

พัฒนาการสื่อสารการขายของบุคลากรบริษัททุนกะตังเบสท์เซ็นเตอร์ โดยพุทธสันติวิธี*

The Development of Sales Communication for the Personnel
in Tunkatang Best Center Co., Ltd., by Buddhist Peaceful Means

¹พิมพ์ชญา บุญญชนะ และ พระปราโมทย์ วาทโกวิโท

¹Pimchaya Boonchana and Phra Pramote Vādakovidho

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

Graduate School, Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Thailand.

¹Corresponding Author's Email: pimchaya.boonchana@gmail.com



บทคัดย่อ

บทความวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ 1) เพื่อศึกษาวิเคราะห์สภาพปัญหา บริบท ความจำเป็น และแนวคิดทฤษฎีพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขายตามศาสตร์สมัยใหม่ 2) เพื่อศึกษาวิเคราะห์หลักพุทธสันติวิธีที่เอื้อต่อการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขายของบุคลากร 3) เพื่อพัฒนาและนำเสนอการสื่อสารเพื่อการขายของบุคลากรบริษัททุนกะตังเบสท์เซ็นเตอร์โดยพุทธสันติวิธี เป็นการวิจัยและพัฒนา (R&D) ตามกรอบของอริยสังฆโมเดลตามแนวทางของบันได 9 ขั้น กลุ่มประชากรในการวิจัยได้แก่ กลุ่มร่วมอบรมพัฒนา จำนวน 15 คน ประชากรกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์จำนวน 25 รูป/คน และผู้ทรงคุณวุฒิในการสนทนากลุ่มเพื่อรับรองกระบวนการพัฒนา จำนวน 10 รูป/คน รวม 50 รูป/คน เครื่องมือคือแบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา และวิเคราะห์แบบสามเส้า คือมีความสอดคล้องสมบูรณ์ของเนื้อหา ประเด็นสัมภาษณ์และตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า 1. สภาพปัญหาของการสื่อสารการขายของบุคลากรบริษัททุนกะตังเบสท์เซ็นเตอร์พบว่า 1) บุคลากรยังขาดเทคนิควิธีการสื่อสารที่เหมาะสมกับลูกค้า 2) บุคลากรขาดกระบวนการเทคนิคการขายอย่างมืออาชีพ 3) บุคลากรขาดการวิเคราะห์ลูกค้าและการบริการที่ดี 4) บุคลากรยังไม่มีแนวทางในการสื่อสารเพื่อการขายแบบพุทธสันติวิธี จึงมีความจำเป็นต่อการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขายสำหรับบุคลากรเพราะเป็นสภาพปัญหา มีการเปลี่ยนแปลงของสังคม โดยอาศัยแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารการขาย และสันติวิธี เข้ามาสนับสนุนการพัฒนา 2. หลักพุทธสันติวิธีที่เอื้อต่อกระบวนการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขายของบุคลากรบริษัททุนกะตังเบสท์เซ็นเตอร์โดยพุทธสันติวิธี พบว่า หลักสังคหัตถุธรรมเป็นหลักพุทธสันติวิธีในการนักขาย ประกอบด้วย แบ่งปันข้อมูล (ทาน) สื่อสารสันติ (ปิยวาจา) สงเคราะห์บริการ (อถลจริยา) วางตนต้นแบบ (สมานัตตตา) โดยมีหลักกัลยาณมิตรเป็นหลักสนับสนุนให้การสื่อสารเพื่อการขายมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น 3. การพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขายของบุคลากรบริษัททุนกะตังเบสท์เซ็นเตอร์โดยพุทธสันติวิธีมุ่งพัฒนา 2 มิติบูรณาการ ประกอบด้วย มิติทางโลก 1) ผู้ขาย 2) ข้อมูลการขาย 3) ช่องทางและวิธีการขาย 4) ลูกค้าซื้อ 5) เกิดสันติสุข และมิติทางพุทธสันติวิธี 1) แบ่งปัน 2) สื่อสารสันติ 3) สงเคราะห์บริการ 4) วางตนต้นแบบ 5) ประสานสัมพันธ์เครือข่าย นำเสนอโมเดลการพัฒนา S C S I P T Model ประกอบด้วย 1) S (Sales) พัฒนาด้านการเป็นนักขาย 2) C Communications พัฒนาด้านการสื่อสาร 3) S

Service พัฒนาด้านการบริการ 4) I Inner Peace พัฒนาด้านสันติภายใน 5) P Peaceful Means พัฒนาด้านพุทธสันติวิธี 6) T Team Work พัฒนาด้านการทำงานเป็นทีม

คำสำคัญ: การสื่อสาร; การขาย; พุทธสันติวิธี

Abstract

These are the main purposes of this research article; 1) to study and analyze problems, contexts, necessities, and theoretical concepts of communication development for sales according to modern science; 2) to study and analyze Buddhist peaceful methods conducive to the development of sales communication among personnel.; 3) to develop and present communications for sales of personnel of Tunkatang Best Center Co., Ltd., by Buddhist peace means, this is a research and development (R&D) following the framework of the nine stages ladder research method was applied to this research. The research population consisted of 15 participants in the development training group, 25 interviewees in the interview group, and 10 experts in the development process certification group, totaling 50. Research tools are Interview forms, analyzed by content analysis techniques and triangular analysis to consider the consistency of the contents, interview topics, and macing with research objectives.

The research results were found that: 1. Problems of sales communication of Tunkatang Best Center Co., Ltd., are 1) Personnel still lack techniques and methods of communicating appropriately with customers; 2) Personnel lack professional sales techniques; 3) Personnel lack customer analysis and good service; 4) Personnel does not have a way to communicate for sales according to Buddhist peace means, however, it is necessary to develop sales communication for personnel due to social change problems and this will based on the theoretical concepts of sales communication, and Buddhist peace means to support the development; 2. The principles of Buddhist peaceful means that facilitate the development process of communication for sales of personnel of Tunkatang Best Center Co., Ltd., by Buddhist peaceful means was found that the Four Bases of Social Solidarity (*Saṅgha-vatthu*) is a principle of Buddhist peaceful means in support of sales, as follows; 1) Sharing Information (*Dāna*); 2) Peace Communication (*Piyavāḍā*); 3) Charitable of Service (*Atthacariyā*); 4) Being a good role model (*Samānattatā*) in according with the principle of noble friends as the main support for more complete sales communications; 3. The development of communications for sales of personnel of Tunkatang Best Center Co., Ltd., by Buddhist peace means that aims to develop two integrated dimensions, consisting of 1) worldly dimension, which includes (1) Seller, (2) Sales Information, (3) Sales channels and methods, (4) Customers purchases, (5) peace and dimensions of the Buddhist peaceful means, which include 1) Sharing, 2) Peace Communication, 3) Welfare services, 4) Setting oneself as a role model, 5) Coordinating network relations. The SCSIPT Development Model is presented, which consists of: 1) S refers to Salesperson Development; 2) C refers to Communication

Development; 3) S refers to Service Development; 4) I refers to Inner Peace Development; 5) P refers to Peaceful Means Development; and 6) T refers to Team Work Development.

Keywords: Communication; Sales; Buddhist Peaceful Means

บทนำ

มนุษย์เป็นตัวตั้งของการพัฒนาดังกล่าวที่ว่า “พัฒนาชาติเริ่มต้นที่ประชาชน พัฒนาคนให้เริ่มที่ใจ จะพัฒนาอะไรให้เริ่มที่ตัวเราก่อน” พระพุทธศาสนาจึงเรียกว่าการพัฒนาว่า “ภาวนา” หมายถึงการพัฒนา มนุษย์แบบองค์รวมโดยไม่มีการแยกส่วนในการพัฒนามนุษย์ โดยมนุษย์ควรได้รับการพัฒนาให้ครบทั้งสี่ด้าน ประกอบด้วย พัฒนาด้านกาย พัฒนาด้านสังคม พัฒนาด้านจิตใจ และพัฒนาด้านสติปัญญาในการแก้ปัญหา (Phrabrahmabandit (Prayoon Dhammachitto), 2019) นักขายจะต้องจึงมีความจำเป็นจะต้องเข้าใจตน และเข้าใจคนผ่านผู้นำ 4 ทิศ โดยทิศหลักเป็นประตูสู่การรู้จักตนเอง เป็นการทำความเข้าใจไม่ใช่เพื่อตัดสิน ผ่านการพูดคุยโดยมองถึง “จุดแข็ง ข้อจำกัด ความเชื่อ คุณค่า และจุดเปราะบาง” (Phramahahansa Dhammamahaso (Nithibunyakorn), 2004) การสื่อสารทำให้พระพุทธศาสนาเกิดขึ้นและดำเนินไปเปรียบ เหมือนงล้อเกวียนที่เริ่มหมุนไปด้วยกำลังคือการสื่อสาร กล่าวได้ว่าพระพุทธองค์ใช้การสื่อสารเป็นยุทธศาสตร์ ในการประกาศพระศาสนาเป็นยุทธศาสตร์แรกภายหลังจากตรัสรู้ และทรงทำสำเร็จอย่างงดงาม การสื่อสาร นั้นทำให้ปัญจวัคคีย์ได้ดวงตาเห็นธรรมคือการเปลี่ยนแปลงครั้งยิ่งใหญ่ได้เกิดขึ้นกับทั้งปัจเจกบุคคลและ โลกโดยรวม พระพุทธเจ้าในฐานะนักเทศศาสตร์ พระองค์มีคุณสมบัติหนึ่งคือ วาจาสุภาสิต พระพุทธองค์ ตรัสว่าวาจาประกอบด้วยองค์ 5 ประการ เป็นวาจาสุภาสิต ไม่เป็นวาจาทุภาสิต เป็นวาจาไม่มีโทษ และ ท่านผู้รู้ไม่ติเตียนได้แก่ พูดถูกกาล พูดคำจริง พูดคำอ่อนหวาน พูดคำประกอบด้วยประโยชน์ พูดด้วยเมตตาจิต โดยมีองค์ประกอบที่เป็นคุณลักษณะ 4 ประการ ประกอบด้วย 1) สันทิสสนา (Elucidation and Verification) หมายถึง ชี้แจงให้เห็นชัด 2) สมาทปนา (Incitement to Take Upon Oneself, Inspiration towards the Goal) หมายถึง ชวนใจให้อยากรับเอาไป 3) สมุตเตชนา (Urging; Encouragement; Animation; Filling with Enthusiasm) หมายถึง เร้าใจให้อาจหาญแกล้วกล้า 4) สัมปหังสนา (Gladdening; Exhilaration; Filling with Delight and Joy) หมายถึง ปลอดภัยโลมใจให้สดชื่นร่าเริง สามารถสรุปให้ง่ายคือ แจ่มแจ่ม จูงใจ แกล้วกล้า ร่าเริง หรือ ชี้ให้เห็นชัด ชวนให้ปฏิบัติ เร้าให้กล้า ปลอดภัยให้ร่าเริง (Kanpai, 2019)

โดยการสื่อสารช่วยให้เราเข้าถึงความกรุณา สร้างความเข้าใจในตัวเองและผู้อื่นได้อย่างลึกซึ้งนำไปสู่ การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้อื่น และเปลี่ยนความขัดแย้งให้เป็นความเข้าใจ ความร่วมมือ และพลัง สร้างสรรค์ หัวข้อการสื่อสารให้ผู้อื่นรับรู้อย่างจริงจัง ว่าในการสื่อสารให้ผู้อื่นรับรู้ถึงความรู้สึกและ ความต้องการของเรา การสื่อสารอย่างสันติเสนอให้ใช้องค์ประกอบ 4 ประการ เพื่อช่วยให้การสื่อสารของเรา ชัดเจน สื่อถึงความต้องการอย่างแท้จริงและเป็นไปอย่างสันติ องค์ประกอบทั้งสี่นี้เป็นเพียงแนวทางเท่านั้น ในการสื่อสารจริงไม่จำเป็นต้องพูดตามขั้นตอน สามารถประยุกต์ใช้ได้ตามความเหมาะสมกับสถานการณ์และ ตามความถนัด องค์ประกอบ 4 ประการของการสื่อสารอย่างสันติ ประกอบด้วย 1) การสังเกต 2) ความรู้สึก 3) ความต้องการ 4) การขอร้อง (Chotisakulrat, and Maneekhao, 2016)

โดยมองว่าพระพุทธเจ้าอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการเผยแผ่พระธรรมคำสั่งสอนทำให้ ธรรมจักรเริ่มหมุนครั้งแรกในวันอาสาฬหบูชา พระธรรมคำสั่งสอนของพระพุทธเจ้าสว่างรุ่งเรืองเปรียบเหมือน ดวงประทีปไปทั่วโลก พระพุทธเจ้าตรัสหนทางแห่งสันติสุข ด้วยการให้เราเดินตามทางของอริยมรรคมีองค์ 8 เริ่มต้นจากสัมมาทิฐิ เป็นทางไปสู่สันติสุข หรือ เป็นการขายสินค้าของพระองค์ให้ผู้คนสนใจ ซึ่งพระพุทธเจ้า

พระองค์เป็นนักสื่อสารธรรมที่สุดยอดเยี่ยมที่สุด ถือว่าเป็นนักนิเทศศาสตร์คนแรกของโลกเพื่อสร้างสันติสุขในสังคมโลก หลักการสื่อสารของพระองค์ประกอบด้วย “จริง ไพเราะ เหมาะกาล สามัคคี มีประโยชน์ ประกอบด้วยเมตตา” ซึ่งสอดคล้องกับการสื่อสารตามแนวทางของตะวันตก ประกอบด้วย S-M-C-R และพระองค์ทรงย้ำมากในการสื่อสารว่า การสื่อสารธรรมต้อง “ไม่พูดร้ายใคร ไม่ทำร้ายใคร” ถือว่าเป็นการสื่อสารที่ไม่เบียดเบียนเพื่อนมนุษย์ พระองค์จึงเป็นบุคคลสันติภาพคนแรกของโลก ซึ่งในวันอาสาฬหบูชาจึงเป็นวันสื่อสารธรรมของพระพุทธเจ้า

งานขายจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง ภายใต้คำว่า “ขายตนเองให้ได้ก่อนขายสินค้า” จึงมีการพัฒนาศักยภาพสมัยใหม่ที่มุ่งเปลี่ยนแปลงศักยภาพบุคคลเพื่อความต้องการ “งาน เงิน สุขภาพ จิตวิญญาณ ความสัมพันธ์กับคนรอบข้าง” โดยมนุษย์ทุกคนล้วนมีความต้องการความสำเร็จ จึงมุ่งหาเครื่องมือในการพัฒนา เช่น NLP เป็นคำที่ใช้ในนักจิตวิทยา นักพัฒนาศักยภาพ นักขาย นักการตลาด นักพูดโน้มน้าวใจ เพราะมนุษย์รับรู้สิ่งต่างๆ รอบตัวผ่านตา หู จมูก ลิ้น และการสัมผัส แล้วแปลความหมายผ่านกระบวนการคิดเป็นการคิดโดยจิตสำนึกและจิตใต้สำนึกกระบวนการคิดจะไปกระตุ้นระบบประสาทสมองทำงานก่อให้เกิดการแสดงทางอารมณ์และพฤติกรรม พระพุทธเจ้าให้ะวังทางตา หู จมูก ลิ้นกาย ใจ สัมผัส เมื่อมีสิ่งใดมากระทบต้องรู้เท่าทัน ที่จะแสดงออกทางอารมณ์หรือพฤติกรรม ถ้าไม่ระวังขาดสติอาจนำไปสู่พฤติกรรมอารมณ์เชิงลบ NLP จึงเป็นวิธีการที่มนุษย์ใช้ภาษาเป็นเครื่องมือในการตอบสนองเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เป็นการใช้ภาษาที่สื่อความไปยังตัวเองและบุคคลอื่น ศาสตร์เอ็นแอลพีค้นพบว่า “ถ้อยคำที่คุณคิดและพูดมีผลต่อพฤติกรรมของเราโดยตรง” จึงเห็นได้ว่าพระพุทธเจ้าจึงมีเครื่องมือการฝึกจิตด้วยวิปัสสนากรรมฐาน เพราะสุขอื่นยิ่งกว่าความสงบไม่มี พระองค์ให้ความสำคัญด้านภายในของมนุษย์ เพราะจิตเป็นอย่างไรพฤติกรรมย่อมส่งผลออกมาอย่างนั้น NLP เป็นกระบวนการปลูกฝังวิธีคิด วิธีใช้ภาษาเพื่อสร้างสภาวะจิตและรูปแบบการคิดใหม่ที่ทรงพลัง ส่งผลต่อการแสดงทางร่างกาย ก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่สุดยอด ทุกด้านของชีวิต พระพุทธเจ้าสร้างให้เราตระหนักรู้ผ่านกระบวนการของโยนิโสมนสิการ เป็นการพิจารณาโดยมีสติใคร่ครวญเรื่องราวของชีวิต

จากการลงพื้นที่สัมภาษณ์และสนทนากับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยบริษัท ตุนกะตั้ง เบสท์ เซ็นเตอร์ จำกัด ดำเนินธุรกิจด้านการขายรถมือสอง มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 จวบจนปี พ.ศ. 2565 รวม 8 ปี เริ่มขยายสาขามากขึ้น ผู้วิจัยจึงพบสภาพปัญหาว่าบุคลากรยังขาดเทคนิควิธีการสื่อสารที่เหมาะสมกับลูกค้าขาดกระบวนการเทคนิคการขายอย่างมืออาชีพ และยังไม่มีความรู้ในการสื่อสารเพื่อการขายแบบพุทธสันติวิธี ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขายของบุคลากรบริษัทตุนกะตั้งเบสท์เซ็นเตอร์โดยพุทธสันติวิธี ซึ่งผู้วิจัยมุ่งศึกษาวิเคราะห์สภาพปัญหา บริบท ความจำเป็น และแนวคิดทฤษฎีพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขายตามศาสตร์สมัยใหม่ และวิเคราะห์หลักพุทธสันติวิธีที่เอื้อต่อการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขายของบุคลากรโดยพุทธสันติวิธี เพื่อพัฒนาบุคลากรให้มีความเข้าใจด้านการสื่อสารเพื่อการขายที่มีประสิทธิภาพอันจะเกิดประโยชน์ต่อนักขาย องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการขาย โดยมุ่งการสื่อสารเพื่อการขายที่บูรณาการกับหลักพุทธสันติวิธีเพราะศิลปะวิธีเปลี่ยนใจผู้ที่สื่อสารด้วยให้มีศรัทธาต่อพระองค์ เรียกว่า “ศิลปะวิธีในการทลายกำแพง” ซึ่งแบ่งออกเป็นสองส่วนคือ ศิลปะวิธีในการทลายกำแพงกันความศรัทธา ประกอบด้วย การวิเคราะห์ผู้ฟังอย่างลึกซึ้ง การเลือกสรรศิลปะวิธีในการสื่อสารอย่างผสมผสานให้เหมาะสมเป็นรายบุคคล และการประเมินผล การปรับเปลี่ยนศิลปะวิธีอยู่ตลอดเวลา ซึ่งการทลายกำแพงนี้เป็นกระบวนการทางศรัทธาศิลปะวิธีในการทลายกำแพงกันการพินทุข์ ประกอบด้วย 3 ขั้นตอนคือ การประเมินหาจังหวะเวลาที่ผู้ฟังมีอินทรีย์เหมาะสมที่จะรับเนื้อหาธรรมที่เข้มข้น ซึ่งการทลายกำแพงนี้เป็นกระบวนการทางปัญญา การนำศิลปะวิธีในการทลายกำแพง ไปใช้จริงในยุคปัจจุบัน แบ่งระดับความรู้ที่ได้จากงานวิจัยนี้ เป็นสองระดับ คือ

จิตตมยปัญญา (ปัญญาที่เกิดจากการคิด) สุตมยปัญญา (ปัญญาที่เกิดจากการฟัง) แต่ผู้สนใจที่จะนำไปใช้จะต้องพัฒนาทักษะการสื่อสารด้านในของตนคือ ภาวนามยปัญญา (ปัญญาที่เกิดจากการอบรม (Wiriyanon, 2013))

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาวิเคราะห์สภาพปัญหา บริบท ความจำเป็น และแนวคิดทฤษฎีพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขยายตามศาสตร์สมัยใหม่
2. เพื่อศึกษาวิเคราะห์หลักพุทธสันติวิธีที่เอื้อต่อการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขยายของบุคลากร
3. เพื่อพัฒนาและนำเสนอการสื่อสารเพื่อการขยายของบุคลากรบริษัททุนกะตั้งเบสท์เซ็นเตอร์โดยพุทธสันติวิธี

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการเชิงเอกสาร และการศึกษาแบบมีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์เชิงลึกร่วมกับการสนทนากลุ่ม มีขั้นตอนการดำเนินการตามลำดับดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาเชิงเอกสาร (Documentary Research)

รวบรวมข้อมูลจาก หนังสือ รายงานการวิจัย รายงานการประชุม ภาพถ่าย เอกสารแสดงความสัมพันธ์ที่แสดงให้เห็นถึงสภาพปัญหา บริบท ความจำเป็น ของบุคคล ชุมชน องค์กร และสังคมก่อนดำเนินการ โดยผู้วิจัยได้ศึกษาสภาพปัญหาของบุคลากร บริบทขององค์กร ความจำเป็นของการพัฒนา โดยสอดคล้องกับอริยสัจโมเดลในประเด็นหัวข้อ “ทุกข์” ซึ่งเป็นประเด็นปัญหาของกลุ่มเป้าหมายที่ผู้วิจัยจะศึกษาและพัฒนา ดังนี้

(1) รวบรวมเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำการดำเนินการได้มา ศึกษาวิเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และถอดแบบอย่างของความสำเร็จหรือกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการพัฒนา โดยผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับกระบวนการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขยายตามศาสตร์สมัยใหม่ประกอบด้วย แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนา การพัฒนาสื่อสาร พัฒนาการขยาย โดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ของการวิจัย ในบทที่ 2 โดยมีประชากรและกลุ่มตัวอย่างหรือผู้ให้ข้อมูล การสร้างและพัฒนาเครื่องมือการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูล

(2) ศึกษาวิเคราะห์หลักพุทธสันติวิธีที่เอื้อต่อการพัฒนาโดยผู้วิจัยมุ่งศึกษาหลักสังคหวัตถุ 4 หลักธรรมที่เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวหัวใจของผู้อื่น ผูกไมตรี เอื้อเฟื้อ เกื้อกูล ประกอบด้วย 1) ทาน แบ่งปันข้อมูลที่ถูกต้อง 2) ปิยวาจาสื่อสารสันติวิธี 3) อตถจริยา สงเคราะห์บริการด้วยหัวใจ และ 4) สมานัตตา วางตนเหมาะสม ในฐานะนักขยาย เป็นหลักพุทธสันติวิธีในการวิจัยในครั้งนี้ ถือว่าหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาที่สนับสนุนที่เอื้อต่อการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขยายตามแนวทางพระพุทธศาสนาในพระไตรปิฎกฉบับมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยนำมาบูรณาการในการพัฒนาในครั้งนี้ โดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ของการวิจัย ในบทที่ 2 โดยมีประชากรและกลุ่มตัวอย่างหรือผู้ให้ข้อมูล การสร้างและพัฒนาเครื่องมือการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาในภาคสนาม (Field Study)

(1) ศึกษาข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์ จัดเวทีระดมสมอง สันติสนทนา ด้วยการลงพื้นที่และออนไลน์แบบกลุ่มและเดี่ยวกับบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับการพัฒนา โดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ของการวิจัย

ในบทที่ 2 โดยมีประชากรและกลุ่มตัวอย่างหรือผู้ให้ข้อมูล การสร้างและพัฒนาเครื่องมือการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูล

(2) บูรณาการพุทธสันติวิธีกับศาสตร์สมัยใหม่ให้เหมาะสมกับสภาพปัญหา บริบท และความจำเป็น โดยผู้วิจัยได้มีการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ทรงคุณวุฒิผู้เชี่ยวชาญ จัดเวทีสนทนา ผู้วิจัยนำข้อมูลจากการศึกษาจากเอกสารทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขยายมาสังเคราะห์ผ่านการบูรณาการตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ของการวิจัย ในบทที่ 4 โดยมีประชากรและกลุ่มตัวอย่างหรือผู้ให้ข้อมูล การสร้างและพัฒนาเครื่องมือการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูล

(3) สร้างกระบวนการสร้างหลักสูตรโดยผู้วิจัยได้ร่างขั้นตอนการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขยายแล้วนำไปทดลองก่อนทดลอง มีการประเมินผลหลักสูตรการพัฒนาเพื่อนำไปปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น จากนั้นผู้วิจัยได้นำไปสู่การสนทนากลุ่มเฉพาะเพื่อให้ผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญสะท้อนเพื่อการพัฒนาและรับรองกระบวนการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขยายของบุคลากรโดยพุทธสันติวิธี โดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ของการวิจัย ในบทที่ 4 โดยมีประชากรและกลุ่มตัวอย่างหรือผู้ให้ข้อมูล การสร้างและพัฒนาเครื่องมือการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูล

(4) พัฒนากลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยได้มีการพัฒนาบุคลากรด้านการสื่อสารเพื่อการขยาย กลุ่มเป้าหมายจริงจำนวน 15 คน ระยะเวลา 2 วัน ณ โรงแรมทาวอินทาวน์ เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีการประเมินกลุ่มเป้าหมายก่อนและหลังการฝึกอบรม โดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ของการวิจัย ในบทที่ 4 โดยมีประชากรและกลุ่มตัวอย่างหรือผู้ให้ข้อมูล การสร้างและพัฒนาเครื่องมือการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูล

(5) ประเมินผลการพัฒนา ผู้วิจัยมีการประเมินผลความพึงพอใจก่อนและหลังการฝึกอบรม ประเมินผลพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย และประเมินกระบวนการฝึกอบรมตามหลักสูตรการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขยายของบุคลากรโดยพุทธสันติวิธี พร้อมประเมินผลการนำไปบูรณาการใช้จริงในพื้นที่ ผ่านการสัมภาษณ์ การระดมสมอง การสนทนา โดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ของการวิจัย ในบทที่ 4 โดยมีประชากรและกลุ่มตัวอย่างหรือผู้ให้ข้อมูล การสร้างและพัฒนาเครื่องมือการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูล

(6) นำเสนอองค์ความรู้ใหม่ (Body of Knowledge) ผลลัพธ์ และสันติวัฒนธรรม ผู้วิจัยนำเสนอองค์ความรู้ใหม่เป็น Model เป็นหลักสูตรการพัฒนาโดยมุ่งสู่การพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขยายของบุคลากรโดยพุทธสันติวิธี เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาระดับการขยายอย่างมืออาชีพ และสามารถนำไปใช้เป็นประโยชน์ต่อนักขยาย องค์การเกี่ยวกับการขยาย โดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ของการวิจัย ในบทที่ 4 โดยมีประชากรและกลุ่มตัวอย่างหรือผู้ให้ข้อมูล การสร้างและพัฒนาเครื่องมือการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูล

(7) กระบวนการติดตาม รักษา และพัฒนาต่อยอดให้เกิดการพัฒนา โดยผู้วิจัยมีการเครือข่ายนักขานักสื่อสารโดยพุทธสันติวิธี ในการติดตามผลโดยมีการส่งเสริม พัฒนาต่อยอด มีการต่อยอดยกระดับการเรียนรู้จากหลักสูตรระดับสั้น สู่หลักสูตรระกลาง และหลักสูตรระดับสูงต่อไป โดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ของการวิจัย โดยมีประชากรและกลุ่มตัวอย่างหรือผู้ให้ข้อมูล การสร้างและพัฒนาเครื่องมือการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปผลการศึกษาวิจัยและนำเสนอข้อเสนอแนะ

ขั้นตอนที่ 3 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant)

โดยมีประชากรและกลุ่มตัวอย่างหรือผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ กลุ่มประชากรพัฒนา จำนวน 15 คน โดย ประชากรกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์จำนวน 25 รูป/คน และผู้ทรงคุณวุฒิในการสนทนากลุ่มเพื่อรับรองกระบวนการพัฒนา จำนวน 10 รูป/คน รวม 50 รูป/คน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้แก่พนักงานขายของบริษัททุนกะดั่งเบสท์เซ็นเตอร์ มีเกณฑ์การคัดเลือกจากคุณสมบัติดังนี้

- (1) เป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องกับงานขายของบริษัททุนกะดั่งเบสท์เซ็นเตอร์
- (2) เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานสายงานด้านการขายไม่น้อยกว่า 3 ปี
- (3) เป็นผู้ที่มีความยินดีเข้าร่วมกิจกรรมและการวิจัยโดยสมัครใจ

ขั้นตอนที่ 4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ สมุดบันทึกกิจกรรม เครื่องมือบันทึกภาพ วีดีโอ และเอกสารชี้แจงการวิจัย

ขั้นตอนที่ 5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลทำโดยนักวิจัยและผู้ช่วย โดยชี้แจงวัตถุประสงค์ในการวิจัย สอบถามความสมัครใจของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ทำการสัมภาษณ์โดยคำถามจากแบบสัมภาษณ์ และมีการจดบันทึกข้อมูล เก็บรวบรวมภาพถ่ายและวีดีโอ การทำกิจกรรม

ขั้นตอนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการวิเคราะห์ประเด็นสำคัญเชิงเนื้อหา (Content Analysis) และแยกประเด็นที่สำคัญ มีการวิเคราะห์โดยพิจารณา ถึงความสมบูรณ์ของข้อมูล เนื้อหาสาระ และมีความสอดคล้องตรงประเด็นกับวัตถุประสงค์เป็นสำคัญ

ขั้นตอนที่ 7 การนำเสนอผลการศึกษาวิจัย

การนำเสนอผลการศึกษาวิจัยทำโดยเมื่อวิเคราะห์ข้อมูล ได้ข้อสรุปนำเสนอและแสดงในรูปแบบตาราง ภาพจำลอง และการเขียนบรรยายเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาวิเคราะห์สภาพปัญหา บริบท ความจำเป็น และแนวคิดทฤษฎีพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขายตามศาสตร์สมัยใหม่ ผลการวิจัยพบว่าผู้วิจัยพบว่า นักขายจะต้องยึดหลักการสื่อสารของ เดวิด เบอร์โล ประกอบด้วย S-M-C-R-E โดยอธิบายความว่า S คือ Sender เป็นผู้ส่งสาร หมายถึง นักขาย M คือ Message เป็นสารหมายถึง เนื้อหาสาระเรื่องราวที่นักขายถ่ายทอดให้แก่ลูกค้า C คือ Channel เป็นสื่อช่องทาง หมายถึง ช่องทางวิธีการในการขายอย่างมีอาชีพ R คือ Receiver เป็นผู้รับสาร หมายถึง ลูกค้าเกิดความพึงพอใจเกิดการตัดสินใจซื้อ และ E คือ Effect เป็นปฏิกิริยาตอบสนอง หมายถึง การซื้อซ้ำและบอกต่อเกิดเครือข่ายการขายและการซื้อ

สามารถบูรณาการเกี่ยวกับการขายเป็นกิจกรรมที่ทุกคนต้องเกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน เช่น ในการสนทนาแลกเปลี่ยน ความคิดเห็น การสร้างความเข้าใจในหมู่เพื่อนฝูง การอยู่ในสังคมโดยธุรกิจการขายเป็นส่วนสำคัญในการช่วยเหลือ ชักจูงใจให้ผู้บริโภคมีความสนใจใน สินค้า เช่น การให้บริการการชักจูงใจการให้ความช่วยเหลือร่วมมือการสร้างความพึงพอใจการขาย การขายโดยพนักงานขายเป็นสิ่งจำเป็นที่ช่วย ผลักดันให้ลูกค้าใช้สินค้าใหม่ เพื่อยอดขายและให้ลูกค้าได้รู้ถึงตราสินค้าของบริษัท การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling) คือรูปแบบของการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล บุคคลต่อบุคคล (Person-to-person communication) ที่พนักงานขาย (Salesperson) ให้ความพยายาม ในการกระตุ้นให้ผู้ซื้อทำการซื้อสินค้า

การขายโดยพนักงานขาย เป็นกระบวนการติดต่อสื่อสารสองทาง (Two-way communication process) พนักงานขาย เดิมมาจากคำว่า Salesman หรือ Sales person แต่ในปัจจุบันต่างประเทศนิยมใช้คำว่า Sales representative หมายถึง ตัวแทนขายหรือพนักงาน โดยสังเคราะห์ผ่านแนวคิดทฤษฎีเป็น “ผู้ขาย ข้อมูล สินค้า ช่องทางวิธีการสื่อสาร ลูกค้าซื้อ และเกิดสันติสุข”

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาวิเคราะห์หลักพุทธสันติวิธีที่เอื้อต่อการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขายของบุคลากร ผลการวิจัยพบว่าหลักพุทธสันติวิธีที่เอื้อต่อกระบวนการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขายของบุคลากร บริษัททุนกะตั้งเบสท์เซ็นเตอร์โดยพุทธสันติวิธี” จากสภาพปัญหาของกลุ่มเป้าหมายผู้วิจัยจึงเลือกใช้หลักพุทธสันติวิธีที่จะเอื้อต่อกระบวนการพัฒนาพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขายของบุคลากรบริษัททุนกะตั้งเบสท์เซ็นเตอร์ จึงใช้หลักพุทธสันติวิธี ประกอบด้วย สังคหวัตถุ 4 (The Pali Tipitaka in Roman Character Volume 21) เป็นธรรมเครื่องยึดเหนี่ยว คือยึดเหนี่ยวใจบุคคล และประสานหมู่ชนไว้ในสามัคคี, หลักการสงเคราะห์ ประกอบด้วย 1) ทาน (การให้ คือ เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เสียสละ แบ่งปัน ช่วยเหลือกันด้วยสิ่งของตลอดถึงให้ความรู้และแนะนำสั่งสอน 2) ปิยวาจา หรือ เปยยวัชชะ (วาจาเป็นที่รัก วาจาพูดดีมีน้ำใจ หรือวาจาซาบซึ้งใจ คือกล่าวคำสุภาพไพเราะอ่อนหวานสมานสามัคคี ให้เกิดไมตรีและความรักใคร่นับถือ ตลอดถึงคำแสดงประโยชน์ประกอบด้วยเหตุผลเป็นหลักฐานจูงใจให้นิยมยอมตาม 3) อัถลจริยา (การประพฤติประโยชน์ คือ ขวนขวายช่วยเหลือกิจการ บำเพ็ญสาธารณประโยชน์ ตลอดถึงช่วยแก้ไขปรับปรุงส่งเสริมในทางจริยธรรม 4) สมานัตตตา ทำตนเสมอด้วยปลาย ปฏิบัติสม่ำเสมอในชนทั้งหลาย และเสมอในสุขทุกข์โดยรวมรับรู้อารมณ์ร่วมแก้ไข ตลอดถึงวางตนเหมาะสมแก่ฐานะ ภาวะ บุคคล เหตุการณ์และสิ่งแวดล้อม ถูกต้องตามธรรมในแต่ละกรณี โดยผู้วิจัยได้บูรณาการหลักพุทธสันติวิธี ใช้เป็นภาษาการสื่อสารประกอบด้วย “แบ่งปันข้อมูล สื่อสารสันติ สงเคราะห์บริการ วางตนต้นแบบ ประสานสัมพันธ์เครือข่าย”

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อพัฒนาและนำเสนอการสื่อสารเพื่อการขายของบุคลากรบริษัททุนกะตั้งเบสท์เซ็นเตอร์โดยพุทธสันติวิธี ผลการวิจัยพบว่าผู้วิจัยพบว่า การพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขายโดยพุทธสันติวิธี ตามบันไดวิจัยขั้นที่ 8 เป็นการนำเสนอองค์ความรู้ใหม่ (Body of Knowledge) ผลลัพธ์ และสันตินวัตกรรม ผู้วิจัยจึงนำเสนอองค์ความรู้ใหม่เป็น Model การพัฒนาโดยมุ่งสู่การพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขายของบุคลากรบริษัททุนกะตั้งเบสท์เซ็นเตอร์โดยพุทธสันติวิธี โดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ของการวิจัย จึงนำเสนอองค์ความรู้ใหม่เป็น “SCSIPT Model” หรือ โมเดล สื่อสารเพื่อการขาย

องค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้ใหม่ของการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขายของบุคลากรบริษัททุนกะตั้งเบสท์เซ็นเตอร์ โดยพุทธสันติวิธี โดยผู้วิจัยศึกษาตามแนวนับได้ 9 ชั้น ค้นพบว่า การพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขายของบุคลากรจะต้องพัฒนา 2 มิติบูรณาการ ประกอบด้วย มิติทางโลก 1) ผู้ขาย 2) ข้อมูลการขาย 3) ช่องทางและวิธีการขาย 4) ลูกค้าซื้อ 5) เกิดสันติสุข และมิติทางพุทธสันติวิธี 1) แบ่งปัน 2) สื่อสารสันติ 3) สงเคราะห์บริการ 4) วางตนต้นแบบ 5) ประสานสัมพันธ์เครือข่าย ถือว่าเป็นการสังเคราะห์จากการเก็บข้อมูลวิจัยอย่างเป็นระบบ อธิบายว่า

1) **ผู้ขาย-แบ่งปัน** นักขายจะต้องสื่อสารแบ่งปันข้อมูลสินค้าคือกรณีมือสอง โดยให้ข้อมูลลูกค้าที่เป็นความจริงไม่มีวาระเงื่อนไขใดๆ ถือว่าเป็นหลักการให้ด้วยความบริสุทธิ์ใจ นักขายจะต้องเริ่มต้นจากการแบ่งปันที่เป็นจริง คุณลักษณะของการเป็นนักขายจะต้องให้ข้อมูลที่ถูกต้องเป็นความจริง

2) **ข้อมูลการขาย-สื่อสารอย่างสันติ** นักขายจะต้องสื่อสารอย่างสันติโดยใช้ฐานของปิยวาจาเป็นวาจาอันเป็นที่รัก โดยการสื่อสารมีความจริง ไพเราะ เหมาะแก่กาล ประสานสามัคคี มีประโยชน์

ประกอบด้วยเมตตา เป็นการสื่อสารที่เข้าใจความต้องการและความรู้สึกของลูกค้า โดยสื่อสารให้ข้อมูลลูกค้า ด้วยความจริงใจ

3) ช่องทางและวิธีการขาย - สงเคราะห์บริการ นักขายจะต้องสงเคราะห์ลูกค้าผ่านการบริการ ให้เกิดความประทับใจ เพราะใช้ฐานของใส่ใจลูกค้าสุดกำลังใจ สอดรับกับคำว่า “สินค้าดีถ้าบริการดีไม่ดี สินค้า นั้นจะไม่ดีทันที” จะเห็นว่าการบริการเป็นฐานสำคัญของการเป็นนักขาย

4) ลูกค้าซื้อ - วางตนต้นแบบ นักขายจะต้องวางตนเป็นต้นแบบอย่างเสมอต้นเสมอปลาย เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้านำไปสู่การสร้าง ความพึงพอใจ เพราะการเป็นต้นแบบที่ดีของนักขาย เช่น การตรงต่อเวลา ปฏิบัติตามข้อสัญญาที่ได้ตกลงกันไว้ เป็นต้น

5) เกิดสันติสุข - ประสานสัมพันธ์เครือข่าย นักขายจะต้องเป็นนักประสานสัมพันธ์สร้างการ “รู้จัก รู้สึก รู้ใจ” เป็นเครือข่ายที่สร้างการซื้อซ้ำบอกต่อให้กับเครือข่าย นำมาซึ่งสันติสุขในองค์กรสร้างผลกำไร ที่เป็นเครือข่ายลูกค้าสัมพันธ์

โดยการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขายของบุคลากรบริษัททุนกะดั่งเบสท์เซ็นเตอร์โดยพุทธสันติวิธี ผู้วิจัยขอนำเสนอโมเดลการพัฒนา “SCSIPT Model” ประกอบด้วย

1) S (Sales) ด้านการเป็นนักขาย

การพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขายของบุคลากรบริษัททุนกะดั่งเบสท์เซ็นเตอร์โดยพุทธสันติวิธี จะต้องมุ่งพัฒนาด้านการเป็นนักขายอย่างมืออาชีพ มุ่งพัฒนาคุณลักษณะของการเป็นนักขายที่ดี มีความจริงใจ มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า สร้างการบริการที่ประทับใจ มีความสุขในการทำหน้าที่เป็นนักขาย โดยขายตนเอง ให้ได้ก่อนขายสินค้า

2) C (Communication) ด้านการสื่อสาร

การพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขายของบุคลากรบริษัททุนกะดั่งเบสท์เซ็นเตอร์โดยพุทธสันติวิธีจะต้องมุ่งพัฒนาการสื่อสารจากภายในของตนเองก่อนและพัฒนาการสื่อสารกับลูกค้า จึงต้องสื่อสารที่มีความจริงใจ ไพเราะ เหมาะแก่กาล ประสานสามัคคี มีประโยชน์ ประกอบด้วยเมตตา มุ่งการสื่อสารแบบสองทาง

3) S (Service) ด้านการบริการ

การพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขายของบุคลากรบริษัททุนกะดั่งเบสท์เซ็นเตอร์โดยพุทธสันติวิธีจะต้องมุ่งพัฒนาการบริการ เพราะสินค้าดีถ้าบริการไม่ดีสินค้านั้นไม่ดีทันที การบริการจึงต้องอาศัย 4 S ประกอบด้วย Smile Small Smooth Smart โดยการบริการเป็นฐานสำคัญของการรักษาไว้ซึ่งลูกค้าให้เกิด การซื้อและการซื้อซ้ำตลอดไป

4) I (Inner Peace) ด้านสันติภายใน

การพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขายของบุคลากรบริษัททุนกะดั่งเบสท์เซ็นเตอร์โดยพุทธสันติวิธีจะต้องมุ่งพัฒนาด้านสันติภายใน เพราะสุขอื่นยิ่งกว่าความสงบไม่มี ผู้ทำหน้าที่สื่อสารเพื่อการขายจะต้องพัฒนา สติเป็นฐาน โดยสามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ในการให้บริการลูกค้า โดยสติจะอยู่ทุกขณะที่กำลัง ขยาย สันติภายในจึงมีความเป็นอย่างยิ่ง

5) P (Peaceful Means) ด้านพุทธสันติวิธี

การพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขายของบุคลากรบริษัททุนกะดั่งเบสท์เซ็นเตอร์โดยพุทธสันติวิธีจะต้องมุ่งพัฒนาด้านหลักทางพระพุทธศาสนา โดยหลักของการสื่อสารเพื่อการขายจะต้องพัฒนาในหลักสังคหวัตถุ ธรรม ประกอบด้วย แบ่งปัน สื่อสารสันติ สงเคราะห์บริการ วางตนต้นแบบ โดยมีหลักของกัณฑ์มิตรและ สัมปยุตธรรมมาสนับสนุนในการเป็นนักขายมืออาชีพ

6) T (Team Work) ด้านการทำงานเป็นทีม

การพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขายของบุคลากรบริษัททุนกะดั่งเบสท์เซ็นเตอร์โดยพุทธสันติวิธีจะต้องมุ่งพัฒนาด้านการทำงานเป็นทีม เพราะทีมจะสร้างพลังในการสื่อสารเพื่อการขาย ซึ่งทีมไม่สามารถเกิดขึ้นจากคำสั่งแต่ทีมเกิดขึ้นจากใจของทุกคน ทีมนี้กลายเป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนการขายในยุคปัจจุบัน

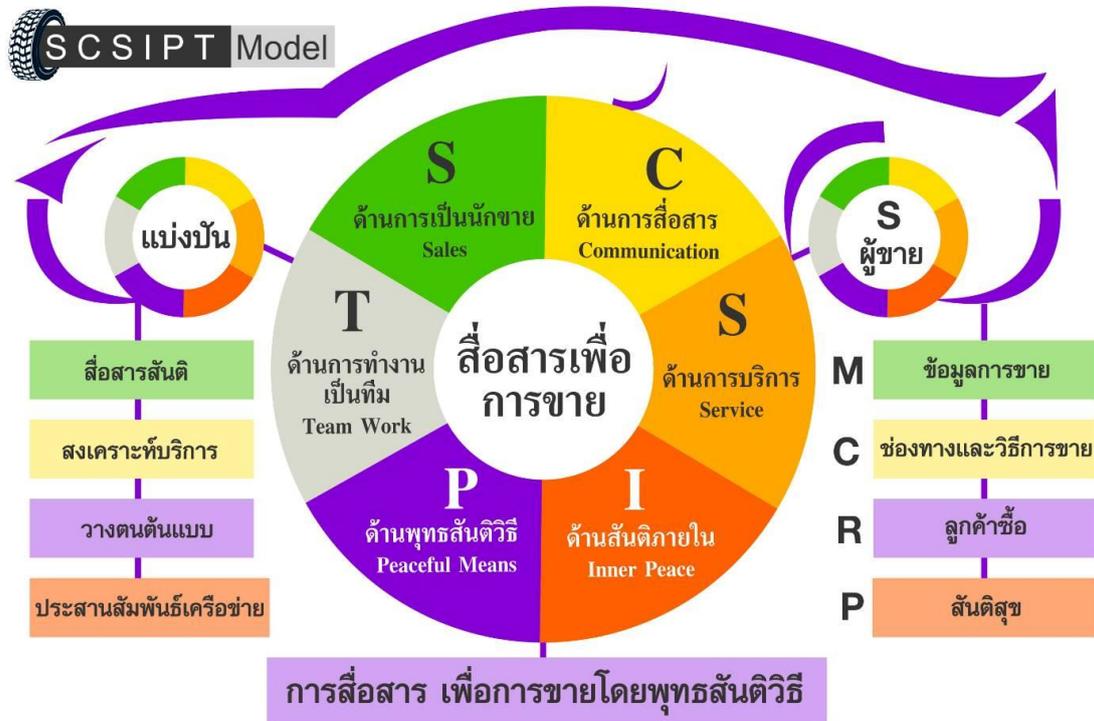


Figure 1: SCSIPT Model

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า สภาพปัญหาประกอบด้วย 1) บุคลากรยังขาดเทคนิควิธีการสื่อสารที่เหมาะสมกับลูกค้า 2) บุคลากรขาดกระบวนการเทคนิคการขายอย่างมืออาชีพ 3) บุคลากรขาดการวิเคราะห์ลูกค้าและการบริการที่ดี 4) บุคลากรยังไม่มีแนวทางในการสื่อสารเพื่อการขายแบบพุทธสันติวิธี โดยสภาพบริบทของ บริษัท ทุนกะดั่ง เบสท์ เซ็นเตอร์ จำกัด ดำเนินธุรกิจด้านการขายรถมือสอง มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 จวบจนปีนี้ พ.ศ. 2565 รวม 8 ปี เริ่มขยายสาขามากขึ้น โดยบริษัท ทุนกะดั่ง เบสท์เซ็นเตอร์ จำกัด ตั้งอยู่เลขที่ 3 ถนนรามคำแหง 118 แยก 23 แขวง/เขตสะพานสูงกรุงเทพ 10240 โดยบริษัทได้ดำเนินกิจการธุรกิจการขายรถยนต์มือสอง มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 จวบจนปัจจุบันนี้ พ.ศ. 2565 รวม 8 ปี ความจำเป็นของการพัฒนามองถึง Need ความจำเป็นของการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขายของบุคลากรบริษัททุนกะดั่งเบสท์เซ็นเตอร์โดยพุทธสันติวิธี เพราะมีประเด็นปัญหา มีความการเปลี่ยนแปลงของสังคม เป็นเชิงนโยบายสู่เป้าหมายที่มีความยั่งยืน จึงต้องสอดคล้องกับ Training Need หาความจำเป็นของการกระบวนการพัฒนาเป็นเส้นทางการพัฒนา Training and Development Model กระบวนการในการวิเคราะห์ความจำเป็นในการพัฒนาฝึกอบรม การวิเคราะห์กำหนดความจำเป็นในการพัฒนาและฝึกอบรม การจัดทำหลักสูตรพัฒนาและฝึกอบรมบนพื้นฐานของผลการวิเคราะห์ความจำเป็นในการพัฒนา

หลักการจัดอันดับความสำคัญของหัวข้อการพัฒนาฝึกอบรม วัตถุประสงค์ของการจัดทำเส้นทางการฝึกอบรม (Training Road Map) กระบวนการจัดทำ Training Road Map การจัดทำแผนฝึกอบรมในรูปแบบ Road Map การออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในการประเมินสัมฤทธิ์ผลการฝึกอบรม และการเขียนโครงการ ดังนั้น การพัฒนาการฝึกอบรมต้องมี Needs การพัฒนาบุคลากรต้องมี Needs หรือเราจะนิยมใช้คำว่า “Training Needs ความจำเป็นในการฝึกอบรม หรือ T-N” อันหมายถึงความต้องการในการพัฒนาและฝึกอบรม ต้องค้นหา Training Needs ก่อนพัฒนากลุ่มเป้าหมาย จึงมีแนวคิดทฤษฎีพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขาย ตามศาสตร์สมัยใหม่ประกอบด้วย การสื่อสาร และการขายในยุคปัจจุบัน สอดรับกับ ไพรินทร์ โชติสกุลรัตน์ และ นริศ มณีขาว (Chotisakulrat, and Maneekhao, 2016) สะท้อนถึงการสื่อสารหรือ Nonviolent Communication โดย ดร.มาร์แชล โรเซนเบิร์ก (Rosenberg, 2015) กล่าวไว้ว่า การสื่อสารช่วยให้เราเข้าถึง ความกรุณา สร้างความเข้าใจในตัวเองและผู้อื่นได้อย่างลึกซึ้งนำไปสู่การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้อื่น และ เปลี่ยนความขัดแย้งให้เป็นความเข้าใจ ความร่วมมือ และพลังสร้างสรรค์ หัวข้อการสื่อสารให้ผู้อื่นรับรู้ อย่างจริงใจ ว่าในการสื่อสารให้ผู้อื่นรับรู้ถึงความรู้สึกและความต้องการของเรา การสื่อสารอย่างสันติเสนอ ให้ใช้องค์ประกอบ 4 ประการ เพื่อช่วยให้การสื่อสารของเราชัดเจน สื่อถึงความต้องการอย่างแท้จริงและเป็นไปอย่างสันติ องค์ประกอบทั้งสี่นี้เป็นเพียงแนวทางเท่านั้น ส่วนการสื่อสารไม่จำเป็นต้องพูดตามขั้นตอน สามารถประยุกต์ใช้ได้ตามความเหมาะสมกับสถานการณ์ตามความถนัด องค์ประกอบ 4 ประการ ของการ สื่อสารอย่างสันติประกอบด้วย 1) การสังเกต 2) ความรู้สึก 3) ความต้องการ 4) การขอร้อง ซึ่งเป็น แนวทางการปฏิบัติในการอยู่ร่วมกันในสังคมให้เกิดสันติแก่ชีวิต ในสังคม เศรษฐกิจ ประเทศชาติบ้านเมือง สอดคล้องตามหลักพระพุทธศาสนาที่ พระมหาธีรพล มะอาจเลิศ (Maatloet, 2013) ได้กล่าวว่าเป็น ความจำเป็นที่ต้องช่วยกันสร้างเงื่อนไข ช่วยกันสร้างเหตุปัจจัยให้พร้อม จะทำให้สันติภาพทางครอบครัว ทางสังคม ทางเศรษฐกิจ และประเทศชาติ มีหลักธรรมสร้างสันติภาพ เช่น หัวใจเศรษฐกิจ ประกอบด้วยขยัน หา รักษาดี มีกัลยาณมิตร ใช้ชีวิตอย่างสมดุล เป็นการสร้างเนื้อสร้างตัวให้มีสันติภาพในชีวิต

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่าหลักพุทธสันติวิธีที่จะเอื้อต่อกระบวนการพัฒนาพัฒนาการ สื่อสารเพื่อการขายของบุคลากรบริษัททุนกะดังเบสท์เซ็นเตอร์ จึงใช้หลักพุทธสันติวิธี ประกอบด้วย สังคหัตถุ 4 ธรรมเครื่องยึดเหนี่ยว คือยึดเหนี่ยวใจบุคคล และประสานหมู่ชนไว้ในสามัคคี, หลักการสงเคราะห์ ประกอบด้วย 1) ทาน การให้ คือ เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เสียสละ แบ่งปัน ช่วยเหลือกันด้วยสิ่งของตลอดถึงให้ความรู้ และแนะนำสั่งสอน 2) ปิยวาจา หรือ เปยยวัชชะ วาจาเป็นที่รัก วาจาพูดดีมีน้ำใจ หรือวาจาซาบซึ้งใจ คือ กล่าวคำสุภาพไพเราะอ่อนหวานสมานสามัคคี ให้เกิดไมตรีและความรักใคร่นับถือ ตลอดถึงคำแสดง ประโยชน์ประกอบด้วยเหตุผลเป็นหลักฐานจูงใจให้นิยมยอมตาม 3) อัถถจริยา การประพฤติประโยชน์ คือ ขวนขวายช่วยเหลือกิจการ บำเพ็ญสาธารณประโยชน์ ตลอดถึงช่วยแก้ไขปรับปรุงส่งเสริมในทางจริยธรรม 4) สมานัตตตา ทำตนเสมอด้วยปลาย ปฏิบัติสม่ำเสมอในชนทั้งหลาย และเสมอในสุขทุกข์โดยร่วมรับรู้ ร่วมแก้ไข ตลอดถึงวางตนเหมาะสมแก่ฐานะ ภาวะ บุคคล เหตุการณ์และสิ่งแวดล้อม ถูกต้องตามธรรมในแต่ละกรณี สอดรับกับพระมหาหรรษา ธมฺมหาโส (นิตฺธิบุญยากร) (Phra Mahahansa Dhammamahaso (Nithibunyakorn), 2004) สะท้อนว่า “พุทธสันติวิธี หรือ สันติวิธีเชิงพุทธ” เป็นวิธี ข้อปฏิบัติ หรือชุดของวิธี อย่างใดอย่างหนึ่งที่พระพุทธเจ้าหรือเหล่าสาวกของพระองค์ได้ใช้เป็นเครื่องมือในการจัดการความขัดแย้ง อย่างสันติ คำว่า “จัดการอย่างสันติ” ข้อปฏิบัติหรือชุดของวิธีทุกชนิดที่มีอยู่เข้าไปจัดการความขัดแย้งโดยไม่ใช้ ความรุนแรง หรือ ปราศจากความรุนแรงทั้งทางตรงและทางอ้อมนำไปสู่สังคมแห่งสันติ ถือว่าเป็นวิธีที่ดีที่สุด ที่พระพุทธเจ้าทรงค้นพบในการจัดการความขัดแย้ง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ พระมหาจักรพล

อาจารย์โภ (Phramaha Chakrapol Acharachubho, 2022) ที่ได้สรุปไว้ว่า พุทธธรรมของพระพุทธเจ้าเป็นธรรมนำมาซึ่งความสุขและมีองค์ประกอบบนพื้นฐานของหลักธรรมสังคหวัตถุ 4 ประการ

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 พบว่าการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขายของบุคลากรจะต้องพัฒนา 2 มิติบูรณาการ ประกอบด้วย มิติทางโลก 1) ผู้ขาย 2) ข้อมูลการขาย 3) ช่องทางและวิธีการขาย 4) ลูกค้าซื้อ 5) เกิดสันติสุข และมีมิติทางพุทธสันติวิธี 1) แบ่งปัน 2) สื่อสารสันติ 3) สงเคราะห์บริการ 4) วางตนต้นแบบ 5) ประสานสัมพันธ์เครือข่าย อธิบายว่า 1) ผู้ขาย-แบ่งปัน นักขายจะต้องสื่อสารแบ่งปันข้อมูลสินค้าคือรถมือสอง โดยให้ข้อมูลลูกค้าที่เป็นความจริงไม่มีวาระเงื่อนไขใดๆ ถือว่าเป็นหลักการให้ด้วยความบริสุทธิ์ใจ นักขายจะต้องเริ่มต้นจากการแบ่งปันที่เป็นจริง คุณลักษณะของการเป็นนักขายจะต้องให้ข้อมูลที่ถูกต้องเป็นความจริง 2) ข้อมูลการขาย-สื่อสารอย่างสันติ นักขายจะต้องสื่อสารอย่างสันติโดยใช้ฐานของปิยวาจาเป็นวาจาอันเป็นที่รัก โดยการสื่อสารมีความจริง ไพเราะ เหมาะกาล ประสานสามัคคี มีประโยชน์ประกอบด้วยเมตตา เป็นการสื่อสารที่เข้าใจความต้องการและความรู้สึกของลูกค้า โดยสื่อสารให้ข้อมูลลูกค้าด้วยความจริงใจ 3) ช่องทางและวิธีการขาย - สงเคราะห์บริการ นักขายจะต้องสงเคราะห์ลูกค้าผ่านการบริการให้เกิดความประทับใจ เพราะใช้ฐานของใส่ใจลูกค้าสุดกำลังใจ สอดรับกับคำว่า “สินค้าดีถ้าบริการดีไม่ดีสินค้านั้นจะไม่ดีทันที” จะเห็นว่าการบริการเป็นฐานสำคัญของการเป็นนักขาย 4) ลูกค้าซื้อ - วางตนต้นแบบ นักขายจะต้องวางตนเป็นต้นแบบอย่างเสมอต้นเสมอปลาย เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้านำไปสู่การสร้าง ความพึงพอใจ เพราะการเป็นต้นแบบที่ดีของนักขาย เช่น การตรงต่อเวลา ปฏิบัติตามข้อสัญญาที่ได้ตกลงกันไว้ เป็นต้น 5) เกิดสันติสุข - ประสานสัมพันธ์เครือข่าย นักขายจะต้องเป็นนักประสานสัมพันธ์สร้างการ “รู้จัก รู้สึก รู้ใจ” เป็นเครือข่ายที่สร้างการซื้อซ้ำบอกต่อให้กับเครือข่าย นำมาซึ่งสันติสุขในองค์กรสร้างผลกำไรที่เป็นเครือข่ายลูกค้าสัมพันธ์

โดยการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขายของบุคลากรบริษัททุนกะดั่งเบสท์เซ็นเตอร์โดยพุทธสันติวิธี ผู้วิจัยขอเสนอโมเดลการพัฒนา SCSIPT Model ประกอบด้วย 1) S (Sales) ด้านการเป็นนักขาย การพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขายของบุคลากรบริษัททุนกะดั่งเบสท์เซ็นเตอร์โดยพุทธสันติวิธีจะต้องมุ่งพัฒนา ด้านการเป็นนักขายอย่างมืออาชีพ มุ่งพัฒนาคุณลักษณะของการเป็นนักขายที่ดี มีความจริงใจ มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า สร้างการบริการที่ประทับใจ มีความสุขในการทำหน้าที่เป็นนักขาย โดยขายตนเองให้ได้ก่อนขายสินค้า 2) C (Communications) ด้านการสื่อสาร การพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขายของบุคลากรบริษัททุนกะดั่งเบสท์เซ็นเตอร์โดยพุทธสันติวิธี จะต้องมุ่งพัฒนาการสื่อสารจากภายในของตนเองก่อนและ พัฒนาการสื่อสารกับลูกค้า จึงต้องสื่อสารที่มีความจริง ไพเราะ เหมาะกาล ประสานสามัคคี มีประโยชน์ ประกอบด้วยเมตตา มุ่งการสื่อสารแบบสองทาง 3) S (Service) ด้านการบริการ การพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขายของบุคลากรบริษัททุนกะดั่งเบสท์เซ็นเตอร์โดยพุทธสันติวิธีจะต้องมุ่งพัฒนาการบริการ เพราะสินค้าดีถ้าบริการไม่ดีสินค้านั้นไม่ดีทันที การบริการจึงต้องอาศัย 4 S ประกอบด้วย Smile Small Smooth Smart โดยการบริการเป็นฐานสำคัญของการรักษาไว้ซึ่งลูกค้าให้เกิดการซื้อและการซื้อซ้ำตลอดไป 4) I (Inner Peace) ด้านสันติภายใน การพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขายของบุคลากรบริษัททุนกะดั่งเบสท์เซ็นเตอร์โดยพุทธสันติวิธีจะต้องมุ่งพัฒนาด้านสันติภายใน เพราะสุขอื่นยิ่งกว่าความสงบไม่มี ผู้ทำหน้าที่สื่อสารเพื่อการขายจะต้องพัฒนาสติเป็นฐาน โดยสามารถควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ในการให้บริการลูกค้า โดยสติจะอยู่ทุกขณะที่กำลังขาย สันติภายในจึงมีความเป็นอยู่อย่าง 5) P (Peaceful Means) ด้านพุทธสันติวิธี การพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขายของบุคลากรบริษัททุนกะดั่งเบสท์เซ็นเตอร์โดยพุทธสันติวิธีจะต้องมุ่งพัฒนาด้านหลักทางพระพุทธศาสนา โดยหลักของการสื่อสารเพื่อการขายจะต้องพัฒนาในหลักสังคหวัตถุธรรม ประกอบด้วย แบ่งปัน สื่อสารสันติ สงเคราะห์บริการ วางตนต้นแบบ โดยมีหลักของกัณณมิตรและ

สัปปุริสธรรมมาสนับสนุนในการเป็นนักขายมืออาชีพ 6) T (Team Work) ด้านการทำงานเป็นทีม การพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขายของบุคลากรบริษัททุนกะดั่งเบสท์เซ็นเตอร์โดยพุทธสันติวิธีจะต้องมุ่งพัฒนา ด้านการทำงานเป็นทีม เพราะทีมจะสร้างพลังในการสื่อสารเพื่อการขาย ซึ่งทีมไม่สามารถเกิดขึ้นจากคำสั่ง แต่ทีมเกิดขึ้นจากใจของทุกคน ทีมนักขายจึงเป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนการขายในยุคปัจจุบัน สอดรับกับการศึกษาของ เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (Charoenwongsak, 2019) ได้นำเสนอไว้ในหนังสือ “นักฟังชั้นเซียน: ศิลปะการเป็นนักฟังในงานธุรกิจและชีวิตประจำวัน” ไว้ว่า อารยสดับ 7 ขั้นตอนของการฟังแบบอารยะ ซึ่งอารยสดับเป็นการฟังแบบอารยะหรือการฟังด้วยหัวใจที่กำกับด้วยความดี ความงามที่แท้จริง สอดคล้องกับ SCSIPT Model ในข้อ 2 ได้แก่ C (Communications) นำไปสู่สังคมนำไปสู่เสรีภาพ เสมอภาค ภราดรภาพ ประกอบด้วย ฟังด้วยใจที่สนใจ ฟังด้วยใจที่จริงใจ ฟังด้วยใจที่ไร้อคติ ฟังด้วยใจที่จดจ่อ ฟังด้วยใจ กระตือรือร้น ฟังด้วยใจที่สัมผัสได้ และฟังด้วยใจที่ตอบสนอง นำไปสู่การสนทนาที่มีประสิทธิภาพด้วยการยิ้ม แยมแจ่มใส พูดชัดถ้อยชัดคำ ให้ความสำคัญกับภาษากาย สังเกตการณ์ส่งสัญญาณ สิ่งสำคัญที่สุดของการสื่อสารคือ การได้ยินในสิ่งที่ยังไม่ได้กล่าวออกมาสอดรับกับ วันชัย วัฒนศัพท์ บรรพ ต้นธีรวงศ์ และศุภณัฐ เพิ่มพูนวิวัฒน์ (Watanasap, Tontheerawong, and Permpoonvivat, 2004) ว่าบทบาทในการขอโทษ เพื่อแก้ปัญหาความขัดแย้ง ซึ่งสอดคล้องกับ SCSIPT Model ในข้อ 5 ได้แก่ P (Peaceful Means) ด้านพุทธสันติวิธี อันเป็นเครื่องผูกสัมพันธ์ไมตรี สร้างกาลปยานมิตรให้เกิดขึ้น อันเป็นการขอโทษอย่างจริงจัง จะช่วยรักษาเยียวความมั่นคงทางจิตใจคืนให้กับผู้ก่อความเสียหาย ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของความกล้าหาญ ด้านคุณธรรม โดยการขอโทษอย่างจริงจัง ทำเป็นขอโทษ และการขอโทษบางส่วนมีความแตกต่างกัน โดยการ ทำเป็นขอโทษ (False apologies) หรือ การขอโทษเป็นบางส่วน (Partial apologies) เช่น ฉันทเสียใจ ในสิ่งที่เกิดขึ้น ซึ่งการขอโทษที่ไม่สมบูรณ์อาจจะเพิ่มความขัดแย้งขึ้นอีก ถ้ามองแล้วไม่ได้มีความจริงจัง ในคำขอโทษ ในการขอโทษอย่างจริงจังจะต้องออกจากจิตใจภายในอย่างแท้จริง จึงมีองค์ประกอบว่า “ฉันทเสียใจ ฉันททำได้ทำอะไรก็ตามที่เกิดขึ้น มันทำให้คุณเจ็บปวดไม่พอใจ โดยระบุจำเพาะถึงความไม่พอใจหรือ ความเจ็บปวด ฉันทขอรับผิดชอบทั้งหมด” โดยสิ่งที่พึงระวังอย่าขอโทษไปพร้อมกับการแก้ตัว

สรุป

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ 1) เพื่อศึกษาวิเคราะห์สภาพปัญหา บริบท ความจำเป็น และแนวคิดทฤษฎีพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขายตามศาสตร์สมัยใหม่ 2) เพื่อศึกษาวิเคราะห์หลักพุทธสันติวิธีที่เอื้อต่อการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขายของบุคลากร 3) เพื่อพัฒนาและนำเสนอการสื่อสารเพื่อการขายของบุคลากรบริษัททุนกะดั่งเบสท์เซ็นเตอร์โดยพุทธสันติวิธีการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขายของบุคลากรบริษัททุนกะดั่งเบสท์เซ็นเตอร์ กล่าวโดยสรุปดังนี้ (1) สภาพปัญหา บริบท ความจำเป็น และแนวคิดทฤษฎีพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขายตามศาสตร์สมัยใหม่ พบว่า สภาพปัญหาประกอบด้วย บุคลากรยังขาดเทคนิควิธีการสื่อสารที่เหมาะสมกับลูกค้า บุคลากรขาดกระบวนการเทคนิคการขายอย่างมืออาชีพ บุคลากรขาดการวิเคราะห์ลูกค้า และการบริการที่ดี บุคลากรยังไม่มีแนวทางในการสื่อสารเพื่อการขายแบบพุทธสันติวิธี โดยสภาพบริบทของ บริษัท ทุนกะดั่ง เบสท์ เซ็นเตอร์ จำกัด (2) หลักพุทธสันติวิธีที่เอื้อต่อการพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขายของบุคลากร พบว่า หลักพุทธสันติวิธีที่จะเอื้อต่อกระบวนการพัฒนาพัฒนาการสื่อสารเพื่อการขายของบุคลากรบริษัททุนกะดั่งเบสท์เซ็นเตอร์ จึงใช้หลักพุทธสันติวิธี ประกอบด้วย สังคหวัตถุ 4 ธรรมเครื่องยึดเหนี่ยว คือยึดเหนี่ยวใจบุคคล และประสานหมู่ชนไว้ในสามัคคี, หลักการสงเคราะห์ ประกอบด้วย ทาน การให้ คือ เอื้อเพื่อเผื่อแผ่ เสียสละ แบ่งปัน ช่วยเหลือกันด้วยสิ่งของตลอดถึงให้ความรู้และแนะนำ สั่งสอน ปิยวาจา หรือ เปยยวัชชะ วาจาเป็นที่รัก วาจาถูกต้องมีน้ำใจ หรือวาจาซาบซึ้งใจ คือกล่าวคำสุภาพ

ไพเราะอ่อนหวานสมานสามัคคี ให้เกิดไมตรีและความรักใคร่กัน ถลอดถึงคำแสดงประโยชน์ประกอบด้วย เหตุผลเป็นหลักฐานจูงใจให้นิยมยอมตาม อัตถจริยา การประพฤติประโยชน์ คือ ขวนขวายช่วยเหลือกิจการ บำเพ็ญสาธารณประโยชน์ ตลอดถึงช่วยแก้ไขปรับปรุงส่งเสริมในทางจริยธรรม สมานัตตตา ทำตนเสมอ ด้วยปลาย ปฏิบัติสม่ำเสมอในชนทั้งหลาย และเสมอในสุขทุกข์โดยร่วมรับรู้ร่วมแก้ไข ตลอดถึงวางตน เหมาะแก่ฐานะ ภาวะ บุคคล เหตุการณ์และสิ่งแวดล้อม ถูกต้องตามธรรมในแต่ละกรณี (3) การพัฒนาการ สื่อสารเพื่อการขายของบุคลากรบริษัททุนกะตั้งเบสท์เซ็นเตอร์โดยพุทธสันติวิธี โดยมุ่งพัฒนา 2 มิติบูรณาการ ประกอบด้วย มิติทางโลก ผู้ขาย มิติข้อมูลการขาย มิติช่องทางและวิธีการขาย มิติลูกค้าซื้อ มิติเกิดสันติสุข และมิติทางพุทธสันติวิธี ได้แก่การแบ่งปัน การสื่อสารสันติ การสงเคราะห์บริการ การวางตนต้นแบบ การประสานสัมพันธ์เครือข่าย นำเสนอโมเดลการพัฒนา SCSTPT Model ประกอบด้วย 1) S (Sales) พัฒนาการเป็นนักขาย 2) C (Communications) พัฒนาการสื่อสาร 3) S (Service) พัฒนาการบริการ 4) I (Inner Peace) พัฒนาด้านสันติภายใน 5) P (Peaceful Means) พัฒนาด้านพุทธสันติวิธี 6) T (Team Work) พัฒนาการทำงานเป็นทีม

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 ควรมีนโยบายการพัฒนาการสื่อสารการขายโดยพุทธสันติวิธี เพราะการขาย ได้เริ่มต้นมา ตั้งแต่ยุคสมัยของพุทธกาล แม้แต่พระพุทธเจ้าเองก็ยังต้องใช้หลักการขายโดยพุทธสันติวิธีเพื่อที่จะสื่อออกมา ให้ได้มีผู้รับสนองนโยบายในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาสืบสานต่อมา

1.2 ควรมีการพัฒนาบุคคลทั่วไปเพื่อพัฒนางานขายโดยพุทธสันติวิธี เพราะทุกคนคือนักขาย เช่น ขายตัวเองให้ได้ในสิ่งที่ตนเองต้องการและมุ่งหวังในแต่ละวัน ให้สำเร็จ หรือ การพัฒนาศักยภาพของตนเอง เพื่อที่จะ สามารถ สื่อสารกับคนทั่วไปในสังคมโดย พุทธสันติวิธี

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 นำกระบวนการสื่อสารเพื่อการขายโดยพุทธสันติวิธีไปขยายผลกับกลุ่มเป้าหมายอื่นๆ เช่น เน้น การบริการหลังการขาย เพื่อต่อยอดสู่ลูกค้ารายใหม่ โดยการแนะนำหรือบอกต่อ จากลูกค้ารายเก่า

2.2 ขยายกลุ่มเป้าหมายการฝึกอบรมโดยทดลองใช้กับกลุ่มคนทั่วไป ที่สนใจงานขายรถ เพื่อสร้างการพัฒนาทางด้านจิตใจ สันติภายใน และ ต่อยอดงานขายโดยทุกคนสามารถ เป็นนักขายที่ขายได้ โดยพุทธสันติวิธี

References

- Charoenwongsak, K. (2019). *Masterful Listener: The Art of Being a Listener in Business and Daily Life*. Bangkok: Success Publishing Co., Ltd.
- Chotisakulrat, P., & Maneekhao, N. (2016). *Communication for Peace*. Nakhon Pathom: Institute of Human Rights and Peace Studies.
- Kanpai, K. (2019). *Communication Arts in Tripitaka*. Bangkok: V. Print (1991) Co., Ltd.
- Maatloet, T. (2013). *Analysist of Presentation Styles and Communication Process in the Propagation of Buddhism by V. Vajiramedhi: A Case Study of Literary Work in Applied Dhamma for New Generation*. (Master's Thesis). NIDA University. Bangkok.

- Phrabrahmabundit (Prayoon Dhammachitto). (2019). *Religion and the Sustainable Development Goals (SDGs)*. (2nd ed.). Bangkok: Amarin Printing and Publishing Public Company Limited.
- Phramaha Chakrapol Acharachubho. (2022). Buddhadhamma of Peace. *International Journal of Early Childhood*, 14(03), 5961-5972.
- Phramaha Hansa Dhammamahaso (Nithibunyakorn). (2004). *A Form of Conflict Management Through Buddhist Peaceful Means the Case of the Mae Ta Chang River Basin Chiang Mai Province*. (Doctoral Dissertation). Mahachulalongkornrajavidyalaya University. Ayutthaya.
- Watanasap, W., Tontheerawong, B., & Permpoonvivat, S. (2004). *Conflict and Apology*. Bangkok: Printed at Printing Hall Co., Ltd.
- Wiriyanon, Ch. (2013). *The Art of Communication of the Lord Buddha to Save Others from Suffering*. (Master's Thesis). Mahachulalongkornrajavidyalaya University. Ayutthaya.