

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

ในการศึกษา การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ ของผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ จังหวัดลำพูน ผู้ศึกษาได้แบ่งผลการศึกษออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลของผู้แทนจำหน่าย และข้อมูลของผู้จำหน่ายอิสระ ดังต่อไปนี้

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลของผู้แทนจำหน่าย

##### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้แทนจำหน่าย

1. ชื่อผู้แทนจำหน่าย
2. อายุ
3. ระดับการศึกษา
4. ยอดจำหน่ายเฉลี่ยต่อเดือน
5. สถานที่ตั้งศูนย์จำหน่าย
6. ปีที่เริ่มก่อตั้งธุรกิจ
7. ประสบการณ์ที่เกี่ยวกับการขายตรง

##### ตอนที่ 2 กระบวนการบริหารงานขายของผู้แทนจำหน่าย

1. การวางแผน (Planning)
2. การจัดระบบงาน (Organizing)
3. การกระจายงานและประสานงาน (Integrating)
4. การวัดผลงาน (Measuring)
5. การพัฒนาผู้จำหน่ายอิสระ (Developing people)

##### ตอนที่ 3 ปัญหาในการบริหารงานขายของผู้แทนจำหน่าย

1. ปัญหาด้านการวางแผน
2. ปัญหาด้านการจัดระบบงาน
3. ปัญหาด้านการกระจายงานและประสานงาน
4. ปัญหาด้านการวัดผลงาน
5. ปัญหาด้านการพัฒนาผู้จำหน่ายอิสระ

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลของผู้จำหน่ายอิสระ

### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้จำหน่ายอิสระ

1. เพศ (ตารางที่ 1)
2. อายุ (ตารางที่ 2)
3. ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด (ตารางที่ 3)
4. ระยะเวลาที่มีประสบการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ (ตารางที่ 4)

### ตอนที่ 2 กระบวนการและเทคนิควิธีการขายของผู้จำหน่ายอิสระ

1. การเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะเป็นลูกค้า (ตารางที่ 5)
2. การเตรียมตัวด้านการแต่งกายก่อนเข้าพบลูกค้า (ตารางที่ 6)
3. การเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นในการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ก่อนเข้าพบลูกค้า (ตารางที่ 7)
4. การเข้าพบลูกค้า (ตารางที่ 8)
5. วิธีการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่ใช้ (ตารางที่ 9)
6. เทคนิควิธีในการขาย (ตารางที่ 10)
7. การตอบข้อโต้แย้ง (ตารางที่ 11)
8. การปิดการขาย (ตารางที่ 12)
9. การติดตามผลหลังการขาย (ตารางที่ 13)
10. การให้การบริการแก่ลูกค้า (ตารางที่ 14)

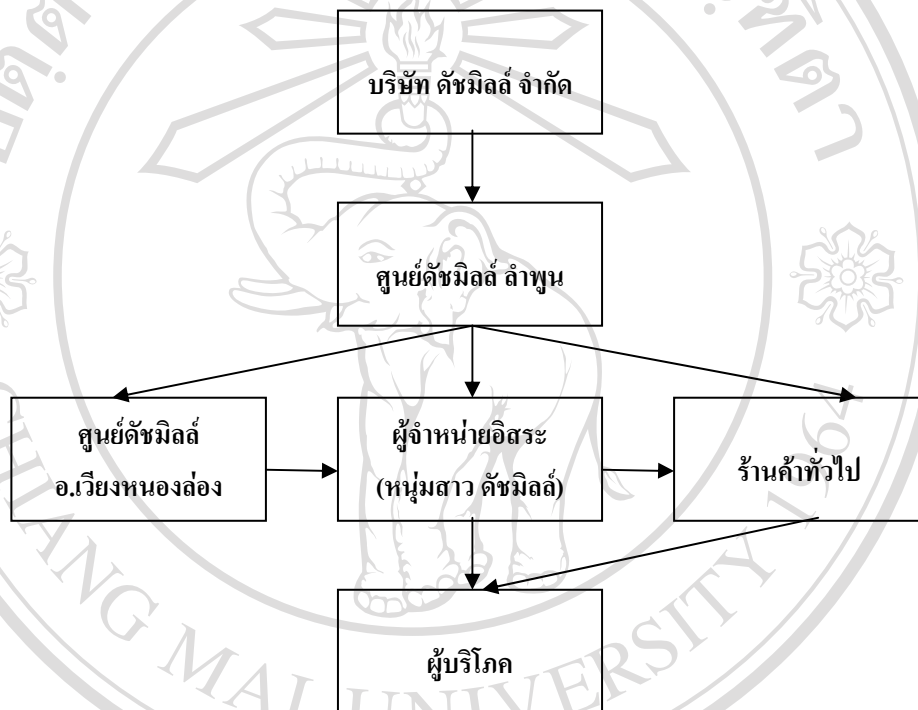
### ตอนที่ 3 ปัญหาของผู้จำหน่ายอิสระ (ตารางที่ 35 ถึง ตารางที่ 37)

#### ปัญหากระบวนการขาย

1. การเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะเป็นลูกค้า
2. การเตรียมตัวด้านการแต่งกายก่อนพบลูกค้า
3. การเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นในการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ก่อนเข้าพบลูกค้า
4. การเข้าพบลูกค้า
5. วิธีการเสนอขายผลิตภัณฑ์
6. เทคนิควิธีในการขาย
7. การตอบข้อโต้แย้ง
8. การปิดการขาย
9. การติดตามผลหลังการขาย และรักษาลูกค้า
10. การให้การบริการแก่ลูกค้า

## ส่วนที่ 1 ข้อมูลของผู้แทนจำหน่าย

การศึกษาในครั้งนี้เน้นช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ คือ ผู้แทนจำหน่าย และผู้จำหน่ายอิสระ ซึ่งการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต่างๆ ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายศูนย์ตัวแทนจำหน่าย มีการจำหน่ายผ่านช่องทางตรงมากที่สุด คือ การจำหน่ายโดยผ่านผู้จำหน่ายอิสระ และการกระจายสินค้าของทางศูนย์ดัชมิลล์ ลำพูน จะมีผู้แทนจำหน่ายดำเนินการแทนบริษัทฯ ในการนำสินค้าไปสู่ผู้จำหน่ายอิสระ (หนุ่ม สาวดัชมิลล์) และผู้บริโภคนั้น



ศูนย์ดัชมิลล์ ลำพูน สามารถที่จะเพิ่มศูนย์ย่อยดังเช่นศูนย์ดัชมิลล์ อ.เวียงหนองล่องได้ หากพิจารณาเห็นว่ามีความไม่สะดวกในเรื่องระยะทาง และการกระจายสินค้าเพื่อให้เข้าถึงลูกค้ายังไม่ทั่วถึง

### 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้แทนจำหน่าย

#### 1.1 ศูนย์ดัชมิลล์ ลำพูน

สถานที่ตั้งศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ ตั้งอยู่ที่ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ชยรัตน์ เลขที่ 98/1 หมู่ 8 ตำบลอุโมงค์ อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน เริ่มก่อตั้งศูนย์จำหน่าย เมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2534 ดำเนินกิจการจนถึงปัจจุบันเป็นระยะเวลา 17 ปี ผู้แทนจำหน่าย คือ คุณบุรินทร์รัตน์ กิรติตานนท์ อายุ 48 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นผู้บริหารศูนย์ดัชมิลล์ลำพูน โดยมีประสบการณ์การ

ทำงานเกี่ยวกับการขายตรง ได้แก่เป็นตัวแทนขายอิสระของบริษัท นิยมพานิช จำกัด เป็นตัวแทนขายอิสระของบริษัท อเมริกันอินเตอร์เนชันแนลแอสซิวส์ จำกัด

ทางศูนย์ดัชนีมีลล์ลำพูน มียอดจำหน่ายเฉลี่ยต่อเดือน เดือนละ 1,700,000 - 2,000,000 บาท ซึ่งแยกตามยอดการขายของกลุ่มผลิตภัณฑ์โดยประมาณ ดังนี้

1. โยเกิร์ตพร้อมดื่ม ขนาด 120 ซีซี จำนวน 130,000 - 150,000 ขวด มูลค่าประมาณ 1,150,000 บาท
2. โยเกิร์ตดัชชีขนาด 150 กรัม จำนวน 40,000 - 60,000 ถ้วย มูลค่าประมาณ 340,000 บาท
3. นมสดพาสเจอร์ไรซ์ขนาด 200 ซีซี จำนวน 30,000 - 40,000 ขวด มูลค่าประมาณ 412,500 บาท

### 1.2 ศูนย์ดัชนีมีลล์ อ.เวียงหนองล่อง

สถานที่ตั้งศูนย์จำหน่าย ศูนย์ดัชนีมีลล์ อำเภอเวียงหนองล่องตั้งอยู่บ้านเลขที่ 116/3 บ้านหนองล่อง ต.หนองล่อง อ.เวียงหนองล่อง จ.ลำพูน เริ่มก่อตั้งศูนย์จำหน่าย เมื่อวันที่ 29 เมษายน 2549 ดำเนินการเป็น ระยะเวลา 2 ปี ถือเป็นศูนย์ย่อยหรือสาขาของศูนย์ดัชนีมีลล์ ลำพูน (Sub Unit) โดยมีการสั่งซื้อและรับผลิตภัณฑ์ทั้งหมดจากศูนย์ดัชนีมีลล์ ลำพูน และคุณบุรินทร์รัตน์ กิรติตานนท์ เป็นเจ้าของศูนย์จำหน่ายทั้งสองแห่ง (ศูนย์ดัชนีมีลล์ ลำพูน และศูนย์ดัชนีมีลล์ อ.เวียงหนองล่อง) ทางศูนย์ฯ มีคุณนิรันดร์ ณ วรรณไทย อายุ 52 ปี เป็นผู้ดูแลและบริหารศูนย์ย่อย ประสบการณ์ในการทำงานเกี่ยวกับการขายตรงของผู้ดูแลศูนย์ฯ คือ การเป็นผู้จำหน่ายอิสระหรือหนุ่มดัชนีมีลล์ แผนกนมสด ตั้งแต่ปี 2542 จนถึง ปี 2548 เป็นระยะเวลา 7 ปี โดยทางศูนย์ดัชนีมีลล์ อ.เวียงหนองล่อง มียอดจำหน่ายเฉลี่ยต่อเดือน ประมาณ 80,000 - 200,000 บาท

## 2. กระบวนการบริหารงานขายของผู้แทนจำหน่าย

### 2.1 การวางแผน (Planning)

#### 2.1.1 การวิเคราะห์ด้านการตลาด

ในการกำหนดแผนงานทางการตลาด ศูนย์ตัวแทนจำหน่ายได้ทำการวิเคราะห์ตลาดภายใต้ 3 ประเด็นหลัก ตามนโยบายของบริษัทฯ คือ

- การแบ่งส่วนตลาด
  - อาศัยเกณฑ์การแบ่งตามเขตพื้นที่การขาย และจำนวนประชากร
- การกำหนดตลาดเป้าหมาย

ตลาดที่สำคัญอันเป็นเป้าหมายหลักของศูนย์ตัวแทนจำหน่าย คือ ตลาดกลุ่มที่มีลูกค้าสำคัญ คือ กลุ่มลูกค้าเด็ก กลุ่มลูกค้าวัยรุ่น กลุ่มลูกค้าผู้ใหญ่หรือวัยทำงาน และกลุ่มลูกค้าที่รักสุขภาพ

- การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์หรือบริการ

จากความต้องการ และอัตราการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงตามสภาพเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันกันทางการตลาด ทางศูนย์ตัวแทนจำหน่ายได้ให้ความสำคัญที่ว่า ลูกค้าไม่ใช่เพียงต้องการผลิตภัณฑ์ที่ดี มีคุณภาพเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่การบริการที่ดีของศูนย์ตัวแทนจำหน่าย และผู้จำหน่ายอิสระ มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่จะเป็นตัวกำหนดว่า ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กับทางผู้จำหน่ายอีกหรือไม่

ทางศูนย์ตัวแทนจำหน่าย วางแผนให้ความรู้แก่ผู้จำหน่ายอิสระก่อนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด โดยการเน้นที่ผู้จำหน่ายอิสระ ได้แก่

- การให้ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์กับผู้จำหน่ายอิสระ เพื่อจะได้นำความรู้ต่างๆไป แนะนำผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้าให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ซื้อว่ามีประโยชน์ต่อร่างกายอย่างไร

- ให้ความรู้ด้านการสร้างมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของพนักงานกับลูกค้า โดยการสร้างความเป็นกันเองกับลูกค้าให้มากขึ้น

- การเสริมสร้างทัศนคติที่ดีระหว่างศูนย์ฯ กับพนักงานและลูกค้า และการสร้างความประทับใจในการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ

- เมื่อลูกค้ามีปัญหาในตัวผลิตภัณฑ์ ควรมีการรีบแก้ไข การจัดส่งผลิตภัณฑ์ควรตรงต่อเวลา เมื่อมีการนัดหมาย ผลิตภัณฑ์ที่จัดส่งหรือนำไปจำหน่ายควรใหม่สดเสมอ จนถึงมือลูกค้า

ดังนั้น เพื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ของศูนย์ตัวแทนจำหน่ายตามนโยบายที่บริษัทฯ ได้กำหนดไว้ และเป็นไปในทิศทางที่มุ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ทางศูนย์ตัวแทนจำหน่ายจึงเลือกที่จะวางตำแหน่งเป็น “ศูนย์ตัวแทนจำหน่ายที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ดี มีคุณภาพ ราคาเหมาะสม ตรงตามความต้องการของลูกค้า”

### 2.1.2 การกำหนดเป้าหมายตามแผนกลยุทธ์

เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้า ทั้งในเขตอำเภอเมือง และอำเภอรอบนอกของจังหวัดลำพูน ทางศูนย์ฯ มีศักยภาพที่จะขยายตลาดได้ โดยอาศัยข้อได้เปรียบที่มีบริการส่งผลิตภัณฑ์ถึงสถานที่ และมีรอบระยะเวลาการส่งผลิตภัณฑ์ที่มารอบ

ทางศูนย์ฯ ให้ลูกค้ามีทางเลือกที่จะโทรศัพท์สั่งผลิตภัณฑ์เอง รับคำสั่งซื้อและส่งผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามกำหนดในคราวต่อไป นอกจากนี้ทางศูนย์ฯ ได้มีการแยกแผนกตามหน้าที่การทำงาน เพื่อให้ผู้รับผิดชอบงานด้านคำสั่งได้มีเวลาจัดเตรียมผลิตภัณฑ์ที่จะส่งได้ทันตามกำหนด

กรณีที่ผู้จำหน่ายอิสระ และลูกค้าบางรายที่สั่งผลิตภัณฑ์เป็นจำนวนมาก และเป็นลูกค้ารายเก่ามานานจะมีการลดราคาสินค้าให้ เพื่อเป็นการจูงใจลูกค้า

ผู้แทนจำหน่ายที่รับผิดชอบทั้งสองศูนย์ตัวแทนจำหน่าย ติดตามและออกเยี่ยมลูกค้า / ผู้จำหน่ายอิสระอย่างสม่ำเสมอ เพื่อทราบถึงผลการดำเนินการและความเป็นไปของลูกค้า / ผู้จำหน่ายอิสระ และนอกจากนั้นยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างศูนย์ฯ กับลูกค้า / ผู้จำหน่ายอิสระ

ทางศูนย์ฯ ดัชมิลล์ ลำพูน มีแผนที่จะขยายศูนย์สาขาไปยังลูกค้าต่างอำเภอ นอกเหนือจากศูนย์ดัชมิลล์ อ.เวียงหนองล่อง ตามสภาวะการแข่งขันทางการตลาดปัจจุบัน

#### กลุ่มลูกค้าตลาดเป้าหมาย

ทางศูนย์ฯ ตัวแทนจำหน่ายมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ทั้งตลาดกลางและตลาดล่าง ดังนี้

- กลุ่มลูกค้าขายปลีก เป็นกลุ่มลูกค้าทั่วไป ที่จำหน่ายตามสถานที่ต่างๆ ได้แก่ ตลาดโรงเรียน ศูนย์ราชการ
- กลุ่มลูกค้าขายส่ง เป็นกลุ่มลูกค้าซึ่งเป็นร้านค้าทั่วไป

#### ข้อได้เปรียบของศูนย์ฯ ตัวแทนจำหน่าย

- บริษัทฯ มีการสร้างภาพลักษณ์และการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ทำให้เป็นที่รู้จักของลูกค้า ซึ่งส่งผลดีต่อการจัดจำหน่ายที่ง่ายยิ่งขึ้น

- ศูนย์ฯ ตัวแทนจำหน่ายมีผู้จำหน่ายอิสระที่มีความสามารถด้านการขาย และมีประสบการณ์ในการติดต่อกับช่องทางที่หลากหลาย ทำให้เข้าใจความต้องการของลูกค้าในตลาดได้เป็นอย่างดี

- ศูนย์ฯ ตัวแทนจำหน่ายมีกลุ่มลูกค้ารายเก่าอยู่จำนวนมากพอสมควร

- ศูนย์ฯ ตัวแทนจำหน่ายมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ทำให้ผู้จำหน่ายอิสระสั่งซื้อได้ครบถ้วนจากที่เดียวกัน และเปิดโอกาสให้ลูกค้าเลือกซื้อได้

- ทำเลที่ตั้งของศูนย์ฯ ตัวแทนจำหน่ายตั้งอยู่ในเขตชุมชนที่ค่อนข้างหนาแน่น

- ศูนย์ฯ ตัวแทนจำหน่ายมีคลังสินค้าเพื่อเก็บผลิตภัณฑ์รอการจำหน่ายเป็นของตนเอง

- ศูนย์ฯ ตัวแทนจำหน่ายมีการให้บริการส่งผลิตภัณฑ์จนถึงมือลูกค้า

### ข้อเสียเปรียบของศูนย์ตัวแทนจำหน่าย

- คลังสินค้าของทางศูนย์ค้าปลีก อ.เวียงหนองล่อง เป็นอาคารเก่า ขนาดของอาคารค่อนข้างเล็ก แคม เป็นข้อจำกัดในการจัดวางผลิตภัณฑ์ การจัดวางผลิตภัณฑ์จึงยังไม่เป็นหมวดหมู่ ผู้จำหน่ายอิสระที่มารับผลิตภัณฑ์ไม่ค่อยสะดวกในการดำเนินการ
- คู่แข่งขันทางการตลาดที่สำคัญทั้งตลาดทางตรงและทางอ้อม ได้แก่ ยาคุณท์ บีทาแก่น เมจิ โฟร์โมสต์

### 2.1.3 การจัดทำแผนการตลาด

ทำการวิเคราะห์และรวบรวมข้อมูลที่สำคัญ แล้วนำมากำหนดเป็นแผนการตลาด ดังนี้

#### กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

หลักเกณฑ์ในการแบ่งกลุ่มลูกค้าของศูนย์ค้าปลีก ลำพูน เป็นการนำเสนอสินค้าให้กับกลุ่มลูกค้ามีการแบ่งกลุ่มลักษณะของลูกค้าแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

- กลุ่มลูกค้าเด็ก สินค้าที่นิยมซื้อ ได้แก่ นมเปรี้ยว 120 ซีซี และ ดัซซี่ 80 กรัม และ นมสด 200 ซีซี
- กลุ่มลูกค้าวัยรุ่น สินค้าที่นิยมซื้อ ได้แก่ นมเปรี้ยว 200 ซีซี ดัซซี่ 150 กรัม และ นมสด 200 ซีซี
- กลุ่มลูกค้าผู้ใหญ่ หรือผู้สูงอายุ สินค้าที่นิยมซื้อ ได้แก่ นมเปรี้ยวไขมัน 0 % ขนาด 120 ซีซี ดัซซี่ ไขมันต่ำ 0 % ขนาด 150 กรัม นมสดพร่องมันเนย 0 % ขนาด 200 ซีซี และนมถั่วเหลืองพาสเจอร์ไรส์ดัดน้ำ ขนาด 200 ซีซี

หลักเกณฑ์ในการแบ่งกลุ่มลูกค้า ของศูนย์ค้าปลีก อ.เวียงหนองล่อง มีการแบ่งกลุ่มลูกค้าเป็นสองกลุ่ม คือ กลุ่มลูกค้าประจำ และกลุ่มลูกค้าขาจรหรือลูกค้าชั่วคราว ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่จะอยู่ในกลุ่มเด็ก และวัยรุ่น ตามสถานที่ต่างๆ

#### กลยุทธ์ทางการตลาด หรือปัจจัยส่วนประสมการตลาด

กลยุทธ์หลักที่ศูนย์ตัวแทนจำหน่ายนำมาใช้ตามนโยบายของบริษัทฯ คือ การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในตลาดเดิม ด้วยผลิตภัณฑ์เดิม และผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

#### 1. ผลิตภัณฑ์ (Product)

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ทางด้านตัวผลิตภัณฑ์เน้นการจัดซื้อและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่อยู๋ในความต้องการของลูกค้า ได้แก่

นมสดดัชชีมิลล์พาสเจอร์ไรส์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ได้แก่ เด็กในวัยเจริญเติบโต ผู้ปกครอง หรือคนในครอบครัว โรงเรียน นักกีฬา หรือผู้ที่ออกกำลังกาย และผู้ที่ทำงาน

นมเปรี้ยวดัชชีมิลล์พาสเจอร์ไรส์ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผู้ปกครองซื้อนมให้ลูกดื่ม เด็กอายุ 5 – 12 ปี ทุกคนที่รักและห่วงใยสุขภาพ และทุกคนที่ต้องการความอร่อยและมีประโยชน์

โยเกิร์ตดัชชี ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ได้แก่ เด็ก คนทำงาน สมาชิก นักศึกษา ผู้ที่ต้องการควบคุมน้ำหนัก หรือลดน้ำหนัก

โยเกิร์ตดัชชีชีวนี้อยู่ในตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ได้แก่ โรงเรียน เด็ก ผู้ใหญ่ที่ทดลองทาน

## 2. ราคา (Price)

การกำหนดราคาสินค้า ทางศูนย์ฯ มีการกำหนดราคาสินค้าแต่ละรายการของศูนย์ตัวแทนจำหน่าย ใช้เกณฑ์ในการกำหนดราคาตามเกณฑ์ของบริษัทฯ ซึ่งทางศูนย์ดัชชีมิลล์ ถ้าพูน จะเป็นผู้ดูแลและจัดการในเรื่องนี้ โดยทุกศูนย์ตัวแทนจำหน่าย (ต่างจังหวัด) จะมีการกำหนดราคาที่เท่ากัน อาจมีการยกเว้นในบางศูนย์ที่อาจเพิ่มในส่วนของการจัดการต่างๆ ดังนี้

- ราคาปลีก เป็นราคาที่มีการกำหนดเพื่อขายให้ผู้บริโภค ซึ่งบริษัทฯจะเป็นผู้กำหนดขึ้น โดยผู้แทนจำหน่ายห้ามจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทุกชนิด ในราคาที่สูงกว่าหรือต่ำกว่าราคาที่บริษัทฯได้กำหนด ทั้งนี้เพื่อป้องกันการตัดราคากันเอง หรือการเอาเปรียบผู้บริโภคเกินควร โดยได้กำหนดโทษของการไม่จำหน่ายสินค้าตามราคาที่ได้กำหนดไว้ คือ การตัดสิทธิจากการเป็นสมาชิกของการเป็นผู้แทนจำหน่ายของทางบริษัทฯ

- ราคาเบิก เป็นราคาสำหรับผู้จำหน่ายอิสระหรือสาวดัชชีมิลล์สั่งซื้อสินค้าจากผู้แทนจำหน่าย จะมีราคาต่ำกว่าราคาปลีกเล็กน้อยเพื่อให้ผู้จำหน่ายอิสระได้รับกำไรจากการขายทันที ทั้งนี้ผู้ที่เป็นผู้จำหน่ายอิสระเท่านั้นที่จะสามารถซื้อสินค้าได้ในราคาเบิก

นโยบายในการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ เพื่อเป็นแนวทางแก่ศูนย์ฯ ได้พิจารณาราคาที่ลูกค้าซื้อได้ และเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์

## 3. การจัดจำหน่าย (Place)

ทางศูนย์ตัวแทนจำหน่ายให้ความสำคัญกับการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าและอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า โดยการขยายศูนย์ตัวแทนจำหน่ายเป็นสาขาที่ 2 ซึ่งเป็นสาขาย่อยของศูนย์ดัชชีมิลล์ ถ้าพูน คือ ศูนย์ดัชชีมิลล์ อ.เวียงหนองล่อง และใช้กลยุทธ์การขายตรงให้เข้าถึงลูกค้า โดยผ่านผู้จำหน่ายอิสระ เพื่อเพิ่มพื้นที่การขายให้ลูกค้ามีโอกาสซื้อสินค้าได้อย่างสะดวกมากขึ้น

วิธีการจัดการด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อเพิ่มกำไรของศูนย์ตัวแทนจำหน่าย มีดังนี้

- วางแผน วิเคราะห์ และกำหนดเป้าหมายยอดขายในแต่ละเขตการขาย



- กระจายเป้าหมายการขาย พร้อมกำหนดพื้นที่เขตการขาย

- จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เพื่อกระตุ้นยอดขายและสนับสนุน ช่วยเหลือแก่ผู้จำหน่ายอิสระให้ได้ตามเป้าหมายที่กำหนด

- พัฒนาทักษะ ความรู้ ความสามารถ พร้อมกระตุ้น จูงใจผู้จำหน่ายอิสระให้มีความกระตือรือร้นในการขาย

- สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างศูนย์ดัชนีผลิตภัณฑ์ ลำพูน กับ ศูนย์ดัชนีผลิตภัณฑ์ อ.เวียงหนองล่อง และผู้จำหน่ายอิสระ เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นกับศูนย์ดัชนีผลิตภัณฑ์ ลำพูน และการทำงานเป็นทีม

- ศูนย์ดัชนีผลิตภัณฑ์ ลำพูน มีการกระตุ้นให้ศูนย์ดัชนีผลิตภัณฑ์ อ.เวียงหนองล่อง และผู้จำหน่ายอิสระหาลูกค้าใหม่รักษาลูกค้าเก่าไว้ และดึงลูกค้าเก่าที่เลิกซื้อให้กลับมาซื้อสินค้าเหมือนเดิม

#### 4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

คือ กิจกรรมส่งเสริมด้านการขาย เพื่อเพิ่มยอดขายโดยเสนอสิ่งจูงใจให้แก่ลูกค้า

- จัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย ได้แก่ ซื้อมมเปรี้ยวรสใดก็ได้ ขนาด 200 ครอบ 1 โพล ฟรี 1 ขวด และซื้อมมเปรี้ยวรสใดก็ได้ ขนาด 200 ครอบ 1 โพล บวกเงินเพิ่มอีก 35 บาท รับถ้วย หรือแก้ว 1 ใบ ซึ่งจะจัดโปรโมชั่นในช่วงเดือนที่มียอดขายลดลง

- เมื่อลูกค้าทำการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ จัดส่งผลิตภัณฑ์ให้ถึงสถานที่ ได้แก่ บ้าน ร้านค้า หรือที่ทำงาน เช่น อปต. โรงพยาบาล สถานีตำรวจ ชกส. โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม

- มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าหลายรอบต่อวันทำให้ลูกค้าสามารถสั่งซื้อผลิตภัณฑ์และทราบถึงวันที่จะรับผลิตภัณฑ์ได้ล่วงหน้า

- ทางศูนย์ตัวแทนจำหน่ายมีการเพิ่มโอกาสในการขายได้มากขึ้นในช่วงเทศกาลต่างๆ โดยรวบรวมผู้จำหน่ายอิสระทุกเขตพื้นที่ในความรับผิดชอบเพื่อทำการเดินตลาด หิ้วผลิตภัณฑ์ดัชนีการขายเพื่อช่วยกันในการเพิ่มยอดขาย และจะมีการสลับเขตเพื่อช่วยกันขาย ตามแต่ผู้จำหน่ายอิสระได้กำหนดไว้ว่าควรเป็นวันใด

- การติดป้ายโฆษณาหรือป้ายผ้าหรือสติ๊กเกอร์ในบริเวณต่างๆ เช่น ร้านค้าทั่วไป รวมถึงการใช้รถยนต์หรือรถมอเตอร์ไซด์ส่วนตัวในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์

- ลดราคาผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าและผู้จำหน่ายอิสระ ในกรณีที่ลูกค้าและผู้จำหน่ายอิสระสั่งซื้อผลิตภัณฑ์เป็นจำนวนมาก

- ประชาสัมพันธ์ โดยให้การสนับสนุนกิจกรรมภายในท้องถิ่น ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมของชุมชน ได้แก่ จัดนมเปรี้ยวหลากหลายชนิดสนับสนุนกิจกรรมอบรมคุณธรรม

### 2.1.4 การวางแผนเกี่ยวกับผู้จำหน่ายอิสระ (พนักงานขาย)

การสรรหา และคัดเลือกผู้จำหน่ายอิสระ

1. ประกาศรับสมัครทั้งทางสถานีวิทยุทั่วไป สถานีวิทยุชุมชน และหนังสือพิมพ์
2. การประกาศรับสมัครงานผ่านกรมแรงงานจังหวัด และรับสมัคร ณ จุดขายโดยติดป้ายรับสมัคร
3. การแจกเอกสารแผ่นพับ ใบปลิว ใบประกาศทั่วไปเกี่ยวกับการรับสมัครตามตลาด และแหล่งชุมชน
4. การบอกต่อกันโดยการฝากผู้จำหน่ายอิสระรายเดิมในแต่ละเขตช่วยสรรหาลูกค้า และมีรางวัลตอบแทนเป็นสิ่งจูงใจในการสรรหา
5. ทำการสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล โดยการสอบถามหรือสืบประวัติจากบุคคลใกล้เคียงหากมีคุณสมบัติที่ตรงตามต้องการ ทางศูนย์ฯ จะมีการทดลองงานเป็นเวลา 3 เดือน โดยไม่มีเบี้ยเลี้ยง

คุณสมบัติของผู้จำหน่ายอิสระ

1. มีอายุ 23 ปีขึ้นไป
2. มีประสบการณ์ด้านการขาย
3. มีรถยนต์ไว้ใช้ หรือยานพาหนะอื่นๆ พร้อมอุปกรณ์ (ถังบรรจุ) เป็นของตัวเอง
4. มีไหวพริบในการแก้ไขปัญหา การช่างสังเกตและจดจำ
5. มีความสุขกับการขาย และสนุกกับการทำงาน
6. เป็นผู้ที่ชอบศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ
7. มีความสมัครใจ และมีใจรักในด้านการขาย
8. ต้องเคารพในกฎ กติกาในการขาย
9. มีความอดทนในการทำงาน
10. เป็นผู้ที่ชอบศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ และแสวงหาโอกาสในการขายเพิ่มขึ้นอยู่เสมอ
11. ชื่อสัตย์ ขยัน อดทน ไร่แรงแจ่มใส มองโลกในแง่ดี การยอมรับปัญหาในข้อผิดพลาด มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า
12. มีเทคนิคในการพูดให้ลูกค้ายอมรับได้
13. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า และเพื่อนร่วมงาน
14. หากเป็นเพศชายควรพ้นจากการเกณฑ์ทหาร

ทั้งนี้คุณสมบัติในการสรรหาผู้จำหน่ายอิสระขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้บริหารศูนย์ตัวแทนจำหน่ายดัชมิลล์ สามารถพิจารณาให้เหมาะสมตามแต่ละพื้นที่เขตการขายด้วย

การให้ความรู้เบื้องต้นแก่ผู้จำหน่ายอิสระ

1. ทางบริษัท ดัชมิลล์ จำกัด มีการประสานงานกับทางศูนย์ตัวแทนจำหน่าย โดยจัดให้มีเจ้าหน้าที่ฝ่ายฝึกอบรม ให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย มีการทดสอบ และให้ทดลองปฏิบัติในภาคสนามจริงก่อนการเป็นผู้จำหน่ายอิสระ

2. ให้ความรู้ในเรื่องของชนิดผลิตภัณฑ์ และความรู้ในเรื่องคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ให้ความรู้เรื่องวิธีการนำเสนอขายต่อลูกค้า เพิ่มทักษะในการขาย แนะนำวิธีการรักษาสินค้าให้สดเสมอ ย้ำให้การดูแลลูกค้าคุณภาพดีมิตร สม่ำเสมอ เพิ่มจำนวนลูกค้ารายใหม่

3. ให้ความรู้ด้านเทคนิควิธีการขายแก่ผู้จำหน่ายอิสระ โดยทางศูนย์ฯ จะมีการจัดอบรมและให้คำแนะนำถึงเทคนิควิธีการขายให้ มีความซื่อสัตย์ ขยัน อดทน ไร่เร่งแจ่มใส มองโลกในแง่ดี การยอมรับปัญหาในข้อผิดพลาด แก่ลูกค้า แสวงหาโอกาสในการขายเพิ่มขึ้นอยู่เสมอ มีเทคนิค ในการพูดให้ลูกค้ายอมรับ ได้ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า และเพื่อนร่วมงาน

4. ให้ความรู้ด้านวิธีการติดต่อสื่อสารแก่ผู้จำหน่ายอิสระ โดยการประชาสัมพันธ์คิดเอกสารที่บอร์ดความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และเทคนิคต่างๆที่ศูนย์ฯ มีนิตยสารรายเดือน การจัดประชุม สัมมนา การฝึกอบรม

5. ให้ความรู้ด้านบุคลิกภาพ เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จ ผู้จำหน่ายอิสระจะต้อง กล้า และมั่นใจ คือ กล้าเข้าพบลูกค้ารายใหม่ๆ มั่นใจว่าตัวเองจะทำได้สำเร็จ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ทำให้คนที่เรา พูดคุยด้วยเกิดความรู้สึกพอใจและประทับใจ มีความคิดสร้างสรรค์แปลกใหม่ เพื่อเป็นเครื่องมือ และสื่อในการขาย นัดหมายเพื่ออบรมให้ความรู้เพิ่มเติมด้านข้อมูลของทางบริษัทฯ พร้อมทั้ง ขั้นตอนพื้นฐาน ของการผลิตผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์แต่ละชนิด

การกำหนดค่าตอบแทนแก่ผู้จำหน่ายอิสระ

การกำหนดค่าตอบแทนจะเป็นไปตาม โครงสร้างมาตรฐานกลางของ บริษัท ดัชมิลล์ จำกัด ซึ่งเป็นผู้กำหนด โครงสร้างให้กับทางศูนย์ผู้แทนจำหน่ายทั่วประเทศและต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด

- ค่าตอบแทน ไม่ต่ำกว่าเดือนละ 5,000 บาท โดยมีการตั้งเป้าการขายให้แต่ละคน ซึ่งจะไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับความสามารถของแต่ละคน หากผ่านเป้าครบ 3 เดือนติดต่อกัน จะมีการเพิ่มโบนัสพิเศษให้อีก

- สวัสดิการต่างๆ เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้จากทางบริษัท ดัชมิลล์ จำกัด คือ ด้านประกันสังคมทางบริษัทฯ ช่วยออกค่าใช้จ่ายครึ่งหนึ่งกับผู้จำหน่ายอิสระแต่ละราย ด้านฉาปนกิจสงเคราะห์ ตามความสมัครใจ รายละ 30 บาท ซึ่งในส่วนนี้ผู้จำหน่ายอิสระรายอื่นๆจะต้องจ่ายเอง

## 2.2 การจัดระบบงาน (Organizing)

### 2.2.1 การกำหนดปริมาณงานของผู้จำหน่ายอิสระ

ทางศูนย์ตัวแทนจำหน่าย มีการกำหนดปริมาณงานของผู้จำหน่ายอิสระ โดยพิจารณาในเรื่องของปริมาณยอดขายที่ศูนย์ตั้งไว้ในแต่ละเขตพื้นที่การขายให้เหมาะสมกับอายุ ประสบการณ์ และความสามารถในการขายของผู้จำหน่ายอิสระ ได้แก่ เขตพื้นที่การขายที่อยู่ห่างไกล และผู้จำหน่ายอิสระที่มีอายุมากย่อมส่งผลต่อความสามารถในการขายที่ลดลง ผู้แทนจำหน่ายจึงได้ให้ความสำคัญในการกำหนดปริมาณงานให้เหมาะสม เพื่อเพิ่มยอดขายของศูนย์ฯ

### 2.2.2 การกำหนดเป้าหมายการขายของผู้จำหน่ายอิสระ

เป้าหมายการขายต่อวันของผู้จำหน่ายอิสระเป็นเกณฑ์ที่บริษัท ดัชมิลล์ จำกัด ได้กำหนดขึ้นเพื่อเป็นฐานในการคิดผลประโยชน์อัตราค่าจ้างโบนัส ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามแต่ละพื้นที่ และความสามารถในการขายของผู้จำหน่ายอิสระแต่ละราย ดังนั้นผู้แทนจำหน่ายทั้งสองศูนย์จึงมีการจัดระบบงานภายในศูนย์ตัวแทนจำหน่ายที่อยู่ในความรับผิดชอบตามที่ คือ

ศูนย์ดัชมิลล์ ลำพูน มีการจัดระบบการทำงานภายในศูนย์ตัวแทนจำหน่าย โดยแบ่งโครงสร้างออกเป็น ดังนี้

1. ผู้บริหาร ควบคุมดูแลงานภายในทั้งหมด กระตุ้นยอดขาย ประเมินผลการทำงาน และสรุปผลงานทั้งหมด
2. แคลเซียร์ ทำหน้าที่เกี่ยวกับบัญชีรายรับเงินสด ใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายภายในศูนย์ฯ ตรวจสอบเช็คสต็อกสินค้า และการวางบิลเรียกเก็บเงินจากลูกค้าเครดิต รับชำระหนี้จากลูกค้าเครดิต บันทึกการเบิกสินค้าของตัวแทนจำหน่าย
3. ซุปเปอร์ไวเซอร์ เป็นผู้ดูแลเกี่ยวกับยอดขายของผู้จำหน่ายอิสระ รวมทั้งกิจกรรมต่างๆ เกี่ยวกับการขายของผู้จำหน่ายอิสระ และศูนย์รวบรวมประมาณการขายจากผู้จำหน่ายอิสระ เพื่อรวบรวมตัวเลขไว้ใช้ในการตั้งสินค้า ตรวจสอบเป้าหมายการขายรายวันของผู้จำหน่ายอิสระ และกระตุ้นการขายเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายของผู้จำหน่ายอิสระ ที่ดูแลอยู่
4. พนักงานดูแลสต็อกสินค้า ทำหน้าที่ รับสินค้า จ่ายสินค้า บันทึกรายงานการจ่ายและตรวจเช็คสินค้า

5. พนักงานส่งของ จัดส่งสินค้าตามห้างสรรพสินค้า ร้านค้า และมินิมาร์ท ต่างๆ ที่เปิด เสร็จติดกับทางศูนย์ตัวแทนจำหน่ายโดยตรง และส่งสินค้าให้ผู้จำหน่ายอิสระ กรณีที่ทางศูนย์ฯ ส่ง สินค้าให้ถึงบ้าน

การแจ้งรายละเอียดด้านการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ แก่ผู้จำหน่ายอิสระทราบ ดังนี้

1. การส่งสินค้า ทางศูนย์ฯ รวบรวมคำสั่งซื้อในแต่ละสัปดาห์ โดยส่งให้ทางแผนกจัดซื้อ วันจันทร์ (หากตรงกับวันหยุด ให้ส่งล่วงหน้า 1 วัน)
2. การส่งสินค้า ทางฝ่ายขนส่ง บริษัท คัสตอมมาร์ท จำกัด (CTM) จะจัดส่งสินค้าให้ถึง ศูนย์ฯภายในวันศุกร์ของสัปดาห์นั้นๆ
3. การคืนหรือเปลี่ยนสินค้า ทางศูนย์ฯ แจ้งรายละเอียดหรือหลักฐานที่แผนกจัดซื้อโดยทาง แผนกจัดซื้อจะออกเอกสารการรับคืนหรือเปลี่ยนสินค้า ให้ทางฝ่ายขนส่ง (CTM) เพื่อรับสินค้า ดังกล่าวกลับ โรงงานในครั้งต่อไปของการขนส่ง
4. เงื่อนไขการชำระเงินเครดิต 10 วัน โดยนับจากวันที่เซ็นรับสินค้าตามจำนวนที่ถูกต้อง และโอนเงินตามวันที่กำหนด

ศูนย์ดัชมิลล์ อ.เวียงหนองล่อง มีการจัดระบบการทำงานภายในศูนย์ตัวแทนจำหน่าย โดย ทุกวันจันทร์ พุธ ศุกร์ เปิดให้ผู้จำหน่ายอิสระเบิกผลิตภัณฑ์ได้เฉพาะช่วงเช้า โดยช่วงบ่ายจะมีการ รับสินค้าจากผู้จัดส่งผลิตภัณฑ์ของทางบริษัทฯ เพื่อนำเข้าห้องเย็น พร้อมจัดระบบการวางตำแหน่ง ผลิตภัณฑ์ภายในห้องเย็น และมีการเช็คสต็อก และบัญชีทุกวัน เพื่อทำการ โอนเงินส่งแก่บริษัทฯ และทุกวันอังคาร พฤหัสบดี เสาร์ เปิดให้ผู้จำหน่ายอิสระเบิกสินค้าตั้งแต่เวลา 8.30น. – 16.30 น. หลัง เวลา 16.30น.

### 2.2.3 การติดตาม และควบคุมการปฏิบัติงานของผู้จำหน่ายอิสระ

ผู้แทนจำหน่ายทั้งสองศูนย์ฯ ใช้วิธีการติดตาม และควบคุมงาน โดยพิจารณา

- ยอดการเบิกผลิตภัณฑ์ และรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ในแต่ละสัปดาห์ โดยผู้จำหน่าย อิสระจะต้องประสานงานกับทางศูนย์ฯ อยู่เป็นประจำ
- ยอดจำหน่ายของผู้จำหน่ายอิสระในแต่ละเขตพื้นที่การขาย มีการตรวจสอบจากผู้แทน จำหน่ายแต่ละศูนย์ฯ ในแต่ละเดือน
- การเพิ่มปริมาณลูกค้าของผู้จำหน่ายอิสระแต่ละเขตพื้นที่ที่มีความสามารถในการหาลูกค้า รายใหม่ได้เพิ่มขึ้นจากเดิม

## 2.3 การกระจายงานและประสานงาน (Integrating)

### 2.3.1 การประสานงานระหว่างศูนย์ฯ กับผู้จำหน่ายอิสระ

เนื่องจากผู้จำหน่ายอิสระทุกรายในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน จะต้องเข้ามาเพื่อทำการเบิกสินค้า และชำระเงินค่าผลิตภัณฑ์กับทางศูนย์ฯ ดัชมิลล์ ลำพูน จึงต้องมีการติดต่อโดยตรงถึงกันทุกวันระหว่างศูนย์ฯและผู้จำหน่ายอิสระ ในส่วนของผู้จำหน่ายอิสระที่อยู่ต่างอำเภอ ทางศูนย์ฯ ได้เปิดศูนย์ย่อยนั่นคือ ศูนย์ฯ ดัชมิลล์ อ.เวียงหนองล่อง โดยมีผู้ดูแลติดต่อกับศูนย์ฯ ดัชมิลล์ ลำพูน เพื่ออำนวยความสะดวกในการเบิกสินค้าและชำระเงินของผู้จำหน่ายอิสระ

การประสานงานระหว่างผู้จำหน่ายอิสระของศูนย์ฯ ดัชมิลล์ อ.เวียงหนองล่อง ใช้วิธีการติดประกาศที่บอร์ดประชาสัมพันธ์ของศูนย์ฯ เพื่อแจ้งให้ผู้จำหน่ายอิสระทราบถึงการประชาสัมพันธ์หรือประกาศต่างๆ จากทางบริษัท ดัชมิลล์ จำกัด และการติดต่อหรือแจ้งข้อมูลข่าวสารต่างๆ ทางโทรศัพท์

### 2.3.2 การประมาณการยอดขาย

ทางศูนย์ฯ ดัชมิลล์ ลำพูน จะได้รับการประมาณการยอดขาย (เป้าการขาย) ทั้งปีเป็นรายเดือนจาก บริษัทฯ แล้วนำมากระจายยอดขายสู่ศูนย์ฯ ดัชมิลล์ อ.เวียงหนองล่อง และผู้จำหน่ายอิสระที่ศูนย์ฯ รับผิดชอบ โดยประมาณการยอดขายไว้ทุกไตรมาสตามสภาพเศรษฐกิจช่วงฤดูกาล และการกระจายยอดขายที่จะต้องพิจารณาจากสภาพพื้นที่ของแต่ละเขตการขาย ว่ามีความสามารถในการขายมากน้อยเพียงใด ซึ่งแต่ละเขตการขายก็จะมีฐานยอดขายของแต่ละเขตแต่ละเดือนของปีที่ผ่านมาเป็นฐานอยู่แล้ว หากเป้าการขายของศูนย์ฯ ที่ประมาณการยอดขายไว้เหลืออยู่ ทางศูนย์ฯ จะรับผิดชอบบริหารจัดการเอง

### 2.3.3 การกำหนดปริมาณยอดขาย

การกำหนดปริมาณยอดขายที่ต้องการสำหรับแต่ละเขตหรือพื้นที่การขาย เนื่องจากแต่ละเขตหรือพื้นที่การขายจะมียอดขายไม่เท่ากันจึงต้องอาศัยฐานเป้าหมายการขาย และยอดขายของแต่ละเดือนในปีที่ผ่านมาเป็นตัวกำหนดว่าจะเพิ่มขึ้นหรือลดลงตามศักยภาพของเขตนั่นๆ

### 2.3.4 วิธีการกำหนดเขตหรือพื้นที่การขาย

การกำหนดเขตการขายวิเคราะห์ตามสภาพความหนาแน่นของประชากร และฐานรายได้รวมของประชากรในแต่ละเขต แต่ละพื้นที่เป็นองค์ประกอบในการพิจารณาให้ผู้แทนจำหน่ายในเขตการขายนั้นๆ มียอดขายและรายได้ตามความเหมาะสม โดยศูนย์ฯ ดัชมิลล์ ลำพูน แบ่งเขตความ

รับผิดชอบออกเป็น 22 เขต มีจำนวนผู้จำหน่ายอิสระตามเขตพื้นที่ และเพิ่มจำนวนผู้จำหน่ายอิสระตามความเหมาะสมของการเข้าถึงลูกค้าในแต่ละพื้นที่ และทางศูนย์ดัชนีคชมิถ อ.เวียงหนองล่อง มีวิธีการกำหนดเขตหรือพื้นที่การขาย ตามสภาพเศรษฐกิจและสังคมในท้องที่แต่ละอำเภอ โดยออกสำรวจร่วมกับฝ่ายตรวจสอบของบริษัทฯ บางอำเภอมี 1 เขต บางอำเภอมี 2 เขต การกำหนดปริมาณยอดขายที่ต้องการแต่ละเขตหรือพื้นที่การขาย มีการกำหนดปริมาณยอดขายของแต่ละเขตไว้คือ ยอดการขายนมเปรี้ยวขนาด 120 ซีซี ได้แบ่งเป็น 6 เขต ดังนี้

- เขตอำเภอบ้านโฮ่ง เขต 1 ไม่ต่ำกว่า 1,500 ขวด/วัน และเขต 2 ไม่ต่ำกว่า 2,200 ขวด/วัน
- เขตอำเภอเถี ไม่ต่ำกว่า 400 ขวด/วัน
- เขตอำเภอทุ่งหัวช้าง ไม่ต่ำกว่า 180 ขวด/วัน
- เขตอำเภอเวียงหนองล่อง ไม่ต่ำกว่า 180 ขวด/วัน
- เขตอำเภอป่าซาง ไม่ต่ำกว่า 300 ขวด/วัน

ยอดการขายนมสดพาสเจอร์ไรส์ขนาด 200 ซีซี อีก 2 เขต คือ

- เขตอำเภอบ้านโฮ่ง อำเภอเถี อำเภอทุ่งหัวช้าง ไม่ต่ำกว่า 300 ขวด/วัน
- เขตอำเภอป่าซาง อำเภอเวียงหนองล่อง ไม่ต่ำกว่า 200 ขวด/วัน

### 2.3.5 การทดลองตั้งเขตหรือพื้นที่การขายใหม่

ในแต่ละปีศูนย์ดัชนีคชมิถ ลำพูน จะได้รับตัวเลขประมาณการขายรวมจากบริษัท คชมิถ จำกัด ซึ่งประมาณการขายแต่ละปีจะต้องมียอดเพิ่มขึ้นจากฐานเดิมอยู่แล้ว ทางศูนย์ฯ จึงจำเป็นต้องนำตัวเลขมากระจายเป็นประมาณการขายให้กับศูนย์ดัชนีคชมิถ อ.เวียงหนองล่อง และผู้จำหน่ายอิสระ ซึ่งถ้ายอดขายเดิมของผู้จำหน่ายอิสระไม่สามารถเพิ่มยอดขึ้นได้อีก และยอดที่เหลือจากการกระจายเป้าหมายก็ไม่สามารถที่จะไปเพิ่มให้ใครในเขตไหน ได้อีกแล้ว ก็จะต้องมีการพิจารณาศักยภาพการขายของผู้จำหน่ายอิสระ และสภาพพื้นที่เขตการขาย ถ้าสภาพพื้นที่เขตการขายมีความเจริญหนาแน่นเพิ่มขึ้นแต่ผู้จำหน่ายอิสระไม่มีศักยภาพในการขายเพิ่ม ก็จะมีการพิจารณาแบ่งแยกเขตการขายแทรกขึ้นในเขตการขายนั้นๆ ในหนึ่งปีก็จะมีพิจารณายอดขายและเขตการขายกันทุกๆ ไตรมาส

### 2.3.6 การกำหนดจำนวนลูกค้าในแต่ละเขตหรือพื้นที่การขาย

เนื่องจากอาชีพการขายมีหลักในการหาลูกค้า คือ การหาลูกค้าให้ได้จำนวนมาก ราย ซึ่งจะส่งผลต่อยอดการขายที่เพิ่มขึ้น กำไรและรายได้จากการขายก็เพิ่มมากขึ้น ทางศูนย์ดัชนีคชมิถ ลำพูนจึงได้มีการกระตุ้นผู้จำหน่ายอิสระ โดยการหาสมาชิกใหม่อย่างน้อยวันละ 1 ราย ซึ่งถือเป็นนโยบาย

หลักเพื่อเพิ่มยอดขาย ยิ่งถ้าเป็นผู้จำหน่ายอิสระที่เข้ามาขายใหม่ๆ ทางศูนย์ก็จะมีรายการส่งเสริมให้กับผู้จำหน่ายอิสระใหม่ให้หาสมาชิก เพื่อให้มียอดขายและรายได้ตามเป้าขั้นต่ำที่ตั้งไว้ และถ้ามีลูกค้าเก่าออกเลิกไปก็จะต้องหาเพิ่มเพื่อทดแทนยอดขายที่หายไป ดังนั้นจึงไม่มีกฎเกณฑ์ที่แน่นอนในการกำหนดจำนวนลูกค้า ในส่วนของการกำหนดจำนวนลูกค้าแต่ละเขตหรือพื้นที่การขาย ของทางศูนย์ดัชมิลล์ อ.เวียงหนองล่องไม่ได้กำหนดจำนวนลูกค้าในแต่ละเขตไว้ เพียงแต่ให้ผู้จำหน่ายอิสระลงพื้นที่ของตนเองให้มากที่สุด

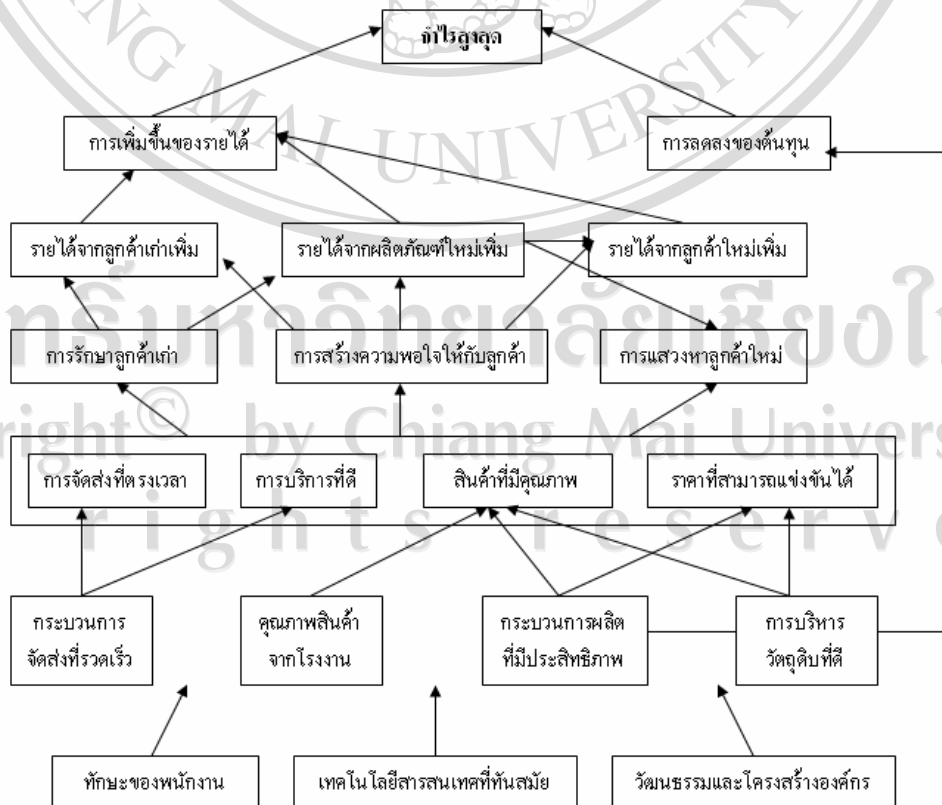
## 2.4 การวัดผลงาน (Measuring)

### 2.4.1 หลักเกณฑ์ในการวัดผลงานของผู้แทนจำหน่าย

ในแต่ละเดือนทางบริษัท ดัชมิลล์ จำกัด จะเป็นผู้วัดผลการทำงานของผู้แทนจำหน่ายศูนย์ดัชมิลล์ ลำพูน โดยมีตัวชี้วัดความสำเร็จ (KPI: Key Performance Indicator) ในการวัดผลการทำงาน ซึ่งจะเป็นการวัดจากภาพรวมในระดับประเทศ ระดับมหภาค และระดับโซน ซึ่งแต่ละเดือนก็จะมีการประชุมเพื่อนำมาสรุปและประเมินผลงานกันทุกเดือน

ปัจจัยที่ใช้ในการวัดผลงาน หรือประเมินผลการทำงาน ได้แก่

1. การประเมินผลความสำเร็จของการทำงาน โดยใช้หลักการประเมินแบบสมดุล (BSC: Balanced Scorecard) แสดงได้ตามแผนผัง ดังนี้





## 2. การประเมินด้านความรู้ และทักษะในการทำงาน ได้แก่

- มีความรู้ในเรื่องชนิดและประโยชน์ของผลิตภัณฑ์
- ทักษะในการให้ความรู้แก่ผู้จำหน่ายอิสระ คือ ความรู้ในเรื่องชนิดและประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ความรู้ด้านเทคนิควิธีการขาย ความรู้ด้านวิธีการติดต่อสื่อสาร ความรู้ด้านบุคลิกภาพ
- ทักษะในการบริหารศูนย์คัมภีร์ ลำพูน และศูนย์คัมภีร์ อ.เวียงหนองล่อง
- ความสามารถในการขายและการบริการให้ลูกค้าพึงพอใจ
- ความสามารถในการรักษายอดจำหน่ายและเพิ่มยอดจำหน่ายของศูนย์ตัวแทนจำหน่ายในแต่ละเดือน

## 3. การประเมินพฤติกรรมในการทำงาน ได้แก่

- ความละเอียดรอบคอบ
- ความรับผิดชอบและความซื่อสัตย์ต่อผู้จำหน่ายอิสระและลูกค้า

หลักเกณฑ์ในการวัดผลงานของผู้แทนจำหน่าย ในส่วนของศูนย์คัมภีร์ อ.เวียงหนองล่อง โดยศูนย์คัมภีร์ ลำพูน จะเป็นผู้วัดผลการทำงาน ได้แก่

- การวัดผลจากยอดจำหน่ายของแต่ละเดือน คือ พิจารณาจากยอดจำหน่ายโดยรวมของผู้จำหน่ายอิสระที่อยู่ในการดูแลของศูนย์ฯ เปรียบเทียบกับยอดจำหน่ายที่ศูนย์คัมภีร์ ลำพูน ได้กำหนดและกระจายยอดจำหน่ายที่ได้รับจากบริษัทฯ ว่าผู้จำหน่ายอิสระมีความสามารถรักษายอดจำหน่ายตามเกณฑ์ขั้นต่ำที่ถูกกำหนดไว้ได้หรือไม่
- การให้ความรู้แก่ผู้จำหน่ายอิสระที่อยู่ในเขตความรับผิดชอบ นอกเขตอำเภอเมือง ตามเกณฑ์ของศูนย์คัมภีร์ ลำพูน
- การวัดความถูกต้อง ชัดเจนในการทำงาน เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ คิดใจ ถามถึง
- ความขยันหมั่นเพียรในการทำงาน

### 2.4.2 หลักเกณฑ์ในการวัดผลงานของผู้จำหน่ายอิสระ

ทางศูนย์คัมภีร์ ลำพูน จะมีเป้าการขาย และผลตอบแทน คือ โบนัสเป็นรางวัลตอบแทน เพื่อสร้างแรงจูงใจให้แก่ผู้จำหน่ายอิสระแต่ละราย ในการเพิ่มยอดการขาย โดยทุกไตรมาสจะมีการประเมินผลกัน 1 ครั้ง

เกณฑ์ในการวัดผลงานผู้จำหน่ายอิสระของศูนย์คัมภีร์ อ.เวียงหนองล่อง พิจารณาจาก

- ยอดการขายในแต่ละเดือนที่ผู้แทนจำหน่ายของศูนย์ฯ ได้กระจายตัวเลขให้เหมาะสมแต่ละเขตพื้นที่

- ความสามารถจากการหาสมาชิกรายใหม่ได้เพิ่มขึ้นจากเดิม ตามเกณฑ์ที่บริษัทฯ ได้กำหนด คือ หาลูกค้าเพิ่มอย่างน้อยวันละ 1 ราย เพื่อเพิ่มยอดจำหน่ายของผู้จำหน่ายอิสระเองด้วย
- จากการแก้ไขปัญหาลูกค้า คือ ปัญหาผลิตภัณฑ์ชำรุดมีการเปลี่ยนคืนผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า

## 2.5 การพัฒนาผู้จำหน่ายอิสระ (Developing people)

ทางศูนย์ดัชมิลล์ ลำพูน ได้มีการจัดฝึกอบรมให้แก่ผู้จำหน่ายอิสระตามนโยบายของบริษัท คือ ทางบริษัทฯ จะเปิดศูนย์ฝึกอบรมทุกเดือน เดือนละ 1 ครั้ง ส่วนช่วงเวลาใดนั้นจะขึ้นอยู่กับจำนวนพนักงานที่จะเข้าฝึกอบรม ซึ่งบางเดือนมีการฝึกอบรมอาทิตย์แรกของเดือน บางเดือนมีการฝึกอบรมอาทิตย์ที่สองของเดือน ส่วนการฝึกอบรมผู้จำหน่ายอิสระของทางศูนย์ดัชมิลล์ อ.เวียงหนองล่อง ได้ทำการฝึกอบรมทุกไตรมาส ในรอบ 1 ปี โดยนัดพบกับผู้จำหน่ายอิสระจากศูนย์ตัวแทนจำหน่ายรายอื่นๆรวมกัน ทำกิจกรรมร่วมกัน 1 ครั้ง สถานที่ที่ใช้ในการฝึกอบรมผู้จำหน่ายอิสระโดยใช้ศูนย์ดัชมิลล์ ลำพูนบ่อยที่สุด และมีการจัดอบรมในช่วงฤดูหนาวมากที่สุด เพราะเป็นช่วงที่ยอดขายของศูนย์ และผู้จำหน่ายอิสระลดลงอย่างมาก

การฝึกอบรมผู้จำหน่ายอิสระขึ้นอยู่กับศักยภาพ ความสามารถ และอายุการทำงานเฉพาะของแต่ละบุคคล เมื่อทุกๆไตรมาสที่มีการประเมินผลการทำงานแล้วไม่สามารถทำยอดขายให้บรรลุตามเป้าหมายก็จะมีการส่งเข้าฝึกอบรมเพื่อเสริมความรู้ และทักษะการทำงานต่างๆแก่ตัวแทนนั้นๆ ซึ่งทางบริษัทดัชมิลล์ จำกัด จะมีศูนย์ฝึกอบรมอยู่ในแต่ละภาค และเปิดฝึกอบรมทุกเดือน

สถานที่ที่ใช้ในการฝึกอบรมผู้จำหน่ายอิสระ โดยใช้ศูนย์ฝึกอบรมของบริษัทดัชมิลล์ จำกัด ที่มีการฝึกอบรมบ่อยที่สุด คือ โรงแรมเชียงใหม่ภูคำ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

### การฝึกอบรมผู้จำหน่ายอิสระ

ความรู้ในเรื่องของผลิตภัณฑ์ ก่อนที่จะเริ่มต้นการขายผลิตภัณฑ์ชนิดใด การทำความเข้าใจเกี่ยวกับตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่จะขายอย่างลึกซึ้ง ชัดเจน เป็นเรื่องจำเป็นอย่างยิ่งเพราะนั่นจะทำให้ผู้ขายมีความเชื่อมั่นในคุณค่าและสารประโยชน์ของตัวผลิตภัณฑ์ สามารถนำเสนอข้อดีของผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้าได้อย่างมั่นใจ และน่าเชื่อถือ ดังนี้

1. ทำความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายของคำว่า “ดัชมิลล์ อร่อยดี มีประโยชน์” อร่อยดี คือ หอม อร่อยด้วยรสชาติของนมสดและน้ำผลไม้ มีประโยชน์ คือ อุดมด้วยโปรตีนและแคลเซียมจากนม วิตามินจากน้ำผลไม้ และจุลินทรีย์ที่มีประโยชน์ ช่วยให้ร่างกายดูดซึมไปใช้ประโยชน์ได้ทันที

2. ทำความเข้าใจเกี่ยวกับการเป็นพนักงานขาย จงเชื่อมั่น และระลึกเสมอว่า งานขายเป็นงานยอดเยี่ยมที่ต้องอาศัยความสามารถของเราเองในการทำรายได้อย่างงดงาม ซึ่งไม่ใช่คนทุกคนจะสามารถทำได้ คนที่มีความสามารถพิเศษ มีใจรัก มีความอดทนเท่านั้นจึงจะเป็นนักขายที่ดีและประสบความสำเร็จ ซึ่งผู้ที่จะเป็นนักขายที่ดีต้องมีเทคนิคการขายที่ดีด้วย โดยเรียนรู้จากประสบการณ์ของตัวเอง งานขายเป็นงานที่เปิดโอกาสให้สร้างความสำเร็จด้วยตนเอง มีอิสระ ทำให้มีโอกาสพบและได้รู้จักคนมากกว่า มีโอกาสได้พูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเรียนรู้จากประสบการณ์ของผู้อื่น

3. ทำความเข้าใจเกี่ยวกับบุคลิกภาพของผู้จำหน่ายอิสระ โดยความสะอาด บุคลิกดี มีเสน่ห์ และภาพลักษณ์ของผู้ขายจะสร้างความเข้าใจให้แก่ลูกค้าว่า “คนขายเป็นอย่างไร สินค้าย่อมเป็นอย่างนั้น” ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อหรือไม่ยอมขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพของผู้ขายเมื่อแรกเห็น บุคลิกภาพคือสิ่งที่ผู้อื่นมองดูตัวเราและนำไปคิดต่อในใจว่า เขารู้สึกอย่างไร เช่น ชอบ ไม่ชอบ สกปรก สะอาด ซึ่งบุคลิกภาพแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

- บุคลิกภาพภายนอก หมายถึง สิ่งที่สามารถสัมผัสและรับรู้ได้ทันทีที่มองเห็น อันได้แก่ รูปร่าง หน้าตา กิริยาท่าทาง การแต่งกาย เป็นต้น

- บุคลิกภาพภายใน หมายถึง สิ่งที่อยู่ข้างใน จิตใจเรา เป็นสิ่งที่ไม่สามารถรับรู้ได้ทันทีที่พบ แต่เมื่ออยู่ไปนานๆ มีโอกาสได้ใกล้ชิดพูดคุยจากกันก็จะทำให้รู้ได้ เช่น ทักษะคติ นิสัยใจคอ ค่านิยม เป็นต้น

สำหรับพนักงานขาย บุคลิกภาพภายนอก เป็นเหมือนประตูบานแรกที่จะเปิดเข้าไปสู่ใจของลูกค้า หากลูกค้าเห็นพนักงานขายแล้วเกิดความรู้สึกในด้านดี พอใจ ก็จะทำให้เกิดการยอมรับในตัวพนักงานขาย และมีโอกาสที่จะซื้อสินค้า

ส่วนบุคลิกภาพภายในจะมีผลในระยะยาวต่อผู้ขาย ทั้งนี้เพราะแม้บุคลิกภาพภายนอกจะดี สามารถสร้างความประทับใจให้ลูกค้าเมื่อแรกเห็นจนยอมซื้อสินค้า แต่หากบุคลิกภาพภายในไม่ดี เช่น มีเล่ห์เหลี่ยม หลอกลวง นิสัยไม่ดี ลูกค้าก็จะไม่กลับมาซื้อสินค้าอีก

ผู้จำหน่ายอิสระ หรือหนุ่ม-สาวดัดจริต ที่มีบุคลิกภาพที่ดี จะต้องปฏิบัติ ดังนี้

- เสื้อผ้าต้องเป็นฟอร์มของบริษัทซักรีดให้สะอาดเรียบร้อยดูดีอยู่ตลอดเวลาปักชื่อด้านขวาด้วยตัวหนังสือสีน้ำเงิน

- รองเท้า ถุงเท้า ควรจะเป็นสีขาว สะอาดทั้งสีและกลิ่น

- ซักทำความสะอาดหมวกดัดจริตบ่อยๆ

- ผู้ชายตัดผมให้เรียบร้อย ผู้หญิงผมยาวให้รวบ มัดให้เรียบร้อย

- ทั้งชายและหญิงควรตัดเล็บให้สั้น

- หนดเคราต้อง โคนให้สั้น สะอาดอยู่เสมอ อย่าปล่อยให้มิกลิ่นตัว หรือมิกลิ่นปาก
- ใส่เครื่องประดับที่เรียบร้อยแต่พอดี ไม่ให้ดูรุงรังมากเกินไป
- อุปกรณ์การขาย กระเป๋าสะพาย กระเป๋าเงิน ควรดูแลให้อยู่ในสภาพดี สะอาดเสมอ
- ทั้งหญิงและชายไม่จำเป็นต้องสวยหรือหล่อ แต่ให้ดูดี โดยเฉพาะผู้หญิงควรจะมีการแต่งหน้าเล็กน้อยพองาม

“ทุกส่วนในร่างกายของเราที่มองเห็นภายนอก ต้องดูดีอยู่เสมอและพึงระลึกเสมอว่า เราคือภาพลักษณ์ของ บริษัท คัมมิสท์ จำกัด”

4. ทำความเข้าใจเกี่ยวกับการให้บริการแก่ลูกค้า โดยผู้จำหน่ายอิสระควรสุภาพ จริงใจ ในการให้บริการ พนักงานขายต้องเป็นผู้ที่มีหัวใจและความตั้งใจในการบริการ เพราะงานขายต้องทำควบคู่ไปกับการบริการ จึงจะประสบความสำเร็จ แม้งานบริการจะไม่มีตัวตน สัมผัสไม่ได้ แต่สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้ ทั้งนี้ ผู้ที่เป็นพนักงานขายที่ดี ต้องมีบุคลิกภาพดี สุภาพอ่อนน้อม คล่องแคล่ว จริงใจ มีมนุษยสัมพันธ์ดี

#### หัวใจของการให้บริการ

- รักษาหรือเพิ่มพูนศักดิ์ศรี คือ ปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความเคารพและช่วยให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีกับตัวเรา โดยอาจแสดงออกด้วยคำพูด หรือสีหน้าท่าทาง
- รับฟัง และตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยความเต็มใจ เช่น การรับฟังว่าลูกค้าพูดเรื่องอะไร แล้วแสดงว่าเห็นใจและเข้าใจในความรู้สึกของเขา
- ให้คำแนะนำเมื่อลูกค้ามีปัญหาเกี่ยวกับสินค้า หรือไม่ทราบแนวทางการแก้ไขที่ชัดเจน
- เราต้องช่วยแนะนำ เช่น จะให้ส่งผลิตภัณฑ์ประจำดีหรือไม่ หรือแนะนำว่าลูกค้าควรดื่มนมชนิดใด

- ความใส่ใจในการบริการลูกค้า ด้วยวิธีที่น่าประทับใจ ได้แก่ ชื่อการด์เล็กๆ น้อยๆ อวยพรลูกค้าในเทศกาลสำคัญ การพบปะเยี่ยมเยียนสม่ำเสมอ (ไม่ใช่ไปเก็บเงินอย่างเดียว) ทักทาย ได้ถามสุขทุกข์ หรือยิ้มให้ด้วยไมตรีจิต

- การให้บริการที่ไม่เกี่ยวกับการขาย เช่น การช่วยเหลือตามโอกาสอันควร เพื่อสร้างความประทับใจ

- ให้สิ่งที่ดีที่สุดกับลูกค้า เช่น สินค้าที่ใหม่เมื่อเกิดชำรุดเสียหายก็เปลี่ยนคืนด้วยความยินดี การทอนเงิน ควรให้เหรียญหรือธนบัตรในสภาพดีแก่ลูกค้า จัดเรียงสินค้าให้ดูดีก่อนส่งถึงลูกค้า เช่น การจัดสินค้าในถุง สอบถามความพึงพอใจของลูกค้าอยู่เสมอ เช็ดล้างทำความสะอาดตู้แช่ และเรียงสินค้าให้ดูดี ทั้งสินค้าของเราและคู่แข่ง

เทคนิคที่ต้องจำ และทำให้ได้

1. ลงมือทำก่อนเสมอ โดยการวางแผนและเตรียมการล่วงหน้า
2. รู้จักบริหารเวลา และเส้นทางการขาย
3. สถิติมีไว้เพื่อทำลาย คู่ผู้ที่ทำสำเร็จเป็นตัวอย่าง แล้วสร้างตัวเองให้สำเร็จ หรือคิดว่า
4. ปกป้องลูกค้าเก่า และขายให้ชนะคู่แข่ง โดยใช้วิธีการเน้นการบริการทั้งก่อนการขายระหว่างการขายและหลังการขาย พยายามช่วงชิงลูกค้ามาได้ สร้างข้อได้เปรียบให้สินค้าจนลูกค้ายอมรับ
5. วิธีการตลาดที่จะสร้างลูกค้า จับตามคู่แข่งกำลังทำอะไร และเราทำอะไร จุดดีของเราคืออะไร จุดด้อยของคู่แข่งคืออะไร พบแล้วก็ทำให้ดียิ่งขึ้น เสนอสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า
6. สร้างจุดขายและจุดสนใจ โดยมองตลาดของเรากว้างแค่ไหน คู่แข่งว่ามากหรือไม่ ความสามารถของคู่แข่งเป็นอย่างไร เมื่อเปรียบเทียบกับเรา สร้างขวัญกำลังใจให้ตัวเอง เพื่อให้มีความพยายามที่จะขายอย่างมีระบบและต่อเนื่องและเป็นการสร้างความมั่นใจให้ลูกค้า

### 3. ปัญหาในการบริหารงานขายของผู้แทนจำหน่าย

#### 3.1 ปัญหาด้านการวางแผน

ปัญหาที่พบคือ การวางแผนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดเก็บผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เพียงพอ กับความต้องการของลูกค้า ผลิตภัณฑ์บางชนิดมีปริมาณไม่เพียงพอ กับความต้องการของลูกค้า โดยเฉพาะในช่วงฤดูร้อน ปัญหาในเรื่องของมาตรฐานของราคามีการปรับราคาเพิ่มสูงขึ้นจากเดิม แต่ไม่ปรับปริมาณผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น ส่งผลทำให้ยอดจำหน่ายและจำนวนลูกค้าลดลงจากเดิม 20 %

ปัญหาด้านการวางแผนด้านการเก็บชำระเงินกับลูกค้าที่ค้างชำระ ไม่มีแบบแผนในการ บันทึกอย่างเป็นระบบส่งผลให้ลืม และค้นหารายชื่อผู้ค้างชำระได้ยาก

กรณีที่ศูนย์จัดซื้อ อ.เวียงหนองล่อง ได้มีการกำหนดแผนการขายของผู้จำหน่ายอิสระ โดยการกำหนดเป้าการขายของแต่ละรายในแต่ละเดือนอาจไม่เป็นไปตามแผนที่ได้กำหนดไว้ เนื่องจากความไม่แน่นอนของสภาพอากาศ เช่น ฝนตกทำให้ปริมาณการจำหน่ายลดลง จำนวนครั้งในการจำหน่ายต่อวันลดลง เป็นต้น

3.2 ปัญหาด้านการจัดระบบงาน ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายปัญหาที่เกิดขึ้น คือ ขั้นตอนในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ ทางบริษัทฯ ใช้เวลาในการดำเนินงานมากทำให้เกิดความล่าช้าในการส่งมอบผลิตภัณฑ์แก่ผู้จำหน่ายอิสระและลูกค้า

### 3.3 ปัญหาด้านการกระจายงานและประสานงาน

ปัญหาในส่วนของงานประสานงานแจ้งให้ทราบ ในช่วงที่มีการปรับราคาเพิ่มขึ้น ทางบริษัทฯ ได้มีการแจ้งให้ทางศูนย์ตัวแทนจำหน่ายทราบในระยะเวลากระทันหัน จึงเป็นปัญหาต่อการแจ้งให้ลูกค้าทราบ ลูกค้าบางรายจึงลดจำนวนการซื้อ

ทางศูนย์ดัชนีล อ.เวียงหนองล่อง มักได้รับข้อมูลข่าวสารจากทางบริษัทฯ ล่าช้า อาจเนื่องมาจากมีการจัดส่งผลิตภัณฑ์ให้เป็นสถานที่สุดท้ายในแต่ละครั้งของเขตจังหวัดลำพูน ส่งผลทำให้การประชาสัมพันธ์ หรือประกาศข่าวสารใหม่ๆ ให้แก่ผู้จำหน่ายอิสระและลูกค้าล่าช้า อีกทั้งปัญหาด้านการติดต่อสื่อสารกับผู้จำหน่ายอิสระ คือ บางเขตการขายในกรณีที่ผู้จำหน่ายอิสระออกจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ที่ไม่สามารถทำการติดต่อได้ เนื่องจากในพื้นที่นั้นเป็นจุดที่ไม่มีสัญญาณโทรศัพท์

### 3.4 ปัญหาด้านการวัดผลงาน

เนื่องจากทางบริษัทฯ ไม่มีการเข้ามาตรวจสอบในพื้นที่จริง และไม่เคยมลงพื้นที่เข้าถึงลูกค้าอย่างจริงจังดังเช่นผู้จำหน่ายอิสระ จึงทำให้เกิดความแตกต่างด้านความคิดเห็นในความรู้เชิงลึกเรื่องของผลิตภัณฑ์ และอาจไม่ได้คำนึงถึงความเป็นจริงในช่วงเวลาที่มีการจำหน่ายว่าในบางครั้งผู้จำหน่ายอิสระไม่สามารถให้ความรู้แก่ลูกค้าได้อย่างที่บริษัทฯ ได้ตั้งความคาดหวังไว้

### 3.5 ปัญหาด้านการพัฒนาคน

การจัดอบรมให้ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์แก่ผู้จำหน่ายอิสระบางรายไม่ให้ความสนใจในการเข้ารับการฝึกอบรม โดยอ้างเหตุผลที่ว่า มีความจำเป็นต้องออกพื้นที่ เพื่อทำการจัดส่งผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า หรือร้านค้าที่ได้มีการนัดหมายไว้ และอ้างเหตุผลว่าไม่สะดวกในการเดินทางเข้าไปฝึกอบรมเนื่องจากระยะทางที่ไกล ทำให้ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น

ปัญหาด้านบุคลิกลักษณะและกริยามารยาทของผู้จำหน่ายอิสระที่ศูนย์ดัชนีล อ.เวียงหนองล่อง พบ คือ ปัญหาด้านการพูดจา และยังมีความใจร้อน เนื่องจากผู้จำหน่ายอิสระบางรายยังขาดการควบคุมอารมณ์ในกรณีที่พบปัญหา บางรายไม่สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ ต้องพึ่งพาและยกให้เป็นหน้าที่ของทางศูนย์ฯ ในการรับผิดชอบ และหากทางศูนย์ฯ ไม่สามารถดำเนินการแก้ไขปัญหาก็จะต้องนำเข้าไปประชุมกับทางศูนย์ดัชนีล ลำพูน

## ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับ ผู้จำหน่ายอิสระ

### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้จำหน่ายอิสระ

#### ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้จำหน่ายอิสระ จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	9	30.00
หญิง	21	70.00
<b>รวม</b>	<b>30</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้จำหน่ายอิสระส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 70.00 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 30.00

#### ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้จำหน่ายอิสระ จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
21 - 30 ปี	3	10.00
31 - 40 ปี	8	26.70
41 - 50 ปี	10	33.30
51 ปีขึ้นไป	9	30.00
<b>รวม</b>	<b>30</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้จำหน่ายอิสระมีกลุ่มอายุมากที่สุด ระหว่าง 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.30 รองลงมาได้แก่ อายุ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 30.00 อายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.70 และ ระดับน้อยที่สุดคือ อายุระหว่าง 21 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้จำหน่ายอิสระ จำแนกตามระดับการศึกษาขั้นสูงสุด

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่สูงกว่าประถมศึกษาตอนปลาย	20	66.70
มัธยมศึกษา	4	13.30
ปวช. ปวส. หรืออนุปริญญา	5	16.70
ปริญญาตรี	1	3.30
<b>รวม</b>	<b>30</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้จำหน่ายอิสระส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาขั้นสูงสุด คือ ไม่สูงกว่าประถมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 66.70 รองลงมา คือ มัธยมศึกษาคิดเป็นร้อยละ 13.30 ปวช. ปวส. หรืออนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 16.70 และ น้อยที่สุด คือ ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 3.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้จำหน่ายอิสระ จำแนกตามระยะเวลาที่มีประสบการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ค้ำมิลล์

ระยะเวลาที่มีประสบการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ค้ำมิลล์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 1 ปี	5	16.70
1 – 3 ปี	7	23.30
4 – 6 ปี	8	26.70
6 ปีขึ้นไป	10	33.30
<b>รวม</b>	<b>30</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้จำหน่ายอิสระมีระยะเวลาและประสบการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ค้ำมิลล์ มากที่สุด คือ 6 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 33.30 รองลงมา คือ มีประสบการณ์ 4 – 6 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.70 มีประสบการณ์ 1 – 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.30 และ น้อยที่สุดมีประสบการณ์ไม่เกิน 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 16.70 ตามลำดับ



## ตอนที่ 2 กระบวนการและเทคนิควิธีการขายของผู้จำหน่ายอิสระ

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกระบวนการและเทคนิควิธีการขายของผู้จำหน่ายอิสระ ขั้นตอนการเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะเป็นลูกค้า

กระบวนการและเทคนิควิธีการขาย ของผู้จำหน่ายอิสระ	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
<b>1. การเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะเป็นลูกค้า</b>						
<b>ก. ลูกค้าปลีก</b>						
1.1 ใช้วิธีการสอบถามและแนะนำ จากลูกค้าประจำ	0 (0)	3 (10.00)	4 (13.30)	9 (30.00)	14 (16.70)	<b>4.13</b> (มาก)
1.2 ใช้วิธีการเดินตลาดเพื่อเข้าพบ ลูกค้าตามบ้านด้วยตนเอง	0 (0)	1 (3.30)	0 (0)	6 (20.00)	23 (76.60)	<b>4.70</b> (มากที่สุด)
1.3 ใช้วิธีการขายตามเทศกาล ประเพณี ท้องถิ่น	2 (6.70)	13 (43.30)	0 (0)	10 (33.30)	5 (16.70)	<b>3.10</b> (ปานกลาง)
1.4 ใช้วิธีการเข้าพบลูกค้าตามศูนย์ ราชการต่างๆ	0 (0)	1 (3.30)	5 (16.70)	15 (50.00)	9 (30.00)	<b>4.06</b> (มาก)
<b>ข. ลูกค้าส่ง</b>						
1.5 ใช้วิธีการสอบถามและแนะนำ จากลูกค้าประจำ	0 (0)	5 (16.70)	5 (16.70)	13 (43.30)	7 (23.30)	<b>3.73</b> (มาก)
1.6 ใช้วิธีการเข้าหาร้านค้าใหม่ๆ	0 (0)	1 (3.30)	6 (20.00)	8 (26.70)	15 (50.00)	<b>4.23</b> (มาก)
<b>รวม</b>						<b>3.99</b> (มาก)

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้จำหน่ายอิสระมีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในขั้นตอนการเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะเป็นลูกค้า มีระดับการเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.99

ส่วนผู้จำหน่ายอิสระ ที่มีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในขั้นตอนการเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะเป็นลูกค้าปลีก โดยใช้วิธีการเดินตลาดเพื่อเข้าพบลูกค้าตามบ้านด้วยตนเอง ในระดับมาก

ที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.70 ใช้วิธีการสอบถามและแนะนำจากลูกค้าประจำในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.13 ใช้วิธีการเข้าพบลูกค้าตามศูนย์ราชการต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 4.06 และใช้วิธีการขายตามเทศกาล ประเพณีท้องถิ่นในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.10 ตามลำดับ

ส่วนผู้จำหน่ายอิสระ ที่มีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในขั้นตอนการเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะเป็นลูกค้าส่ง ในระดับมากโดยใช้วิธีการเข้าหาร้านค้าใหม่ๆ มีค่าเฉลี่ย 4.23 และใช้วิธีการสอบถามและแนะนำจากลูกค้าประจำ มีค่าเฉลี่ย 3.73 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามและค่าเฉลี่ยของกระบวนการและเทคนิค  
วิธีการขายของผู้จำหน่ายอิสระ ขั้นตอนการเตรียมตัวด้านการแต่งกายก่อนเข้าพบลูกค้า

กระบวนการและเทคนิควิธีการขาย ของผู้จำหน่ายอิสระ	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
<b>2. การเตรียมตัวด้านการแต่งกายก่อนเข้าพบลูกค้า</b>						
2.1 คุณค่าความสะอาด และความ เรียบร้อยของเสื้อผ้า ทรงผม เล็บ และความสะอาดส่วนอื่นๆ ของ ร่างกายอยู่เสมอ	0 (0)	0 (0)	1 (3.33)	6 (20.00)	23 (76.70)	<b>4.73</b> <b>(มากที่สุด)</b>
2.2 คุณลักษณะภาพร่างกาย ให้แข็งแรง สมบูรณ์อยู่เสมอ	0 (0)	1 (3.30)	7 (23.30)	6 (20.00)	16 (53.30)	<b>4.23</b> <b>(มาก)</b>
<b>รวม</b>						<b>4.48</b> <b>(มาก)</b>

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้จำหน่ายอิสระมีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในขั้นตอนการเตรียมตัวด้านการแต่งกายก่อนเข้าพบลูกค้ามีระดับการเห็นด้วยอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยรวม 4.48

ส่วนผู้จำหน่ายอิสระที่มีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในขั้นตอนการเตรียมตัวด้านการแต่งกายก่อนเข้าพบลูกค้า โดยคุณค่าความสะอาด และความเรียบร้อยของเสื้อผ้า ทรงผม เล็บ และความสะอาดส่วนอื่นๆ ของร่างกายอยู่เสมอ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.73 และคุณลักษณะภาพร่างกาย ให้แข็งแรงสมบูรณ์อยู่เสมอในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.23 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามและค่าเฉลี่ยของกระบวนการและเทคนิควิธีการขายของผู้จำหน่ายอิสระ ขั้นตอนการเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นในการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ก่อนเข้าพบลูกค้า

กระบวนการและเทคนิควิธีการขาย ของผู้จำหน่ายอิสระ	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
<b>3. การเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นในการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ก่อนเข้าพบลูกค้า</b>						
3.1 ดูแลความสะดวกของรถ กระเป่าถือ และถังบรรจุ ดัชนีผลิตภัณฑ์เสมอ	0 (0)	0 (0)	0 (0)	2 (6.70)	28 (93.30)	<b>4.93</b> (มากที่สุด)
3.2 ตรวจสอบและจัดเตรียม อุปกรณ์อื่นๆ เช่น ปากกา สมุด ดึง บรรจุ หลอด ช้อน เป็นต้น	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (3.30)	29 (96.70)	<b>4.96</b> (มากที่สุด)
<b>รวม</b>						<b>4.94</b> (มากที่สุด)

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้จำหน่ายอิสระมีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในขั้นตอนการเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นในการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ก่อนเข้าพบลูกค้า มีระดับการเห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ยรวม 4.94

ส่วนผู้จำหน่ายอิสระ ที่มีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในขั้นตอนการเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นในการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ก่อนเข้าพบลูกค้าในระดับมากที่สุด โดยตรวจสอบและจัดเตรียมอุปกรณ์อื่นๆ เช่น ปากกา สมุด ดึงบรรจุ หลอด ช้อน มีค่าเฉลี่ย 4.96 และดูแลความสะดวกของรถ กระเป่าถือ และถังบรรจุดัชนีผลิตภัณฑ์เสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.93 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามและค่าเฉลี่ยของกระบวนการและเทคนิค  
วิธีการขายของผู้จำหน่ายอิสระ ขั้นตอนการเข้าพบลูกค้า

กระบวนการและเทคนิควิธีการขาย ของผู้จำหน่ายอิสระ	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
<b>4. การเข้าพบลูกค้า</b>						
4.1 มีการวางแผนก่อนพบลูกค้า เป็นรายสัปดาห์	2 (6.70)	7 (23.30)	2 (6.70)	5 (16.70)	14 (46.70)	3.73 (มาก)
4.2 มีการนัดหมายลูกค้าก่อน 1 วัน เสมอ	11 (36.70)	16 (53.30)	2 (6.70)	0 (0)	1 (3.30)	1.80 (น้อย)
4.3 การเข้าพบโดยวิธีสุ่ม เช่น เข้า พบ หรือ โทรศัพท์ติดต่อลูกค้าโดย ไม่มีการนัดหมายล่วงหน้า	1 (3.30)	1 (3.30)	1 (3.30)	7 (23.30)	20 (66.70)	4.46 (มาก)
4.4 เข้าพบลูกค้าเฉพาะเมื่อจะไปรับ ชำระเงินค่าผลิตภัณฑ์	23 (76.70)	5 (16.70)	1 (3.30)	0 (0)	1 (3.30)	1.36 (น้อยที่สุด)
<b>รวม</b>						2.83 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้จำหน่ายอิสระมีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในขั้นตอนการ  
เข้าพบลูกค้า มีระดับการเห็นด้วยอยู่ในระดับระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ยรวม 2.83

ส่วนผู้จำหน่ายอิสระ ที่มีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในขั้นตอนการเข้าพบลูกค้าใน  
ระดับมาก ได้แก่ การเข้าพบโดยวิธีสุ่ม เช่น เข้าพบ หรือ โทรศัพท์ติดต่อลูกค้าโดยไม่มีการนัดหมาย  
ล่วงหน้า มีค่าเฉลี่ย 4.46 การวางแผนก่อนพบลูกค้าเป็นรายสัปดาห์ มีค่าเฉลี่ย 3.73

ส่วนผู้จำหน่ายอิสระ ที่มีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในขั้นตอนการเข้าพบลูกค้าใน  
ระดับน้อย โดยมีการนัดหมายลูกค้าก่อน 1 วันเสมอ มีค่าเฉลี่ย 1.80 และโดยเข้าพบลูกค้าเฉพาะเมื่อ  
จะไปรับชำระเงินค่าผลิตภัณฑ์ ในระดับน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 1.36 ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามและค่าเฉลี่ยของกระบวนการและเทคนิควิธีการขายของผู้จำหน่ายอิสระ ขั้นตอนวิธีการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่ใช้

กระบวนการและเทคนิควิธีการขาย ของผู้จำหน่ายอิสระ	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
<b>5. วิธีการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่ใช้</b>						
5.1 นำเสนอโดยการสร้างความ เชื่อมั่นให้ผู้บริโภค	0 (0)	0 (0)	1 (3.30)	7 (23.30)	22 (73.30)	<b>4.70</b> (มากที่สุด)
5.2 นำเสนอโดยการอธิบายให้เกิด ความเข้าใจง่าย	0 (0)	1 (3.30)	0 (0)	7 (23.30)	22 (73.30)	<b>4.66</b> (มากที่สุด)
5.3 นำเสนอโดยบอกประโยชน์ที่ ลูกค้าจะได้รับ	0 (0)	5 (16.70)	0 (0)	10 (33.30)	15 (50.00)	<b>4.16</b> (มาก)
<b>รวม</b>						<b>4.50</b> (มาก)

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้จำหน่ายอิสระมีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในขั้นตอนการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่ใช้ มีระดับการเห็นด้วยอยู่ในด้วยระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ยรวม 4.50

ส่วนผู้จำหน่ายอิสระ ที่มีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในขั้นตอนการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในระดับมากที่สุด ได้แก่ โดยการนำเสนอเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภค มีค่าเฉลี่ย 4.70 นำเสนอโดยการอธิบายให้เกิดความเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.66 และนำเสนอโดยบอกประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.16 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามและค่าเฉลี่ยของกระบวนการและเทคนิค  
วิธีการขายของผู้จำหน่ายอิสระ ขั้นตอนเทคนิควิธีในการขาย

กระบวนการและเทคนิควิธีการขาย ของผู้จำหน่ายอิสระ	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
<b>6. เทคนิควิธีในการขาย</b>						
6.1 พบปะเยี่ยมเยียนทักทาย ใต้ตาม สุขทุกข์สม่ำเสมอ	0 (0)	0 (0)	1 (3.30)	7 (23.30)	22 (73.30)	<b>4.70</b> (มากที่สุด)
6.2 มีการลดราคาให้ลูกค้าประจำ	0 (0)	3 (10.00)	9 (30.00)	7 (23.30)	11 (36.70)	<b>3.86</b> (มาก)
6.3 มีความสามารถในการจำชื่อ ลูกค้าได้แม่นยำ	0 (0)	2 (6.70)	4 (13.30)	9 (30.00)	15 (50.00)	<b>4.23</b> (มาก)
6.4 มีการลดราคาเมื่อลูกค้าซื้อเป็น จำนวนมาก	0 (0)	6 (20.00)	12 (40.00)	9 (30.00)	3 (10.00)	<b>3.30</b> (ปานกลาง)
6.5 มีการส่งเสริมการขายโดย วิธีการแถมสินค้า	1 (3.30)	7 (23.30)	19 (63.30)	3 (10.00)	0 (0)	<b>2.80</b> (ปานกลาง)
6.6 มีการเตรียมเงินเพื่อทอนให้กับ ลูกค้าในสภาพที่ดี	0 (0)	3 (10.00)	5 (16.70)	14 (46.70)	8 (26.70)	<b>3.90</b> (มาก)
6.7 มีการจัดเรียงผลิตภัณฑ์ให้ดูดี ก่อนส่งถึงลูกค้าเสมอ	0 (0)	1 (3.30)	1 (3.30)	11 (36.70)	17 (56.70)	<b>4.46</b> (มาก)
<b>รวม</b>						<b>3.89</b> (มาก)

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้จำหน่ายอิสระมีกระบวนการและเทคนิควิธีในการขาย มีระดับการเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.89

ส่วนผู้จำหน่ายอิสระที่มีกระบวนการและเทคนิควิธีการขาย โดยการพบปะเยี่ยมเยียนทักทาย ใต้ตามสุขทุกข์สม่ำเสมอ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.70

ส่วนผู้จำหน่ายอิสระที่มีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในระดับมาก ได้แก่ วิธีการจัดเรียงผลิตภัณฑ์ให้ดูดีก่อนส่งถึงลูกค้าเสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.46 มีความสามารถในการจำชื่อลูกค้าได้

แม่นยำ มีค่าเฉลี่ย 4.23 มีการเตรียมเงินเพื่อทอนให้กับลูกค้าในสภาพที่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.90 และมีการลดราคาให้ลูกค้าประจำ มีค่าเฉลี่ย 3.86 ตามลำดับ

ส่วนผู้จำหน่ายอิสระที่มีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในระดับปานกลาง ได้แก่ การลดราคาเมื่อลูกค้าซื้อเป็นจำนวนมาก มีค่าเฉลี่ย 3.30 การส่งเสริมการขายโดยวิธีการแถมสินค้า มีค่าเฉลี่ย 2.80 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามและค่าเฉลี่ยของกระบวนการและเทคนิค  
วิธีการขายของผู้จำหน่ายอิสระ ขั้นตอนการตอบข้อโต้แย้ง

กระบวนการและเทคนิควิธีการขาย ของผู้จำหน่ายอิสระ	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
<b>7. การตอบข้อโต้แย้ง</b>						
7.1 มีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์อย่าง แท้จริง เพื่อตอบคำถามลูกค้าอย่าง มีเหตุผล	2 (6.70)	7 (23.30)	10 (33.30)	7 (23.30)	4 (13.30)	<b>3.13</b> (ปานกลาง)
7.2 รับฟังปัญหาหรือข้อโต้แย้งจาก ลูกค้าด้วยความเชื่อมั่นเสมอ	0 (36.70)	1 (53.30)	13 (6.70)	10 (0)	6 (3.30)	<b>3.70</b> (มาก)
7.3 ไม่กลัวปัญหาหรือข้อโต้แย้งที่ เกิดขึ้น	0 (0)	4 (13.30)	12 (40.00)	10 (33.30)	4 (13.30)	<b>3.46</b> (ปานกลาง)
7.4 มีการคาดคะเนล่วงหน้าก่อน พบลูกค้าเสมอ	1 (3.30)	13 (43.30)	11 (36.70)	2 (6.70)	3 (10.00)	<b>2.76</b> (ปานกลาง)
7.5 ไม่มีการหลีกเลี่ยงปัญหา และ พยายามตอบคำถามให้ลูกค้าเข้าใจ	0 (0)	1 (3.30)	6 (20.00)	17 (56.70)	6 (20.00)	<b>3.93</b> (มาก)
<b>รวม</b>						<b>3.39</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้จำหน่ายอิสระมีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในการตอบข้อ  
โต้แย้งมีระดับการเห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.39

ส่วนผู้จำหน่ายอิสระที่มีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในการตอบข้อโต้แย้งในระดับ  
มาก ได้แก่ ไม่มีการหลีกเลี่ยงปัญหา และพยายามตอบคำถามให้ลูกค้าเข้าใจ มีค่าเฉลี่ย 3.93 รับฟัง  
ปัญหาหรือข้อโต้แย้งจากลูกค้าด้วยความเชื่อมั่นเสมอ มีค่าเฉลี่ย 3.70

ส่วนผู้จำหน่ายอิสระที่มีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในการตอบข้อโต้แย้งในระดับ  
ปานกลาง ได้แก่ ไม่กลัวปัญหาหรือข้อโต้แย้งที่เกิดขึ้น มีค่าเฉลี่ย 3.46 มีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์อย่าง  
แท้จริง เพื่อตอบคำถามลูกค้าอย่างมีเหตุผล มีค่าเฉลี่ย 3.13 และมีการคาดคะเนล่วงหน้าก่อนพบ  
ลูกค้าเสมอ มีค่าเฉลี่ย 2.76 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามและค่าเฉลี่ยของกระบวนการและเทคนิค  
วิธีการขายของผู้จำหน่ายอิสระ ขั้นตอนการปิดการขาย

กระบวนการและเทคนิควิธีการขาย ของผู้จำหน่ายอิสระ	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
<b>8. การปิดการขาย</b>						
8.1 ปิดการขายโดยให้ลูกค้า ตัดสินใจเอง	0 (0)	1 (3.30)	1 (3.30)	8 (26.70)	20 (66.70)	4.56 (มากที่สุด)
8.2 นำเสนอผลิตภัณฑ์ก่อนจึงปิด การขาย	0 (0)	1 (3.30)	5 (16.70)	10 (33.30)	14 (46.70)	4.23 (มาก)
8.3 แม้ลูกค้าปฏิเสธการซื้อ จะมี การแจ้งเบอร์ติดต่อให้ทราบ เมื่อ ลูกค้าต้องการติดต่อสอบถามข้อมูล เพิ่มเติม	0 (0)	8 (26.70)	14 (46.70)	7 (23.30)	1 (3.30)	3.03 (ปานกลาง)
รวม						3.94 (มาก)

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้จำหน่ายอิสระมีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในขั้นตอนการปิดการขายมีระดับการเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.94

ส่วนผู้จำหน่ายอิสระที่มีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในขั้นตอนการปิดการขาย โดยให้ลูกค้าตัดสินใจเอง ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.56 ในระดับมากมีการปิดการขายโดยนำเสนอผลิตภัณฑ์ก่อนจึงปิดการขาย มีค่าเฉลี่ย 4.23

ส่วนผู้จำหน่ายอิสระที่มีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในขั้นตอนการปิดการขาย แม้ลูกค้าปฏิเสธการซื้อ จะมีการแจ้งเบอร์ติดต่อให้ทราบ เมื่อลูกค้าต้องการติดต่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.03 ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามและค่าเฉลี่ยของกระบวนการและเทคนิค  
วิธีการขายของผู้จำหน่ายอิสระ ขั้นตอนการติดตามผลหลังการขาย

กระบวนการและเทคนิควิธีการขาย ของผู้จำหน่ายอิสระ	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
<b>9. การติดตามผลหลังการขาย</b>						
<b>ก. ลูกค้าปลีก</b>						
9.1 สินค้าเมื่อเกิดชำรุดเสียหายมี การเปลี่ยนคืนด้วยความยินดี	0 (0)	3 (10.00)	10 (33.30)	14 (46.70)	3 (10.00)	3.56 (มาก)
9.2 มีการสอบถาม หรือสั่งซื้อ ผลิตภัณฑ์ทางโทรศัพท์	1 (3.30)	9 (30.00)	8 (26.70)	7 (23.30)	5 (16.70)	3.20 (ปานกลาง)
9.3 มีการแวะเยี่ยมเขียนลูกค้า	0 (0)	1 (3.30)	0 (0)	14 (46.70)	15 (50.00)	4.43 (มาก)
9.4 มีการส่งการ์ดอวยพรใน เทศกาลพิเศษ	23 (76.70)	6 (20.00)	1 (3.30)	0 (0)	0 (0)	1.26 (น้อยที่สุด)
9.5 มีการร่วมงานสำคัญๆ ของ ลูกค้า เช่น งานแต่งงาน งานทำบุญ ขึ้นบ้านใหม่	0 (0)	2 (6.70)	10 (33.30)	12 (40.00)	6 (20.00)	3.73 (มาก)
9.6 ส่งข่าวสารใหม่ๆจากบริษัทที่ เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า	0 (0)	0 (0)	0 (0)	11 (36.70)	19 (63.30)	4.63 (มากที่สุด)
<b>ข. ลูกค้าส่ง</b>						
9.7 สินค้าเมื่อเกิดชำรุดเสียหายมี การเปลี่ยนคืนด้วยความยินดี	0 (0)	2 (6.70)	11 (36.70)	12 (40.00)	5 (16.70)	3.66 (มาก)
9.8 มีการสอบถาม หรือสั่งซื้อ ผลิตภัณฑ์ทางโทรศัพท์	1 (3.30)	6 (20.00)	12 (40.00)	8 (26.70)	3 (10.00)	3.20 (ปานกลาง)
9.9 มีการแวะเยี่ยมเขียนลูกค้า	0 (0)	1 (3.30)	6 (20.00)	18 (60.00)	5 (16.70)	3.90 (มาก)

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามและค่าเฉลี่ยของกระบวนการและเทคนิค  
วิธีการขายของผู้จำหน่ายอิสระ ขั้นตอนการติดตามผลหลังการขาย (ต่อ)

กระบวนการและเทคนิควิธีการขาย ของผู้จำหน่ายอิสระ	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
9.10 มีการร่วมงานสำคัญๆ ของ ลูกค้า เช่น งานแต่งงาน งานทำบุญ ขึ้นบ้านใหม่	2 (6.70)	5 (16.70)	6 (20.00)	15 (50.00)	2 (6.70)	3.30 (ปานกลาง)
9.11 ส่งข่าวสารใหม่ๆจากบริษัทที่ เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า	0 (0)	0 (0)	0 (0)	4 (13.30)	26 (86.70)	4.86 (มากที่สุด)
<b>รวม</b>						3.61 (มาก)

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้จำหน่ายอิสระมีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในขั้นตอนการติดตามผลหลังการขาย มีระดับการเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.61

ส่วนผู้จำหน่ายอิสระที่มีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในขั้นตอนการติดตามผลหลังการขายลูกค้าปลีก โดยการส่งข่าวสารใหม่ๆจากบริษัทที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้าในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.63 ในระดับมาก ได้แก่ มีการแวะเยี่ยมเยียนลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.43 มีการร่วมงานสำคัญๆ ของลูกค้า เช่น งานแต่งงาน งานทำบุญขึ้นบ้านใหม่ มีค่าเฉลี่ย 3.73 และสินค้าเมื่อเกิดชำรุดเสียหาย มีการเปลี่ยนคืนด้วยความยินดี มีค่าเฉลี่ย 3.56 ในระดับปานกลางมีการสอบถาม หรือสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ทางโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ย 3.20 และมีการส่งการ์ดอวยพรในเทศกาลพิเศษ อยู่ในระดับน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 1.26

ส่วนผู้จำหน่ายอิสระที่มีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในขั้นตอนการติดตามผลหลังการขายลูกค้าส่ง โดยการส่งข่าวสารใหม่ๆจากบริษัทที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้าในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.86 ในระดับมาก ได้แก่ มีการแวะเยี่ยมเยียนลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.90 สินค้าเมื่อเกิดชำรุดเสียหายมีการเปลี่ยนคืนด้วยความยินดี 3.66 ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการร่วมงานสำคัญๆ ของลูกค้า เช่น งานแต่งงาน งานทำบุญขึ้นบ้านใหม่ มีค่าเฉลี่ย 3.30 และมีการสอบถาม หรือสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ทางโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ย 3.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละ ของผู้ตอบแบบสอบถามและค่าเฉลี่ยของกระบวนการและเทคนิค  
วิธีการขายของผู้จำหน่ายอิสระ ขั้นตอนการให้บริการแก่ลูกค้า

กระบวนการและเทคนิควิธีการขาย ของผู้จำหน่ายอิสระ	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
<b>10. การให้บริการแก่ลูกค้า</b>						
10.1 บริการให้ตรงเวลา และตรงตาม ที่ลูกค้าต้องการเพื่อให้ลูกค้า เกิดความพึงพอใจสูงสุด	0 (0)	0 (0)	4 (13.30)	6 (20.00)	20 (66.70)	<b>4.53</b> (มากที่สุด)
10.2 เยี่ยมเยียนลูกค้า เพื่อรักษา ความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าหลังการ ซื้อผลิตภัณฑ์	0 (0)	0 (0)	0 (0)	9 (30.00)	21 (70.00)	<b>4.70</b> (มากที่สุด)
10.3 บริการให้ลูกค้าเกิดความ พอใจ เพื่อให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำ จนเป็นลูกค้าประจำ	0 (0)	0 (0)	0 (0)	5 (16.70)	25 (83.30)	<b>4.83</b> (มากที่สุด)
10.4 บริการให้คำแนะนำและ คำปรึกษาต่างๆ แก่ลูกค้าที่มีปัญหา เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจและมี การบอกต่อจนเกิดลูกค้ารายใหม่	0 (0)	7 (23.30)	7 (23.30)	9 (30.00)	7 (23.30)	<b>3.53</b> (มาก)
10.5 ให้บริการส่งผลิตภัณฑ์ถึงบ้าน หรือร้านค้า เพื่อเพิ่มยอดขายและ ปริมาณการขายผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น	0 (0)	0 (0)	1 (3.30)	2 (6.70)	27 (90.00)	<b>4.86</b> (มากที่สุด)
<b>รวม</b>						<b>4.49</b> (มาก)

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้จำหน่ายอิสระมีกระบวนการและเทคนิควิธีการขาย ในขั้นตอนการ  
ให้บริการแก่ลูกค้ามีระดับการเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 4.49

ส่วนผู้จำหน่ายอิสระที่มีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในขั้นตอนการให้บริการแก่  
ลูกค้า ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ให้บริการส่งผลิตภัณฑ์ถึงบ้าน หรือร้านค้า เพื่อเพิ่มยอดขายและ  
ปริมาณการขายผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น มีค่าเฉลี่ย 4.86 บริการให้ลูกค้าเกิดความพอใจ เพื่อให้ลูกค้า

กลับมาซื้อซ้ำจนเป็นลูกค้าประจำ มีค่าเฉลี่ย 4.83 เชื่อมเขียนลูกค้า เพื่อรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าหลังการซื้อผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.70 และบริการให้ตรงเวลา และตรงตามที่ลูกค้าต้องการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด มีค่าเฉลี่ย 4.53

ส่วนผู้จำหน่ายอิสระที่มีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในขั้นตอนการให้บริการแก่ลูกค้า มีการบริการให้คำแนะนำและคำปรึกษาต่างๆ แก่ลูกค้าที่มีปัญหา เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจ และมีการบอกต่อจนเกิดลูกค้ารายใหม่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.53 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ย ของกระบวนการและเทคนิควิธีการขายของผู้จำหน่ายอิสระ ในขั้นตอนการเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะเป็นลูกค้าและระดับการศึกษาขั้นสูงสุด

กระบวนการและเทคนิควิธีการขาย ของผู้จำหน่ายอิสระ	ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด				ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ไม่สูงกว่า ประถมศึกษา ตอนปลาย	มัธยมศึกษา	ปวช. ปวส. อนุปริญญา	ปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
<b>1. การเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะเป็นลูกค้า</b>					
<b>ก. ลูกค้าปลีก</b>					
1.1 ใช้วิธีการสอบถามและแนะนำ จากลูกค้าประจำ	4.05 (มาก)	4.50 (มาก)	4.00 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	4.13 (มาก)
1.2 ใช้วิธีการเดินตลาดเพื่อเข้าพบ ลูกค้าตามบ้านด้วยตนเอง	4.60 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)
1.3 ใช้วิธีการขายตามเทศกาล ประเพณี ท้องถิ่น	2.70 (ปานกลาง)	4.25 (มาก)	4.00 (มาก)	2.00 (น้อย)	3.10 (ปานกลาง)
1.4 ใช้วิธีการเข้าพบลูกค้าตามศูนย์ ราชการต่างๆ	3.80 (มาก)	4.50 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.50 (มาก)	4.06 (มาก)
<b>ข. ลูกค้าส่ง</b>					
1.5 ใช้วิธีการสอบถามและแนะนำ จากลูกค้าประจำ	3.40 (ปานกลาง)	4.50 (มาก)	4.40 (มาก)	4.00 (มาก)	3.73 (มาก)
1.6 ใช้วิธีการเข้าหาร้านค้าใหม่ๆ	3.95 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.23 (มาก)
รวม	3.75 (มาก)	4.54 (มากที่สุด)	4.46 (มาก)	4.25 (มาก)	3.99 (มาก)

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้จำหน่ายอิสระมีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในขั้นตอนการเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะเป็นลูกค้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.99

ผู้จำหน่ายอิสระที่ใช้กระบวนการและเทคนิควิธีการขายในการเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะเป็นลูกค้าปลีก โดยวิธีการเดินตลาดเพื่อเข้าพบลูกค้าตามบ้านด้วยตนเอง ให้ความสำคัญในระดับมาก

ที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.70 ให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ วิธีการสอบถามและแนะนำจากลูกค้าประจำ มีค่าเฉลี่ย 4.13 และวิธีการเข้าพบลูกค้าตามศูนย์ราชการต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 4.06 ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยใช้วิธีการขายตามเทศกาล ประเพณี ท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 3.10 ขั้นตอนการเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะเป็ลูกค้าส่ง ให้ความสำคัญระดับมากต่อวิธีการเข้าหาร้านค้าใหม่ๆ มีค่าเฉลี่ย 4.23 และวิธีการสอบถามและแนะนำจากลูกค้าประจำ มีค่าเฉลี่ย 3.73

ส่วนผู้จำหน่ายอิสระที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ การศึกษาระดับมัธยมศึกษา มีค่าเฉลี่ย 4.54 ในระดับมาก ได้แก่ การศึกษาระดับไม่สูงกว่าประถมศึกษาตอนปลาย มีค่าเฉลี่ย 3.75 การศึกษาระดับปวช. ปวส. หรืออนุปริญญา มีค่าเฉลี่ย 4.46 และการศึกษาระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 4.25

ส่วนผู้จำหน่ายอิสระในระดับการศึกษาไม่สูงกว่าประถมศึกษาตอนปลาย ให้ความสำคัญต่อการเลือกสรรผู้ที่จะเป็ลูกค้าปลีก โดยใช้วิธีการเดินตลาดเพื่อเข้าพบลูกค้าตามบ้านด้วยตนเอง ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.60 ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ วิธีการสอบถามและแนะนำจากลูกค้าประจำ มีค่าเฉลี่ย 4.05 วิธีการเข้าพบลูกค้าตามศูนย์ราชการต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.80

ส่วนผู้จำหน่ายอิสระในระดับการศึกษาไม่สูงกว่าประถมศึกษาตอนปลาย ให้ความสำคัญต่อการเลือกสรรผู้ที่จะเป็ลูกค้าส่ง โดยใช้วิธีการเข้าหาร้านค้าใหม่ๆ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.95 และใช้วิธีการสอบถามและแนะนำจากลูกค้าประจำ ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.40

ส่วนผู้จำหน่ายอิสระในระดับการศึกษามัธยมศึกษา ให้ความสำคัญต่อการเลือกสรรผู้ที่จะเป็ลูกค้าปลีก โดยใช้วิธีการเดินตลาดเพื่อเข้าพบลูกค้าตามบ้านด้วยตนเอง ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.75 ให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ การใช้วิธีการสอบถามและแนะนำจากลูกค้าประจำ มีค่าเฉลี่ย 4.50 วิธีการเข้าพบลูกค้าตามศูนย์ราชการต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 4.50 และวิธีการขายตามเทศกาล ประเพณี ท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.25 การเลือกสรรผู้ที่จะเป็ลูกค้าส่ง โดยใช้วิธีการเข้าหาร้านค้าใหม่ๆ ระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.75 และใช้วิธีการสอบถามและแนะนำจากลูกค้าประจำ ให้ความสำคัญระดับมากมีค่าเฉลี่ย 4.50

ส่วนผู้จำหน่ายอิสระในระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช. ปวส. หรืออนุปริญญา ให้ความสำคัญต่อการเลือกสรรผู้ที่จะเป็ลูกค้าปลีกในระดับมากที่สุด โดยใช้วิธีการเดินตลาดเพื่อเข้าพบลูกค้าตามบ้านด้วยตนเอง มีค่าเฉลี่ย 5.00 และวิธีการเข้าพบลูกค้าตามศูนย์ราชการต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 4.60 ให้ความสำคัญระดับมาก โดยใช้วิธีการสอบถามและแนะนำจากลูกค้าประจำ และวิธีการขายตามเทศกาล ประเพณี ท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 4.00 ส่วนการเลือกสรรผู้ที่จะเป็ลูกค้าส่งของผู้จำหน่ายอิสระ ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด โดยใช้วิธีการเข้าหาร้านค้าใหม่ๆ มีค่าเฉลี่ย 4.80

ส่วนผู้จำหน่ายอิสระในระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อการเลือกสรรผู้ที่จะเป็ลูกค้าปลีกในระดับมากที่สุด โดยวิธีการสอบถามและแนะนำจากลูกค้าประจำ และวิธีการ



เดินตลาดเพื่อเข้าพบลูกค้าตามบ้านด้วยตนเอง มีค่าเฉลี่ย 5.00 และให้ความสำคัญระดับน้อย โดยใช้วิธีการขายตามเทศกาล ประเพณี ท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 2.00 ส่วนการเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะจะเป็นลูกค้าส่งของผู้จำหน่ายอิสระ ให้ความสำคัญระดับมากที่สุดโดยใช้วิธีการเข้าหาร้านค้าใหม่ๆ มีค่าเฉลี่ย 5.00 และให้ความสำคัญระดับมาก โดยใช้วิธีการสอบถามและแนะนำจากลูกค้าประจำ มีค่าเฉลี่ย 4.00 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ย ของกระบวนการและเทคนิควิธีการขายของผู้จำหน่ายอิสระ และระดับ การศึกษาขั้นสูงสุด ขั้นตอนการเตรียมตัวด้านการแต่งกายก่อนเข้าพบลูกค้า

กระบวนการและเทคนิควิธีการขาย ของผู้จำหน่ายอิสระ	ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด				ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ไม่สูงกว่า ประถมศึกษา ตอนปลาย	มัธยมศึกษา	ปวช. ปวส. อนุปริญญา	ปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
<b>2. การเตรียมตัวด้านการแต่งกายก่อนเข้าพบลูกค้า</b>					
2.1 คุณแลความสะอาด และความ เรียบร้อยของเสื้อผ้า ทรงผม เล็บ และความสะอาดส่วนอื่นๆ ของ ร่างกายอยู่เสมอ	4.75 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	4.73 (มากที่สุด)
2.2 คุณแลสุขภาพร่างกาย ให้ แข็งแรงสมบูรณ์อยู่เสมอ	4.10 (มาก)	4.50 (มาก)	4.40 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	4.23 (มาก)
รวม	4.42 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้จำหน่ายอิสระมีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในขั้นตอนการเตรียมตัวด้านการแต่งกายก่อนเข้าพบลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.48

ผู้จำหน่ายอิสระที่ใช้กระบวนการและเทคนิควิธีการขายในการเตรียมตัวด้านการแต่งกายก่อนเข้าพบลูกค้า ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในการดูแลความสะอาด และความเรียบร้อยของเสื้อผ้า ทรงผม เล็บ และความสะอาดส่วนอื่นๆ ของร่างกายอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.73 และให้ความสำคัญระดับมาก ในการดูแลสุขภาพร่างกาย ให้แข็งแรงสมบูรณ์อยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.23

ส่วนผู้จำหน่ายอิสระที่อยู่ในระดับมากที่สุด คือ การศึกษาระดับปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ย 5.00 และระดับมัธยมศึกษา มีค่าเฉลี่ย 4.75 ในระดับมาก คือ การศึกษาระดับไม่สูงกว่าประถมศึกษาตอนปลาย มีค่าเฉลี่ย 4.42 และการศึกษาระดับปวช. ปวส. หรืออนุปริญญา

ส่วนผู้จำหน่ายอิสระที่มีการศึกษาระดับไม่สูงกว่าประถมศึกษาตอนปลาย ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อการดูแลความสะอาด และความเรียบร้อยของเสื้อผ้า ทรงผม เล็บ และความสะอาดส่วนอื่นๆ ของร่างกายอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.75 และให้ความสำคัญในระดับมากต่อการดูแลสุขภาพร่างกาย ให้แข็งแรงสมบูรณ์อยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.10

ส่วนผู้จำหน่ายอิสระที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อการดูแลความสะอาด และความเรียบร้อยของเสื้อผ้า ทรงผม เล็บ และความสะอาดส่วนอื่นๆ ของร่างกายอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ย 5.00 และให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อการดูแลสุขภาพร่างกาย ให้แข็งแรงสมบูรณ์อยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.50

ส่วนผู้จำหน่ายอิสระที่มีการศึกษาระดับปวช. ปวส. หรืออนุปริญญา ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อการดูแลความสะอาด และความเรียบร้อยของเสื้อผ้า ทรงผม เล็บ และความสะอาดส่วนอื่นๆ ของร่างกายอยู่เสมอ และการดูแลสุขภาพร่างกาย ให้แข็งแรงสมบูรณ์อยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.40

ส่วนผู้จำหน่ายอิสระที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ทั้งต่อการดูแลความสะอาด และความเรียบร้อยของเสื้อผ้า ทรงผม เล็บ และความสะอาดส่วนอื่นๆ ของร่างกายอยู่เสมอ และการดูแลสุขภาพร่างกาย ให้แข็งแรงสมบูรณ์อยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ย 5.00

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a white elephant standing on a base. Above the elephant is a traditional Thai lamp (Lampang) with a flame. The text 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' is written in a circular path around the central image. There are decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ย ของกระบวนการและเทคนิควิธีการขายของผู้จำหน่ายอิสระ และระดับการศึกษาชั้นสูงสุด ขั้นตอนการเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นในการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ก่อนเข้าพบลูกค้า

กระบวนการและเทคนิควิธีการขาย ของผู้จำหน่ายอิสระ	ระดับการศึกษาชั้นสูงสุด				ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ไม่สูงกว่า ประถมศึกษา ตอนปลาย	มัธยมศึกษา	ปวช. ปวส. อนุปริญญา	ปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
<b>3. การเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นในการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ก่อนเข้าพบลูกค้า</b>					
3.1 ดูแลความสะอาดของรถ กระบะเป่าถี้อ และถังบรรจุดัชมิลล์ อยู่เสมอ	4.90 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.93 (มากที่สุด)
3.2 ตรวจสอบและจัดเตรียม อุปกรณ์อื่นๆ เช่น ปากกา สมุด ถู บรรจุ หลอด ช้อน เป็นต้น	5.00 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.96 (มากที่สุด)
<b>รวม</b>	<b>4.95</b> (มากที่สุด)	<b>4.87</b> (มากที่สุด)	<b>5.00</b> (มากที่สุด)	<b>5.00</b> (มากที่สุด)	<b>4.94</b> (มากที่สุด)

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้จำหน่ายอิสระมีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในขั้นตอนการเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นในการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ก่อนเข้าพบลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.94

ผู้จำหน่ายอิสระที่ใช้กระบวนการและเทคนิควิธีการขายในการเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นในการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ก่อนเข้าพบลูกค้า ทุกระดับการศึกษาให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อการดูแลความสะอาดของรถ กระบะเป่าถี้อ และถังบรรจุดัชมิลล์อยู่เสมอ การตรวจสอบและจัดเตรียมอุปกรณ์อื่นๆ เช่น ปากกา สมุด ถูบรรจุ หลอด ช้อน

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ย ของกระบวนการและเทคนิควิธีการขายของผู้จำหน่ายอิสระ และระดับการศึกษาขั้นสูงสุด ขั้นตอนการเข้าพบลูกค้า

กระบวนการและเทคนิควิธีการขาย ของผู้จำหน่ายอิสระ	ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด				ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ไม่สูงกว่า ประถมศึกษา ตอนปลาย	มัธยมศึกษา	ปวช. ปวส. อนุปริญญา	ปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
<b>4. การเข้าพบลูกค้า</b>					
4.1 มีการวางแผนก่อนพบลูกค้า เป็นรายสัปดาห์	3.70 (มาก)	3.75 (มาก)	3.60 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	3.73 (มาก)
4.2 มีการนัดหมายลูกค้าก่อน 1 วัน เสมอ	1.60 (น้อย)	2.25 (น้อย)	2.20 (น้อย)	2.00 (น้อย)	1.80 (น้อย)
4.3 การเข้าพบโดยวิธีสุ่ม เช่น เข้า พบ หรือโทรศัพท์ติดต่อลูกค้าโดย ไม่มีการนัดหมายล่วงหน้า	4.30 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	3.00 (ปานกลาง)	4.46 (มาก)
4.4 เข้าพบลูกค้าเฉพาะเมื่อจะไป รับชำระเงินค่าผลิตภัณฑ์	1.30 (น้อยที่สุด)	2.00 (น้อย)	1.20 (น้อยที่สุด)	1.00 (น้อยที่สุด)	1.36 (น้อยที่สุด)
<b>รวม</b>	<b>2.72</b> (ปานกลาง)	<b>3.25</b> (ปานกลาง)	<b>3.00</b> (ปานกลาง)	<b>2.75</b> (ปานกลาง)	<b>2.83</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้จำหน่ายอิสระมีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในขั้นตอนการเข้าพบลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 2.83

ผู้จำหน่ายอิสระมีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในขั้นตอนการเข้าพบลูกค้า โดยให้ความสำคัญในระดับมาก โดยการเข้าพบโดยวิธีสุ่ม เช่น เข้าพบ หรือโทรศัพท์ติดต่อลูกค้าโดยไม่มีการนัดหมายล่วงหน้า มีค่าเฉลี่ย 4.46 การวางแผนก่อนพบลูกค้าเป็นรายสัปดาห์ มีค่าเฉลี่ย 3.73 ให้ความสำคัญระดับน้อย ในการนัดหมายลูกค้าก่อน 1 วันเสมอ มีค่าเฉลี่ย 1.80 และให้ความสำคัญระดับน้อยที่สุดในการเข้าพบลูกค้าเฉพาะเมื่อจะไปรับชำระเงินค่าผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 1.30

ส่วนผู้จำหน่ายอิสระที่มีการศึกษาในระดับไม่สูงกว่าประถมศึกษาตอนปลาย ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ การเข้าพบโดยวิธีสุ่ม เช่น เข้าพบ หรือโทรศัพท์ติดต่อลูกค้าโดยไม่มีการนัดหมายล่วงหน้า มีค่าเฉลี่ย 4.30 การวางแผนก่อนพบลูกค้าเป็นรายสัปดาห์ มีค่าเฉลี่ย 3.70 ให้

ความสำคัญระดับน้อย คือ การนัดหมายลูกค้าก่อน 1 วันเสมอ มีค่าเฉลี่ย 1.60 ให้ความสำคัญในระดับน้อยที่สุด ในการเข้าพบลูกค้าเฉพาะเมื่อจะไปรับชำระเงินค่าผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 1.30

ผู้จำหน่ายอิสระที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ในการเข้าพบโดยวิธีสุ่ม เช่น เข้าพบ หรือ โทรศัพท์ติดต่อลูกค้าโดยไม่มีการนัดหมายล่วงหน้า มีค่าเฉลี่ย 5.00 ให้ความสำคัญระดับมาก ในการวางแผนก่อนพบลูกค้าเป็นรายสัปดาห์ มีค่าเฉลี่ย 3.75 และให้ความสำคัญระดับน้อย ได้แก่ การนัดหมายลูกค้าก่อน 1 วันเสมอ มีค่าเฉลี่ย 2.25 และเข้าพบลูกค้าเฉพาะเมื่อจะไปรับชำระเงินค่าผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 2.00

ส่วนผู้จำหน่ายอิสระที่มีการศึกษาในระดับปวช. ปวส. หรืออนุปริญญา ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ในการเข้าพบโดยวิธีสุ่ม เช่น เข้าพบ หรือ โทรศัพท์ติดต่อลูกค้าโดยไม่มีการนัดหมายล่วงหน้า มีค่าเฉลี่ย 5.00 ให้ความสำคัญระดับมากในการวางแผนก่อนพบลูกค้าเป็นรายสัปดาห์ มีค่าเฉลี่ย 3.60 ให้ความสำคัญระดับน้อยในการนัดหมายลูกค้าก่อน 1 วันเสมอ มีค่าเฉลี่ย 2.20 และให้ความสำคัญระดับน้อยที่สุด ในการเข้าพบลูกค้าเฉพาะเมื่อจะไปรับชำระเงินค่าผลิตภัณฑ์

ผู้จำหน่ายอิสระที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญระดับมากที่สุดในการวางแผนก่อนพบลูกค้าเป็นรายสัปดาห์ มีค่าเฉลี่ย 5.00 ให้ความสำคัญระดับปานกลาง

การเข้าพบโดยวิธีสุ่ม เช่น เข้าพบ หรือ โทรศัพท์ติดต่อลูกค้าโดยไม่มีการนัดหมายล่วงหน้า โดยเข้าพบลูกค้าเฉพาะเมื่อจะไปรับชำระเงินค่าผลิตภัณฑ์ การเข้าพบโดยวิธีสุ่ม เช่น เข้าพบ หรือ โทรศัพท์ติดต่อลูกค้าโดยไม่มีการนัดหมายล่วงหน้า มีค่าเฉลี่ย 3.00 และให้ความสำคัญระดับน้อยที่สุด โดยเข้าพบลูกค้าเฉพาะเมื่อจะไปรับชำระเงินค่าผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ย ของกระบวนการและเทคนิควิธีการขายของผู้จำหน่ายอิสระ และระดับ การศึกษาขั้นสูงสุด ขั้นตอนวิธีการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่ท่านใช้

กระบวนการและเทคนิควิธีการขาย ของผู้จำหน่ายอิสระ	ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด				ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ไม่สูงกว่า ประถมศึกษา ตอนปลาย	มัธยมศึกษา	ปวช. ปวส. อนุปริญญา	ปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
<b>5. วิธีการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่ท่านใช้</b>					
5.1 นำเสนอโดยการสร้างความ เชื่อมั่นให้ผู้บริโภค	4.60 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)
5.2 นำเสนอโดยการอธิบายให้เกิด ความเข้าใจง่าย	4.70 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.66 (มากที่สุด)
5.3 นำเสนอโดยบอกประโยชน์ที่ ลูกค้าจะได้รับ	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.16 (มาก)
รวม	4.43 (มาก)	4.41 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.56 (มาก)

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้จำหน่ายอิสระมีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในขั้นตอน เสนอขายผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.56

ผู้จำหน่ายอิสระที่มีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในการเสนอขายผลิตภัณฑ์ ให้ ความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.50 ได้แก่ การนำเสนอ โดยการสร้างความเชื่อมั่นให้ ผู้บริโภค มีค่าเฉลี่ย 4.70 การนำเสนอโดยการอธิบายให้เกิดความเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.66

ส่วนผู้จำหน่ายอิสระที่มีการศึกษาระดับไม่สูงกว่าประถมศึกษาตอนปลาย ให้ความสำคัญ ระดับมากที่สุด ต่อการนำเสนอโดยการอธิบายให้เกิดความเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.70 การนำเสนอ โดยการสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภค มีค่าเฉลี่ย 4.60

ผู้จำหน่ายอิสระที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ต่อการ นำเสนอโดยการสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภค มีค่าเฉลี่ย 5.00 ให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ นำเสนอโดยการอธิบายให้เกิดความเข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.25 การนำเสนอโดยบอกประโยชน์ที่ ลูกค้าจะได้รับ มีค่าเฉลี่ย 4.00

ผู้จำหน่ายอิสระที่มีการศึกษาระดับปวช. ปวส. หรืออนุปริญญา ให้ความสำคัญระดับมากที่สุดเหมือนกัน ต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ ที่ค่าเฉลี่ย 4.80 ส่วนผู้จำหน่ายอิสระที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญระดับมากที่สุดเหมือนกัน ต่อการเสนอขายผลิตภัณฑ์ ที่ค่าเฉลี่ย 5.00 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ย ของกระบวนการและเทคนิควิธีการขายของผู้จำหน่ายอิสระ และระดับการศึกษาชั้นสูงสุด ขั้นตอนเทคนิควิธีในการขาย

กระบวนการและเทคนิควิธีการขาย ของผู้จำหน่ายอิสระ	ระดับการศึกษาชั้นสูงสุด				ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ไม่สูงกว่า ประถมศึกษา ตอนปลาย	มัธยมศึกษา	ปวช. ปวส. อนุปริญญา	ปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
<b>6. เทคนิควิธีในการขาย</b>					
6.1 พบปะเยี่ยมเยียนทักทาย ใต้ ตามสุขทุกข์สม่ำเสมอ	4.75 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)
6.2 มีการลดราคาให้ลูกค้าประจำ	3.90 (มาก)	3.75 (มาก)	3.80 (มาก)	4.00 (มาก)	3.86 (มาก)
6.3 มีความสามารถในการจำชื่อ ลูกค้าได้แม่นยำ	4.50 (มาก)	4.25 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	4.23 (มาก)
6.4 มีการลดราคาเมื่อลูกค้าซื้อเป็น จำนวนมาก	3.35 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	3.30 (ปานกลาง)
6.5 มีการส่งเสริมการขายโดย วิธีการแถมสินค้า	2.75 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	2.80 (ปานกลาง)
6.6 มีการเตรียมเงินเพื่อทอนให้กับ ลูกค้าในสภาพที่ดี	3.85 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	4.80 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	3.90 (มาก)
6.7 มีการจัดเรียงผลิตภัณฑ์ให้ดูดี ก่อนส่งถึงลูกค้าเสมอ	4.50 (มาก)	3.50 (ปานกลาง)	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.46 (มาก)
<b>รวม</b>	<b>3.94</b> (มาก)	<b>3.67</b> (มาก)	<b>3.91</b> (มาก)	<b>3.71</b> (มาก)	<b>3.89</b> (มาก)

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้จำหน่ายอิสระมีกระบวนการและเทคนิควิธีในการขาย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.89

ผู้จำหน่ายอิสระที่มีเทคนิควิธีในการขาย ที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือการพบปะเยี่ยมเยียนทักทาย ใต้ตามสุขทุกข์สม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.70 ให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ มีการจัดเรียงผลิตภัณฑ์ให้ดูดีก่อนส่งถึงลูกค้าเสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.46 และมีความสามารถในการจำชื่อลูกค้า

ได้แม่นยำ มีค่าเฉลี่ย 4.23 ส่วนผู้จำหน่ายอิสระที่มีเทคนิควิธีในการขาย ที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการลดราคาเมื่อลูกค้าซื้อเป็นจำนวนมาก มีค่าเฉลี่ย 3.30 และมีการส่งเสริมการขายโดยวิธีการแถมสินค้า มีค่าเฉลี่ย 2.80 ตามลำดับ

ส่วนผู้จำหน่ายอิสระที่มีการศึกษาระดับไม่สูงกว่าประถมศึกษาตอนปลาย ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ต่อการพบปะเยี่ยมเยียนทักทาย ใ้ตามสุขทุกข์สม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.75 ให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ความสามารถในการจำชื่อลูกค้าได้แม่นยำ การจัดเรียงผลิตภัณฑ์ให้ดูดีก่อนส่งถึงลูกค้าเสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.50 มีการลดราคาให้ลูกค้าประจำ มีค่าเฉลี่ย 3.90 การเตรียมเงินเพื่อทอนให้กับลูกค้าในสภาพที่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.85

ผู้จำหน่ายอิสระที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ต่อการพบปะเยี่ยมเยียนทักทาย ใ้ตามสุขทุกข์สม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.75 ให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ มีความสามารถในการจำชื่อลูกค้าได้แม่นยำ มีค่าเฉลี่ย มีการลดราคาให้ลูกค้าประจำ และมีการลดราคาเมื่อลูกค้าซื้อเป็นจำนวนมาก มีค่าเฉลี่ย 3.75

ผู้จำหน่ายอิสระที่มีการศึกษาระดับปวช. ปวส. หรืออนุปริญญา ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการจัดเรียงผลิตภัณฑ์ให้ดูดีก่อนส่งถึงลูกค้าเสมอ มีค่าเฉลี่ย 5.00 มีการเตรียมเงินเพื่อทอนให้กับลูกค้าในสภาพที่ดี มีค่าเฉลี่ย 4.80 ให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ พบปะเยี่ยมเยียนทักทาย ใ้ตามสุขทุกข์สม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.40 มีการลดราคาให้ลูกค้าประจำ มีค่าเฉลี่ย 3.80 ส่วนผู้จำหน่ายอิสระที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ต่อการพบปะเยี่ยมเยียนทักทาย ใ้ตามสุขทุกข์สม่ำเสมอ และมีการจัดเรียงผลิตภัณฑ์ให้ดูดีก่อนส่งถึงลูกค้าเสมอ มีค่าเฉลี่ย 5.00 ให้ความสำคัญระดับน้อย ได้แก่ มีการลดราคาเมื่อลูกค้าซื้อเป็นจำนวนมาก และมีการส่งเสริมการขายโดยวิธีการแถมสินค้า มีค่าเฉลี่ย 2.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ย ของกระบวนการและเทคนิควิธีการขายของผู้จำหน่ายอิสระ และระดับการศึกษาชั้นสูงสุด ขั้นตอนการตอบข้อโต้แย้ง

กระบวนการและเทคนิควิธีการขาย ของผู้จำหน่ายอิสระ	ระดับการศึกษาชั้นสูงสุด				ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ไม่สูงกว่า ประถมศึกษา ตอนปลาย	มัธยมศึกษา	ปวช. ปวส. อนุปริญญา	ปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
<b>7. การตอบข้อโต้แย้ง</b>					
7.1 มีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์อย่าง แท้จริง เพื่อตอบคำถามลูกค้าอย่าง มีเหตุผล	3.00 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)	4.00 (มาก)	3.13 (ปานกลาง)
7.2 รับฟังปัญหาหรือข้อโต้แย้งจาก ลูกค้าด้วยความเชื่อมั่นเสมอ	3.65 (มาก)	3.50 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.70 (มาก)
7.3 ไม่กลัวปัญหาหรือข้อโต้แย้งที่ เกิดขึ้น	3.40 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)
7.4 มีการคาดคะเนล่วงหน้าก่อน พบลูกค้าเสมอ	2.70 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	2.76 (ปานกลาง)
7.5 ไม่มีการหลีกเลี่ยงปัญหา และ พยายามตอบคำถามให้ลูกค้าเข้าใจ	3.95 (มาก)	4.25 (มาก)	3.80 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.93 (มาก)
<b>รวม</b>	<b>3.34</b> (ปานกลาง)	<b>3.40</b> (ปานกลาง)	<b>3.64</b> (ปานกลาง)	<b>2.40</b> (น้อย)	<b>3.39</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้จำหน่ายอิสระมีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในการตอบข้อโต้แย้งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.39 ผู้จำหน่ายอิสระที่มีการตอบข้อโต้แย้งให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ไม่มีการหลีกเลี่ยงปัญหา และพยายามตอบคำถามให้ลูกค้าเข้าใจ มีค่าเฉลี่ย 3.93 รับฟังปัญหาหรือข้อโต้แย้งจากลูกค้าด้วยความเชื่อมั่นเสมอ มีค่าเฉลี่ย 3.73 ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่กลัวปัญหาหรือข้อโต้แย้งที่เกิดขึ้น มีค่าเฉลี่ย 3.46 มีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์อย่างแท้จริง เพื่อตอบคำถามลูกค้าอย่างมีเหตุผล มีค่าเฉลี่ย 3.13 มีการคาดคะเนล่วงหน้าก่อนพบลูกค้าเสมอ มีค่าเฉลี่ย 2.76

ส่วนผู้จำหน่ายอิสระที่มีการศึกษาระดับไม่สูงกว่าประถมศึกษาตอนปลาย ให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ไม่มีการหลีกเลี่ยงปัญหา และพยายามตอบคำถามให้ลูกค้าเข้าใจ มีค่าเฉลี่ย 3.95 รับฟังปัญหาหรือข้อโต้แย้งจากลูกค้าด้วยความเชื่อมั่นเสมอ มีค่าเฉลี่ย 3.65

ผู้จำหน่ายอิสระที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ไม่มีการหลีกเลี่ยงปัญหา และพยายามตอบคำถามให้ลูกค้าเข้าใจ มีค่าเฉลี่ย 4.25 ไม่กลัวปัญหาหรือข้อโต้แย้งที่เกิดขึ้น มีค่าเฉลี่ย 3.75 ส่วนผู้จำหน่ายอิสระที่มีการศึกษาระดับปวช. ปวส. หรืออนุปริญญา ให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ รับฟังปัญหาหรือข้อโต้แย้งจากลูกค้าด้วยความเชื่อมั่นเสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.00 มีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์อย่างแท้จริง เพื่อตอบคำถามลูกค้าอย่างมีเหตุผล มีค่าเฉลี่ย 3.80 และไม่มีการหลีกเลี่ยงปัญหา และพยายามตอบคำถามให้ลูกค้าเข้าใจ มีค่าเฉลี่ย 3.80

ผู้จำหน่ายอิสระที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ มีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์อย่างแท้จริง เพื่อตอบคำถามลูกค้าอย่างมีเหตุผล รับฟังปัญหาหรือข้อโต้แย้งจากลูกค้าด้วยความเชื่อมั่นเสมอ และไม่กลัวปัญหาหรือข้อโต้แย้งที่เกิดขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ย 4.00 การคาดคะเนล่วงหน้าก่อนพบลูกค้าเสมอ ผู้จำหน่ายอิสระ ได้ให้ความสำคัญระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.00 ตามลำดับ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ย ของกระบวนการและเทคนิควิธีการขายของผู้จำหน่ายอิสระ และระดับ การศึกษาขั้นสูงสุด ขั้นตอนการปิดการขาย

กระบวนการและเทคนิควิธีการขาย ของผู้จำหน่ายอิสระ	ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด				ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ไม่สูงกว่า ประถมศึกษา ตอนปลาย	มัธยมศึกษา	ปวช. ปวส. อนุปริญญา	ปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
<b>8. การปิดการขาย</b>					
8.1 ปิดการขายโดยให้ลูกค้า ตัดสินใจเอง	4.50 (มาก)	4.75 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)
8.2 นำเสนอผลิตภัณฑ์ก่อนจึงปิด การขาย	4.20 (มาก)	4.25 (มาก)	4.40 (มาก)	4.00 (มาก)	4.23 (มาก)
8.3 แม้ลูกค้าปฏิเสธการซื้อ จะมี การแจ้งเบอร์ติดต่อให้ทราบ เมื่อ ลูกค้าต้องการติดต่อสอบถาม ข้อมูลเพิ่มเติม	3.00 (ปานกลาง)	2.50 (น้อย)	3.40 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.03 (ปานกลาง)
<b>รวม</b>	<b>3.90</b> (มาก)	<b>3.83</b> (มาก)	<b>4.20</b> (มาก)	<b>4.00</b> (มาก)	<b>3.94</b> (มาก)

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้จำหน่ายอิสระมีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในการปิดการ ขาย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.94

ผู้จำหน่ายอิสระที่มีการปิดการขายโดยให้ลูกค้าตัดสินใจเอง ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.56 ให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อการนำเสนอผลิตภัณฑ์ก่อนจึงปิดการขาย มีค่าเฉลี่ย 4.23 และให้ความสำคัญในระดับปานกลาง แม้ลูกค้าปฏิเสธการซื้อ จะมีการแจ้งเบอร์ติดต่อให้ทราบ เมื่อลูกค้าต้องการติดต่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม มีค่าเฉลี่ย 3.03 ตามลำดับ

ในระดับการศึกษาขั้นสูงสุดผู้จำหน่ายอิสระที่มีการศึกษาระดับไม่สูงกว่าประถมศึกษาตอนปลาย ให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ปิดการขายโดยให้ลูกค้าตัดสินใจเอง มีค่าเฉลี่ย 4.50 และ นำเสนอผลิตภัณฑ์ก่อนจึงปิดการขาย มีค่าเฉลี่ย 4.20 ส่วนผู้จำหน่ายอิสระที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ต่อการปิดการขายโดยให้ลูกค้าตัดสินใจเอง มีค่าเฉลี่ย 4.75 ให้ความสำคัญระดับมาก ต่อการนำเสนอผลิตภัณฑ์ก่อนจึงปิดการขาย มีค่าเฉลี่ย 4.25 และให้

ความสำคัญระดับน้อยแม้ลูกค้าปฏิเสธการซื้อ จะมีการแจ้งเบอร์ติดต่อให้ทราบ เมื่อลูกค้าต้องการติดต่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม มีค่าเฉลี่ย 2.50

ผู้จำหน่ายอิสระที่มีการศึกษาระดับปวช. ปวส. หรืออนุปริญญา ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ต่อการปิดการขายโดยให้ลูกค้าตัดสินใจเอง มีค่าเฉลี่ย 4.80 ให้ความสำคัญระดับมากต่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ก่อนจึงปิดการขาย มีค่าเฉลี่ย 4.40 และให้ความสำคัญระดับปานกลาง แม้ลูกค้าปฏิเสธการซื้อ จะมีการแจ้งเบอร์ติดต่อให้ทราบ เมื่อลูกค้าต้องการติดต่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม มีค่าเฉลี่ย 3.40 ส่วนผู้จำหน่ายอิสระที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญระดับมากต่อการปิดการขาย ทั้งหมด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.00

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. Above the elephant's head is a traditional Thai oil lamp (diya) with a flame. The entire central scene is enclosed within a circular border. The border contains the university's name in Thai script at the top and 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964' in English at the bottom. There are decorative floral motifs on the left and right sides of the border.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ย ของกระบวนการและเทคนิควิธีการขายของผู้จำหน่ายอิสระ และระดับการศึกษาขั้นสูงสุด ขั้นตอนการติดตามผลหลังการขาย

กระบวนการและเทคนิควิธีการขาย ของผู้จำหน่ายอิสระ	ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด				ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ไม่สูงกว่า ประถมศึกษา ตอนปลาย	มัธยมศึกษา	ปวช. ปวส. อนุปริญญา	ปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
<b>9. การติดตามผลหลังการขาย</b>					
<b>ก. ลูกค้าปลีก</b>					
9.1 สินค้าเมื่อเกิดชำรุดเสียหายมี การเปลี่ยนคืนด้วยความยินดี	3.55 (มาก)	3.50 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	5.00 (มากที่สุด)	3.56 (มาก)
9.2 มีการสอบถาม หรือสั่งซื้อ ผลิตภัณฑ์ทางโทรศัพท์	3.20 (ปานกลาง)	2.50 (น้อย)	3.40 (ปานกลาง)	5.00 (มากที่สุด)	3.20 (ปานกลาง)
9.3 มีการแวะเยี่ยมชมเขียนลูกค้า	4.35 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	4.40 (มาก)	4.00 (มาก)	4.43 (มาก)
9.4 มีการส่งการ์ดอวยพรใน เทศกาลพิเศษ	1.25 (น้อยที่สุด)	1.00 (น้อยที่สุด)	1.40 (น้อยที่สุด)	2.00 (น้อย)	1.26 (น้อยที่สุด)
9.5 มีการร่วมงานสำคัญๆ ของ ลูกค้า เช่น งานแต่งงาน งานทำบุญ ขึ้นบ้านใหม่	3.75 (มาก)	4.00 (มาก)	3.60 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)
9.6 ส่งข่าวสารใหม่ๆจากบริษัทที่ เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า	4.60 (มากที่สุด)	4.50 (มาก)	5.00 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	4.63 (มากที่สุด)
<b>ข. ลูกค้าส่ง</b>					
9.7 สินค้าเมื่อเกิดชำรุดเสียหายมี การเปลี่ยนคืนด้วยความยินดี	3.60 (มาก)	4.25 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	5.00 (มากที่สุด)	3.66 (มาก)
9.8 มีการสอบถาม หรือสั่งซื้อ ผลิตภัณฑ์ทางโทรศัพท์	3.15 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	3.80 (มาก)	2.00 (น้อย)	3.20 (ปานกลาง)
9.9 มีการแวะเยี่ยมชมเขียนลูกค้า	3.75 (มาก)	4.25 (มาก)	4.20 (มาก)	4.00 (มาก)	3.90 (มาก)

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ย ของกระบวนการและเทคนิควิธีการขายของผู้จำหน่ายอิสระ และระดับการศึกษาขั้นสูงสุด ขั้นตอนการติดตามผลหลังการขาย (ต่อ)

กระบวนการและเทคนิควิธีการขาย ของผู้จำหน่ายอิสระ	ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด				ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ไม่สูงกว่า ประถมศึกษา ตอนปลาย	มัธยมศึกษา	ปวช. ปวส. อนุปริญญา	ปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
9.10 มีการร่วมงานสำคัญๆ ของ ลูกค้า เช่น งานแต่งงาน งานทำบุญ ขึ้นบ้านใหม่	3.30 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	3.20 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	3.33 (ปานกลาง)
9.11 ส่งข่าวสารใหม่ๆจากบริษัทที่ เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า	4.90 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.86 (มากที่สุด)
รวม	3.58 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.67 (มาก)	3.72 (มาก)	3.61 (มาก)

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้จำหน่ายอิสระมีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในขั้นตอนการติดตามผลหลังการขายโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.61

ผู้จำหน่ายอิสระที่ใช้กระบวนการและเทคนิควิธีการขายในการติดตามผลหลังการขายลูกค้าปลีก ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อวิธีการข่าวสารใหม่ๆจากบริษัทที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.63 ให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ มีการแวะเยี่ยมเขียนลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.43 มีการร่วมงานสำคัญๆ ของลูกค้า เช่น งานแต่งงาน งานทำบุญขึ้นบ้านใหม่ มีค่าเฉลี่ย 3.73 และสินค้าเมื่อเกิดชำรุดเสียหายมีการเปลี่ยนคืนด้วยความยินดี มีค่าเฉลี่ย 3.56

ผู้จำหน่ายอิสระที่ใช้กระบวนการและเทคนิควิธีการขายในการติดตามผลหลังการขายลูกค้าส่ง ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในการส่งข่าวสารใหม่ๆจากบริษัทที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.86 ให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ มีการแวะเยี่ยมเขียนลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.90 และสินค้าเมื่อเกิดชำรุดเสียหายมีการเปลี่ยนคืนด้วยความยินดี มีค่าเฉลี่ย 3.66 ตามลำดับ

ผู้จำหน่ายอิสระในระดับการศึกษาไม่สูงกว่าประถมศึกษาตอนปลาย ให้ความสำคัญต่อการติดตามผลหลังการขายของลูกค้าปลีก โดยใช้วิธีส่งข่าวสารใหม่ๆจากบริษัทที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.60 ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีการแวะเยี่ยมเขียนลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.35



มีการร่วมงานสำคัญๆ ของลูกค้า เช่น งานแต่งงาน งานทำบุญขึ้นบ้านใหม่ มีค่าเฉลี่ย 3.75 สินค้าเมื่อเกิดชำรุดเสียหายมีการเปลี่ยนคืนด้วยความยินดี มีค่าเฉลี่ย 3.55 และให้ความสำคัญระดับน้อยที่สุด ในการส่งการ์ดอวยพรในเทศกาลพิเศษ มีค่าเฉลี่ย 1.25 ส่วนผู้จำหน่ายอิสระที่ให้ความสำคัญต่อการติดตามผลหลังการขายของลูกค้าส่ง โดยใช้วิธีส่งข่าวสารใหม่ๆ จากบริษัทที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.90 มีค่าเฉลี่ย 3.40 ให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ การแวะเยี่ยมเยียนลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.75 สินค้าเมื่อเกิดชำรุดเสียหายมีการเปลี่ยนคืนด้วยความยินดี มีค่าเฉลี่ย 3.60 ตามลำดับ

ผู้จำหน่ายอิสระในระดับการศึกษามัธยมศึกษา ให้ความสำคัญต่อการติดตามผลหลังการขายของลูกค้าปลีก ให้ความสำคัญระดับมากที่สุดในการแวะเยี่ยมเยียนลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 5.00 ให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ส่งข่าวสารใหม่ๆ จากบริษัทที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.50 มีการร่วมงานสำคัญๆ ของลูกค้า เช่น งานแต่งงาน งานทำบุญขึ้นบ้านใหม่ มีค่าเฉลี่ย 4.00 และให้ความสำคัญระดับน้อยที่สุด ในการส่งการ์ดอวยพรในเทศกาลพิเศษ มีค่าเฉลี่ย 1.00 ส่วนการติดตามผลหลังการขายของลูกค้าส่ง ให้ความสำคัญระดับมากที่สุดในการใช้วิธีส่งข่าวสารใหม่ๆ จากบริษัทที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.75 ตามลำดับ

ผู้จำหน่ายอิสระในระดับการศึกษาระดับ ปวช. ปวส. หรืออนุปริญญา ให้ความสำคัญต่อการติดตามผลหลังการขายลูกค้าปลีกของผู้จำหน่ายอิสระในระดับมากที่สุด โดยใช้วิธีส่งข่าวสารใหม่ๆ จากบริษัทที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 5.00 ให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ การแวะเยี่ยมเยียนลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.40 การร่วมงานสำคัญๆ ของลูกค้า เช่น งานแต่งงาน งานทำบุญขึ้นบ้านใหม่ มีค่าเฉลี่ย 3.60 ส่วนการติดตามผลหลังการขายลูกค้าส่งของผู้จำหน่ายอิสระ ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ใช้วิธีส่งข่าวสารใหม่ๆ จากบริษัทที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.80 ตามลำดับ

ผู้จำหน่ายอิสระในระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญต่อการติดตามผลหลังการขายลูกค้าปลีกของผู้จำหน่ายอิสระในระดับมากที่สุด โดยวิธีสินค้าเมื่อเกิดชำรุดเสียหายมีการเปลี่ยนคืนด้วยความยินดี และสอบถาม หรือสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ทางโทรศัพท์ มีค่าเฉลี่ย 5.00 ให้ความสำคัญในระดับน้อย ในการส่งการ์ดอวยพรในเทศกาลพิเศษ มีค่าเฉลี่ย 2.00 ส่วนการติดตามผลหลังการขายลูกค้าส่งของผู้จำหน่ายอิสระ ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด โดยใช้วิธีการส่งข่าวสารใหม่ๆ จากบริษัทที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 5.00 และให้ความสำคัญระดับน้อย โดยการร่วมงานสำคัญๆ ของลูกค้า เช่น งานแต่งงาน งานทำบุญขึ้นบ้านใหม่ มีค่าเฉลี่ย 2.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ย ของกระบวนการและเทคนิควิธีการขายของผู้จำหน่ายอิสระ และระดับการศึกษาขั้นสูงสุด ขั้นตอนการให้บริการแก่ลูกค้า

กระบวนการและเทคนิควิธีการขาย ของผู้จำหน่ายอิสระ	ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด				ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ไม่สูงกว่า ประถมศึกษา ตอนปลาย	มัธยมศึกษา	ปวช. ปวส. อนุปริญญา	ปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
<b>10. การให้บริการแก่ลูกค้า</b>					
10.1 บริการให้ตรงเวลา และตรงตาม ที่ลูกค้าต้องการเพื่อให้ลูกค้า เกิดความพึงพอใจสูงสุด	4.55 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.53 (มากที่สุด)
10.2 เยี่ยมเยียนลูกค้า เพื่อรักษา ความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าหลังการ ซื้อผลิตภัณฑ์	4.75 (มากที่สุด)	4.25 (มาก)	4.80 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)
10.3 บริการให้ลูกค้าเกิดความพอใจ เพื่อให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำจนเป็น ลูกค้าประจำ	4.80 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.83 (มากที่สุด)
10.4 บริการให้คำแนะนำและ คำปรึกษาต่างๆ แก่ลูกค้าที่มีปัญหา เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจและมี การบอกต่อจนเกิดลูกค้ารายใหม่	3.40 (ปานกลาง)	3.75 (มาก)	3.80 (มาก)	4.00 (มาก)	3.53 (มาก)
10.5 ให้บริการส่งผลิตภัณฑ์ถึง บ้าน หรือร้านค้า เพื่อเพิ่มยอดขาย และปริมาณการขายผลิตภัณฑ์ให้ มากขึ้น	4.85 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.86 (มากที่สุด)
<b>รวม</b>	<b>4.47 (มาก)</b>	<b>4.40 (มาก)</b>	<b>4.60 (มากที่สุด)</b>	<b>4.80 (มากที่สุด)</b>	<b>4.49 (มาก)</b>

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้จำหน่ายอิสระมีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในการให้บริการ  
บริการแก่ลูกค้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.49

ผู้จำหน่ายอิสระที่ให้การบริการแก่ลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ การให้บริการส่งผลิตภัณฑ์ถึงบ้าน หรือร้านค้า เพื่อเพิ่มยอดขายและปริมาณการขายผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น มีค่าเฉลี่ย 4.86 บริการให้ลูกค้าเกิดความพอใจ เพื่อให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำจนเป็นลูกค้าประจำ มีค่าเฉลี่ย 4.83 เชี่ยมเขียนลูกค้า เพื่อรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าหลังการซื้อผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.70 และบริการให้ตรงเวลา และตรงตามที่ลูกค้าต้องการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด 4.53 ให้ความสำคัญในระดับมาก ต่อการบริการให้คำแนะนำและคำปรึกษาต่างๆ แก่ลูกค้าที่มีปัญหา เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจและมีการบอกต่อจนเกิดลูกค้ารายใหม่ มีค่าเฉลี่ย 3.53 ตามลำดับ

ในระดับการศึกษาขั้นสูงสุดผู้จำหน่ายอิสระที่มีการศึกษาระดับไม่สูงกว่าประถมศึกษาตอนปลาย ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ ให้บริการส่งผลิตภัณฑ์ถึงบ้าน หรือร้านค้า เพื่อเพิ่มยอดขายและปริมาณการขายผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น มีค่าเฉลี่ย 4.85 บริการให้ลูกค้าเกิดความพอใจ เพื่อให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำจนเป็นลูกค้าประจำ มีค่าเฉลี่ย 4.80 เชี่ยมเขียนลูกค้า เพื่อรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าหลังการซื้อผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.75 และบริการให้ตรงเวลา และตรงตามที่ลูกค้าต้องการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด มีค่าเฉลี่ย 4.55

ส่วนผู้จำหน่ายอิสระที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ การให้บริการส่งผลิตภัณฑ์ถึงบ้าน หรือร้านค้า เพื่อเพิ่มยอดขายและปริมาณการขายผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น มีค่าเฉลี่ย 5.00 บริการให้ลูกค้าเกิดความพอใจ เพื่อให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำจนเป็นลูกค้าประจำ มีค่าเฉลี่ย 4.75 ให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ บริการให้ตรงเวลา และตรงตามที่ลูกค้าต้องการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด มีค่าเฉลี่ย 4.25 เชี่ยมเขียนลูกค้า เพื่อรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าหลังการซื้อผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.25 บริการให้คำแนะนำต่างๆ แก่ลูกค้าที่มีปัญหา เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจและมีการบอกต่อจนเกิดลูกค้ารายใหม่ มีค่าเฉลี่ย 3.75

ผู้จำหน่ายอิสระที่มีการศึกษาระดับปวช. ปวส. หรืออนุปริญญา ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ บริการให้ลูกค้าเกิดความพอใจ เพื่อให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำจนเป็นลูกค้าประจำ มีค่าเฉลี่ย 5.00 เชี่ยมเขียนลูกค้า เพื่อรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าหลังการซื้อผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.80 ให้บริการส่งผลิตภัณฑ์ถึงบ้าน หรือร้านค้า เพื่อเพิ่มยอดขายและปริมาณการขายผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น มีค่าเฉลี่ย 4.80 บริการให้ตรงเวลา และตรงตามที่ลูกค้าต้องการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด มีค่าเฉลี่ย 4.60 ส่วนผู้จำหน่ายอิสระที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ การบริการให้ตรงเวลา และตรงตามที่ลูกค้าต้องการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด การเชี่ยมเขียนลูกค้า เพื่อรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าหลังการซื้อผลิตภัณฑ์ การบริการให้ลูกค้าเกิดความพอใจ เพื่อให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำจนเป็นลูกค้าประจำ และบริการส่งผลิตภัณฑ์ถึงบ้าน หรือร้านค้า เพื่อเพิ่มยอดขายและปริมาณการขายผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้นมีค่าเฉลี่ย คือ 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ย ของกระบวนการและเทคนิควิธีการขายของผู้จำหน่ายอิสระและ ระยะเวลาที่มีประสพการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์คัชมิลล์ ขั้นตอนการเลือกสรรผู้ที่จะเป็นลูกค้า

กระบวนการและเทคนิควิธีการขาย ของผู้จำหน่ายอิสระ	ระยะเวลาที่มีประสพการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์คัชมิลล์				ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ไม่เกิน 1 ปี	1 – 3 ปี	4 – 6 ปี	6 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
<b>1. การเลือกสรรผู้ที่จะเป็นลูกค้า</b>					
<b>ก. ลูกค้าปลีก</b>					
1.1 ท่านใช้วิธีการสอบถามและ แนะนำจากลูกค้าประจำ	5.00 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)	3.62 (มาก)	3.90 (มาก)	4.13 (มาก)
1.2 ท่านใช้วิธีการเดินตลาดเพื่อเข้า พบลูกค้าตามบ้านด้วยตนเอง	4.40 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.87 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)
1.3 ท่านใช้วิธีการขายตามเทศกาล ประเพณี ท้องถิ่น	4.40 (มาก)	3.42 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.30 (น้อย)	3.10 (ปานกลาง)
1.4 ท่านใช้วิธีการเข้าพบลูกค้าตาม ศูนย์ราชการต่างๆ	4.40 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	3.87 (มาก)	3.70 (มาก)	4.06 (มาก)
<b>ข. ลูกค้าส่ง</b>					
1.5 ท่านใช้วิธีการสอบถามและ แนะนำจากลูกค้าประจำ	4.60 (มากที่สุด)	4.28 (มาก)	3.62 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)
1.6 ท่านใช้วิธีการเข้าหาร้านค้า ใหม่ๆ	5.00 (มากที่สุด)	4.85 (มากที่สุด)	3.87 (มาก)	3.70 (มาก)	4.23 (มาก)
<b>รวม</b>	<b>4.63 (มากที่สุด)</b>	<b>4.35 (มาก)</b>	<b>3.80 (มาก)</b>	<b>3.56 (มาก)</b>	<b>3.99 (มาก)</b>

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้จำหน่ายอิสระมีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในขั้นตอนการเลือกสรรผู้ที่จะเป็นลูกค้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.99

ผู้จำหน่ายอิสระที่ใช้กระบวนการและเทคนิควิธีการขายกับระยะเวลาที่มีประสพการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์คัชมิลล์โดยการเลือกสรรผู้ที่จะเป็นลูกค้าปลีก ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดโดยวิธีการเดินตลาดเพื่อเข้าพบลูกค้าตามบ้านด้วยตนเอง มีค่าเฉลี่ย 4.70 ให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ วิธีการสอบถามและแนะนำจากลูกค้าประจำ มีค่าเฉลี่ย 4.13 และวิธีการเข้าพบลูกค้าตาม

ศูนย์ราชการต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 4.06 ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยใช้วิธีการขายตามเทศกาล ประเพณี ท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 3.10 ส่วนการเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะเป็นลูกค้าส่งให้วามสำคัญระดับมากต่อวิธีการเข้าหาร้านค้าใหม่ๆ มีค่าเฉลี่ย 4.23 และวิธีการสอบถามและแนะนำจากลูกค้าประจำ มีค่าเฉลี่ย 3.73

การเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะเป็นลูกค้าของผู้จำหน่ายอิสระ ให้ความสำคัญต่อระยะเวลาที่มีประสพการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ในระดับมากที่สุด คือ ไมเกิน 1 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.63 ในระดับมาก ได้แก่ ประสพการณ์ 1 – 3 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.35 ประสพการณ์ 4 – 6 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.80 และประสพการณ์ 6 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย 3.56 ส่วนการเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะเป็นลูกค้าปลีกของผู้จำหน่ายอิสระ ให้ความสำคัญ

ระยะเวลาที่มีประสพการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ ไมเกิน 1 ปี ต่อการเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะเป็นลูกค้าปลีกของผู้จำหน่ายอิสระ ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ในใช้วิธีการสอบถามและแนะนำจากลูกค้าประจำ มีค่าเฉลี่ย 5.00 ให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ วิธีการเดินตลาดเพื่อเข้าพบลูกค้าตามบ้านด้วยตนเอง วิธีการขายตามเทศกาล ประเพณี ท้องถิ่น และวิธีการเข้าพบลูกค้าตามศูนย์ราชการต่างๆ โดยมีค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน คือ 4.40 ส่วนระยะเวลาที่มีประสพการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ ไมเกิน 1 ปี ต่อการเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะเป็นลูกค้าส่ง ของผู้จำหน่ายอิสระ ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ วิธีการเข้าหาร้านค้าใหม่ๆ มีค่าเฉลี่ย 5.00 และวิธีการสอบถามและแนะนำจากลูกค้าประจำ มีค่าเฉลี่ย 4.60 ตามลำดับ

ระยะเวลาที่มีประสพการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ 1 – 3 ปี ต่อการเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะเป็นลูกค้าปลีกของผู้จำหน่ายอิสระ ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ วิธีการเดินตลาดเพื่อเข้าพบลูกค้าตามบ้านด้วยตนเอง วิธีการเข้าพบลูกค้าตามศูนย์ราชการต่างๆ โดยมีค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน คือ 4.57 ให้ความสำคัญระดับมากในวิธีการสอบถามและแนะนำจากลูกค้าประจำ มีค่าเฉลี่ย 4.42 ส่วนระยะเวลาที่มีประสพการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ 1 – 3 ปี ต่อการเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะเป็นลูกค้าส่งของผู้จำหน่ายอิสระ ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ในวิธีการเข้าหาร้านค้าใหม่ๆ มีค่าเฉลี่ย 4.85 ตามลำดับ

ระยะเวลาที่มีประสพการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ 4 – 6 ปี ต่อการเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะเป็นลูกค้าปลีกของผู้จำหน่ายอิสระ ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ในวิธีการเดินตลาดเพื่อเข้าพบลูกค้าตามบ้านด้วยตนเอง มีค่าเฉลี่ย 4.87 ให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ วิธีการเข้าพบลูกค้าตามศูนย์ราชการต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.87 วิธีการสอบถามและแนะนำจากลูกค้าประจำ มีค่าเฉลี่ย 3.62 ส่วนระยะเวลาที่มีประสพการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ 4 – 6 ปี ต่อการเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะ

เป็นลูกค้าส่งของผู้จำหน่ายอิสระ ให้ความสำคัญระดับมากในวิธีการเข้าพบลูกค้าตามศูนย์ราชการ  
ต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.87 วิธีการสอบถามและแนะนำจากลูกค้าประจำ มีค่าเฉลี่ย 3.62 ตามลำดับ

ระยะเวลาที่มีประสบการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัชนี 6 ปีขึ้นไป ต่อการเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะ  
จะเป็นลูกค้าปลีกของผู้จำหน่ายอิสระ ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ในวิธีการเดินตลาดเพื่อเข้า  
พบลูกค้าตามบ้านด้วยตนเอง มีค่าเฉลี่ย 4.80 ให้ความสำคัญระดับน้อย ในวิธีการขายตามเทศกาล  
ประเพณี ท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ย 2.30 ส่วนระยะเวลาที่มีประสบการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัชนี 6 ปี  
ขึ้นไป ต่อการเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะจะเป็นลูกค้าส่งของผู้จำหน่ายอิสระ ให้ความสำคัญระดับมากใน  
วิธีการเข้าหาร้านค้าใหม่ๆ มีค่าเฉลี่ย 3.70 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ย ของกระบวนการและเทคนิควิธีการขายของผู้จำหน่ายอิสระ และ  
ระยะเวลาที่มีประสิทธิภาพในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิสต์ ขั้นตอนการเตรียมตัวด้านการ  
แต่งกายก่อนเข้าพบลูกค้า

กระบวนการและเทคนิควิธีการขาย ของผู้จำหน่ายอิสระ	ระยะเวลาที่มีประสิทธิภาพในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิสต์				ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ไม่เกิน 1 ปี	1 – 3 ปี	4 – 6 ปี	6 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
<b>2. การเตรียมตัวด้านการแต่งกายก่อนเข้าพบลูกค้า</b>					
2.1 คุณลักษณะสะอาด และความ เรียบร้อยของเสื้อผ้า ทรงผม เล็บ และความสะอาดส่วนอื่นๆ ของ ร่างกายอยู่เสมอ	5.00 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)	4.62 (มากที่สุด)	4.90 (มากที่สุด)	4.73 (มากที่สุด)
2.2 คุณลักษณะภาพร่างกาย ให้แข็งแรง สมบูรณ์อยู่เสมอ	5.00 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)	3.62 (มาก)	4.20 (มาก)	4.23 (มาก)
รวม	5.00 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)	4.12 (มาก)	4.55 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้จำหน่ายอิสระมีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในขั้นตอนการ  
เตรียมตัวด้านการแต่งกายก่อนเข้าพบลูกค้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.48

ผู้จำหน่ายอิสระที่ใช้กระบวนการและเทคนิควิธีการขายกับระยะเวลาที่มีประสิทธิภาพใน  
การขายผลิตภัณฑ์ดัชมิสต์โดยการเตรียมตัวด้านการแต่งกายก่อนเข้าพบลูกค้า ให้ความสำคัญใน  
ระดับมากที่สุดในการดูแลความสะอาด และความเรียบร้อยของเสื้อผ้า ทรงผม เล็บ และความ  
สะอาดส่วนอื่นๆ ของร่างกาย มีค่าเฉลี่ย 4.73 ให้ความสำคัญในระดับมากในการดูแลสุขภาพร่างกาย  
ให้แข็งแรงสมบูรณ์ มีค่าเฉลี่ย 4.23 ตามลำดับ

การเตรียมตัวด้านการแต่งกายก่อนเข้าพบลูกค้าของผู้จำหน่ายอิสระ ให้ความสำคัญต่อ  
ระยะเวลาที่มีประสิทธิภาพในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิสต์ ในระดับมากที่สุด คือ ไม่เกิน 1 ปี มี  
ค่าเฉลี่ย 5.00 และ 6 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย 4.55 ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ประสิทธิภาพ 1 – 3  
ปี มีค่าเฉลี่ย 4.42 และประสิทธิภาพ 4 – 6 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.12 ตามลำดับ

ระยะเวลาที่มีประสิทธิภาพในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิสต์ ไม่เกิน 1 ปี ต่อการเตรียมตัวด้าน  
การแต่งกายก่อนเข้าพบลูกค้าของผู้จำหน่ายอิสระ ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ในการดูแลความ

สะอาด ความเรียบร้อยของเสื้อผ้า ทรงผม เล็บ ความสะอาดส่วนอื่นๆ ของร่างกาย และการดูแล  
สุขภาพร่างกาย ให้แข็งแรงสมบูรณ์ โดยมีค่าเฉลี่ย ที่เท่ากัน คือ 5.00 ตามลำดับ

ระยะเวลาที่มีประสพการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิสต์ 1 – 3 ปี ต่อการเตรียมตัวด้านการ  
แต่งกายก่อนเข้าพบลูกค้าของผู้จำหน่ายอิสระ ให้ความสำคัญระดับมาก ในการดูแลความสะอาด  
ความเรียบร้อยของเสื้อผ้า ทรงผม เล็บ ความสะอาดส่วนอื่นๆ ของร่างกาย และการดูแลสุขภาพ  
ร่างกาย ให้แข็งแรงสมบูรณ์ โดยมีค่าเฉลี่ย ที่เท่ากัน คือ 4.42 ตามลำดับ

ระยะเวลาที่มีประสพการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิสต์ 4 – 6 ปี ต่อการเตรียมตัวด้านการ  
แต่งกายก่อนเข้าพบลูกค้าของผู้จำหน่ายอิสระ ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ในการดูแลความ  
สะอาด ความเรียบร้อยของเสื้อผ้า ทรงผม เล็บ ความสะอาดส่วนอื่นๆ ของร่างกาย มีค่าเฉลี่ย 4.62  
ให้ความสำคัญระดับมากในการดูแลสุขภาพร่างกาย ให้แข็งแรงสมบูรณ์ มีค่าเฉลี่ย 3.62 ตามลำดับ

ระยะเวลาที่มีประสพการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิสต์ 6 ปีขึ้นไป ต่อการเตรียมตัวด้าน  
การแต่งกายก่อนเข้าพบลูกค้าของผู้จำหน่ายอิสระ ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ในการดูแลความ  
สะอาด ความเรียบร้อยของเสื้อผ้า ทรงผม เล็บ ความสะอาดส่วนอื่นๆ ของร่างกาย มีค่าเฉลี่ย 4.90  
ให้ความสำคัญระดับมากในการดูแลสุขภาพร่างกาย ให้แข็งแรงสมบูรณ์ มีค่าเฉลี่ย 4.20 ตามลำดับ



ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ย ของกระบวนการและเทคนิควิธีการขายของผู้จำหน่ายอิสระ และ  
ระยะเวลาที่มีประสบการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ ขั้นตอนการเตรียมอุปกรณ์ที่  
จำเป็นในการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ก่อนเข้าพบลูกค้า

กระบวนการและเทคนิควิธีการขาย ของผู้จำหน่ายอิสระ	ระยะเวลาที่มีประสบการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์				ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ไม่เกิน 1 ปี	1 – 3 ปี	4 – 6 ปี	6 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
<b>3. การเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นในการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ก่อนเข้าพบลูกค้า</b>					
3.1 การดูแลความสะอาดของรถ กระบะเป่าถั และถังบรรจุ ดัชมิลล์อยู่เสมอ	5.00 (มากที่สุด)	4.85 (มากที่สุด)	4.87 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.93 (มากที่สุด)
3.2 ตรวจสอบและจัดเตรียม อุปกรณ์อื่นๆ เช่น ปากกา สมุด ถู บรรจุ หลอด ซ้อน เป็นต้น	5.00 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.87 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.96 (มากที่สุด)
รวม	5.00 (มากที่สุด)	4.92 (มากที่สุด)	4.87 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.94 (มากที่สุด)

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้จำหน่ายอิสระมีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในขั้นตอนการ  
เตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นในการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ก่อนเข้าพบลูกค้าโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด  
มีค่าเฉลี่ยรวม 4.94 ตามลำดับ

ผู้จำหน่ายอิสระที่ใช้กระบวนการและเทคนิควิธีการขายกับระยะเวลาที่มีประสบการณ์ใน  
การขายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ โดยการเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นในการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ก่อนเข้าพบ  
ลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในการตรวจสอบและจัดเตรียมอุปกรณ์อื่นๆ เช่น ปากกา  
สมุด ถูบรรจุ หลอด ซ้อน มีค่าเฉลี่ย 4.96 การดูแลความสะอาดของรถ กระบะเป่าถั และถังบรรจุดัช  
มิลล์อยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.93 ตามลำดับ

การเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นในการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ก่อนเข้าพบลูกค้าของผู้จำหน่าย  
อิสระ ให้ความสำคัญต่อระยะเวลาที่มีประสบการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ ในระดับมากที่สุด  
ได้แก่ ไม่เกิน 1 ปี มีค่าเฉลี่ย 5.00 ประสบการณ์ 6 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย 5.00 ประสบการณ์ 1 – 3 ปี มี  
ค่าเฉลี่ย 4.92 และประสบการณ์ 4 – 6 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.87 ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงค่าเฉลี่ย ของกระบวนการและเทคนิควิธีการขายของผู้จำหน่ายอิสระ และ  
ระยะเวลาที่มีประสพการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัชนีชั้นตอนการเข้าพบลูกค้า

กระบวนการและเทคนิควิธีการขาย ของผู้จำหน่ายอิสระ	ระยะเวลาที่มีประสพการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัชนีชั้นตอนการเข้าพบลูกค้า				ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
	ไม่เกิน 1 ปี	1 – 3 ปี	4 – 6 ปี	6 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	
<b>4. การเข้าพบลูกค้า</b>					
4.1 มีการวางแผนก่อนพบลูกค้า เป็นรายสัปดาห์	4.40 (มาก)	3.71 (มาก)	4.25 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.73 (มาก)
4.2 มีการนัดหมายลูกค้าก่อน 1 วัน เสมอ	2.20 (น้อย)	2.00 (น้อย)	1.75 (น้อย)	1.50 (น้อยที่สุด)	1.80 (น้อย)
4.3 การเข้าพบโดยวิธีสุ่ม เช่น เข้า พบ หรือ โทรศัพท์ติดต่อลูกค้าโดย ไม่มีการนัดหมายล่วงหน้า	5.00 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)	4.50 (มาก)	4.10 (มาก)	4.46 (มาก)
4.4 เข้าพบลูกค้าเฉพาะเมื่อจะปรับ ชำระเงินค่าผลิตภัณฑ์	1.40 (น้อยที่สุด)	1.57 (น้อย)	1.00 (น้อยที่สุด)	1.50 (น้อยที่สุด)	1.36 (น้อยที่สุด)
<b>รวม</b>	<b>3.25</b> (ปานกลาง)	<b>2.96</b> (ปานกลาง)	<b>2.87</b> (ปานกลาง)	<b>2.52</b> (ปานกลาง)	<b>2.83</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้จำหน่ายอิสระมีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในการเข้าพบ  
ลูกค้าโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 2.83 ตามลำดับ

ผู้จำหน่ายอิสระที่ใช้กระบวนการและเทคนิควิธีการขายกับระยะเวลาที่มีประสพการณ์ใน  
การขายผลิตภัณฑ์ดัชนีชั้นตอนการเข้าพบลูกค้า ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ เข้าพบลูกค้า  
เฉพาะเมื่อจะปรับชำระเงินค่าผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.46 การวางแผนก่อนพบลูกค้าเป็นรายสัปดาห์  
มีค่าเฉลี่ย 3.73 โดยให้ความสำคัญในระดับน้อย ในการนัดหมายลูกค้าก่อน 1 วัน มีค่าเฉลี่ย 1.80  
และให้ความสำคัญในระดับน้อยที่สุดใน การเข้าพบลูกค้าเฉพาะเมื่อจะปรับชำระเงินค่าผลิตภัณฑ์  
มีค่าเฉลี่ย 1.36 ตามลำดับ

การเข้าพบลูกค้าของผู้จำหน่ายอิสระ ให้ความสำคัญต่อระยะเวลาที่มีประสพการณ์ในการ  
ขายผลิตภัณฑ์ดัชนีชั้นตอนการเข้าพบลูกค้า ในระดับปานกลาง ได้แก่ ไม่เกิน 1 ปี มีค่าเฉลี่ย 3.25 ประสพการณ์ 1 – 3 ปี มี  
ค่าเฉลี่ย 2.96 ประสพการณ์ 4 – 6 ปี มีค่าเฉลี่ย 2.87 และประสพการณ์ 6 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย 2.52  
ตามลำดับ

ระยะเวลาที่มีประสิทธิภาพในการขายผลิตภัณฑ์ดัชนีมีผลไม่เกิน 1 ปีต่อการเข้าพบลูกค้า โดยวิธีสุ่ม เช่น เข้าพบ หรือโทรศัพท์ติดต่อลูกค้าโดยไม่มีกรณีนัดหมายล่วงหน้า ของผู้จำหน่ายอิสระ ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 5.00 ให้ความสำคัญระดับมาก ในการวางแผนก่อนพบลูกค้าเป็นรายสัปดาห์ มีค่าเฉลี่ย 4.40 ให้ความสำคัญระดับน้อย ในการนัดหมายลูกค้าก่อน 1 วัน มีค่าเฉลี่ย 2.20 ให้ความสำคัญระดับน้อยที่สุด ในการเข้าพบลูกค้าเฉพาะเมื่อจะไปปรับชำระเงินค่าผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 1.40

ระยะเวลาที่มีประสิทธิภาพในการขายผลิตภัณฑ์ดัชนีมีผล 1 – 3 ปี ต่อการเข้าพบลูกค้าของผู้จำหน่ายอิสระ ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.75 ส่วนกรณีนัดหมายลูกค้าก่อน 1 วัน มีค่าเฉลี่ย 2.00 และการเข้าพบลูกค้าเฉพาะเมื่อจะไปปรับชำระเงินค่าผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 1.57 ให้ความสำคัญในระดับน้อย

ระยะเวลาที่มีประสิทธิภาพในการขายผลิตภัณฑ์ดัชนีมีผล 4 – 6 ปี ต่อการเข้าพบลูกค้าของผู้จำหน่ายอิสระ ให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ การเข้าพบโดยวิธีสุ่ม มีค่าเฉลี่ย 4.50 การวางแผนก่อนพบลูกค้าเป็นรายสัปดาห์ มีค่าเฉลี่ย 4.25 ส่วนการเข้าพบลูกค้าเฉพาะเมื่อจะไปปรับชำระเงินค่าผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 1.00 ให้ความสำคัญในระดับน้อยที่สุด

ระยะเวลาที่มีประสิทธิภาพในการขายผลิตภัณฑ์ดัชนีมีผล 6 ปีขึ้นไป ต่อการเข้าพบลูกค้าโดยวิธีสุ่มของผู้จำหน่ายอิสระ ให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.10 ส่วนกรณีนัดหมายลูกค้าก่อน 1 วัน และการเข้าพบลูกค้าเฉพาะเมื่อจะไปปรับชำระเงินค่าผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 1.50 ให้ความสำคัญในระดับน้อยที่สุด

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ย ของกระบวนการและเทคนิควิธีการขายของผู้จำหน่ายอิสระและ  
ระยะเวลาที่มีประสิทธิภาพในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ขั้นตอนการเสนอขาย  
ผลิตภัณฑ์ที่ท่านใช้

กระบวนการและเทคนิควิธีการขาย ของผู้จำหน่ายอิสระ	ระยะเวลาที่มีประสิทธิภาพในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์				ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ไม่เกิน 1 ปี	1 – 3 ปี	4 – 6 ปี	6 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
<b>5. วิธีการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่ท่านใช้</b>					
5.1 นำเสนอโดยการสร้างความ เชื่อมั่นให้ผู้บริโภค	4.60 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)	4.62 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)
5.2 นำเสนอโดยการอธิบายให้เกิด ความเข้าใจง่าย	4.80 (มากที่สุด)	4.85 (มากที่สุด)	4.50 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.66 (มากที่สุด)
5.3 นำเสนอโดยบอกประโยชน์ที่ ลูกค้าจะได้รับ	4.20 (มาก)	4.42 (มาก)	3.75 (มาก)	4.30 (มาก)	4.16 (มาก)
รวม	4.53 (มากที่สุด)	4.66 (มากที่สุด)	4.29 (มาก)	4.56 (มากที่สุด)	4.50 (มาก)

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้จำหน่ายอิสระมีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในการเสนอ  
ขายผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.50 ตามลำดับ

ผู้จำหน่ายอิสระที่ใช้กระบวนการและเทคนิควิธีการขายกับระยะเวลาที่มีประสิทธิภาพใน  
การขายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์โดยการเสนอขายผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ นำเสนอ  
โดยการสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภค มีค่าเฉลี่ย 4.70 และนำเสนอโดยการอธิบายให้เกิดความ  
เข้าใจง่าย มีค่าเฉลี่ย 4.66 ตามลำดับ

การเสนอขายผลิตภัณฑ์ของผู้จำหน่ายอิสระ ให้ความสำคัญต่อระยะเวลาที่มีประสิทธิภาพ  
ในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ไม่เกิน 1 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.53 ประสิทธิภาพ 1 –  
3 ปี มีค่าเฉลี่ย 4.66 และประสิทธิภาพ 6 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย 4.56 ตามลำดับ

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ย ของกระบวนการและเทคนิควิธีการขายของผู้จำหน่ายอิสระ และ  
ระยะเวลาที่มีประสิทธิภาพในการขายผลิตภัณฑ์คัชมิลล์ ขั้นตอนเทคนิควิธีในการขาย

กระบวนการและเทคนิควิธีการขาย ของผู้จำหน่ายอิสระ	ระยะเวลาที่มีประสิทธิภาพในการขายผลิตภัณฑ์คัชมิลล์				ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
	ไม่เกิน 1 ปี	1 – 3 ปี	4 – 6 ปี	6 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	
<b>6. เทคนิควิธีในการขาย</b>					
6.1 พบปะเยี่ยมเยียนทักทาย ใต้ตาม สุขทุกข์สม่ำเสมอ	4.40 (มาก)	4.57 (มากที่สุด)	4.87 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	<b>4.70</b> (มากที่สุด)
6.2 มีการลดราคาให้ลูกค้าประจำ	3.40 (ปานกลาง)	3.85 (มาก)	3.75 (มาก)	4.20 (มาก)	<b>3.86</b> (มาก)
6.3 มีความสามารถในการจำชื่อ ลูกค้าได้แม่นยำ	3.20 (ปานกลาง)	3.85 (มาก)	3.62 (มาก)	3.70 (มาก)	<b>4.23</b> (มาก)
6.4 มีการลดราคาเมื่อลูกค้าซื้อเป็น จำนวนมาก	2.60 (ปานกลาง)	3.14 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	<b>3.30</b> (ปานกลาง)
6.5 มีการส่งเสริมการขายโดย วิธีการแถมสินค้า	2.40 (น้อย)	3.00 (ปานกลาง)	2.62 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	<b>2.80</b> (ปานกลาง)
6.6 มีการเตรียมเงินเพื่อทอนให้กับ ลูกค้าในสภาพที่ดี	4.60 (มากที่สุด)	3.57 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	4.30 (มาก)	<b>3.90</b> (มาก)
6.7 มีการจัดเรียงผลิตภัณฑ์ให้ดูดี ก่อนส่งถึงลูกค้าเสมอ	5.00 (มากที่สุด)	4.28 (มาก)	4.25 (มาก)	4.50 (มาก)	<b>4.46</b> (มาก)
<b>รวม</b>	<b>3.65</b> (มาก)	<b>3.75</b> (มาก)	<b>3.67</b> (มาก)	<b>4.02</b> (มาก)	<b>3.89</b> (มาก)

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้จำหน่ายอิสระมีกระบวนการและเทคนิควิธีในการขาย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.89 ตามลำดับ

ผู้จำหน่ายอิสระที่ใช้กระบวนการและเทคนิควิธีในการขายกับระยะเวลาที่มีประสิทธิภาพในการขายผลิตภัณฑ์คัชมิลล์ ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในการพบปะเยี่ยมเยียนทักทาย ใต้ตามสุขทุกข์สม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.70 ส่วนผู้จำหน่ายอิสระที่ใช้เทคนิควิธีในการขาย โดยให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ มีการจัดเรียงผลิตภัณฑ์ให้ดูดีก่อนส่งถึงลูกค้าเสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.46

มีความสามารถในการจำซื้อลูกค้าได้แม่นยำ มีค่าเฉลี่ย 4.23 มีการเตรียมเงินเพื่อทอนให้กับลูกค้าในสภาพที่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.90 และมีการลดราคาให้ลูกค้าประจำ มีค่าเฉลี่ย 3.86 ตามลำดับ

ระยะเวลาที่มีประสพการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิสต์ ไม่เกิน 1 ปี ต่อเทคนิควิธีในการขายของผู้จำหน่ายอิสระ ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ มีการจัดเรียงผลิตภัณฑ์ให้ดูดีก่อนส่งถึงลูกค้าเสมอ มีค่าเฉลี่ย 5.00 และมีการเตรียมเงินเพื่อทอนให้กับลูกค้าในสภาพที่ดี มีค่าเฉลี่ย 4.60 ส่วนเทคนิควิธีในการขาย ในการส่งเสริมการขายโดยวิธีการแถมสินค้า มีค่าเฉลี่ย 2.40 ให้ความสำคัญในระดับที่น้อย

ระยะเวลาที่มีประสพการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิสต์ 1 – 3 ปี ต่อเทคนิควิธีในการขายของผู้จำหน่ายอิสระ ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ในการพบปะเยี่ยมเยียนทักทาย ใ้ตามสุขทุกข์สม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.57 ส่วนเทคนิควิธีในการขายของผู้จำหน่ายอิสระที่ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ การจัดเรียงผลิตภัณฑ์ให้ดูดีก่อนส่งถึงลูกค้าเสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.28 การลดราคาให้ลูกค้าประจำ มีค่าเฉลี่ย 3.85 มความสามารถในการจำซื้อลูกค้าได้แม่นยำ มีค่าเฉลี่ย 3.85 และการเตรียมเงินเพื่อทอนให้กับลูกค้าในสภาพที่ดี มีค่าเฉลี่ย 3.57 ตามลำดับ

ระยะเวลาที่มีประสพการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิสต์ 4 – 6 ปี ต่อเทคนิควิธีในการขายของผู้จำหน่ายอิสระ ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ในการพบปะเยี่ยมเยียนทักทาย ใ้ตามสุขทุกข์สม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.87 ส่วนเทคนิควิธีในการขายของผู้จำหน่ายอิสระที่ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ การจัดเรียงผลิตภัณฑ์ให้ดูดีก่อนส่งถึงลูกค้าเสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.25 การลดราคาให้ลูกค้าประจำ มีค่าเฉลี่ย 3.75 และความสามารถในการจำซื้อลูกค้าได้แม่นยำ มีค่าเฉลี่ย 3.62 ตามลำดับ

ระยะเวลาที่มีประสพการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิสต์ 6 ปีขึ้นไป ต่อเทคนิควิธีในการขายของผู้จำหน่ายอิสระ ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ในการพบปะเยี่ยมเยียนทักทาย ใ้ตามสุขทุกข์สม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.80 ส่วนเทคนิควิธีในการขายของผู้จำหน่ายอิสระในการส่งเสริมการขายโดยวิธีการแถมสินค้า ให้ความสำคัญระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ย ของกระบวนการและเทคนิควิธีการขายของผู้จำหน่ายอิสระ และ  
ระยะเวลาที่มีประสพการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์คัชมิลล์ ขั้นตอนการตอบข้อโต้แย้ง

กระบวนการและเทคนิควิธีการขาย ของผู้จำหน่ายอิสระ	ระยะเวลาที่มีประสพการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์คัชมิลล์				ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ไม่เกิน 1 ปี	1 – 3 ปี	4 – 6 ปี	6 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
<b>7. การตอบข้อโต้แย้ง</b>					
7.1 มีความรู้ด้านผลิตภัณฑ์อย่าง แท้จริง เพื่อตอบคำถามลูกค้าอย่าง มีเหตุผล	2.60 (ปานกลาง)	3.42 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	3.40 (ปานกลาง)	3.13 (ปานกลาง)
7.2 รับฟังปัญหาหรือข้อโต้แย้งจาก ลูกค้าด้วยความเชื่อมั่นเสมอ	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.70 (มาก)
7.3 ไม่กลัวปัญหาหรือข้อโต้แย้งที่ เกิดขึ้น	3.20 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.46 (ปานกลาง)
7.4 มีการคาดคะเนล่วงหน้าก่อน พบลูกค้าเสมอ	3.20 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	2.50 (น้อย)	2.70 (ปานกลาง)	2.76 (ปานกลาง)
7.5 ไม่มีการหลีกเลี่ยงปัญหา และ พยายามตอบคำถามให้ลูกค้าเข้าใจ	3.80 (มาก)	3.85 (มาก)	4.00 (มาก)	4.00 (มาก)	3.93 (มาก)
<b>รวม</b>	<b>3.36</b> (ปานกลาง)	<b>3.53</b> (มาก)	<b>2.52</b> (ปานกลาง)	<b>3.50</b> (ปานกลาง)	<b>3.39</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้จำหน่ายอิสระมีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในการตอบข้อ  
โต้แย้งโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 3.39 ตามลำดับ

ผู้จำหน่ายอิสระที่ใช้กระบวนการและเทคนิควิธีการขายกับระยะเวลาที่มีประสพการณ์ใน  
ตอบข้อโต้แย้งให้ความสำคัญในระดับมาก ได้แก่ ไม่มีการหลีกเลี่ยงปัญหา และพยายามตอบคำถาม  
ให้ลูกค้าเข้าใจ มีค่าเฉลี่ย 3.93 และการรับฟังปัญหาหรือข้อโต้แย้งจากลูกค้าด้วยความเชื่อมั่น มี  
ค่าเฉลี่ย 3.70 ส่วนการตอบข้อโต้แย้ง ต่อระยะเวลาที่มีประสพการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์คัชมิลล์  
ให้ความสำคัญระดับมาก ของผู้จำหน่ายอิสระที่มีประสพการณ์ 1 – 3 ปี

ระยะเวลาที่มีประสพการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์คัชมิลล์ ไม่เกิน 1 ปี ต่อการตอบข้อโต้แย้ง  
ของผู้จำหน่ายอิสระให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ รับฟังปัญหาหรือข้อโต้แย้งจากลูกค้าด้วยความ

เชื่อกันเสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.00 และไม่มีการหลีกเลี่ยงปัญหา และพยายามตอบคำถามให้ลูกค้าเข้าใจ มีค่าเฉลี่ย 3.80 ตามลำดับ

ระยะเวลาที่มีประสบการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัชนี 1 – 3 ปี ต่อการตอบข้อโต้แย้งของผู้จำหน่ายอิสระ ให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ รับฟังปัญหาหรือข้อโต้แย้งจากลูกค้าด้วยความเชื่อกันเสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.00 ไม่มีการหลีกเลี่ยงปัญหา และพยายามตอบคำถามให้ลูกค้าเข้าใจ มีค่าเฉลี่ย 3.85 และไม่กล่าวปัญหาหรือข้อโต้แย้งที่เกิดขึ้น มีค่าเฉลี่ย 3.57 ตามลำดับ

ระยะเวลาที่มีประสบการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัชนี 4 – 6 ปี ต่อการตอบข้อโต้แย้งของผู้จำหน่ายอิสระ ให้ความสำคัญระดับมาก ในการไม่มีการหลีกเลี่ยงปัญหา และพยายามตอบคำถามให้ลูกค้าเข้าใจ มีค่าเฉลี่ย 4.00 ส่วนการตอบข้อโต้แย้งของผู้จำหน่ายอิสระที่ให้ความสำคัญระดับน้อย คือ การคาดคะเนล่วงหน้าก่อนพบลูกค้าเสมอ มีค่าเฉลี่ย 2.50 ตามลำดับ

ระยะเวลาที่มีประสบการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัชนี 6 ปีขึ้นไป ต่อการตอบข้อโต้แย้งของผู้จำหน่ายอิสระ ให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ไม่มีการหลีกเลี่ยงปัญหา และพยายามตอบคำถามให้ลูกค้าเข้าใจ มีค่าเฉลี่ย 4.00 การรับฟังปัญหาหรือข้อโต้แย้งจากลูกค้าด้วยความเชื่อกันเสมอ และการไม่กล่าวปัญหาหรือข้อโต้แย้งที่เกิดขึ้น ให้ค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน คือ 3.70 ตามลำดับ



ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ย ของกระบวนการและเทคนิควิธีการขายของผู้จำหน่ายอิสระ และ  
ระยะเวลาที่มีประสพการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์คัชมิลล์ ขั้นตอนการปิดการขาย

กระบวนการและเทคนิควิธีการขาย ของผู้จำหน่ายอิสระ	ระยะเวลาที่มีประสพการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์คัชมิลล์				ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ไม่เกิน 1 ปี	1 – 3 ปี	4 – 6 ปี	6 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
<b>8. การปิดการขาย</b>					
8.1 ปิดการขายโดยให้ลูกค้า ตัดสินใจเอง	5.00 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)	4.37 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.56 (มากที่สุด)
8.2 นำเสนอผลิตภัณฑ์ก่อนจึงปิด การขาย	5.00 (มากที่สุด)	4.42 (มาก)	4.25 (มาก)	3.70 (มาก)	4.23 (มาก)
8.3 แม้อุ้กค้าปฏิเสธการซื้อ จะมี การแจ้งเบอร์ติดต่อให้ทราบ เมื่อ ลูกค้าต้องการติดต่อสอบถามข้อมูล เพิ่มเติม	3.40 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	3.10 (ปานกลาง)	3.03 (ปานกลาง)
รวม	4.46 (มาก)	3.94 (มาก)	3.79 (มาก)	3.80 (มาก)	3.94 (มาก)

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้จำหน่ายอิสระมีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในการปิดการขายโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.94

ผู้จำหน่ายอิสระที่ใช้กระบวนการและเทคนิควิธีการขายกับระยะเวลาที่มีประสพการณ์ในการปิดการขายให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในการปิดการขายโดยให้ลูกค้าตัดสินใจเอง มีค่าเฉลี่ย 4.56 ส่วนการปิดการขายโดยการนำเสนอผลิตภัณฑ์ก่อนจึงปิดการขาย ผู้จำหน่ายอิสระให้ความสำคัญระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.23 ตามลำดับ

ระยะเวลาที่มีประสพการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์คัชมิลล์ ไม่เกิน 1 ปี ต่อการปิดการขายของผู้จำหน่ายอิสระให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ในการปิดการขายโดยให้ลูกค้าตัดสินใจเอง และนำเสนอผลิตภัณฑ์ก่อนจึงปิดการขาย มีค่าเฉลี่ย 5.00 ตามลำดับ

ระยะเวลาที่มีประสพการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์คัชมิลล์ 1 – 3 ปี ต่อการปิดการขายของผู้จำหน่ายอิสระ ให้ความสำคัญระดับมาก ในการปิดการขายโดยให้ลูกค้าตัดสินใจเอง และนำเสนอผลิตภัณฑ์ก่อนจึงปิดการขาย มีค่าเฉลี่ย 4.42 ตามลำดับ

ระยะเวลาที่มีประสพการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัชนี 4 – 6 ปี ต่อการปิดการขายของผู้  
จำหน่ายอิสระ ให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ปิดการขายโดยให้ลูกค้าตัดสินใจเอง มีค่าเฉลี่ย 4.37  
และนำเสนอผลิตภัณฑ์ก่อนจึงปิดการขาย มีค่าเฉลี่ย 4.25 ตามลำดับ

ระยะเวลาที่มีประสพการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัชนี 6 ปีขึ้นไป ต่อการปิดการขายของผู้  
จำหน่ายอิสระ ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ในการปิดการขายโดยให้ลูกค้าตัดสินใจเอง มีค่าเฉลี่ย  
4.60 ส่วนการนำเสนอผลิตภัณฑ์ก่อนจึงปิดการขายผู้จำหน่ายอิสระให้ความสำคัญระดับมาก มี  
ค่าเฉลี่ย 3.70 ตามลำดับ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ย ของกระบวนการและเทคนิควิธีการขายของผู้จำหน่ายอิสระ และ  
ระยะเวลาที่มีประสิทธิภาพในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ ขั้นตอนการติดตามผล  
หลังการขาย

กระบวนการและเทคนิควิธีการขาย ของผู้จำหน่ายอิสระ	ระยะเวลาที่มีประสิทธิภาพในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์				ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ไม่เกิน 1 ปี	1 – 3 ปี	4 – 6 ปี	6 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
<b>9. การติดตามผลหลังการขาย</b>					
<b>ก. ลูกค้าปลีก</b>					
9.1 สินค้าเมื่อเกิดชำรุดเสียหายมี การเปลี่ยนคืนด้วยความยินดี	3.80 (มาก)	3.57 (มาก)	3.37 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	3.56 (มาก)
9.2 มีการสอบถาม หรือสั่งซื้อ ผลิตภัณฑ์ทางโทรศัพท์	3.40 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	2.90 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
9.3 มีการแวะเยี่ยมเขียนลูกค้า	4.40 (มาก)	4.28 (มาก)	4.37 (มาก)	4.60 (มากที่สุด)	4.43 (มาก)
9.4 มีการส่งการ์ดอวยพรใน เทศกาลพิเศษ	1.60 (น้อย)	1.42 (น้อยที่สุด)	1.12 (น้อยที่สุด)	1.10 (น้อยที่สุด)	1.26 (น้อยที่สุด)
9.5 มีการร่วมงานสำคัญๆ ของ ลูกค้า เช่น งานแต่งงาน งานทำบุญ ขึ้นบ้านใหม่	2.80 (ปานกลาง)	3.57 (มาก)	3.87 (มาก)	4.20 (มาก)	3.73 (มาก)
9.6 ส่งข่าวสารใหม่ๆจากบริษัทที่ เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า	4.80 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)	4.50 (มาก)	4.70 (มากที่สุด)	4.63 (มากที่สุด)
<b>ข. ลูกค้าส่ง</b>					
9.7 สินค้าเมื่อเกิดชำรุดเสียหายมี การเปลี่ยนคืนด้วยความยินดี	3.60 (มาก)	4.00 (มาก)	3.75 (มาก)	3.40 (ปานกลาง)	3.66 (มาก)
9.8 มีการสอบถาม หรือสั่งซื้อ ผลิตภัณฑ์ทางโทรศัพท์	3.60 (มาก)	3.14 (ปานกลาง)	2.87 (ปานกลาง)	3.30 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)
9.9 มีการแวะเยี่ยมเขียนลูกค้า	4.40 (มาก)	4.00 (มาก)	3.62 (มาก)	3.80 (มาก)	3.90 (มาก)
9.10 มีการร่วมงานสำคัญๆ ของ ลูกค้า เช่น งานแต่งงาน งานทำบุญ ขึ้นบ้านใหม่	2.20 (น้อย)	3.42 (ปานกลาง)	3.50 (ปานกลาง)	3.70 (มาก)	3.33 (ปานกลาง)

ตารางที่ 33 แสดงค่าเฉลี่ย ของกระบวนการและเทคนิควิธีการขายของผู้จำหน่ายอิสระ และ  
ระยะเวลาที่มีประสิทธิภาพในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิสต์ ขั้นตอนการติดตามผล  
หลังการขาย (ต่อ)

กระบวนการและเทคนิควิธีการขาย ของผู้จำหน่ายอิสระ	ระยะเวลาที่มีประสิทธิภาพในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิสต์				ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ไม่เกิน 1 ปี	1 – 3 ปี	4 – 6 ปี	6 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
9.11 ส่งข่าวสารใหม่ๆจากบริษัทที่ เป็นประ โยชน์ต่อลูกค้า	5.00 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.86 (มากที่สุด)
รวม	3.60 (มาก)	3.63 (มาก)	3.55 (มาก)	3.66 (มาก)	3.61 (มาก)

จากตารางที่ 33 พบว่า ผู้จำหน่ายอิสระมีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในขั้นตอนการ  
ติดตามผลหลังการขายโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 3.61

ผู้จำหน่ายอิสระที่ใช้กระบวนการและเทคนิควิธีการขายในการติดตามผลหลังการขายลูกค้า  
ปลีก ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ต่อวิธีการข่าวสารใหม่ๆจากบริษัทที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า  
มีค่าเฉลี่ย 4.63 ให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ มีการแวะเยี่ยมเยียนลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.43 มีการ  
ร่วมงานสำคัญๆ ของลูกค้า เช่น งานแต่งงาน งานทำบุญขึ้นบ้านใหม่ มีค่าเฉลี่ย 3.73 และสินค้าเมื่อ  
เกิดชำรุดเสียหายมีการเปลี่ยนคืนด้วยความยินดี มีค่าเฉลี่ย 3.56 ตามลำดับ

ผู้จำหน่ายอิสระที่ใช้กระบวนการและเทคนิควิธีการขายในการติดตามผลหลังการขายลูกค้า  
ส่ง ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในการส่งข่าวสารใหม่ๆจากบริษัทที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า มี  
ค่าเฉลี่ย 4.86 ให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ มีการแวะเยี่ยมเยียนลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.90 และสินค้า  
เมื่อเกิดชำรุดเสียหายมีการเปลี่ยนคืนด้วยความยินดี มีค่าเฉลี่ย 3.66 ตามลำดับ

ผู้จำหน่ายอิสระในระยะเวลาที่มีประสิทธิภาพในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิสต์ ไม่เกิน 1 ปี ใ้  
ความสำคัญต่อการติดตามผลหลังการขายของลูกค้าปลีก ในระดับมากที่สุด โดยใช้วิธีส่งข่าวสาร  
ใหม่ๆจากบริษัทที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.80 ผู้จำหน่ายอิสระให้ความสำคัญระดับมาก  
ในการแวะเยี่ยมเยียนลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.40 และมีการเปลี่ยนคืนสินค้าด้วยความยินดีเมื่อเกิดชำรุด  
เสียหาย มีค่าเฉลี่ย 3.80 ทั้งนี้การส่งการ์ดอวยพรในเทศกาลพิเศษผู้จำหน่ายอิสระให้ความสำคัญ  
ระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 1.60 ส่วนผู้จำหน่ายอิสระที่ให้ความสำคัญต่อการติดตามผลหลังการขายของ  
ลูกค้าส่ง โดยใช้วิธีส่งข่าวสารใหม่ๆจากบริษัทที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้าในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย

5.00 ส่วนการร่วมงานสำคัญๆ ของลูกค้า เช่น งานแต่งงาน งานทำบุญขึ้นบ้านใหม่ ผู้จำหน่ายอิสระให้ความสำคัญระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.20 ตามลำดับ

ผู้จำหน่ายอิสระในระยะเวลาที่มีประสบการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ 1 – 3 ปี ให้ความสำคัญต่อการติดตามผลหลังการขายของลูกค้าปลีก ระดับมากที่สุดในการส่งข่าวสารใหม่ๆ จากบริษัทที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.57 ให้ความสำคัญระดับน้อยที่สุดในการส่งการ์ดอวยพรในเทศกาลพิเศษ มีค่าเฉลี่ย 1.42 ส่วนการติดตามผลหลังการขายของลูกค้าส่ง ให้ความสำคัญระดับมากที่สุดในการใช้วิธีส่งข่าวสารใหม่ๆ จากบริษัทที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.71

ผู้จำหน่ายอิสระในระยะเวลาที่มีประสบการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ 4 – 6 ปี ให้ความสำคัญต่อการติดตามผลหลังการขายลูกค้าปลีกของผู้จำหน่ายอิสระในระดับมากที่สุด ได้แก่ ส่งข่าวสารใหม่ๆ จากบริษัทที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.50 มีการแวะเยี่ยมเยียนลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.37 และมีการร่วมงานสำคัญๆ ของลูกค้า เช่น งานแต่งงาน งานทำบุญขึ้นบ้านใหม่ มีค่าเฉลี่ย 3.87 ให้ความสำคัญระดับน้อยที่สุด ในการส่งการ์ดอวยพรในเทศกาลพิเศษ มีค่าเฉลี่ย 1.12 ส่วนการติดตามผลหลังการขายลูกค้าส่งของผู้จำหน่ายอิสระ ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ใช้วิธีส่งข่าวสารใหม่ๆ จากบริษัทที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.75 ตามลำดับ

ผู้จำหน่ายอิสระในระยะเวลาที่มีประสบการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ 6 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อการติดตามผลหลังการขายลูกค้าปลีกของผู้จำหน่ายอิสระในระดับมากที่สุด ได้แก่ การส่งข่าวสารใหม่ๆ จากบริษัทที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.70 มีการแวะเยี่ยมเยียนลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.60 ให้ความสำคัญระดับน้อยที่สุด ในการส่งการ์ดอวยพรในเทศกาลพิเศษ มีค่าเฉลี่ย 1.10 ส่วนการติดตามผลหลังการขายลูกค้าส่งของผู้จำหน่ายอิสระ ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด โดยใช้วิธีการส่งข่าวสารใหม่ๆ จากบริษัทที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 5.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 34 แสดงค่าเฉลี่ย ของกระบวนการและเทคนิควิธีการขายของผู้จำหน่ายอิสระและ  
ระยะเวลาที่มีประสิทธิภาพในการขายผลิตภัณฑ์คัมภีร์ ขั้นตอนการให้การ  
บริการแก่ลูกค้า

กระบวนการและเทคนิควิธีการขาย ของผู้จำหน่ายอิสระ	ระยะเวลาที่มีประสิทธิภาพในการขายผลิตภัณฑ์คัมภีร์				ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ไม่เกิน 1 ปี	1 – 3 ปี	4 – 6 ปี	6 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
<b>10. การให้บริการบริการแก่ลูกค้า</b>					
10.1 บริการให้ตรงเวลา และตรงตาม ที่ลูกค้าต้องการเพื่อให้ลูกค้า เกิดความพึงพอใจสูงสุด	4.60 (มากที่สุด)	4.57 (มากที่สุด)	4.50 (มาก)	4.50 (มาก)	4.53 (มากที่สุด)
10.2 เชื่อมเขียนลูกค้า เพื่อรักษา ความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าหลังการ ซื้อผลิตภัณฑ์	4.60 (มากที่สุด)	4.71 (มากที่สุด)	4.50 (มาก)	4.90 (มากที่สุด)	4.70 (มากที่สุด)
10.3 บริการให้ลูกค้าเกิดความ พอใจ เพื่อให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำ จนเป็นลูกค้าประจำ	4.80 (มากที่สุด)	4.85 (มากที่สุด)	4.75 (มากที่สุด)	4.92 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)
10.4 บริการให้คำแนะนำและ คำปรึกษาต่างๆ แก่ลูกค้าที่มีปัญหา เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจและมี การบอกต่อจนเกิดลูกค้ารายใหม่	3.60 (มาก)	3.85 (มาก)	3.25 (ปานกลาง)	3.50 (ปานกลาง)	3.53 (มาก)
10.5 ให้บริการส่งผลิตภัณฑ์ถึงบ้าน หรือร้านค้า เพื่อเพิ่มยอดขายและ ปริมาณการขายผลิตภัณฑ์ให้มาก ขึ้น	4.80 (มากที่สุด)	5.00 (มากที่สุด)	4.87 (มากที่สุด)	4.80 (มากที่สุด)	4.86 (มากที่สุด)
รวม	4.48 (มาก)	4.59 (มากที่สุด)	4.37 (มาก)	4.52 (มากที่สุด)	4.48 (มาก)

จากตารางที่ 34 พบว่า ผู้จำหน่ายอิสระมีกระบวนการและเทคนิควิธีการขายในการให้การ  
บริการแก่ลูกค้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.48

ผู้จำหน่ายอิสระที่ให้การบริการแก่ลูกค้าให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ ให้บริการ  
ส่งผลิตภัณฑ์ถึงบ้าน หรือร้านค้า เพื่อเพิ่มยอดขายและปริมาณการขายผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น มี

ค่าเฉลี่ย 4.86 บริการให้ลูกค้าเกิดความพอใจ เพื่อให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำจนเป็นลูกค้าประจำ มีค่าเฉลี่ย 4.80 เยี่ยมเยียนลูกค้า เพื่อรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าหลังการซื้อผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.70 และบริการให้ตรงเวลา และตรงตามที่ลูกค้าต้องการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด มีค่าเฉลี่ย 4.53 ตามลำดับ

ในระยะเวลาที่มีประสบการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัดชนิดไม่เกิน 1 ปี ผู้จำหน่ายอิสระให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ ให้บริการส่งผลิตภัณฑ์ถึงบ้าน หรือร้านค้า เพื่อเพิ่มยอดขายและปริมาณการขายผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น และบริการให้ลูกค้าเกิดความพอใจ เพื่อให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำจนเป็นลูกค้าประจำ มีค่าเฉลี่ย 4.80 บริการให้ตรงเวลา ตรงตามที่ลูกค้าต้องการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด และเยี่ยมเยียนลูกค้า เพื่อรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าหลังการซื้อผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.60 ตามลำดับ

ระยะเวลาที่มีประสบการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัดชนิด 1 – 3 ปี ผู้จำหน่ายอิสระให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ ให้บริการส่งผลิตภัณฑ์ถึงบ้าน หรือร้านค้า เพื่อเพิ่มยอดขายและปริมาณการขายผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น มีค่าเฉลี่ย 5.00 บริการให้ลูกค้าเกิดความพอใจ เพื่อให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำจนเป็นลูกค้าประจำ มีค่าเฉลี่ย 4.85 เยี่ยมเยียนลูกค้า เพื่อรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าหลังการซื้อผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.71 และบริการให้ตรงเวลา และตรงตามที่ลูกค้าต้องการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด มีค่าเฉลี่ย 4.57 ตามลำดับ

ระยะเวลาที่มีประสบการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัดชนิด 6 ปีขึ้นไป ผู้จำหน่ายอิสระให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ได้แก่ บริการให้ลูกค้าเกิดความพอใจ เพื่อให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำจนเป็นลูกค้าประจำ มีค่าเฉลี่ย 4.92 เยี่ยมเยียนลูกค้า เพื่อรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าหลังการซื้อผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.90 และให้บริการส่งผลิตภัณฑ์ถึงบ้าน หรือร้านค้า เพื่อเพิ่มยอดขายและปริมาณการขายผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น มีค่าเฉลี่ย 4.80 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ปัญหาของผู้จำหน่ายอิสระ

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ย และระดับการเห็นด้วยของปัญหาของผู้จำหน่ายอิสระ

ปัญหากระบวนการขาย	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	จำนวน (ร้อยละ)	
1. การเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะเป็ นลูกค้า	0 (0)	10 (33.30)	7 (23.30)	7 (23.30)	6 (20.00)	3.30 (ปานกลาง)
2. การเตรียมตัวด้านการแต่งกาย ก่อนพบลูกค้า	13 (43.30)	14 (46.70)	2 (6.70)	1 (3.30)	0 (0)	1.70 (น้อย)
3. การเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นใน การนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ก่อนเข้า พบลูกค้า	0 (0)	0 (0)	2 (6.70)	22 (73.30)	6 (20.00)	4.13 (มาก)
4. การเข้าพบลูกค้า	4 (13.30)	13 (43.30)	9 (30.00)	4 (13.30)	0 (0)	2.43 (น้อย)
5. วิธีการเสนอขายผลิตภัณฑ์	4 (13.30)	13 (43.30)	7 (23.30)	5 (16.70)	1 (3.30)	2.53 (ปานกลาง)
6. เทคนิควิธีในการขาย	4 (13.30)	11 (36.70)	9 (30.00)	5 (16.70)	1 (3.30)	2.60 (ปานกลาง)
7. การตอบข้อโต้แย้ง	1 (3.30)	4 (13.30)	8 (26.70)	13 (43.30)	4 (13.30)	3.50 (ปานกลาง)
8. การปิดการขาย	5 (16.70)	20 (66.70)	4 (13.30)	1 (3.30)	0 (0)	2.03 (น้อย)
9. การติดตามผลหลังการขาย และ รักษาลูกค้า	7 (23.30)	10 (33.30)	8 (26.70)	3 (10.00)	2 (6.70)	2.43 (น้อย)
10. การให้บริการแก่ลูกค้า	12 (40.00)	13 (43.30)	5 (16.70)	0 (0)	0 (0)	1.76 (น้อย)
<b>รวม</b>						2.64 (ปานกลาง)



จากตารางที่ 35 พบว่า ผู้จำหน่ายอิสระพบปัญหากระบวนการขาย โดยรวมในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 2.64

ผู้จำหน่ายอิสระที่พบปัญหากระบวนการขายในระดับมาก คือการเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็น ในการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ก่อนเข้าพบลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.13 พบปัญหากระบวนการขายในระดับ ปานกลาง ได้แก่ การตอบข้อโต้แย้ง มีค่าเฉลี่ย 3.50 การเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะจะเป็นลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.30 เทคนิควิธีในการขาย มีค่าเฉลี่ย 2.53 และวิธีการเสนอขายผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 2.60 ส่วน ปัญหากระบวนการขายที่พบในระดับน้อย ได้แก่ การเข้าพบลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 2.43 การติดตามผล หลังการขาย และรักษาลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 2.43 การปิดการขาย มีค่าเฉลี่ย 2.03 การให้บริการแก่ ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 1.76 และการเตรียมตัวด้านการแต่งกายก่อนพบลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 1.70 ตามลำดับ

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a detailed illustration of an elephant standing and facing left. The elephant is surrounded by a decorative border. Below the elephant, the text "CHIANG MAI UNIVERSITY 1964" is written in a semi-circle. On either side of the elephant, there are stylized floral or sun-like symbols. The entire logo is rendered in a light gray color.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ย ของปัญหากระบวนการขายและระดับการศึกษาขั้นสูงสุด

ปัญหากระบวนการขาย	ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด				ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
	ไม่สูงกว่า ประถมศึกษา ตอนปลาย	มัธยมศึกษา	ปวช. ปวส. อนุปริญญา	ปริญญาตรี	
	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	
1. การเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะเป็ นลูกค้า	3.10 (ปานกลาง)	2.75 (ปานกลาง)	4.40 (มาก)	4.00 (มาก)	3.30 (ปานกลาง)
2. การเตรียมตัวด้านการแต่งกาย ก่อนพบลูกค้า	1.17 (น้อยที่สุด)	1.50 (น้อยที่สุด)	1.60 (น้อย)	2.00 (น้อย)	1.70 (น้อย)
3. การเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นใน การนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ก่อนเข้า พบลูกค้า	4.15 (มาก)	4.00 (มาก)	4.20 (มาก)	4.00 (มาก)	4.13 (มาก)
4. การเข้าพบลูกค้า	2.40 (น้อย)	2.50 (น้อย)	2.60 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	2.43 (น้อย)
5. วิธีการเสนอขายผลิตภัณฑ์	2.53 (ปานกลาง)	2.50 (น้อย)	3.60 (มาก)	1.00 (น้อยที่สุด)	2.53 (ปานกลาง)
6. เทคนิควิธีในการขาย	2.50 (น้อย)	2.75 (ปานกลาง)	3.20 (ปานกลาง)	1.00 (น้อยที่สุด)	2.60 (ปานกลาง)
7. การตอบข้อโต้แย้ง	3.45 (ปานกลาง)	3.50 (ปานกลาง)	3.60 (มาก)	4.00 (มาก)	3.50 (ปานกลาง)
8. การปิดการขาย	2.10 (น้อย)	1.75 (น้อย)	2.00 (น้อย)	2.00 (น้อย)	2.03 (น้อย)
9. การติดตามผลหลังการขาย และ รักษาลูกค้า	2.30 (น้อย)	2.50 (น้อย)	2.60 (ปานกลาง)	4.00 (มาก)	2.43 (น้อย)
10. การให้บริการแก่ลูกค้า	1.80 (น้อย)	1.75 (น้อย)	1.60 (น้อย)	2.00 (น้อย)	1.76 (น้อย)
รวม	2.55 (ปานกลาง)	2.50 (น้อย)	2.94 (ปานกลาง)	2.60 (ปานกลาง)	2.64 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 36 พบว่า ผู้จำหน่ายอิสระพบปัญหากระบวนการขายต่อระดับการศึกษาขั้นสูงสุด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 2.64

ผู้จำหน่ายอิสระพบปัญหาในการเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นในการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ก่อนเข้าพบลูกค้าและเป็นปัญหาที่ผู้จำหน่ายอิสระทุกระดับการศึกษาพบ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.13 ส่วนปัญหากระบวนการขายที่ผู้จำหน่ายอิสระพบในระดับน้อย ได้แก่ การเข้าพบลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 2.43 การติดตามผลหลังการขาย และรักษาลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 2.43 การปิดการขาย มีค่าเฉลี่ย 2.03 การให้บริการแก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 1.76 และการเตรียมตัวด้านการแต่งกายก่อนพบลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 1.70 ตามลำดับ

ในระดับการศึกษาขั้นสูงสุดของผู้จำหน่ายอิสระที่มีการศึกษาระดับไม่สูงกว่าประถมศึกษาตอนปลาย ปัญหาที่ผู้จำหน่ายอิสระพบในระดับปานกลาง ได้แก่ การตอบข้อโต้แย้ง มีค่าเฉลี่ย 3.45 การเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะจะเป็นลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.10 และวิธีการเสนอขายผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 2.53 ปัญหาที่พบในระดับน้อยที่สุด คือการเตรียมตัวด้านการแต่งกายก่อนพบลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 1.17 ตามลำดับ

ในระดับการศึกษาขั้นสูงสุดของผู้จำหน่ายอิสระที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ปัญหาที่พบในระดับปานกลาง ได้แก่ การตอบข้อโต้แย้ง มีค่าเฉลี่ย 2.75 การเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะจะเป็นลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 2.75 และเทคนิควิธีในการขาย มีค่าเฉลี่ย 3.50 ปัญหาที่พบในระดับน้อยที่สุด คือการเตรียมตัวด้านการแต่งกายก่อนพบลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 1.50 ตามลำดับ

ระดับการศึกษาขั้นสูงสุดของผู้จำหน่ายอิสระที่มีการศึกษาระดับปวช. ปวส. หรืออนุปริญญา พบปัญหาในระดับมาก ได้แก่ การเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นในการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ก่อนเข้าพบลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.20 การเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะจะเป็นลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.40 วิธีการเสนอขายผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.60 และการตอบข้อโต้แย้ง 3.60 ตามลำดับ

ระดับการศึกษาขั้นสูงสุดของผู้จำหน่ายอิสระที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี พบปัญหาในระดับมาก ได้แก่ การเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะจะเป็นลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.00 การเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นในการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ก่อนเข้าพบลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.00 การตอบข้อโต้แย้ง มีค่าเฉลี่ย 4.00 และการติดตามผลหลังการขาย และรักษาลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.00 ส่วนปัญหาที่ผู้จำหน่ายอิสระพบน้อยที่สุด ได้แก่ วิธีการเสนอขายผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 1.00 และเทคนิควิธีในการขาย มีค่าเฉลี่ย 1.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ย ของปัญหากระบวนการขาย และระยะเวลาที่มีประสพการณ์ในการขาย  
ผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์

ปัญหากระบวนการขาย	ระยะเวลาที่มีประสพการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์				ค่าเฉลี่ย (แปดผล)
	ไม่เกิน 1 ปี	1 – 3 ปี	4 – 6 ปี	6 ปีขึ้นไป	
	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	
1. การเลือกสรรผู้ที่คาดว่าจะเป็ ลูกค้า	4.60 (มากที่สุด)	4.00 (มาก)	2.75 (ปานกลาง)	2.60 (น้อย)	3.30 (น้อย)
2. การเตรียมตัวด้านการแต่งกาย ก่อนพบลูกค้า	1.60 (น้อย)	1.71 (น้อย)	1.50 (น้อยที่สุด)	1.90 (น้อย)	1.70 (น้อย)
3. การเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นใน การนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ก่อนเข้า พบลูกค้า	4.00 (มาก)	4.28 (มาก)	4.12 (มาก)	4.10 (มาก)	4.13 (มาก)
4. การเข้าพบลูกค้า	3.20 (ปานกลาง)	2.57 (ปานกลาง)	2.12 (น้อย)	2.20 (น้อย)	2.43 (น้อย)
5. วิธีการเสนอขายผลิตภัณฑ์	3.40 (ปานกลาง)	2.85 (ปานกลาง)	2.25 (น้อย)	2.10 (น้อย)	2.53 (ปานกลาง)
6. เทคนิควิธีในการขาย	3.20 (ปานกลาง)	2.57 (ปานกลาง)	3.00 (ปานกลาง)	2.00 (น้อย)	2.60 (ปานกลาง)
7. การตอบข้อโต้แย้ง	3.80 (มาก)	3.71 (มาก)	3.75 (มาก)	3.00 (ปานกลาง)	3.50 (ปานกลาง)
8. การปิดการขาย	2.60 (ปานกลาง)	1.85 (น้อย)	2.00 (น้อย)	1.90 (น้อย)	2.03 (น้อย)
9. การติดตามผลหลังการขาย และ รักษาลูกค้า	2.20 (น้อย)	2.57 (ปานกลาง)	3.37 (ปานกลาง)	1.70 (น้อย)	2.43 (น้อย)
10. การให้บริการแก่ลูกค้า	1.80 (น้อย)	1.57 (น้อย)	1.87 (น้อย)	1.80 (น้อย)	1.76 (น้อย)
<b>รวม</b>	<b>3.04</b> (ปานกลาง)	<b>2.76</b> (ปานกลาง)	<b>2.67</b> (ปานกลาง)	<b>2.33</b> (น้อย)	<b>2.64</b> (ปานกลาง)

จากตารางที่ 37 พบว่า ผู้จำหน่ายอิสระพบปัญหากระบวนการขายต่อระยะเวลาที่มี  
ประสพการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดัชมิลล์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวม 2.64

ผู้จำหน่ายอิสระพบปัญหาในการเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นในการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ก่อนเข้าพบลูกค้าและเป็นปัญหาที่ผู้จำหน่ายอิสระทุกระดับการศึกษาพบ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.13 ส่วนปัญหากระบวนการขายที่ผู้จำหน่ายอิสระพบในระดับปานกลาง ได้แก่ การตอบข้อโต้แย้ง มีค่าเฉลี่ย 3.50 เทคนิควิธีในการขาย มีค่าเฉลี่ย 2.60 และวิธีการเสนอขายผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 2.53

ระยะเวลาที่มีประสบการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดิจิทัล ไม่เกิน 1 ปี พบปัญหาในการเลือกสรรผู้ที่จะเป็นลูกค้าของผู้จำหน่ายอิสระ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.60 ส่วนปัญหาที่พบในระดับมาก ได้แก่ การเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นในการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ก่อนเข้าพบลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.00 และการตอบข้อโต้แย้ง มีค่าเฉลี่ย 3.80 ตามลำดับ

ระยะเวลาที่มีประสบการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดิจิทัล 1 – 3 ปี พบปัญหากระบวนการขายของผู้จำหน่ายอิสระ ในระดับมาก ได้แก่ การเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นในการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ก่อนเข้าพบลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.28 การเลือกสรรผู้ที่จะเป็นลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.00 และการตอบข้อโต้แย้ง มีค่าเฉลี่ย 3.71 ตามลำดับ

ระยะเวลาที่มีประสบการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดิจิทัล 4 – 6 ปี พบปัญหากระบวนการขายของผู้จำหน่ายอิสระในระดับมาก ได้แก่ การเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นในการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ก่อนเข้าพบลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.12 การตอบข้อโต้แย้ง มีค่าเฉลี่ย 3.75 ส่วนปัญหาที่ผู้จำหน่ายอิสระพบในระดับน้อยที่สุด คือการเตรียมตัวด้านการแต่งกายก่อนพบลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 1.50 ตามลำดับ

ระยะเวลาที่มีประสบการณ์ในการขายผลิตภัณฑ์ดิจิทัล 6 ปีขึ้นไป พบปัญหากระบวนการขายของผู้จำหน่ายอิสระระดับมาก ในการเตรียมอุปกรณ์ที่จำเป็นในการนำเสนอขายผลิตภัณฑ์ก่อนเข้าพบลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 4.10 ส่วนปัญหาที่ผู้จำหน่ายอิสระพบในระดับปานกลาง เป็นการตอบข้อโต้แย้ง มีค่าเฉลี่ย 3.00 ตามลำดับ