้ตัวบ่งชี้ ทั้งหมดถูกจัดลงในองค์ประกอบที่เหมาะสมด้วยวิธี Varimax with Kaiser Normalization กำหนดค่าไอเกน ต้องมีค่ามากกว่า 1

2.3) เลือกตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ตั้งแต่ 0.30 ขึ้นไปไว้ในแต่ละองค์ประกอบ

ผลการวิจัย

พบผลการวิจัยว่า คุณลักษณะนักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุขตามหลักจิตวิทยาและหลักพระพุทธศาสนามีดังนี้

1. คุณลักษณะนักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุขตามหลักจิตวิทยาและหลักพระพุทธศาสนา ได้แก่ คุณลักษณะนักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุข มี 3 ด้าน คือ 1) คุณลักษณะนักขายตามหลักอิทธิบาท 4 ซึ่งได้แก่ ฉันทะ วิริยะ จิตตะ วิมังสา 2) คุณลักษณะนักขายตามแนว 7 อุปนิสัยพัฒนาสู่ผู้มีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งได้แก่ เป็นฝ่ายริเริ่มอยู่เสมอ เริ่มต้นการทำงานโดยมีจุดมุ่งหมายในใจอยู่เสมอ ทำตามลำดับความสำคัญเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา และ 3) คุณลักษณะนักขายทั่วไป ได้แก่ ด้านบุคลิกภาพ และด้านศิลปะการขาย

การประสบความสำเร็จและมีความสุขในอาชีพนั้น ต้องเริ่มจากภายใน คือความมีใจรักในอาชีพ ศรัทธาในงานที่ทำอยู่ และมีความสุขกับสิ่งที่ได้รับมอบหมาย เช่น เป้าหมายในการขายต้องมีความขยันหมั่นเพียร ซื่อสัตย์สุจริต มีความรอบคอบ รับผิดชอบในงานที่ทำอย่างเต็มกำลัง ทำงานด้วยปัญญา รวมถึงเข้าใจในงานอย่างลึกซึ้ง ทั้งในแง่ขั้นตอนและผลสำเร็จหรือผลสัมฤทธิ์ของงาน โดยมีหลักความรู้ในอาชีพนักขาย ความรู้เกี่ยวกับสินค้า ความรู้เกี่ยวกับบริษัท ความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งขัน และความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยี นักขายต้องมีทักษะในการบริหารจัดการความสำคัญของงาน เพราะงานขายเป็นงานอิสระ หากขาดระเบียบวินัย จัดระบบงานไม่ดีอาจทำให้เกิดความผิดพลาด การไปพบลูกค้าบุคลิกภาพเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า และสิ่งสำคัญคือความเข้าใจในตัวลูกค้า เพราะถ้านักขายไม่เข้าใจความต้องการของลูกค้า ขาดทักษะการสื่อสาร การรับฟังผู้อื่นด้วยความเข้าใจ เป็นการรับฟังที่มีเจตนา ทำความเข้าใจผู้พูด การพาตัวเองเข้าไปอยู่ในกรอบอ้างอิงของผู้พูด และมองผ่านกรอบนั้นออกมา เพื่อ

เข้าใจกรอบความคิดในใจเขา และร่วมรับความรู้สึกของเขา เมื่อเราเข้าใจผู้อื่นได้อย่างลึกซึ้งกว่าเดิม จะทำให้มองเห็นคุณค่าในตัวเขามากขึ้น ช่วยให้ระดับความสัมพันธ์และความไว้เนื้อเชื่อใจเพิ่มมากขึ้น และช่วยให้ผู้อื่นพร้อมจะเข้าใจเรา เมื่อเกิดความเข้าใจกันและกัน ก็เปรียบเสมือนเปิดประตูความร่วมมือ พัฒนาไปสู่ความสร้างสรรค์ในสร้างความเจริญก้าวหน้าต่อไป เป็นกรอบแห่งความคิดที่แสวงหาผลประโยชน์ร่วมกันในทุกความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ซึ่งเป็นข้อตกลงหรือหนทางแก้ปัญหาที่จะได้รับประโยชน์และความพึงพอใจกันทั้งสองฝ่าย มองชีวิตว่าเป็นการร่วมมือกันไม่ใช่การแข่งขัน เชื่อว่ามีทุกอย่างเหลือเฟือสำหรับทุกคน ความสำเร็จของบุคคลหนึ่งไม่ได้กีดกันความสำเร็จของผู้อื่น

หลักการเติมพลังชีวิตของตนเองให้สมดุล หมั่นฝึกกาย จิต และปัญญา เป็นการปรับปรุงตนเองตลอดเวลา เพื่อทำให้ชีวิตเป็นระบบ เป็นคนที่พึ่งพาตนเองได้อย่างแท้จริงและพร้อมช่วยเหลือผู้อื่นด้วย โดยการปรับตัว ปรับทัศนคติ แนวทางการดำเนินชีวิต สร้างความเข้มแข็งทางจิตใจ ในการดูแลและพัฒนาไปในทุกๆ มิติ เช่น มิติทางกายภาพ การออกกำลังกาย การรับประทานอาหาร การดูแลรักษาร่างกาย มิติแห่งจิตวิญญาณ ศึกษาธรรม ปฏิบัติสมาธิ มิติแห่งสติ การคิดตรึกตรองใคร่ครวญวางแผนการทำงาน และรวมถึงมิติทางสังคม การให้บริการรับรู้ความรู้สึกผู้อื่น ประสานความต่างและความมั่นคง ควรฝึกฝนทั้ง 4 มิติอย่างต่อเนื่อง

2. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของคุณลักษณะนักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุขตามหลักพุทธจิตวิทยา

ในการหาคะแนนเฉลี่ยและการค้นหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร พบว่าคุณลักษณะที่มีความสำคัญต่อการเป็นนักขายตามความคิดเห็นของนักขายกลุ่มตัวอย่าง มีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านอิทธิบาท 4 : คุณลักษณะที่มีความสำคัญต่ออาชีพนักขายตามความเห็นของนักขายกลุ่มตัวอย่าง คือ การมีใจจดจ่อและความรับผิดชอบ ความเพียร ความมุ่งมั่นทุ่มเท ความมีใจรักศรัทธาและเชื่อมั่นต่ออาชีพนักขาย และ การทบทวนในสิ่งที่ได้ทำมา

2. ด้านแนวคิด 7 อุปนิสัยพัฒนาสู่ผู้มีประสิทธิผลสูง : คุณลักษณะที่มีความสำคัญต่ออาชีพนักขายตามความคิดเห็นของนักขายกลุ่มตัวอย่าง คือ การทำตามลำดับความสำคัญ การคิดแบบชนะ/ชนะ การเริ่มต้นการทำงานโดยมีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจน และการเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา

3. ด้านลักษณะนักขาย : คุณลักษณะที่มีความสำคัญต่ออาชีพนักขายตามความคิดเห็นของนักขายกลุ่มตัวอย่าง คือ ด้านบุคลิกภาพ และ ด้านศิลปะการขาย

การวิเคราะห์เปรียบเทียบการประเมินคุณลักษณะที่เป็นของนักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุขกับคุณลักษณะที่เป็นของนักขายที่ไม่ประสบความสำเร็จหรือไม่มีความสุขในการทำงาน โดยใช้ค่าสถิติ Paired sampled test สรุปได้ดังนี้

1) ความแตกต่างระหว่างเพศชายและหญิงของนักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุขกับนักขายที่ไม่ประสบควาสำเร็จหรือไม่มีความสุขในการทำงาน ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ นั่นคือ นักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุขเป็นผู้ชายร้อยละ 62 และนักขายที่ไม่ประสบความสำเร็จหรือไม่มีความสุขในการทำงานเป็นผู้ชายร้อยละ 58

2) อายุเฉลี่ยของนักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุขมีอายุเฉลี่ย 40.57 และอายุเฉลี่ยนักขายที่ไม่ประสบความสำเร็จและไม่มีความสุขมีอายุเฉลี่ย 37.64 ในช่วงอายุ 46-50ปี อัตราส่วนของนักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุขมีปริมาณมากกว่านักขายที่ไม่ประสบความสำเร็จหรือไม่มีความสุขในการทำงานมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ คือร้อยละ 15 และร้อยละ 8 ตามลำดับ ในทางกลับกันในช่วงอายุ 25-30ปี อัตราส่วนนักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุขมีปริมาณน้อยกว่าอย่างมีนัยสำคัญกับนักขายที่ไม่ประสบความสำเร็จหรือไม่มีความสุขในการทำงาน คือร้อยละ 11 และ ร้อยละ 20 ตามลำดับ

3) อายุงานในอาชีพนักขายและระดับการศึกษาของนักขายนั้น ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่างนักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุขกับนักขายที่ไม่ประสบความสำเร็จหรือไม่มีความสุขในการทำงาน โดยนักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุขมีอายุเฉลี่ยในการทำงานอยู่ที่ 17.15 ปี และนักขายที่ไม่ประสบความสำเร็จหรือไม่มีความสุขในการทำงานมีอายุในการทำงานเฉลี่ยอยู่ที่ 15.88 ปี โดยทั้งสองกลุ่มมีระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรีอยู่ที่ร้อยละ 62 และร้อยละ 71 ตามลำดับ

4) องค์กรของนักขายในกลุ่มตัวอย่างนั้น ทั้งกลุ่มที่ประสบความสำเร็จในและมีความสุขและกลุ่มที่ไม่ประสบความสำเร็จหรือไม่มีความสุขในการทำงาน ส่วนใหญ่เป็นองค์สัญชาติไทย และมียอดขายโดยรวมต่อปีมากกว่า 1,000 ล้านบาท โดยในกลุ่มที่ประสบความสำเร็จและมีความสุขในการทำงานอยู่ที่ร้อยละ 53 และร้อยละ 71 ตามลำดับ ในกลุ่มที่ไม่ประสบความสำเร็จหรือไม่มีความสุขในการทำงานอยู่ที่ร้อยละ 54 และ 63 ตามลำดับ

ในการเปรียบเทียบคุณลักษณะที่เป็นของนักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุขและนักขายที่ไม่ประสบความสำเร็จหรือไม่มีความสุขในการทำงาน ตามการให้ความสำคัญของคุณลักษณะของนักขายในปัจจุบันของทั้งสองกลุ่มรวมกันนั้น สามารถแบ่งแยกคุณลักษณะที่มีความแตกต่างกันโดยมีนัยสำคัญ โดยการเปรียบเทียบจากการให้คะแนนในระดับคะแนนมากที่สุด (5) จากการตอบแบบสอบถามของนักขายทั้งสองกลุ่ม ได้โดยผลดังนี้

ด้านอิทธิบาท 4

1) คุณลักษณะที่แสดงถึงการมีใจรัก ศรัทธา และเชื่อมั่นต่ออาชีพนักขาย คือการรักและภูมิใจในอาชีพนักขาย เป็นคุณลักษณะที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญมากที่สุด กลุ่มนักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุขมีคะแนนอยู่ที่ ร้อยละ 41 และกลุ่มนักขายที่ไม่ประสบความสำเร็จหรือไม่มีความสุขในการทำงานมีคะแนนอยู่ที่ ร้อยละ 23

2) คุณลักษณะที่แสดงถึงการทบทวนในสิ่งที่ได้คิดและได้ทำมา คือ การสามารถหาทางออกใหม่ ๆ ในปัญหาเดิม ๆ ที่ต้องเผชิญ เป็นคุณลักษณะที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญมากที่สุด กลุ่มนักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุข มีคะแนนอยู่ที่ ร้อยละ 36 และกลุ่มนักขายที่ไม่ประสบความสำเร็จหรือไม่มีความสุขในการทำงานมีคะแนนอยู่ที่ร้อยละ 22

3) คุณลักษณะที่แสดงถึงการมีใจที่จดจ่อและรับผิดชอบ คือ การมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่โดยไม่ต้องให้ผู้บังคับบัญชาติดตามอยู่ทุกขณะ เป็นคุณลักษณะที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญมากที่สุด กลุ่มนักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุขมีคะแนนอยู่ที่ ร้อยละ 55 และกลุ่มนักขายที่ไม่ประสบความสำเร็จหรือไม่มีความสุขในการทำงานมีคะแนนอยู่ที่ ร้อยละ 40

ด้านแนวคิด 7 อุปนิสัยพัฒนาสู่ผู้มีประสิทธิผลสูง

1) คุณลักษณะที่แสดงถึงการเริ่มต้นการทำงานโดยมีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจนอยู่ในใจ คือการทำเข้าใจอย่างชัดเจนถึงจุดหมายปลายทางที่ต้องการบรรลุก่อนเริ่มวางแผนกลยุทธ์ เป็นคุณลักษณะที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญมากที่สุด กลุ่มนักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุขมีคะแนนอยู่ที่ร้อยละ 37 และกลุ่มนักขายที่ไม่ประสบความสำเร็จหรือไม่มีความสุขในการทำงานมีคะแนนอยู่ที่ ร้อยละ 22

2) คุณลักษณะที่แสดงถึงการคิดแบบ ชนะ/ชนะ คือการช่วยให้คู่ค้าเพิ่มยอดขายหรือกำไรได้สูงขึ้น เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์ทางการค้าในระยะยาว เป็นคุณลักษณะที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญมากที่สุด กลุ่มนักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุขมีคะแนนอยู่ที่ร้อยละ 48 และกลุ่มนักขายที่ไม่ประสบความสำเร็จหรือไม่มีความสุขในการทำงานมีคะแนนอยู่ที่ร้อยละ 29

3) คุณลักษณะที่แสดงถึงการเป็นฝ่ายริเริ่มก่อนอยู่เสมอ คือการมีมีความพร้อมเสมอเมื่อต้องออกไปพบกับลูกค้าซึ่งรวมถึงการหาข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และการเตรียมเสนอแผนงาน เป็นคุณลักษณะที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญมากที่สุด กลุ่มนักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุขมีคะแนนอยู่ที่ร้อยละ 38 และกลุ่มนักขายที่ไม่ประสบความสำเร็จหรือไม่มีความสุขในการทำงานมีคะแนนอยู่ที่ ร้อยละ 23

4) คุณลักษณะที่แสดงถึงการทำตามลำดับความสำคัญ คือ การสามารถปรับแผนการทำงานที่วางไว้เมื่อได้รับมอบหมายงานเพิ่มเติม เพื่อสามารถปฏิบัติงานตามความลำดับสำคัญและความเร่งด่วน เป็นคุณลักษณะที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญมากที่สุด กลุ่มนักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุข มีคะแนนอยู่ที่ร้อยละ 43 และกลุ่มนักขายที่ไม่ประสบความสำเร็จหรือไม่มีความสุขในการทำงานมีคะแนนอยู่ที่ ร้อยละ 28

5) คุณลักษณะที่แสดงถึงการเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา คือ การค้นหาสาเหตุต่าง ๆ ของปัญหาที่เกิดขึ้นจากผู้เกี่ยวข้องอย่างละเอียดรอบด้านก่อนตัดสินใจเสนอแนวทางแก้ไข เป็นคุณลักษณะที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญมากที่สุด กลุ่มนักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุขมีคะแนนอยู่ที่ร้อยละ 31 และกลุ่มนักขายที่ไม่ประสบความสำเร็จหรือไม่มีความสุขในการทำงานมีคะแนนอยู่ที่ร้อยละ 21

ด้านลักษณะนักขายทั่วไป

1) คุณลักษณะที่แสดงถึงการมีศิลปะด้านการขาย คือ การทบทวนความสำเร็จและข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากการทำงานที่ผ่านมา พร้อมทั้งหาทางแก้ไขอยู่เสมอ เป็นคุณลักษณะที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญมากที่สุด กลุ่มนักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุขมีคะแนนอยู่ที่ร้อยละ 39 และกลุ่มนักขายที่ไม่ประสบความสำเร็จหรือไม่มีความสุขในการทำงานมีคะแนนอยู่ที่ร้อยละ 20

2) คุณลักษณะที่แสดงถึงด้านบุคลิกภาพ คือ มีความรู้ด้านสินค้าที่ดูแลอยู่และสามารถตอบข้อซักถามได้อย่างรวบรัดชัดเจนด้วยความมั่นใจ เป็นคุณลักษณะที่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญมากที่สุด กลุ่มนักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุขมีคะแนนอยู่ที่ร้อยละ 52 และกลุ่มนักขายที่ไม่ประสบความสำเร็จหรือไม่มีความสุขในการทำงานมีคะแนนอยู่ที่ร้อยละ 38

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญตามหลักอิทธิบาท 4, 7 อุปนิสัยพัฒนาสู่ผู้มีประสิทธิผลสูง และคุณลักษณะนักขายทั่วไป เพื่อหานักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุขตามหลักพุทธจิตวิทยา จากคำถามส่วนบุคคลโดยการตรวจสอบความเหมาะสมของขนาดกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามและความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรที่ใช้วิเคราะห์ องค์ประกอบ แสดงด้วยค่าสถิติไคเซอร์-เมเยอร์- ออลคิน (KMO) และค่าสถิติของบาร์ทเลทท์ (Bartlett's Test) เพื่อแสดงค่า Factor loading เมื่อมีการหมุนแกนตัวบ่งชี้โดยวิธี Varimax ซึ่งพบว่า ค่า Factor loading เปลี่ยนแปลงไป เมื่อเทียบกับค่า Factor loading เมื่อยังไม่มีการหมุนแกนแล้วทำให้ค่า Factor loading ของบาง Factor มีค่ามากกว่าเมื่อเทียบกับของ Factor อื่น ๆ พบว่าจากคุณลักษณะและตัวบ่งชี้ทั้งหมด 42 ตัว สามารถจัดกลุ่มตามการวิเคราะห์องค์ประกอบข้างต้นได้เป็น 5 กลุ่ม ซึ่งผู้วิจัยได้บูรณาการองค์ประกอบทั้ง 5 กลุ่มเป็นองค์ความรู้ใหม่ที่แสดงถึงคุณลักษณะนักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุขตามหลักพุทธจิตวิทยา ที่เรียกว่า HAPPY Sales Concept

1. H - Heart เป็นคุณลักษณะและตัวบ่งชี้ ด้านความรักในอาชีพ

2. A - Absolute เป็นคุณลักษณะและตัวบ่งชี้ ด้านการทำงานทุกอย่างดุจการ รวมพลังเป็นหนึ่งเดียว

3. P - Personal เป็นคุณลักษณะและตัวบ่งชี้ ด้านการเตรียมความพร้อมตนเองอยู่เสมอ

4. P - Paradigm เป็นคุณลักษณะและตัวบ่งชี้ ด้านการมองทะลุ เข้าใจทั้งตนเองและผู้อื่นก่อนเริ่มงาน

5. Y – Yield เป็นคุณลักษณะและตัวบ่งชี้ ด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนเพื่อใช้ในการพัฒนานักขาย ให้ประสบความสำเร็จและมีความสุขในการทำงานตามหลักพุทธจิตวิทยา

สรุปผลการวิจัยและการอภิปรายผลการวิจัย

สรุปตามผลวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า จากการสำรวจความคิดเห็นของนักขายกลุ่มตัวอย่างในปัจจุบัน คุณลักษณะของนักขายตามหลักจิตวิทยาและหลักพระพุทธศาสนา ที่มีผลต่อความสำเร็จและมีความสุขในการทำงานนั้นประกอบด้วยคุณลักษณะต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

คุณลักษณะนักขายตามแนวอิทธิบาท 4 ซึ่งได้แก่ ฉันทะ วิริยะ จิตตะ และ วิมังสา

คุณลักษณะนักขายตามแนว 7 อุปนิสัยพัฒนาสู่ผู้มีประสิทธิภาพสูงสุด คือ เป็นฝ่ายริเริ่มอยู่เสมอ เริ่มต้นการทำงานโดยมีจุดมุ่งหมายในใจอยู่เสมอ ทำตามลำดับความสำคัญ และเข้าใจคนอื่นก่อนจะให้คนอื่นเข้าใจเรา

คุณลักษณะนักขายทั่วไป ได้แก่ ด้านบุคลิกภาพ และ ด้านศิลปะการขาย

สรุปผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า การเปรียบเทียบความแตกต่างของคุณลักษณะของนักขายที่ประสบความสำเร็จและมีความสุขกับนักขายที่ไม่ประสบความสำเร็จหรือไม่มีความสุขในการทำงานนั้นมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตติมา ปฏิมาประกร (2559) ที่พบว่าพนักงานขายต้องมีการพัฒนาคุณลักษณะของนักขาย ต้องพัฒนาคุณสมบัติ ด้านบุคลิกภาพ โดยเน้นการมีบุคลิกที่รวดเร็วสำหรับลูกค้าเป็นอันดับแรก และต้องพัฒนาคุณสมบัติด้านความรู้ โดยให้ความรู้ในการเปรียบเทียบข้อมูลขององค์กรกับบริษัทคู่แข่ง และต้องพัฒนาทักษะการขายของนักขาย ด้านความรู้เกี่ยวกับการแข่งขันในเรื่องผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง จุดเด่น และจุดด้อย และทักษะการขายของนักขาย ด้านความรู้เกี่ยวกับ บริษัทโดยเน้นความรู้เกี่ยวกับการจูงใจให้ลูกค้าซื้อสินค้าของบริษัทได้ตามเป้าหมาย และการพัฒนาความรู้ด้านการเจรจาต่อรอง ในเรื่องการเจรจากับลูกค้าที่ไม่สนใจสินค้าขององค์กรให้หันมาสนใจสินค้าขององค์กร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิ่งแก้ว พรอภิรักษสกุล (2560) ซึ่งพบว่าปัจจยัทางด้านคุณลักษณะของพนักงานขายอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.96 โดยส่วนใหญ่เป็นเรื่องให้กำลังใจตนเองเสมอ เพื่อให้พยายามอย่างดีที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 อยู่ในระดับเห็นด้วย รองลงมา เป็นเรื่องตั้งเป้าหมายของฉันไว้เสมอและพยายามอย่างดีที่สุดเพื่อบรรลุเป้าหมายนั้น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 อยู่ในระดับเห็นด้วย และรู้เสมอว่ามีความสุขหรือไม่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 อยู่ในระดับเห็นด้วยตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ในคุณลักษณะนักขายที่ประสบความสำเร็จและความสุขในการทำงานครั้งนี้ จะสามารถนำไปพัฒนาต่อยอดได้ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดสำหรับนักขายในปัจจุบัน และองค์กรต่าง ๆ ควรจัดให้มีการพัฒนาคุณลักษณะของนักขายภายในองค์กร เพื่อ

สนับสนุนการพัฒนาทั้งคุณลักษณะด้านการพัฒนาสู่ความสำเร็จในการทำงาน และพัฒนาคุณลักษณะด้านการส่งเสริมความสุขในการทำงาน

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1) จัดให้มีการฝึกอบรมพนักขายได้มีโอกาสพัฒนาความรู้ ทั้งทางด้าน ความรู้ในงานขาย และปลูกฝังความรักในอาชีพ

2) นำแนวคิด HAPPY Sales Concept ไปสร้างโปรแกรมการฝึกอบรมนักขายเพื่อสร้างนักขายต้นแบบที่มีหลักพุทธจิตวิทยา สร้างเสริมให้ทำงานได้ประสบความสำเร็จและมีความสุข

3. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ผู้วิจัยเสนอแนะให้มีการวิจัยเชิงลึกเพิ่มเติมเพื่อให้ทราบถึงมุมมองและทัศนคติด้านความรู้ต่อการเป็นคุณลักษณะที่สำคัญของนักขายในปัจจุบัน เพราะจากผลการวิจัยคุณลักษณะด้านความรู้ไม่ได้อยู่ในคุณลักษณะที่สำคัญของนักขายในปัจจุบัน

2) ควรมีการศึกษาในสายอาชีพอื่น ๆ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่จะทำให้พนักงานสายวิชาชีพนั้น ๆ ได้ทราบถึงคุณลักษณะของงานอย่างชัดเจน

บรรณานุกรม

บริษัท จัดหางาน จ๊อบส์ ดีบี (ประเทศไทย) จำกัด. (2562). *10 สายงานที่เป็นที่ต้องการในตลาดงานประจำปี 2562*. สืบค้น 27 กุมภาพันธ์ 2563, จาก https://www.Telecomlover.com/2019/03/14/jobdb

วารินทร์ สินสูงสุด. (2545). *ศิลปะการขาย* (พิมพ์ครั้งที่ 13). กรุงเทพมหานคร: สยามมิตรการพิมพ์.

พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตฺโต). (2549). *การเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน* (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพมหานคร: สุขภาพใจ.

กิ่งแก้ว พรอภิรักษสกุล. (2560). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานขายของบริษัทยาในประเทศไทย* (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด). มหาวิทยาลัยศรีปทุม. กรุงเทพฯ.