

ผลของระบบควบคุมพนักงานในเชิงพฤติกรรมและผลการดำเนินงาน
ของพนักงานขายของตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร



นายวรพุทธิ สติชัยวงศ์

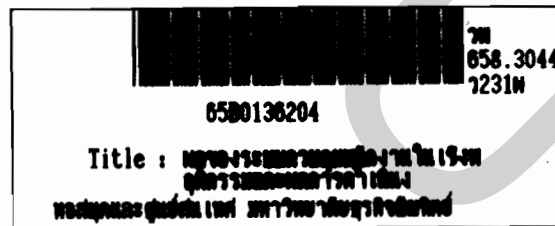
วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ.2539

ISBN 974-281-115-6

**THE CONSEQUENCES OF BEHAVIOR- AND OUTCOME-BASED
SALES CONTROL SYSTEMS OF
THE AUTOMOBILE DISTRIBUTORS IN BANGKOK**

MR. VORAPHUTI SATITAYAWONG



**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENT
FOR THE MASTER DEGREE OF BUSSINESS ADMINISTRATION
GRADUATE SCHOOL DHURAKIJPUNDIT UNIVERSITY**

1996

ISBN 974-281-115-6



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ชื่อวิทยานิพนธ์ ผลของระบบควบคุมพนักงานขายในเชิงพฤติกรรมและผลการดำเนินงานศึกษา
เฉพาะกรณีพนักงานขายรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย นายวราวุฒิ สติชัยวงศ์
สาขาวิชา บริหารธุรกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ดร.สมนึก จันทรประทีน
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม รศ.ศิริชัย พงศ์วิชัย
ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว

..... ประธานกรรมการ
(ดร.อดิสรณ์ พงศ์วิชัย)

..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ดร.สมนึก จันทรประทีน)

..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม
(รศ.ศิริชัย พงศ์วิชัย)

..... กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
(ผศ.สากร ธนสัตยาวิบูลย์)

..... กรรมการ

..... กรรมการผู้แทนทบวงมหาวิทยาลัย
(ผศ.ดร.ธนวรรณ แสงสุวรรณ)

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว
..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ดร.พีรพันธุ์ พาลุสุข)

วันที่ 29 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2539

กิติกรรมประกาศ

วิจัยฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงต่อ ดร.สมนึก จันทรประทีน รศ.ศิริชัย พงษ์วิชัย ดร.อดิลา พงษ์ยี่ห้ำ ดร.ธนวรรณ แสงสุวรรณ ผศ.สากล ธนสัตยาวิบูล และขอขอบพระคุณอย่างสูงต่อคุณเนตรนภา คำตรง คุณมรุต ประเสริฐศรี คุณนวฤทธิ์ เนียมอินทร์ คุณธีรศักดิ์ สุดโต คุณนัฐรี หิรัญญะสิริ คุณกระจ่าง โลจน์ศิริศิลป์ รวมทั้งพี่ดวงมนต์ สุวัจนานนท์ ตลอดจนเจ้าหน้าที่ การสื่อสาร เจ้าหน้าที่การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย และเจ้าหน้าที่กรมสรรพากร ที่มีส่วนช่วยเหลือในการทำวิทยานิพนธ์ให้สำเร็จลุล่วงไปได้

การวิจัยครั้งนี้ต้องขอขอบคุณพนักงานขายรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของบริษัทตัวแทนจำหน่ายที่ช่วยกรอกแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ สำหรับประโยชน์ของวิจัยฉบับนี้ต่อผู้สนใจนั้น ผู้วิจัยขอมอบให้กับบิดามารดาของผู้วิจัย

และสุดท้ายนี้ ข้าพเจ้าต้องขอขอบคุณเพื่อน ๆ น้อง ๆ ทุกคนที่คอยช่วยเหลือข้าพเจ้าทุกอย่างด้วยความอดทนตลอดมา รวมทั้ง เพื่อน ๆ น้อง ๆ ที่มีได้เยี่ยมยาม

กราบขอบพระคุณอย่างสูง

วรพุทธิ สติตย์วงศ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ฉ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญตารางประกอบ.....	ซ
บทที่ 1	
บทนำ.....	1
วัตถุประสงค์.....	5
เหตุผลในการทำวิจัย.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
ขอบเขตในการทำวิจัย.....	5
นิยามเชิงปฏิบัติการ.....	6
สมมุติฐานทางสถิติ.....	7
สรุป.....	11
บทที่ 2	
ทฤษฎีแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
ปัจจัยที่ต้องการพิจารณาตอบสนองต่อแทนในการจ่ายค่าตอบแทน.....	12
รูปแบบของการจ่ายค่าตอบแทนที่เน้นตัวเงินและการเบิกค่าชดเชยค่าใช้จ่าย.....	15
การควบคุมและการประเมินผลงานของพนักงานขาย.....	28
ทฤษฎีแนวความคิดหลัก.....	42
อุตสาหกรรมรถยนต์.....	46
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	52
สรุป.....	54
บทที่ 3	
ตัวแบบสมมุติฐานและระเบียบวิธีการวิจัย.....	55
ตัวแบบ.....	55
สมมุติฐานในการวิจัย.....	58
ระเบียบวิธีวิจัย.....	65
กลุ่มตัวอย่าง.....	66
ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง.....	66

	หน้า
การวิเคราะห์ข้อมูลและการประมวลผลข้อมูล.....	66
คำถามหลักเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัย.....	67
สรุป.....	68
ภาคผนวก.....	199
ก.ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	200
ข.แบบสอบถาม.....	318
ประวัติผู้วิจัย.....	343

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ยอดจำหน่ายรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในตลาดเมืองไทยระหว่างปี 2533-2537.....	51
2	จำนวนหน่วยตัวอย่างที่สุ่มจากประชากรที่ระดับความเชื่อมั่นและค่าความคลาดเคลื่อน.....	64
3	ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยแทนด้วยสัญลักษณ์.....	69
4	ตัวแปรที่ได้หลังจากสกัดปัจจัยของตัวแปร H - AW.....	78
5	ตัวแปรที่ได้หลังจากสกัดปัจจัยของตัวแปร AX - BR.....	78
6	ตัวแปรที่ได้หลังจากสกัดปัจจัยของตัวแปร BW -CP.....	79
7	ตัวแปรที่ได้หลังจากสกัดปัจจัยของตัวแปร CQ - DW.....	79
8	ตารางแสดงความสัมพันธ์ของการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation C coefficients).....	81
9	ตารางความสัมพันธ์ของตัวแปร.....	119
10	แสดงผลสรุปการวิเคราะห์สหสัมพันธ์.....	120

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ผลของระบบควบคุมพนักงานในเชิงพฤติกรรมและผลการดำเนินงานของพนักงานขายของตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร
ชื่อนักศึกษา	นายวรพุทธิ สถิตย์วงศ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.สมนึก จันทรประทีน
อาจารย์ที่ปรึกษา(ร่วม)	รศ.ศิริชัย พงษ์วิชัย
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ สาขา การตลาด
ปีการศึกษา	2539

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องผลของระบบควบคุมพนักงานขายในเชิงพฤติกรรมและผลการดำเนินงานของพนักงานขายของตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานครนี้ ยังไม่มีผู้ใดทำการศึกษา เคยแพร่มาก่อน วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาการรับรู้ระบบควบคุม (ซึ่งอาศัยพฤติกรรมและผลการดำเนินงาน) ของพนักงานขายที่มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานขาย 2. ศึกษาผลกระทบของระบบควบคุม (ซึ่งอาศัยพฤติกรรมและผลการดำเนินงาน) ต่อสภาวะต่าง ๆ ของพนักงานขาย 3. เพื่อทราบความสัมพันธ์ของระบบควบคุม (ซึ่งอาศัยพฤติกรรมและผลการดำเนินงาน) กับผลลัพธ์ที่ตามมาของผลการควบคุม (ซึ่งอาศัยพฤติกรรมและผลการดำเนินงาน) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ใช้กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นพนักงานขายตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ จำนวนทั้งสิ้น 370 คน ด้วยวิธีสุ่มแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) ในการทดสอบสมมุติฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ของระบบควบคุม (ซึ่งอาศัยผลการปฏิบัติงานและพฤติกรรม) กับผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุม (ซึ่งอาศัยพฤติกรรมและผลการดำเนินงาน) มีดังต่อไปนี้ 1) ผลลัพธ์ที่ตามมาของระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมต่อความรู้ทางด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้เพิ่มมากขึ้น 2) ผลลัพธ์ที่ตามมาของระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมต่อความสามารถและความเชี่ยวชาญในการขายได้เพิ่มมากขึ้น 3) ผลลัพธ์ที่ตามมาของระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมต่อความมุ่งมั่นหรือเอาใจจริงหรือความทุ่มเท ให้กับองค์กรได้เพิ่มมากขึ้น 4) ผลลัพธ์ที่ตามมาของระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมต่อลักษณะทิศทางการจูงใจจากภายในได้เพิ่มมากขึ้นและผลลัพธ์ที่ตามมาของระบบควบคุมที่อาศัยการดำเนินงานต่อลักษณะทิศทางการจูงใจจากภายนอกได้เพิ่มขึ้น 5) ผลลัพธ์ที่ตามมาของระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมต่อการควบคุมในเชิงพฤติกรรมในแง่กิจกรรมในการเชื่อมลูกค้าได้ลดลง 6) ผลลัพธ์ที่ตามมาของระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมต่ออัตราส่วนของเวลาที่ใช้ไปในการขาย กับเวลาที่ใช้ไปในกิจกรรมที่ไม่ใช่การขายได้ลดลง 7) ผลลัพธ์ที่ตามมาของระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมต่อพฤติกรรมในแง่ของเทคนิคการขายแบบใช้กลยุทธ์หลากหลาย 8) ผลลัพธ์ที่ตามมาของระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานต่อการบรรลุเป้าหมายทางกำไรต่อยอดขายของการดำเนินงานได้เพิ่มมากขึ้น 9) ผลลัพธ์ที่ตามมาของระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมต่อการเก็บข้อมูลสารสนเทศได้เพิ่มมากขึ้นและ 10) ผลลัพธ์

ที่ตามมาของระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมต่อผลการดำเนินงานในแง่ของการควบคุมค่าใช้จ่ายในการขายได้เพิ่มมากขึ้น

การศึกษาครั้งนี้ ยังได้เสนอข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหารและทิศทางการวิจัยในอนาคต

DPU

TITLE THE CONSEQUENCES OF BEHAVIOR - AND OUTCOME-
 BASED SALES CONTROL SYSTEMS OF THE AUTOMOBILE
 DISTRIBUTORS/DEALERS IN BANGKOK

NAME VORAPHUTI SATITAYAWONG, MR.

ADVISOR SOMNUK CHANDARPRATIN, DIBA

CO-ADVISOR SIRICHA PONGVICHAI, ASSOCIATE PROFESSOR

DEPARTMENT BUSINESS ADMINISTRATION GRADUATE SCHOOL,
 DHURAKIJPUNDIT UNIVERSITY

ACADEMIC YEAR 1996

ABSTRACT

THE STUDY OF THE CONSEQUENCES OF BEHAVIOR - AND OUTCOME-
 BASED SALES CONTROL SYSTEMS OF DISTRIBUTORS' SALES REPRESENTATIVES IN
 BANGKOK HAS NEVER BEEN INVESTIGATED. THE PURPOSE OF THIS RESEARCH
 ENCOMPASSES THREEFOLD : (1) TO EMPIRICALLY INVESTIGATE THE PERCEPTION OF
 OUTCOME - AND BEHAVIOR - BASED CONTROL SYSTEMS OF SALES REPRESENTATIVES
 WHICH INFLUENCE ON SALES REPRESENTATIVES' PERFORMANCE; (2) TO
 EMPIRICALLY TEST THE CONSEQUENCES OF OUTCOME - AND BEHAVIOR - BASED
 CONTROL SYSTEM ON SALES REPRESENTATIVES' AFFECTIVE AND MOTIVATIONAL
 STATES; (3) TO IDENTIFY THE RELATIONSHIP BETWEEN BEHAVIOR- AND OUTCOME -
 BASED CONTROL SYSTEMS AND CONSEQUENCES OF THE CONTROL SYSTEMS. THE
 DATA WAS 370 DISTRIBUTORS/DEALERS' SALES REPRESENTATIVES OBTAINED BY
 USING CONVENIENCE SAMPLING. THE HYPOTHESIS WAS CONDUCTED BY USING
 FACTOR ANALYSIS AND CORRELATION ANALYSIS.

THE RESULTS ARE AS FOLLOWS : (1) CONSEQUENCES OF BEHAVIOR-
 BASED CONTROL SYSTEM ON SALES REPRESENTATIVES' PRODUCT KNOWLEDGE WAS
 INCREASED; (2) CONSEQUENCES OF BEHAVIOR- BASED CONTROL SYSTEM ON SALES
 EXPERTISE/COMPETENCE WAS INCREASED; (3) CONSEQUENCES OF BEHAVIOR- BASED
 CONTROL SYSTEM ON SALES REPRESENTATIVES' ORGANIZATIONAL COMMITMENT
 WAS INCREASED; (4) CONSEQUENCES OF BEHAVIOR- BASED CONTROL SYSTEM ON
 NATURE OF MOTIVATION WAS HIGHER INTRINSIC AND CONSEQUENCES OF OUTCOME

- BASED CONTROL SYSTEM ON NATURE OF MOTIVATION WAS HIGHER INTRINSIC ; (5) CONSEQUENCES OF BEHAVIOR- BASED CONTROL SYSTEM ON CALL ACTIVITIES : (6) CONSEQUENCES OF BEHAVIOR- BASED CONTROL SYSTEM ON SELL/NONSELL TIME RATIO WAS DECREASED ; (7) CONSEQUENCES OF BEHAVIOR- BASED CONTROL SYSTEM ON SELLING TECHNIQUE WAS THE OPEN SMARTER STRATEGY ; (8) CONSEQUENCES OF PERFORMANCE - BASED CONTROL - SYSTEM ON PERFORMANCE ON SALES AND PROFIT OBJECT WAS INCREASED; (9) CONSEQUENCES OF BEHAVIOR- BASED CONTROL SYSTEM ON INFORMATION GATHERING WAS INCREASED ; AND (10) CONSEQUENCES OF BEHAVIOR- BASED CONTROL SYSTEM ON EXPENSE SELLING - EXPENSE CONTROL WAS INCREASED.

THE MANAGERIAL IMPLICATIONS AND DIRECTION FOR FUTURE RESEARCH WERE ALSO SUGGESTED.

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันรถยนต์นั่งส่วนบุคคลเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับมนุษย์เปรียบเสมือนปัจจัยที่ 5 ของสังคมซึ่งความต้องการซื้อรถยนต์จะต้องอาศัยองค์ประกอบต่าง ๆ หลายประการช่วยในการตัดสินใจซื้อซึ่งพนักงานขายรถยนต์มีส่วนเป็นอย่างมากในอุตสาหกรรมรถยนต์ ภายหลังจากมีการเปิดตลาดเสรีรถยนต์ทำให้การแข่งขันในอุตสาหกรรมดังกล่าวจึงมีผู้นำเข้ารายย่อยหลายสิบราย บางรายเป็นเต็นท์รถยนต์ เช่น ศูนย์รถยนต์ปิ่นเกล้า ศูนย์กลางรถยนต์เอ็มมอร์เตอร์ เต็นท์รถยนต์ในตลาดนครรถยนต์กรุงศรีฯ บางส่วนก็ดำเนินการในรูปแบบบริษัท เช่น บริษัท วายแอนด์เอส โอเวอร์ซีเทคคิง จำกัด ซึ่งนำเข้ารถยนต์สปอร์ตทุกรุ่นทุกห้อทั้งญี่ปุ่นและยุโรป บริษัท จงศิลป์อิมพอร์ตเอกซ์พอร์ต จำกัด นำเข้ารถยนต์เมอร์เซเดสเบนซ์ บริษัท เมโทรโพลิตัน จำกัด นำเข้ารถยนต์โตโยต้า บริษัท ทีแอนด์เอฟ จำกัด นำเข้ารถยนต์โตโยต้า บริษัท ออโตพาส จำกัด นำเข้ารถยนต์จากญี่ปุ่นและยุโรป บริษัท เอเอสจี อินเตอร์เทรด จำกัด นำเข้ารถยนต์จากญี่ปุ่น ศูนย์กลางรถยนต์มหานคร (เอ็มซีซี) นำเข้ารถญี่ปุ่น เป็นต้น

อย่างไรก็ดีธุรกิจนำเข้ารถยนต์ของผู้นำเข้ารายย่อยมีอายุอยู่ได้ไม่นาน ช่วงการเจริญเติบโตของกลุ่มนี้คือช่วงปี 2535 เพียงปีเดียวเท่านั้น พอเข้าปี 2536 ก็เริ่มซบเซาลง ทั้งนี้เนื่องจากบริษัทผู้แทนจำหน่ายได้นำเข้ารถยนต์มาจำหน่ายเอง ในราคาที่ต่ำกว่าผู้นำเข้ารายย่อยรวมทั้งมีบริการหลังการขายที่ไว้ใจได้นอกจากนี้ยังเป็นผลเนื่องมาจากมีการแนะนำรถยนต์ที่ประกอบในประเทศมากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคหันมาให้ความสนใจรถยนต์ที่ประกอบในประเทศมากกว่าเดิม ปัจจุบันผู้ค้ารายย่อยที่ยังคงเหลืออยู่มีอยู่น้อยมาก เช่น วายแอนด์เอส โอเวอร์ซี เป็นต้น ก่อนเปิดตลาดเสรีในประเทศไทยมีเพียงรถยนต์ยี่ห้อ โตโยต้า นิสสัน มิตซูบิชิ ฮอนด้า มาสด้า อิซูซุ เมอร์เซเดส เบนซ์ เปรียว บีเอ็มดับบลิว ชีรอน โอเปิล โฮลเดิน ฟอร์ด อัลฟา เฟียต แต่ภายหลังจากการเปิดตลาดเสรีไม่นานรถยนต์ยี่ห้อใหม่ ๆ ต่างเข้าสู่ประเทศไทยมากขึ้น โดยเฉพาะรถยนต์ของค่ายยุโรป ในบรรดารถยนต์ยี่ห้อใหม่ ๆ ที่เข้ามาทำตลาดในประเทศไทย ทั้งนี้ทั้งนี้ยี่ห้อเก่าที่ไม่ประสบความสำเร็จในการทำตลาดจนต้องเลิกไป และรถยนต์ยี่ห้อใหม่ ๆ ที่คนไทยไม่มีโอกาสสัมผัสมาก่อนเริ่มตั้งแต่ โฟล์กสวาเก้น และออดี้ของค่ายเยอรมันมอเตอร์เวอร์ค ในเครือยนตรกิจซึ่งหายหน้าไปจากเมืองไทยนานนับสิบปี เฟียต อัลฟา-โรมิโอ และแลนเซีย จากอิตาลี ฟอร์ดของนิวเอร์้าไซเคิลแอนด์แคเรจ จำกัด และฟอร์ดยนตรกิจ ซาบจากสวีเดน บริษัท ออโต้เทคนิค ในเครือตรีเพชรอิซูซุ ที่เด่นเป็นพิเศษก็คือ รถยนต์สปอร์ตที่เข้าสู่ตลาดประเทศไทยไม่ว่าจะเป็นโลตัสจากอังกฤษ ของบริษัทโลตัสคาร์ ในเครือเบนซ์ทรินครินท์ มาเซราติจากอิตาลี ซึ่งบริษัทสวีเดนมอเตอร์ (ประเทศไทย) กลุ่มเอเอส ออโต้เซอร์วิสจำกัดนำเข้าเปอร์เซจากเยอรมัน โรลสรอยซ์และจากัวร์ นอกจากนี้ยังมีรถยนต์อีกประเภทหนึ่งเข้ามาเปิดตัวในประเทศไทย นั่นคือรถยนต์ตรวจการ เริ่มจากมิตซูบิชิ ปาเจโร อิซูซุทรูปเปอร์ เรจันโรเวอร์ จี๊ปเซอโรกิของบริษัทไทยโครสเลอร์ ออโตโมทีฟ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทร่วมทุนระหว่างบริษัท

สวีเดนมอเตอร์ จำกัด (มหาชน) และโครสเลอร์ คอปเปอร์เรชั่น ซูบาร์ซึ่งในอดีตบริษัทสยามกลการ จำกัด เป็นผู้ทำตลาดก็กลับเข้ามาทำตลาดอีกครั้งหนึ่งเช่นกัน แต่คราวนี้มีบริษัทสยามซูบาร์จำกัดบริษัทในเครือเคพีเอ็นเป็นผู้นำเข้า นอกจากรถยนต์ที่ผลิตจากยุโรปและญี่ปุ่นที่คนไทยรู้จักดีแล้ว ประเทศไทยต้อนรับรถยนต์จากแหล่งผลิตใหม่ เริ่มด้วยฮุนไดจากเกาหลีใต้โดยบริษัท ยูไนเต็อดอร์โคเซลล์ (ประเทศไทย) ในเครือพระนครนครการ ก่อนที่แควจะตามเข้ามาอีก โดยบริษัท ไทยแควมอร์เตอร์เซลส์จำกัดผลจากรัฐบาลเปิดตลาดรถยนต์เสรีที่มองเห็นได้ชัดเจนอีกประการหนึ่งก็คือพนักงานขายรถยนต์มีส่วนสำคัญมากในอุตสาหกรรมนี้ซึ่งเมื่อพิจารณาทางด้านการควบคุมพนักงานขายนั้น แนวความคิดของโครงสร้างการควบคุมพนักงานขายหรือระบบการควบคุมในปัจจุบันนี้เป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นโดยทั่วไป เมื่อเปรียบเทียบกับบทบาทขององค์ประกอบต่างๆขององค์ประกอบทางด้านโครงสร้างในการควบคุมโดยพิจารณาปัจจัยเพียงปัจจัยเดียว เช่น การวางแผน การจ่ายค่าตอบแทน การควบคุม หรือกระบวนการในการประเมิน

ระบบการควบคุม หมายถึง กลุ่มของกระบวนการทางด้านองค์การในการติดตามสั่งการ การประเมินและการให้ค่าตอบแทนกับพนักงาน (Anderson and Oliver' 1987) สำหรับการวิจัยนี้ได้เสนอระบบการควบคุมซึ่งสามารถจัดได้เป็นลักษณะอยู่ในช่วง (Continuum) ระหว่างทางเลือก และกลยุทธ์ในการบริหาร 2 ประการ คือ การควบคุมผลลัพธ์ หรือผลการดำเนินงานของการปฏิบัติงานของพนักงานขาย (Outcome Control) และการควบคุมพฤติกรรม (Behavior Control) ในการเสนอแนวความคิดต่าง ๆ ในการวิจัยครั้งนี้ระบบการควบคุมซึ่งอาศัยพื้นฐานของผลการดำเนินงานของพนักงานขายนั้นจะเกี่ยวข้องกับสัมพันธกับการเข้าไปมีส่วนร่วมของผู้บริหารกับพนักงานขายเพียงเล็กน้อย หรือจะมีส่วนร่วมที่น้อยมากรวมทั้งให้ความสำคัญ หรือมุ่งเน้นต่อการวัดผลที่เกี่ยวข้องกับทางวัตถุประสงค์ เช่น ยอดขาย ซึ่งเป็นการวัดที่ตรงไปตรงมา รวมทั้งการใช้วิธีการต่าง ๆ ทางด้านการให้ค่าตอบแทนซึ่งถ่ายเทความเสี่ยงไปสู่พนักงานขาย ซึ่งได้แก่ค่าคอมมิชชั่นหรือ โบนัส

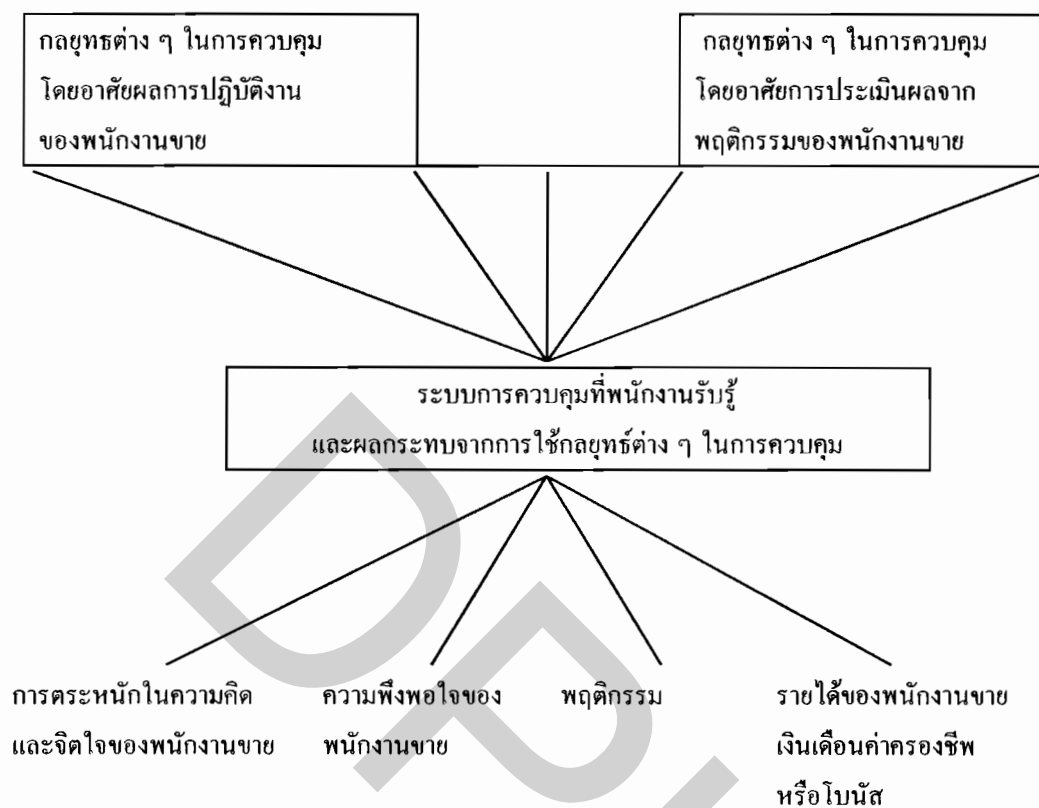
ส่วนระบบการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานของพฤติกรรมนั้นดำเนินงาน แต่สิ่งนี้จะระบบการประเมินก็จะเกี่ยวข้องกับระดับการติดตามและการเข้าไปดูแลเกี่ยวกับกิจการต่าง ๆ รวมทั้งการใช้วิธีการซับซ้อนต่าง ๆ ในการประเมินผลการดำเนินงาน ซึ่งจะมุ่งเน้นไปสู่ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานของพนักงานขาย เช่นคุณภาพของพนักงานขาย กิจกรรมและกลยุทธ์ในการขาย สำหรับข้อมูลที่ป้อนเข้าไป(Inputs)นั้น ไม่ได้เป็นตัวชี้ผลของการดำเนินงานของพนักงานขายแต่จะได้รับการคาดหวังว่าเป็นสิ่งที่จะก่อให้เกิดผลการดำเนินงานของพนักงานขายในอนาคต ผลการดำเนินงานของพนักงานขายโดยอาศัยข้อมูล (Inputs) ดังกล่าวจะมีลักษณะที่ค่อนข้างเป็นนามธรรม(Subjective) เนื่องจากผู้จัดการจะต้องตัดสินใจว่ามากน้อยเท่าไรที่จะก่อให้เกิดผลการดำเนินงานหรือOutputs นอกเหนือจากนั้นข้อมูล (Inputs) ของพนักงานขายนั้นจะมีลักษณะยากต่อการนับหรือสังเกตได้ ดังนั้นเพื่อเป็นการช่วยผู้จัดการในการติดตามสั่งการหรือการประเมินหรือการใช้ดุลยพินิจในเชิงนามธรรมนั้นบริษัทส่วนใหญ่จะอาศัยเงินเดือนเป็นหลักในการให้ผลตอบแทน

Anderson and Oliver 1987 ได้เสนอว่า การควบคุมโดยอาศัยผลการดำเนินงานและการควบคุมเชิงพฤติกรรมของพนักงานขายอยู่ตรงกันข้ามของแต่ละชั่วโมง หรือแต่ละช่วง (Continuum) ซึ่งฝ่ายจัดการอาจจะเลือกเพื่อสร้างตำแหน่งของกลยุทธ์ของบริษัทเองในระหว่างช่วง 2 ชั่วโมง คือการควบคุมโดยอาศัยผลของการดำเนินงานที่อยู่ปลายข้างหนึ่ง และการควบคุมในเชิงพฤติกรรมที่อยู่ปลายอีกข้างหนึ่ง ในการวิจัยครั้งนี้ได้เสนอแนว

ความคิดที่ว่าตำแหน่งที่ผู้บริหารการขายคัดเลือกในช่วง (Continuum) ระบบของพฤติกรรมและผลการดำเนินงาน นั้นผลที่เกิดจากความควบคุมต่างๆที่มีนัยสำคัญในการบริหารงานขายจะเกิดขึ้นมากมายในรูปของความชอบพอของพนักงานขาย ความตระหนักรับความคิดและสภาพจิตใจของพนักงานขาย พฤติกรรมและผลการดำเนินงานของพนักงานขาย ในวิทยานิพนธ์นี้จะได้เสนอการทดสอบสมมุติฐานที่เกี่ยวกับตัวแปรหรือปัจจัยดังกล่าว จุดมุ่งเน้นของวิทยานิพนธ์นี้ก็คือ ความพยายามที่จะพิสูจน์ในการทดสอบทางสถิติของโครงสร้างที่เสนอโดย Anderson and Oliver (1987) นั่นเอง

ลักษณะผลต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นของระบบที่การควบคุม จุดสำคัญ จุดมุ่งเน้นของการวิจัยนี้ ก็คือ การบริหารงานขายควรได้รับการจัดสรรเป็นรูปแบบของโครงสร้างที่มีการควบคุมและประเมินที่สอดคล้องกัน (Williamson, 1985) ที่แจ้งให้พนักงานขายทราบว่า พวกเขาคาดหวังอะไรจากผลการดำเนินงานของพวกเขา เนื่องจากการขายจะมีความสัมพันธ์ทางด้านหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการผู้บริหารงานขายจึงต้องตัดสินใจว่าจะได้รับและใช้การควบคุมพนักงานขายในระดับมากน้อยเพียงไรนั่นเองรวมทั้งการพิจารณาว่าจะมอบหมายอำนาจหน้าที่ให้กับพนักงานขาย ในขณะที่ยังคงให้พนักงานขายสำนึกในความรับผิดชอบ (Accountable) ต่อผลการปฏิบัติงานของพวกเขาได้พิจารณาถึงทางเลือกต่าง ๆ ดังกล่าวแล้วซึ่งการผสมผสานในการควบคุมทั้ง 2 แบบนั้นสามารถที่จะเกิดขึ้นได้โดยการยอมรับในระดับต่าง ๆ ของความเป็นเจ้าของ, การตรวจสอบ การชี้แนะ และการประเมินในเชิงนามธรรม รวมทั้งการมีส่วนร่วมในผลการดำเนินงานนั้น

รูปที่ 1 ตัวแบบพื้นฐานของระบบควบคุมที่ใช้ในการวิจัย



วัตถุประสงค์ในการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาการรับรู้ระบบควบคุม (ซึ่งอาศัยพฤติกรรมและอาศัยผลการดำเนินงาน) ของพนักงานขายที่มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานขาย
- 2) เพื่อศึกษาผลกระทบของระบบควบคุม (ซึ่งอาศัยพฤติกรรมและอาศัยผลการดำเนินงาน) ต่อสภาวะต่าง ๆ ของพนักงานขาย
- 3) เพื่อทราบความสัมพันธ์ของระบบควบคุม (ซึ่งอาศัยพฤติกรรมและอาศัยผลการดำเนินงาน) กับผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุม (ซึ่งอาศัยพฤติกรรมและอาศัยผลการดำเนินงาน)

เหตุผลในการทำการวิจัย

การศึกษาผลของการควบคุมโดยอาศัยแนวความคิดของ Anderson and Oliver (1987) นั้น ยังไม่มีผู้ใดทำการวิจัยเผยแพร่มาก่อน โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมรถยนต์นั่งส่วนบุคคล

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) ทำให้ทราบถึงการรับรู้และพฤติกรรมของพนักงานขาย (ที่อยู่ภายใต้ระบบการควบคุม ซึ่งอาศัยพฤติกรรมและอาศัยผลการดำเนินงาน)
- 2) ทำให้ทราบถึงผลกระทบของระบบควบคุม (ซึ่งอาศัยพฤติกรรมและอาศัยผลการดำเนินงาน) ต่อสภาวะต่าง ๆ ของพนักงานขาย
- 3) เพื่อทราบความสัมพันธ์ของระบบการควบคุมกับผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุม ซึ่งทำให้ผู้บริหารสามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยไปประยุกต์ / ปรับใช้ในการวางแผนการตลาดเชิงรุกอื่นก่อนให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขัน

ขอบเขตในการทำวิจัย

- 1) ทำการวิจัยเฉพาะกลุ่มพนักงานขายรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ของตัวแทนจำหน่ายในเขตกรุงเทพมหานคร
- 2) ใช้โครงร่างของ Anderson and Oliver (1987) เป็นแนวความคิดหลักในการดำเนินการวิจัย

คำถามของการวิจัย (Research Question)

- 1) การควบคุมพนักงานขาย (ในเชิงพฤติกรรม) มีผลกระทบต่อความชอบพอ, ความนึกคิด, และพฤติกรรมอย่างไร
- 2) การควบคุมพนักงานขาย (ซึ่งอาศัยผลการดำเนินงาน) มีผลกระทบต่อความชอบพอ ความนึกคิด และพฤติกรรมอย่างไร
- 3) ความสัมพันธ์ของระบบควบคุมกับผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุมเป็นอย่างไร และผลของการควบคุมจากระบบทั้ง 2 ข้างมีความแตกต่างกันอย่างไร

นิยามเชิงปฏิบัติการ (Operational Definition)

1. **การควบคุม** หมายถึง หน้าที่ติดตามงานซึ่งนำมาซึ่งความสำเร็จตามแผนงานที่กำหนดไว้ การควบคุมจึงเป็นทั้งขบวนการในการบริหารงาน และเป็นผลของการบริหารงานเมื่อมองจากระบบรวมขององค์การขบวนการของการควบคุมเริ่มจากการวางวัตถุประสงค์ เมื่อกำหนดวัตถุประสงค์แล้วขั้นต่อมาคือสร้างกลยุทธ์นโยบายและแผนงาน จากนั้นนำแผนงานไปปฏิบัติ และการประเมิน การควบคุมการดำเนินงาน
2. **ระบบควบคุม** หมายถึง กลุ่มของกระบวนการทางด้านองค์การในการติดตามสั่งการ ประเมินและการให้คำตอบแทนพนักงานขาย ซึ่งอยู่ระหว่างทางเลือกและแนวความคิดในการควบคุม 2 ประการ คือ การควบคุมโดยอาศัยผลการดำเนินงานของพนักงานขาย และการควบคุมในเชิงพฤติกรรม
3. **การควบคุมพนักงานขาย** หมายถึง การปฏิบัติงานร่วมกันอย่างใกล้ชิดระหว่างพนักงานขาย กับผู้ทำหน้าที่ควบคุมการขาย หรือหมายถึงกิจกรรมทั้งหลายในการปฏิบัติ และการควบคุมการใช้ความพยายามของพนักงานขายเพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพดีขึ้นเป็นไปตามนโยบายและบรรลุความสำเร็จตามเป้าหมายของธุรกิจอย่างเหมาะสม
4. **การควบคุมพนักงานขายในเชิงพฤติกรรม** หมายถึง รูปแบบหรือขบวนการในการควบคุมดูแลและการติดตามพนักงานขายในเชิงพฤติกรรมของพนักงานขายเป็นหลัก
5. **การควบคุมพนักงานขาย ซึ่งอาศัยผลการดำเนินงานของพนักงานขาย** หมายถึง รูปแบบหรือขบวนการในการควบคุมดูแลและการติดตามพนักงานขาย ซึ่งอาศัยผลการดำเนินงานของพนักงานขายเป็นหลัก
6. **พนักงานขาย** หมายถึง พนักงานขายรถยนต์ของตัวแทนจำหน่ายรถยนต์เฉพาะรถยนต์นั่งส่วนบุคคลที่ปฏิบัติงานอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร
7. **บริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์นั่งส่วนบุคคล** หมายถึง บริษัทนำเข้าและเป็นตัวแทนจำหน่ายรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของประเทศแถบเอเชีย ยุโรปและอเมริกาในประเทศไทย

สมมติฐานทางสถิติ

1. ปัจจัยต่าง ๆ ของระบบ

1.1 H_0 : ปัจจัยต่าง ๆ ของระบบการควบคุมในด้านลักษณะของการให้การดูแลและคำแนะนำที่มีต่อ ระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานเป็นอิสระต่อระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม

H_1 : ปัจจัยต่าง ๆ ของระบบการควบคุมในด้านลักษณะของการให้การดูแลและคำแนะนำที่มีต่อระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานขึ้นต่อระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม

1.2 H_0 : ปัจจัยต่าง ๆ ของระบบการควบคุมในด้านลักษณะของการประเมินที่มีต่อระบบควบคุมที่ อาศัยผลการปฏิบัติงานเป็นอิสระต่อระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม

H_1 : ปัจจัยต่าง ๆ ของระบบการควบคุมในด้านลักษณะของการประเมินที่มีต่อระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานขึ้นต่อระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม

1.3 H_0 : ปัจจัยต่าง ๆ ของระบบการควบคุมในด้านแผนการให้คำตอบแทนที่มีต่อระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานเป็นอิสระต่อระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม

H_1 : ปัจจัยต่าง ๆ ของระบบการควบคุมในด้านแผนการให้คำตอบแทนที่มีต่อระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานขึ้นต่อระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม

2. สภาพจิตใจและความคิด/ ความสามารถ

2.1 H_0 : ความรู้ทางด้านสถิติทฤษฎีและบริษัทที่มีต่อระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานเป็นอิสระ ต่อระบบการควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม

H_1 : ความรู้ทางด้านสถิติทฤษฎีและบริษัทที่มีต่อระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานขึ้นต่อระบบการควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม

2.2 H_0 : สภาพจิตใจและความคิด/ ความสามารถในลักษณะความสามารถและความเชี่ยวชาญในการขายที่มีต่อระบบการควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานเป็นอิสระต่อระบบการควบคุมพฤติกรรม

H_1 : สภาพจิตใจและความคิด/ ความสามารถในลักษณะความสามารถและความเชี่ยวชาญในการขายที่มีต่อระบบการควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานขึ้นต่อระบบการควบคุมพฤติกรรม

3. ความชอบพอ/ ทศนคติ

3.1 H_0 : ความชอบพอ/ ทศนคติในด้านความมุ่งมั่นหรือความเอาใจจริงเออาจัง หรือความทุ่มเทให้กับองค์กรที่มีต่อระบบการควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานเป็นอิสระต่อระบบการควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม

- : ความชอบพอ/ ทศนคติในด้านความมุ่งมั่นหรือความเอาใจจริงเอ้าจ้ง หรือความ
ทุ่มเทให้กับองค์กรที่มีต่อระบบการควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานขึ้นต่อ
ระบบการควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม
- 3.2 H_0 : ความชอบพอ/ ทศนคติในด้านความยอมรับในอำนาจหน้าที่/การชี้แนะที่มีต่อ
การควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานเป็นอิสระต่อระบบการควบคุมที่อาศัย
พฤติกรรม
- H_1 : ความชอบพอ/ ทศนคติในด้านความยอมรับในอำนาจหน้าที่/การชี้แนะที่มีต่อ
การควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานขึ้นต่อระบบการควบคุมที่อาศัย
พฤติกรรม
- 3.3 H_0 : ความชอบพอ/ ทศนคติในด้านความยอมรับในความร่วมมือนี่ว่า เป็นส่วน
หนึ่งของทีมการขายที่มีต่อระบบควบคุม ที่อาศัยผลการปฏิบัติงานเป็นอิสระ
ต่อระบบการควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม
- H_1 : ความชอบพอ/ทศนคติในด้านความยอมรับในความร่วมมือนี่ว่าเป็นส่วนหนึ่ง
ของทีมการขายที่มีต่อระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานขึ้นต่อระบบการ
ควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม
- 3.4 H_0 : ความชอบพอ/ ทศนคติในด้านความยอมรับในการประเมินผลการดำเนินงานที่
มีต่อระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานเป็นอิสระต่อระบบการควบคุมที่
อาศัยพฤติกรรม
- H_1 : ความชอบพอ/ ทศนคติในด้านความยอมรับในการประเมินผลการดำเนินงานที่
มีต่อระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานขึ้นต่อระบบการควบคุมที่ อาศัย
พฤติกรรม
- 3.5 H_0 : ความชอบพอ/ ทศนคติในด้านความชอบพอในแง่ความเสี่ยง ที่มีต่อระบบ
ควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานเป็นอิสระต่อระบบการควบคุมที่ อาศัย
พฤติกรรม
- H_1 : ความชอบพอ/ ทศนคติในด้านความชอบพอในแง่ความเสี่ยง ที่มีต่อระบบ
ควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานขึ้นต่อระบบการควบคุมที่ อาศัยพฤติกรรม
4. การจงใจ
- 4.1 H_0 : การจงใจในลักษณะด้านระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานเป็นอิสระต่อ
ระบบการควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม
- H_1 : การจงใจในลักษณะด้านระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานขึ้นต่อระบบ
การควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม
- 4.2 H_0 : การจงใจในลักษณะทิศทางการจงใจด้านระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติ
งานเป็นอิสระต่อระบบการควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม
- H_1 : การจงใจในลักษณะทิศทางการจงใจด้านระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติ

งานขึ้นต่อระบบการควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม

5. กลยุทธ์ทางด้านพฤติกรรม

- 5.1 H_0 : กลยุทธ์ทางด้านพฤติกรรมในด้านการวางแผนที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน เป็นอิสระต่อระบบการควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม
 H_1 : กลยุทธ์ทางด้านพฤติกรรมในด้านการวางแผนที่อาศัยผลการปฏิบัติงานขึ้นต่อระบบการควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม
- 5.2 H_0 : กลยุทธ์ทางด้านพฤติกรรมที่อาศัยกิจกรรมในการเชื่อมลูกค้า ในด้านระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานเป็นอิสระต่อระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม
 H_1 : กลยุทธ์ทางด้านพฤติกรรมที่อาศัยกิจกรรมในการเชื่อมลูกค้า ในด้านระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติ
- 5.3 H_0 : กลยุทธ์ทางด้านพฤติกรรมที่อาศัยอัตราส่วนของเวลาที่ใช้ไปกับการขาย เป็นอิสระต่อระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม
 H_1 : กลยุทธ์ทางด้านพฤติกรรมที่อาศัยอัตราส่วนของเวลาที่ใช้ไปกับการขาย ขึ้นต่อระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม
- 5.4 H_0 : กลยุทธ์ทางด้านพฤติกรรมที่อาศัยเทคนิคการขาย เป็นอิสระต่อระบบการควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม
 H_1 : กลยุทธ์ทางด้านพฤติกรรมที่อาศัยเทคนิคการขาย ขึ้นต่อระบบการควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม

6. ผลการดำเนินงาน

- 6.1 H_0 : สเกลของผลการดำเนินงานในเชิงสัมพันธ์กับการดำเนินงาน (ผลลัพ์) ในด้านพฤติกรรมเป็นอิสระต่อระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม
 H_1 : สเกลของผลการดำเนินงานในเชิงสัมพันธ์กับการดำเนินงาน (ผลลัพ์) ในด้านพฤติกรรมขึ้นต่อระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม
- 6.2 H_0 : ช่วงของผลการดำเนินงานในลักษณะที่สัมพันธ์กับการดำเนินงาน (ผลลัพ์) เป็นอิสระต่อระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม
 H_1 : ช่วงของผลการดำเนินงานในลักษณะที่สัมพันธ์กับการดำเนินงาน (ผลลัพ์) ขึ้นต่อระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม
- 6.3 H_0 : ผลการดำเนินงานในด้านการบรรลุเป้าหมายทางกำไร/ยอดขายของการดำเนินงาน (ผลลัพ์) ในการดำเนินงานเป็นอิสระต่อระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม
 H_1 : ผลการดำเนินงานในด้านการบรรลุเป้าหมายทางกำไร/ยอดขายของการดำเนินงาน (ผลลัพ์) ในการดำเนินงานขึ้นต่อระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม
- 6.4 H_0 : ผลการดำเนินงานในการเก็บข้อมูลสารสนเทศ ในด้านการดำเนินงานเป็นอิสระต่อระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม
 H_1 : ผลการดำเนินงานในการเก็บข้อมูลสารสนเทศ ในด้านการดำเนินงานขึ้น

ต่อระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม

- 6.5 H_0 : ผลการดำเนินงานการควบคุมค่าใช้จ่ายในการขาย ในด้านการดำเนินงานเป็นอิสระต่อระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม
- H_1 : ผลการดำเนินงานการควบคุมค่าใช้จ่ายในการขาย ในด้านการดำเนินงานขึ้นต่อระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม
- 6.6 H_0 : ผลการดำเนินงานการวางแผนในการเสนอขาย ในด้านการดำเนินงานเป็นอิสระต่อระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม
- H_1 : ผลการดำเนินงานการวางแผนในการเสนอขาย ในด้านการดำเนินงานขึ้นต่อระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม

สรุป

บทนี้ได้เสนอความสำคัญของปัญหา ผลของระบบควบคุมพนักงานขายในเชิงพฤติกรรมและผลการดำเนินงานของพนักงานของตัวแทนจำหน่ายขายรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งลักษณะของปัญหาที่เกิดขึ้นสามารถนำไปกำหนดแผนการดำเนินงานการตลาดได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพในเชิงธุรกิจ นอกจากนี้ในบทนี้ยังได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย เหตุผลในการวิจัย ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ รวมทั้งขอบเขตในการทำวิจัย และคำถามของการวิจัยและนิยามเชิงปฏิบัติการในบทต่อไปจะได้กล่าวถึงทฤษฎีแนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมทั้งสภาพอุตสาหกรรมของบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์นั่งส่วนบุคคล

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิดพื้นฐานเกี่ยวกับระบบผลตอบแทน การควบคุม และการประเมินพนักงานขาย สำหรับบทนี้จะได้กล่าวถึง ทฤษฎีแนวความคิดตัวแปรที่สำคัญในการวิจัยรวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และสภาพอุตสาหกรรม ตัวแทนจำหน่ายรถยนต์นั่งส่วนบุคคล

ปัจจัยที่ต้องพิจารณาระบบผลตอบแทนในการจ่ายค่าตอบแทน

พนักงานขายเป็นผู้ที่ช่วยให้สินค้าเปลี่ยนมือจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค และเป็นผู้ช่วยให้กิจการดำเนินงานอยู่รอด กิจการใดมีพนักงานขายที่มีความสามารถและทำงานด้วยความตั้งใจกิจการนั้นจะได้เปรียบกิจการอื่น ๆ ในการดำเนินธุรกิจวิธีที่จะจูงใจให้พนักงานทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ ใช้กำลังความสามารถในการทำงานให้แก่กิจการที่ได้ผลวิธีหนึ่ง คือ การให้ค่าตอบแทน ซึ่งค่าตอบแทนแบ่งออกเป็น 2 ชนิดคือ

1. ค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน
2. ค่าตอบแทนที่มีไม่ใช่ตัวเงิน

ค่าตอบแทนที่มีไม่ใช่ตัวเงินได้แก่ โอกาสของความก้าวหน้าในอาชีพ การได้รับการยอมรับของสังคม ทั้งภายนอกและภายในกิจการ การได้รับการเคารพ ยกย่องและนับถือจากสังคม ผลประโยชน์อื่นๆ เป็นต้น ค่าตอบแทนเหล่านี้ถูกใช้เป็นที่จูงใจที่นอกเหนือจากเงิน และได้กล่าวถึงบ้างแล้วในตอนต้น สำหรับค่าตอบแทนเป็นตัวเงินนั้น แบ่งออกได้เป็น 2 ชนิด คือ 1.การจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินโดยตรง 2.การจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินโดยทางอ้อม ซึ่งถือได้ว่าเป็นเงินช่วยเหลือพิเศษอื่น ๆ ได้แก่เงินสมทบพิเศษจากเงินสะสมของพนักงานขาย ค่ารักษาพยาบาล เงินประกันชีวิตและประกันอุบัติเหตุ การให้เบิกค่าใช้จ่ายเนื่องจากการหยุดพักผ่อน การหยุดโดยได้รับค่าตอบแทนเป็นกรณีพิเศษ เป็นต้น

เนื่องจากเงินเป็นปัจจัยเบื้องต้นที่ถูกใช้เป็นที่สนองความต้องการทางกายในชีวิตประจำวัน โดยถูกนำไปแลกเปลี่ยนเป็นสิ่งต่าง ๆ ที่จำเป็นแก่การดำรงชีวิต บางสังคมจึงให้ความสำคัญแก่เงินสูงมากและใช้เงินเป็นสิ่งจูงใจในการทำงานขณะที่บางสังคมให้คุณค่าของเงินเป็นเพียงปัจจัยที่สนองความต้องการเบื้องต้นเท่านั้น และเชื่อว่าเงินไม่สามารถใช้เป็นที่จูงใจได้ เงินจึงถูกกำหนดคุณค่าที่แตกต่างกันในสังคม ผู้จัดการฝ่ายขายมักจะให้ความสำคัญกับเงินมาก และใช้เป็นที่จูงใจพนักงานขายในการปฏิบัติงาน ขณะที่นักพฤติกรรมศาสตร์จัดให้เงินเป็นสิ่งจูงใจที่มีกำลังต่ำ แนวความคิดที่ขัดแย้งกันดังกล่าว ไม่อาจตัดสินได้ว่าแนวความคิดใดถูกหรือผิด เนื่องจากแต่ละแนวความคิดต่างก็มีเหตุผลในตัวเอง เงินกับการจูงใจยังคงเป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์กันอย่างซับซ้อน เพราะการให้เงินเป็นสิ่งจูงใจแต่เพียงอย่างเดียวจะไม่มีผลต่อการทำให้พนักงานใช้ความพยายามในการขายเพิ่มขึ้นได้ตลอดไป ขณะเดียวกันหลายแห่งก็พบว่า การลดโอกาสของการให้รางวัลหรือค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน ก็สร้างความไม่พอใจให้แก่พนักงานเช่นกัน และถ้ากิจการยังพยายามที่จะลดรางวัลหรือค่าตอบแทน

ลงไปอีก พนักงานก็จะมีปฏิริยาโต้ตอบ และมีการลาออกจากกิจการเกิดขึ้น พนักงานบางคนทำงานโดยมิได้มุ่งหวังถึงผลตอบแทนที่เป็นตัวเงินแต่เพียงอย่างเดียว การเปลี่ยนงานหรือโยกย้ายงานอาจทำเนื่องจากเห็นโอกาสของการได้รับค่าตอบแทนมากขึ้น แต่การตัดสินใจของเขาจะต้องมีความพอใจในงานแฝงอยู่ด้วย เพราะความพอใจในงานจะเป็นแรงกระตุ้นให้ตั้งใจทำงาน และมีผลถึงค่าตอบแทนที่ควรจะได้รับ จึงกล่าวได้ว่าเงินมิใช่ปัจจัยสำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงาน แต่ขณะเดียวกันก็ไม่ควรที่จะให้คุณค่าแก่เงินต่ำจนเกินไป เพราะในบางสภาพการณ์ เช่น ภาวะเงินเฟ้อ พนักงานที่ยังมีฐานะไม่ดีพอ จะมีความต้องการความคล่องตัวในการดำรงชีวิตเงินจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ใช้อย่างจริงจัง แต่จะใช้ได้ผลเพียงในระยะสั้นเท่านั้น

อย่างไรก็ตาม เงินเป็นปัจจัยแรกที่ถูกใช้เป็นค่าตอบแทนแก่พนักงาน และการจ่ายค่าตอบแทนก็ถูกค้นคิดเป็นวิธีการต่าง ๆ ขึ้นใช้ เพื่อให้วิธีการดังกล่าวได้จ่ายค่าตอบแทนที่สร้างความพอใจให้แก่พนักงาน เพื่อให้พนักงานที่มีความสามารถจะยังคงปฏิบัติงานอยู่กับกิจการต่อไปขณะเดียวกันก็ทำให้กิจการต้องจ่ายเงินเป็นจำนวนน้อยที่สุด เพื่อให้กิจการมีกำไรมากที่สุด วิธีการตอบแทนที่ดูนำมาใช้ทั่ว ๆ ไปมีหลายรูปแบบ แต่ที่สำคัญ ๆ และกิจการทั่วไปนิยมใช้มี 3 รูปแบบ คือ

1. การจ่ายค่าตอบแทนในรูปของเงินเดือน
2. การจ่ายค่าตอบแทนในรูปของค่านายหน้า
3. การจ่ายค่าตอบแทนในรูปผสม

แต่ละรูปแบบจะให้ประโยชน์ ถ้าได้นำไปใช้อย่างถูกต้องและเหมาะสมกับสถานการณ์ ดังนั้นในการกำหนดรูปแบบของการจ่ายค่าตอบแทนจึงต้องนำปัจจัยบางอย่างเข้ามาพิจารณาประกอบด้วย เพื่อให้ได้รูปแบบที่ดีและใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ปัจจัยที่ต้องนำมาพิจารณาในการกำหนดรูปแบบของการจ่ายค่าตอบแทน

1. **อิทธิพลของพนักงานขายที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ** หน่วยงานหลาย ๆ แห่งตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ โดยไม่มีอิทธิพลของผู้ขายเข้ามาเกี่ยวข้อง การสั่งซื้ออาจทำโดยคณะกรรมการการจัดซื้อ หรือผู้ซื้อรายบุคคลที่เจาะจงสินค้าเฉพาะอย่าง เนื่องจากมีความนิยม หรือชื่นชอบในตัวสินค้าหรือชื่อเสียงเป็นพื้นฐาน การสั่งซื้อดังกล่าวจึงไม่ผ่านการเสนอขายของพนักงานขาย และพนักงานขายไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ในทางตรงกันข้ามสินค้าบางชนิดได้รับการสั่งซื้อทั้งๆ ที่สินค้าเหล่านั้นมิได้รู้จักกันแพร่หลายในท้องตลาด แต่เป็นผลจากการติดตามอย่างใกล้ชิดจากพนักงานขาย จึงถือว่าพนักงานขายมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ การกำหนดแผนการจ่ายค่าตอบแทนแก่พนักงานขาย จึงควรสะท้อนให้เห็นว่าสามารถวัดความสำเร็จของรายได้จากคำสั่งซื้อที่ได้รับด้วย

2. **มูลค่าของคำสั่งซื้อ** ธุรกิจอุตสาหกรรมมักจะได้รับคำสั่งซื้อที่มีมูลค่ามาก เช่น การสั่งซื้อเหล็กหรือคอนกรีตมูลค่าหลาย ๆ ล้านบาท เป็นต้น แต่การสั่งซื้อดังกล่าวมิได้มีผลจากการดำเนินการของพนักงานขายเพียงฝ่ายเดียว การเสนอขายอาจเริ่มต้นจากการจัดเตรียมข้อเสนอแก่ลูกค้า การเจรจาต่อรอง การติดตาม ซึ่งกระบวนการดังกล่าวต้องอาศัยความร่วมมือและเกี่ยวข้องกับหลายฝ่ายนอกเหนือจากพนักงานขาย หน่วยงาน

เหล่านั้นย่อมต้องเสียค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนสินค้าด้วย ถ้าไรที่ได้รับจึงขึ้นอยู่กับค่าใช้จ่ายดังกล่าว ดังนั้น แม้ว่าการสั่งซื้อในปริมาณมาก ๆ ของลูกค้าจะเป็นผลมาจากการติดตามอย่างใกล้ชิดของพนักงานขาย องค์กรก็มักจะกำหนดอัตราค่านายหน้าให้แก่พนักงานขายที่ไม่สูงนัก

ธุรกิจอุตสาหกรรมที่ขายอุปกรณ์ที่มีอายุการใช้งานนาน มักจะบวกค่านายหน้าเป็นอัตราต่อหน่วยของสินค้าไว้กับราคาขาย ในกรณีที่มีการตัดสินใจสั่งซื้อของลูกค้ามีผลมาจากอิทธิพลของพนักงานขาย และมีมูลค่ามาก ก็จะก่อให้เกิดการจ่ายค่านายหน้าในอัตราที่คงที่ เห็นได้ว่าการสั่งซื้อที่มีมูลค่ามากนั้นจะมีการจ่ายค่านายหน้าโดยวิธีการต่าง ๆ กัน ไม่มีการกำหนดอัตราที่แน่นอน

3. ขอบเขตของการเข้าร่วมในกิจกรรมนอกเหนืองานขาย กิจกรรมที่มีใช้กิจกรรมการขาย ได้แก่ การประชุม การให้บริการ การฝึกอบรม การรอกแบบสอบถาม เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้มิได้ก่อให้เกิดการสั่งซื้อของลูกค้า และพนักงานขายมักจะไม่ให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรมดังกล่าว ในการกำหนดแผนการจ่ายค่าตอบแทนควรสะท้อนให้เห็นว่า เป็นกิจกรรมส่วนหนึ่งของงานขายด้วย ซึ่งการจ่ายค่าตอบแทนในรูปแบบของเงินเดือนจะช่วยกำหนดได้ดี

4. ความมีเหตุผล การกำหนดแผนการจ่ายค่าตอบแทนควรพิจารณาถึงปัจจัยภายนอกต่าง ๆ ที่มีผลต่อความสำเร็จของงานขายด้วย เช่น เขตพื้นที่การขาย กฎระเบียบของหน่วยงานที่เป็นลูกค้า เป็นต้น สินค้าชนิดเดียวกันอาจต้องใช้ความพยายามในการขายที่แตกต่างกันในพื้นที่ที่ต่างกัน ในทำนองเดียวกันกฎและระเบียบที่เข้มงวดของหน่วยงาน ๆ ที่เป็นลูกค้า ก็อาจมีผลทำให้ต้องใช้ความพยายามและความสามารถที่แตกต่างกันเพื่อให้งานขายสำเร็จ การกำหนดแผนการจ่ายค่าตอบแทนจึงควรคำนึงถึงสิ่งดังกล่าวด้วย

5. แนวทางปฏิบัติของอุตสาหกรรมประเภทเดียวกัน ในธุรกิจอุตสาหกรรมประเภทเดียวกันมักจะใช้วิธีการจ่ายค่าตอบแทนที่เหมือน ๆ กัน แม้ว่าการกระทำดังกล่าวจะไม่ใช่วิธีที่ดีที่สุดสำหรับแต่ละกิจการก็ตาม เพราะกิจการที่มียอดขายสูงจะมีต้นทุนรวมโดยเฉลี่ยต่ำกว่ากิจการที่มียอดขายต่ำกว่า ซึ่งมีผลทำให้กำไรที่ได้รับสูงกว่าด้วย แต่ถ้ากิจการที่มียอดขายต่ำหลีกเลี่ยงการจ่ายค่าตอบแทนในรูปแบบเดียวกับธุรกิจผู้นำ ก็อาจต้องสูญเสียพนักงานขายที่ดี ดังนั้นการกำหนดแผนการจ่ายค่าตอบแทนจึงควรพิจารณาถึงแนวทางการปฏิบัติของอุตสาหกรรมประเภทเดียวกันเป็นพื้นฐานประกอบการตัดสินใจด้วย

นอกจากปัจจัยสำคัญ ๆ ที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกแผนการจ่ายค่าตอบแทนได้แก่ ความสามารถในการจ่าย อายุการทำงานของพนักงานในกิจการ เป็นต้น ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะเป็นสิ่งที่กำหนดลักษณะเฉพาะของการจ่ายค่าตอบแทนของแต่ละกิจการ อย่างไรก็ตามรูปแบบของการจ่ายค่าตอบแทนโดยทั่ว ๆ ไป ที่ใช้อยู่ จะมี 3 รูปแบบ ดังกล่าวข้างต้น และจะได้กล่าวถึงแต่ละรูปแบบต่อไป คือ

1. การจ่ายค่าตอบแทนในรูปของเงินเดือน
2. การจ่ายค่าตอบแทนในรูปของค่านายหน้า
3. การจ่ายค่าตอบแทนในรูปผสม

รูปแบบของการจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินและการเบียดเบียนค่าใช้จ่าย

รูปแบบของการจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน

ดังได้กล่าวแล้วว่าการจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน มีหลายรูปแบบ แต่ที่สำคัญและนิยมใช้กันทั่วไป มี 3 รูปแบบ แต่ละรูปแบบมีทั้งข้อดีและข้อเสีย การที่กิจการจะเลือกใช้การจ่ายค่าตอบแทนในรูปแบบใดนั้น จะต้องพิจารณาถึงผลกระทบที่มีต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ของกิจการ การสร้างความพึงพอใจและจงใจให้พนักงานใช้ความพยายามในการทำงานเพิ่มขึ้นด้วย ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของผู้บริหารที่จะต้องศึกษาให้เข้าใจถึงลักษณะของการจ่ายค่าตอบแทนแต่ละรูปแบบ ก่อนที่จะนำไปใช้ รูปแบบของการจ่ายค่าตอบแทนดังกล่าว คือ

1. การจ่ายค่าตอบแทนในรูปของเงินเดือน เป็นวิธีการจ่ายค่าตอบแทนแบบธรรมดาและง่ายที่สุด เมื่อเปรียบเทียบกับแบบอื่น เคยได้รับความนิยมมาก่อนในอดีต ปัจจุบันมีองค์กรที่ใช้วิธีนี้น้อยมาก การจ่ายค่าตอบแทนวิธีนี้ถือว่าค่าตอบแทนมีความสัมพันธ์กับระยะเวลามากกว่าผลงาน ดังนั้นพนักงานขายจะได้รับเงินประจำตามระยะเวลาที่กำหนด โดยไม่คำนึงถึงปัจจัยอื่น ๆ เช่น ยอดขาย กำไรของกิจการ หรือแม้แต่ผลงานที่ดีหรือไม่ดีของพนักงานขาย การจ่ายค่าตอบแทนในรูปของเงินเดือนจึงเหมาะที่จะใช้ในกรณีดังต่อไปนี้ คือ

1.1 กิจกรรมของพนักงานขายสามารถควบคุมได้ และฝ่ายจัดการมีอำนาจที่จะสั่งให้พนักงานขายปฏิบัติงานให้ดีที่สุด เพื่อสร้างความพอใจให้กับกิจการ หรือลูกค้าตามที่ต้องการ

1.2 งานขายสินค้าเฉพาะอย่างที่มีความซับซ้อนในตัวเอง ต้องอาศัยเทคนิคและความรู้เฉพาะเกี่ยวกับสินค้า และต้องการบริการก่อนและหลังการขาย

1.3 งานขายที่การจัดส่งเป็นปัจจัยสำคัญของการขายด้วย หรือเป็นงานขายโดยใช้ยานพาหนะขนส่ง โดยพนักงานขายต้องทำหน้าที่ขายและจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าด้วย เช่น พนักงานขายยาที่ทำหน้าที่ติดต่อขายยาและจัดส่งยาให้แก่หมอด้วย เป็นต้น

1.4 งานขายที่พนักงานเป็นเพียงผู้รับใบสั่ง (order taker) หรืองานขายประจำวัน (routine selling) มากกว่างานขายที่ต้องใช้ความพยายามในการจงใจให้ลูกค้าซื้อ (order getting)

1.5 งานขายที่ใช้พนักงานใหม่ซึ่งอยู่ระหว่างการเรียนงานออกปฏิบัติงาน

1.6 งานขายของกิจการที่ขยายพื้นที่เขตใหม่ หรือขายผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ไปยังเขตที่มีการแข่งขันหรืองานขายผลิตภัณฑ์ประเภทที่มีการแข่งขันสูง

ข้อดีของการจ่ายค่าตอบแทนในรูปของเงินเดือน

1. ง่ายต่อความเข้าใจของพนักงานขายโดยรู้ถึงอัตราค่าตอบแทนและวิธีการจ่าย
2. พนักงานมีรายได้คงที่ เป็นการประกันความมั่นคงทางรายได้แก่เขา ทำให้มีขวัญและกำลังใจในการทำงาน
3. มีความยุติธรรม เพราะการกำหนดระดับของเงินเดือนนั้น ผู้บริหารจะต้องพิจารณาถึงความพยายามที่ต้องใช้ในการขาย ความยากง่ายของงานขายที่แตกต่างกัน

4. ช่วยให้ฝ่ายบริหารทำการวางแผนทางการเงิน ได้อย่างแน่นอนอนทั้งระยะสั้นและระยะยาวเพราะสามารถคำนวณค่าตอบแทนที่จะต้องจ่ายแก่พนักงานได้ล่วงหน้า และทำให้การควบคุมค่าใช้จ่ายของกิจการมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

5. กิจการสามารถใช้แผนการจ่ายค่าตอบแทนคุณแนวโน้มของพนักงานขายที่ดี เพื่อวางแผนหาวิธีดึงดูดใจให้พนักงานทำงานอยู่กับกิจการเป็นเวลานานๆ ได้

การจ่ายค่าตอบแทนในรูปของเงินเดือนมีทั้งข้อดีและข้อเสีย แต่ข้อดีที่มีอยู่ก็ไม่สามารถลบล้างข้อเสียของการจ่ายค่าตอบแทนดังกล่าวได้

ข้อเสียของการจ่ายค่าตอบแทนในรูปของเงินเดือน

1. การไม่สามารถลดเงินเดือนพนักงานได้ ถ้างานขายของพนักงานไม่ดี ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากสภาพตกต่ำทางเศรษฐกิจ การตกต่ำของธุรกิจ หรือความไม่มีประสิทธิภาพของกิจการเอง เหตุต่าง ๆ ดังกล่าวเป็นผลให้ยอดขายตกต่ำ ค่าใช้จ่ายสูงขึ้น กำไรลดลง การกำหนดจ่ายค่าตอบแทนในรูปเงินเดือนทำให้กิจการต้องรับภาระค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างจะคงที่ กิจการจึงมักหาทางเลือกเพื่อลดค่าใช้จ่ายโดยการปลดคนงาน ซึ่งการกระทำดังกล่าวจะมีผลต่อการลดขวัญและกำลังใจของพนักงาน

2. กิจการไม่สามารถจูงใจให้พนักงานใช้ความพยายามอย่างเต็มที่ ในขณะที่เศรษฐกิจเฟื่องฟู ซึ่งการขายทำได้ง่าย โอกาสของการทำกำไรมีมาก ดังนั้น ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับเงินเดือนจึงอาจเป็นเพียงจำนวนน้อยที่กิจการสามารถรับภาระได้ แต่กิจการไม่อาจมั่นใจได้เลยว่าพนักงานจะใช้ความพยายามในการทำงานอย่างเต็มที่กำลัง เพราะโดยทั่วไปพนักงานจะไม่ใช้ความพยายามเพิ่มขึ้น ถ้าไม่มีสิ่งอื่นดึงดูดใจหรือกระตุ้นทำให้กิจการต้องเสียผลประโยชน์ที่ควรได้รับ การจ่ายเพียงเงินเดือนจึงทำให้พนักงานทำงานเพียงเท่าที่ได้รับคำสั่งเท่านั้น

3. มีแนวโน้มว่าการจ่ายค่าตอบแทนไม่ยุติธรรม คือ อาจจ่ายน้อยเกินไป (Underpay) สำหรับผู้ที่ยกชั้น หรือจ่ายมากเกินไป (Overpay) สำหรับผู้ที่ยกชั้น ทำให้พนักงานมีทัศนคติที่ไม่ดีเกิดขึ้น มีการลาออกและกิจการต้องเสียค่าใช้จ่ายในการสรรหา คัดเลือก และฝึกอบรมพนักงานขายใหม่

4. พนักงานจะทำงานตามคำสั่งเพียงเพื่อความพอใจของฝ่ายจัดการมากกว่าทำเพื่อความพอใจของลูกค้า

กล่าวโดยสรุป การพิจารณาว่าแผนการจ่ายค่าตอบแทนในรูปของเงินเดือนเหมาะสมหรือไม่นั้น มีปัจจัยที่ต้องนำมาพิจารณาประกอบหลายอย่าง แต่ปัจจัยที่ควรให้ความสำคัญ คือ เป้าหมายของกิจการ ปัจจัยต่าง ๆ เกี่ยวกับพนักงาน และการจูงใจพนักงาน

2. การจ่ายค่าตอบแทนในรูปของค่านายหน้า เป็นการจ่ายค่าตอบแทนตามจำนวนหน่วยของการขายของพนักงาน ถือเป็นวิธีการให้รายได้ตอบแทนตามผลงาน มิใช่ตามเวลาที่ทำงานเหมาะสมจะใช้ในกรณีดังต่อไปนี้คือ

2.1 งานขายที่สามารถวัดความสำเร็จที่มองเห็น และเทียบค่าเป็นหน่วยได้ งานขายดังกล่าว เช่น ประกันภัย หลักทรัพย์ลงทุน ที่ดิน เครื่องใช้สำนักงาน รถยนต์ เป็นต้น

2.2 ธุรกิจมีฐานะทางการเงินยังไม่มั่นคงพอ และยังไม่พร้อมที่จะใช้แผนการให้เงินเดือนแก่พนักงานขาย เพราะการจ่ายค่านายหน้าจะจ่ายตามผลงานที่เกิดขึ้น รายจ่ายจึงผันแปรตามรายได้ ในกรณีที่ผลการ

ค่านางานของกิจการไม่ดี รายจ่ายก็จะต่ำไปด้วย ในทางตรงกันข้าม ถ้าธุรกิจยังมีฐานะการเงินไม่มั่นคงพอ และเกิดภาวะการค่านางานธุรกิจตกต่ำ การจ่ายค่าตอบแทนในรูปของเงินเดือนจะเป็นค่าใช้จ่ายคงที่ที่ทำให้ธุรกิจต้องรับภาระค่าใช้จ่ายที่สูง เมื่อเทียบกับรายได้ที่ได้รับ ดังนั้น การจ่ายค่านายหน้าจึงเป็นวิธีที่จะช่วยให้ธุรกิจที่มีฐานะทางการเงินยังไม่มั่นคงพอสามารถค่านางานรายได้ รายจ่าย เพื่อวางแผนทางการเงินได้ล่วงหน้า

2.3 เป็นเครื่องกระตุ้นให้ทำงาน พนักงานขายบางส่วนที่มีประสบการณ์และมีความชำนาญเต็มใจที่จะรับค่าตอบแทนในรูปของค่านายหน้า เพราะผลตอบแทนขึ้นอยู่กับงานที่ทำสำเร็จ เขาจึงพยายามทำงานหนักเพื่อผลตอบแทนสูง แต่งานขายดังกล่าวควรมีงานที่นอกเหนือจากงานขายเกี่ยวข้องด้วยเป็นส่วนน้อยและไม่สำคัญนัก หรือในกรณีที่กิจการไม่สามารถให้ค่านายหน้าแก่พนักงานขายได้อย่างเพียงพอ การจ่ายค่านายหน้าก็สามารถใช้เป็นเครื่องกระตุ้นให้พนักงานใช้ความพยายามได้เช่นกัน

2.4 งานขายที่ไม่จำกัดเฉพาะในเวลาทำงาน (Part Time) และพนักงานขายเป็นอิสระ ไม่ขึ้นกับธุรกิจ หรือองค์การใดองค์การหนึ่งโดยเฉพาะ นอกจากนี้ ยังเหมาะที่จะใช้กับพนักงานขายที่เป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าของหลาย ๆ กิจการในลักษณะของตัวแทนผู้ผลิตอีกด้วย

2.5 สินค้าหรือบริการที่ต้องใช้ความพยายามอย่างสูงในการขาย หรือต้องให้พนักงานขายเป็นหลัก การเลือกจ่ายค่าตอบแทนในรูปของค่านายหน้า อาจเหมาะสมกว่าวิธีอื่น แต่ขณะเดียวกันก็มักจะก่อให้เกิดปัญหาที่เป็นสาเหตุให้มีอัตราการเข้าออกสูง แม้ว่ากิจการจะไม่มีปัญหาในเรื่องฐานะการเงินก็ตาม

ข้อดีของการจ่ายค่าตอบแทนในรูปของค่านายหน้า

1. เป็นสิ่งจูงใจในการปฏิบัติงาน เพราะพนักงานขายมีโอกาสที่จะได้รับรายได้ไม่จำกัดขอบเขตขึ้นอยู่กับตัวพนักงานขายเอง ทำให้เกิดความรู้สึกยุติธรรม และเกิดกำลังใจในการทำงาน กิจการสามารถใช้ประโยชน์การจ่ายค่าตอบแทนจากวิธีนี้เพื่อกระตุ้นให้ขายในปริมาณสูงมากได้ จากการศึกษาและเปรียบเทียบพบว่า พนักงานขายที่ได้รับค่านายหน้าจะมีรายได้สูงมากกว่าพนักงานขายที่รับเงินเดือน แสดงให้เห็นว่าการจ่ายค่าตอบแทนในรูปของค่านายหน้ากระตุ้นให้พนักงานขายใช้ความพยายามในการทำงานสูงขึ้นได้

2. ลดความเสี่ยงจากการมีค่าใช้จ่ายคงที่ ในกรณีที่เศรษฐกิจตกต่ำหรือธุรกิจตกต่ำ ยอดขายจะลดลง ค่าใช้จ่ายเพื่อตอบแทนพนักงานขายจะลดลงตามยอดขายที่ลดลง ช่วยให้ธุรกิจหลีกเลี่ยงปัญหาเรื่องการหาทางลดค่าใช้จ่าย หรือลดค่าตอบแทนได้ ขณะเดียวกันก็ช่วยให้ควบคุมค่าใช้จ่ายให้สัมพันธ์กับยอดขายได้

3. ช่วยกำหนดราคาสินค้า ค่านายหน้าจะผันแปรตามยอดขาย กิจการสามารถประมาณรายจ่ายที่จะเกิดขึ้นได้ตามยอดขายที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ทำให้การกำหนดราคาสินค้าทำได้ง่ายขึ้น

4. ธุรกิจขนาดเล็กหรือธุรกิจที่มีเงินทุนจำกัด สามารถจ้างพนักงานขายได้ไม่จำกัดจำนวน เนื่องจากไม่ต้องรับภาระการจ่ายเงินเดือน และในกรณีที่ลูกค้าของกิจการกระจายอยู่ทั่วไปกิจการก็สามารถจ้างพนักงานขายได้เป็นจำนวนมากโดยมีต้องรับภาระค่าใช้จ่ายสูง เช่นเงินเดือน

5. พนักงานขายบางคนต้องการเป็นตัวแทนของธุรกิจหลายชนิดในเวลาเดียวกัน การจ่ายค่านายหน้าจึงไม่เป็นการจำกัดขอบเขตการทำงาน ทำให้พนักงานทำงานด้วยความเต็มใจ และผลงานจะมีคุณภาพ เพราะมีอิสระภาพเพียงพอในการทำงาน

6. ในขณะที่ธุรกิจกำลังรุ่งเรือง การจ่ายค่านายหน้าจะช่วยให้พนักงานมีรายได้มากกว่าการจ่ายเงินเดือน เพราะการขายทำได้ง่าย พนักงานมีโอกาสได้รับผลตอบแทนจากการใช้ความพยายามในการทำงานมากขึ้น ซึ่งเป็นแรงจูงใจในการทำงานต่อไป

7. ง่ายและสะดวกต่อความเข้าใจทั้งฝ่ายพนักงานขาย และฝ่ายบริหารแม้ว่าการจ่ายค่าตอบแทนในรูปของค่านายหน้าจะมีข้อดีและเหมาะที่จะใช้ตามสถานการณ์ต่าง ๆ ดังกล่าวมาแล้วก็ตาม ข้อเสียของวิธีดังกล่าวยังมีอยู่หลายประการ

ข้อเสียของการจ่ายค่าตอบแทนในรูปของค่านายหน้า

1. แผนการจ่ายค่านายหน้ายังไม่มีความแน่นอนพอที่จะเป็นหลักประกันความมั่นคงได้พอในสายตาของพนักงานขาย ทำให้มีอัตราการเข้าออกของพนักงานขายสูง ซึ่งมีผลทำให้กิจการต้องเสียค่าใช้จ่ายเพื่อเลือกสรรและฝึกฝนพนักงานขายใหม่เพิ่มขึ้น

2. พนักงานขายมีความภักดีต่อกิจการน้อย เนื่องจากมีทัศนคติในทางลบต่อกิจการ เพราะคิดว่าธุรกิจไม่จ่ายผลตอบแทนเมื่อไม่มีผลงาน จึงมีความตั้งใจทำงานเพียงเพื่อให้มีงานทำ และมองหาโอกาสที่ดีกว่าของงานใหม่ ไม่ตั้งใจทำงานเพื่อธุรกิจอย่างแท้จริง รวมถึงลดถึงการให้ความนับถือแก่ผู้จัดการฝ่ายขายน้องลงด้วย เพราะถือว่าผลงานขึ้นอยู่กับความสามารถของตนเอง

3. พนักงานขายจะใช้ความพยายามเพื่อให้ขายได้ โดยไม่คำนึงถึงความต้องการที่แท้จริงของกิจการหรือคำนึงถึงผลประโยชน์ของลูกค้า ความพยายามดังกล่าวอาจทำให้พนักงานขายลืมนจรรยาบรรณ มีการตัดราคาขายระหว่างพนักงานขายด้วยกันเอง ซึ่งจะมีผลเสียที่ติดตามมาถึงกิจการ หรือพนักงานขายใช้ความพยายามเพื่อขายเพียงอย่างเดียว และละทิ้งลูกค้าเมื่อขายได้ ทำให้ลูกค้าไม่ได้รับประโยชน์และบริการครบถ้วนเนื่องจากพนักงานขายไม่เอาใจใส่ลูกค้าต่อไป ซึ่งการกระทำดังกล่าวมีผลทำให้กิจการต้องเสียลูกค้าไปในที่สุด

4. การควบคุมพนักงานขายทำได้ยาก พนักงานขายให้ความสนใจและขายสินค้าที่ขายได้ง่ายมากกว่าขายสินค้าที่ต้องใช้ความพยายามมาก ทำให้กิจการต้องสูญเสียกำไรที่ควรจะได้รับเนื่องจากสินค้าที่ถูกละเลยอาจเป็นสินค้าที่ทำกำไรให้แก่อกิจการมากกว่า นอกจากนี้ การขยายพื้นที่การขาย การลดพื้นที่การขาย การโยกย้ายพนักงาน หรือการเปลี่ยนสายผลิตภัณฑ์ จะทำได้ยากขึ้น เพราะพนักงานขายไม่ให้ความสนใจเท่าที่ควรต่อลูกค้าที่ไม่คุ้นเคย และคิดว่าเป็นการเสียเวลาที่จะต้องเริ่มต้นกับลูกค้าใหม่ ๆ ทำให้กิจการต้องสูญเสียโอกาส หรือในกรณีที่ติดต่อกับลูกค้าก็อาจทำด้วยความไม่เต็มใจซึ่งจะสร้างความรู้สึกที่ไม่ดีให้เกิดขึ้นแก่ลูกค้า

5. พนักงานขายไม่เต็มใจให้ความร่วมมือแก่อกิจการ เพื่อทำกิจกรรมที่นอกเหนือจากการขาย เช่น การให้ข้อมูลเพื่อปรับปรุงสินค้าหรือประมาณยอดขาย การให้คำแนะนำแก่ลูกค้า การช่วยตกแต่งร้านค้า เป็นต้น ข้อมูลที่ให้แก่อกิจการมักจะเป็นข้อมูลเพื่อสนองความต้องการของพนักงานขายหรือช่วยให้พนักงานขายได้ง่ายขึ้น บางครั้งพนักงานขายจะรักษาผลประโยชน์ให้แก่ลูกค้ามากกว่ารักษาผลประโยชน์ให้แก่อกิจการ เพื่อรักษาความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งการกระทำดังกล่าวทำให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายบางอย่างที่ไม่จำเป็น เช่น การเรียกคืนเงินเพราะสินค้าชำรุด แม้ว่าความผิดพลาดจะมีสาเหตุมาจากผู้ซื้อเอง เป็นต้น

6. ในภาวะที่เศรษฐกิจตกต่ำหรือธุรกิจตกต่ำ การจ่ายค่านายหน้าแต่เพียงอย่างเดียวไม่ก่อให้เกิดการเพิ่มยอดขาย เพราะการขายจะทำได้ยากในภาวะเช่นนั้นทำให้พนักงานมีรายได้น้อย ขวัญและกำลังใจลดลง ประสิทธิภาพของการขายลดลง เนื่องจากความไม่แน่นอนของรายได้ และเป็นสาเหตุให้มีอัตราการลาออกของพนักงานสูง หรือในภาวะปกติ ถ้าพนักงานขายต้องการหาทางตอบสนองความต้องการที่สูงกว่าความต้องการระดับพื้นฐานแล้ว การจ่ายค่านายหน้าแต่เพียงอย่างเดียวก็ไม่ช่วยกระตุ้นให้เพิ่มยอดขายได้เช่นกัน

การจ่ายค่าตอบแทนในรูปของค่านายหน้าแต่เพียงอย่างเดียว มีทั้งข้อดีและข้อเสีย การตัดสินใจว่าจะเลือกใช้วิธีการจ่ายค่าตอบแทนดังกล่าวหรือไม่จึงต้องเปรียบเทียบข้อดี และข้อเสียที่เกิดขึ้น ข้อเสียต่าง ๆ เป็นสาเหตุที่ทำให้กิจการหลีกเลี่ยงการจ่ายค่าตอบแทนในรูปของค่านายหน้าแต่เพียงอย่างเดียว อย่างไรก็ตามก็ยังมีข้อดีหลายอย่างที่ช่วยลบล้างข้อเสียได้ แต่โดยทั่ว ๆ ไปแล้วเหตุผลที่กิจการเลือกใช้การจ่ายค่าตอบแทนวิธีดังกล่าวเนื่องจากมีฐานะการเงินไม่มั่นคง หรือการหมุนเวียนของเงินสดไม่แน่นอน

วิธีการจ่ายค่านายหน้ามีวิธีการจ่ายที่แตกต่างกันหลายวิธี คือ

1. **อัตราคงที่** เป็นการกำหนดให้ค่านายหน้าในอัตราคงที่อัตราเดียว โดยไม่คำนึงถึงว่ายอดขายจะมีจำนวนมากหรือน้อย เช่น กำหนดค่านายหน้า 10 เปอร์เซ็นต์ของยอดขาย ถ้ายอดขายของพนักงานมีจำนวน 500,000 บาท ค่านายหน้าจะคิดเป็นเงิน 50,000 บาท เป็นต้น

2. **อัตราที่บวกอัตราที่เพิ่มขึ้นเมื่อยอดขายสูงกว่าที่กำหนด** เป็นการกำหนดค่านายคงที่สำหรับยอดขายระดับหนึ่ง และอัตราค่านายหน้าจะสูงขึ้นเมื่อยอดขายสูงกว่าจำนวนที่กำหนดไว้ เช่น กำหนดค่านายหน้าเป็น 5 เปอร์เซ็นต์ สำหรับยอดขาย 1000 หน่วย และ 10 เปอร์เซ็นต์ สำหรับยอดขายส่วนที่เกินกว่า 1000 หน่วย สมมติว่าพนักงานขายสินค้าได้ในปีนี้เป็นจำนวน 2000 หน่วย สินค้ามีราคาขายหน่วยละ 10 บาท ค่านายหน้าที่จะได้รับคือ 1,500 บาท

3. **อัตราก้าวหน้า** เป็นการกำหนดอัตราค่านายหน้าที่สูงขึ้นในแต่ละระดับของยอดขาย เช่น กำหนดให้อัตราค่านายหน้า 5 เปอร์เซ็นต์ สำหรับยอดขาย 10,000 บาท กำหนดให้อัตราค่านายหน้า 7 เปอร์เซ็นต์ สำหรับยอดขายส่วนที่เกิน 10,000 บาท แต่ต่ำกว่า 50,000 บาท และ 10 เปอร์เซ็นต์ สำหรับยอดขายที่เกินกว่า 50,000 บาท โดยยอดขายดังกล่าวเกิดขึ้นในปีเดียวกัน สมมติว่าพนักงานขายสินค้าได้ 100,000 บาท ก็จะได้รับค่านายหน้าทั้งสิ้น 8,300 บาท การจ่ายค่านายหน้าโดยวิธีนี้จะใช้ป็นสิ่งจูงใจให้พนักงานทำงานมากขึ้น โดยพยายามนำความสามารถที่มีอยู่มาใช้ให้หมดสิ้น เพราะมีอัตราค่านายหน้าที่เพิ่มขึ้นเป็นแรงกระตุ้นกล่าวอีกนัยหนึ่ง การจ่ายผลตอบแทนดังกล่าวเป็นเสมือนเครื่องมือที่จะผลักดันผู้ที่มีผลงานต่ำให้ใช้ความพยายามเพิ่มขึ้นหรือลาออกก็ได้

4. **อัตรารอยหลัง** อาจเรียกได้อีกอย่างว่า “Negative Commission System” เป็นการกำหนดอัตราค่านายหน้าในทางตรงกันข้ามกับวิธีที่ 3 คือ อัตราค่านายหน้าจะลดลง เมื่อยอดขายเพิ่มขึ้น เช่น กำหนดอัตราค่านายหน้า 20 เปอร์เซ็นต์ สำหรับยอดขาย 50,000 บาทแรก 15 เปอร์เซ็นต์สำหรับยอดขาย 50,000 บาทต่อไป และ 10 เปอร์เซ็นต์สำหรับยอดขายที่เหลือ โดยยอดขายทั้งหมดต้องเป็นยอดขายสำหรับช่วงเวลาในปีเดียวกัน ดังนั้น ถ้าพนักงานขายสามารถขายได้ 200,000 บาท ค่านายหน้าที่จะได้รับ คือ 27,500 บาท วิธีนี้จะถูกนำมาใช้เพื่อจูงใจผลตอบแทนของพนักงานขายที่มีความสามารถ และทำยอดขายได้สูงมาก ๆ ขณะเดียวกันจะใช้กระตุ้นพนักงานขายที่ทำยอดขายต่ำให้ใช้ความพยายามมากขึ้น

5. **การจ่ายค่านายหน้าตามปัจจัยการขาย** จะพิจารณาความยากง่ายในการขายผลิตภัณฑ์ และกำหนดเป็นอัตราของค่านายหน้าสำหรับสินค้าแต่ละชนิด เช่น อัตราค่านายหน้า 2 เปอร์เซ็นต์ สำหรับสินค้าที่ขายยาก และอัตราค่านายหน้าเป็น 1 เปอร์เซ็นต์ สำหรับสินค้าที่ขายง่าย เป็นต้น

6. **การจ่ายค่านายหน้าตามผลกำไรขั้นต้นของสินค้าที่ขาย**

7. **อัตราค่านายหน้าที่จ่ายตามยอดรวมโคเวตาของสินค้า**

การกำหนดอัตราค่านายหน้า อัตราค่านายหน้าของแต่ละกิจการจะแตกต่างกัน นโยบายและปัญหาของแต่ละกิจการจะมีส่วนให้ผู้บริหารต้องนำมาพิจารณาเพื่อกำหนดอัตราค่านายหน้า กิจการที่ดำเนินธุรกิจเพื่อขายสินค้าหลายอย่าง อาจกำหนดการจ่ายค่านายหน้าด้วยอัตราที่แตกต่างกันตามชนิดของสินค้า หรือพื้นที่การขาย นอกจากอัตราค่านายหน้าที่แตกต่างกันในกิจการเดียวกันแล้วยังอาจมีวิธีการจ่ายที่แตกต่างกันในแต่ละกิจการอีกด้วย เช่น ค่านายหน้าจ่ายเมื่อได้รับคำสั่งซื้อ เมื่อสินค้าถูกจัดส่งให้ลูกค้า หรือเมื่อลูกค้าชำระค่าสินค้าแล้ว เป็นต้น

กิจการแต่ละแห่งจะมีปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นส่วนประกอบขององค์การที่แตกต่างกัน และมีสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน สิ่งเหล่านี้เป็นสาเหตุให้การกำหนดอัตราค่านายหน้า และการจ่ายค่านายหน้ามีอุปสรรค ซึ่งพอจะสรุปได้ดังนี้ คือ

1. การกำหนดอัตราค่านายหน้าหลาย ๆ อัตรา ให้เหมาะสมทำได้ยาก ฝ่ายบริหารต้องพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ประกอบในการกำหนดอัตราค่านายหน้า เช่น ระดับรายได้ของพนักงานต่อกำไรจากการขายผลิตภัณฑ์ เขตการขาย ลักษณะของลูกค้า และความยากง่ายในการขายผลิตภัณฑ์ เป็นต้น อัตราที่ถูกกำหนดขึ้นนั้นเมื่อนำไปใช้แล้วจะเปลี่ยนแปลงได้ยาก จึงต้องพิจารณาอย่างถี่ถ้วนก่อนนำไปใช้

2. ในกรณีที่การขายสินค้าแก่ลูกค้ารายใดรายหนึ่ง มีพนักงานขายเกี่ยวข้องมากกว่า 1 คน การจ่ายค่านายหน้าจะต้องถูกกำหนดอย่างมีหลักเกณฑ์ และให้ความยุติธรรมแก่ทุกฝ่าย และสามารถวัดความพยายามในการขายของพนักงานขายได้

3. การขายสินค้าระบบเงินผ่อน ควรกำหนดการจ่ายค่านายหน้าอย่างไรจึงจะเหมาะสม เช่น จ่ายครั้งเดียว จ่ายตามจำนวนเงินที่เรียกเก็บได้ เป็นต้น ถ้ากิจการถือว่าความรับผิดชอบ ในการติดตามเก็บเงินเป็นของกิจการ ก็มักจะจ่ายค่านายหน้าให้เต็มจำนวนในครั้งเดียว แต่บางกรณีพนักงานขายมิได้รับผิดชอบที่จะเลือกลูกค้าที่ดี ทำให้กิจการไม่สามารถเรียกเก็บเงินจากลูกค้าได้เต็มจำนวน เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหานี้ดู กิจการก็อาจจ่ายค่านายหน้าเมื่อเรียกเก็บเงินจากลูกค้าได้แล้ว เพื่อเพิ่มความรับผิดชอบให้แก่พนักงานขายมากขึ้น

การเบิกค่านายหน้าล่วงหน้า (Drawing Account) การเบิกค่านายหน้าล่วงหน้า หมายถึงการที่บริษัทยอมให้พนักงานขายเบิกค่านายหน้าได้ล่วงหน้า โดยกำหนดช่วงระยะเวลาและวงเงินที่ยอมให้เบิก กิจการจะทำบัญชีแยกสำหรับพนักงานขายแต่ละคน เพื่อจดบันทึกเกี่ยวกับการขายและค่านายหน้าทั้งในส่วนที่พนักงานขายเบิกล่วงหน้า และส่วนที่ควรจะได้รับ จำนวนเงินค่านายหน้าที่ยอมให้เบิกล่วงหน้า นั้น จะพิจารณาจากรายได้ประมาณตัวเฉลี่ยในแต่ละช่วงเวลาเป็นหลัก โดยทั่วไปจะกำหนดให้ไม่เกิน 80 เปอร์เซ็นต์ ของรายได้ที่คาดว่าจะได้รับ การยอมให้เบิกค่านายหน้าล่วงหน้า ทำให้พนักงานขายมีขวัญและกำลังใจดีขึ้น เพราะในช่วงที่พนักงานขายไม่มีผลงานก็สามารถเบิกค่านายหน้าล่วงหน้าได้ เพื่อเป็นเงินสำรองใช้จ่ายในการดำเนินงานต่อไป รวมทั้งเป็นการกระจายรายได้ให้เฉลี่ยไปในแต่ละช่วงเวลา พนักงานขายแต่ละคนจะมีบัญชีของตัวเอง กิจการจะ

จดบันทึกตั้งพนักงานขายเป็นลูกหนี้ด้วยจำนวนเงินที่ถูกเบิกเป็นค่านายหน้าล่วงหน้า เมื่อพนักงานขายได้ค่านายหน้าที่จะได้รับ จะถูกนำมาหักกับส่วนที่เบิกล่วงหน้าไปแล้ว ค่านายหน้าส่วนที่เกินกว่าจำนวนที่ได้เบิกไปแล้ว เป็นส่วนที่พนักงานขายควรได้รับต่อไป

ในทางตรงกันข้าม ถ้าส่วนที่เบิกล่วงหน้ามีจำนวนมากกว่าส่วนที่ควรจะได้รับ พนักงานขายก็จะต้องเป็นหนี้กิจการต่อไป ตัวอย่างเช่น บริษัทขอมให้เบิกค่านายหน้าล่วงหน้าได้เดือนละ 1,000 บาท นายสมศักดิ์ ซึ่งเป็นพนักงานขายของบริษัทไม่สามารถขายสินค้าได้เลย ในระหว่างเดือนมกราคม และกุมภาพันธ์ จึงได้เบิกค่านายหน้าล่วงหน้าในเดือนมกราคม 1,000 บาท และเบิกในเดือนกุมภาพันธ์ 1,000 บาท บัญชีนายสมศักดิ์จะแสดงการเป็นหนี้ของบริษัท จำนวน 2,000 บาท เมื่อต้นเดือนมีนาคม ถ้านายสมศักดิ์ขายสินค้าได้มากในเดือนมีนาคม เมื่อคำนวณค่านายหน้าแล้วปรากฏว่า นายสมศักดิ์จะได้รับเป็นจำนวนเงินถึง 5,000 บาท ค่านายหน้าที่นายสมศักดิ์จะได้รับจริงจะมีจำนวนเพียง 3,000 บาท ทั้งนี้ เพราะบริษัทได้หักค่านายหน้าที่เบิกล่วงหน้าในระหว่างเดือนมกราคมและกุมภาพันธ์ออกเป็นจำนวน 2,000 บาท ที่กล่าวมาเป็นวิธีการแบบง่าย ๆ ของการขอมให้เบิกค่านายหน้าล่วงหน้า ซึ่งจะใช้ได้กับพนักงานขายเท่าที่มีความสามารถ และเชื่อว่าสามารถขายสินค้าได้แน่นอนในช่วงเวลาที่ไม่นานจนเกินไป เห็นได้ว่านายสมศักดิ์สามารถขายสินค้าได้เป็นจำนวนมากในเดือนมีนาคม และสามารถชดเชยค่านายหน้าที่เบิกล่วงหน้าได้ภายใน 3 เดือน การกำหนดจำนวนเงินและระยะเวลาของการขอมให้เบิกค่านายหน้าล่วงหน้า อาจกำหนดเป็น 1 สัปดาห์ หรือ 2 สัปดาห์ หรืออื่น ๆ ก็ได้

การเบิกค่านายหน้าล่วงหน้าเป็นวิธีที่ง่ายและใช้กันมากในกิจการ ที่จ่ายค่าตอบแทนในรูปของค่านายหน้าโดยตรงที่ต้องการรักษาพนักงานที่ดีไว้กับกิจการ อย่างไรก็ตามวิธีนี้ก็ยังมีข้อเสียที่ปรากฏให้เห็น คือ พนักงานขายอาจลาออกขณะที่ยังเป็นหนี้อยู่ โดยทั่วไปกิจการจึงต้องลงล้างหนี้สินดังกล่าว โดยถือเป็นค่าใช้จ่ายในการขาย กิจการมักจะไม่เรียกคืนจากพนักงานขาย แม้ว่าบางกรณีจะมีการเรียกคืนได้ เนื่องจากมีการทำสัญญา ก่อนเข้าทำงานก็ตาม ทางแก้ข้อเสียดังกล่าวจึงทำได้โดยการกำหนดวงเงินที่ขอมให้เบิกล่วงหน้ามีจำนวนน้อยกว่ารายได้ที่เขาควรจะได้รับ แต่ก็ต้องให้พอเหมาะแก่การครองชีพได้ เพื่อป้องกันมิให้พนักงานหมดกำลังใจในการทำงาน เนื่องจากถูกหักรายได้เกือบหมดจากการเบิกค่านายหน้าล่วงหน้า กิจการบางแห่งมีนโยบายในการกำหนดให้เบิกค่านายหน้าล่วงหน้าที่เปรียบเสมือนการให้รายได้คงที่ในรูปเงินเดือน คือ พนักงานขายมีต้องจ่ายคืนค่านายหน้าที่เบิกล่วงหน้าคืนให้แก่กิจการ ซึ่งวิธีการดังกล่าวก็เป็นการจูงใจอีกวิธีหนึ่งเช่นกัน

การขอมให้เบิกค่านายหน้าล่วงหน้าอาจเป็นสาเหตุที่ทำให้กิจการต้องรับภาระค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้น ถ้าพนักงานขายสินค้าไม่ได้และลาออกขณะที่เบิกค่านายหน้าล่วงหน้าไปก่อน การหาทางป้องกันหรือลดค่าใช้จ่ายของเป็นหน้าที่ของฝ่ายบริหารที่จะต้องพิจารณาและต้องตัดสินใจดำเนินการ เมื่อมีแนวโน้มว่าจะเกิดเหตุการณ์ต่าง ๆ ซึ่งมีผลทำให้กิจการต้องมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น

พิจารณาจากกรณีตัวอย่างการขายเครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า พนักงานขายมีแนวโน้มที่จะเบิกค่านายหน้าล่วงหน้าเป็นจำนวนมากขึ้นทุกสัปดาห์ ในสัปดาห์ที่ 5 ฝ่ายบริหารอาจพิจารณาและสรุปว่าพนักงานขายไม่มีความสามารถเพราะยังไม่มีผลงานเกิดขึ้นดังนั้นฝ่ายบริหารอาจกำหนดทางเลือกดำเนินการกับพนักงานขายดังกล่าวโดย

1. ลดวงเงินค่านายหน้าเบิกล่วงหน้า
2. ยกเลิกบัญชีหนี้สินของพนักงานขาย และเปลี่ยนใช้วิธีการจ่ายค่านายหน้าโดยตรงแทน การยกเลิกบัญชีหนี้สินอาจทำได้หลายวิธี คือ ให้พนักงานชดใช้ หรือโอนเป็นค่าใช้จ่ายในการขายของกิจการ พนักงานบางคนอาจขอลาออกและยินดีที่จะชดใช้หนี้สิน เนื่องจากได้มีการทำสัญญาที่จะชดใช้เงินจำนวนดังกล่าวเมื่อปฏิบัติงานไม่ได้ผลตามข้อตกลง ขณะเดียวกันกิจการอาจยกเลิกบัญชีหนี้สิน และเปลี่ยนวิธีการจ่ายค่าตอบแทนเมื่อพนักงานยังตั้งใจที่จะทำงานกับกิจการต่อไป

3. ปลอ่ยให้ทุกอย่างดำเนินไปตามเดิมโดยไม่ต้องแก้ไขจนครบงวดเวลาการพิจารณาค่านายหน้า 3 เดือน แล้วจึงพิจารณาหาทางแก้ไขใหม่

กรณีนี้กิจการเลือกใช้วิธีที่ 3 พิจารณาเหตุการณ์เมื่อระยะเวลาการทำงานครบงวดเวลาการค่านายหน้า 3 เดือน ซึ่งกิจการต้องจ่ายค่านายหน้าแก่พนักงานขายถึง 1,100 บาท จากข้อมูลที่เกิดขึ้นเห็นได้ว่า พนักงานมีแนวโน้มของการทำงานที่ดีขึ้น แสดงให้เห็นถึงความสามารถ ดังนั้นพนักงานจึงอาจขอเพิ่มวงเงินการเบิกค่านายหน้าล่วงหน้าในระยะเวลาต่อไป แต่ทั้งนี้ก็ยังขึ้นอยู่กับผลการพิจารณาของกิจการว่าจะยอมให้หรือไม่

3. การจ่ายค่าตอบแทนในรูปแบบอื่น ปัจจุบันแผนการจ่ายค่าตอบแทนที่นิยมใช้กันมากในกิจการต่าง ๆ คือ แผนการจ่ายค่าตอบแทนในรูปแบบอื่น ซึ่งหมายถึง การจ่ายในรูปแบบของเงินเดือนประจำงวดค่านายหน้า เงินเดือนประจำงวดโบนัสหรือเงินเดือนประจำงวดค่านายหน้าบวกโบนัส เป็นต้น เป็นที่คาดว่ากิจการมากกว่า 50 เปอร์เซ็นต์ ได้ใช้วิธีจ่ายค่าตอบแทนในรูปแบบอื่น การจ่ายเงินเดือนประจำเปรียบเหมือนการประกันความมั่นคง ส่วนการจ่ายค่านายหน้าหรือโบนัสที่เพิ่มขึ้นนอกเหนือจากเงินเดือนเปรียบเหมือนการจูงใจ การจ่ายค่าตอบแทนวิธีนี้ได้รวมเอาข้อดีของวิธีการจ่ายเงินเดือนประจำและการจ่ายค่านายหน้าโดยตรงเข้าไว้ด้วยกัน ดังนั้นถ้าผู้บริหารทำการบริหารงานด้านการจ่ายค่าตอบแทนในรูปแบบอื่นที่ดี ก็จะเกิดประโยชน์แก่ทั้งฝ่ายผู้บริหารและฝ่ายพนักงาน คือ สามารถจูงใจให้พนักงานทำงานอย่างเต็มความสามารถ เพราะเขารู้สึกว่ามีการให้รางวัลในทุกระดับของกิจกรรม ทั้งกิจกรรมที่เกี่ยวกับการขายและนอกเหนือการขาย ขณะเดียวกันก็ใช้เป็นเครื่องมือในการควบคุมและประเมินผลให้แก่ฝ่ายบริหารด้วย รูปแบบต่าง ๆ ของการจ่ายค่าตอบแทนในรูปแบบอื่น คือ

3.1 เงินเดือนประจำงวดค่านายหน้า เป็นการจ่ายค่าตอบแทนที่กำหนดให้ส่วนหนึ่งคงที่ในรูปแบบของเงินเดือน และอีกส่วนหนึ่งจะเป็นค่านายหน้าที่ผันแปรไปตามที่กำหนดซึ่งอาจจ่ายเมื่อขายได้มากกว่าโควตา ค่านายหน้าจ่ายเพิ่มขึ้นตามอัตราส่วน เป็นต้น ตัวอย่างการจ่ายค่านายหน้าเมื่อขายได้มากกว่าโควตา เช่น กำหนดให้เงินเดือนประจำ 10,000 บาท โควตา 300,000 บาท ค่านายหน้า 3 เปอร์เซ็นต์ของยอดขายที่เกิน 300,000 บาท ถ้าพนักงานขายมีผลงานขาย จำนวน 500,000 บาท ค่าตอบแทนที่จะได้รับทั้งสิ้น คือ เงินเดือนประจำ + 3 เปอร์เซ็นต์ของยอดขายส่วนที่เกิน 300,000 บาท นั่นคือ $10,000 + 3 \text{ เปอร์เซ็นต์} (500,000 - 300,000) = 16,000$ บาท สำหรับการจ่ายค่านายหน้าที่เพิ่มขึ้นตามอัตราส่วนนั้น เป็นการจ่ายค่านายหน้าเพิ่มขึ้นจากเงินเดือนประจำ โดยค่านายหน้าจะเปลี่ยนไปในแต่ละระดับของยอดขายที่กำหนดไว้ ซึ่งอาจกำหนดไว้เป็นจำนวนเงินต่อหน่วยขาย หรือกำหนดเป็นอัตราร้อยละของยอดขาย โดยผลงานการขายจะถูกประเมินในแต่ละเดือนและค่านายหน้าอาจจะสูงขึ้น หรือต่ำลงเมื่อยอดขายสูงขึ้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของสินค้าและนโยบายของกิจการ

นอกจากนี้บริษัทอาจกำหนดนโยบายการจ่ายค่าตอบแทน โดยประเมินผลงานเป็นรายปี เพื่อรักษาผลประโยชน์ของกิจการ หรือเพื่อลดค่าใช้จ่าย

แผนการจ่ายค่าตอบแทนในรูปผสมยังมีอีกหลายวิธีที่แตกต่างกันไป ซึ่งแต่ละวิธีนั้นบางครั้งก็ยากแก่การเข้าใจของฝ่ายบริหารเอง และยากแก่การเข้าใจของพนักงานขายเพราะแผนแต่ละแผนจะถูกกำหนดขึ้นโดยวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน ตัวอย่างข้างต้นเป็นเพียงการจ่ายค่าตอบแทนวิธีหนึ่งที่กำหนดขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรักษาผลประโยชน์ของกิจการ การกำหนดปริมาณการขายขั้นต่ำที่พนักงานต้องรับผิดชอบ จะช่วยป้องกันการเก็บใบสั่งซื้อเพื่อสะสมให้ยอดขายในเดือนหนึ่งเดือนใดสูงมาก ซึ่งจะทำให้กิจการจะต้องจ่ายค่านายหน้าสูงขึ้นเมื่อตัวเลขยอดขายสูงขึ้น

3.2 เงินเดือนประจำววกโบนัส เป็นการจ่ายค่าตอบแทนที่ใ้ช้จูงใจในการปฏิบัติงาน ได้อีกวิธีหนึ่ง โบนัสหมายถึงการจ่ายเงินค่าตอบแทนเป็นก้อน (a lump-sum payment) ในช่วงเวลาหนึ่ง เช่น 3 เดือน 6 เดือน 12 เดือน เป็นต้น มีลักษณะเหมือนเงินรางวัลที่ให้แก่พนักงานขาย เมื่อทำงานประสบความสำเร็จตามที่กิจการได้ตั้งเป้าหมายไว้ เช่น การหาลูกค้าใหม่ได้ถึงระดับที่กำหนด การขายได้ตามโควตาที่กำหนด เป็นต้น โบนัสแตกต่างจากค่านายหน้า เพราะค่านายหน้าจะจ่ายจากอัตราที่กำหนดซึ่งอาจมีอัตราคงที่และคิดตามยอดขาย หรืออัตราที่ผันแปรไปตามยอดขายที่กำหนด การคำนวณค่านายหน้าจะต้องทำอย่างมีกฎเกณฑ์ตามที่ตั้งไว้ แต่โดยทั่วไปแล้วการจ่ายโบนัสอาจทำได้แม้ผลงานจะต่ำกว่าเป้าหมาย เช่น บริษัทกำหนดโควตาการขายแก่พนักงานขาย 1,000 หน่วย ต่อปี ถ้าพนักงานขายทำยอดขายได้ระหว่าง 800-900 หน่วยต่อปี บริษัทก็อาจจ่ายโบนัสแก่พนักงานขาย ซึ่งวิธีการดังกล่าวไม่สามารถใช้ได้กับการจ่ายค่านายหน้า เหตุผลของการจ่ายโบนัสแม้ว่าพนักงานขายจะมีผลงานต่ำกว่าเป้าหมาย คือ เพื่อกระตุ้นให้พนักงานขายมีกำลังใจในการทำงานต่อไป กิจการมีสิทธิที่จะงดจ่ายโบนัสเนื่องจากพนักงานขายมีผลงานต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด แต่การกระทำดังกล่าวจะทำให้พนักงานขายหมดกำลังใจในการทำงาน การจ่ายโบนัสจึงถูกใช้เป็นแรงจูงใจได้แม้ว่าผลงานจะไม่เต็มจำนวน 100 เปอร์เซ็นต์

การจ่ายค่านายหน้าหรือ โบนัสนอกเหนือจากเงินเดือนประจำเป็นวิธีจ่ายค่าตอบแทนที่ดีที่ให้ความมั่นใจและจูงใจให้ทำงาน แต่ขณะเดียวกันก็มีความยุ่งยากต่อการนำมาใช้ ยุ่งยากต่อการกำหนดอัตราส่วนระหว่างเงินเดือนและรายได้เพื่อจูงใจที่เหมาะสม สิ่งที่จะใช้เป็นแนวทางในการกำหนดแผนการจ่ายค่าตอบแทนนี้ จึงมีทั้งวัตถุประสงค์ของกิจการ ปัจจัยต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกกิจการเช่น ลักษณะของสินค้า คู่แข่ง ความพยายามในการขาย เป็นต้น รวมถึงความตั้งใจของฝ่ายบริหารที่จะกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจในการทำงานว่ามีมากน้อยเพียงใดด้วย ตัวอย่างการกำหนดอัตราส่วนของการจ่ายค่าตอบแทน เช่น กิจการขายเครื่องใช้สำนักงานให้ค่าตอบแทนเป็นเงินเดือน 60 เปอร์เซ็นต์ และค่านายหน้า 40 เปอร์เซ็นต์ ขณะที่การขายเครื่องคอมพิวเตอร์เป็นงานขายที่ต้องมีงานบริการเกี่ยวข้องมากขึ้น หรือต้องให้ความรู้ความชำนาญทางด้านเทคนิคเฉพาะ การกำหนดส่วนผสมจะเน้นด้านเงินเดือนมากขึ้น ซึ่งอาจกำหนดเงินเดือน 80 เปอร์เซ็นต์ และค่านายหน้า 20 เปอร์เซ็นต์ เป็นต้น

การตัดสินใจเลือกสิ่งจูงใจว่าควรจ่ายเงินเดือนประกอบกับค่านายหน้า หรือ โบนัสนั้นจะพิจารณาจากความเหมาะสมตามช่วงเวลามากกว่าการวัดผลงาน ถ้ากิจกรรมการขายเสร็จสิ้นในระยะเวลาสั้น ๆ นิยมใช้วิธีจ่ายค่านายหน้า และถ้ากิจกรรมการขายต้องใช้เวลายาวนาน ก็มักจะใช้วิธีจ่ายโบนัส เช่น กิจกรรมการขายเริ่ม

ตั้งแต่ติดต่อกู้เงินถึงขั้นส่งมอบสินค้า ใช้เวลา 1 เดือน ก็จะใช้วิธีจ่ายค่านายหน้าและกิจกรรมของการเป็นที่ปรึกษาขายต้องใช้เวลามากขึ้นก็จะใช้วิธีให้โบนัส เป็นต้น โดยทั่วไปแล้วการกำหนดและบริหารแผนการจ่ายโบนัสจะยุ่งยากกว่าแผนการจ่ายค่านายหน้า

การจ่ายค่าตอบแทนในรูปผสมนั้น กิจการอาจใช้วิธีให้เงินเดือนประจำบวกค่านายหน้าบวกโบนัสก็ได้ แผนการจ่ายค่าตอบแทนวิธีนี้จะให้ผลดีถ้ากิจการต้องการให้การขายเป็นแบบ Aggressive Selling คือพนักงานขายต้องใช้ความพยายามและอดทนมากในการขายและระยะเวลาที่ใช้ในการขายนับแต่การเริ่มต้นจนถึงสุดกินเวลาไม่นานนัก แต่วิธีนี้จะทำให้กิจการต้องรับภาระการจ่ายค่าตอบแทนที่สูงมาก โดยสรุปกล่าวได้ว่า การจ่ายค่าตอบแทนในรูปผสมเป็นที่นิยมใช้กันมาก จากการสำรวจของสถาบันวิจัยในสหรัฐ ฯ ซึ่งได้ทำการศึกษาดังวิธีการจ่ายค่าตอบแทน พบว่ากิจการนิยมใช้วิธีเบิกค่านายหน้าล่วงหน้าและการจ่ายค่าตอบแทนรูปผสมมากขึ้น

การเบิกชดเชยค่าใช้จ่าย

ในการปฏิบัติงานขายของพนักงานขายนั้น ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเสมอและมีจำนวนไม่น้อย ได้แก่ ค่ายานพาหนะ ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่ารับรองลูกค้า เป็นต้น กิจการบางแห่งยอมรับภาระและถือเป็นค่าใช้จ่ายในการขายของกิจการ ยอมให้พนักงานขายเบิกชดเชยได้ในภายหลัง บางกิจการไม่ยอมให้เบิกชดเชย แต่ถือว่าเป็นค่าใช้จ่ายที่พนักงานต้องรับภาระ การกำหนดหน้าที่ของผู้รับภาระค่าใช้จ่ายดังกล่าวจะถูกระบุในแผนการจ่ายค่าตอบแทนตามนโยบายของกิจการแต่ละแห่ง การยอมให้เบิกชดเชยมิใช่เป็นการให้ค่าตอบแทน แต่ก็เป็นที่ต้องกำหนดในแผนการจ่ายค่าตอบแทนด้วย เพราะกรณีที่กิจการยอมให้เบิกชดเชยได้นั้น รายได้สุทธิของพนักงานขายจะมีผลมาจากการเพิ่มขึ้น หรือถูกหักด้วยเงินชดเชยเหล่านี้ด้วย การจ่ายค่าตอบแทนและการเบิกชดเชยค่าใช้จ่าย จึงมีความสัมพันธ์กัน และควรที่จะได้กล่าวไว้ในเรื่องของการจ่ายค่าตอบแทนด้วย แต่จะได้กล่าวถึงการเบิกชดเชยค่าใช้จ่ายในการขายเพียงบางวิธีที่กิจการใช้กันอยู่ เพื่อเป็นแนวความคิดในเบื้องต้น ทั้งนี้ เนื่องจากกิจการส่วนใหญ่ยอมให้พนักงานขายเบิกชดเชยค่าใช้จ่ายคืนได้ เพราะเชื่อว่าจะช่วยให้พนักงานขายมีกำลังใจและมีความคล่องตัวในการทำงานเพิ่มขึ้น

การเบิกชดเชยค่าใช้จ่ายในการขาย กิจการมีวิธีการจ่ายชดเชยค่าใช้จ่ายในการขายหลายวิธี ดังนี้ คือ

1. การจ่ายเป็นจำนวนคงที่
2. การจ่ายเป็นจำนวนผันแปรหรือจ่ายตามจำนวนที่จ่ายจริง
3. การจ่ายตามโควตา
4. การจ่ายระบบเชื้อใจหรือระบบเกียรติยศ

1. การจ่ายเป็นจำนวนคงที่ คือ กิจการจะจ่ายเงินให้แก่พนักงานขายจำนวนหนึ่ง เพื่อให้พนักงานจ่ายเป็นค่าใช้จ่ายตามที่เห็นสมควร เหตุผลของการจ่ายวิธีนี้ คือ

1.1. เพื่อลดงานด้านการเก็บบันทึกรายงาน หรืองานด้านการตรวจสอบรายงานการใช้จ่ายเงินที่เป็นค่าใช้จ่ายของพนักงานขาย

1.2. ช่วยให้การจัดหางบประมาณใกล้เคียงความจริงเพราะสามารถกำหนดค่าใช้จ่ายจำนวนนี้ได้ล่วงหน้า

1.3. ช่วยให้นักงานขายวางแผนการใช้จ่ายเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพมีอิสระในการใช้จ่าย และมีความคล่องตัวในการทำงานมากขึ้น เพราะเขาจะรู้ยอดจำนวนเงินที่ควรจะใช้จ่ายอย่างแน่นอนและสามารถควบคุมการใช้จ่ายได้ด้วยตนเองเพื่อให้การใช้จ่ายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ การจ่ายเป็นจำนวนคงที่มีข้อควรระวังคือไม่ควรให้นักงานเข้าใจว่า ค่าใช้จ่ายที่ยอมให้เบิกคินเป็นส่วนหนึ่งของค่านอบแทน เพราะพนักงานขายอาจฉวยโอกาสเบิกเต็มจำนวนแต่ใช้จ่ายให้น้อยเพื่อถือประโยชน์จากส่วนที่เหลือเป็นรายได้ นอกจากนี้การยึดหยุ่นยอมให้เบิกค่าใช้จ่ายเกินจากที่กำหนดก็เป็นสิ่งที่ไม่ควรจะทำอย่างยิ่ง แต่ในทางปฏิบัติก็เกิดขึ้นเสมอ ๆ

2. การจ่ายเป็นจำนวนผันแปรหรือจ่ายตามจำนวนที่จ่ายจริง เป็นวิธีที่ยอมให้นักงานเบิกค่าใช้จ่ายที่ได้จ่ายไปจริงเต็มจำนวน ซึ่งจะใช้ได้ผลภายใต้ข้อจำกัด ดังนี้ คือ

2.1 ฝ่ายบริหารสามารถกำหนดค่าใช้จ่ายทั้งหมดโดยประมาณที่พนักงานขายควรจ่ายเพื่อนำไปวางแผนและจัดทำงบประมาณ

2.2 ต้องกำหนดอย่างชัดเจนว่าค่าใช้จ่ายชนิดใด “เบิกได้” และ “เบิกไม่ได้” และต้องเป็นที่เข้าใจอย่างชัดเจนแก่พนักงานขาย

2.3. มีการกำหนดระบบและแบบฟอร์ม เพื่อให้พนักงานขายใช้รายงานค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น

2.4 . กำหนดวิธีการตรวจสอบค่าใช้จ่ายแต่ละรายการที่จะขอเบิกคินได้อย่างละเอียด

การเบิกชดเชยค่าใช้จ่ายโดยวิธีนี้ได้มีปัจจัยต่าง ๆ มาพิจารณาประกอบด้วย เช่น สภาพความแตกต่างของพื้นที่การขาย ลักษณะของลูกค้าและลักษณะของตลาด เป็นต้น ทำให้เป็นวิธีที่มีความยุติธรรมเพียงพอนอกจากนี้ยังช่วยให้ฝ่ายบริหารควบคุมพนักงานขายได้มากขึ้นโดยใช้ประโยชน์จากการรายงานของพนักงานขาย อย่างไรก็ตามก็ยังมียข้อเสียปรากฏให้เห็น คือ

2.4.1 เสียเวลาและเสียค่าใช้จ่ายของฝ่ายบริหารเพิ่มขึ้น เพื่อการจัดทำบัญชีและตรวจสอบรายงานต่าง ๆ ของพนักงานขายที่ขอเบิกค่าใช้จ่าย

2.4.2 เสียเวลาและอาจไม่เป็นที่พอใจ ของพนักงานขายที่ต้องเขียนรายงาน พนักงานขายไม่เห็นคุณค่าของการเขียนรายงาน และรู้สึกเป็นการเสียเวลาที่จะต้องเขียนรายงานเป็นผู้ที่ไม่มีความสามารถในการเขียนรายงานหรือจดบันทึก การถูกบังคับให้เขียนรายงานและต้องจดบันทึกจึงต้องใช้เวลามาก และบางครั้งอาจจดบันทึกไม่ละเอียดพอที่จะครอบคลุมถึงค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริงทั้งหมดได้

2.4.3 ค่าใช้จ่ายบางอย่างยากแก่การระบุอย่างชัดเจนว่า “เบิกได้” หรือ “เบิกไม่ได้” จึงอาจทำให้นักงานขายใช้สิทธิไม่อยู่ในขอบเขตหรือไม่เหมาะสม และถ้ากิจการไม่มีการควบคุมที่ดีพอจะก่อให้เกิดความขัดแย้งระหว่างฝ่ายบริหารกับฝ่ายขายได้

3. การจ่ายตามโควตา กิจการจะประมาณค่าใช้จ่ายจำนวนสูงสุดที่ยอมให้เบิกพร้อมทั้งกำหนดระยะเวลาของการยอมให้เบิก เช่น ทุกสัปดาห์ โดยฝ่ายบริหารจะประมาณการขายจากขนาดและลักษณะของพื้นที่การขายและกำหนดโควตาค่าใช้จ่ายตามยอดขายที่พยากรณ์อาจคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ของยอดขาย หรือกำหนดเป็นวงเงิน ซึ่งพนักงานขายมีสิทธิเบิกคินได้ตามระยะเวลาที่กำหนด แต่รวมกันแล้วจะต้องไม่เกินโควตาที่กำหนด

วิธีนี้จะใช้ได้ผลเมื่อการพยากรณ์การขายทำได้ใกล้เคียงความจริง และการกำหนดค่าใช้จ่ายทำได้ถูกต้องเหมาะสมที่จะใช้ในกรณีที่ต้องการควบคุมค่าใช้จ่ายทั้งหมดของกิจการ

4. การจ่ายระบบเชื่อใจหรือระบบเกียรติยศ เป็นวิธีที่ใกล้เคียงกับการจ่ายตามจำนวนที่จ่ายจริง คือพนักงานขายสามารถเบิกค่าใช้จ่ายที่ได้จ่ายไปคืนได้ทั้งหมดเหมือนกัน แต่พนักงานขายไม่ต้องส่งรายงานเพื่อแสดงรายละเอียดประกอบการใช้จ่ายในแต่ละรายการ เพียงแต่แจ้งยอดรวมของค่าใช้จ่ายในระยะเวลาที่กำหนด นี่ถือเอาความซื่อสัตย์และความมีเหตุผลเป็นหลัก โดยฝ่ายบริหารให้เกียรติแก่พนักงานขายและเชื่อว่าพนักงานขายมีความซื่อสัตย์ ปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่เป็นตัวกำหนดความเหมาะสมของการเชื่อใจ หรือความซื่อสัตย์ คือการคาดหวังของลูกค้า ผู้จัดการฝ่ายขายควรรู้ถึงความต้องการบางอย่างของลูกค้าที่คาดหวังจากพนักงานขาย เช่น การเดินทาง การเลี้ยงรับรอง เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีอยู่เสมอในกระบวนการขายสินค้าแก่ลูกค้า และเป็นสิ่งที่ไม่เปลี่ยนแปลงเมื่อเวลาจะเปลี่ยนไป การทำงานร่วมกับพนักงานขายอย่างใกล้ชิด เป็นครั้งคราวจะช่วยให้ผู้จัดการได้ศึกษาและเข้าใจถึงความต้องการเหล่านี้ของลูกค้า และการเรียนรู้อย่างแท้จริงจะเป็นเหตุผลของการยอมให้เบิกชดเชยค่าใช้จ่ายในระบบนี้ได้ ข้อดีของวิธีนี้คือ พนักงานขายเกิดความภาคภูมิใจ มีขวัญและกำลังใจในการทำงาน ขณะเดียวกันก็มีข้อเสียคือ ต้องมีระบบการควบคุม และตรวจสอบที่ดีพอ เพราะพนักงานขายบางคนอาจใช้จ่ายเงินโดยไม่คำนึงถึงความเหมาะสม หรือพนักงานขายบางคนไม่ซื่อสัตย์พอและพยายามหาโอกาสนำเงินไปใช้ในเรื่องส่วนตัว ซึ่งการควบคุมพนักงานเหล่านี้คือ ผู้จัดการฝ่ายขายต้องศึกษาและกำหนดจำนวนค่าใช้จ่ายที่แน่นอนส่วนรายจ่ายที่นอกเหนือจากส่วนที่กำหนดให้จะต้องมีการขออนุมัติเป็นพิเศษต่อไป

ปัญหาที่เกิดจากการจ่ายค่าตอบแทน

การจ่ายค่าตอบแทนมีหลายรูปแบบ แต่ละแบบมีทั้งข้อดีและข้อเสียในตัวเอง กิจการจะเลือกรูปแบบใดจะต้องคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของกิจการประกอบกับปัจจัยอื่น ๆ แผนการจ่ายค่าตอบแทนที่กำหนดขึ้นมิได้หมายความว่า จะเป็นแผนที่ดีที่สุดและใช้ได้เสมอไป ทั้งนี้เพราะการกำหนดแผนดังกล่าวจะต้องทำเพื่อใช้กับคนกลุ่มใหญ่ แต่เมื่อนำออกใช้จริงอาจเป็นที่พอใจของคนกลุ่มน้อยเพียงกลุ่มเดียว หรือแผนนั้นอาจจะดีแต่ก็ใช้ได้กับคนกลุ่มใหญ่เพียงชั่วขณะ เมื่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลงไป ความรู้สึกของคนกลุ่มใหญ่อาจเปลี่ยนไปในทางตรงกันข้าม และต้องการให้ผู้บริหารเปลี่ยนแปลงแผนการจ่ายค่าตอบแทนที่เห็นว่ายุติธรรมกว่าเดิม การจัดทำแผนการจ่ายค่าตอบแทนเพื่อที่จะสนองความต้องการของทุก ๆ คนในเวลาเดียวกันจึงเป็นสิ่งที่ทำได้ยาก

เป็นที่เชื่อว่าไม่มีแผนการจ่ายค่าตอบแทนใดที่จะสมบูรณ์และใช้ได้ตลอดไป ดังนั้นการจัดทำแผนจึงเป็นงานที่ต้องเนื่องที่ต้องจัดทำและเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เพราะแผนที่มีประสิทธิภาพจะใช้ได้ภายใต้สถานการณ์หนึ่งเท่านั้น เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นแผนดังกล่าวก็จะไม่เหมาะสมที่จะใช้ภายใต้สถานการณ์ใหม่และต้องการการปรับปรุงการมีทัศนคติที่แตกต่างกันระหว่างฝ่ายบริหารกับฝ่ายขาย ทำให้มีความเข้าใจอย่างไรก็ตามการปรับปรุงแก้ไขก็ยังมิได้หมายความว่า จะสามารถแก้ปัญหาทุกอย่างให้หมดสิ้นลงได้ ทั้งนี้เพราะใจที่แตกต่างกัน การปรับปรุงแก้ไขบางครั้งจึงเป็นการแก้ไขปัญหาหนึ่งแต่ก็ก่อให้เกิดปัญหาใหม่ขึ้น การจัดทำแผนการจ่ายค่าตอบแทนจึงมีปัญหาอยู่เสมอ ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเสมอและพบบ่อย คือ

1. แผนการจ่ายค่าตอบแทนตอบสนองความต้องการของคนเพียงกลุ่มน้อย
2. ขาดความระมัดระวังในการกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งตอบแทนและการจูงใจ

3. การลดรายได้ของพนักงานขายเพื่อลดต้นทุนขาย

1. แผนการจ่ายค่าตอบแทนตอบสนองความต้องการของคนเพียงกลุ่มน้อย

กิจการหนึ่ง ๆ จะประกอบด้วยพนักงานขายจำนวนมาก ซึ่งในจำนวนนี้มีทั้งพนักงานเก่าผู้อาวุโส และพนักงานใหม่ซึ่งถือเป็นพนักงานขายชั้นผู้น้อยพนักงานขายเก่าเป็นผู้มีประสบการณ์จึงมักจะเป็นผู้ที่มีความชำนาญได้แสดงความสามารถและมีผลงานปรากฏ จึงเป็นสิ่งปกติที่เกิดขึ้นอยู่เสมอว่า ผู้จัดการฝ่ายขายให้ความสำคัญและเปิดโอกาสให้แก่บุคคลเหล่านี้ เพื่อเป็นการให้ “รางวัล” การสร้างโอกาสดังกล่าวทำให้รายได้เฉลี่ยของพนักงานอาวุโสสูงกว่าของพนักงานทั่วไป ถึงแม้ว่าวิธีการดังกล่าวจะถูกมองว่าไม่ยุติธรรม แต่ผู้จัดการฝ่ายขายก็มีเหตุผลว่า การให้รางวัลดังกล่าวเป็นการตอบสนองความภักดีและการให้บริการแก่กิจการของพนักงานขายอาวุโส ขณะเดียวกันก็ถือว่าเป็นการจูงใจพนักงานขายชั้นผู้น้อยด้วย ความคิดนี้ไม่ได้ก่อให้เกิดผลดีเลย เพราะการให้รางวัลเช่นการกำหนดพื้นที่การขายที่ง่ายให้แก่ผู้อาวุโสกลุ่มน้อย ทำให้พนักงานขายแสดงยอดขายได้สูงตามเป้าหมายที่กำหนดและได้รับค่าตอบแทนหรือรางวัลซึ่งเปิดโอกาสให้แก่คนกลุ่มน้อย ขณะที่พื้นที่การขายที่ทำการขายได้ถูกกำหนดให้แก่พนักงานขายอื่นๆ ทำให้ผลงานไม่เป็นที่น่าพอใจเมื่อเทียบกับพนักงานขายอาวุโส การเลือกที่รักมักที่ชังดังกล่าว ก่อให้เกิดการแบ่งแยก และสร้างศัตรูในกลุ่มพนักงานขายด้วยกันเอง ในทางปฏิบัติสิ่งเหล่านี้ได้เกิดขึ้นในทุกวงการธุรกิจที่มีการขายโดยพนักงานขาย ผลงานที่ปรากฏ เนื่องจากโอกาสที่อำนวยให้ ทำให้พนักงานขายอาวุโสมีโอกาสได้รับผลตอบแทนที่ดี ได้รับการยกย่องให้เป็นผู้นำด้านการขายแก่พนักงานขายคนอื่น ๆ ซึ่งการกระทำดังกล่าวแทนที่จะเป็นการกระตุ้นให้พนักงานขายคนอื่น ๆ ทำงานหนักขึ้นกลับทำให้เห็นความไม่ยุติธรรมและเป็นสาเหตุทำลายความตั้งใจในการทำงานของเขา

2. การขาดความระมัดระวังในการกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งตอบแทนกับการจูงใจ

จากแนวความคิดของ Federick W. Taylor ซึ่งเป็นผู้บุกเบิกการแก้ปัญหาผลผลิตตกต่ำในโรงงาน โดยการใช้ผลตอบแทนเป็นสิ่งจูงใจในการทำงานเพื่อให้ผลผลิตเพิ่มขึ้น และแนวความคิดดังกล่าวได้ถูกพัฒนาต่อมา โดย Elton Mayo ได้แสดงการทดลองและชี้ให้เห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กรเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลผลิตด้วยนอกเหนือจากสภาพแวดล้อมในการทำงาน แนวความคิดดังกล่าวได้ถูกพัฒนาขึ้นเรื่อยๆ เป็นทฤษฎีการจูงใจที่แตกต่างกัน ผู้คิดค้นทฤษฎีการจูงใจต่างก็มุ่งหาสิ่งจูงใจเพื่อให้พนักงานเพิ่มผลผลิต จากวิวัฒนาการในอดีตจนถึงปัจจุบัน สิ่งจูงใจถูกเปลี่ยนจากการให้ค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินมาสู่การให้ความสนใจในตัวผู้ปฏิบัติงาน และเชื่อว่าค่าตอบแทนเป็นเพียงปัจจัยอย่างหนึ่งในหลาย ๆ ปัจจัยที่เป็นตัวกระตุ้นการทำงานเท่านั้น ดังนั้น การที่กิจการเน้นให้ความสำคัญกับการจ่ายค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงินในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เงินเดือน ค่านายหน้า หรือโบนัสแต่เพียงอย่างเดียว นั้น จะไม่ช่วยให้การดำเนินงานของกิจการประสบความสำเร็จกว่าที่ควรได้เลย

3. การลดรายได้ของพนักงานเพื่อลดต้นทุนขาย

กิจการหลาย ๆ แห่งมองว่าค่าตอบแทนพนักงานขายเป็นค่าใช้จ่ายที่กิจการต้องรับภาระ และมีผลกระทบต่อรายได้ของกิจการจึงพยายามที่จะลดค่าใช้จ่ายดังกล่าวให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพื่อช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่กิจการ จากแนวความคิดดังกล่าว จึงกำหนดเงินเดือนของพนักงานขายในระดับที่ต่ำมาก และใช้สิ่งจูงใจ เช่น ค่านายหน้า หรือโบนัส เป็นสิ่งกระตุ้นให้พนักงานขายทำงาน ในทางปฏิบัติวิธีดังกล่าวถูกนำมาใช้กันมาก

ทั้งกิจการที่เป็นผู้นำในวงการธุรกิจ และกิจการที่มีฐานะทางการเงินไม่มั่นคง ผลที่เกิดขึ้นคือ พนักงานขายที่มีความสามารถมักจะลาออก เหลืออยู่แต่ผู้ที่ไม่มีความสามารถ หรือผู้ที่มีความสามารถต่ำ ทั้งนี้เพราะการจ่ายค่าตอบแทนจะจ่ายตามผลงานที่เกิดขึ้น และสิ่งจูงใจดังกล่าวมิได้มีกำลังสูงพอ จึงไม่เพิ่มแรงกระตุ้นในการทำงานมากเท่าที่ควร ข้อเสียจะมีมากยิ่งขึ้น ถ้าการขายดังกล่าวไม่จำเป็นต้องอาศัยพนักงานขายมากนักและกิจการใช้วิธีจ่ายค่านายหน้าเป็นสิ่งจูงใจ เพราะลูกค้าอาจสั่งซื้อสินค้าโดยไม่ผ่านพนักงานขายทำให้รายได้ของพนักงานขายขึ้นอยู่กับเงินเดือน และค่านายหน้าที่จำกัด ซึ่งกิจการเองก็ถือว่าเป็นการยุติธรรมที่จะจ่ายค่าตอบแทนตามความสามารถที่ได้ใช้ไปในการขาย ทั้งนี้ เนื่องจากกิจการมีแนวความคิดเพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย โดยลืมนึกถึงค่าตอบแทนที่จะเป็นเครื่องส่งเสริมกำลังใจในการทำงานของพนักงานขาย

เหตุผลอื่นนอกจากการลดค่าใช้จ่ายเพื่อลดต้นทุนขาย แต่ยังคงแสดงให้เห็นว่าการจ่ายค่าตอบแทนไม่ยุติธรรม ทำให้พนักงานขายที่มีความสามารถอยู่ไม่ได้ คือ การกำหนดการจ่ายค่าตอบแทนที่จำกัดโดยฝ่ายบริหารที่ไม่เกี่ยวข้องกับงานขาย โดยฝ่ายบริหารมีความคิดว่า พนักงานขายเป็นลูกจ้างระดับต่ำ จึงไม่ควรมียาขได้สูงกว่าผู้บริหารซึ่งเป็นผู้ที่อยู่ในระดับสูงกว่า ซึ่งความคิดดังกล่าวเป็นสิ่งที่ทำลายขวัญของพนักงานขาย และในทางปฏิบัติสิ่งดังกล่าวได้เกิดขึ้นอยู่เสมอ โดยฝ่ายบริหารตัดพ้อว่าพนักงานขายมียาขได้สูง

การควบคุมและการประเมินผลงานของพนักงานขาย

การควบคุมและการประเมินผลงานของพนักงานขายเป็นหน้าที่ที่สำคัญของผู้บริหารงานขายเช่นเดียวกับหน้าที่งานอื่นๆ ตามที่ได้กล่าวมาแล้ว เพราะหลังจากธุรกิจได้ทำการรับพนักงานขายแล้วส่งไปปรับการอบรม และมอบหมายงานโดยส่งออกไปปฏิบัติงานขายได้ต่าง ๆ แล้วฝ่ายจัดการจำเป็นต้องมีการควบคุมติดตามผล เพื่อให้แน่ใจว่าพนักงานขายได้ปฏิบัติงานจริงตามเป้าหมายของกิจการอย่างได้ผล และเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ อีกดังที่จะได้กล่าวโดยละเอียดต่อไป นอกจากนี้ยังต้องมีการประเมินผลงานเพื่อให้ทราบถึงความสามารถในการปฏิบัติงาน ความก้าวหน้าตลอดจนปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นได้จากการทำงานในสนาม อันจะช่วยในการพิจารณาความดีความชอบของพนักงานขายและปรับปรุงแผนงานขายของธุรกิจในระยะต่อไปอีกด้วย

แนวความคิดทั่วไปเกี่ยวกับการควบคุมพนักงานขาย

การควบคุมพนักงานขายหมายถึง การปฏิบัติงานร่วมกันอย่างใกล้ชิดระหว่างพนักงานขายกับผู้ทำหน้าที่ควบคุมการขาย หรือหมายถึงกิจกรรมทั้งหลายในการปฏิบัติและควบคุมการใช้ความพยายามของพนักงานขาย เพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพดีขึ้นเป็นไปตามนโยบายและบรรลุความสำเร็จตามเป้าหมายของบริษัทอย่างเหมาะสม

หน้าที่ของการควบคุมพนักงานขายนั้นอาจจะมีผู้เห็นว่าไม่จำเป็นและเสียค่าใช้จ่ายโดยเปล่าประโยชน์ ผู้บริหารงานขายซึ่งเป็นบุคคลที่จะต้องทำหน้าที่นี้โดยตรงเองก็ไม่ค่อยจะมีเวลามาควบคุมดูแลพนักงานขายผู้อยู่ได้บังคับบัญชาได้มากนักนอกจากนี้อาณาเขตการขายของพนักงานขายส่วนใหญ่ก็มักจะมีพื้นที่กว้างขวางจนยากที่จะควบคุมดูแลอย่างใกล้ชิดได้ หรือถ้าจะทำได้ก็ต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงมากซึ่งไม่คุ้ม ด้าน

พนักงานขายเองก็ไม่ค่อยพอใจที่จะให้คนมาคอยควบคุม ตรวจสอบการปฏิบัติงานอยู่บ่อย ๆ เพราะส่วนใหญ่ก็ต้องการทำงานอย่างอิสระทั้งนั้น แต่ถ้าจะมาพิจารณาอย่างลึกซึ้งแล้ว การควบคุมพนักงานขายเป็นสิ่งจำเป็น เพราะจะทำให้ฝ่ายบริหารแน่ใจได้ว่าพนักงานขายปฏิบัติงานไปตามระเบียบแบบแผน และนโยบายที่ธุรกิจได้วางไว้ได้อย่างได้ผลสมบูรณ์ ทั้งยังมีผลการดำเนินงานดีขึ้นจากการที่มีผู้ควบคุม ซึ่งทำหน้าที่ให้ความช่วยเหลือแนะนำในการทำงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อพนักงานขายมีจำนวนมากและอาณาเขตการขายขยายตัวกว้างขวางขึ้น ความจำเป็นในการควบคุมก็ยิ่งเพิ่มขึ้นเป็นเงาตามตัว

วัตถุประสงค์ของการควบคุม

การควบคุมพนักงานขายมีวัตถุประสงค์หลายประการ ได้แก่

1. เพื่อให้ความช่วยเหลือแก่พนักงานขาย ในการปฏิบัติงานบางครั้งพนักงานขายอาจต้องการ การช่วยเหลือแนะนำเกี่ยวกับเทคนิคต่าง ๆ ในการขาย หรือด้านอื่น ๆ จากผู้ควบคุมพนักงานขาย
2. เป็นการฝึกอบรมการขาย ตามปกติการอบรมการขายที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด จะทำได้ดีที่สุด ในขณะที่พนักงานขายกำลังประสบกับปัญหาประจำวันในสนาม ดังนั้นการควบคุมจึงเสมือนหนึ่งเป็นการอบรม ในขณะที่ปฏิบัติงานนั่นเอง เนื่องจากพนักงานขายอาจจะต้องพบกับปัญหาใหม่ ๆ ในด้านการขายอยู่เสมอ จึงจำเป็นต้องได้รับการฝึกอบรมถึงปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นตามสภาวะตลาด คู่แข่งขันและปัญหาด้านตลาดอื่น ๆ อยู่เสมอ
3. การควบคุมเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ฝ่ายบริหารแน่ใจได้ว่าพนักงานขายได้ปฏิบัติตามแผนงาน และนโยบายของฝ่ายบริหารและสามารถปฏิบัติงานได้ผลจริงอย่างเหมาะสมจากการที่มีผู้ควบคุมการขายคอยติดตามตรวจสอบผลงานอยู่ตลอดเวลา
4. เป็นการบำรุงขวัญและกำลังใจในการทำงานของพนักงานขายทำให้พนักงานขายรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจ ได้รับการยอมรับในความสำคัญ และฝ่ายบริหารไม่ได้ทอดทิ้งโดยปล่อยให้ปฏิบัติงานไปตามยถากรรมตามลำพัง แต่ผู้บริหารงานขายหรือผู้ควบคุมพนักงานขายได้หมั่นออกไปเยี่ยมเยียนดูแลทุกข์สุขเป็นครั้งคราวเสมอ
5. เป็นการกระตุ้นให้พนักงานขายปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ผู้บริหารงานขายหรือผู้ควบคุมพนักงานขายจะคอยสอดส่องดูแลและกระตุ้นให้พนักงานขายทำงานอย่างมีประสิทธิภาพอยู่เสมอ

ลักษณะการควบคุม

การควบคุมพนักงานขายโดยทั่วไป แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1. การควบคุมการปฏิบัติงานภายในสำนักงาน เป็นการควบคุมการปฏิบัติงานของพนักงานขายทั้งหมด เช่น ด้านการวางแผนการขาย การกำหนดเวลาการขาย และเส้นทางการเดินทางที่พนักงานขายจะสามารถทำงานได้ผลดีและประหยัดค่าใช้จ่าย การหารายชื้อลูกค้า การเข้าพบลูกค้า ตลอดจนการทำรายงานและการตรวจสอบค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เป็นต้น
2. การควบคุมการปฏิบัติงานในสนาม พนักงานขายที่ออกปฏิบัติงานตลาดมักจะมีประสบปัญหาต่าง ๆ ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการขายอยู่บ่อย ๆ โดยที่พนักงานขายอาจจะต้องการความช่วยเหลือจากผู้ควบคุมการขายอย่างทันทีทันใด ดังนั้น ผู้ควบคุมพนักงานขายจะต้องพร้อมที่จะเข้าช่วยพนักงานขายในการแก้ไขปัญหาเหล่านั้นอยู่เสมอ ลักษณะงานควบคุมแบบนี้จะเป็นในลักษณะของการคอยให้ความช่วยเหลือแก่พนักงานขาย

โดยจะเป็นทั้งการควบคุมและตรวจสอบการทำงานเพื่อให้แน่ใจถึงผลการติดต่อระหว่างพนักงานขายและลูกค้าว่า
ได้ผลเพียงใด

ในทางปฏิบัติผู้ควบคุมการขายจะต้องปฏิบัติการควบคุมทั้งสองแบบดังกล่าวในสัดส่วนพอ ๆ กัน
และนอกจากนี้ก็ยังมีการควบคุมในลักษณะที่มุ่งหวังผลทางด้านสร้างขวัญหรือกำลังใจแก่พนักงานขาย ซึ่งอาจจะ
เกิดจากความสัมพันธ์อย่างไม่เป็นทางการในระหว่างผู้ควบคุมการขาย และพนักงานขายทั้งในด้านงานและส่วน
ตัว ทั้งนี้เพื่อเสริมสร้างทัศนคติที่ดีในการปฏิบัติงานให้เกิดขึ้นนั่นเอง

ผู้บริหารงานขายโดยทั่วไปควรตั้งจุดมุ่งหมายให้แน่ชัดว่า จะให้มีการควบคุมพนักงานขายใน
ขนาดไหนมากน้อยเพียงใดจึงจะเหมาะสม ทั้งนี้ เพราะการควบคุมมากหรือน้อยเกินไปล้วนแต่มีผลเสียทั้งสิ้น
กล่าวคือ

การควบคุมมากเกินไป การควบคุมพนักงานขายนั้นมีวัตถุประสงค์หลักที่ต้องการบำรุงขวัญของ
พนักงานขาย ให้มีกำลังใจในการปฏิบัติหน้าที่เพื่อให้ได้ผลงานดียิ่งขึ้น โดยไม่ได้มุ่งคอยตรวจสอบพนักงาน
ขายอย่างละเอียดถี่ถ้วนจนเกินไป หากมีการควบคุมพนักงานขายมากเกินไปจะก่อให้เกิดผลในทางลบมากกว่า
การสร้างสรรค กล่าวคือพนักงานขายอาจจะไม่พอใจที่ผู้บริหารงานเข้มงวดในการปฏิบัติงานมากเกินไป เพราะ
พนักงานขายส่วนใหญ่ถือว่าหน้าที่หลักคือการขายสินค้าและชอบที่จะออกทำงานอย่างมีอิสระภาพพอควร ไม่ต้อง
การมาคอยฟังการอบรม หรือประชุมบ่อยครั้งโดยไม่จำเป็น ซึ่งจะเป็นการเสียเวลาของทั้งฝ่ายผู้ควบคุมและ
พนักงานขายโดยเปล่าประโยชน์ แทนที่จะใช้ไปในการทำงานอื่น ๆ ที่ก่อให้เกิดประโยชน์มากกว่า ดังนั้นการ
ควบคุมมากเกินไปอาจทำให้ธุรกิจต้องสูญเสียพนักงานขายที่ดีไปได้

การควบคุมน้อยเกินไป การควบคุมน้อยเกินไปจะให้ผลเช่นเดียวกับการควบคุมมากเกินไป คือทำ
ให้พนักงานขายหมดกำลังใจในการทำงาน เพราะรู้สึกว่าจะไม่ได้รับการดูแลเอาใจใส่จากฝ่ายบริหารเท่าที่ควร เกิด
ทัศนคติที่ไม่ดีต่องานขายและผู้บังคับบัญชา ปฏิบัติงานไปตามยถากรรมขาดการปรับปรุงตนเอง ทำให้การ
ปฏิบัติงานไม่ได้ผลและถูกไล่ออกไปในที่สุด ผู้บริหารเองก็อาจไม่ทราบถึงปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในตลาดและถึง
แม้จะพิจารณาจากรายงานของพนักงานขาย แต่ก็ไม่อาจแน่ใจถึงความถูกต้องได้ เนื่องจากไม่มีกลไกใด ๆ ในการ
ตรวจสอบเลย

ปัจจัยในการพิจารณาขนาดของการควบคุม

ในการพิจารณาขนาดของการควบคุมที่เหมาะสมนั้น ผู้จัดการขายต้องพิจารณาปัจจัยหลายอย่าง
คือ

1. **คุณภาพของพนักงานขาย** ถ้าพนักงานขายที่บริษัทรับเข้ามามีประสบการณ์และความรู้ ความ
สามารถสูง ความจำเป็นในการควบคุมก็น้อยลง แต่ถ้าพนักงานขายใหม่ไม่มีประสบการณ์ในการขายมาก่อนก็
ต้องการความช่วยเหลือ คำแนะนำ และการควบคุมดูแลอย่างใกล้ชิดจากผู้ควบคุมการขายอยู่เสมอ

2. **ลักษณะงานขาย** โดยทั่วไปแล้วการขายผลิตภัณฑ์บางชนิดที่มีราคาสูง ขายยากหรือการขาย
โดยการประกวดราคาซึ่งความสำเร็จของพนักงานขายมีความสำคัญต่อบริษัทมาก ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องมีการ
ควบคุมติดตามผลเพื่อให้แน่ใจว่าพนักงานขายสามารถปฏิบัติงานได้ผลมากกว่าการควบคุมพนักงานขายที่ส่งไป
ขายตามบ้าน หรือทำการส่งเสริมการขายเท่านั้น

3. จำนวนพนักงานขาย ธุรกิจที่มีพนักงานขายไม่มากนัก ผู้จัดการขายสามารถดูแลการปฏิบัติงานขายด้วยตนเองอย่างทั่วถึง ก็อาจไม่ต้องมีการควบคุมมากนักและไม่ต้องอาศัยผู้ควบคุมการขาย ตรงข้ามกับธุรกิจที่มีพนักงานขายจำนวนมาก ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยผู้ควบคุมการขายช่วยดูแลควบคุมพนักงานขายเพื่อให้ทราบถึงปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการขาย ตลอดจนผลงานที่พนักงานขายสามารถทำได้ด้วย

4. อาณาเขตของการขายของกิจการ ธุรกิจที่พนักงานขายออกปฏิบัติงานในท้องถิ่นแคบ ๆ หรืออาณาเขตเล็ก ๆ ผู้บริหารงานขายสามารถทำการติดต่อกับพนักงานขายได้ง่ายและบ่อยครั้ง จึงทำการควบคุมดูแลได้ง่ายโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายและเวลามากนัก แต่ถ้าพนักงานขายของบริษัทซึ่งอาจจะมีจำนวนไม่มากนักต้องออกปฏิบัติงานขายไปทั่วประเทศ โดยที่อาณาเขตการขายซึ่งแต่ละคนต้องรับผิดชอบมีอาณาบริเวณกว้างมาก ฝ่ายบริหารไม่สามารถที่จะติดต่อกับพนักงานขายได้บ่อยนัก เนื่องจากเสียเวลาและค่าใช้จ่ายสูง ดังนั้น จึงต้องลดปริมาณการควบคุมให้เหลือเท่าที่จำเป็นเท่านั้น

5. ลักษณะการจ่ายค่าตอบแทนให้แก่พนักงานขาย บริษัทที่จ่ายค่าตอบแทนให้แก่พนักงานขายในรูปเงินเดือน ฝ่ายบริหารจำเป็นต้องควบคุมพนักงานขายอย่างใกล้ชิดมากกว่าบริษัทที่จ่ายค่าตอบแทนในรูปค่าเหนื่อยซึ่งรายได้ของพนักงานขายขึ้นอยู่กับผลงานที่ทำ อันเป็นการกระตุ้นการปฏิบัติงานของพนักงานขายอยู่ในตัวแล้ว

เจ้าหน้าที่ผู้ทำการควบคุมพนักงานขาย เจ้าหน้าที่ผู้ทำการควบคุมพนักงานขายโดยทั่วไปอาจจำแนกออกเป็น 3 ประเภท ด้วยกันคือ

1. ผู้จัดการขาย หรือผู้ช่วยผู้จัดการขายจากสำนักงานใหญ่
2. ผู้จัดการขายสาขา
3. ผู้ควบคุมการขาย หรือผู้ควบคุมพนักงานขาย

เจ้าหน้าที่ผู้ควบคุมพนักงานทั้ง 3 ประเภทดังกล่าวเป็นเจ้าหน้าที่ตามสายงานโดยตรงทั้งสิ้น เนื่องจากมีสิทธิและอำนาจหน้าที่ในการสั่งงานและควบคุมบังคับบัญชาโดยตรง เพราะการที่จะให้เจ้าหน้าที่ผู้ให้คำแนะนำปรึกษาซึ่งไม่มีอำนาจสั่งงานโดยตรง มาทำการควบคุมพนักงานขายนั้นเป็นการไม่เหมาะสมและอาจจะมีปัญหาอื่นตามมาอีกได้

1. ผู้จัดการขาย หรือผู้ช่วยผู้จัดการขายจากสำนักงานใหญ่ ธุรกิจโดยทั่วไปมักจะมีการควบคุมจากสำนักงานใหญ่ทั้งสิ้น ถ้าพนักงานขายของกิจการไม่มากนัก และเป็นผู้มีประสบการณ์ในการทำงานขายมาแล้ว ผู้จัดการขายก็สามารถจะควบคุมพนักงานขายได้เอง แต่กรณีที่มีพนักงานขายของกิจการมีเป็นจำนวนมาก ผู้ช่วยผู้จัดการขายจากสำนักงานใหญ่จะเข้ามาช่วยในการควบคุมดูแลและติดต่อกับพนักงานขายด้วย

2. ผู้จัดการขายสาขา สำหรับธุรกิจที่มีขอบเขตของตลาดกว้างขวางและมีสาขาหลายแห่ง ผู้จัดการขายตามสาขาต่าง ๆ จะทำหน้าที่เป็นผู้ควบคุมพนักงานขายอาณาเขตนั้น ๆ เพราะสามารถออกไปดูแลให้คำแนะนำปรึกษาแก่พนักงานขายในเขตที่รับผิดชอบได้สะดวกและบ่อยครั้ง แต่เนื่องจากผู้จัดการขายสาขาโดยทั่วไปมักจะมัวงวนที่ต้องรับผิดชอบอยู่มากในบางครั้งก็ไม่อาจให้เวลาในการควบคุมพนักงานขายได้มากเท่าที่ควร ดังนั้น ธุรกิจส่วนใหญ่จึงนิยมมอบให้ผู้ควบคุมพนักงานขายช่วยรับภาระหน้าที่ในการควบคุมพนักงานขายอย่างใกล้ชิด โดยผู้จัดการขายอาจจะไปตรวจเยี่ยมพนักงานขายเป็นครั้งคราวเท่าที่จำเป็นเท่านั้น

3. **ผู้ควบคุมการขายหรือผู้ควบคุมพนักงานขาย** ผู้ควบคุมการขายส่วนใหญ่จะเป็นพนักงานขายอาวุโสที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบในการควบคุมพนักงานขาย โดยอาจจะให้ปฏิบัติหน้าที่งานด้านการขายไปด้วย บางครั้งก็อาจจะเป็นผู้ทำการอบรม หรือตรวจสอบการทำงานของพนักงานขาย ตลอดจนให้คำแนะนำเพื่อแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ และพัฒนางานขายให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้นอีกด้วยนอกจากผู้ควบคุมการขายจะทำการควบคุมพนักงานขายให้สามารถปฏิบัติงานอย่างได้ผลและรับผิดชอบในการรายงานต่อผู้จัดการขายแล้ว ยังต้องพยายามสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีระหว่างพนักงานขายกลุ่มต่าง ๆ อีกด้วย

คุณสมบัติของผู้ควบคุมพนักงานขายที่ดี

ผู้ควบคุมพนักงานขายที่ดีมีลักษณะ ดังต่อไปนี้ คือ

1. มีประสบการณ์การทำงาน โดยเคยเป็นพนักงานขายที่ประสบความสำเร็จมาแล้ว
2. มีบุคลิกที่ดี มีลักษณะเป็นผู้นำ สามารถสั่งงานได้ถูกต้องและสร้างความเชื่อถือแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาได้
3. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เป็นตัวกลางในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างฝ่ายบริหารและพนักงานขาย
4. มีไหวพริบ ทักษะ และเทคนิคในการควบคุมคนอื่น
5. มีความสามารถในการสอนและฝึกอบรมผู้อื่นให้เข้าใจได้ดี
6. มีความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ดี
7. มีความสามารถเข้าใจลักษณะงาน และปัญหาต่าง ๆ ของทั้งฝ่ายบริหารและพนักงานขายได้

สิ่งที่ผู้ควบคุมพนักงานขายต้องเรียนรู้

นอกจากผู้ควบคุมการขายที่ดีจะต้องมีคุณสมบัติตามที่กล่าวข้างต้นแล้ว จะต้องเรียนรู้ถึงสิ่งเกี่ยวกับหน้าที่งานที่จะปฏิบัติเพิ่มเติมอีกด้วย ได้แก่

1. **เทคนิคการขาย** ผู้ควบคุมพนักงานขายแม้จะมีความชำนาญมาก่อนก็ยังจำเป็นต้องรับการแนะนำ ชี้แจง ทบทวนถึงเทคนิคการขายต่าง ๆ เทคนิคที่ธุรกิจใช้อยู่ในขณะนั้น ตลอดจนเทคนิคใหม่ ๆ เพื่อจะได้สามารถแนะนำพนักงานขายในความดูแลได้อย่างถูกต้อง
2. **มนุษยสัมพันธ์** มนุษย์สัมพันธ์เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่จะช่วยให้ผู้ควบคุมพนักงานขายประสบความสำเร็จในงานเพราะมีพนักงานขายหลายคนที่มีความรู้ความชำนาญและประสบการณ์สูง แต่ไม่อาจจะเป็นผู้ควบคุมพนักงานขายได้เนื่องจากขาดคุณสมบัติข้อนี้ ทำให้ไม่ได้รับความเชื่อถือจากผู้ใต้บังคับบัญชา ผู้ควบคุมที่มีมนุษยสัมพันธ์อันดีจะทำให้พนักงานขายมีกำลังใจในการทำงาน และตั้งใจปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ ยอมรับฟังคำแนะนำหรือการสั่งงานโดยดี
3. **การอบรมพนักงานขาย** ผู้ควบคุมพนักงานขายควรศึกษาความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการฝึกอบรมแบบต่าง ๆ เพื่อใช้อบรมแก่พนักงานขาย ตลอดจนปัญหาต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น เพื่อจะได้สามารถให้การอบรมถ่ายทอดความรู้แก่พนักงานขายได้

4. ทฤษฎีและหลักการจัดการ ผู้ควบคุมพนักงานขายจำเป็นต้องศึกษาถึงหลักการจัดการโดยทั่วไปที่จะนำไปใช้ในงาน ตลอดจนหลักปรัชญาต่าง ๆ ด้วย และเนื่องจากผู้ควบคุมเปรียบเสมือนตัวกลางเชื่อมระหว่างพนักงานขายกับฝ่ายบริหาร จึงจำเป็นต้องเรียนรู้ที่จะมองสิ่งต่าง ๆ ทั้งในทฤษฎีและของฝ่ายจัดการและพนักงานขาย

แหล่งของผู้ควบคุมพนักงานขาย

ผู้ควบคุมพนักงานขายอาจจะมาจาก 2 แหล่งใหญ่ คือ

1. ภายในกิจการ ผู้ควบคุมการขายจำนวนมากมาจากการแต่งตั้งพนักงานขายภายในของธุรกิจโดยฝ่ายบริหารจะทำการเลือกพนักงานขายที่มีความรู้ความสามารถ และคุณสมบัติเหมาะสมให้ทำหน้าที่ผู้ควบคุมพนักงานขาย ซึ่งพนักงานขายส่วนใหญ่ก็พอใจที่จะรับตำแหน่งนี้ อย่างไรก็ตามบางครั้งพนักงานขายที่มีคุณสมบัติครบถ้วนบางคนไม่ต้องการจะรับหน้าที่ผู้ควบคุมพนักงานขาย เพราะพอใจกับงานขายเดิมซึ่งให้รายได้ดีอยู่แล้ว แต่บ่อยครั้งก็มีผู้อยากเข้ารับตำแหน่งทั้ง ๆ ที่มีคุณสมบัติไม่เหมาะสม จึงทำให้ธุรกิจบางแห่งเกิดปัญหาในการจัดหาผู้ควบคุมการขายที่เหมาะสมอยู่บ่อย ๆ ดังนั้นบริษัทควรจะต้องหาวิธีการจูงใจพนักงานขายที่ดีให้เต็มใจเลื่อนตำแหน่งขึ้นเป็นผู้ควบคุมการขาย โดยการวางหลักเกณฑ์ในการเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่งด้วยความยุติธรรมรอบคอบ กำหนดงานในความรับผิดชอบอย่างเหมาะสม และให้โอกาสก้าวหน้าไปสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้นในฝ่ายบริหารด้วย

2. ภายนอกกิจการ กรณีที่ไม่สามารถหาบุคคลจากภายในกิจการที่มีคุณสมบัติเหมาะสมมาเป็นผู้ควบคุมพนักงานขายได้ ฝ่ายบริหารก็มักจะหาบุคคลภายนอก โดยรับพนักงานขายจากธุรกิจอื่น ๆ ที่มีความสามารถ ประสบการณ์ ความชำนาญงาน มีมนุษยสัมพันธ์ และคุณสมบัติอื่นที่เหมาะสมให้เป็นผู้ควบคุมพนักงานขายของบริษัท

วิธีการควบคุมพนักงานขาย

การควบคุมที่ผู้ควบคุมพนักงานขายสามารถเลือกมาใช้ได้มีหลายวิธี การที่จะใช้วิธีใดนั้นขึ้นอยู่กับประสบการณ์ความสามารถของพนักงานขาย นโยบาย และวัตถุประสงค์ในการควบคุมของธุรกิจ วิธีการเหล่านั้นได้แก่ การควบคุมโดย

1. บุคคล ได้แก่ ผู้บริหารงานขาย หรือผู้ควบคุมพนักงานขาย ซึ่งโดยทั่วไปมักจะออกไปพบพนักงานขายในอาณาเขตการขายที่พนักงานขายปฏิบัติงานอยู่ เพื่อช่วยแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นไม่ว่าจะเป็นปัญหาด้านงาน หรือส่วนตัว การควบคุมแบบนี้เป็นวิธีการสำคัญที่บริษัทต่าง ๆ ใช้กันมากและจัดเป็นวิธีการควบคุมที่ให้ผลดีที่สุด เพราะผู้ควบคุมจะมีการติดต่อกับพนักงานขายแบบตัวต่อตัวอย่างใกล้ชิด แต่มีข้อเสียที่ต้องสิ้นเปลืองเวลาและค่าใช้จ่ายมาก

2. **จดหมายและโทรศัพท์** ผู้บริหารงานขายของธุรกิจหลายแห่งได้พยายามควบคุมพนักงานขายโดยใช้การติดต่อทางจดหมาย ซึ่งมีข้อเสียที่บางครั้งไม่อาจจะอธิบายรายละเอียดถึงสิ่งยุ่งยากต่าง ๆ ได้มากนัก ในระยะหลังจึงได้หันมาใช้ในการติดต่อทางโทรศัพท์แทนกันมากขึ้น

3. **การประชุมทางการขาย** การที่ผู้บริหารงานขายหรือผู้ควบคุมพนักงานขายหมั่นประชุมพบปะกับพนักงานขาย จะทำให้มีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน และช่วยแนะนำแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้กับพนักงานขาย ฝ่ายพนักงานขายเองก็จะได้รับทราบถึงสิ่งที่ฝ่ายบริหารคาดหวังจากพวกเขา อย่างไรก็ตามการปฏิบัติแบบนี้อาจจะทำได้ไม่บ่อยนัก ถ้าพนักงานขายมีอาณาเขตการขายกระจายกว้างขวางมาก เพราะจะเสียเวลาและค่าใช้จ่ายสูง จึงอาจจะจัดการประชุมทางการขายได้เพียงปีละ 2 - 3 ครั้ง ตามที่เห็นควรเท่านั้น สำหรับพนักงานขายที่มีเขตการขายแคบ ผู้ควบคุมก็อาจจะจัดประชุมทุกวันในตอนเช้าก่อนพนักงานขายจะออกปฏิบัติงานประจำก็ได้

4. **เอกสารคู่มือการขาย** คู่มือการขาย (Sales Manuals) หรือเอกสารสิ่งพิมพ์อื่น ๆ ของธุรกิจจะบรรจุเรื่องราวต่าง ๆ ที่พนักงานขายควรจะทราบและปฏิบัติในสภาพการณ์ต่าง ๆ ซึ่งก็ให้ผลในการควบคุมเช่นกัน

5. **ลักษณะการปฏิบัติงาน** (Automatic Supervision) การควบคุมโดยลักษณะการปฏิบัติงานจะเป็นเครื่องมือทางการบริหารที่มีอิทธิพลต่อการควบคุมพฤติกรรมของพนักงานขายให้ปฏิบัติไปตามแผนการขายที่ได้กำหนดขึ้น โดยอาศัยหลักของการบริหารงานด้านการขายบางประการ วิธีการเหล่านี้ ได้แก่

5.1 **แผนการจ่ายค่าตอบแทน** แผนการจ่ายรายได้หรือค่าตอบแทนเป็นเครื่องมือในการควบคุมโดยลักษณะการปฏิบัติงานที่สำคัญที่สุด เพราะจะช่วยบังคับหรือกระตุ้นให้พนักงานขายปฏิบัติงานเพื่อให้ได้รับรายได้มากที่สุด เช่น ถ้าต้องการกระตุ้นให้พนักงานขายขายสินค้าให้ได้มาก ๆ ก็มักจะมีการกำหนดแผนการจ่ายค่าตอบแทนโดยให้สิ่งจูงใจเป็นพิเศษ

5.2 **การกำหนดเขตการขาย** อาณาเขตการขายเป็นการกำหนดขอบเขตการทำงานที่พนักงานขายต้องมีหน้าที่รับผิดชอบออกไปหาลูกค้า ขนาดของเขตการขายจะควบคุมพฤติกรรมของพนักงานขายได้โดยอัตโนมัติ เพราะหากกำหนดเขตการขายที่แคบ ก็จะเป็นการบังคับให้พนักงานขายพยายามหาผู้คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อลูกค้าทุกรายเพื่อให้ได้ยอดขายตามโควตา แต่ถ้าพนักงานขายได้รับมอบหมายเขตที่กว้างมากเกินไปก็จะทำการขายได้ทั่วถึง พนักงานขายก็จะเลือกขายให้เฉพาะกับลูกค้าดี ๆ บางรายเท่านั้น การกำหนดเขตการขายในขนาดที่เหมาะสมจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างหนึ่งในการควบคุมพนักงานขาย

5.3 **การกำหนดโควตาการขาย** โควตาการขายเป็นเครื่องมือในการควบคุมอย่างหนึ่งซึ่งกระตุ้นให้พนักงานขายมีการปฏิบัติงานและกิจกรรมต่างๆ ไปตามเป้าหมายที่ฝ่ายบริหารต้องการ และจะให้ผลดีที่สุดถ้านำมาใช้ควบคู่ไปกับแผนการจ่ายค่าตอบแทนแก่พนักงานขาย

5.4 **การกำหนดค่าใช้จ่ายที่ให้เบิกได้** นโยบายเกี่ยวกับการกำหนดวงเงินค่าใช้จ่ายในการขายที่ขอมให้พนักงานขายเบิกได้นั้นจะให้ผลในการควบคุมพนักงานขายให้พยายามใช้จ่ายเงินภายในขอบเขตที่กำหนดเพื่อผู้บริหารจะสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้ เช่น เบี้ยเลี้ยง ค่ายานพาหนะ ค่าเลี้ยงรับรอง ฯลฯ

6. การวิเคราะห์การขาย การวิเคราะห์ผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายแต่ละคน เช่น ปริมาณขาย สินค้าแต่ละชนิด ค่าใช้จ่าย จำนวนครั้งที่เยี่ยมลูกค้า จำนวนวันทำงาน ค่าสิ่งที่ได้รับ จำนวนวันเดินทางและอื่น ๆ จะช่วยให้ทราบถึงสมรรถภาพในการทำงาน ความต้องการของพนักงานขายและปัญหาต่าง ๆ ในการขาย จึงจัดเป็นเครื่องช่วยในการควบคุมโดยทางอ้อมอีกอย่างหนึ่ง

7. รายงานของพนักงานขาย รายงานของพนักงานขายถูกใช้เป็นเครื่องมือในการควบคุมที่ได้รับ ความนิยมน้อยอย่างแพร่หลาย โดยทั่วไปพนักงานขายทุกคนจะต้องจัดทำรายงานการปฏิบัติงานเสนอต่อผู้บริหาร ฝ่ายขาย ซึ่งจะทำการวิเคราะห์รายงานนั้นเพื่อประเมินความสามารถของพนักงานขาย นอกจากรายงานจะชี้ให้ ทราบถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่พนักงานขายได้ปฏิบัติแล้วยังช่วยให้ฝ่ายบริหารได้ทราบถึงสถานะการแข่งขัน ปฏิกริยา ของลูกค้าต่อบริษัท และข้อมูลอื่น ๆ อันจะช่วยให้สามารถประเมินผลงานของพนักงานขายได้ อาทิเช่น จำนวน ครั้งที่เยี่ยมเยือนลูกค้า จำนวนใบสั่งซื้อ ขนาดของใบสั่งซื้อ วันทำงาน ลูกค้าใหม่ ฯลฯ

ในการวางแผนงานขาย พนักงานขายมักจะจัดระบบการทำงานของตนเพื่อให้การเขียนรายงานได้ ผล เนื่องจากทราบถึงสิ่งที่จะต้องรายงานผลต่อไปจึงสามารถกำหนดกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะต้องกระทำไว้ล่วงหน้า ได้ ธุรกิจส่วนใหญ่จะจัดทำแบบฟอร์มรายงานต่างๆ ให้สะดวกแก่พนักงานขายที่จะกรอกข้อมูลรายงานฝ่าย บริหาร อย่างไรก็ตามเพื่อไม่ให้พนักงานขายเกิดความรำคาญ หรือเสียเวลามากเกินไป จึงควรระวังไม่ให้ พนักงานขายต้องมีภาระกรอกแบบฟอร์มต่าง ๆ มากเกินความจำเป็น และผู้บริหารงานขายควรจะใช้ วิจารณญาณที่ดีในการพิจารณาข้อมูลจากรายงานนั้นก่อนดำเนินการอย่างหนึ่งอย่างใดลงไป และไม่ควรรี ายงานเพื่อตำหนิติเตียนพนักงานขาย แต่ควรใช้เพื่อให้ได้ข้อมูลและเพื่อแนะนำกิจกรรมต่าง ๆ เกี่ยวกับการขาย เท่านั้น

ขอบเขตของการควบคุม

ปัญหาอย่างหนึ่งของการควบคุมก็คือ ควรจะมีพนักงานขายจำนวนกี่คนที่อยู่ภายใต้การบังคับ บัญชาของผู้ควบคุมงานขายกี่คน ที่จะทำให้สามารถดูแลได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะหากมีพนักงานขายมากไป จะทำให้ผู้ควบคุมพนักงานขายไม่สามารถดูแลพนักงานขายได้ทั่วถึงและให้เวลากับพนักงานขายแต่ละคนได้ไม่ มากพอ นอกจากนี้ยังเป็นการทำลายขวัญของทั้งสองฝ่ายอีกด้วย

ในการกำหนดจำนวนพนักงานที่เหมาะสมนั้น ฝ่ายบริหารจะต้องพิจารณาว่าควรจะให้ผู้ควบคุม พนักงานขายเยี่ยมเยือนพนักงานขายกี่คน แต่ละคนบ่อยครั้งแค่ไหนต่อสัปดาห์และต่อเดือน และจะให้ใช้เวลากับ พนักงานขายแต่ละคนนานเท่าใด นอกจากนี้ผู้ควบคุมยังจะต้องทำงานอะไรอีกบ้าง แล้วจึงคำนวณหาขนาดของ การควบคุมที่เหมาะสมได้ อย่างไรก็ตามขอบเขตของการควบคุมอาจจะแตกต่างกันไปตามความสามารถ ท้าละที่ อยู่ของผู้ควบคุม และลักษณะของพนักงานขายตลอดจนความสำคัญของพนักงานขายต่อบริษัทด้วย

สรุปสาระสำคัญ การควบคุมพนักงานขาย

การควบคุม หมายถึง หน้าที่ติดตามงานซึ่งนำมาซึ่งความสำเร็จตามแผนงานที่กำหนดไว้ การควบคุมจึงเป็นทั้งกระบวนการในการบริหารงาน และเป็นผลของการบริหารงานเมื่อมองจากระบบรวมขององค์การ กระบวนการของการควบคุม เริ่มจากวางวัตถุประสงค์ เมื่อกำหนดวัตถุประสงค์แล้วขั้นต่อมาคือสร้างนโยบาย และวางแผน จากนั้นจัดแผนการขายและการรณรงค์โดยระบุถึงวิธี และหน้าที่อื่น ๆ ที่ต้องการ

หน้าที่การควบคุมในหน่วยงานขายมี 8 ขั้นตอนดังนี้

1. กำหนดเป้าหมายของบริษัทและวัตถุประสงค์ของหน่วยงานขาย
2. กำหนดนโยบายและแผนงานของหน่วยงานขายเพื่อให้งานดำเนินไปตามนโยบายที่วางไว้
3. ร่างแผนการส่งเสริมการขาย การโฆษณา และวิธีการอื่น ๆ ที่จำเป็นต้องใช้ในหน่วยงานขาย
4. ปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ ของหน่วยงานประสานงานกับหน่วยงานอื่น ๆ ทั้งภายในและนอกบริษัท
5. กำหนดมาตรฐานเชิงปริมาณ (Quantitative Performance) , มาตรฐานเชิงคุณภาพ (Qualitative Performance) และกฎเกณฑ์ต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นหลักในการพิจารณาประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานขาย
6. บันทึกการปฏิบัติงานที่เกิดขึ้นจริง
7. เปรียบเทียบการปฏิบัติงานที่เกิดขึ้นจริงกับมาตรฐานเชิงปริมาณ (Quantitative Performance) และมาตรฐานเชิงคุณภาพ (Qualitative Performance)
8. ตัดสินใจปฏิบัติงาน - ไม่ทำอะไรเลยในเวลานั้น
 - ให้ความสนใจและปรับปรุงวิธีการทำงาน
 - ปรับปรุงนโยบาย แผนงาน หรือกลยุทธ์อื่น ๆ
 - ปรับปรุงวัตถุประสงค์

กระบวนการควบคุมทั้ง 8 ขั้นจะเห็นได้ว่าการควบคุมที่แท้จริงเริ่มจากขั้นที่ 4 ถึงขั้นที่ 8 คือ

1. กำหนดมาตรฐานการปฏิบัติงาน (Standards of Performance) ในการกำหนด

มาตรฐานการปฏิบัติงานการขาย ผู้กำหนดควรรู้ถึงหน้าที่และกิจกรรมที่พนักงานขายถูกคาดหวังให้ทำ นอกจากนี้ยังต้องพิจารณาถึงความรู้ด้านตลาด มาตรฐานของการปฏิบัติงานทางการขายที่ถูกคัดเลือกไว้ จะต้องอำนวยความสะดวกในการวัดความก้าวหน้าที่เกิดขึ้น ในรูปของวัตถุประสงค์ของหน่วยงานทั้งในแง่วัตถุประสงค์

(1). ช่วยเปรียบเทียบหน่วยสินค้าที่ขายได้กับยอดขายที่ควรเป็น (Sales-Volume potential)

หน่วยสินค้าที่ขายเป็นเป้าหมายที่สำคัญและมาก่อนเป้าหมายกำไร บริษัทจะต้องขายสินค้าและบริการให้ได้ถึงระดับหนึ่งเสียก่อน

(2). ช่วยประเมินความสำเร็จของหน่วยงานในแง่ของกำไร เป้าหมายกำไรเป็นส่วนสุดท้ายของปัจจัยสลับซับซ้อน การควบคุมเพียงเล็กน้อยจากการกำหนดมาตรฐานของหน่วยสินค้าที่ขายไม่เพียงพอ ควรพิจารณาถึงปัจจัยทั้งหมดที่อยู่ภายใต้การควบคุมของผู้บริหารงานขาย ละมีผลกระทบต่อผลกำไร

(3). ช่วยให้บรรลุถึงเป้าหมายของความเจริญเติบโต บริษัทจะหวังว่าพนักงานขายแต่ละคนจะเพิ่มการขายรวมของตน แต่มีข้อสมมุติว่าการบริหารงานทางตลาดได้ผลดี คือยังรักษาคุณภาพของสินค้า ราคา การส่งเสริมการขาย นโยบายทางการตลาดเป็นไปในทางเดียวกับความต้องการทางตลาด

มาตรฐานเชิงปริมาณที่ใช้กันทั่วไป มีดังนี้

(1) กำหนดโควตา (Quotas) โควตาเป็นขนาดของวัตถุประสงค์ที่กำหนดขึ้นแน่นอนในหน่วยทางการตลาด โควตาที่ใช้กันอยู่มักอยู่ในรูปของกำไรขั้นต้น กำไรสุทธิ ค่าใช้จ่าย การปฏิบัติงาน ฯลฯ

(2) อัตราส่วนระหว่างค่าใช้จ่ายในการขายเปรียบเทียบกับปริมาณขาย (Ratios of Selling

Expenses to Sales Volume) ใช้มากกับบริษัทที่ขายสินค้าทางอุตสาหกรรมมากกว่าบริษัทที่ขายสินค้าส่งหรือการบริโภค เพราะเน้นถึงการขายโดยใช้บุคคล การรับรองลูกค้า บริษัทจึงจำเป็นต้องควบคุมค่าใช้จ่ายพวกนี้

(3) เปรียบเทียบผลกำไรที่ได้จากการขาย (Ratios of Territorial Net Profit or Gross Margin to Sale) ใช้ควบคุมหน่วยสินค้าที่ขาย และค่าใช้จ่ายเช่นเดียวกับการควบคุมกำไร โดยผู้บริหารงานขายคิดว่าแต่ละเขตเป็นหน่วยอิสระ พนักงานขายในเขตนั้นมีหน้าที่ทำอะไรให้บริษัทด้วยวิธีเพิ่มปริมาณขายและลดค่าใช้จ่ายในการขาย เน้นสินค้าที่ให้กำไรมาก หรือลูกค้าที่จะนำกำไรมาให้สูง

(4) อัตรายอดขายในแต่ละเขต (Territorial Share of the Market) ผู้บริหารงานขายสามารถกำหนดเป้าหมายและจำนวนในแต่ละเขต เป้าหมายเหล่านี้เป็นเป้าหมายของพนักงานขายแต่ละคน ผู้บริหารงานขายสามารถประเมินประสิทธิภาพของพนักงานขายนั้นได้

(5) อัตราความทั่วถึงของการจำหน่าย (Sales Coverage Effectiveness Index) เป็นความสัมพันธ์ระหว่างสัดส่วนของจำนวนมูลค่าต่อยอดรวมของบุคคลที่ควรเป็นลูกค้าในเขตนั้น อัตราส่วนนี้ช่วยให้บริษัทติดตามความก้าวหน้าและประสิทธิภาพของพนักงานขายแต่ละคน

(6) อัตราส่วนการเยี่ยมชมลูกค้า (Call Frequency Ratio) ผู้บริหารงานขายสามารถควบคุมการปฏิบัติงานของพนักงานขายในระหว่างการที่พนักงานขายไปเยี่ยมชมลูกค้า อัตราส่วนการเยี่ยมชมลูกค้าคำนวณได้โดยหารจำนวนการเยี่ยมชมของพนักงานขายด้วยจำนวนลูกค้าทั้งหมด

(7) ปริมาณการเยี่ยมชมลูกค้าประจำวัน (Call Per Day) ผู้บริหารควรกำหนดมาตรฐานจำนวนการเยี่ยมชมของพนักงานขายที่ควรทำต่อวัน และช่วยวางแผนการเดินทางเพื่อควบคุมปริมาณงานและลดการเสียเวลาควรกำหนดเป็นรายบุคคลในเขตต่าง ๆ

(8) อัตราส่วนการเยี่ยมชมต่อใบสั่งซื้อ (Order Call Ratio) ช่วยฝ่ายประเมินวัดประสิทธิภาพของพนักงานขาย เพราะคำนวณโดยนำเอาจำนวนเงินรวมที่ได้จากใบสั่งซื้อสินค้าทั้งหมดรวมทั้งพนักงานขายควรทำได้ในเวลาที่กำหนดหารด้วยจำนวนครั้งของการเยี่ยมชม

$$\frac{\text{จำนวนเงินรวมที่ได้จากใบสั่งซื้อรวม}}{\text{จำนวนครั้งของการเยี่ยมชม}}$$

(9) ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อการเยี่ยมชมหนึ่งครั้ง (Average Cost Per Call) ควรกำหนดเป้าหมายในรูปค่าใช้จ่ายต่อการเยี่ยมชมแต่ละครั้ง โดยพิจารณาถึงค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการเยี่ยมชมในแต่ละภาคหรือแต่ละจังหวัด

(10) ขนาดตัวเฉลี่ยของขนาดใบสั่ง (Average Order Size) เป้าหมายเพื่อให้ฝ่ายบริหารควบคุมการดำเนินงานของพนักงานขาย ควบคู่ไปกับค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อการเยี่ยมชมหนึ่งครั้ง

(11) กิจกรรมที่ไม่เกี่ยวกับการขาย (Nonselling Activities) บางบริษัทกำหนดมาตรฐานสำหรับการดำเนินงานของพนักงานขายในหน้าที่ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการขาย เพื่อพนักงานขายจะได้ใช้เป็นแนวทางในการวางแผนปฏิบัติงาน

(12) อัตราความสำเร็จในการขาย เพื่อใช้ประเมินจัดประสิทธิภาพในการขาย

$$\frac{\text{จำนวนใบสั่งซื้อทั้งหมด}}{\text{จำนวนครั้งที่ไปเยี่ยมชม}}$$

(13) ประสิทธิภาพของการกำหนดเส้นทางขาย

(14) วันทำงาน

มาตรฐานเชิงคุณภาพ (Qualitative Performance Criteria) การดำเนินงานบางอย่างของพนักงานขาย ไม่สามารถประเมินจากจำนวนตัวเลขได้ จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้บริหารจะใช้มาตรฐานการประเมินผลแบบใน

เชิงคุณภาพ มาตรฐานเชิงคุณภาพนี้ประเมินได้จากความคุ้นเคยระหว่างผู้บริหารงานกับพนักงานขาย คือ ใช้การตัดสินใจของผู้บริหารงานเป็นหลัก ผู้บริหารงานขายจึงได้กำหนดการประเมินแบบเป็นทางการขึ้นมาเรียกว่า Rating System หรือ Saleman Measured Merit Rating ซึ่งกำหนดได้โดยใช้คำพรรณานงานของบริษัทเป็นหลัก

2. บันทึกผลการปฏิบัติงานที่เกิดขึ้นจริง

บันทึกผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายในปัจจุบัน (Recording Actual Performance) ผู้บริหารควรบันทึกผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่แท้จริง เพื่อพัฒนาปรับปรุงมาตรฐานการดำเนินงาน แหล่งของข้อมูลที่แสดงถึงผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายในปัจจุบัน รวบรวมได้จากฝ่ายบัญชีในรูปของหน่วยสินค้าและจำนวนเงินที่ขายได้

(2.1) รายงานที่ฝ่ายบริหารได้รับจากพนักงานขายรวมถึงเรื่องต่อไปนี้ (The System of Field Sales Reports)

- 2.1.1 นำมาซึ่งข้อมูลที่ใช้ประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย
- 2.1.2 เพื่อช่วยให้พนักงานขายวางแผนการปฏิบัติงานของตนเอง
- 2.1.3 เพื่อบันทึกข้อเสนอแนะ และคำหึงของลูกค้า และปฏิกิริยาโต้ตอบเกี่ยวกับสินค้าใหม่
- 2.1.4 เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมของคู่แข่ง
- 2.1.5 เพื่อรายงานการเปลี่ยนแปลงในธุรกิจของท้องถิ่น และเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ
- 2.1.6 เพื่อบันทึกข้อมูลที่สำคัญ ๆ ในเขตที่พนักงานขายดำเนินงานอยู่
- 2.1.7 เพื่อประโยชน์ในการจัดทำบัญชีควบคุมสินค้าและบริการ หรือควบคุมลูกค้าแต่ละราย และเพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการส่งเสริมการขาย
- 2.1.8 เพื่อนำมาซึ่งข้อมูลที่ต้องการของฝ่ายวิจัยตลาด

รายงาน 7 ประเภทของพนักงานขาย

(1) รายงานความก้าวหน้าที่มีลูกค้าเพิ่มขึ้นหรือรายงานเกี่ยวกับการเยี่ยมชมลูกค้า (Progress or Call Report) เป็นรายงานที่ทำหลังจากที่การขายเสร็จสิ้นในแต่ละครั้ง หรือรวบรวมทำงานครั้งเดียวสำหรับการขายตลอดวันหรือตลอดช่วงเวลาที่กำหนด รายงานฉบับนี้ช่วยให้ฝ่ายบริหารรู้ถึงกิจกรรมของพนักงานขาย

(2) รายงานค่าใช้จ่าย (Expenses Report) บริษัทจัดทำแบบฟอร์มเฉพาะสำหรับให้พนักงานขาย รายงานเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริง วัตถุประสงค์ที่ทำให้ทำรายงานฉบับนี้ขึ้นมา ก็เพื่อควบคุมชนิดและจำนวนค่าใช้จ่ายของพนักงานขาย

(3) รายงานการวางแผนปฏิบัติงานของพนักงานขาย (Salesman's Work Plan) รายงานนี้มีจุดมุ่งหมายให้พนักงานขายวางแผน กำหนดรายละเอียดและวิธีปฏิบัติของกิจกรรมต่าง ๆ ที่เขาจะจัดทำขึ้น และเพื่อให้ฝ่ายบริหารรับรู้ว่าเขากำลังทำอะไร รายงานนี้สามารถใช้เป็นมาตรฐานควบคุมการทำงานที่เกิดขึ้นจริงและแผนการทำงานนี้จะช่วยฝ่ายบริหารประเมินความสามารถของพนักงานขาย

(4) รายงานเกี่ยวกับลูกค้ารายใหม่ที่ติดต่อดี (New Business or Potential New Business Report) รายงานนี้บอกฝ่ายบริหารเกี่ยวกับลูกค้าที่เพิ่งได้รับ และผู้ที่อาจกลายเป็นลูกค้าที่สำคัญในอนาคต วัตถุประสงค์คือเตือนพนักงานขายว่า ฝ่ายบริหารต้องการให้เขาขยายเขตการค้าโดยหาลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น

(5) รายงานเกี่ยวกับการเสียลูกค้า (Lost Sale Report) รายงานของการเสียลูกค้าจะชี้ให้เห็นถึงการปรับปรุงที่ควรมีในบริษัท ข้อควรจำเกี่ยวกับรายงานประเภทนี้คือ เมื่อฝ่ายบริหารรับรายงานแล้วควรสำรวจเพิ่มเติม

(6) รายงานเกี่ยวกับข้อติชมและข้อที่ควรแก้ไข (Report of Complaint and or Adjustment) นำมาซึ่งข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์เกี่ยวกับการแข่งขันที่เกิดขึ้นสำหรับการทำงานของพนักงานขายแต่ละคนเพื่อช่วยในการวิเคราะห์ในเวลาต่อไป

(7) รายงานเกี่ยวกับเงื่อนไขทางธุรกิจโดยทั่วไป (Report on General Business Condition) วัตถุประสงค์หลักมีสามประการคือ

- เพื่อปฐมนิเทศนักบริหารเกี่ยวกับสภาพธุรกิจทั่วไปในเขตต่าง ๆ
- เพื่อหาข้อมูลที่ต้องการ ซึ่งจำเป็นต้องใช้ประกอบในการวางแผนการขาย และกำหนดความช่วยเหลือทางการขายที่ต้องใช้เขตนั้น ๆ
- เพื่อพัฒนาข้อมูลสำหรับการพยากรณ์และกำหนดโควตาการขายในเขตนั้น ๆ

2.2 รายงานจากผู้บริหารงานขายที่ควบคุมการขาย (Report from Field Sales Management) ผู้บริหารงานขายที่เกี่ยวข้องกับการขายโดยตรง จะทำหน้าที่และเพิ่มความสำคัญในบทบาทการกำหนดมาตรฐานการดำเนินงานของพนักงานขาย ผู้บริหารงานขายระดับสาขาและผู้บริหารงานขายประจำภาคเป็นผู้กำหนดโควตาของหน่วยสินค้าให้พนักงานขายแต่ละคน โดยระบุรายละเอียดถึงชนิดของสินค้า ลูกค้า บัญชีของลูกค้าในระดับสาขาทำไรสุทธิที่ควรได้ ค่าใช้จ่าย ฯลฯ ผู้บริหารงานขายในระดับที่ควบคุมการขายโดยตรง มีบทบาทสำคัญในการบันทึก และรายงานข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานที่แท้จริงของพนักงานขาย เพราะเป็นผู้ที่ใกล้ชิดและมีโอกาสสังเกตได้ว่า พนักงานขายแต่ละคนดำเนินการขายอย่างไร

2.3 จำนวนรายงานที่เหมาะสมและแบบของรายงาน จำนวนรายงานที่เพียงพอจะนำมาสร้างข้อมูลเพื่อใช้ในการควบคุม บริษัทควรกำหนดขนาดของแบบฟอร์มและรูปร่างที่เหมาะสมเพื่อใช้ในการทำรายงาน รายงานที่ทำความมีสำเนาให้พนักงานขายเก็บไว้ด้วย รายละเอียดที่ต้องการขึ้นอยู่กับแต่ละบริษัท

3. ประเมินผลงานโดยเปรียบเทียบงานที่เกิดขึ้นจริงกับมาตรฐานที่กำหนด (Evaluating Comparing Actual Performance with Standard) ในการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย การตัดสินใจทำโดย

เทียบการทำงานที่เกิดขึ้นจริงกับมาตรฐาน โดยเฉพาะมาตรฐานในเชิงปริมาณของพนักงานขาย การใช้มาตรฐาน อาจทำให้การประเมินผลงานของพนักงานขายคลาดเคลื่อนจากความเป็นจริงด้วยเหตุผลดังนี้

3.1 เป็นการ ไม่สมเหตุผลผลที่จะประเมินผลงานพนักงานโดยใช้มาตรฐานแบบเดียวกัน เพราะพนักงานขายแต่ละคนมีเขตการขาย ลักษณะของลูกค้า ขนาดของผลตอบแทน ขนาดของตลาดต่างกัน

3.2 ความซับซ้อนที่เกิดจากการดำเนินงาน ทำให้การเปรียบเทียบระหว่างการดำเนินงานของพนักงานขายกับมาตรฐานทำไม่ได้ดีเท่าที่ควร

3.3 การประเมินประสิทธิภาพของพนักงานขาย ต้องมีกรรมวิธีมากกว่าการเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานกับมาตรฐานเชิงปริมาณ (Quantitative Performance) แต่ควรพิจารณาถึงมาตรฐานในเชิงคุณภาพ (Qualitative Performance) ด้วย เพราะพนักงานขายที่ไม่สามารถขายได้ตามโควต้า อาจเป็นผู้ที่สร้างชื่อเสียงและการขายให้กับบริษัทในอนาคต โดยการพัฒนาความสัมพันธ์กับคู่แทนจำหน่ายหรือตัวแทนอื่น ๆ

4. ตัดสินใจปฏิบัติงาน (Taking Action-The Dynamic Phase of Control) การตัดสินใจอาจออกมาในรูปที่ว่าไม่มีการปฏิบัติการใด ๆ เลย หรือเลือกทางใดทางหนึ่งจากทางเลือกสามทาง ดังนี้

(1) ปรับปรุงการปฏิบัติงานให้เข้ากับมาตรฐาน โดยเพิ่มความสนใจในวัตถุประสงค์และคงมาตรฐานกับวัตถุประสงค์ไว้อย่างเดิม

(2) ปรับปรุงนโยบายหรือแผนงาน หรือกลยุทธ์อื่น เพื่อให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ที่กำหนด

(3) ปรับปรุงวัตถุประสงค์หรือมาตรฐาน หรือกฎเกณฑ์ที่ใช้ เพื่อให้สมเหตุผลยิ่งขึ้น

4.1 การควบคุมโดยมอบแผนการปฏิบัติงานให้ (Controlling Salemen Through Routing and Scheduling Plans) เทคนิคที่สำคัญของผู้บริหารงานขาย คือกำหนดแผนงานประจำและเวลาของการปฏิบัติงานให้กับพนักงานขาย จุดมุ่งหมายเพื่อรักษาไว้ซึ่งระบบการสื่อสาร ปรับปรุงอาณาเขตและลดเวลาเสียเปล่าของพนักงานขาย การกำหนดเส้นทาง (Routing) เป็นของง่าย ทำได้จากศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับจำนวนและที่ตั้งของลูกค้า ทางที่จะเข้าถึงลูกค้าและระบบการขนส่ง จำนวนความถี่ในการเยี่ยมชมที่เหมาะสม ฯลฯ

4.2 การควบคุมโดยใช้เทคนิควิธีการควบคุม (Controlling Salemen Through Supervision) ผู้บริหารงานขายสามารถควบคุมกิจการงานโดยใช้เทคนิควิธีการควบคุมทางการขาย ผู้บริหารงานขายควรกำหนดการควบคุมที่เหมาะสม สิ่งที่เป็นเครื่องชี้ว่าวิธีการควบคุมควรมีการเปลี่ยนแปลงได้ ก็เมื่อเกิดเหตุการณ์เหล่านี้คือ อัตราการเข้าออกของพนักงานขายเพิ่มสูงกว่าปกติ, สัดส่วนระหว่างค่าใช้จ่ายทางตรงที่เกี่ยวกับการขายกับยอดขาย สูงกว่าที่ควรเป็น, อัตราการหมุนเวียนของบัญชีลูกค้าเพิ่มสูงขึ้น, การเพิ่มขึ้นของข้อตำหนิจากลูกค้า, การส่งช่องทางโทรศัพท์หรือทางจดหมายเพิ่มขึ้นอย่างไม่มีเหตุผล, ขวัญของพนักงานขายลดลง, จำนวนการเยี่ยมชมรวมลดลง, อัตราส่วนระหว่างใบสั่งและการเยี่ยมชมลดลง ฯลฯ

ทฤษฎี แนวความคิดหลัก

ในการศึกษา แนวความคิดของพนักงานขาย พนักงานขายจะมองถึงคำตอบแทนที่ตนเองจะได้รับ ดังต่อไปนี้

1. ความต้องการมีความมั่นคง สำหรับพนักงานขายใหม่ ทุกคนจะพูดเหมือนกันหมดว่า ขอให้ทำงานและมีรายได้พอเลี้ยงชีพเท่านั้น เพราะระดับแรงจูงใจของพนักงานขายใหม่จะอยู่ในระดับพื้นฐานที่ต้องการยึดเหนี่ยวอะไรไว้สักอย่างทฤษฎีความต้องการเป็นลำดับขั้นของคอนของอับราฮัม มาสโลว์ (Abraham Maslow) ซึ่งเป็นนักจิตวิทยาที่เป็นผู้นำในการพัฒนาจิตวิทยาของมนุษยชาติ (Humanistic Psychology) หรือเรียกว่า Hierarchy of Needs

2. ความต้องการความก้าวหน้า มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น สำหรับพนักงานขายที่มีประสบการณ์มาแล้ว หรือผ่านงานมาแล้ว หรือที่ประสบความสำเร็จในการขายภายหลังที่ได้ประกอบอาชีพขายมาระยะเวลาหนึ่ง ก็ต้องการที่จะได้รับคำตอบมากขึ้น เพื่อยกฐานะความเป็นอยู่ของตนเองและครอบครัวให้เป็นที่ยอมรับของสังคม และแรงจูงใจจะเพิ่มมากขึ้นควบคู่ไปกับระดับรายได้ที่ต้องการมากขึ้นเช่น ได้รับการเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่งเป็นที่ยอมรับยกย่อง ยังเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปว่า ผลงานแรงจูงใจ รายได้และระยะเวลาที่มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด และระยะเวลาที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจและรายได้

3. มีความยุติธรรม ถ้ารายได้เป็นการแข่งขัน พนักงานขายต้องการความยุติธรรมในแง่ที่ว่าระดับรายได้ของพนักงานเมื่อเปรียบเทียบกับบริษัทอื่นๆ ที่อยู่ในการเดียวกันควรอยู่ในระดับเดียวกัน มิฉะนั้นพนักงานขายจะคิดว่าบริษัทคอยเอาเปรียบเป็นการบั่นทอนขวัญและกำลังใจโดยตรง ดังนั้นหน้าที่ที่สำคัญของผู้บริหารงานขายจะต้องหมั่นสำรวจตรวจสอบอยู่เสมอในเรื่องระดับรายได้ของพนักงานขาย

4. เป็นรางวัลสำหรับผลงานที่ดีเด่น การทำงานคือการแข่งขัน พนักงานขายที่อยากก้าวหน้า มีรายได้ดีกว่าพนักงานขายคนอื่น ก็จะต้องพยายามสร้างผลงานที่ดีเด่นกว่า เมื่อพนักงานขายมีผลงานที่ดีกว่าคนอื่น ก็หวังที่จะได้รับรางวัลตอบแทนจากบริษัทในรูปแบบของคำตอบแทนหรือความก้าวหน้าหรือทั้งสองอย่าง การรักษากพนักงานขายที่ดีไว้ให้ได้และมีผลงานที่ดีสม่ำเสมอ จึงเป็นงานที่ทำทายความสามารถของผู้บริหารงานขาย

ในการศึกษาผลของระบบการควบคุมพนักงานขายที่มีพื้นฐานวางอยู่บนพฤติกรรมและผลการดำเนินงานของพนักงานขาย ในตัวแทนจำหน่ายรถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานครเป็นการศึกษาเกี่ยวกับผลของระบบควบคุมตามแนวทางการศึกษาของ Anderson and Oliver, (1987)

การวิจัยของ Anderson and Oliver, (1987) ได้เสนอสิ่งสำคัญของการบริหารงานขาย

โดยทั่วไปแล้วนอกเหนือจากประเด็นของการให้คำตอบแทนก็คือ ใ้อธิบายรวมความไปจนถึง การติดตาม ตรวจสอบการสั่งการและการประเมินผลด้วย ซึ่งองค์ประกอบของงาน โครงสร้างการควบคุมดังกล่าว จะเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อพนักงานขาย และเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดการกระตุ้นให้พวกเขาได้รู้สึกเชื่อและประพฤติไปในลักษณะที่สอดคล้องกับโครงสร้างที่ฝ่ายบริหารได้กำหนดไว้ ดังนั้น ระดับต่าง ๆ ของการติดตามและการชี้แนะหรือทิศทางนั้น รวมทั้งวิธีการในการประเมินและการให้ผลตอบแทนแก่พนักงานขาย ควรจะได้รับการพิจารณาเป็นการตัดสินใจที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ซึ่งเป็นตัวอธิบายระบบการควบคุมเชิงบริหาร โดยรวมของบริษัท นอกจากนี้ผลกระทบสุทธิของระบบการควบคุมที่พนักงานขายรับรู้และมีอิทธิพลอย่างยิ่งยวดต่อการตระหนัก

ต่าง ๆ หรือการรับรู้ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับงาน ทักษะ และพฤติกรรมด้วย ซึ่งแง่มุมต่าง ๆ ได้แสดงไว้ในรูปที่ 1 (หน้า 4) โดยองค์ประกอบต่าง ๆ ที่หลากหลายของกลยุทธ์ต่าง ๆ ของการควบคุมนั้นรวมกันในลักษณะที่เป็นรูปแบบหนึ่งเดียว เพื่อมีอิทธิพลต่อพนักงานขาย

ถึงแม้ว่าการควบคุมโดยใช้ผลการดำเนินงานและพฤติกรรม จะมีเป้าหมายคล้ายคลึงกัน (เช่น พนักงานขายได้ก่อให้เกิดกำไรในระดับที่น่าพอใจขององค์กร) ก็ตาม แต่อย่างไรก็ดี ระบบการควบคุมโดยอาศัยผลการดำเนินงานและพฤติกรรมสะท้อนให้เห็นถึงความแตกต่างของปรัชญาในเชิงบริหารที่แตกต่างกันอย่างมากรุนแรง นั่นก็คือระบบการควบคุมการบริหารพนักงานขายที่อาศัยพื้นฐานของผลการดำเนินงานของพนักงานขายเป็นวิธีตามสบาย (Laissez-Fire Approach) ซึ่งมีหลักการที่ว่า พนักงานขายจะมีความสามารถที่สุดในการกำหนดทิศทางและระดับของความพยายาม รวมทั้งระดับของผลการปฏิบัติงานและส่วนผสมต่าง ๆ ของการขายด้วยตัวเอง เพื่อจะบรรลุเป้าหมายขององค์กร การควบคุมโดยอาศัยพื้นฐานของผลการปฏิบัติการจะมีการบริหารในลักษณะที่มีการให้ผลตอบแทนในรูปคอมมิสชั่น (Straight Commission) ซึ่งผลก็คือความเสี่ยงทางสภาพแวดล้อมของบริษัทได้ย้ายจากบริษัทไปหาพนักงานขาย ภาวะผูกพันทางการเงิน จะไม่เกิดขึ้น หรือไม่มีการจ่ายเงินตราจนกระทั่งมีการขายหรือมียอดขายเพิ่มขึ้น (Basu et al, 1985) กล่าวอย่างง่าย ๆ ก็คือการควบคุมโดยใช้ผลการปฏิบัติงานเป็นระบบของการปกครองหรือบริหารพนักงานขายซึ่งมีสิ่งจูงใจทางด้านเงินเป็นตัวสำคัญที่จะก่อให้เกิดผลของการดำเนินงาน

ในทางตรงกันข้าม การควบคุมโดยอาศัยพื้นฐานทางด้านพฤติกรรมของพนักงานขายก็จะเป็นวิธีที่เรียกกันว่า Paternalistic Approach ซึ่งหมายถึง เป็นวิธีการที่ก่อให้เกิดความรักในองค์กร ที่ผู้บริหารงานขายจัดการต่าง ๆ เป็นคนชี้แนะพนักงานขายให้สละหรือมอบสิ่งที่เชื่อกันว่าเป็นความถูกต้องเพื่อบรรลุเป้าหมายให้กับองค์กร ลักษณะเช่นนี้เป็นการก่อให้เกิดเป้าหมายที่ไม่เกี่ยวข้องทางด้านการเงินหรือยอดขาย ได้แก่ การบริการและการรักษาลูกค้าไว้ (Account Maintenance) นอกจากนี้แล้วแง่มุมต่าง ๆ ของเวลาที่ยาวนานกว่า ก็จะเกิดขึ้นเนื่องจากผลลัพธ์ของผลการดำเนินงานในทันทีทันใดสามารถที่จะนำมาเปรียบเทียบ หรือนำมาพิจารณาทำให้เกิดความสอดคล้องกับความสัมพันธ์กับผลการดำเนินการขายในระยะยาว ระบบการให้ผลตอบแทนเป็นเงินเดือน (Straight Salary) หมายถึงการจ่ายเงินเดือน เป็นแผนการของค่าตอบแทนที่ใช้กันบ่อย เนื่องจากเงินเดือนจะช่วยให้พนักงานขายยอมรับในอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายของฝ่ายบริหาร (John and Weitz, 1989) ดังนั้นจึงช่วยสนับสนุนทำให้เกิดความสอดคล้องกับทิศทางของฝ่ายบริหาร กล่าวอย่างง่าย ๆ ก็คือ การควบคุมโดยใช้พื้นฐานพฤติกรรมของพนักงานขายที่เป็นปรัชญาของฝ่ายบริหารในลักษณะที่สร้างเสริมกำลัง (Empowering Manager) เพื่อชี้แนะหนทางหรือวิธีการของพนักงานที่ดำเนินงานขายอยู่โดยการย้ายความรับผิดชอบทางด้านผลการปฏิบัติงานจากพนักงานขายเข้าไปหาฝ่ายบริหารของบริษัท

ระบบการควบคุมดังกล่าวมีผลที่จะเกิดขึ้นต่อพนักงานขาย ซึ่งเสนอไว้ในส่วนสมมติฐานการวิจัยในบทที่ 3 ตามมามากมาย ซึ่งโดยทั่วไปแล้วสมมติฐานการวิจัยดังกล่าวจะอยู่บนพื้นฐานของหลักการที่ว่า ระบบของการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานทางด้านพฤติกรรมจะก่อให้เกิดการชี้แนะ และข้อมูลป้อนกลับเข้ามาหาตัวผู้บริหาร ซึ่งพนักงานขายไม่จำเป็นต้องดำเนินงานให้เกิดขึ้นมาในรูปของ Outputs หรือผลการดำเนินงาน (เช่น แสดงให้เห็นถึงยอดขายที่สูง) ตรงเท่าที่พวกเขา หรือพนักงานขายได้ทำตามคำแนะนำหรือทิศทาง หรือสูตรสำเร็จขององค์กรก็เพียงพอแล้ว ดังนั้นระบบนี้จะช่วยทำให้พนักงานอยู่ในลักษณะของผู้ที่หลีกเลี่ยงความเสี่ยง นอกจากนี้

แล้ว เวลาที่สามารถนำมาใช้ในการเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทและขบวนการต่างๆ ของบริษัท รวมทั้งเทคนิคในการขายที่เหมาะสมด้วย ส่วนช่วงระยะเวลาที่มียอดขายไม่ดีในรูปของผลการดำเนินงานนั้น สามารถที่จะได้รับการตรวจสอบในขณะที่มีการจ่ายเงินเดือนอยู่ ซึ่งพนักงานขายในระบบนี้อาจกล่าวได้ว่ามีลักษณะของผู้ที่มุ่งเน้นทางด้านผลงานที่มีภาระผูกพันหรือเอาจริงเอาจัง ต่อการทำให้เกิดการตอบสนองการพอใจ

พนักงานขายที่อาศัยพื้นฐานของระบบของการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานของผลการดำเนินงานนี้ค่อนข้างจะตรงกันข้าม กล่าวคือการปล่อยให้พวกเขาดำเนินการไปจนกระทั่งเกิดผลสำเร็จ ซึ่งพนักงานขายถูกจูงใจหรือได้รับการจูงใจโดยได้ผลประโยชน์ของตัวเอง (Self-Interest) บทบาทของบริษัทในกรณีนี้ก็คือจัดหาผลิตภัณฑ์ให้พนักงานขายไปขายและได้รับค่าคอมมิชชั่น (Commission) เป็นผลตอบแทนกลับมา ซึ่งพนักงานขายที่ชอบเสี่ยงจะเหมาะกับองค์กรและระบบในลักษณะนี้ ผลก็คือเทคนิคในการขายอาจจะเป็นในรูปของการประนีประนอม เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายในระยะสั้น และจะหลีกเลี่ยงกลยุทธ์ในการขายระยะยาวซึ่งมีผลลัพธ์หรือผลการดำเนินงานไม่แน่นอนนั้น เนื่องจากมีข้อผูกพันหรือเอาจริงเอาจังในระดับที่ต่ำต่อบริษัทซึ่งจะมีผลก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ผลก็คือพนักงานขายในระบบนี้จะมีลักษณะเป็นปัจเจกบุคคลที่มีความพอใจน้อยพร้อมๆ กับมีลักษณะยึดติดกับนายจ้าง, หัวหน้า หรือบริษัทค่อนข้างน้อยถึงแม้จะได้มีการกล่าวถึงผู้บริหารว่าอาจจะเลือกตำแหน่งใดตำแหน่งหนึ่งในช่วง (Continuum) ของระบบควบคุมซึ่งอาศัย ผลการดำเนินงานไปจนถึงระบบการควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม ตัวอย่างเช่น การควบคุมดูแลในระดับกลาง ๆ และทำการให้เงินเดือน ค่าคอมมิชชั่น (Commission) ที่สมคูลย์ก็ตาม แต่สิ่งสำคัญที่มุ่งเน้นก็คือ การผสมผสานของแนวความคิดของการควบคุมทั้ง 2 ประการ เช่น การให้เงินเดือนแต่มีการควบคุมดูแลน้อยก็จะเป็นสิ่งที่ขัดแย้งกันภายใน ข้อเสนอที่สำคัญของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ก็คือ แนวทางการปฏิบัติจะสอดคล้องต่อสิ่งที่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้าแล้ว จะเกิดขึ้นน้อยมากถ้าผู้บริหารงานขายสร้างสรรค์การผสมผสานกลยุทธ์การควบคุม 2 ประการข้างต้นในลักษณะที่ไม่สอดคล้องกัน ดังนั้นความหมายของการควบคุม ในที่นี้ก็คือ การผสมผสานรูปแบบ (Style) ในการดูแล การติดตาม และชี้แนะรวมทั้งการประเมินผลงานและให้ผลตอบแทนโดยไม่ได้คำนึงว่า การจัดการนั้นจะสอดคล้องกับเกณฑ์ที่ตั้งไว้ข้างต้นหรือไม่ก็ตาม

การประเมินทดสอบข้อเสนอของ Anderson and Oliver นั้นต้องใช้แนวความคิดในการบริหารที่ต้องได้รับการกำหนดหรือระบุในฐานะที่เป็นระดับที่รับรู้หรือรับทราบว่าเป็นรูปแบบที่เป็นการควบคุมโดยอาศัยผลการดำเนินงาน หรืออาศัยพฤติกรรม การวิจัยของ Anderson and Oliver ยังได้พัฒนาดัชนีในลักษณะที่ต่อเนื่อง (Continuous Index) จากการรับรู้ของพนักงานขายโดยอาศัยวิธีการในการควบคุม นอกจากนี้ได้มีการทดสอบแง่มุมต่าง ๆ ทางด้านการรับรู้ การชอบพอ การจูงใจ และพฤติกรรม ในระหว่างระบบการควบคุมพนักงานขายทั้ง 2 แบบ การศึกษาก่อนหน้านี้ ศาสตราจารย์ Cravens ได้ทดสอบข้อเสนอต่าง ๆ ของ Anderson and Oliver โดยใช้ผู้บริหารงานขาย 144 คน ในอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน ซึ่งผลการวิจัยของศาสตราจารย์ Cravens มองการควบคุมในเชิงบริหาร และความเป็นนัยของการควบคุม (Control Implicit) ของระบบผลตอบแทนว่าเป็นกลไก การควบคุมที่เป็นอิสระ (Independent Control Mechanisms) ทั้งศาสตราจารย์ Cravens ได้พบว่า ระบบหรือกลไกการควบคุมมีคะแนนอยู่ในทิศทางเดียวกับระบบการควบคุมในเชิงพฤติกรรมในการกำหนดความสามารถ ทีมงาน การหลีกเลี่ยงความเสี่ยง การจูงใจภายใน การตระหนัก หรือการรับรู้ การวางแผน การ

สนับสนุน ยอดขายและแนวคิดที่มุ่งบริการลูกค้า ซึ่งทั้งหมดนี้จะสอดคล้องกับข้อเสนอของ Anderson and Oliver แต่อย่างไรก็ตาม การศึกษาของ Cravens ไม่มีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลกระทบการควบคุม

สิ่งที่น่าสนใจก็คือ การวิจัยของ ศาสตราจารย์ Cravens นั้น ทำให้เกิดการวิจัยในเรื่องต่อไปนี้เป็น

1. เรื่องของการควบคุมสำหรับความหลากหลายหรือการเปลี่ยนทางด้านสภาพแวดล้อม โดยการศึกษายกเลิก การขายหลายองค์การในอุตสาหกรรมเดียวกัน

2. ทดสอบข้อเสนอแนะแนวความคิด ของ Anderson and Oliver ในระดับพนักงานขาย นอกจากนี้แล้วศาสตราจารย์ Cravens ได้เสนอว่าความสัมพันธ์สำคัญที่ได้รับการทดสอบกับระบบการควบคุมที่นิยามว่าเป็นส่วนผสม (Blend) ของการบริหารและการควบคุมโดยการให้ผลตอบแทน และใช้ความสามารถควมมองเป็นกิจกรรมเดี่ยว ๆ

วิทยานิพนธ์นี้มีจุดมุ่งหมายดังกล่าว นอกเหนือไปจากการศึกษาการควบคุมการขายในระดับพนักงานขายรถยนต์ในอุตสาหกรรมบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ก็พยายามที่จะพัฒนาดัชนีของการควบคุมการขายซึ่งรวมเอาระบบของการให้ผลตอบแทนซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ วิธีการต่าง ๆ ของการศึกษานี้ ซึ่งจะได้นำไป ในบทที่ 3 และจะก่อให้เกิดแง่มุมต่าง ๆ ในการวัดและการทดสอบข้อเสนอของ Anderson and Oliver และจะนำผลของการศึกษานี้ไปเปรียบเทียบกับ ของศาสตราจารย์ Cravens

การพัฒนาดัชนี (Index) ของการควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมและการควบคุมที่อาศัยผลการดำเนินงานนั้นเป็นสิ่งสำคัญในการวิจัยครั้งนี้

องค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ ในการกำหนดระบบหรือกลยุทธ์ในการควบคุมการขายโดยอาศัยพฤติกรรมและการควบคุมการขาย โดยอาศัยผลการดำเนินงานมีดังนี้ ระบบควบคุมที่มุ่งเน้นพฤติกรรมที่มากขึ้นหรือระบบควบคุมที่อาศัยพื้นฐานของผลการดำเนินงาน จะมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. จะมีระดับของการเกี่ยวข้องของฝ่ายบริหารระดับสูง คือมีการเข้าไปดูแล ในการสั่งการ การติดต่อ พนักงานขาย และผู้จัดการของพนักงานขายนั้นมากขึ้น

2. จะมีการประเมินในลักษณะนามธรรม (Subjective) โดยจะมีพื้นฐานของการมุ่งเน้นพฤติกรรม แทนที่จะพิจารณาผลการดำเนินงาน

3. จะมีขบวนการในการนำแผนงานไปปฏิบัตินั้นก็คือมีสัดส่วนของเงินเดือนที่สูงซึ่งอยู่ในรูปของค่าจ้างตอบแทน ดังนั้นตัวชี้ที่เฉพาะเจาะจงในโครงสร้างเชิงแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัยนี้จึงเป็นตัววัดขอบเขต (Extent) ของการควบคุมดูแล การติดต่อและการสั่งการ (ได้แก่การเข้าไปเกี่ยวข้องกับผู้จัดการ) และรวมทั้งขบวนการในการประเมินในเชิงรูปธรรม กับ นามธรรมและเปอร์เซ็นต์ของเงินเดือนในแผนการให้ค่าตอบแทนของระบบในการควบคุม

อุตสาหกรรมรถยนต์

ในปัจจุบันการแข่งขันในธุรกิจจำหน่ายรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ซึ่งต้องอาศัยพนักงานขาย มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง เกี่ยวกับการขาย ซึ่งเป็นผลจากนโยบายเปิดตลาดรถยนต์เสรีที่มองเห็นได้ชัดเจนอีกประการหนึ่งก็คือ ตำแหน่งของรถยนต์ยุโรปที่เปลี่ยนแปลงไปกล่าวคือ หากดูตัวเลขการขายช่วงปี 2530-2537 แต่ 1 ปีหลังเปิดตลาดเสรี คือเมื่อสิ้นปี 2535 เมอร์เซเดสเบนซ์กลับก้าวขึ้นมาอยู่ในอันดับที่หนึ่งได้อย่างสง่าผ่าเผย และยังคงรักษาตำแหน่งมาได้จนถึงปัจจุบัน ทำให้บีเอ็มดับเบิลยูตั้งเป้าชิงตำแหน่งคืนภายใน 3-5 ปีนี้

สาเหตุที่เมอร์เซเดสเบนซ์ขึ้นมาอยู่ในอันดับ 1 ได้ในช่วงข้ามปี ที่ชัดเจนที่สุดก็คือ ภาพพจน์ของเบนซ์ซึ่งแข็งแกร่งมากในเมืองไทย ใครมีเงินก็อยากขี้นเบนซ์ดังนั้นเมื่อตลาดเปิด มีรถเบนซ์ใหม่ ๆ มาให้เลือก ผู้ซื้อที่มีกำลังซื้อสูงจึงไม่รีรอที่จะควักกระเป๋า จะเห็นได้ว่าชนบุรีประกอบรถยนต์เป็นค่ายที่จับปวดที่สุด เพราะมีรายชื่อนำรถเข้ามาขายแข่งมากที่สุด ขณะเดียวกันก็เป็นค่ายที่ได้รับประโยชน์ที่สุด เพราะสามารถขยรถยนต์รุ่นใหม่ ๆ เข้ามาเปิดตลาดสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ทันท่วงที

เปลยไยด้นั้น การไม่มีรถยนต์รุ่นใหม่ ๆ เข้ามาเปิดตลาดสู้กับคู่แข่งทำให้ส่วนแบ่งการตลาดถูกแย่งชิงไปจนยากที่จะฟื้น

สาเหตุที่วอลโว่ไม่สามารถรักษาความต่อเนื่องของยอดขายที่ขึ้นเป็นอันดับหนึ่งในปี 2534 ได้ั้นไม่มีรถยนต์ให้ทำตลาด มีเพียงวอลโว่รุ่น 900 จำหน่ายเพียงรุ่นเดียว ในขณะที่รุ่น 800 ยังไม่ถูกแนะนำเข้าสู่ตลาด ส่วนรุ่น 700 ก็ยกเลิกการผลิตไปตั้งแต่ปี 2533 และอยู่ระหว่างรอรถรุ่นใหม่ออกสู่ตลาด สำหรับวอลโว่ซีรีส์ 400 ก็เพิ่งแนะนำเข้าสู่ตลาดยุโรป ยังไม่มีการพัฒนาให้เหมาะกับสภาพอากาศในประเทศไทย จึงยังไม่สามารถนำเข้ามาทำตลาดได้ จนกระทั่งถูกรายช้อยอย่างมอเตอร์เวย์ คอร์ปอเรชั่นตัดหน้าเข้ามาทำตลาดก่อน

สาเหตุที่สำคัญอีกประการก็คือ สวีเดนมอเตอร์ต้องการทำตลาดเฉพาะรถยนต์ที่ประกอบในประเทศมากกว่า จึงไม่สนใจที่จะนำรถรุ่นใหม่ ๆ เข้ามาเสริมตลาดแม้ว่าบางครั้งโรงงานไทยสวีดิช แอสเซมบลีย์ จะประกอบรถไม่ทันกับความต้องการของลูกค้า กว่าบริษัทจะตัดสินใจสั่งรถนำเข้ามาบรรเทาปัญหาที่ปรากฏให้เห็นน้อยมาก

พระนครยนตรการ (พีเอ็นเอ) ผู้แทนจำหน่ายรถยนต์โอเปิลและโฮลเดินของเจนเนอรัล มอเตอร์ส (จีเอ็ม) จำกัด สหรัฐอเมริกาเป็นอีกค่ายหนึ่งที่เข้ามามีบทบาทมากขึ้นหลังการเปิดตลาดการเติบโตของบริษัทเป็นผลมาจากการที่บริษัทเปลี่ยนนโยบายในการทำตลาดทันทีจากการทำตลาดรถยนต์ประกอบในประเทศ ซึ่งมีการประกอบอยู่รุ่นเดียวคือ โอเปิล คาเดท มาเป็นการทำตลาดรถยนต์โอเปิลนำเข้า 100 % จากเยอรมนีโดยเริ่มจากโอเปิล คาลิปรา เมื่อต้นปี 2535 ก่อนที่จะติดตามมาด้วยโอเปิล โอเมก้าโอเปิล แอสคร้า โอเปิลเวคตรา และโอเปิลคาร์ซ่า ซึ่งถือว่าครบไลน์ภายใน 2 ปี

ส่งผลให้ยอดขายเพิ่มมาเป็นลำดับจากปี 2534 ซึ่งมีอยู่เพียง 131 คันเติบโตขึ้นมาเป็น 358 คันในปี 2535 1,502 คัน ในปี 2536 7,000 คัน ในปี 2538 มีเป้าหมายการขาย 8,500 คันสำหรับเอ็มซีซีแล้ว การเปิดตลาดรถยนต์เสรีครั้งนั้น ทำให้เอ็มซีซีเป็นค่ายหนึ่งที่มีการปรับตัวที่น่าสนใจ กล่าวคือ ภายหลังจากเปิดตลาดเสรีไม่นานเอ็มซีซี ก็หันมาเป็นผู้นำเข้ารถยนต์รายช้อยจากญี่ปุ่น ในช่วงที่ธุรกิจนี้เฟื่องฟูและสามารถทำตัวเลขขายได้

ได้ถึง 700-800 คันในปีนั้น เพราะบริษัทมีการรับประกันแก่ลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการรับประกัน 1 ปี หรือ 20,000 กิโลเมตร รวมทั้งส่งอะไหล่ให้ลูกค้าด้วย

หลังจากยุคทองของผู้นำเข้ารายย่อยผ่านไปเอ็มซีซีก็หันมาเอาดีกับการเป็นดีลเลอร์ให้กับผู้แทนจำหน่ายรถในประเทศแทน

เริ่มจากการเป็นดีลเลอร์รถยนต์เมอร์เซเดสเบนซ์ให้กับบริษัทธนบุรีประกอบรถยนต์ ตามมาด้วยฮุนไดและโอเปิลของกลุ่มพระนครยนตรการ ก่อนที่จะหันไปเป็นดีลเลอร์รถยนต์นิสสันแทนเมื่อเดือนมิถุนายน 2538 เพราะต้องการทำตลาดรถเชิงพาณิชย์ซึ่งมีอัตราการเติบโตดี ปัจจุบันสัดส่วนรายได้ของ เอ็มซีซีก็ปรับเปลี่ยนไปจากการต้องพึ่งพาธุรกิจรถมือสอง 100 % ก็ลดลงเหลือเพียง 20 % ส่วน 80 % ที่เหลือเป็นรายได้จากรถยนต์เมอร์เซเดสเบนซ์ และโอเปิลกับฮุนได อย่างละครึ่ง ซึ่งอนาคตรายได้จากโอเปิลและฮุนไดจะมาจากนิสสันแทน ส่วนรถนำเข้านั้นจะส่งให้ตามความต้องการของลูกค้าเท่านั้น โดยในปี 2538 คาดว่าจะมีรายได้ 2,200 ล้านบาท

ตลาดรถกลายเป็นของผู้ซื้อ

แม้ว่าการเปิดตลาดเสรีจะส่งผลกระทบต่อตลาดรถยนต์ในช่วงแรก แต่ตัวเลขตัวเลขการเติบโตของตลาดรถยนต์แล้วจะพบว่า ผู้ค้ารถยนต์ได้รับประโยชน์จากนโยบายนี้ยิ่งเต็มเปี่ยมเพราะเมื่อพ.ศ. 2534 ซึ่งเป็นปีที่สถานการณ์ต่าง ๆ ยังไม่ชัดเจนทำให้ผู้บริโภคชะลอการซื้อรถยนต์ไประยะหนึ่งจนตัวเลขการขายรถยนต์รวมปี 2534 ลดลงจากปี 2533 ซึ่งขายได้ 304,062 คัน ลงไป 11.7 % เหลือเพียง 268,560 คัน

แต่นับตั้งแต่ปี 2535 เป็นต้นมา ตลาดรถยนต์มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีอัตราการเติบโตชนิดที่ก้าวกระโดดทีเดียว จาก 362,987 คันในปี 2535 (อัตราเติบโตจากปี 2534 35.2 %) เป็น 456,461 คันในปี 2536 (อัตราเติบโต 25.8 %) และ 486,678 คันในปี 2537 หรือโต 6.4 %

อย่างไรก็ดีตลาดรถยนต์นั่ง ซึ่งมีอัตราการเติบโตเป็นพิเศษ ในช่วงปี 2535 และ 2536 นั่นคือ โตในอัตรา 81.9 % และ 43.1 % ตามลำดับ กลับมียอดขายลดลงถึง 10.6 % ในปี 2537

สาเหตุที่ตลาดรถยนต์นั่งลดลงในปี 2537 นั้น เนื่องมาจากการหายไปของตลาดรถแท็กซี่ที่ซิมิเตอร์ที่เคยทำยอดขายให้นับหมื่นคันในช่วงปี 2536 อีกสาเหตุหนึ่งก็คือ การโหมกระหน่ำซื้อของผู้ซื้อในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ทำให้กำลังซื้ออ่อนไปประกอบกับรถยนต์รุ่นสำคัญ ๆ ในตลาดที่เคยสร้างยอดขายได้มาก ๆ อย่างโตโยต้า โคโรลล่า ฮอนด้า ซีวิก มาสด้า 323 นิสสันเซนทรา มิตซูบิชิ แลนเชอร์ล้วนแล้วแต่อยู่ในช่วงปลายฤดูทั้งสิ้น ผู้ซื้อจึงอยากรอซื้อรุ่นใหม่มากกว่า

ความตกต่ำของรถยนต์นั่งเมื่อปีที่ผ่านมา ส่งผลให้การแข่งขันของผู้ค้ารถใช้กลยุทธ์ส่งเสริมการขายออกมาผลิตภัณฑ์ของตัวเองมากที่สุด อย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน ไม่ว่าจะป็นโตโยต้าที่ไม่เคยลดราคาจำหน่ายให้กับลูกค้ามาก่อนเลย ยังไฟเขียวให้ดีลเลอร์ลดราคาจำหน่ายให้ลูกค้าเป็นเงินสดอย่างน้อย 1 หมื่นบาทขึ้นไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการต่อรองของลูกค้าเป็นสำคัญในงานบางกอกมอเตอร์โชว์ช่วงปลายเดือนเมษายน 2538 ต่อเนื่องมาถึงต้นเดือน พฤษภาคม 2538 นอกจากรายการลดราคาให้ของแถมแล้ว ยังมีรายการส่งเสริมการขายแปลก

ๆ เช่น สาขาของไทยยานยนต์มีการจัดรายการซื้อบีเอ็มดับเบิลยู ซีรีส์ 7 หนึ่งคัน แคมเปญโค้ด 205 ฟรี 1 คันให้
เห็นอีกด้วย

ที่รุนแรงเป็นพิเศษคือ การใช้กลยุทธ์ทางการเงินประเภทคาวนน้อยเพียง 10 % หรือ 15 % และ
ให้ระยะเวลาผ่อนนาน 60 เดือน หรือ 66 เดือนแถมบางเจ้ายังมีรายการผ่อนเงินคาวนอีกด้วย

นี่เป็นอีกภาพหนึ่งที่จะได้เห็นในอนาคต แม้จะไม่ได้รับอานิสงส์จากนโยบายเปิดตลาดรถยนต์เสรี
โดยตรง แต่ก็คือว่ามีเหตุปัจจัยเบื้องต้นมาจากนโยบายนี้ไม่น้อยเพราะความเฟื่องฟูของตลาดรถยนต์ไทยทำให้ผู้
ผลิตรถยนต์ทั่วโลกหันมาให้ความสนใจประเทศไทย ในแง่การเป็นฐานผลิตเพื่อทดแทนการส่งออกจากบริษัทแม่
ซึ่งล้วนแล้วแต่กำลังเผชิญปัญหาความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา และค่าแรงในประเทศสูงเกินไปทั้ง
สิ้น

สาเหตุที่ทำให้ประเทศไทยกลายเป็นดาวเด่นสำหรับภูมิภาคนี้ นอกเหนือจากการเติบโตของตลาด
แล้ว ยังเนื่องมาจากการมีอุตสาหกรรมพื้นฐานสำหรับอุตสาหกรรมการประกอบรถ นั่นคือ อุตสาหกรรมการผลิต
ชิ้นส่วนรองรับ

ผู้ที่จุดประกายเรื่องนี้ในประเทศไทยเป็นค่ายแรก คือ มิตซูบิชิ โดยบริษัทเอ็มเอ็มซี สิทธิผล จำกัด
ซึ่งวางแผนโครงการระยะยาวกว่า 5 ปี เพื่อให้โรงงานประกอบแห่งที่สามซึ่งตั้งอยู่ที่นิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง
เป็นศูนย์กลางการผลิตเพื่อการส่งออกด้วยกำลังการผลิตปีละ 150,000 คัน โดยใช้เงินลงทุนมากกว่า 14,000 ล้าน
บาท

ติดตามด้วยโตโยต้ากับแผนการลงทุนมูลค่า 9,000 ล้านบาท เพื่อสร้างโรงงานประกอบรถยนต์ใน
นิคมอุตสาหกรรมเกตเวย์ซิตี้ให้เป็นฐานการส่งออกด้วยเป้าหมายการประกอบ 50,000 คันต่อปี บวกกับการขยาย
กำลังการผลิตโรงงานที่สำโรงเป็น 150,000 คัน อีกรายที่มีการประกาศแผนลงทุนไปเมื่อต้นปี 2537 ก็คือ ฮอนด้า
กับแผนการลงทุนผลิตชิ้นส่วนตัวถัง อาทิ ฝากระโปรงรถ หลังคา ประตูและโครงหลัง ที่นิคมอุตสาหกรรมโรจ
นะ ด้วยงบประมาณในการลงทุนเบื้องต้น 1,300 ล้านบาท ก่อนที่จะตามมาด้วยการสร้างโรงงานประกอบรถยนต์
ขนาดเล็ก โดยชิ้นส่วนดังกล่าวจะส่งออกไปยังโรงงานฮอนด้า ในกลุ่มประเทศอาเซียนด้วย

นอกจากนี้ยังมีแผนการสร้างไลน์ประกอบรถจี๊ปโรจิกของไครสเลอร์ที่โรงงานไทยสวีดิช แอสเซ
มบลีย์ เพื่อจำหน่ายในประเทศและเพื่อการส่งออก ยังไม่นับรวมถึงการศึกษาแผนการเข้าร่วมลงทุนสร้างโรง
งานประกอบรถกระบะเพื่อส่งออกในประเทศไทยของฟอร์ดมอเตอร์ และมาสด้าญี่ปุ่น แผนการเข้ามาตั้งฐานการ
ประกอบในประเทศไทยของเจนเนอรัล มอเตอร์กับพระนครยนตรการและแผนการย้ายฐานการผลิตรถกระบะนิ
สสันจากญี่ปุ่นมาไทยด้วย

แผนการต่าง ๆ เป็นรูปร่างชัดเจนเมื่อไร อุตสาหกรรมรถยนต์ประเทศไทยจะมีขนาดใหญ่กว่านี้อีก
หลายเท่าที่เดี๋ยวนะที่มีหลายรายพยายามถอนตัวออกไป กลับมีหลายรายเช่นกันที่รุกเข้ามายังธุรกิจนี้อย่างทุ่มทุก
อย่างเพื่อให้ได้เปรียบเหนือคู่แข่ง

แต่ไม่ว่าใครจะมองอย่างไร สภาพการแข่งขันที่ผ่านมามีได้จุดให้ตลาดรถยนต์เมืองไทยเติบโตอย่าง
น่าเป็นห่วงอย่างยิ่ง

ตลาดรถยนต์เมืองไทยต้องหยุดชะงักไปราว 1 ปีเต็ม นับจากต้นปี 2534จนถึงต้นปี 2535 อันเนื่องมาจากการเปิดเสรีนำเข้ารถยนต์ นึ่งสำเร็จรูปจากต่างประเทศ ที่รัฐบาลประกาศนโยบายออกมาเมื่อเดือนกรกฎาคม 2534 เหตุที่ตลาดหยุดชะงักเพราะผู้ซื้อต่างรอคอยให้ราคารถยนต์ต่ำลง ตามที่คาดหวังกันไว้

กว่าตลาดจะกลับมาคึกคักอีกครั้ง ก็เมื่อล่วงเข้าสู่กลางปี 2535 ซึ่งทุกอย่างที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นระบบภาษีมูลค่าเพิ่ม อัตราภาษีนำเข้ารถยนต์สำเร็จรูปมีความชัดเจนเป็นรูปธรรมที่จับต้องได้ และผู้ซื้อทราบบทสรุปแน่ชัด

ภาวะการณ์เช่นนั้นได้ทำให้การแข่งขันในธุรกิจเช่าซื้อรถยนต์มีความรุนแรงอย่างมากตามไปด้วย เพราะนับจากที่ตลาดได้กลับมาอีกครั้ง สถาบันการเงินก็ได้แห่เข้ามาตลาดส่วนนี้ หลังจากที่ทุกอย่างหยุดชะงักนับจากต้นปี 2534

เมื่อตลาดรถยนต์ไม่มีการเคลื่อนไหว และเต็มไปด้วยความไม่แน่ใจ ผู้ซื้อเฝ้ารอเพื่อหวังที่จะได้รถยนต์ในราคาที่ต่ำลง ได้ส่งผลให้ธุรกิจเช่าซื้อรถยนต์ต้องปิดตัวตามไปด้วย แม้จะมีการดำเนินธุรกิจอยู่บ้างแต่ก็เป็นไปในลักษณะระมัดระวังเต็มที่ ที่ชัดเจนคือการกำหนดวงเงินค่างวดขั้นต่ำ สูงถึง 30-40 % เพื่อช่วยลดความเสี่ยง และเพื่อเป็นหลักประกันทางหนึ่งว่า เมื่อลูกค้าซื้อรถไปแล้วจะไม่นำมาคืน หลังจากที่ราคารถยนต์ถูกลง

ก่อนหน้าที่ตลาดรถยนต์เมืองไทยจะเข้าสู่ยุคใหม่นั้น การแข่งขันในธุรกิจเช่าซื้อรถยนต์ก็อยู่ในสภาพรุนแรงเช่นกัน แต่เป็นเพียงการแข่งขันในเรื่องของการบริการ การผูกสัมพันธ์กับผู้ค้ารถยนต์ และอัตราดอกเบี้ย เท่านั้น ยังไม่มีการรัดคุุทวิธีอื่น ๆ ที่ตรงใจผู้ซื้อเข้ามา

แต่เมื่อตลาดยุคใหม่ได้เกิดขึ้น รถยนต์หลากหลายจากทั่วโลกเข้ามาเยือนตลาดเมืองไทย ในจำนวนเหล่านี้มีทั้งรายใหม่ที่หวังการจำหน่ายในระดับหนึ่ง แต่ก็มีหลายรายที่หวังจะโค่นยักษ์ใหญ่ของวงการรถยนต์เมืองไทย หรืออย่างน้อยก็ก้าวผงาดขึ้นมาในระดับแนวหน้าให้ได้ และยังมีมองไปถึงการเป็นฐานผลิตสำคัญแห่งหนึ่งของรถยนต์ยี่ห้อฮุนไดนั้น

การที่สถาบันการเงินต้องคืนรถ หุมเทเพื่อหวังกลับมาสู่ธุรกิจที่เคยฟูตัวด้วยความหวังที่คาดว่าจะฟื้นกลับมารุ่งโรจน์อีกครั้ง ยุคหลังเปิดเสรีรถยนต์ การรุกเร็วถือเป็นกลยุทธ์หลักเพื่อชิงความได้เปรียบ

เหตุผลที่สถาบันการเงินซึ่งหวังจะเข้ายึดตลาดส่วนนี้ ด้วยมองว่าศักยภาพของตนเองมีพอมวกับผู้ค้ารถยนต์รายใหม่ต้องการที่จะเติบโตใหญ่ในตลาดในเวลาอันรวดเร็วจึงเกิดปรากฏการณ์ที่ผู้ซื้อไม่เคยพบมาก่อน ซึ่งก็คือการใช้เงินเพียงจำนวนไม่มากนัก ก็สามารถนำรถยนต์ป้ายแดงใหม่เอี่ยมออกมาขับได้

ตามข้อกำหนดของธนาคารแห่งประเทศไทย ที่กำชับสถาบันการเงินที่อยู่ในความกำกับดูแลของธนาคารแห่งประเทศไทยก็คือ การตั้งวงเงินค่างวดรถยนต์ขั้นต่ำที่ 20 %ของราคารถ และระยะเวลาการผ่อนชำระไม่เกิน 48 เดือน หรือ 4 ปีนั้น ดูจะเป็นข้อกำหนดที่น่าจะปิดกั้นรายใหม่ ที่หวังจะเติบโตอย่างรวดเร็วด้วยกลยุทธ์ของการผ่อนและเงื่อนไขพิเศษในเรื่องการค่างวด

จึงมีการหาทางออกเพื่อเป้าหมายที่วางไว้ ราคารถยนต์ หรือบางครั้งอาจไม่ต้องวางเงินค่างวดด้วยซ้ำ พร้อมด้วยอัตราดอกเบี้ยที่ไม่สูงกับระยะเวลาการผ่อนส่งที่ยาวนานออกไป กว่าเดิมที่อยู่เพียง 48 เดือน เป็น 60 เดือน หรืออาจถึง 66 เดือนในบางช่วงเวลา ถูกนำมาใช้และเป็นที่ยอมรับของผู้ซื้อในเวลาอันรวดเร็ว

ทั้งหมดนี้ผ่านทางบริษัทลิสซิ่ง (Leasing) ซึ่งเป็นแหล่งเงินกู้ที่ธนาคารแห่งประเทศไทยยังไม่อาจเข้าไปดูแลและกำกับได้ เนื่องจากยังไม่มียกกฎหมายเข้ามารองรับและแม้ว่ากระทรวงการคลังเคยวางแนวทางเพื่อดำเนินการเกี่ยวกับข้อกำหนดที่จะเข้ามาดูแลการปล่อยสินเชื่อตรงจุดนี้ แต่จนถึงปัจจุบันทุกอย่างก็ยังไม่เรียบร้อย

บริษัท ยูไนเต็ด มอเตอร์ เซลล์ จำกัด ซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่าย รถยนต์ สุนไดเป็นรายแรก ในตลาดรถยนต์ขนาดเล็กจนถึงขนาดกลาง ที่เน้นกลยุทธ์นี้ ก็คงเพื่อหวังที่จะเติบโตอย่างรวดเร็วเพราะเพิ่งเข้าตลาดและเป็นครั้งแรกที่รถยนต์จากเกาหลีได้เข้ามาขายในเมืองไทย หลังจากนั้น การแข่งขันก็เริ่มปะทุขึ้น จนที่สุดการกระตุ้นยอดขายแบบไม่มีใครยอมใครก็เกิดขึ้น ผสมกับทางไฟแนนซ์เอง ก็ต้องการจะสร้างยอดขายแล้วเพราะธุรกิจเช่าซื้อซบเซามานานแรมปีทีเดียวจึงกระโดดเข้ามาร่วมด้วยผลที่สุดก็คือใครที่เข้ามาในงานนี้ก็ต้องตะลุมบอนกันหมด ผู้บริหารจากสถาบันการเงินแห่งหนึ่งที่ยังคงทุ่มกับธุรกิจที่นับวันจะหนักหนายิ่งขึ้น กล่าวถึงภาวะที่เป็นอยู่

กลยุทธ์ที่สุนได ใช้อีกคือ การให้ผู้ซื้อใช้เงินค่างวดเพียง 15 % หรืออาจจะน้อยกว่านั้น พร้อมกับการผ่อนชำระที่ยาวนานถึง 60-65 เดือน โดยมีบริษัท สยามพาณิชย์ลิสซิ่ง จำกัด (มหาชน) มาร่วมเป็นแหล่งเงินกู้สำคัญ

จากจุดเริ่มต้นครั้งนั้นต่อมาได้มีบริษัทรถยนต์หลายรายตามแห่เข้ามาด้วยยุทธวิธีนี้ เพราะง่ายในการดึงดูดค้าที่ยังไม่มีความพร้อมด้านเงินโอน ใจเดิมตามข้อกำหนดของธนาคารแห่งประเทศไทย ที่เป็นข้อกำหนดของสถาบันการเงินในระบบ

การแข่งขันจะยังคงรุนแรงต่อไป และเข้มข้นขึ้นเพราะนอกจากผู้ดำเนินการเช่าซื้อรถยนต์จะต้องแข่งขันกันเอง ยังต้องแข่งขันกับผู้ค้ารถยนต์บางรายด้วย ที่เข้ามาทำเองเพื่อให้บริการครบวงจร ไม่ว่าจะเป็นโตโยต้ามอเตอร์ (ประเทศไทย) ที่ตั้งโตโยต้า ลิสซิ่ง หรืออย่าง ฮอนด้าคาร์ส ที่ตั้งโตเกียว ลิสซิ่ง บริษัทในเครือญาติ เข้ามาร่วมรับลูกค้าเพื่อเป็นแรงบีบให้การแข่งขันระหว่างไฟแนนซ์ที่รับรถยนต์ฮอนด้า มอบผลประโยชน์สูงสุดให้ลูกค้าหรือกระทั่งมิตซูบิชิ ที่ช่วงหลังหันมาใช้ยุทธวิธีเดียวกับสุนได โดยผ่านทางสยามพาณิชย์ลิสซิ่ง เป็นรายหลักเช่นกัน

ขณะที่การขายรถยนต์แม้จะเพิ่มขึ้นทุกปี แต่เมื่อเทียบกับผู้ประกอบการที่เข้ามาสู่ธุรกิจเช่าซื้อรถยนต์แล้วถือว่าน้อยมาก ซึ่งการแข่งขันที่รุนแรงนี้จะทำให้เกิดกลยุทธ์พลิกแพลงต่าง ๆ ที่หลอกล่อให้ผู้ซื้อเกิดความเข้าใจว่ารถยนต์ราคาถูกลง หรือเงื่อนไขที่เสนอให้นั้นคุ้มค่า

เพราะเป็นการ เข้าไปถึงกลุ่มผู้ซื้อที่ยังไม่พร้อมดึงมาให้ก่อนหน้าก่อน อย่างเช่นระบบลิสซิ่งที่ทำกันอยู่บางครั้งเงินค่างวดอาจไม่ต้องใช้เลยหรือมีก็น้อยมาก แต่มให้ผ่อนระยะยาว ซึ่งผลเสียมันต้องเกิดถ้ามีการล้มกันขึ้นมาถึงระดับขนาดไปหมด"

และในด้านของผู้ซื้อเอง เงื่อนไขพอใจเหล่านี้ ข้อมหมายถึงดอกเบี้ยที่จะทับทวีตามไปด้วย "ยิ่งผ่อนนาน เงินที่ต้องจ่ายสำหรับดอกเบี้ยยิ่งสูงมากขึ้นไปด้วย ตรงนี้เป็นการก่อกองที่ไม่น่าสนับสนุนอย่างยิ่ง" ผู้บริหาร ของสถาบันการเงินที่ถือว่าอยู่ในระบบแห่งหนึ่งกล่าว

ธุรกิจเช่าซื้อรถยนต์ที่ถือว่าอยู่นอกเหนือการควบคุมของธนาคารแห่งประเทศไทยทุกวันนี้ แม้จะมีสัดส่วนรวม 30 % ของตลาดเช่าซื้อโดยรวมนั้น แต่ถ้ายังปล่อยให้เป็นอย่างนี้ต่อไปสัดส่วนตรงนี้จะเพิ่มขึ้นแล้วรวดเร็วด้วย จึงน่าที่หน่วยงานภาครัฐจะต้องเร่งรีบเข้ามาดูแล

สำหรับมูลค่าเช่ารถยนต์ที่อยู่ภายใต้กฎหมายที่ธนาคารแห่งประเทศไทยกำหนดนั้นมีมูลค่าราว 95,000 ล้านบาท ในปี 2537 โดยกำไรอยู่ที่ 4 % สัดส่วนหนี้เสีย 2 % ของมูลค่ารวม แต่ตัวเลขที่ไม่เป็นทางการนั้นระบุว่าสัดส่วนหนี้เสียอาจมากถึง 4 % ด้วยซ้ำไป ซึ่งเป็นที่รู้ ๆ กันอยู่ในวงการว่ารถยนต์ที่ยึดคืนนั้นส่วนมากจะไม่คุ้มค่ากับหนี้ที่เสียไปทั้งเรื่องเวลาและแผนการเงิน

ในประเด็นสัดส่วนหนี้เสียนั้นน่าสนใจอย่างมาก เพราะพบว่าในปี 2535 สัดส่วนหนี้เสียมีอยู่เพียง 0.25 % จากวงเงินเช่าซื้อรถยนต์รวม 53,332.09 ล้านบาท และปี 2536 มีเพียง 1 % จากวงเงินเช่าซื้อรถยนต์ 60,743.32 ล้านบาท ซึ่งแม้จะมีการอธิบายว่าเป็นการเติบโตตามตลาดรถยนต์ที่โตขึ้น แต่ถ้ามองอย่างละเอียดแล้วจะเห็นว่าเปอร์เซ็นต์หนี้เสียน่าจะคงที่ หรืออย่างน้อยก็ไม่น่าที่จะเติบโตขึ้นเป็นเท่าตัวเช่นนี้ ประการสำคัญถ้าพิจารณาถึงยอดการจำหน่ายรถยนต์ในเมืองไทยระหว่างปี 2535 ถึงปี 2537 นั้นจะเห็นว่าตลาดไม่ได้ขยายตัวอย่างที่เข้าใจกัน

กล่าวคือในปี 2535 นั้นยอดจำหน่ายรถยนต์นั้นมีจำนวน 121,488 คัน ปี 2536 มียอดจำหน่าย 174,169 คัน และปี 2537 มียอดจำหน่าย 155,670 คัน (รายละเอียดดังตารางประกอบ) ยอดจำหน่ายดังกล่าวนี้สะท้อนภาพตลาดรถยนต์เมืองไทยได้ดี ว่าไม่ได้เติบโตอะไรมากมายเลย

ยอดจำหน่ายรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในตลาดเมืองไทยระหว่างปี 2533-2537

ปี	ยอดจำหน่าย (คัน)	อัตราเติบโต (%)
2533	65,854	-
2534	66,779	1.4
2535	121,488	81.9
2536	174,169	43.4
2537	155,670	-10.6

จากวัฏจักร ประจำเดือน กรกฎาคม 2538

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สัมภาษณ์จากผู้ซื้อจำนวน 410 ราย โดยแบ่งเป็นผู้ซื้อจากบริษัทรถยนต์ค่ายญี่ปุ่น 205 ราย และผู้ซื้อจากบริษัทรถยนต์จากค่ายยุโรป 205 ราย อีกวิธีเป็นข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งได้จากหนังสือวารสารและรายงานต่าง ๆ

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านอะไหล่เป็นปัจจัยที่ผู้ซื้อให้ความสำคัญและมีความพึงพอใจมากที่สุด ในขณะที่ปัจจัยด้านราคาและบริการด้านการขายเป็นปัญหาสำคัญที่บริษัทรถยนต์จะต้องหาวิธีปรับปรุงให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจในระดับที่สูงขึ้นและผลการทดสอบสมมติฐานสรุปได้ว่า ผู้ซื้อมีความพึงพอใจต่อการบริการหลังการขายของทั้งบริษัทรถยนต์จากค่ายญี่ปุ่นและค่ายยุโรป ส่วนในด้านภาพพจน์ด้านการบริการหลังการขายของบริษัทรถยนต์จากค่ายญี่ปุ่นดีกว่าค่ายยุโรป

2. สาวิกา เกษมศรี ม.ล. (2528) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งส่วนบุคคลของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยนี้ทำโดยศึกษาข้อมูลจากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐบาล และภาคเอกชน และสำรวจกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด การวิจัยนี้พบว่า ก่อนที่ผู้ซื้อจะทำการตัดสินใจซื้อรถยนต์นั่งนั้นเขาจะพิจารณาข้อมูลจากการพบเห็นทั่ว ๆ ไป มากกว่าอย่างอื่น และผู้ซื้อส่วนใหญ่ จะทำการปรึกษาผู้อื่นก่อนตัดสินใจซื้อ โดยจะปรึกษาผู้มีความรู้เรื่องรถมากที่สุด ในการเลือกตรา รถยนต์นั่งยี่ห้อต่าง ๆ นั้น จะมาจากรดราคาแพงเป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่กินน้ำมันมาก และใช้แล้วขายต่อได้ราคาไม่ดี ส่วนปัจจัยที่ผู้ซื้อคำนึงถึงในการเลือกซื้อรถยนต์นั่งที่ตนใช้อยู่ คือ ประหยัดน้ำมันเป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ ราคาถูกและรูปร่างสวย นอกจากนี้ยังพบว่า ราคาของรถที่ซื้อและความจุกระบอกสูบ จะมีความสัมพันธ์กับระดับรายได้ของผู้ซื้อ

ในการศึกษาความรู้สึกภายหลังการใช้และแนวโน้มในการเปลี่ยนรถ พบว่าปัจจัยที่ทำให้ผู้ซื้อมีความพอใจในระดับต่ำกว่ามาตรฐานและทำให้เกิดการเปลี่ยนใจไปใช้ยี่ห้ออื่น (Brand Switching) คือ ความสิ้นเปลือง ความไม่ปลอดภัย และความไม่สบายในการขับขี่

นอกจากนี้ การเปลี่ยนไปใช้รถยี่ห้ออื่นนั้น จะมีสิ่งดึงดูดใจมาจากรูปร่างสวยกว่าเครื่องยนต์ทนทานกว่า และตัวถังหนาแข็งแรงกว่ายี่ห้อเดิมตามลำดับ สำหรับในด้านภาพพจน์ของรถยนต์นั่งยี่ห้อต่าง ๆ ในความคิดเห็นของผู้ซื้อนั้น พบว่า ส่วนใหญ่แล้วในด้านรูปร่างสวยงามจะนึกถึงรถบีเอ็ม ดับลิว เครื่องยนต์ทนทาน ถเป็นซ์แต่นิสสัน/ดัทสัน เป็นโฆษณาที่มีผู้จํารายละเอียดได้มากที่สุด และการพบเห็นโฆษณารถยนต์นั่งนั้นจะผ่านทางสื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่ออื่น

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยนี้อาจสรุปได้ดังนี้ คือ ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายรถยนต์นั่งส่วนบุคคลควรให้ความสนใจในด้านความต้องการของผู้ซื้อ โดยเฉพาะความต้องการในตัวสินค้า มีการแก้ปัญหาที่ทำให้ผู้ซื้อไม่ซื้อ

เช่น ปัญหาของการที่ผู้ซื้อรู้สึกว่าราคาแพงโดยเน้นให้ผู้บริโภคเห็นถึงความคุ้มค่าของเงินที่เขาเสียไป ตลอดจนประโยชน์ใช้สอยและจุดเด่นของรถ หรือปัญหาของการใช้แล้วราคาตก ซึ่งอาจแก้ไขโดยการตั้งศูนย์รับซื้อรถใช้แล้วของบริษัทผู้ขายขึ้นมาเองเพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อแน่ใจว่า เมื่อคนซื้อไปแล้วหากขายต่อก็จะได้ราคาดี ขณะเดียวกันผู้ผลิตก็ต้องพยายามรักษาจุดเด่นของตนที่เป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อเอาไว้และให้ความสำคัญต่อการพัฒนาปรับปรุงออกแบบรูปร่างของรถให้สวยงาม และทันสมัยเสมอซึ่งจะทำให้ลูกค้าไม่เปลี่ยนไปใช้ยี่ห้ออื่น นอกจากนี้ การรักษาคุณภาพและภาพพจน์ที่ดีของรถตลอดจนบริการหลังการขายก็จะเป็นอีกหนึ่งที่ช่วยให้ผู้ซื้อทั่วไปเกิดความเชื่อถือ และยังเป็นการรักษาลูกค้าเก่าเอาไว้ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญไม่น้อยกว่าการหาลูกค้าใหม่ เพราะลูกค้าเก่าเหล่านั้นนอกจากจะเป็นผู้ที่อาจทำการซื้อซ้ำ แล้วยังเป็นผู้ที่ช่วยดึงดูดลูกค้าใหม่ด้วย สำหรับการโฆษณา นั้น ควรใช้สื่อโทรทัศน์มากกว่าสื่ออื่น และควรใช้ข้อมูลรายละเอียดของรถจากโฆษณาในนิตยสารเกี่ยวกับรถด้วย เพราะเป็นสื่อที่จะทำให้เข้าถึงผู้มีความรู้เรื่องรถ ซึ่งเป็นผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อของคนส่วนใหญ่ได้ อย่างไรก็ตามการที่จะดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดกับรถยนต์นั้นได้อย่างเหมาะสมนั้น สิ่งสำคัญก็คือ จะต้องจัดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้แน่นอนและศึกษาความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายนั้น ซึ่งจะทำให้การวางจุดเด่นของรถ การกำหนดราคา ตลอดจนการส่งเสริมการขายทำได้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

3. บุษบา เวชยาภรณ์ (2528) ศึกษาการประเมินผลงานของหัวหน้างานระดับกลาง และระดับในอุตสาหกรรมประกอบรถยนต์ในประเทศไทย

ผลการศึกษาวิจัยพบว่า

(1) การประเมินผลงานในอุตสาหกรรมประกอบรถยนต์ มีการใช้ระบบการประเมินผลงานแบบการให้คะแนนมากกว่า แบบจัดอันดับและแบบการตรวจสอบรายการ

(2) ปริมาณของงาน เป็นปัจจัยสำคัญในการประเมินผลงานของอุตสาหกรรมประกอบรถยนต์ หัวหน้างานระดับกลางส่วนใหญ่ทราบว่า ผู้บังคับบัญชาประเมินผลกรปฏิบัติงาน โดยพิจารณาเรื่องผลงานและความรู้ความชำนาญในการปฏิบัติงาน

(3) ผู้ถูกประเมินส่วนใหญ่เห็นว่าผู้บังคับบัญชาประเมินได้ค่อนข้างยุติธรรม ไม่ยุติธรรม และไม่ถูกต้อง เพราะการประเมินผลงานบางแห่งไม่มีการบันทึกผลงานของผู้ปฏิบัติงานหรือพนักงานเป็นระยะก่อนการประเมินการปฏิบัติงาน

ใช้การประเมินผลด้วยความคิดเห็นส่วนตัวมากกว่าหลักเกณฑ์ ไม่มีการกำหนดมาตรฐานและไม่มีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน จึงสรุปได้ว่าผู้ถูกประเมินมีทัศนคติในทางลบหรือไม่ดีต่อการประเมินผลงาน

ปัญหาและข้อบกพร่องในการประเมินผลการปฏิบัติงานของอุตสาหกรรมประกอบรถยนต์ในประเทศไทย เมื่อพิจารณาโดยละเอียดแล้ว ส่วนใหญ่เกิดขึ้นจากระบบการประเมินผลการปฏิบัติงานให้ผู้ประเมินทราบก่อนการประเมิน การแจ้งผลการประเมินให้พนักงานทราบยังไม่ทั่วถึง และผู้ทำการประเมินผลการปฏิบัติงาน ยังคงมีการใช้ความรู้สึกส่วนตัวในการพิจารณาประเมินการปฏิบัติงานพนักงานอยู่บ้าง

4. นายวิเชียร โรจนสิงห์สวัสดิ์ (2529) ได้ทำการศึกษากิจการด้านการตลาดของเครื่องสำอางที่ใช้ระบบการขายตรง และพบว่า ในประเด็นของการควบคุมพนักงานขายนั้น ผลการศึกษาพบว่า พนักงานขายในระบบการขายตรงมิใช่พนักงานประจำของบริษัท และการทำงานของพนักงานขายมีอิสระสูงมาก ดังนั้น การควบคุมพนักงานขายจึงมีอาจกระทำไม่ได้ไม่ว่าพนักงานขายจะเป็นพนักงานที่มีคุณภาพต่ำหรือพนักงานที่มีผลงานดี

เด่น และยังสามารถเสนอแนะในประเด็นของพนักงานขายว่า การควบคุมพนักงานขาย ผู้บริหารการขายต้องยอมรับถึงความจริงว่า การควบคุมพนักงานขายมีอาจกระทำได้ง่าย ดังนั้น ผู้บริหารการขายในระดับผู้ควบคุมพนักงานขายควรจะเป็นผู้ที่มีความสามารถ เข้าใจ และมีจิตวิทยาในการบริหารพนักงานขายเพื่อกระตุ้น จูงใจ และใช้เทคนิคต่าง ๆ ในการควบคุมเพื่อให้พนักงานขายตระหนักถึงความสามารถและคุณสมบัติที่ดีของการเป็นพนักงานขาย

สรุป

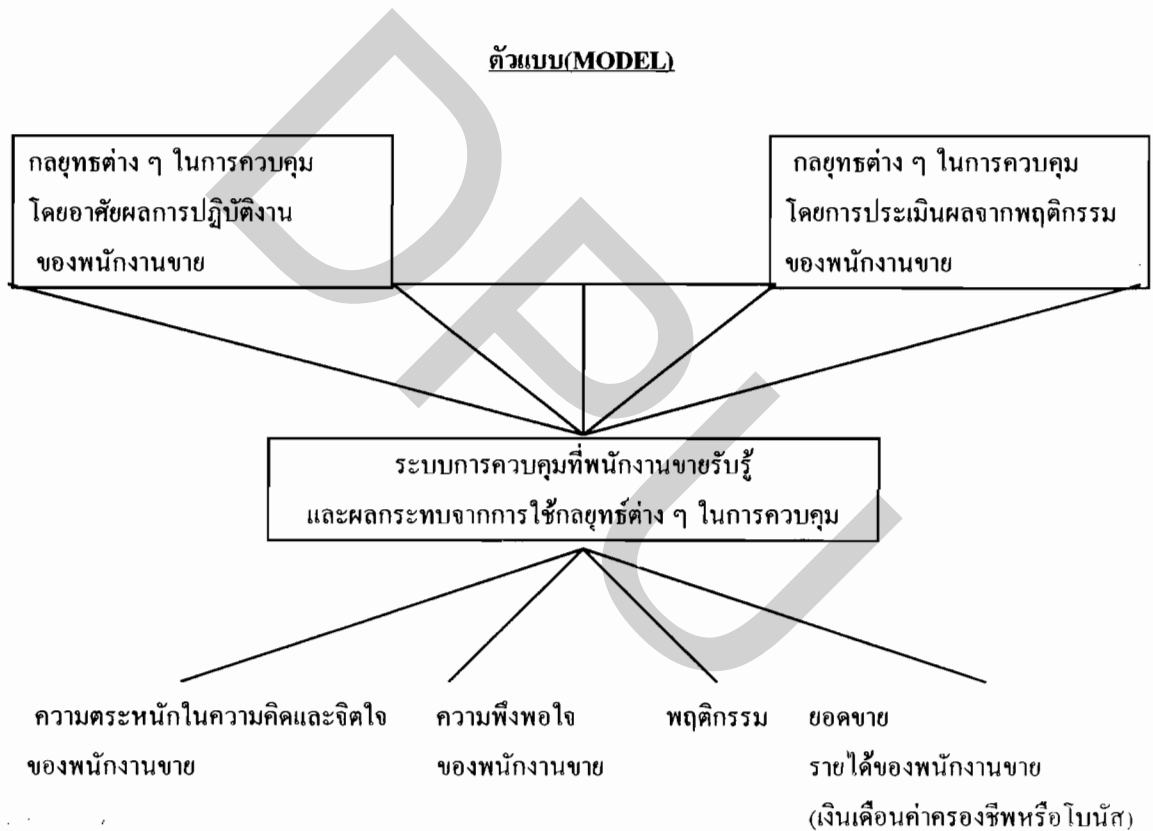
บทนี้ได้กล่าวถึงทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับการศึกษาผลของระบบควบคุมพนักงานขาย ในเชิงพฤติกรรม และผลการดำเนินงาน การจ่ายค่าตอบแทนในรูปแบบต่างๆ การควบคุมและการประเมินผลงานของพนักงานขาย อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 3

ตัวแบบ สมมุติฐาน และระเบียบวิธีการวิจัย

ในบทนี้จะได้กล่าวถึงตัวแบบ สมมุติฐาน และระเบียบวิธีวิจัย

ตัวแบบ (MODEL) สำหรับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ประกอบด้วยกลยุทธ์ต่างๆในการควบคุมโดยอาศัยผลการปฏิบัติงานและพฤติกรรมซึ่งการควบคุมทั้ง 2 แบบดังกล่าวจะมีอิทธิพลต่อระบบการควบคุมที่รับรู้ และระบบการควบคุมจะมีผลทางด้านความคิด และสภาพจิตใจ ความชอบ และความพึงพอใจ รวมทั้งพฤติกรรมของพนักงานขาย



รูปที่ 2 ตัวแบบของระบบการควบคุมพนักงานขาย

ระบบในการควบคุมด้ามองลักษณะของระบบการควบคุม ทั้ง 2 แบบให้อยู่ในลักษณะของความเป็นช่วงที่ต่อเนื่อง (Continuum) สมมุติฐานที่จะอธิบายตัวแปรที่สำคัญจะมีดังต่อไปนี้

1. สถานะทางด้านจิตใจและความสามารถ

ในขณะที่ระบบควบคุมอยู่ในลักษณะที่เป็นแบบการควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมนั้นพนักงานขายสามารถที่จะรับรู้ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับบริษัทผลิตภัณฑ์ได้ดีขึ้น รวมทั้งการฝึกอบรมก็จะดีขึ้น เหตุผลที่สำคัญก็คือพนักงานขายมีความพอใจ เนื่องจากเกิดความรู้สึกมั่นคงต่อเงินเดือนรวมทั้งการให้กำลังใจจากฝ่ายบริหาร ให้มีการฝึกอบรม การเรียนรู้ การทดลอง การขายสายผลิตภัณฑ์ต่างๆในทางตรงกันข้ามการควบคุมการใช้ผลการดำเนินงานของพนักงานขายนั้นจะพิจารณาว่าการฝึกอบรมการเรียนรู้เป็นเวลาซึ่งนอกเหนือจากการออกไปปฏิบัติงานการขายจริงซึ่งจะมีต้นทุนค่าเสียโอกาสสูงและจะพิจารณาว่าพนักงานขายไม่เต็มใจที่จะทำการทดลองดำเนินการขายผลิตภัณฑ์ใหม่จากการขายขึ้นอยู่กับรายได้ในรูปของ ค่า Commission ซึ่งกดดันพนักงานขายให้ดำเนินการขายเพื่อให้ได้มาซึ่งผลการขายที่เร็วขึ้น

2. ความชอบพอต่องานการขายและทัศนคติต่อการขาย

ยังได้มีการใช้ระบบการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรมเป็นหลักมากเท่าไร พนักงานขายจะมีความรู้สึกผูกพัน เอาใจจริงเอาใจรวมทั้งสำนักขอบคุณต่อนายจ้างและผู้บริหารผู้ซึ่งเป็นผู้รับความเสี่ยงให้พนักงานขายและมีสภาพจิตใจรวมทั้งทัศนคติไปในทางที่ดีมากยิ่งขึ้นพนักงานขาย ผลก็คือพนักงานขายจะมีการยอมรับอำนาจของฝ่ายบริหารมากขึ้นซึ่งปรากฏออกมาในรูปการยอมรับในอำนาจหน้าที่การประเมินการรับรู้ในการงานรวมทั้งก่อให้เกิดการทำงานเป็นกลุ่มมากขึ้นนอกจากนี้พนักงานขายจะถูกมองว่าเป็นผู้ที่หลีกเลี่ยงความเสี่ยงในแง่ของการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรมซึ่งเป็นสาเหตุทำให้พวกเขาชอบความมั่นคงระบบเงินเดือน

3. ทิศทางในด้านการจูงใจ

ความมั่นคงทางการเงิน(ซึ่งเป็นผลเนื่องมาจากเงินเดือน)รวมทั้งการให้กำลังใจจากฝ่ายบริหารให้มุ่งเน้นเป็นไปในแง่พฤติกรรมพร้อมกับการพิจารณาผลของการดำเนินงานค่อนข้างน้อย จะช่วยให้พนักงานขาย มุ่งไปสู่การบรรลุเป้าหมายภายใน (Intrinsic Goals) ในทางตรงกันข้ามสำหรับระบบการควบคุมพนักงานขายที่อาศัยพื้นฐานของการดำเนินงานนั้น ผลตอบแทนที่ได้มาก็จะไปชดเชยความเสี่ยงซึ่งผลตอบแทนนั้นก็จะเป็น โอกาสให้พนักงานขายได้รับรางวัลที่มาจากภายนอก (Extrinsic Rewards) ซึ่งเป็นจุดมุ่งเน้นของฝ่ายบริหารหรือองค์กรยิ่งถ้าเป็นกรณีที่มีการติดต่oprประจำวันกับผู้บริหารในระดับที่ต่ำ รวมทั้งได้รับการสนับสนุนจากฝ่ายบริหารค่อนข้างน้อยแล้วพนักงานขายอาจจะกลายมาเป็นผู้ที่มีลักษณะเห็นแก่ผลประโยชน์ของตนเองเพิ่มขึ้น

4. พฤติกรรม

พนักงานขายจะประพฤติดแตกต่างกันขึ้นอยู่กับระบบควบคุมที่พวกเขาเผชิญอยู่สำหรับระบบควบคุมที่อาศัยผลการดำเนินงานนั้นและอาจจะไม่ได้พิจารณากิจกรรมต่างๆ ที่มีผลประโยชน์เกี่ยวกับการขาย ในระยะยาวเช่นกิจกรรมการวางแผน และใช้เวลาไปกับกิจกรรมที่ไม่เกี่ยวข้องกับการขายอื่นๆซึ่งสำหรับระบบการควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมพนักงานขายจะได้รับการเสริมกำลังใจ ฝึกอบรมและอนุญาตให้ใช้วิธีการในการแก้ปัญหาทำงานฉลาดขึ้นรวมทั้งใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับวางแผน และกิจกรรมอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการขายมากขึ้น

5. ผลการดำเนินงาน

การควบคุมแต่ละระบบดังกล่าวจะมีความเหมาะสมในจุดที่ว่าผู้บริหารจะมุ่งเน้นอะไร ดังนั้นพนักงานขายที่ดำเนินงานภายใต้การควบคุมในเชิงพฤติกรรมจะมีแนวทางการปฏิบัติงานดีกว่าพนักงานขายที่อยู่

ภายใต้ระบบการควบคุมที่อาศัยผลการดำเนินงาน ในกรณีที่มีการวัดผลการดำเนินงานในแง่ของสิ่งป้อนเข้า (Inputs) ซึ่งผลจะเกิดตรงกันข้าม ในกรณีที่มีการประเมินผลการดำเนินงานนั้นอาศัยเกณฑ์ของผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น (Outputs) เป็นหลัก

DRPU

สมมุติฐานการวิจัย :- การควบคุมในเชิงพฤติกรรม และผลการปฏิบัติงาน

ตัวแปรต่าง ๆ	ระบบควบคุมที่อาศัยผล การปฏิบัติงาน	ระบบควบคุมที่อาศัย พฤติกรรม
	<u>คุณลักษณะ</u>	
1. ปัจจัยต่าง ๆ ของระบบการควบคุม		
1.1 ลักษณะของการให้การดูแล และคำแนะนำ	ให้คำแนะนำค่อนข้างน้อย	ให้คำแนะนำและดูแล อย่างใกล้ชิด
1.2 ลักษณะของการประเมิน	ค่อนข้างเป็นรูปธรรม	ค่อนข้างเป็นนามธรรม
1.3 แผนการให้คำตอบแทน	ลักษณะเป็นสิ่งจูงใจที่สูง เพิ่มมากขึ้น	ลักษณะเป็นเปอร์เซ็นต์ ที่เพิ่มขึ้น
	<u>ผลที่ตามมา</u>	
2. สภาพจิตใจ และความคิด / ความสามารถ		
2.1 ความรู้ทางด้านผลิตภัณฑ์และบริษัท	น้อยลง	เพิ่มมากขึ้น
2.2 ความสามารถและความเชี่ยวชาญในการขาย	น้อยลง	เพิ่มมากขึ้น
3. ความชอบพอ / ทศนคติ		
3.1 ความมุ่งมั่นหรือความเอาใจจริงเอาใจหรือความทุ่มเท ให้กับองค์กร	น้อยลง	มากขึ้น
3.2 ความยอมรับในอำนาจหน้าที่/การชี้แนะ	น้อยลง	มากขึ้น
3.3 การยอมรับในความร่วมมือน่าเป็นส่วนหนึ่งของทีม การขาย	น้อยลง	มากขึ้น
3.4 การยอมรับในการประเมินผลการดำเนินงาน	น้อยลง	มากขึ้น
3.5 ความชอบพอในแง่ของความเสี่ยง	ชอบความเสี่ยง	หลีกเลี่ยงความเสี่ยง
4. การงู้อใจ		
4.1 ลักษณะของการงู้อใจ	จากภายนอก	จากภายใน
4.2 ทิศทางของการงู้อใจ	มาจากตนเอง	จากบริษัท
5. กลยุทธ์ทางด้านพฤติกรรม		
5.1 การวางแผน	น้อยลง	มากขึ้น
5.2 กิจกรรมในการเขียนเขียนลูกค้า	มากขึ้น	น้อยลง
5.3 อัตราส่วนของเวลาที่ใช้ไปกับการขายกับเวลาที่ใช้ ไปกับกิจกรรมที่ไม่ใช่การขาย	มากขึ้น	น้อยลง

ตัวแปรต่าง ๆ	ระบบควบคุมที่อาศัยผล การปฏิบัติงาน	ระบบควบคุมที่อาศัย พฤติกรรม
5.4 เทคนิคในการขาย	แบบทုံมเท (แบบปิด)	แบบใช้กลยุทธ์หลากหลาย (แบบเปิด)
6. ผลการดำเนินงาน		
6.1 สเกลของผลการดำเนินงานในเชิงสัมพันธ์กับการ ดำเนินงาน (ผลลัพธ์)	สูงขึ้น	ต่ำลง
6.2 ช่วงของผลการดำเนินงานในลักษณะที่สัมพันธ์กับ การดำเนินงาน (ผลลัพธ์)	สูงขึ้น	ต่ำลง
6.3 การบรรลุเป้าหมายทางกำไร/ยอดขาย ของการ ดำเนินงาน (ผลลัพธ์)	สูงขึ้น	ต่ำลง
6.4 การเก็บข้อมูลสารสนเทศ (Inputs)	ต่ำลง	สูงขึ้น
6.5 การควบคุมค่าใช้จ่ายในการขาย (Inputs)	ต่ำลง	สูงขึ้น
6.6 การวางแผนในการเสนอขาย (Inputs)	ต่ำลง	สูงขึ้น

การสรุปผลการทดสอบ

ตัวแปร	ระบบควบคุมในเชิง พฤติกรรม	ระบบควบคุมในเชิง ปฏิบัติการ
1. ปัจจัยต่าง ๆ ของระบบการควบคุม		
1.1 ลักษณะของการให้การดูแลและคำแนะนำ	-	-
1.2 ลักษณะของการประเมิน	-	-
1.3 แผนการให้คำตอบแทน	-	-
2. สภาพจิตใจ และความคิด / ความสามารถ		
2.1 ความรู้ทางด้านผลิตภัณฑ์และบริษัท	สูง ^๕	-
2.2 ความสามารถและความเชี่ยวชาญในการขาย	สูง ^๕	-
3. ความชอบพอ / ทศนคติ		
3.1 ความมุ่งมั่นหรือความเอาใจจริงเอาใจหรือความ ทุ่มเทให้กับองค์กร	สูง ^๕	-
4. การจูงใจ		
4.1 ลักษณะทิศทางของการจูงใจจากภายใน	สูง ^๕	-
4.2 ลักษณะทิศทางของการจูงใจจากภายนอก	-	สูง ^๕
5. กลยุทธ์ทางด้านพฤติกรรม		
5.1 การวางแผน	-	-
5.2 กิจกรรมในการเยี่ยมเยียนลูกค้า	ลดลง	-
5.3 อัตราส่วนของเวลาที่ใช้ไปกับการขายกับเวลาที่ ใช้ไปกับกิจกรรมที่ไม่ใช่การขาย	ลดลง	-
5.4 เทคนิคในการขาย	กลยุทธ์หลากหลาย	-
6. ผลการดำเนินงาน		
6.1 สเกลของผลการดำเนินงานในเชิงสัมพันธ์กับ การดำเนินงาน	-	-
6.2 ช่วงของผลการดำเนินงานในลักษณะที่สัมพันธ์ กับการดำเนินงาน	-	-
6.3 การบรรลุเป้าหมายทางกำไร/ยอดขาย ของการ ดำเนินงาน	สูง ^๕	-
6.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	สูง ^๕	-
6.5 การควบคุมค่าใช้จ่ายในการขาย	สูง ^๕	-
6.6 การวางแผนในการเสนอขาย	-	-

ตัวแปร	ระบบควบคุมในเชิง พฤติกรรม	ระบบควบคุมในเชิง ปฏิบัติการ
6.7 การพึงพอใจกับงาน	-	-
6.8 การตัดสินใจที่มีส่วนร่วม	-	-
6.9 การจ่ายค่าตอบแทนในฐานะที่ถูกรับรู้ว่าเป็น กลไกหรือเครื่องมือในการควบคุม	-	-

การอธิบายสมมุติฐาน

1) ปัจจัยต่าง ๆ ของระบบการควบคุม

1.1) ปัจจัยต่าง ๆ ของแบบการควบคุม ในแง่ของลักษณะของการให้การดูแลและคำแนะนำ มีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานในลักษณะให้คำแนะนำค่อนข้างน้อย และมีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมในลักษณะให้คำแนะนำดูแลอย่างใกล้ชิด

1.2) ปัจจัยต่าง ๆ ของแบบการควบคุม ในแง่ของลักษณะของการประเมินนามธรรมมีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานค่อนข้างเป็นรูปธรรม และมีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมค่อนข้างเป็นนามธรรม

1.3) ปัจจัยต่าง ๆ ของแบบการควบคุม ในแง่ของลักษณะของแผนการให้ค่าตอบแทนเปอร์เซ็นต์ มีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน ในลักษณะเป็นสิ่งที่สูงเพิ่มมากขึ้น และมีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมในลักษณะสูงใจที่เพิ่มขึ้น

2) สภาพจิตใจและความคิด/ความสามารถ

2.1) สภาพจิตใจ ความคิดและความสามารถ ในแง่ของความรู้ทางด้านผลิตภัณฑ์และบริษัท มีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยการปฏิบัติงานในลักษณะที่มีแนวโน้มน้อยลง และมีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมในลักษณะเพิ่มขึ้น

2.2) สภาพจิตใจ ความคิดและความสามารถ ในแง่ของความสามารถ และความเชี่ยวชาญในการขาย มีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยการปฏิบัติงาน ในลักษณะที่มีแนวโน้มน้อยลง และมีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมในลักษณะเพิ่มมากขึ้น

3) ความชอบพอ/ทัศนคติ

3.1) ความชอบพอและทัศนคติ ในแง่ของความมุ่งมั่นหรือความเอาใจจริงหรือความทุ่มเทให้กับองค์กร มีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานที่มีแนวโน้มน้อยลง และมีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมที่มีแนวโน้มมากขึ้น

3.2) ความชอบพอและทัศนคติ ในแง่ของความยอมรับในอำนาจหน้าที่/การชี้แนะ มีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานที่มีแนวโน้มน้อยลง และมีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมที่มีแนวโน้มมากขึ้น

3.3) ความชอบพอและทัศนคติ ในแง่ของการยอมรับในความร่วมมือว่าเป็นส่วนหนึ่งของทีมการขาย มีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานที่มีแนวโน้มน้อยลง และมีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมที่มีแนวโน้มมากขึ้น

3.4) ความชอบพอและทัศนคติ ในแง่ของการยอมรับในการประเมินผลการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานที่มีแนวโน้มน้อยลง และมีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมที่มีแนวโน้มมากขึ้น

3.5) ความชอบพอและทัศนคติ ในแง่ของความชอบพอในแง่ของความเสี่ยง มีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานที่มีแนวโน้มชอบความเสี่ยง และมีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมที่มีแนวโน้มมากขึ้น

4) การงูใจ

4.1) การงูใจ ในแง่ของลักษณะของการงูใจจากภายนอกมีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น และลักษณะของการงูใจจากภายใน มีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยผลพฤติกรรมที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น

4.2) การงูใจ ในแง่ของลักษณะของทิศทางการงูใจ มีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานที่มากกว่าตนเอง และมีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมที่มาจากบริษัท

5) กลยุทธ์ทางด้านพฤติกรรม

5.1) กลยุทธ์ทางด้านพฤติกรรมของการวางแผนที่มาจากผลการปฏิบัติงาน มีแนวโน้มน้อยลง มีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น

5.2) กลยุทธ์ทางด้านพฤติกรรมของกิจกรรมในการเขียนลูกค้ำที่มาจากผลการปฏิบัติงาน มีแนวโน้มมากขึ้นและมีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมที่มีแนวโน้มน้อยลง

5.3) กลยุทธ์ทางด้านพฤติกรรม ในแง่ของอัตราส่วนของเวลาที่ใช้ไปกับการขายกับเวลาที่ใช้ไปกับกิจกรรมที่ไม่ใช่การขาย มีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมในเชิงปฏิบัติงานที่มีแนวโน้มมากขึ้น และมีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมที่มีแนวโน้มน้อยลง

5.4) กลยุทธ์ทางด้านพฤติกรรม ในแง่ของเทคนิคในการขายแบบทุ่มเท มีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมในเชิงปฏิบัติงานที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และกับเทคนิคในการขายแบบใช้กลยุทธ์หลากหลาย มีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

6) ผลการดำเนินงาน

6.1) ผลการดำเนินงาน ในแง่ของสเกลของผลการดำเนินงานในเชิงสัมพันธ์กับการดำเนินงาน (ผลลัพธ์) มีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมในเชิงปฏิบัติงานที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น และมีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมที่มีแนวโน้มต่ำลง

6.2) ผลการดำเนินงาน ในแง่ของช่วงของผลการดำเนินงาน ในลักษณะที่สัมพันธ์กับการดำเนินงานในลักษณะที่สัมพันธ์กับการดำเนินงาน (ผลลัพธ์) มีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมในเชิงปฏิบัติงานที่มีแนวโน้มสูงขึ้น และมีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมที่มีแนวโน้มต่ำลง

6.3) ผลการดำเนินงาน ในแง่ของการบรรลุเป้าหมายทางกำไร/ยอดขายของการดำเนินงาน (ผลลัพธ์) มีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมในเชิงปฏิบัติงานที่มีแนวโน้มสูงขึ้น และมีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมที่มีแนวโน้มต่ำลง

6.4) ผลการดำเนินงาน ในแง่ของการเก็บข้อมูลสารสนเทศ (Inputs) มีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมในเชิงปฏิบัติงานที่มีแนวโน้มต่ำลง และมีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมที่มีแนวโน้มสูงขึ้น

6.5) ผลการดำเนินงาน ในแง่ของการควบคุมค่าใช้จ่ายในการขาย (Inputs) มีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมในเชิงปฏิบัติงานที่มีแนวโน้มต่ำลง และมีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมที่มีแนวโน้มสูงขึ้น

6.6) ผลการดำเนินงาน ในแง่ของการวางแผนในการเสนอขาย มีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมในเชิงปฏิบัติงานที่มีแนวโน้มต่ำลง และมีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมที่มีแนวโน้มสูงขึ้น

ตารางที่ 2 จำนวนหน่วยตัวอย่างที่สุ่มจากประชากรที่ระดับความเชื่อมั่นและค่าความคลาดเคลื่อนต่าง ๆ

Table 1

Sample Size for Specified Confidence Limits and Precision

When Sampling Attributes in Percent

A.2 Confidence Interval (95%)

(p = 0.5) a

Size of

Sample Size for Specified Confidence Limits and Precision

When Sampling Attributes in Percent

A. 2 Confidence Interval (95%)

(P = 0.5)

Size of		Sample Size (n) for Precision (d) f				
Population (N)	± 1%	± 2%	± 3%	± 4%	± 5%	± 10%
500					222	83
1,000				385	280	91
2,500			638	441	316	94
3,000		1364	811	517	353	97
3,500		1458	843	530	359	97
4,000		1538	870	541	364	98
4,500		1607	891	549	367	98
5,000		1607	909	550	370	98
6,000		1765	938	566	375	98

ที่มา : จาก Yamane, T. Elementary Sampling Theory. PP. 398-399

ระเบียบวิธีวิจัย

วิธีการในการวิจัยสำหรับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการสำรวจพนักงานขายรถยนต์นั่งส่วนบุคคล ในเขตกรุงเทพมหานคร

1. ประชากร จากการรวบรวมข้อมูลจากนิตยสารวิญจักร นิตยสารยานยนต์ และนิตยสารฟลอมูล่า พนักงานขายในอุตสาหกรรมบริษัทตัวแทนจำหน่ายรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานครจำนวนทั้งหมด 370 คน

2. ตัวอย่าง สำหรับตัวอย่างของการวิจัยนี้จากพนักงานขายรถยนต์ของบริษัทที่เป็นตัวแทนจำหน่ายในเขตกรุงเทพฯ ดังต่อไปนี้

สำหรับตัวอย่าง (Samples) พนักงานขายรถยนต์จากบริษัทที่เป็นตัวแทนจำหน่ายรถยนต์มีดังนี้

1. บริษัท โตโยต้ามอเตอร์ประเทศไทย จำกัด
2. บริษัท ฮอนด้าคาร์ (ประเทศไทย) จำกัด
3. บริษัท เอ็มเอ็มซี สิทริผล จำกัด
4. บริษัท เวลด์แซมปีเปียนคาร์ จำกัด
5. บริษัท สยามกลการ จำกัด
6. บริษัท นิวเอร่าไซเคิล แอนด์แคร์เรจ จำกัด
7. บริษัท สุโกศล มาสด้า จำกัด
8. บริษัท ธนบุรีพานิช จำกัด
9. บริษัท ไทยยานยนต์ จำกัด
10. บริษัท สวีดิชมอเตอร์ จำกัด
11. บริษัท ยูไนเต็ค ออโตเซลส์ จำกัด
12. บริษัท พระนครขนตรการ จำกัด
13. บริษัท ยูโรเปียน โอโตโมบิลส์ จำกัด
14. บริษัท เฮอร์มันมอเตอร์เวิร์ค จำกัด
15. บริษัท ออโตเทคนิค (ประเทศไทย) จำกัด
16. บริษัท สยามซูบารุ จำกัด
17. บริษัท สยามอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด
18. บริษัท ไดฮัทสึ-พระนครมอเตอร์ จำกัด
19. บริษัท ไทยแคว มอเตอร์เซลส์ จำกัด
20. บริษัท อีดีลสยามมอเตอร์ จำกัด
21. บริษัท ยนตรีกิจ (ประเทศไทย) จำกัด
22. บริษัท ไทย-ยุโรป คอร์ปอเรชั่น ออโตเซลส์ จำกัด
23. บริษัท วิวมอเตอร์สปอร์ต จำกัด
24. บริษัท จากัวร์คาร์ ประเทศไทย จำกัด
25. บริษัท โลตัสคาร์ (ประเทศไทย) จำกัด

26. บริษัท ไทยอัลติเมทคาร์ จำกัด

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

1. ใช้วิธีการสุ่มตามเขตหรือพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานคร มี 26 บริษัท โดยจะสุ่มมา 370 คน

Study Group

การวางแผนและขั้นตอนในการสุ่มตัวอย่างประกอบด้วย

- Population พนักงานขายรถยนต์ของบริษัทจำหน่ายรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร
- Element ชายหรือหญิงที่เป็นพนักงานขายรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร
- Sample Unit พนักงานขายรถยนต์นั่งส่วนบุคคลคนใดคนหนึ่งที่ถูกเลือก
- Extent (ขอบเขต) จะสุ่มเฉพาะพนักงานขายรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร
- Type of Sampling จะใช้วิธี Convenience Sampling ในการสุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

1. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากตำรา เอกสาร นิตยสาร และข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
2. ข้อมูลปฐมภูมิ โดยวิธีการสำรวจ พนักงานขายรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานครโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งแบบสอบถามมี 3 ส่วน เพื่อให้สอดคล้องกับรูปแบบ (Model) ที่ได้เสนอไว้ดังต่อไปนี้
 - ส่วนที่ 1 เกี่ยวกับประชากรศาสตร์ (Demographic) ซึ่งเกี่ยวกับ 1. เพศ 2. อายุ 3. การศึกษา
 - ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับตัววัดผลของระบบการควบคุมในเชิงพฤติกรรม ที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน
 - ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับผลลัพธ์ ที่ตามมาเกี่ยวกับการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานเกี่ยวกับการดำเนินงานและการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม
4. ประสิทธิภาพในการขาย 5. เวลาที่ทำงานอยู่ในปัจจุบัน และ 6. รายได้ในปีที่ผ่านมา

การวิเคราะห์ข้อมูลและการประมวลผล

การวิเคราะห์ข้อมูลและการประมวลผลสำหรับวิจัยนี้มี 2 ชั้น ดังนี้

ชั้นที่ 1. การสร้างโครงสร้างของปัจจัย (Factor Structure) - Index Classification Criteria ของการควบคุมเชิงพฤติกรรมโดยวิธีการ Factor Analysis

ชั้นที่ 2. หาความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรของผลการควบคุมที่อาศัยผลการดำเนินงานหรือพฤติกรรม โดยการสร้าง Correlation Matrix สำหรับตัวแปรต่างๆที่ใช้ในการศึกษาและใช้ Two-tail test เป็นการพิจารณาทิศทางของผลลัพธ์ที่มีลักษณะเป็นนัยของสมมุติฐาน นั่นก็คือหาสหสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่าง Index ของ Score ของการควบคุมในเชิงพฤติกรรม กับตัวแปรที่ได้รับการตั้งสมมุติฐาน เพื่อพิจารณาว่าจะสนองตอบต่อแนวความคิดในการควบคุมในเชิงพฤติกรรมอย่างไร

คำถามหลักเพื่อใช้เป็นแบบการวิจัย

1. ในเชิงประชากรศาสตร์เกี่ยวกับ เพศ, อายุ,การศึกษา,ประสบการณ์ในการขาย,ประสบการณ์ในการทำงานการขาย, เวลาที่ทำงานอยู่ในปัจจุบัน , รายได้ทั้งหมดในปีที่ผ่านมา
2. ส่วนที่เกี่ยวข้องตัววัดผลของระบบการควบคุมในเชิงพฤติกรรม ดังนี้
 - 2.1 สภาพจิตใจ และความสามารถ
 - 2.2 ความรู้ทางด้านผลิตภัณฑ์และความรู้ทางด้านบริษัท จะวัดในรูปของความถี่ของการทางด้านสารสนเทศในลักษณะสเกล 5 ช่วง
 - 2.3 ขอบเขตของการควบคุมดูแล
 - 2.4 การคำนึงถึงพนักงานขายในระดับล่าง
 - 2.5 การใช้ที่ไม่บ่อยครั้งของผลการดำเนินงานที่อยู่ในรูปของวัตถุประสงค์ (Object)
 - 2.6 การใช้ข้อมูลที่ป้อนเข้าไปในระบบประเมิน (Inputs)
 - 2.7 การใช้ข้อมูลที่เป็นนามธรรม
 - 2.8 เงินเดือนในลักษณะที่เป็นเปอร์เซ็นต์ในแบบของการตอบแทน หรือค่าตอบแทนพนักงานขาย
3. ผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานของการดำเนินงานและการควบคุมในลักษณะสเกล (Scale) 5 ช่วง โดยอาศัยพฤติกรรม

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากบทที่ 3 ได้เสนอตัวแบบและระเบียบวิธีวิจัย ในบทนี้จะได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐาน ซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

- 1) การทดสอบสมมติฐานและผลการวิจัย
- 2) การสรุปสมมติฐาน

โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจาก พนักงานขายรถยนต์นั่งส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 370 คน โดยจะนำเสนอแต่ละส่วนดังต่อไปนี้

- 1) การทดสอบสมมติฐานและผลการวิจัย ประกอบด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

ขั้นที่ 1) การสร้างโครงสร้างของปัจจัย (Factor Structure) ของ Index Classification Criteria โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis)

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติวิเคราะห์ดังนี้

1. การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) โดยขั้นตอนดังนี้

- 1.1 สร้างเมตริกความสัมพันธ์ระหว่างคู่ของตัวแปรทุกคู่ (Correlation Matrix)
- 1.2 การสกัดปัจจัย (Factor Extraction) ด้วยวิธีองค์ประกอบหลัก (Principle Component)
- 1.3 หมุนแกนปัจจัย (Factor Rotation) โดยเลือกหมุนแกนระบบมุมฉาก ด้วยวิธีแวนแมกซ์ (Varimax)
- 1.4 การหาค่าคะแนนปัจจัย (Factor Scores) สำหรับทุกหน่วยวิเคราะห์

ขั้นที่ 2) หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของผลการควบคุมที่อาศัยผลการดำเนินงานหรือพฤติกรรม โดยการสร้างเมตริก สหสัมพันธ์ (Correlation Matrix) สำหรับตัวแปรต่าง ๆ ที่ใช้ในการศึกษา และใช้ Two-tail test เป็นการพิจารณาทิศทางของผลลัพธ์ที่มีลักษณะเป็นนัยของสหสัมพันธ์ นั่นก็คือหา สหสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่าง Index ของ Score ของการควบคุมในเชิงพฤติกรรมกับตัวแปรที่ได้รับการตั้งสมมติฐาน เพื่อพิจารณาว่าจะตอบสนอง ต่อแนวความคิดในการควบคุมในเชิงพฤติกรรมอย่างไร

ตารางที่ 3 แสดงตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยแทนด้วยสัญลักษณ์

ลำดับ	ความหมาย	สัญลักษณ์
1	สภาพจิตใจ ความรู้ความสามารถของบริษัท และผลิตภัณฑ์ (ในลักษณะของความต้องการข้อมูลสารสนเทศ)	
1.1	ทำนรู้การออกแบบและข้อกำหนดต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ของบริษัท	H

ลำดับ	ความหมาย	สัญลักษณ์
1.2	ท่านทราบถึงการประยุกต์ใช้และหน้าที่ต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ของบริษัท	I
1.3	ท่านสามารถที่จะติดตามและทราบถึงสภาพต่าง ๆ ของความล้มเหลวทางการดำเนินงานของผลิตภัณฑ์ของบริษัท	J
1.4	ท่านประพุดิตินที่มีคุณค่า ต่อแผนกอื่น ซึ่งต้องการความช่วยเหลือจากท่าน	K
1.5	ท่านยังคงรักษาไว้ซึ่งการรับรู้และการติดตามการผลิตและการพัฒนาเทคโนโลยีของบริษัท	L
1.6	ท่านชอบที่จะแก้ไขปัญหาละเอียดออกไปปฏิบัติงาน เพื่อที่จะแก้ไขการใช้ผลิตภัณฑ์อย่างผิด ๆ รวมทั้งการใช้งานไม่ได้หรือการมีปัญหาของผลิตภัณฑ์	M
1.7	ท่านได้ดำเนินตามนโยบายขบวนการ และทราบโปรแกรมต่าง ๆ ของบริษัท เพื่อก่อให้เกิดข้อมูลสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ต่อบริษัท	N
2.	ขอบเขตของการควบคุมดูแล (Extent of Supervision : Super)	
2.1	SUPERVISOR ของท่านทำให้เกิดความมั่นใจว่าพนักงานขายทุกคนรู้ในสิ่งในสิ่งที่ควรจะทำ และรู้ว่าจะทำอย่างไร	O
2.2	SUPERVISOR ของท่านติดต่อใกล้ชิดกับท่านเสมอ	P
2.3	SUPERVISOR ของท่านถามเกี่ยวกับข้อมูลในสิ่งที่ท่านทำอยู่ว่าเป็นอย่างไร ไม่บ่อยนัก	Q
2.4	ท่านไม่ค่อยได้มีการติดต่อกับฝ่ายบริหารของบริษัทมากนัก	R
2.5	ฝ่ายบริหารเป็นที่ปรึกษาโดยให้ข้อมูล หรือชี้แจงเกี่ยวกับ กิจกรรมต่าง ๆ อยู่เสมอ	S
2.6	ท่านรู้สึกโดดเดี่ยวหรือมีความรู้สึกแยกตัวออกจากฝ่ายบริหารงานขาย	T
2.7	ท่านไม่ได้ติดต่oprประจำวันกับฝ่ายบริหารมากมาย	U
2.8	ท่านได้รับทิสทางในการปฏิบัติงานจากฝ่ายบริหารของบริษัทน้อยมาก	V
3	การไม่คำนึงถึงพนักงานขายในระดับล่าง (Bottom- Line Orientation: No TBL)	
3.1	เมื่อฝ่ายบริหารประเมินงานของท่านนั้นฝ่ายบริหารได้ใช้ปัจจัยต่าง ๆ เข้าใช้ในการพิจารณา	W
3.2	ฝ่ายบริหารตัดสินใจว่าใครมีผลการดำเนินงานดีโดยพิจารณาผลการดำเนินงานของพนักงานในระดับล่างอย่างเข้มงวด	X
3.3	ผลการดำเนินงานเฉพาะในแง่ที่จะต้องได้ (ยอดขาย) เป็นสิ่งที่จัดการของท่านให้ความสนใจมากที่สุด	Y
3.4	ผู้จัดการของท่านไม่สนใจว่าท่านจะทำอะไรก็ตามตราบนาทีที่ท่านมีผลงานก็เพียงพอแล้ว	Z
4.	ระดับการใช้ที่ไม่บ่อยครั้งของผลการดำเนินงานที่อยู่ในรูปของวัตถุประสงค์ (Objective Outcomes: Objout) ท่านคิดว่าผู้จัดการของท่านไว้ใจหรือเชื่อถือต่อมาตรการ การวัดผลการดำเนินงาน ดังต่อไปนี้ ในการประเมินผลการดำเนินงานของท่าน	
4.1	ปริมาณยอดขาย	AA

ลำดับ	ความหมาย	สัญลักษณ์
4.2	การเจาะเข้าตลาด	AB
4.3	การบรรลุถึงโควต้ายอดขาย	AC
5.	การใช้สิ่งที่ป้อนเข้าไปในการประเมิน (Inputs) ทางด้านเอกสาร (Paper Inputs: Papinp)	
5.1	จำนวนของการเยี่ยมชมลูกค้า	AD
5.2	ค่าใช้จ่ายในการขาย	AE
5.3	คุณภาพและความสมบูรณ์ของรายงานการเยี่ยมชมลูกค้า	AF
6.	การใช้สิ่งที่ป้อนเข้าไปในระบบการประเมินที่เป็นนามธรรม (Subjective Inputs:Subing)	
6.1	ทัศนคติ	AG
6.2	ความสามารถ	AH
6.3	ความพยายาม	AI
7.	เงินเดือนในลักษณะที่เป็นเปอร์เซ็นต์ในแผนการจ่ายค่าตอบแทนพนักงานขาย (Percent Salary in Compensation Plan : Salary)	
7.1	ช่วงระยะเวลาในการจ่ายปัจจุบัน	AJ
7.2	ช่วงระยะเวลาในการจ่ายห่างจากครั้งที่แล้ว	AK
8.	ความสามารถ/ความเชี่ยวชาญในการขาย	
8.1	ท่านสามารถวัดความสามารถและความเชี่ยวชาญในการขายเป็นอย่างดี โดยพิจารณาจากผลการดำเนินงานของพนักงานขาย	AL
8.2	ท่านเมื่อทำงานทางด้านการขายแล้ว ท่านคิดว่าท่านเป็นผู้ที่แท้จริงเองและทำอะไรแล้ว ต้องทำให้ดีที่สุด (เป็นผู้ที่มีความสามารถและเป็นผู้เชี่ยวชาญมืออาชีพ)	AM
8.3	ท่านรู้สึกไม่พอใจหรือรำคาญเมื่อท่านทราบว่าผู้อื่นใช้ความสามารถหรือใช้ความเชี่ยวชาญในการขายต่ำ	AN
8.4	ท่านมีความรู้สึกไม่ประทับใจในกรณีที่เพื่อนร่วมงานทางด้านการขายไม่พัฒนาในการขาย ซึ่งจะส่งผลให้ผลการขายต่ำลง	AO
8.5	ท่านยอมรับว่าผู้บริหารไม่ค่อยให้ความสำคัญกับผู้ที่มีความสามารถน้อย	AP
9.	การเอาใจจริงเอาใจและการผูกพันกับองค์กร	
9.1	ท่านยินดีจะให้ความพยายามที่สูงไปกว่าความพยายามที่อยู่ในระดับทั่วไป เพื่อที่จะช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จ	AQ
9.2	ท่านรู้สึกมีความจงรักภักดีต่อองค์กรและสนใจเกี่ยวกับความอยู่รอด หรือความเจริญก้าวหน้าขององค์กร	AR
9.3	ท่านยอมรับในงานที่ได้รับมอบหมายเกือบทุกงาน หรือทุกชนิดของงานที่ได้รับมอบหมายมา เพื่อที่จะยังคงทำงานให้กับองค์กรได้อย่างเต็มที่	AS
9.4	ท่านจะไม่สามารถทำงานให้กับองค์กรอื่น ๆ ที่มีลักษณะของงานที่เหมือนกัน	AT

ลำดับ	ความหมาย	สัญลักษณ์
9.5	องค์กรนี้ผลักดัน คลับคาลใจหรือจูงใจต่อท่านอย่างดีที่สุดและอย่างแท้จริง โดยเฉพาะในแง่ของผลการดำเนินงาน	AU
9.6	เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อสถานะในปัจจุบันของท่านอยู่มากในการที่จะมีสาเหตุที่ทำให้ท่านออกจากองค์กรนี้	AV
9.7	สำหรับท่านแล้วองค์กรนี้นับเป็นองค์กรที่ดีที่สุดในองค์กรทั้งหมด สำหรับการที่จะทำงานร่วมกับ	AW

ส่วนที่ 3		
ลำดับ	ความหมาย	สัญลักษณ์
1.	การยอมรับในอำนาจหน้าที่/การเข้ามา	
1.1	เมื่อท่านได้รับคำแนะนำหรือคำสั่งท่านยอมรับด้วยความเต็มใจ	AX
1.2	โดยทั่วไปแล้วท่านจะยอมรับอำนาจหน้าที่ของฝ่ายบริหาร ในบริษัทนี้	AY
1.3	ท่านค่อนข้างจะไวต่อข้อมูลป้อนกลับซึ่งท่านรับจากหัวหน้าหรือผู้บังคับบัญชา	AZ
2.	การยอมรับในความร่วมมือ/ทีมงาน	
2.1	เป็นที่รู้จักในองค์กรว่าท่านเป็นผู้หนึ่งที่มีบทบาทในทีมเมื่อดำเนินงานหรือ ปฏิบัติการอยู่ในกลุ่ม	BA
2.2	ทุกครั้งที่ท่านมีความผูกพันหรือภาระต่อผู้อื่นที่ท่านทำงานด้วยนั้น ท่านจะทำให้ดีที่สุดหรือทำให้สำเร็จสมบูรณ์และ สนองตอบอย่างดีที่สุด	BB
2.3	ท่านยินดีที่จะทำส่วนของท่านให้ดีที่สุดสำหรับกลุ่ม	BC
2.4	การทำงานพร้อมกับผู้อื่น เป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสมและท่านชอบที่จะหลีกเลี่ยง	BD
2.5	การทำงานเป็นทีม เป็นสิ่งที่ท่านมีความสุขที่ได้ทำทุกครั้ง	BE
3.	การยอมรับในการประเมินผลการดำเนินงาน	
3.1	เป็นสิ่งที่ดีที่สุดหรือเหมาะสมที่สุดที่ฝ่ายบริหารได้ประเมินผลงานของท่านอย่างละเอียด	BF
3.2	ท่านชอบให้บริษัทของท่านให้ข้อมูลป้อนกลับ (Feed Back) เกี่ยวกับการดำเนินงานอย่างละเอียด และบ่อยครั้งให้แก่ท่าน	BG
3.3	ท่านต้องการที่จะรู้ตลอดเวลาว่าฝ่ายบริหารคิดอย่างไรกับผลการดำเนินงานของท่าน	BH
3.4	ท่านเป็นบุคคลที่ต้องการข้อมูลป้อนกลับ (Feed Back) จากหัวหน้าของท่าน	BI
4.	การจูงใจที่มาจากภายใน (Intrinsic Motivation)	
4.1	เมื่อท่านปฏิบัติงานหรือมีผลดำเนินงานที่ดี ท่านทราบว่าเป็นความปรารถนาของท่านเองที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายนั้น	BJ
4.2	ท่าน ไม่ต้องการเหตุผลในการที่จะขาย การที่ท่านขายนั้นเนื่องจากท่านเป็นผู้ต้องการเอง	BK

ส่วนที่ 3		
ลำดับ	ความหมาย	สัญลักษณ์
4.3	การที่จะประสบความสำเร็จในการขายนั้นเป็นสิ่งซึ่งท่านต้องการกระทำ เพื่อตัวท่านเอง	BL
4.4	ถ้าท่านมีความมั่งคั่ง (มีฐานะร่ำรวย) แล้วท่านก็ยิ่งทำหน้าที่การขายเนื่องจากความท้าทายของงานขาย	BM
4.5	ท่านปรารถนาว่าท่านจะไม่ต้องเกษียณอายุในภายหน้า เพื่อที่ท่านจะดำเนินการขายตลอดไป เพื่อจะได้มีความสุข และสนุกในการขาย	BN
4.6	ท่านขายก็เนื่องมาจากท่านมีความรู้สึกที่ดีต่อตัวเงินที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า	BO
5.	การจูงใจจากภายนอก (Extrinsic Motivation)	
5.1	ถ้าไม่ใช่เพื่อเงินแล้วท่านจะไม่ปฏิบัติงานขาย	BP
5.2	ท่านขายเนื่องจากได้รับค่าตอบแทนจากการขาย	BQ
5.3	หลังจากวันทำงานที่ทั้งหนักและยาวนานแล้ว ท่านตระหนักว่าถ้าไม่ใช่เพื่อตัวเงินแล้ว ท่านคงไม่ดำเนินงานขายนี้ต่อไป	BR
6.	การจูงใจเพื่อให้กับบริษัทมากกว่าที่จะได้สนองตนเองหรือลูกค้าเท่าที่ท่านทราบอยู่แล้วนั้น พนักงานขายในองค์กรนั้นต้องแบ่งความพยายามในหน้าที่ต่าง ๆ หรือกิจกรรมต่าง ๆ ขอความกรุณาจากท่านให้ช่วยจัดสรรคะแนน 100 คะแนนไปในคอลัมน์ข้างล่าง เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความพยายามที่เกี่ยวข้องกับตัวงานที่ท่านได้ให้กับบริษัทที่ท่านทำงานอยู่ ลูกค้าของท่านและตัวท่านเอง (ความต้องการของตัวท่านเอง) ท่านแบ่งความพยายามของท่านดังต่อไปนี้ให้กับ <ol style="list-style-type: none"> 1. เจ้านายของท่าน 2. บริษัทที่ท่านทำงานอยู่ 3. ลูกค้าของท่าน 4. ตัวท่านเอง 	BS BT BU BV
7.	กิจกรรมในการเยี่ยมลูกค้า ที่ผู้คาดหวัง (Prospects) กับกิจกรรมอื่น ๆ ในสัปดาห์หนึ่งนั้น ท่านใช้เวลาในกิจกรรมดังต่อไปนี้เป็นเวลากี่ชั่วโมง ก. จดหมาย/โทรศัพท์ของลูกค้าผู้คาดหวัง ข. การไปเยี่ยมหรือเข้าพบลูกค้าผู้คาดหวัง ค. จดหมาย/โทรศัพท์ ง. การเตรียมงานทางด้านเอกสารและรายงานต่อฝ่ายบริหาร จ. การประชุมกับเด็ลเลอร์หรือตัวแทนจำหน่าย ฉ. การประชุมเพื่อการฝึกอบรม ช. การเยี่ยมลูกค้าปัจจุบัน ซ. การเยี่ยมในแง่ของการให้บริการ	BW BX BY BZ CA CB CC CD

ส่วนที่ 3		
ลำดับ	ความหมาย	สัญลักษณ์
	ญ. การวางแผน ฉ. อื่น ๆ	CE CF
8.	เวลาในการขาย/เวลาที่ไม่ได้ใช้ในการขาย ก. จดหมาย/โทรศัพท์ของลูกค้าผู้คาดหวัง ข. การไปเยี่ยมหรือเข้าพบลูกค้าคาดหวัง ค. จดหมาย/โทรศัพท์ ง. การเตรียมงานทางด้านเอกสารและรายงานต่อฝ่ายบริหาร จ. การจัดประชุมกับดีลเลอร์หรือตัวแทนจำหน่าย ฉ. การจัดประชุมเพื่อการฝึกอบรม ช. การเขียนเขียนลูกค้าปัจจุบัน ซ. การเยี่ยมเยียนในแง่ของการให้บริการ ฅ. การวางแผน ญ. อื่น ๆ	CG CH CI CJ CK CL CM CN CO CP
9.	การขายที่มีความเหมาะสมหรือลดมากขึ้น 9.1 ท่านลองปรับปรุงการขายหรือใช้วิธีในการขายใหม่ ๆ อยู่เสมอ 9.2 เป็นสิ่งที่ไม่จำเป็นที่จะต้องเรียนรู้มากมายเกี่ยวกับการขาย 9.3 งานขายทำให้ท่านใช้ความคิดมากขึ้น ในเรื่องที่ว่าท่านจะขายได้มากขึ้นอย่างไร รวมทั้งเป็นเรื่องของการใช้เวลาที่มากขึ้น 9.4 ท่านเชื่อว่าพนักงานขายที่ดีที่สุดเป็นพนักงานขายผู้ซึ่งรู้ว่าจะขายอย่างไร ไม่ใช่เป็นพวกที่ใช้เวลาในการขายยาวนาน (หลาย ๆ ชั่วโมง)	CQ CR CS CT
10.	ทุก ๆ ครั้งที่ท่านสูญเสียใบสั่งซื้อไปนั้นท่านวิเคราะห์แล้วว่าสิ่งที่ผิดพลาดเนื่องมาจากรายละเอียดต่าง ๆ ที่คาดการณ์ไม่ถึง	CU
11.	ผลการดำเนินงานเปรียบเทียบ 11.1 ท่านเห็นด้วยกับการประเมินผลการดำเนินงานของท่าน เมื่อเปรียบเทียบกับเป้าหมายในการขายของบริษัทของท่าน 11.2 เมื่อเปรียบเทียบกับการทำงานของพนักงานขายท่านอื่นในบริษัทของท่านแล้วท่านได้เห็นด้วยกับการประเมินความพยายาม 11.3 เมื่อเปรียบเทียบกับพนักงานขายท่านอื่น ที่ดำเนินงานในบริษัทเดียวกับท่านแล้ว ท่านเห็นด้วยกับประเมินผลการดำเนินงานทั้งหมดของท่าน	CV CW CX
12.	เปอร์เซ็นต์ไทล์ (Percentile) ของผลการดำเนินงานในการขาย เมื่อท่านเปรียบเทียบยอดขายประจำปีของท่านกับยอดขายประจำปีของพนักงานขายท่าน	

ส่วนที่ 3		
ลำดับ	ความหมาย	สัญลักษณ์
	อื่นในบริษัทเดียวกัน ท่านอยู่ในช่วง 5 คะแนน ระดับสูง 4 คะแนน ระดับสูง 3 คะแนน ระดับกลาง 2 คะแนน ระดับต่ำกลาง 1 คะแนน ระดับต่ำที่สุด	CY
13.	คำถามเกี่ยวกับการทำให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทางด้านกำไรและการขาย	
13.1	ท่านเป็นผู้ช่วยสร้างส่วนแบ่งตลาดให้สูงมากขึ้นต่อบริษัทของท่าน ในเขตที่ท่านดำเนินการขายอยู่	CZ
13.2	ท่านได้ทำยอดขายให้กับผลิตภัณฑ์ที่มีกำไร (Profit Margin) สูงสุด	DA
13.3	ท่านได้ทำยอดขายให้กับผลิตภัณฑ์ที่มีกำไร (เป็นจำนวนเงินได้สูง)	DB
13.4	ท่านได้ทำยอดขายสำหรับผลิตภัณฑ์	DC
13.5	ท่านได้ดำเนินการหาลูกค้าเพิ่มและดำเนินการขายไปสู่ลูกค้ารายสำคัญ ๆ ในเขตการขายที่ท่านได้รับผิดชอบ	DD
13.6	ท่านได้สร้างยอดขายหรือได้ทำสัญญาการขายที่ก่อให้เกิดการทำกำไรระยะยาวต่อบริษัท	DE
13.7	ท่านได้ทำยอดขายเกินกว่ายอดขาย การขายและวัตถุประสงค์ของการขายสำหรับในเขตของการขายที่ท่านรับผิดชอบในช่วงปีที่ผ่านมา	DF
14.	การเก็บรวบรวมข้อมูลสารสนเทศ	
14.1	ท่านได้จัดทำและส่งรายงานที่สมบูรณ์และถูกต้องที่เกี่ยวกับการสั่งซื้อ ค่าใช้จ่ายและรายงานประจำวันอื่น ๆ	DG
14.2	ท่านได้ดำเนินการและนำความคิดริเริ่มต่าง ๆ ของตัวท่านเองที่เกี่ยวกับการดำเนินงานและขั้นตอนต่าง ๆ ของบริษัทเพื่อที่จะทำการปรับปรุงงานการขาย	DH
14.3	ท่านส่งรายงานต่าง ๆ ที่ผู้บริหารต้องการได้ตรงเวลา	DI
14.4	ท่านได้เก็บรักษามันที่กหรือรายงานต่าง ๆ ที่เฉพาะเจาะจงของบริษัทไว้ถูกต้องสมบูรณ์และทันสมัย	DJ
15.	ค่าใช้จ่ายของการขาย	
15.1	ท่านได้ปฏิบัติตามการขายในขอบเขตของงบประมาณที่จัดตั้งโดยบริษัท	DK
15.2	ท่านได้ใช้ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต	DL
15.3	ท่านได้ใช้ของขวัญขอบคุณและส่วนลดในการส่งเสริมการขายอย่างรับผิดชอบ	DM
15.4	ท่านใช้จ่ายเงินที่ใช้ในการเดินทางและที่พักอย่างระมัดระวัง	DN
15.5	ท่านได้เตรียมรูปแบบในการเขียนเขียนลูกค้า รวมทั้งความถี่เพื่อให้ครอบคลุมเขตการ	

ส่วนที่ 3		
ลำดับ	ความหมาย	สัญลักษณ์
15.6	ขายของท่านได้อย่างประหยัด	DO
15.7	ท่านเล็งรับรองลูกค้าเฉพาะกรณีที่ชัดเจนว่าลูกค้ารายนั้นเป็นผลประโยชน์ที่ชัดเจนที่สุดที่จะทำการเล็งรับรอง	DP
15.7	ท่านได้ดำเนินการควบคุมต้นทุนต่าง ๆ ในส่วนอื่นของบริษัท (เช่น การดำเนินงานทางด้านคำสั่งซื้อ การเตรียมงานด้านการสั่งซื้อและส่งมอบ) เมื่อดำเนินการรับคำสั่งซื้อ	DQ
16	การวางแผนการเสนอการขาย	
16.1	ท่านตั้งใจฟังอย่างใจจดใจจ่อที่จะกำหนดหรือระบุและเพื่อที่จะเข้าใจความต้องการ	DR
16.2	ท่านเข้าใจถึงปัญหาและความต้องการที่มีลักษณะพิเศษของลูกค้า	DS
16.3	ท่านได้ใช้สัญญาที่ได้ทำขึ้นไว้ ที่ทำมาแล้ว เพื่อพัฒนาลูกค้าใหม่ ๆ	DT
16.4	ท่านได้สื่อสารเสนอการขายของท่านอย่างชัดเจนและกระชับ	DU
16.5	ท่านได้ใช้เครื่องมือเกี่ยวกับสถิติศนูปกรณ์ (เช่น แผนผัง ตาราง และอื่น ๆ) อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อปรับปรุงการนำเสนอการขายของท่าน	DV
16.6	ท่านได้ทำงานแก้ไขปัญหาดัง ๆ ให้กับคำถามและข้อโต้แย้งของลูกค้า	DW
17.	ความพึงพอใจต่องาน (JOB SATISFACTION)	
17.1	งานการขายของท่านก่อให้เกิดความรู้สึกประสบความสำเร็จ	DX
17.2	งานการขายของท่านมีลักษณะเด่นชัดอย่างมาก	DY
17.3	งานการขายของท่านก่อให้เกิดความพอใจต่อตัวท่านเอง	DZ
17.4	ท่านกำลังทำบางสิ่งบางอย่างที่มีคุณค่าต่องานการขายของท่าน	EA
17.5	งานการขายของท่านมีลักษณะที่ทำหาย	EB
17.6	งานการขายของท่านมีลักษณะที่น่าสนใจ	EC
17.7	ท่านมีความพอใจกับวิธีการที่โปรแกรมตระหนักถึงความสำเร็จอย่างเป็นทางการได้ถูกนำมาใช้	ED
17.8	บริษัทมีนโยบายการส่งเสริมเพื่อเลื่อนขั้นบุคลากรที่ยุติธรรมหรือเสมอภาค	EE
17.9	พนักงานขายในบริษัทได้รับการสนับสนุนเป็นอย่างดีจากผู้บริหาร	EF
17.10	ผู้จัดการการขายภาคพื้นของท่านได้ปฏิบัติงานดีในแง่การช่วยเหลือพนักงานขายเพื่อพัฒนาศักยภาพของพนักงานขาย	EG
17.11	ผู้จัดการฝ่ายขายภาคพื้น มีความเสมอภาคและยุติธรรมให้ความไว้วางใจและยกย่องต่องานที่พนักงานขายได้ทำสำเร็จ	EH
17.12	ผู้จัดการฝ่ายขายภาคพื้นเป็นผู้รักษาคำมั่นสัญญาของพนักงานขาย	EI
17.13	ผู้จัดการฝ่ายขายภาคพื้นเป็นผู้ที่ทันสมัย	EJ
17.14	ฝ่ายบริหารไม่ได้เพิกเฉยต่อเรื่องปัญหาของพนักงานขาย	EK

ส่วนที่ 3		
ลำดับ	ความหมาย	สัญลักษณ์
17.15	ท่านมีความเชื่อมั่นในความเสมอภาคความซื่อสัตย์ของฝ่ายบริหาร	E L
17.16	ในความเห็นของท่าน คำตอบแทน (การจ่ายคำตอบแทน) ที่ท่านทำงานอยู่จะสูงกว่าบริษัทอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน	EM
17.17	คำตอบแทนที่บริษัทจ่ายนั้นอยู่ในระดับที่สูงเมื่อเปรียบเทียบกับบริษัทอื่นที่ทำงานขายคล้ายคลึงกัน	EN
17.18	ผู้ร่วมงานในการขายของท่านเป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบ	EO
17.19	ผู้ร่วมงานในการขายของท่านเป็นผู้ที่ไม่เห็นแก่ตัว	EP
17.20	ผู้ร่วมงานที่ท่านทำงานด้วยมีความเป็นมิตรสูง	EQ
17.21	ผู้ร่วมงานของท่านมีลักษณะที่สนับสนุนส่งเสริมหรือส่งเสริมกำลังใจ	ER
17.22	ลูกค้ายของท่านเป็นผู้ที่รักษาสัญญา	ES
17.23	ลูกค้ายของท่านเป็นผู้ที่มีความเสมอภาคหรือยุติธรรม	ET
17.24	ลูกค้ายของท่านเป็นผู้ที่ไว้วางใจได้	EU
17.25	ลูกค้ายของท่านเป็นบุคคลที่เข้าใจผู้อื่น	EV
17.26	ลูกค้ายของท่านสนใจในเรื่องที่ท่านกล่าวหรืออธิบาย	EW
18.	การตัดสินใจที่มีส่วนร่วม	
18.1	การตัดสินใจจะกระทำ ณ ระดับของผู้บริหารระดับสูงเท่านั้น	EX
18.2	พนักงานขายและฝ่ายบริหารมีแนวโน้มที่จะร่วมกันในการปรึกษาหารือในประเด็นต่าง ๆ ในองค์กร	EY
18.3	เจ้านายของท่านจะเสาะหาหรือสอบถามความคิดเห็นของท่านตลอดเวลา	EZ
18.4	ฝ่ายบริหารตัดสินใจ โดยปราศจากการคำนึง ความนึกคิดของพนักงานขาย	FA
19	การจ่ายคำตอบแทนในฐานะที่ถูกรับรู้ว่าเป็นกลไกหรือเครื่องมือในการควบคุม	
19.1	เหตุผลที่สำคัญสำหรับการจ่ายคำตอบแทนในองค์กรที่ท่านปฏิบัติงานคือ ทำให้ท่านปฏิบัติงานตามที่หัวหน้าหรือผู้จัดการต้องการให้ท่านปฏิบัติ	FB
19.2	ท่านรู้สึกว่าเป็นการใช้การจ่ายคำตอบแทนเพื่อพยายามควบคุมทุกอย่างที่ท่านปฏิบัติ	FC
19.3	ระบบผลตอบแทนมีอิทธิพลที่แท้จริงต่องานที่ท่านปฏิบัติอยู่	FD
19.4	เหตุผลที่สำคัญสำหรับการจ่ายคำตอบแทนในองค์กรที่ท่านปฏิบัติงานอยู่ก็เพื่อให้ได้ข้อมูลป้อนกลับที่แน่นอนเด่นชัด เกี่ยวกับสิ่งที่ท่านกำลังปฏิบัติอยู่	FE

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผลจากการสกัดปัจจัยของตัวแปร H - AW จำนวน 10 Factors ซึ่งมีทั้งสิ้น 42 ตัวแปร พบว่า ประกอบด้วยตัวแปร ดังนี้

ตารางที่ 4 แสดงตัวแปรที่ได้หลังจากสกัดปัจจัยของตัวแปร H - AW

Factor	Statements
1	AA,AB,AC,AD,AE,AF,AH,AI
2	H,I,J,K,L,N
3	AM, AQ ,AR ,AS
4	O,S ,W ,X
5	R,T,U,V
6	AN, AO
7	AJ, AK
8	AT, AU, AW
9	Y
10	AV

หลังจากนั้นทำการหมุนแกน (Factor Rotation) โดยเลือกจากปัจจัยที่มีเปอร์เซ็นต์ความแปรปรวนที่ 5% ขึ้นไปซึ่งได้แก่ปัจจัยที่ 1-3 เหลือตัวแปรที่เป็นตัวแทนของกลุ่มตัวแปรกิจกรรมจำนวนทั้งสิ้น 18 ตัวแปร ได้แก่ H, I, J, K, L, N, AA, AB, AC, AD, AE, AF, AH, AI, AM, AQ, AR, AS (จากตารางที่ 1 ภาคผนวก)

2. ผลการสกัดปัจจัยของตัวแปร AX - BR จำนวน 4 Factors ซึ่งมีทั้งสิ้น 21 ตัวแปร ประกอบด้วยตัวแปร ดังแสดงไว้ในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงตัวแปรที่ได้หลังจากสกัดปัจจัยของตัวแปร AX - BR

Factor	Statements
1	AX,AY,AZ,BA,BB,BC,BD,BE,BG,BH,BI,BJ,BL
2	BM,BN,BO
3	BP,BQ,BR
4	BD,BK

หลังจากนั้นทำการหมุนแกน (Factor Rotation) โดยเลือกจากปัจจัยที่มีเปอร์เซ็นต์ความแปรปรวนที่ 5% ขึ้นไป ซึ่งได้แก่ปัจจัยที่ 1-4 พบว่าตัวแปรที่เป็นตัวแทนของกลุ่มตัวแปรคือ AX, AY, AZ, BA, BB, BC, BE, BG, BH, BI, BJ, BK, BL, BM, BN, BO, BP, BQ, BR (จากตารางที่ 2 ภาคผนวก) จำนวนทั้งสิ้น 20 ตัวแปร

3. ผลการสกัดปัจจัยของตัวแปร BW - CP จำนวน 6 Factors ซึ่งมีทั้งสิ้น 20 ตัวแปร พบว่า ประกอบด้วยตัวแปร ดังแสดงไว้ในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงตัวแปรที่ได้หลังจากการสกัดปัจจัยของตัวแปร BW -CP

Factor	Statements
1	BW,BX,BY,CG,CH,CI
2	CD,CM,CN
3	BZ,CA
4	CF,CP
5	CB,CK,CL
6	CC,CE,CI

หลังจากนั้นทำการหมุนแกน (Factor Rotation) โดยเลือกจากปัจจัยที่มีเปอร์เซ็นต์ความแปรปรวนที่ 5% ขึ้นไป ซึ่งได้แก่ ปัจจัยที่ 1-6 พบว่า เหลือตัวแปรที่เป็นตัวแทนของกลุ่ม BW, BX, BY, BZ, CA, CB, CC, CD CG, CH, CI, CJ, CK, CL, CM, CN และ CP (จากตารางที่ 3 ภาคผนวก) จำนวนทั้งสิ้น 19 ตัวแปร

4. ผลการสกัดปัจจัย CQ-DW จำนวน 8 Factors ซึ่งมีทั้งสิ้น 33 ตัวแปร พบว่าประกอบด้วยตัวแปร ดังแสดงไว้ในตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แสดงตัวแปรที่ได้หลังจากสกัดปัจจัยของตัวแปร CQ - DW

Factor	Statements
1	DG,DH,DI,DJ,DK,DL,DM,DR,DS,DT,DU
2	CT,DD,DL,DM,DN
3	-
4	-
5	-
6	CS
7	CY,DF
8	DO

หลังจากนั้นทำการหมุนแกน (Factor Rotation) โดยเลือกจากปัจจัยที่มีเปอร์เซ็นต์ความแปรปรวนที่ 5% ขึ้นไปซึ่งได้แก่ ปัจจัยที่ 1-2 พบว่า เหลือตัวแปรที่เป็นตัวแทนของกลุ่มตัวแปรกิจกรรมคือ DG, DH, DI,DJ,DK, DL, DM, DR, DS, DT, DU, CT, DD, DD จำนวนทั้งสิ้น 14 ตัวแปร

5. ผลการสกัดปัจจัย DK-FG จำนวนทั้งสิ้น 47 ตัวแปร พบว่า ไม่มีตัวแปรใดที่เป็นตัวแทนของกลุ่ม

2) ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation)

ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่

H,I,J,K,L,N,AA,AB,AC,AD,AE,AF,
AH,AI,AM,AQ,AR,AS,AY,AZ,BA,BB
BC,BD,BE,BG,BH,BI,BJ,BK,BL,BM,BN,
BO,BP,BQ,BR,BW,BX,BY,BZ,CA,CB,CC
CD,CE,CF,CG,CH,CI,CJ,CK,CL,CM,CN
CP,CT,DD,DG,DI,DJ,DK,DL,DM,DN
DR,DT,DU

จำนวนทั้งสิ้น 71 ตัวแปร

จากสมมุติฐาน

- 1) H_{01} : ระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานในด้านของปัจจัยต่าง ๆ ของระบบควบคุมเป็นอิสระต่อตัวแปรของระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม
- H_1 : ระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานในด้านของปัจจัยต่าง ๆ ของระบบควบคุมขึ้นต่อตัวแปรของระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม
- 2) H_{02} : ระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานในด้านสภาพจิตใจและความคิด/ความสามารถเป็นอิสระต่อตัวแปรของระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม
- H_2 : ระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานในด้านสภาพจิตใจและความคิด/ความสามารถขึ้นต่อตัวแปรของระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม
- 3) H_{03} : ระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานในด้านความชอบพอ/ทัศนคติเป็นอิสระต่อตัวแปรของระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม
- H_3 : ระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานในด้านความชอบพอ/ทัศนคติขึ้นต่อตัวแปรของระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม
- 4) H_{04} : ระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานในด้านของปัจจัยการจูงใจเป็นอิสระต่อตัวแปรของระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม
- H_4 : ระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานในด้านของปัจจัยการจูงใจขึ้นต่อตัวแปรของระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม

- 5) H_{05} : ระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานในด้านของกลยุทธ์ทางด้านพฤติกรรมเป็นอิสระต่อตัวแปรของระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม
- H_5 : ระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานในด้านของกลยุทธ์ทางด้านพฤติกรรมขึ้นต่อตัวแปรของระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม
- 6) จากผลการวิจัย พบว่า ตัวแปรระบบการควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน ที่มีความสัมพันธ์กับผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานของผลการดำเนินงานและการควบคุม โดยอาศัยพฤติกรรม ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 8 แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปร

ตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน	ตัวแปรของผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานของผลการดำเนินงานและการควบคุม โดยอาศัยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน
1) H = ท่านรู้การออกแบบและข้อกำหนดต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ของบริษัท	<p>AX = เมื่อท่านได้รับคำแนะนำหรือคำสั่งท่านยอมรับด้วยความเต็มใจ</p> <p>AY = โดยทั่วไปแล้วท่านจะยอมรับอำนาจหน้าที่ของฝ่ายบริหารในบริษัทนี้</p> <p>AZ = ท่านค่อนข้างจะไวต่อข้อมูลป้อนกลับซึ่งท่านรับจากหัวหน้าหรือผู้บังคับบัญชา</p> <p>BA = เป็นที่รู้จักกันในองค์กรว่าท่านเป็นผู้หนึ่งที่มีบทบาทในทีมเมื่อดำเนินงานหรือปฏิบัติกรอยู่ในกลุ่ม</p> <p>BB = ทุกครั้งที่ท่านมีความผูกพันหรือภาระผู้อื่นที่ท่านทำงานด้วยนั้น ท่านจะทำให้ดีที่สุดหรือทำให้สำเร็จสมบูรณ์และตอบสนองอย่างดีที่สุด</p> <p>BC = ท่านยินดีจะมีส่วนร่วมของท่านให้ดีที่สุด สำหรับกลุ่ม</p> <p>BE = การทำงานเป็นทีมเป็นสิ่งที่ท่านมีความสุขที่ได้ทำทุกครั้ง</p> <p>BG = ท่านชอบให้บริษัทของท่านให้ข้อมูลป้อนกลับ (Feed Back) เกี่ยวกับการดำเนินงานอย่างละเอียดและบ่อยครั้งให้แก่ท่าน</p> <p>BJ = เมื่อท่านปฏิบัติงานหรือมีผลงานดำเนินงานที่ดี ท่านทราบว่าเป็นความปรารถนาของตนเองที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายนั้น</p> <p>BX = การไปเยี่ยมหรือเข้าพบลูกสรผู้คาดหวัง</p> <p>BM = ถ้าท่านมีความมั่งคั่ง (มีฐานะร่ำรวย)แล้วท่านก็ยังคงทำหน้าที่การขายเนื่องจากความท้าทายของงานขาย</p> <p>BN = ท่านปรารถนาว่าท่านจะไม่ต้องเกษียณอายุ ในภายหน้าเพื่อที่ ท่านจะดำเนินการขายตลอดไป เพื่อจะได้มีความสุขและสนุกในการขาย</p>

<p>ตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>	<p>ตัวแปรของผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานของผลการดำเนินงานและการควบคุม โดยอาศัยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>
	<p>BO = ท่านขายก็เนื่องจากท่านมีความรู้สึกที่ดีต่อตัวเงินที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า</p> <p>CB = การประชุมเพื่อการฝึกอบรม</p> <p>CH = การไปเยี่ยมหรือเข้าพบลูกค้าผู้คาดหวัง</p> <p>CM = การเยี่ยมเยือนลูกค้าปัจจุบัน</p> <p>DD = ท่านได้ดำเนินการหาลูกค้าเพิ่มและดำเนินการขายไปสู่ลูกค้ารายสำคัญ ๆ ในเขตการขายที่ท่านได้รับผิดชอบ</p> <p>DG = ท่าน ได้จัดทำและส่งรายงานที่สมบูรณ์และถูกต้องที่เกี่ยวกับคำสั่งซื้อค่าใช้จ่ายและรายงานประจำวันอื่น ๆ</p> <p>DI = ท่านส่งรายงานต่าง ๆ ที่ผู้บริหารต้องการได้ตรงเวลา</p> <p>DJ = ท่านได้เก็บรักษาบันทึกหรือรายงานต่าง ๆ ที่เฉพาะเจาะจงของบริษัท ไว้ถูกต้องสมบูรณ์และทันสมัย</p> <p>DK = ท่านได้ปฏิบัติการขายในขอบเขตของงบประมาณที่จัดตั้งโดยบริษัท</p> <p>DL = ท่านได้ใช้ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต</p> <p>DM = ท่านได้ใช้ของขวัญขอบคุณและส่วนลดในการส่งเสริมการขายอย่างรับผิดชอบ</p> <p>DR = ท่านตั้งใจฟังอย่างใจจดใจจ่อที่จะกำหนดหรือระบุและเพื่อที่จะเข้าใจความต้องการ</p> <p>DS = ท่านเข้าใจถึงปัญหาและความต้องการที่มีลักษณะพิเศษของลูกค้า</p> <p>DT = ท่านได้ใช้สัญญาที่ได้ทำขึ้นไว้ ที่ทำมาแล้วเพื่อพัฒนาลูกค้าใหม่ ๆ</p> <p>DU = ท่านได้สื่อสารเสนอการขายของท่านอย่างชัดเจนและกระชับ</p>
<p>2) I = ท่านทราบถึงการประยุกต์ใช้และหน้าที่ต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ของบริษัท</p>	<p>AX = เมื่อท่านได้รับคำแนะนำหรือคำสั่งท่านยอมรับด้วยความเต็มใจ</p> <p>AY = โดยทั่วไปแล้วท่านจะยอมรับอำนาจหน้าที่ของฝ่ายบริหารในบริษัทนี้</p> <p>AZ = ท่านค่อนข้างจะไวต่อข้อมูลป้อนกลับซึ่งท่านรับจากหัวหน้าหรือผู้บังคับบัญชา</p> <p>BA = เป็นที่รู้จักกันในองค์กรว่าท่านเป็นผู้หนึ่งที่มีบทบาทในทีมเมื่อ</p>

<p>ตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>	<p>ตัวแปรของผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานของผลการดำเนินงานและการควบคุม โดยอาศัยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>
	<p>ดำเนินงานหรือปฏิบัติกรอยู่ในกลุ่ม</p> <p>BB = ทุกครั้งที่ท่านมีความผูกพันหรือภาระผู้อื่นที่ท่านทำงานด้วยนั้น ท่านจะทำให้ดีที่สุดหรือทำให้สำเร็จสมบูรณ์และตอบสนองอย่างดีที่สุด</p> <p>BC = ท่านยินดีจะมีส่วนร่วมของท่านให้ดีที่สุด สำหรับกลุ่ม</p> <p>BE = การทำงานเป็นทีมเป็นสิ่งที่ท่านมีความสุขที่ได้ทำทุกครั้ง</p> <p>BG = ท่านชอบให้บริษัทของท่านให้ข้อมูลป้อนกลับ (Feed Back) เกี่ยวกับการดำเนินงานอย่างละเอียดและบ่อยครั้งให้แก่ท่าน</p> <p>BH = ท่านต้องการที่จะรู้ตลอดเวลาว่า ฝ่ายบริหารคิดอย่างไรกับผลการดำเนินงานของท่าน</p> <p>BI = ท่านเป็นบุคคลที่ต้องการข้อมูลป้อนกลับจากหัวหน้าของท่าน</p> <p>BJ = เมื่อท่านปฏิบัติงานหรือมีผลงานดำเนินงานที่ดี ท่านทราบว่าเป็นความปรารถนาของท่านเองที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายนั้น</p> <p>BK = ท่าน ไม่ต้องการเหตุผลในการที่จะขาย การที่ท่านขายนั้นเนื่องจากท่านเป็นผู้ต้องการเอง</p> <p>BL = การที่ท่านจะประสบผลสำเร็จในการขายนั้นเป็นสิ่งซึ่งท่านต้องการทำเพื่อตัวท่านเอง</p> <p>BM = ถ้าท่านมีความมั่งคั่ง (มีฐานะร่ำรวย)แล้วท่านก็ยังคงทำหน้าที่การขายเนื่องจากความท้าทายของงานขาย</p> <p>BN = ท่านปรารถนาว่าท่านจะไม่ต้องเกษียณอายุ ในภายหน้าเพื่อที่ ท่านจะดำเนินการขายตลอดไป เพื่อจะได้มีความสุขและสนุกในการขาย</p> <p>BO = ท่านขายก็เนื่องจากท่านมีความรู้สึกที่ดีต่อตัวเงินที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า</p> <p>BW = ในสัปดาห์หนึ่งท่านใช้เวลาในกิจกรรม จดหมาย/โทรศัพท์ของลูกค้าคาดหวัง</p> <p>BX = ในสัปดาห์หนึ่งท่านใช้เวลาในการไปเยี่ยมหรือเข้าพบลูกค้าผู้คาดหวัง</p> <p>BY = เวลาที่ท่านใช้ในกิจกรรมในการเยี่ยมลูกค้าที่คาดหวัง (Prospects) ก็กับการใช้เวลาสำหรับจดหมาย / โทรศัพท์</p>

<p>ตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>	<p>ตัวแปรของผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานของผลการดำเนินงานและการควบคุม โดยอาศัยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>
	<p>BZ = กิจกรรมในการเชื่อมลูกค้าที่คาดหวัง (Prospects) กับการใช้เวลาสำหรับการเตรียมงานทางด้านเอกสารและรายงานต่อฝ่ายบริหาร</p> <p>CA = กิจกรรมในการเชื่อมลูกค้าที่คาดหวัง (Prospects) กับการใช้เวลาสำหรับการประชุมดีลเลอร์หรือตัวแทนจำหน่าย</p> <p>CB = กิจกรรมในการเชื่อมลูกค้าที่คาดหวัง (Prospects) กับการใช้เวลาสำหรับการประชุมเพื่อการฝึกอบรม</p> <p>CC = กิจกรรมในการเชื่อมลูกค้าที่คาดหวัง (Prospects) กับการใช้เวลาสำหรับการประชุมเพื่อการเชื่อมลูกค้าปัจจุบัน</p> <p>CG = เวลาในการขาย / เวลาที่ไม่ได้ใช้ในการขาย จดหมาย/โทรศัพท์ของลูกค้าผู้คาดหวัง</p> <p>CH = การไปเยี่ยมหรือเข้าพบลูกค้าคาดหวัง</p> <p>CI = เวลาในการขาย/เวลาที่ไม่ได้ใช้ในการขาย จดหมาย/โทรศัพท์</p> <p>CJ = เวลาในการขาย/เวลาที่ไม่ได้ใช้ในการขาย การเตรียมงานทางด้านเอกสารและรายงานต่อฝ่ายบริหาร</p> <p>CM = เวลาในการขาย/เวลาที่ไม่ได้ใช้ในการขาย การเขียนเขียนลูกค้าปัจจุบัน</p> <p>CT = ท่านเชื่อว่าพนักงานขายที่ดีที่สุดเป็นพนักงานขายผู้ซึ่งรู้ว่าจะขายอย่างไร ไม่ใช่เป็นพวกที่ใช้เวลาในการขายยาวนาน (หลาย ชั่วโมง)</p> <p>DD = ท่านได้ดำเนินการหาลูกค้าเพิ่มและดำเนินการขายไปสู่ลูกค้ารายสำคัญ ๆ ในเขตการขายที่ท่านได้รับผิดชอบ</p> <p>DG = ท่านได้จัดทำและส่งรายงานที่สมบูรณ์และถูกต้องที่เกี่ยวกับการสั่งซื้อ ค่าใช้จ่ายและรายงานประจำวันอื่น ๆ</p> <p>DH = ท่านได้ดำเนินการและนำความคิดริเริ่มต่าง ๆ ของตัวท่านเอง ที่เกี่ยวกับการดำเนินงานและขั้นตอนต่าง ๆ ของบริษัทเพื่อที่จะทำการปรับปรุงงานการขาย</p> <p>DI = ท่านส่งรายงานต่าง ๆ ที่ผู้บริหารต้องการได้ตรงเวลา</p> <p>DJ = ท่านได้เก็บรักษาสัญญาหรือรายงานต่าง ๆ ที่เฉพาะเจาะจงของบริษัทไว้ถูกต้องสมบูรณ์และทันสมัย</p> <p>DK = ท่านได้ปฏิบัติการขายในขอบเขตของงบประมาณที่จัดตั้งโดย</p>

<p>ตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>	<p>ตัวแปรของผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานของผลการดำเนินงานและการควบคุม โดยอาศัยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>
	<p>บริษัท</p> <p>DL = ท่านได้ใช้ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต</p> <p>DM = ท่านได้ใช้ของขวัญขอบคุณและส่วนลดในการส่งเสริมการขายอย่างรับผิดชอบ</p> <p>DN = ท่านใช้จ่ายเงินในการเดินทางและที่พักอย่างระมัดระวัง</p> <p>DR = ท่านตั้งใจฟังอย่างใจจดใจจ่อที่จะกำหนดหรือระบุและเพื่อที่จะเข้าใจความต้องการ</p> <p>DS = ท่านเข้าใจถึงปัญหาและความต้องการที่มีลักษณะพิเศษของลูกค้า</p> <p>DT = ท่านได้ใช้สัญญาที่ได้ทำขึ้นไว้ ที่ทำมาแล้ว เพื่อพัฒนาลูกค้าใหม่ ๆ</p> <p>DU = ท่านได้สื่อสารเสนอการขายของท่านอย่างชัดเจนและกระชับ</p>
<p>3) ท่านสามารถที่จะติดตามและทราบถึงสภาพต่าง ๆ ของความล้มเหลวทางการดำเนินงานของผลิตภัณฑ์ของบริษัท</p>	<p>AX = เมื่อท่านได้รับคำแนะนำหรือคำสั่งท่านยอมรับด้วยความเต็มใจ</p> <p>AY = โดยทั่วไปแล้วท่านจะยอมรับอำนาจหน้าที่ของฝ่ายบริหารในบริษัทนี้</p> <p>AZ = ท่านค่อนข้างจะไวต่อข้อมูลป้อนกลับซึ่งท่านรับจากหัวหน้าหรือผู้บังคับบัญชา</p> <p>BA = เป็นที่รู้จักกันในองค์กรว่าท่านเป็นผู้หนึ่งที่มีบทบาทในทีมเมื่อดำเนินงานหรือปฏิบัติการอยู่ในกลุ่ม</p> <p>BB = ทุกครั้งที่ท่านมีความผูกพันหรือภาวะผู้อื่นที่ท่านทำงานด้วยนั้น ท่านจะทำให้ดีที่สุดหรือทำให้สำเร็จสมบูรณ์และตอบสนองอย่างดีที่สุด</p> <p>BC = ท่านยินดีจะทำงานของท่านให้ดีที่สุด สำหรับกลุ่ม</p> <p>BE = การทำงานเป็นทีมเป็นสิ่งที่ท่านมีความสุขที่ได้ทำทุกครั้ง</p> <p>BG = ท่านขอให้บริษัทของท่านให้ข้อมูลป้อนกลับ (Feed Back) เกี่ยวกับการดำเนินงานอย่างละเอียดและบ่อยครั้งให้แก่ท่าน</p> <p>BH = ท่านต้องการที่จะรู้ตลอดเวลาว่า ฝ่ายบริหารคิดอย่างไรกับผลการดำเนินงานของท่าน</p> <p>BI = ท่านเป็นบุคคลที่ต้องการข้อมูลป้อนกลับจากหัวหน้าของท่าน</p> <p>BJ = เมื่อท่านปฏิบัติงานหรือมีผลงานดำเนินงานที่ดี ท่านทราบว่า</p>

<p>ตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>	<p>ตัวแปรของผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานของผลการดำเนินงานและการควบคุม โดยอาศัยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>
	<p>เป็นความปรารถนาของท่านเองที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายนั้น</p> <p>BL = การที่ท่านจะประสบผลสำเร็จในการขายนั้นเป็นสิ่งซึ่งท่านต้องการทำเพื่อตัวท่านเอง</p> <p>BM = ถ้าท่านมีความมั่งคั่ง (มีฐานะร่ำรวย)แล้วท่านก็ยังคงทำหน้าที่การขายเนื่องจากความท้าทายของงานขาย</p> <p>BN = ท่านปรารถนาว่าท่านจะไม่ต้องเกษียณอายุ ในภายหน้าเพื่อที่ ท่านจะดำเนินการขายตลอดไป เพื่อจะได้มีความสุขและสนุกในการขาย</p> <p>BO = ท่านขายก็เนื่องจากท่านมีความรู้สึกที่ดีต่อตัวเงินที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า</p> <p>CB = กิจกรรมในการเชื่อมลูกค้าที่คาดหวัง (Prospects)กับการใช้เวลา สำหรับการประชุมเพื่อการฝึกอบรม</p> <p>CC = กิจกรรมในการเชื่อมลูกค้าที่คาดหวัง (Prospects)กับการใช้เวลา สำหรับการประชุมเพื่อการเชื่อมลูกค้าปัจจุบัน</p> <p>CE = กิจกรรมในการเชื่อมลูกค้าที่ผู้คาดหวังกับกิจกรรมอื่น การเชื่อมลูกค้าปัจจุบัน</p> <p>CL = เวลาในการขาย/เวลาที่ไม่ได้ใช้ในการขาย กับการจัดประชุมเพื่อการฝึกอบรม</p> <p>CM = ท่านได้ใช้ของขวัญขอบคุณและส่วนลดในการส่งเสริมการขายอย่างรับผิดชอบ</p> <p>CP = การขายที่เหมาะสมเป็นสิ่งที่ไม่จำเป็นต้องเรียนรู้มากมายเกี่ยวกับการขาย</p> <p>CT = ท่านเชื่อว่าพนักงานขายที่ดีที่สุดเป็นพนักงานขายผู้ซึ่งรู้ว่าจะขายอย่างไร ไม่ใช่เป็นพวกที่ใช้เวลาในการขายยาวนาน (หลาย ๆ ชั่วโมง)</p> <p>DD = ท่านได้ดำเนินการหาลูกค้าเพิ่มและดำเนินการขายไปสู่ลูกค้ารายสำคัญ ๆ ในเขตการขายที่ท่านได้รับผิดชอบ</p> <p>DG = ท่านได้จัดทำและส่งรายงานที่สมบูรณ์และถูกต้องที่เกี่ยวกับการสั่งซื้อ ค่าใช้จ่ายและรายงานประจำวันอื่น ๆ</p> <p>DH = ท่านได้ดำเนินการและนำความคิดริเริ่มต่าง ๆ ของตัวท่านเอง</p>

ตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน	ตัวแปรของผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานของผลการดำเนินงานและการควบคุม โดยอาศัยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน
	<p>ที่เกี่ยวกับการดำเนินงานและขั้นตอนต่าง ๆ ของบริษัทเพื่อที่จะทำการปรับปรุงงานการขาย</p> <p>DI = ท่านส่งรายงานต่าง ๆ ที่ผู้บริหารต้องการได้ตรงเวลา</p> <p>DJ = ท่านได้เก็บรักษาสินทึกหรือรายงานต่าง ๆ ที่เฉพาะเจาะจงของบริษัทไว้ถูกต้องสมบูรณ์และทันสมัย</p> <p>DK = ท่านได้ปฏิบัติตามการขายในขอบเขตของงบประมาณที่จัดตั้งโดยบริษัท</p> <p>DL = ท่านได้ใช้ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต</p> <p>DM = ท่านได้ใช้ของขวัญขอบคุณและส่วนลดในการส่งเสริมการขายอย่างรับผิดชอบ</p> <p>DN = ท่านใช้จ่ายเงินในการเดินทางและที่พักอย่างระมัดระวัง</p> <p>DR = ท่านตั้งใจฟังอย่างใจจดใจจ่อที่จะกำหนดหรือระบุและเพื่อที่จะเข้าใจความต้องการ</p> <p>DS = ท่านเข้าใจถึงปัญหาและความต้องการที่มีลักษณะพิเศษของลูกค้า</p> <p>DT = ท่านได้ใช้สัญญาที่ได้ทำขึ้นไว้ ที่ทำมาแล้วเพื่อพัฒนาลูกค้าใหม่ ๆ</p> <p>DU = ท่านได้สื่อสารเสนอการขายของท่านอย่างชัดเจนและกระชับ</p>
4) ท่านประพฤติดนที่มีคุณค่าต่อแผนกอื่น ซึ่งต้องการความช่วยเหลือจากท่าน	<p>AX = เมื่อท่านได้รับคำแนะนำหรือคำสั่งท่านยอมรับด้วยความเต็มใจ</p> <p>AY = โดยทั่วไปแล้วท่านจะยอมรับอำนาจหน้าที่ของฝ่ายบริหารในบริษัทนี้</p> <p>AZ = ท่านค่อนข้างจะไวต่อข้อมูลป้อนกลับซึ่งท่านรับจากหัวหน้าหรือผู้บังคับบัญชา</p> <p>BA = เป็นที่รู้จักกันในองค์กรว่าท่านเป็นผู้หนึ่งที่มีบทบาทในทีมเมื่อดำเนินงานหรือปฏิบัติการอยู่ในกลุ่ม</p> <p>BB = ทุกครั้งที่ท่านมีความผูกพันหรือภาระผู้อื่นที่ท่านทำงานด้วยนั้นท่านจะทำให้ดีที่สุดหรือทำให้สำเร็จสมบูรณ์และตอบสนองอย่างดีที่สุด</p> <p>BC = ท่านยินดีจะมีส่วนร่วมของท่านให้ดีที่สุด สำหรับกลุ่ม</p> <p>BE = การทำงานเป็นทีมเป็นสิ่งที่ท่านมีความสุขที่ได้ทำทุกครั้ง</p>

<p>ตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>	<p>ตัวแปรของผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานของผลการดำเนินงานและการควบคุม โดยอาศัยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>
	<p>BG = ท่านชอบให้บริษัทของท่านให้ข้อมูลป้อนกลับ (Feed Back) เกี่ยวกับการดำเนินงานอย่างละเอียดและบ่อยครั้งให้แก่ท่าน</p> <p>BH = ท่านต้องการที่จะรู้ตลอดเวลาว่า ฝ่ายบริหารคิดอย่างไรกับผลการดำเนินงานของท่าน</p> <p>BI = ท่านเป็นบุคคลที่ต้องการข้อมูลป้อนกลับจากหัวหน้าของท่าน</p> <p>BJ = เมื่อท่านปฏิบัติงานหรือมีผลงานดำเนินงานที่ดี ท่านทราบว่า เป็นความปรารถนาของท่านเองที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายนั้น</p> <p>BL = การที่ท่านจะประสบผลสำเร็จในการขายนั้นเป็นสิ่งซึ่งท่านต้องการทำเพื่อตัวท่านเอง</p> <p>BM = ถ้าท่านมีความมั่งคั่ง (มีฐานะร่ำรวย)แล้วท่านก็ยังจะทำหน้าที่การขายเนื่องจากความท้าทายของงานขาย</p> <p>BN = ท่านปรารถนาว่าท่านจะไม่ต้องเกษียณอายุ ในภายหน้าเพื่อที่ ท่านจะดำเนินการขายตลอดไป เพื่อจะได้มีความสุขและสนุกในการขาย</p> <p>BO = ท่านขายก็เนื่องจากท่านมีความรู้สึกที่ดีต่อตัวเงินที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า</p> <p>BQ = ท่านขายเนื่องจากได้รับคำตอบแทนจากการขาย</p> <p>CC = กิจกรรมในการเยี่ยมชมลูกค้าที่คาดหวัง (Prospects)กับการใช้เวลา สำหรับการประชุมเพื่อการเยี่ยมชมลูกค้าปัจจุบัน</p> <p>CD = กิจกรรมในการเยี่ยมชมลูกค้าที่ผู้คาดหวังกับการเขียนเขียนในแง่ของการให้บริการ</p> <p>CI = เวลาในการขาย/เวลาที่ไม่ได้ใช้ในการขาย จดหมาย/โทรศัพท์</p> <p>CJ = เวลาในการขาย/เวลาที่ไม่ได้ใช้ในการขาย การเตรียมงานทางด้านเอกสารและรายงานต่อฝ่ายบริหาร</p> <p>CL = การจัดประชุมเพื่อการฝึกอบรม</p> <p>CM = เวลาในการขาย/เวลาที่ไม่ได้ใช้ในการขาย การเขียนเขียนลูกค้าปัจจุบัน</p> <p>CT = ท่านเชื่อว่าพนักงานขายที่ดีที่สุดเป็นพนักงานขายผู้ซึ่งรู้ว่า จะขายอย่างไร ไม่ใช่เป็นพวกที่ใช้เวลาในการขายยาวนาน (หลาย ๆ ชั่วโมง)</p>

<p>ตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>	<p>ตัวแปรของผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานของผลการดำเนินงานและการควบคุม โดยอาศัยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>
	<p>DD = ท่านได้ดำเนินการหาลูกค้าเพิ่มและดำเนินการขายไปสู่ลูกค้ารายสำคัญ ๆ ในเขตการขายที่ท่านได้รับผิดชอบ</p> <p>DH = ท่านได้ดำเนินการและนำความคิดริเริ่มต่าง ๆ ของตัวท่านเอง ที่เกี่ยวกับการดำเนินงานและขั้นตอนต่าง ๆ ของบริษัทเพื่อที่จะทำการปรับปรุงงานการขาย</p> <p>DI = ท่านส่งรายงานต่าง ๆ ที่ผู้บริหารต้องการได้ตรงเวลา</p> <p>DJ = ท่านได้เก็บรักษาสินค้าหรือรายงานต่าง ๆ ที่เฉพาะเจาะจงของบริษัทไว้ถูกต้องสมบูรณ์และทันสมัย</p> <p>DK = ท่านได้ปฏิบัติการขายในขอบเขตของงบประมาณที่จัดตั้งโดยบริษัท</p> <p>DL = ท่านได้ใช้ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต</p> <p>DM = ท่านได้ใช้ของขวัญขอบคุณและส่วนลดในการส่งเสริมการขายอย่างรับผิดชอบ</p> <p>DN = ท่านใช้จ่ายเงินในการเดินทางและที่พักอย่างระมัดระวัง</p> <p>DR = ท่านตั้งใจฟังอย่างใจจดใจจ่อที่จะกำหนดหรือระบุและเพื่อที่จะเข้าใจความต้องการ</p> <p>DS = ท่านเข้าใจถึงปัญหาและความต้องการที่มีลักษณะพิเศษของลูกค้า</p> <p>DT = ท่านได้ใช้สัญญาที่ได้ทำขึ้นไว้ ที่ทำมาแล้วเพื่อพัฒนาลูกค้าใหม่ ๆ</p> <p>DU = ท่านได้สื่อสารเสนอการขายของท่านอย่างชัดเจนและกระชับ</p>
<p>5) ท่านยังคงรักษาไว้ซึ่งการรับรู้และการติดตามการผลิตและการพัฒนาเทคโนโลยีของบริษัท</p>	<p>AX = เมื่อท่านได้รับคำแนะนำหรือคำสั่งท่านยอมรับด้วยความเต็มใจ</p> <p>AY = โดยทั่วไปแล้วท่านจะยอมรับอำนาจหน้าที่ของฝ่ายบริหารในบริษัทนี้</p> <p>AZ = ท่านค่อนข้างจะไวต่อข้อมูลป้อนกลับซึ่งท่านรับจากหัวหน้าหรือผู้บังคับบัญชา</p> <p>BA = เป็นที่รู้จักกันในองค์กรว่าท่านเป็นผู้หนึ่งที่มีบทบาทในทีมเมื่อดำเนินงานหรือปฏิบัติการอยู่ในกลุ่ม</p> <p>BB = ทุกครั้งที่ท่านมีความผูกพันหรือภาระผู้อื่นที่ท่านทำงานด้วยนั้น ท่านจะทำให้ดีที่สุดหรือทำให้สำเร็จสมบูรณ์และตอบสนองอย่างดีที่</p>

<p>ตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>	<p>ตัวแปรของผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานของผลการดำเนินงานและการควบคุม โดยอาศัยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>
	<p>สุด</p> <p>BC = ท่านยินดีจะทำงานของท่านให้ดีที่สุด สำหรับกลุ่ม</p> <p>BE = การทำงานเป็นทีมเป็นสิ่งที่ท่านมีความสุขที่ได้ทำทุกครั้ง</p> <p>BG = ท่านชอบให้บริษัทของท่านให้ข้อมูลป้อนกลับ (Feed Back) เกี่ยวกับการดำเนินงานอย่างละเอียดและบ่อยครั้งให้แก่ท่าน</p> <p>BH = ท่านต้องการที่จะรู้ตลอดเวลาว่า ฝ่ายบริหารคิดอย่างไรกับผลการดำเนินงานของท่าน</p> <p>BI = ท่านเป็นบุคคลที่ต้องการข้อมูลป้อนกลับจากหัวหน้าของท่าน</p> <p>BK = ท่านไม่ต้องการเหตุผลในการที่จะขาย การที่ท่านขายนั้นเนื่องจากท่านเป็นผู้ต้องการเอง</p> <p>BL = การที่ท่านจะประสบผลสำเร็จในการขายนั้นเป็นสิ่งซึ่งท่านต้องการทำเพื่อตัวท่านเอง</p> <p>BM = ถ้าท่านมีความมั่งคั่ง (มีฐานะร่ำรวย)แล้วท่านก็ยังคงทำหน้าที่ยการขายเนื่องจากความท้าทายของงานขาย</p> <p>BN = ท่านปรารถนาว่าท่านจะไม่ต้องเกษียณอายุ ในภายหน้าเพื่อที่ ท่านจะดำเนินการขายตลอดไป เพื่อจะได้มีความสุขและสนุกในการขาย</p> <p>BO = ท่านขายก็เนื่องจากท่านมีความรู้สึกที่ดีต่อตัวเงินที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า</p> <p>BP = ถ้าไม่ไ้เงินแล้วท่านจะไม่ปฏิบัติงานขาย</p> <p>BQ = ท่านขายเนื่องจากได้รับคำตอบแทนจากกาขาย</p> <p>BZ = การเตรียมงานทางด้านเอกสารและรายงานต่อฝ่ายบริหาร</p> <p>CA = การประชุมกับดีลเลอร์หรือตัวแทนจำหน่าย</p> <p>CD = การเยี่ยมชมในแง่ของการให้บริการ</p> <p>CJ = การเตรียมงานทางด้านเอกสารและรายงานต่อฝ่ายบริหาร</p> <p>CL = การจัดประชุมเพื่อการฝึกอบรม</p> <p>CM = เวลาในการขาย/เวลาที่ไม่ได้ในใช้ในการขาย การเยี่ยมชมลูกค้าปัจจุบัน</p> <p>CT = ท่านเชื่อว่าพนักงานขายที่ดีที่สุดเป็นพนักงานขายผู้ซึ่งรู้ว่าจะขายอย่างไร ไม่ใช่เป็นพวกที่ใช้เวลาในการขายยาวนาน (หลาย ๆ</p>

<p>ตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>	<p>ตัวแปรของผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานของผลการดำเนินงานและการควบคุม โดยอาศัยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>
	<p>ชั่วโมง)</p> <p>DD = ท่านได้ดำเนินการหาลูกค้าเพิ่มและดำเนินการขาย ไปสู่ลูกค้ารายสำคัญ ๆ ในเขตการขายที่ท่านได้รับผิดชอบ</p> <p>DG = ท่านได้จัดทำและส่งรายงานที่สมบูรณ์และถูกต้องที่เกี่ยวกับการสั่งซื้อ ค่าใช้จ่ายและรายงานประจำวันอื่น ๆ</p> <p>DH = ท่านได้ดำเนินการและนำความคิดริเริ่มต่าง ๆ ของตัวท่านเอง ที่เกี่ยวกับการดำเนินงานและขั้นตอนต่าง ๆ ของบริษัทเพื่อที่จะทำการปรับปรุงงานการขาย</p> <p>DI = ท่านส่งรายงานต่าง ๆ ที่ผู้บริหารต้องการได้ตรงเวลา</p> <p>DJ = ท่านได้เก็บรักษานบันทึกหรือรายงานต่าง ๆ ที่เฉพาะเจาะจงของบริษัทไว้ถูกต้องสมบูรณ์และทันสมัย</p> <p>DK = ท่านได้ปฏิบัติการขายในขอบเขตของงบประมาณที่จัดตั้งโดยบริษัท</p> <p>DL = ท่านได้ใช้ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต</p> <p>DM = ท่านได้ใช้ของขวัญขอบคุณและส่วนลดในการส่งเสริมการขายอย่างรับผิดชอบ</p> <p>DN = ท่านใช้จ่ายเงินในการเดินทางและที่พักอย่างระมัดระวัง</p> <p>DR = ท่านตั้งใจฟังอย่างใจจดใจจ่อที่จะกำหนดหรือระบุและเพื่อที่จะเข้าใจความต้องการ</p> <p>DS = ท่านเข้าใจถึงปัญหาและความต้องการที่มีลักษณะพิเศษของลูกค้า</p> <p>DT = ท่านได้ใช้สัญญาที่ได้ทำขึ้นไว้ ที่ทำมาแล้วเพื่อพัฒนาลูกค้าใหม่ ๆ</p> <p>DU = ท่านได้สื่อสารเสนอการขายของท่านอย่างชัดเจนและกระชับ</p>
<p>6) ท่านได้ดำเนินตามนโยบายขบวนการและทราบโปรแกรมต่าง ๆ ของบริษัทเพื่อก่อให้เกิดข้อมูลสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ต่อบริษัท</p>	<p>AX = เมื่อท่านได้รับคำแนะนำหรือคำสั่งท่านยอมรับด้วยความเต็มใจ</p> <p>AY = โดยทั่วไปแล้วท่านจะยอมรับอำนาจหน้าที่ของฝ่ายบริหารในบริษัทนี้</p> <p>AZ = ท่านค่อนข้างจะไวต่อข้อมูลป้อนกลับซึ่งท่านรับจากหัวหน้าหรือผู้บังคับบัญชา</p> <p>BA = เป็นที่รู้จักกันในองค์กรว่าท่านเป็นผู้หนึ่งที่มีบทบาทในทีมเมื่อ</p>

<p>ตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>	<p>ตัวแปรของผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานของผลการดำเนินงานและการควบคุม โดยอาศัยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>
	<p>ดำเนินงานหรือปฏิบัติกรอยู่ในกลุ่ม</p> <p>BB = ทุกครั้งที่ท่านมีความสุขหรือภาวะผู้อื่นที่ท่านทำงานด้วยนั้น ท่านจะทำให้ดีที่สุดหรือทำให้สำเร็จสมบูรณ์และตอบสนองอย่างดีที่สุด</p> <p>BC = ท่านยินดีจะทำงานของท่านให้ดีที่สุด สำหรับกลุ่ม</p> <p>BE = การทำงานเป็นทีมเป็นสิ่งที่ท่านมีความสุขที่ได้ทำทุกครั้ง</p> <p>BG = ท่านขอให้บริษัทของท่านให้ข้อมูลป้อนกลับ (Feed Back) เกี่ยวกับการดำเนินงานอย่างละเอียดและบ่อยครั้งให้แก่ท่าน</p> <p>BH = ท่านต้องการที่จะรู้ตลอดเวลาว่า ฝ่ายบริหารคิดอย่างไรกับผลการดำเนินงานของท่าน</p> <p>BI = ท่านเป็นบุคคลที่ต้องการข้อมูลป้อนกลับจากหัวหน้าของท่าน</p> <p>BJ = เมื่อท่านปฏิบัติงานหรือมีผลงานดำเนินงานที่ดี ท่านทราบว่าเป็นความปรารถนาของตนเองที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายนั้น</p> <p>BL = การที่ท่านจะประสบความสำเร็จในการขายนั้นเป็นสิ่งซึ่งท่านต้องการทำเพื่อตัวท่านเอง</p> <p>BM = ถ้าท่านมีความมั่งคั่ง (มีฐานะร่ำรวย) แล้วท่านก็ยังคงทำหน้าที่การขายเนื่องจากความท้าทายของงานขาย</p> <p>BN = ท่านปรารถนาว่าท่านจะไม่ต้องเกษียณอายุ ในภายหน้าเพื่อที่ ท่านจะดำเนินการขายตลอดไป เพื่อจะได้มีความสุขและสนุกในการขาย</p> <p>BO = ท่านขายก็เนื่องจากท่านมีความรู้สึกที่ดีต่อตัวเงินที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า</p> <p>BQ = ท่านขายเนื่องจากได้รับคำตอบแทนจากการขาย</p> <p>BY = กิจกรรมในการเยี่ยมลูกค้าที่คาดหวัง (Prospects) กับการใช้เวลาสำหรับจดหมาย / โทรศัพท์</p> <p>CD = การเยี่ยมในแง่ของการให้บริการ</p> <p>CM = เวลาในการขาย/เวลาที่ไม่ได้ใช้ในการขาย การเยี่ยมเยือนลูกค้าปัจจุบัน</p> <p>CN = การเยี่ยมเยียนในแง่ของการให้บริการ</p> <p>CT = ท่านเชื่อว่าพนักงานขายที่ดีที่สุดเป็นพนักงานขายผู้ซึ่งรู้ว่าจะ</p>

<p>ตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>	<p>ตัวแปรของผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานของผลการดำเนินงานและการควบคุม โดยอาศัยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>
	<p>ขายอย่างไร ไม่ใช่เป็นพวกที่ใช้เวลาในการขายยาวนาน (หลาย ๆ ชั่วโมง)</p> <p>DD = ท่านได้ดำเนินการหาลูกค้าเพิ่มและดำเนินการขายไปสู่ลูกค้ารายสำคัญ ๆ ในเขตการขายที่ท่านได้รับผิดชอบ</p> <p>DG = ท่านได้จัดทำและส่งรายงานที่สมบูรณ์และถูกต้องที่เกี่ยวกับการสั่งซื้อ ค่าใช้จ่ายและรายงานประจำวันอื่น ๆ</p> <p>DH = ท่านได้ดำเนินการและนำความคิดริเริ่มต่าง ๆ ของตัวท่านเอง ที่เกี่ยวกับการดำเนินงานและขั้นตอนต่าง ๆ ของบริษัทเพื่อที่จะทำการปรับปรุงงานการขาย</p> <p>DI = ท่านส่งรายงานต่าง ๆ ที่ผู้บริหารต้องการได้ตรงเวลา</p> <p>DJ = ท่านได้เก็บรักษานบันทึกหรือรายงานต่าง ๆ ที่เฉพาะเจาะจงของบริษัทไว้ถูกต้องสมบูรณ์และทันสมัย</p> <p>DK = ท่านได้ปฏิบัติการขายในขอบเขตของงบประมาณที่จัดตั้งโดยบริษัท</p> <p>DL = ท่านได้ใช้ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต</p> <p>DM = ท่านได้ใช้ของขวัญขอบคุณและส่วนลดในการส่งเสริมการขายอย่างรับผิดชอบ</p> <p>DN = ท่านใช้จ่ายเงินในการเดินทางและที่พักอย่างระมัดระวัง</p> <p>DR = ท่านตั้งใจฟังอย่างใจจดใจจ่อที่จะกำหนดหรือระบุและเพื่อที่จะเข้าใจความต้องการ</p> <p>DS = ท่านเข้าใจถึงปัญหาและความต้องการที่มีลักษณะพิเศษของลูกค้า</p> <p>DT = ท่านได้ใช้สัญญาที่ได้ทำขึ้นไว้ ที่ทำมาแล้วเพื่อพัฒนาลูกค้าใหม่ ๆ</p> <p>DU = ท่านได้สื่อสารเสนอการขายของท่านอย่างชัดเจนและกระชับ</p>
<p>7) ปริมาณยอดขาย</p>	<p>AX = เมื่อท่านได้รับคำแนะนำหรือคำสั่งท่านยอมรับด้วยความเต็มใจ</p> <p>AY = โดยทั่วไปแล้วท่านจะยอมรับอำนาจหน้าที่ของฝ่ายบริหารในบริษัทนี้</p> <p>AZ = ท่านค่อนข้างจะไวต่อข้อมูลป้อนกลับซึ่งท่านรับจากหัวหน้าหรือผู้บังคับบัญชา</p>

<p>ตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>	<p>ตัวแปรของผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานของผลการดำเนินงานและการควบคุม โดยอาศัยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>
	<p>BA = เป็นที่รู้จักกันในองค์กรว่าท่านเป็นผู้หนึ่งที่มีบทบาทในทีมเมื่อดำเนินงานหรือปฏิบัติการอยู่ในกลุ่ม</p> <p>BB = ทุกครั้งที่ท่านมีความผูกพันหรือภาระผู้อื่นที่ท่านทำงานด้วยนั้น ท่านจะทำให้ดีที่สุดหรือทำให้สำเร็จสมบูรณ์และตอบสนองอย่างดีที่สุด</p> <p>BC = ท่านยินดีจะทำงานของท่านให้ดีที่สุด สำหรับกลุ่ม</p> <p>BE = การทำงานเป็นทีมเป็นสิ่งที่ท่านมีความสุขที่ได้ทำทุกครั้ง</p> <p>BG = ท่านชอบให้บริษัทของท่านให้ข้อมูลป้อนกลับ (Feed Back) เกี่ยวกับการดำเนินงานอย่างละเอียดและบ่อยครั้งให้แก่ท่าน</p> <p>BH = ท่านต้องการที่จะรู้ตลอดเวลาว่า ฝ่ายบริหารคิดอย่างไรกับผลการดำเนินงานของท่าน</p> <p>BI = ท่านเป็นบุคคลที่ต้องการข้อมูลป้อนกลับจากหัวหน้าของท่าน</p> <p>BJ = เมื่อท่านปฏิบัติงานหรือมีผลงานดำเนินงานที่ดี ท่านทราบว่าเป็นความปรารถนาของท่านเองที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายนั้น</p> <p>BL = การที่ท่านจะประสบผลสำเร็จในการขายนั้นเป็นสิ่งซึ่งท่านต้องการทำเพื่อตัวท่านเอง</p> <p>BM = ถ้าท่านมีความมั่งคั่ง (มีฐานะร่ำรวย)แล้วท่านก็ยังคงทำหน้าที่การขายเนื่องจากความท้าทายของงานขาย</p> <p>BN = ท่านปรารถนาว่าท่านจะไม่ต้องเกษียณอายุ ในภายหน้าเพื่อที่ ท่านจะดำเนินการขายตลอดไป เพื่อจะได้มีความสุขและสนุกในการขาย</p> <p>BO = ท่านขายก็เนื่องจากท่านมีความรู้สึกที่ดีต่อตัวเงินที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า</p> <p>BQ = ท่านขายเนื่องจากได้รับคำตอบแทนจากกาขาย</p> <p>BY=เวลาที่ท่านใช้ในกิจกรรมในการเชื่อมลูกค้าที่คาดหวัง (Prospects) กับการใช้เวลาสำหรับจดหมาย / โทรศัพท์</p> <p>CD = การเชื่อมโยงในแง่ของการให้บริการ</p> <p>CM = เวลาในการขาย/เวลาที่ไม่ได้ใช้ในการขาย การเชื่อมเยือนลูกค้าปัจจุบัน</p> <p>CN = การเชื่อมโยงในแง่ของการให้บริการ</p>

<p>ตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>	<p>ตัวแปรของผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานของผลการดำเนินงานและการควบคุม โดยอาศัยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>
	<p>CT = ท่านเชื่อว่าพนักงานขายที่ดีที่สุดเป็นพนักงานขายผู้ซึ่งรู้อะไรจะขายอย่างไร ไม่ใช่เป็นพวกที่ใช้เวลาในการขายยาวนาน (หลาย ๆ ชั่วโมง)</p> <p>DD = ท่านได้ดำเนินการหาลูกค้าเพิ่มและดำเนินการขายไปสู่ลูกค้ารายสำคัญ ๆ ในเขตการขายที่ท่านได้รับผิดชอบ</p> <p>DG = ท่านได้จัดทำและส่งรายงานที่สมบูรณ์และถูกต้องที่เกี่ยวกับการสั่งซื้อ ค่าใช้จ่ายและรายงานประจำวันอื่น ๆ</p> <p>DH = ท่านได้ดำเนินการและนำความคิดริเริ่มต่าง ๆ ของตัวท่านเองที่เกี่ยวกับการดำเนินงานและขั้นตอนต่าง ๆ ของบริษัทเพื่อที่จะทำการปรับปรุงงานการขาย</p> <p>DI = ท่านส่งรายงานต่าง ๆ ที่ผู้บริหารต้องการได้ตรงเวลา</p> <p>DJ = ท่านได้เก็บรักษายินทบัตรหรือรายงานต่าง ๆ ที่เฉพาะเจาะจงของบริษัทไว้ถูกต้องสมบูรณ์และทันสมัย</p> <p>DK = ท่านได้ปฏิบัติการขายในขอบเขตของงบประมาณที่จัดตั้งโดยบริษัท</p> <p>DL = ท่านได้ใช้ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต</p> <p>DM = ท่านได้ใช้ของขวัญขอบคุณและส่วนลดในการส่งเสริมการขายอย่างรับผิดชอบ</p> <p>DN = ท่านใช้จ่ายเงินในการเดินทางและที่พักอย่างระมัดระวัง</p> <p>DR = ท่านตั้งใจฟังอย่างใจจดใจจ่อที่จะกำหนดหรือระบุและเพื่อที่จะเข้าใจความต้องการ</p> <p>DS = ท่านเข้าใจถึงปัญหาและความต้องการที่มีลักษณะพิเศษของลูกค้า</p> <p>DT = ท่านได้ใช้สัญญาที่ได้ทำขึ้นไว้ ที่ทำมาแล้วเพื่อพัฒนาลูกค้าใหม่ ๆ</p> <p>DU = ท่านได้สื่อสารเสนอการขายของท่านอย่างชัดเจนและกระชับ</p>
<p>8) การเจาะเข้าตลาด</p>	<p>AX = เมื่อท่านได้รับคำแนะนำหรือคำสั่งท่านยอมรับด้วยความเต็มใจ</p> <p>AY = โดยทั่วไปแล้วท่านจะยอมรับอำนาจหน้าที่ของฝ่ายบริหารในบริษัทนี้</p> <p>BA = เป็นที่รู้จักกันในองค์กรว่าท่านเป็นผู้หนึ่งที่มีบทบาทในทีมเมื่อ</p>

<p>ตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>	<p>ตัวแปรของผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานของผลการดำเนินงานและการควบคุม โดยอาศัยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>
	<p>ดำเนินงานหรือปฏิบัติกรอยู่ในกลุ่ม</p> <p>BB = ทุกครั้งที่ท่านมีความผูกพันหรือภาวะผู้อื่นที่ท่านทำงานด้วยนั้น ท่านจะทำให้ดีที่สุดหรือทำให้สำเร็จสมบูรณ์และตอบสนองอย่างดีที่สุด</p> <p>BC = ท่านยินดีจะทำส่วนของท่านให้ดีที่สุด สำหรับกลุ่ม</p> <p>BD = การทำงานพร้อมกับผู้อื่น เป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสมและท่านชอบที่จะหลีกเลี่ยง</p> <p>BE = การทำงานเป็นทีมเป็นสิ่งที่ท่านมีความสุขที่ได้ทำทุกครั้ง</p> <p>BG = ท่านชอบให้บริษัทของท่านให้ข้อมูลป้อนกลับ (Feed Back) เกี่ยวกับการดำเนินงานอย่างละเอียดและบ่อยครั้งให้แก่ท่าน</p> <p>BH = ท่านต้องการที่จะรู้ตลอดเวลาว่า ฝ่ายบริหารคิดอย่างไรกับผลการดำเนินงานของท่าน</p> <p>BI = ท่านเป็นบุคคลที่ต้องการข้อมูลป้อนกลับจากหัวหน้าของท่าน</p> <p>BJ = เมื่อท่านปฏิบัติงานหรือมีผลงานดำเนินงานที่ดี ท่านทราบว่าเป็นความปรารถนาของตนเองที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายนั้น</p> <p>BK = ท่านไม่ต้องการเหตุผลในการที่จะขาย การที่ท่านขายนั้น เนื่องจากท่านเป็นผู้ต้องการเอง</p> <p>BL = การที่ท่านจะประสบผลสำเร็จในการขายนั้นเป็นสิ่งซึ่งท่านต้องการทำเพื่อตัวท่านเอง</p> <p>BM = ถ้าท่านมีความมั่งคั่ง (มีฐานะร่ำรวย) แล้วท่านก็ยังคงทำหน้าที่การขายเนื่องจากความท้าทายของงานขาย</p> <p>BO = ท่านขายก็เนื่องจากท่านมีความรู้สึกที่ดีต่อตัวเงินที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า</p> <p>BP = ถ้าไม่ใช่เพื่อเงินแล้วท่านจะไม่ปฏิบัติงานขาย</p> <p>BQ = ท่านขายเนื่องจาก ได้รับคำตอบแทนจากการขาย</p> <p>BX = การ ไปเยี่ยมหรือเข้าพบลูกค้าผู้คาดหวัง</p> <p>CD = การเยี่ยมในแง่ของการให้บริการ</p> <p>CH = การ ไปเยี่ยมหรือเข้าพบลูกค้าคาดหวัง</p> <p>CL = การจัดประชุมเพื่อการฝึกอบรม</p> <p>CM = การเยี่ยมเขียนลูกค้าปัจจุบัน</p>

<p>ตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>	<p>ตัวแปรของผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานของผลการดำเนินงานและการควบคุม โดยอาศัยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>
	<p>CN = การเขียนในแง่ของการให้บริการ</p> <p>CT = ท่านเชื่อว่าพนักงานขายที่ดีที่สุดเป็นพนักงานขายผู้ซึ่งรู้ว่าจะขายอย่างไร ไม่ใช่เป็นพวกที่ใช้เวลาในการขายยาวนาน (หลาย ชั่วโมง)</p> <p>DD = ท่านได้ดำเนินการหาลูกค้าเพิ่มและดำเนินการขายไปสู่ลูกค้ารายสำคัญ ๆ ในเขตการขายที่ท่านได้รับผิดชอบ</p> <p>DG = ท่านได้จัดทำและส่งรายงานที่สมบูรณ์และถูกต้องที่เกี่ยวกับการสั่งซื้อ ค่าใช้จ่ายและรายงานประจำวันอื่น ๆ</p> <p>DH = ท่านได้ดำเนินการและนำความคิดริเริ่มต่าง ๆ ของตัวท่านเอง ที่เกี่ยวกับการดำเนินงานและขั้นตอนต่าง ๆ ของบริษัทเพื่อที่จะทำการปรับปรุงงานการขาย</p> <p>DI = ท่านส่งรายงานต่าง ๆ ที่ผู้บริหารต้องการได้ตรงเวลา</p> <p>DJ = ท่านได้เก็บรักษาสินทึกหรือรายงานต่าง ๆ ที่เฉพาะเจาะจงของบริษัทไว้ถูกต้องสมบูรณ์และทันสมัย</p> <p>DK = ท่านได้ปฏิบัติการขายในขอบเขตของงบประมาณที่จัดตั้งโดยบริษัท</p> <p>DL = ท่านได้ใช้ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต</p> <p>DM = ท่านได้ใช้ของขวัญขอบคุณและส่วนลดในการส่งเสริมการขายอย่างรับผิดชอบ</p> <p>DN = ท่านใช้จ่ายเงินในการเดินทางและที่พักอย่างระมัดระวัง</p> <p>DR = ท่านตั้งใจฟังอย่างใจจดใจจ่อที่จะกำหนดหรือระบุและเพื่อที่จะเข้าใจความต้องการ</p> <p>DS = ท่านเข้าใจถึงปัญหาและความต้องการที่มีลักษณะพิเศษของลูกค้า</p> <p>DT = ท่านได้ใช้สัญญาที่ได้ทำขึ้นไว้ ที่ทำมาแล้วเพื่อพัฒนาลูกค้าใหม่ ๆ</p> <p>DU = ท่านได้สื่อสารเสนอการขายของท่านอย่างชัดเจนและกระชับ</p>
<p>9) การบรรลุถึงโควต้ายอดขาย</p>	<p>AX = เมื่อท่านได้รับคำแนะนำหรือคำสั่งท่านยอมรับด้วยความเต็มใจ</p> <p>AY = โดยทั่วไปแล้วท่านจะยอมรับอำนาจหน้าที่ของฝ่ายบริหารในบริษัทนี้</p>

<p>ตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>	<p>ตัวแปรของผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานของผลการดำเนินงานและการควบคุม โดยอาศัยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>
	<p>AZ = ท่านค่อนข้างจะไวต่อข้อมูลป้อนกลับซึ่งท่านรับจากหัวหน้าหรือผู้บังคับบัญชา</p> <p>BA = เป็นที่รู้จักกันในองค์กรว่าท่านเป็นผู้หนึ่งที่มีบทบาทในทีมเมื่อดำเนินงานหรือปฏิบัติการอยู่ในกลุ่ม</p> <p>BB = ทุกครั้งที่ท่านมีความผูกพันหรือภาระผู้อื่นที่ท่านทำงานด้วยนั้นท่านจะทำให้ดีที่สุดหรือทำให้สำเร็จสมบูรณ์และตอบสนองอย่างดีที่สุด</p> <p>BC = ท่านยินดีจะมีส่วนร่วมของท่านให้ดีที่สุด สำหรับกลุ่ม</p> <p>BE = การทำงานเป็นทีมเป็นสิ่งที่ท่านมีความสุขที่ได้ทำทุกครั้ง</p> <p>BG = ท่านขอให้บริษัทของท่านให้ข้อมูลป้อนกลับ (Feed back) เกี่ยวกับการดำเนินงานอย่างละเอียดและบ่อยครั้งให้แก่ท่าน</p> <p>BH = ท่านต้องการที่จะรู้ตลอดเวลาว่า ฝ่ายบริหารคิดอย่างไรกับผลการดำเนินงานของท่าน</p> <p>BI = ท่านเป็นบุคคลที่ต้องการข้อมูลป้อนกลับจากหัวหน้าของท่าน</p> <p>BJ = เมื่อท่านปฏิบัติงานหรือมีผลงานดำเนินงานที่ดี ท่านทราบว่าเป็นความปรารถนาของตนเองที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายนั้น</p> <p>BK = ท่านไม่ต้องการเหตุผลในการที่จะขาย การที่ท่านขายนั้นเนื่องจากเป็นผู้ต้องการเอง</p> <p>BL = การที่ท่านจะประสบผลสำเร็จในการขายนั้นเป็นสิ่งซึ่งท่านต้องการทำเพื่อตัวท่านเอง</p> <p>BM = ถ้าท่านมีความมั่งคั่ง (มีฐานะร่ำรวย) แล้วท่านก็ยังคงทำหน้าที่การขายเนื่องจากความท้าทายของงานขาย</p> <p>BN = ท่านปรารถนาว่าท่านจะไม่ต้องเกษียณอายุ ในภายหน้าเพื่อที่ท่านจะดำเนินการขายตลอดไป เพื่อจะได้มีความสุขและสนุกในการขาย</p> <p>BO = ท่านขายก็เนื่องจากท่านมีความรู้สึกที่ดีต่อตัวเงินที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า</p> <p>BP = ถ้าไม่ใช่เพื่อเงินแล้วท่านจะไม่ปฏิบัติงานขาย</p> <p>BQ = ท่านขายเนื่องจากได้รับคำตอบแทนจากการขาย</p> <p>BR = หลังจากวันทำงานที่ทั้งหนักและยาวนานแล้ว ท่านตระหนักว่า</p>

<p>ตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>	<p>ตัวแปรของผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานของผลการดำเนินงานและการควบคุม โดยอาศัยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>
	<p>ถ้าไม่ใช่เพื่อตัวเงินแล้ว ท่านคงไม่ดำเนินงานขายนี้ต่อไป</p> <p>BX = การไปเยี่ยมหรือเข้าพบลูกค้าผู้คาดหวัง</p> <p>CA = การประชุมกับดีลเลอร์หรือตัวแทนจำหน่าย</p> <p>CC = กิจกรรมในการเยี่ยมลูกค้าที่คาดหวัง (Prospects)กับการใช้เวลาสำหรับการประชุมเพื่อการเยี่ยมลูกค้าปัจจุบัน</p> <p>CD = การเยี่ยมในแง่ของการให้บริการ</p> <p>CK = การจัดประชุมกับดีลเลอร์หรือตัวแทนจำหน่าย</p> <p>CL = การจัดประชุมเพื่อการฝึกอบรม</p> <p>CM = การเยี่ยมเขียนลูกค้าปัจจุบัน</p> <p>CN = การเยี่ยมเขียนในแง่ของการให้บริการ</p> <p>CT = ท่านเชื่อว่าพนักงานขายที่ดีที่สุดเป็นพนักงานขายผู้ซึ่งรู้อะไรจะขายอย่างไร ไม่ใช่เป็นพวกที่ใช้เวลาในการขายยาวนาน (หลาย ๆ ชั่วโมง)</p> <p>DD = ท่านได้ดำเนินการหาลูกค้าเพิ่มและดำเนินการขายไปสู่ลูกค้ารายสำคัญ ๆ ในเขตการขายที่ท่านได้รับผิดชอบ</p> <p>DG = ท่านได้จัดทำและส่งรายงานที่สมบูรณ์และถูกต้องที่เกี่ยวกับการสั่งซื้อ ค่าใช้จ่ายและรายงานประจำวันอื่น ๆ</p> <p>DH = ท่านได้ดำเนินการและนำความคิดริเริ่มต่าง ๆ ของตัวท่านเอง ที่เกี่ยวกับการดำเนินงานและขั้นตอนต่าง ๆ ของบริษัทเพื่อที่จะทำการปรับปรุงงานการขาย</p> <p>DI = ท่านส่งรายงานต่าง ๆ ที่ผู้บริหารต้องการได้ตรงเวลา</p> <p>DJ = ท่านได้เก็บรักษานบันทึกหรือรายงานต่าง ๆ ที่เฉพาะเจาะจงของบริษัทไว้ถูกต้องสมบูรณ์และทันสมัย</p> <p>DK = ท่านได้ปฏิบัติการขายในขอบเขตของงบประมาณที่จัดตั้งโดยบริษัท</p> <p>DL = ท่านได้ใช้ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต</p> <p>DM = ท่านได้ใช้ของขวัญขอบคุณและส่วนลดในการส่งเสริมการขายอย่างรับผิดชอบ</p> <p>DN = ท่านใช้จ่ายเงินในการเดินทางและที่พักอย่างระมัดระวัง</p> <p>DR = ท่านตั้งใจฟังอย่างใจจดใจจ่อที่จะกำหนดหรือระบุและเพื่อที่จะ</p>

ตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน	ตัวแปรของผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานของผลการดำเนินงานและการควบคุม โดยอาศัยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน
	<p>เข้าใจความต้องการ</p> <p>DS = ท่านเข้าใจถึงปัญหาและความต้องการที่มีลักษณะพิเศษของลูกค้า</p> <p>DT = ท่านได้ใช้สัญญาที่ได้ทำขึ้นไว้ ที่ทำมาแล้วเพื่อพัฒนาลูกค้าใหม่ ๆ</p> <p>DU = ท่านได้สื่อสารเสนอการขายของท่านอย่างชัดเจนและกระชับ</p>
10) จำนวนของการเชื่อมลูกค้า	<p>AX = เมื่อท่านได้รับคำแนะนำหรือคำสั่งท่านยอมรับด้วยความเต็มใจ</p> <p>AY = โดยทั่วไปแล้วท่านจะยอมรับอำนาจหน้าที่ของฝ่ายบริหารในบริษัทนี้</p> <p>AZ = ท่านค่อนข้างจะไวต่อข้อมูลป้อนกลับซึ่งท่านรับจากหัวหน้าหรือผู้บังคับบัญชา</p> <p>BA = เป็นที่รู้จักกันในองค์กรว่าท่านเป็นผู้หนึ่งที่มีบทบาทในทีมเมื่อดำเนินงานหรือปฏิบัติการอยู่ในกลุ่ม</p> <p>BB = ทุกครั้งที่ท่านมีความผูกพันหรือภาระผู้อื่นที่ท่านทำงานด้วยนั้น ท่านจะทำให้ดีที่สุดหรือทำให้สำเร็จสมบูรณ์และตอบสนองอย่างดีที่สุด</p> <p>BC = ท่านยินดีจะทำงานของท่านให้ดีที่สุด สำหรับกลุ่ม</p> <p>BE = การทำงานเป็นทีมเป็นสิ่งที่ท่านมีความสุขที่ได้ทำทุกครั้ง</p> <p>BG = ท่านชอบให้บริษัทของท่านให้ข้อมูลป้อนกลับ (Feed Back) เกี่ยวกับการดำเนินงานอย่างละเอียดและบ่อยครั้งให้แก่ท่าน</p> <p>BH = ท่านต้องการที่จะรู้ตลอดเวลาว่า ฝ่ายบริหารคิดอย่างไรกับผลการดำเนินงานของท่าน</p> <p>BI = ท่านเป็นบุคคลที่ต้องการข้อมูลป้อนกลับจากหัวหน้าของท่าน</p> <p>BJ = เมื่อท่านปฏิบัติงานหรือมีผลงานดำเนินงานที่ดี ท่านทราบว่าเป็นความปรารถนาของตนเองที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายนั้น</p> <p>BK = ท่านไม่ต้องการเหตุผลในการที่จะขาย การที่ท่านขายนั้นเนื่องจากเป็นผู้ต้องการเอง</p> <p>BL = การที่ท่านจะประสบความสำเร็จในการขายนั้นเป็นสิ่งซึ่งท่านต้องการทำเพื่อตัวท่านเอง</p> <p>BM = ถ้าท่านมีความมั่งคั่ง (มีฐานะร่ำรวย)แล้วท่านก็ยังคงทำหน้าที่</p>

<p>ตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>	<p>ตัวแปรของผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานของผลการดำเนินงานและการควบคุม โดยอาศัยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>
	<p>การขายเนื่องจากความท้าทายของงานขาย</p> <p>BN = ท่านปรารถนาว่าท่านจะไม่ต้องเกษียณอายุ ในภายหน้าเพื่อที่ ท่านจะดำเนินการขายตลอดไป เพื่อจะได้มีความสุขและสนุกในการขาย</p> <p>BO = ท่านขายก็เนื่องจากท่านมีความรู้สึกที่ดีต่อตัวเงินที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า</p> <p>CG = จดหมาย/โทรศัพท์ของลูกค้าผู้คาดหวัง</p> <p>CH = การ ไปเยี่ยมหรือเข้าพบลูกค้าคาดหวัง</p> <p>CM = การเขียนเขียนลูกค้าปัจจุบัน</p> <p>CT = ท่านเชื่อว่าพนักงานขายที่ดีที่สุดเป็นพนักงานขายผู้ซึ่งรู้ว่า จะขายอย่างไร ไม่ใช่เป็นพวกที่ใช้เวลาในการขายยาวนาน (หลาย ๆ ชั่วโมง)</p> <p>DD = ท่านได้ดำเนินการหาลูกค้าเพิ่มและดำเนินการขายไปสู่ลูกค้ารายสำคัญ ๆ ในเขตการขายที่ท่านได้รับพิชชอบ</p> <p>DG = ท่านได้จัดทำและส่งรายงานที่สมบูรณ์และถูกต้องที่เกี่ยวกับการสั่งซื้อ ค่าใช้จ่ายและรายงานประจำวันอื่น ๆ</p> <p>DH = ท่านได้ดำเนินการและนำความคิดริเริ่มต่าง ๆ ของตัวท่านเอง ที่เกี่ยวกับการดำเนินงานและขั้นตอนต่าง ๆ ของบริษัทเพื่อที่จะทำการปรับปรุงงานการขาย</p> <p>DI = ท่านส่งรายงานต่าง ๆ ที่ผู้บริหารต้องการได้ตรงเวลา</p> <p>DJ = ท่านได้เก็บรักษานบันทึกหรือรายงานต่าง ๆ ที่เฉพาะเจาะจงของ บริษัทไว้ถูกต้องสมบูรณ์และทันสมัย</p> <p>DK = ท่านได้ปฏิบัติการขายในขอบเขตของงบประมาณที่จัดตั้งโดยบริษัท</p> <p>DL = ท่านได้ใช้ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต</p> <p>DM = ท่านได้ใช้ของขวัญขอบคุณและส่วนลดในการส่งเสริมการขายอย่างรับพิชชอบ</p> <p>DN = ท่านใช้จ่ายเงินในการเดินทางและที่พักอย่างระมัดระวัง</p> <p>DR = ท่านตั้งใจฟังอย่างใจจดใจจ่อที่จะกำหนดหรือระบุและเพื่อที่จะเข้าใจความต้องการ</p>

ตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน	ตัวแปรของผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานของผลการดำเนินงานและการควบคุม โดยอาศัยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน
	<p>DS = ท่านเข้าใจถึงปัญหาและความต้องการที่มีลักษณะพิเศษของลูกค้า</p> <p>DT = ท่านได้ใช้สัญญาที่ได้ทำขึ้นไว้ ที่ทำมาแล้วเพื่อพัฒนาลูกค้าใหม่ ๆ</p> <p>DU = ท่านได้สื่อสารเสนอการขายของท่านอย่างชัดเจนและกระชับ</p>
11) คำใช้ง่ายในการขาย	<p>AX = เมื่อท่านได้รับคำแนะนำหรือคำสั่งท่านยอมรับด้วยความเต็มใจ</p> <p>AY = โดยทั่วไปแล้วท่านจะยอมรับอำนาจหน้าที่ของฝ่ายบริหารในบริษัทนี้</p> <p>AZ = ท่านค่อนข้างจะไวต่อข้อมูลป้อนกลับซึ่งท่านรับจากหัวหน้าหรือผู้บังคับบัญชา</p> <p>BA = เป็นที่รู้จักกันในองค์กรว่าท่านเป็นผู้หนึ่งที่มีบทบาทในทีมเมื่อดำเนินงานหรือปฏิบัติการอยู่ในกลุ่ม</p> <p>BB = ทุกครั้งที่ท่านมีความผูกพันหรือภาระผู้อื่นที่ท่านทำงานด้วยนั้นท่านจะทำให้ดีที่สุดหรือทำให้สำเร็จสมบูรณ์และตอบสนองอย่างดีที่สุด</p> <p>BC = ท่านยินดีจะมีส่วนร่วมของท่านให้ดีที่สุด สำหรับกลุ่ม</p> <p>BD = การทำงานพร้อมกับผู้อื่น เป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสมและท่านชอบที่จะหลีกเลี่ยง</p> <p>BE = การทำงานเป็นทีมเป็นสิ่งที่ท่านมีความสุขที่ได้ทำทุกครั้ง</p> <p>BG = ท่านชอบให้บริษัทของท่านให้ข้อมูลป้อนกลับ (Feed Back) เกี่ยวกับการดำเนินงานอย่างละเอียดและบ่อยครั้งให้แก่ท่าน</p> <p>BH = ท่านต้องการที่จะรู้ตลอดเวลาว่า ฝ่ายบริหารคิดอย่างไรกับผลการดำเนินงานของท่าน</p> <p>BI = ท่านเป็นบุคคลที่ต้องการข้อมูลป้อนกลับจากหัวหน้าของท่าน</p> <p>BJ = เมื่อท่านปฏิบัติงานหรือมีผลงานดำเนินงานที่ดี ท่านทราบว่า เป็นความปรารถนาของตนเองที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายนั้น</p> <p>BL = การที่ท่านจะประสบผลสำเร็จในการขายนั้นเป็นสิ่งซึ่งท่านต้องการทำเพื่อตัวท่านเอง</p> <p>BK = ท่านไม่ต้องการเหตุผลในการที่จะขาย การที่ท่านขายนั้นเนื่องจากเป็นผู้ต้องการเอง</p>

<p>ตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>	<p>ตัวแปรของผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานของผลการดำเนินงานและการควบคุม โดยอาศัยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>
	<p>BM = ถ้าท่านมีความมั่งคั่ง (มีฐานะร่ำรวย)แล้วท่านก็ยังคงทำหน้าที่การขายเนื่องจากความท้าทายของงานขาย</p> <p>BN = ท่านปรารถนาว่าท่านจะไม่ต้องเกษียณอายุ ในภายหน้าเพื่อที่ ท่านจะดำเนินการขายตลอดไป เพื่อจะได้มีความสุขและสนุกในการขาย</p> <p>BO = ท่านขายก็เนื่องจากท่านมีความรู้สึกที่ดีต่อตัวเงินที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า</p> <p>CG = จดหมาย/โทรศัพท์ของลูกค้าผู้คาดหวัง</p> <p>CH = การไปเยี่ยมหรือเข้าพบลูกค้าคาดหวัง</p> <p>CM = การเขียนเขียนลูกค้าปัจจุบัน</p> <p>CT = ท่านเชื่อว่าพนักงานขายที่ดีที่สุดเป็นพนักงานขายผู้ซึ่งรู้ว่า จะขายอย่างไร ไม่ใช่เป็นพวกที่ใช้เวลาในการขายยาวนาน (หลาย ๆ ชั่วโมง)</p> <p>DD = ท่านได้ดำเนินการหาลูกค้าเพิ่มและดำเนินการขายไปสู่ลูกค้ารายสำคัญ ๆ ในเขตการขายที่ท่านได้รับผิดชอบ</p> <p>DG = ท่านได้จัดทำและส่งรายงานที่สมบูรณ์และถูกต้องที่เกี่ยวกับการสั่งซื้อ ค่าใช้จ่ายและรายงานประจำวันอื่น ๆ</p> <p>DH = ท่านได้ดำเนินการและนำความคิดริเริ่มต่าง ๆ ของตัวท่านเอง ที่เกี่ยวกับการดำเนินงานและขั้นตอนต่าง ๆ ของบริษัทเพื่อที่จะทำการปรับปรุงงานการขาย</p> <p>DI = ท่านส่งรายงานต่าง ๆ ที่ผู้บริหารต้องการได้ตรงเวลา</p> <p>DJ = ท่านได้เก็บรักษานบันทึกหรือรายงานต่าง ๆ ที่เฉพาะเจาะจงของบริษัทไว้ถูกต้องสมบูรณ์และทันสมัย</p> <p>DK = ท่านได้ปฏิบัติการขายในขอบเขตของงบประมาณที่จัดตั้งโดยบริษัท</p> <p>DL = ท่านได้ใช้ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต</p> <p>DM = ท่านได้ใช้ของขวัญขอบคุณและส่วนลดในการส่งเสริมการขายอย่างรับผิดชอบ</p> <p>DN = ท่านใช้จ่ายเงินในการเดินทางและที่พักอย่างระมัดระวัง</p> <p>DR = ท่านตั้งใจฟังอย่างใจจดใจจ่อที่จะกำหนดหรือระบุและเพื่อที่จะ</p>

<p>ตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>	<p>ตัวแปรของผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานของผลการดำเนินงานและการควบคุม โดยอาศัยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>
	<p>เข้าใจความต้องการ</p> <p>DS = ท่านเข้าใจถึงปัญหาและความต้องการที่มีลักษณะพิเศษของลูกค้า</p> <p>DT = ท่านได้ใช้สัญญาที่ได้ทำขึ้นไว้ ที่ทำมาแล้วเพื่อพัฒนาลูกค้าใหม่ ๆ</p> <p>DU = ท่านได้สื่อสารเสนอการขายของท่านอย่างชัดเจนและกระชับ</p>
<p>12) คุณภาพและความสมบูรณ์ของรายงานการเชื่อมลูกค้า</p>	<p>AX = เมื่อท่านได้รับคำแนะนำหรือคำสั่งท่านยอมรับด้วยความเต็มใจ</p> <p>AY = โดยทั่วไปแล้วท่านจะยอมรับอำนาจหน้าที่ของฝ่ายบริหารในบริษัทนี้</p> <p>AZ = ท่านค่อนข้างจะไวต่อข้อมูลป้อนกลับซึ่งท่านรับจากหัวหน้าหรือผู้บังคับบัญชา</p> <p>BA = เป็นที่รู้จักกันในองค์กรว่าท่านเป็นผู้หนึ่งที่มีบทบาทในทีมเมื่อดำเนินงานหรือปฏิบัติการอยู่ในกลุ่ม</p> <p>BB = ทุกครั้งที่ท่านมีความผูกพันหรือภาวะผู้อื่นที่ท่านทำงานด้วยนั้น ท่านจะทำให้ดีที่สุดหรือทำให้สำเร็จสมบูรณ์และตอบสนองอย่างดีที่สุด</p> <p>BC = ท่านยินดีจะมีส่วนร่วมของท่านให้ดีที่สุด สำหรับกลุ่ม</p> <p>BD = การทำงานพร้อมกับผู้อื่น เป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสมและท่านชอบที่จะหลีกเลี่ยง</p> <p>BE = การทำงานเป็นทีมเป็นสิ่งที่ท่านมีความสุขที่ได้ทำทุกครั้ง</p> <p>BG = ท่านชอบให้บริษัทของท่านให้ข้อมูลป้อนกลับ (Feed Back) เกี่ยวกับการดำเนินงานอย่างละเอียดและบ่อยครั้งให้แก่ท่าน</p> <p>BH = ท่านต้องการที่จะรู้ตลอดเวลาว่า ฝ่ายบริหารคิดอย่างไรกับการดำเนินงานของท่าน</p> <p>BI = ท่านเป็นบุคคลที่ต้องการข้อมูลป้อนกลับจากหัวหน้าของท่าน</p> <p>BJ = เมื่อท่านปฏิบัติงานหรือมีผลงานดำเนินงานที่ดี ท่านทราบว่า เป็นความปรารถนาการไปเยี่ยมหรือเข้าพบลูกค้าผู้คาดหวังของท่านเองที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายนั้น</p> <p>BK = การไปเยี่ยมหรือเข้าพบลูกค้าผู้คาดหวัง</p> <p>BL = การที่ท่านจะประสบผลสำเร็จในการขายนั้นเป็นสิ่งซึ่งท่านต้อง</p>

<p>ตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>	<p>ตัวแปรของผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานของผลการดำเนินงานและการควบคุม โดยอาศัยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>
	<p>การทำเพื่อตัวท่านเอง</p> <p>BM = ถ้าท่านมีความมั่งคั่ง (มีฐานะร่ำรวย)แล้วท่านก็ยังคงทำหน้าที่การขายเนื่องจากความท้าทายของงานขาย</p> <p>BN = ท่านปรารถนาว่าท่านจะไม่ต้องเกษียณอายุ ในภายหน้าเพื่อที่ ท่านจะดำเนินการขายตลอดไป เพื่อจะได้มีความสุขและสนุกในการขาย</p> <p>BO = ท่านขายก็เนื่องจากท่านมีความรู้สึกที่ดีต่อตัวเงินที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า</p> <p>BQ = ท่านขายเนื่องจากได้รับค่าตอบแทนจากการขาย</p> <p>BR = หลังจากวันทำงานที่ทั้งหนักและยาวนานแล้ว ท่านตระหนักว่า ถ้าไม่ใช้เพื่อตัวเงินแล้ว ท่านคงไม่ดำเนินงานขายนี้ต่อไป</p> <p>CD = การเชื่อมโยงในแง่ของการให้บริการ</p> <p>CH = การไปเยี่ยมเยือนลูกค้าคาดหวัง</p> <p>CL = การจัดประชุมเพื่อการฝึกอบรม</p> <p>CM = การเยี่ยมเยือนลูกค้าปัจจุบัน</p> <p>CN = การเชื่อมโยงในแง่ของการให้บริการ</p> <p>CT = ท่านเชื่อว่าพนักงานขายที่ดีที่สุดเป็นพนักงานขายผู้ซึ่งรู้ว่าขายอย่างไร ไม่ใช่เป็นพวกที่ใช้เวลาในการขายยาวนาน (หลาย ๆ ชั่วโมง)</p> <p>DD = ท่านได้ดำเนินการหาลูกค้าเพิ่มและดำเนินการขายไปสู่ลูกค้ารายสำคัญ ๆ ในเขตการขายที่ท่านได้รับผิดชอบ</p> <p>DG = ท่านได้จัดทำและส่งรายงานที่สมบูรณ์และถูกต้องที่เกี่ยวกับการสั่งซื้อ ค่าใช้จ่ายและรายงานประจำวันอื่น ๆ</p> <p>DH = ท่านได้ดำเนินการและนำความคิดริเริ่มต่าง ๆ ของตัวท่านเอง ที่เกี่ยวกับการดำเนินงานและขั้นตอนต่าง ๆ ของบริษัทเพื่อที่จะทำการปรับปรุงงานการขาย</p> <p>DI = ท่านส่งรายงานต่าง ๆ ที่ผู้บริหารต้องการได้ตรงเวลา</p> <p>DJ = ท่านได้เก็บรักษาสัญญาหรือรายงานต่าง ๆ ที่เฉพาะเจาะจงของบริษัทไว้ถูกต้องสมบูรณ์และทันสมัย</p> <p>DK = ท่านได้ปฏิบัติตามการขายในขอบเขตของงบประมาณที่จัดตั้งโดย</p>

<p>ตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>	<p>ตัวแปรของผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานของผลการดำเนินงานและการควบคุม โดยอาศัยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>
	<p>บริษัท</p> <p>DL = ท่านได้ใช้ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต</p> <p>DM = ท่านได้ใช้ของขวัญขอบคุณและส่วนลดในการส่งเสริมการขายอย่างรับผิดชอบ</p> <p>DN = ท่านใช้จ่ายเงินในการเดินทางและที่พักอย่างระมัดระวัง</p> <p>DR = ท่านตั้งใจฟังอย่างใจจดใจจ่อที่จะกำหนดหรือระบุและเพื่อที่จะเข้าใจความต้องการ</p> <p>DS = ท่านเข้าใจถึงปัญหาและความต้องการที่มีลักษณะพิเศษของลูกค้า</p> <p>DT = ท่านได้ใช้สัญญาที่ได้ทำขึ้นไว้ ที่ทำมาแล้วเพื่อพัฒนาลูกค้าใหม่ ๆ</p> <p>DU = ท่านได้สื่อสารเสนอการขายของท่านอย่างชัดเจนและกระชับ</p>
<p>13) ความสามารถ</p>	<p>AX = เมื่อท่านได้รับคำแนะนำหรือคำสั่งท่านยอมรับด้วยความเต็มใจ</p> <p>AY = โดยทั่วไปแล้วท่านจะยอมรับอำนาจหน้าที่ของฝ่ายบริหารในบริษัทนี้</p> <p>AZ = ท่านค่อนข้างจะไวต่อข้อมูลป้อนกลับซึ่งท่านรับจากหัวหน้าหรือผู้บังคับบัญชา</p> <p>BA = เป็นที่รู้จักกันในองค์กรว่าท่านเป็นผู้หนึ่งที่มีบทบาทในทีมเมื่อดำเนินงานหรือปฏิบัติการอยู่ในกลุ่ม</p> <p>BB = ทุกครั้งที่ท่านมีความผูกพันหรือภาวะผู้อื่นที่ท่านทำงานด้วยนั้น ท่านจะทำให้ดีที่สุดหรือทำให้สำเร็จสมบูรณ์และตอบสนองอย่างดีที่สุด</p> <p>BC = ท่านยินดีจะทำงานของท่านให้ดีที่สุด สำหรับกลุ่ม</p> <p>BD = การทำงานพร้อมกับผู้อื่น เป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสมและท่านชอบที่จะหลีกเลี่ยง</p> <p>BE = การทำงานเป็นทีมเป็นสิ่งที่ท่านมีความสุขที่ได้ทำทุกครั้ง</p> <p>BG = ท่านชอบให้บริษัทของท่านให้ข้อมูลป้อนกลับ (Feed Back) เกี่ยวกับการดำเนินงานอย่างละเอียดและบ่อยครั้งให้แก่ท่าน</p> <p>BH = ท่านต้องการที่จะรู้ตลอดเวลาว่า ฝ่ายบริหารคิดอย่างไรกับผลการดำเนินงานของท่าน</p>

<p>ตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>	<p>ตัวแปรของผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานของผลการดำเนินและการควบคุม โดยอาศัยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางด้านระบบควบคุม ในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>
	<p>BI = ท่านเป็นบุคคลที่ต้องการข้อมูลป้อนกลับจากหัวหน้าของท่าน</p> <p>BJ = เมื่อท่านปฏิบัติงานหรือมีผลงานดำเนินงานที่ดี ท่านทราบว่าเป็นความปรารถนาการไปเยี่ยมหรือเข้าพบลูกค้ายุคค้ำผู้คาดหวังของท่านเองที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายนั้น</p> <p>BK = การไปเยี่ยมหรือเข้าพบลูกค้ายุคค้ำผู้คาดหวัง</p> <p>BL = การที่ท่านจะประสบผลสำเร็จในการขายนั้นเป็นสิ่งซึ่งท่านต้องการทำเพื่อตัวท่านเอง</p> <p>BM = ถ้าท่านมีความมั่งคั่ง (มีฐานะร่ำรวย)แล้วท่านก็ยังคงทำหน้าที่ยการขายเนื่องจากความท้าทายของงานขาย</p> <p>BN = ท่านปรารถนาว่าท่านจะไม่ต้องเกษียณอายุ ในภายหน้าเพื่อที่ ท่านจะดำเนินการขายตลอดไป เพื่อจะได้มีความสุขและสนุกในการขาย</p> <p>BO = ท่านขายก็เนื่องจากท่านมีความรู้สึกที่ดีต่อตัวเงินที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้าย</p> <p>BQ = ท่านขายเนื่องจากได้รับค่าตอบแทนจากการขาย</p> <p>CA = การประชุมกับคิลเลอร์หรือตัวแทนจำหน่าย</p> <p>CD = การเยี่ยมในแง่ของการให้บริการ</p> <p>CL = การจัดประชุมเพื่อการฝึกอบรม</p> <p>CN = การเยี่ยมเยียนในแง่ของการให้บริการ</p> <p>CT = ท่านเชื่อว่าพนักงานขายที่ดีที่สุดเป็นพนักงานขายผู้ซึ่งรู้ว่า จะขายอย่างไร ไม่ใช่เป็นพวกที่ใช้เวลาในการขายยาวนาน (หลาย ๆ ชั่วโมง)</p> <p>DD = ท่านได้ดำเนินการหาลูกค้ายเพิ่มและดำเนินการขายไปสู่ลูกค้ายรายสำคัญ ๆ ในเขตการขายที่ท่านได้รับผิดชอบ</p> <p>DG = ท่านได้จัดทำและส่งรายงานที่สมบูรณ์และถูกต้องที่เกี่ยวกับการสั่งซื้อ ค่าใช้จ่ายและรายงานประจำวันอื่น ๆ</p> <p>DH = ท่านได้ดำเนินการและนำความคิดริเริ่มต่าง ๆ ของตัวท่านเอง ที่เกี่ยวกับการดำเนินงานและขั้นตอนต่าง ๆ ของบริษัทเพื่อที่จะทำการปรับปรุงงานการขาย</p> <p>DI = ท่านส่งรายงานต่าง ๆ ที่ผู้บริหารต้องการได้ตรงเวลา</p>

ตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน	ตัวแปรของผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานของผลการดำเนินงานและการควบคุม โดยอาศัยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน
	<p>DJ = ท่านได้เก็บรักษาบันทึกหรือรายงานต่าง ๆ ที่เฉพาะเจาะจงของบริษัทไว้ถูกต้องสมบูรณ์และทันสมัย</p> <p>DK = ท่านได้ปฏิบัติการขายในขอบเขตของงบประมาณที่จัดตั้งโดยบริษัท</p> <p>DL = ท่านได้ใช้ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต</p> <p>DM = ท่านได้ใช้ของขวัญขอบุคคลและส่วนลดในการส่งเสริมการขายอย่างรับผิดชอบ</p> <p>DN = ท่านใช้จ่ายเงินในการเดินทางและที่พักอย่างระมัดระวัง</p> <p>DR = ท่านตั้งใจฟังอย่างใจจดใจจ่อที่จะกำหนดหรือระบุและเพื่อที่จะเข้าใจความต้องการ</p> <p>DS = ท่านเข้าใจถึงปัญหาและความต้องการที่มีลักษณะพิเศษของลูกค้า</p> <p>DT = ท่านได้ใช้สัญญาที่ได้ทำขึ้นไว้ ที่ทำมาแล้วเพื่อพัฒนาลูกค้าใหม่ ๆ</p> <p>DU = ท่านได้สื่อสารเสนอการขายของท่านอย่างชัดเจนและกระชับ</p>
14) ความพยายาม	<p>AX = เมื่อท่านได้รับคำแนะนำหรือคำสั่งท่านยอมรับด้วยความเต็มใจ</p> <p>AY = โดยทั่วไปแล้วท่านจะยอมรับอำนาจหน้าที่ของฝ่ายบริหารในบริษัทนี้</p> <p>AZ = ท่านค่อนข้างจะไวต่อข้อมูลป้อนกลับซึ่งท่านรับจากหัวหน้าหรือผู้บังคับบัญชา</p> <p>BA = เป็นที่รู้จักกันในองค์กรว่าท่านเป็นผู้หนึ่งที่มีบทบาทในทีมเมื่อดำเนินงานหรือปฏิบัติการอยู่ในกลุ่ม</p> <p>BB = ทุกครั้งที่ท่านมีความผูกพันหรือภาวะผู้อื่นที่ท่านทำงานด้วยนั้นท่านจะทำให้ดีที่สุดหรือทำให้สำเร็จสมบูรณ์และตอบสนองอย่างดีที่สุด</p> <p>BC = ท่านยินดีจะมีส่วนของท่านให้ดีที่สุด สำหรับกลุ่ม</p> <p>BE = การทำงานเป็นทีมเป็นสิ่งที่ท่านมีความสุขที่ได้ทำทุกครั้ง</p> <p>BG = ท่านชอบให้บริษัทของท่านให้ข้อมูลป้อนกลับ (Feed Back) เกี่ยวกับการดำเนินงานอย่างละเอียดและบ่อยครั้งให้แก่ท่าน</p> <p>BH = ท่านต้องการที่จะรู้ตลอดเวลาว่า ฝ่ายบริหารคิดอย่างไรกับผล</p>

ตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน	ตัวแปรของผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานของผลการดำเนินและการควบคุม โดยอาศัยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน
	<p>การดำเนินงานของท่าน</p> <p>BI = ท่านเป็นบุคคลที่ต้องการข้อมูลป้อนกลับจากหัวหน้าของท่าน</p> <p>BJ = เมื่อท่านปฏิบัติงานหรือมีผลงานดำเนินงานที่ดี ท่านทราบว่า เป็นความปรารถนาการ ไปเยี่ยมหรือเข้าพบลูกค้าผู้คาดหวังของท่านเองที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายนั้น</p> <p>BK = การ ไปเยี่ยมหรือเข้าพบลูกค้าผู้คาดหวัง</p> <p>BL = การที่ท่านจะประสบผลสำเร็จ ในการขายนั้นเป็นสิ่งซึ่งท่านต้องการทำเพื่อตัวท่านเอง</p> <p>BM = ถ้าท่านมีความมั่งคั่ง (มีฐานะร่ำรวย)แล้วท่านก็ยังคงทำหน้าที่ การขายเนื่องจากความท้าทายของงานขาย</p> <p>BN = ท่านปรารถนาว่าท่านจะไม่ต้องเกษียณอายุ ในภายหน้าเพื่อที่ ท่านจะดำเนินการขายตลอดไป เพื่อจะได้มีความสุขและสนุกในการขาย</p> <p>BO = ท่านขายก็เนื่องจากท่านมีความรู้สึกที่ดีต่อตัวเงินที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า</p> <p>BQ = ท่านขายเนื่องจากได้รับคำตอบแทนจากการขาย</p> <p>CA = การประชุมกับดีลเลอร์หรือตัวแทนจำหน่าย</p> <p>CC = กิจกรรมในการเยี่ยมลูกค้าที่คาดหวัง (Prospects)กับการใช้เวลา สำหรับการประชุมเพื่อการเยี่ยมลูกค้าปัจจุบัน</p> <p>CD = การเยี่ยมในแง่ของการให้บริการ</p> <p>CG = จดหมาย/โทรศัพท์ของลูกค้าผู้คาดหวัง</p> <p>CL = การจัดประชุมเพื่อการฝึกอบรม</p> <p>CN = การเยี่ยมเยียนในแง่ของการให้บริการ</p> <p>CT = ท่านเชื่อว่าพนักงานขายที่ดีที่สุดเป็นพนักงานขายผู้ซึ่งรู้ว่า จะขายอย่างไร ไม่ใช่เป็นพวกที่ใช้เวลาในการขายยาวนาน (หลาย ๆ ชั่วโมง)</p> <p>DD = ท่านได้ดำเนินการหาลูกค้าเพิ่มและดำเนินการขายไปสู่ลูกค้า รายสำคัญ ๆ ในเขตการขายที่ท่านได้รับผิดชอบ</p> <p>DG = ท่านได้จัดทำและส่งรายงานที่สมบูรณ์และถูกต้องที่เกี่ยวข้องกับการสั่งซื้อ ค่าใช้จ่ายและรายงานประจำวันอื่น ๆ</p>

<p>ตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>	<p>ตัวแปรของผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานของผลการดำเนินงานและการควบคุม โดยอาศัยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>
	<p>DH = ท่านได้ดำเนินการและนำความคิดริเริ่มต่าง ๆ ของตัวท่านเอง ที่เกี่ยวกับการดำเนินงานและขั้นตอนต่าง ๆ ของบริษัทเพื่อที่จะทำการปรับปรุงงานการขาย</p> <p>DI = ท่านส่งรายงานต่าง ๆ ที่ผู้บริหารต้องการได้ตรงเวลา</p> <p>DJ = ท่านได้เก็บรักษาบันทึกหรือรายงานต่าง ๆ ที่เฉพาะเจาะจงของบริษัทไว้ถูกต้องสมบูรณ์และทันสมัย</p> <p>DK = ท่านได้ปฏิบัติการขายในขอบเขตของงบประมาณที่จัดตั้งโดยบริษัท</p> <p>DL = ท่านได้ใช้ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต</p> <p>DM = ท่านได้ใช้ของขวัญขอบคุณและส่วนลดในการส่งเสริมการขายอย่างรับผิดชอบ</p> <p>DN = ท่านใช้จ่ายเงินในการเดินทางและที่พักอย่างระมัดระวัง</p> <p>DR = ท่านตั้งใจฟังอย่างใจจดใจจ่อที่จะกำหนดหรือระบุและเพื่อที่จะเข้าใจความต้องการ</p> <p>DS = ท่านเข้าใจถึงปัญหาและความต้องการที่มีลักษณะพิเศษของลูกค้า</p> <p>DT = ท่านได้ใช้สัญญาที่ได้ทำขึ้นไว้ ที่ทำมาแล้วเพื่อพัฒนาลูกค้าใหม่ ๆ</p> <p>DU = ท่านได้สื่อสารเสนอการขายของท่านอย่างชัดเจนและกระชับ</p>
<p>15) ท่านเมื่อทำงานทางด้านการขายแล้วท่านคิดว่าท่านเป็นผู้ที่เอาจริงเอาจัง และทำอะไรแล้วต้องทำให้ดีที่สุด (เป็นผู้มีความสามารถและเป็นผู้เชี่ยวชาญมืออาชีพ)</p>	<p>AX = เมื่อท่านได้รับคำแนะนำหรือคำสั่งท่านยอมรับด้วยความเต็มใจ</p> <p>AY = โดยทั่วไปแล้วท่านจะยอมรับอำนาจหน้าที่ของฝ่ายบริหารในบริษัทนี้</p> <p>AZ = ท่านค่อนข้างจะไวต่อข้อมูลป้อนกลับซึ่งท่านรับจากหัวหน้าหรือผู้บังคับบัญชา</p> <p>BA = เป็นที่รู้จักกันในองค์กรว่าท่านเป็นผู้หนึ่งที่มีบทบาทในทีมเมื่อดำเนินงานหรือปฏิบัติกรอยู่ในกลุ่ม</p> <p>BB = ทุกครั้งที่ท่านมีความผูกพันหรือภาระผู้อื่นที่ท่านทำงานด้วยนั้นท่านจะทำให้ดีที่สุดหรือทำให้สำเร็จสมบูรณ์และตอบสนองอย่างดีที่สุด</p> <p>BC = ท่านยินดีจะมีส่วนของท่านให้ดีที่สุด สำหรับกลุ่ม</p>

<p>ตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>	<p>ตัวแปรของผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานของผลการดำเนินงานและการควบคุม โดยอาศัยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>
	<p>BD = การทำงานพร้อมกับผู้อื่น เป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสมและท่านชอบที่จะหลีกเลี่ยง</p> <p>BE = การทำงานเป็นทีมเป็นสิ่งที่ท่านมีความสุขที่ได้ทำทุกครั้ง</p> <p>BH = ท่านต้องการที่จะรู้ตลอดเวลาว่า ฝ่ายบริหารคิดอย่างไรกับผลการดำเนินงานของท่าน</p> <p>BI = ท่านเป็นบุคคลที่ต้องการข้อมูลป้อนกลับจากหัวหน้าของท่าน</p> <p>BJ = เมื่อท่านปฏิบัติงานหรือมีผลงานดำเนินงานที่ดี ท่านทราบว่าเป็นความปรารถนา การไปเยี่ยมหรือเข้าพบลูกค้ายุคค้าคาดหวังของท่านเองที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายนั้น</p> <p>BL = การที่ท่านจะประสบผลสำเร็จในการขายนั้นเป็นสิ่งซึ่งท่านต้องการทำเพื่อตัวท่านเอง</p> <p>BM = ถ้าท่านมีความมั่งคั่ง (มีฐานะร่ำรวย) แล้วท่านก็ยังคงทำหน้าที่การขายเนื่องจากความท้าทายของงานขาย</p> <p>BN = ท่านปรารถนาว่าท่านจะไม่ต้องเกษียณอายุ ในภายหน้าเพื่อที่ ท่านจะดำเนินการขายตลอดไป เพื่อจะได้มีความสุขและสนุกในการขาย</p> <p>BO = ท่านขายก็เนื่องจากท่านมีความรู้สึกที่ดีต่อตัวเงินที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า</p> <p>BP = ถ้าไม่ไ้เพื่อเงินแล้วท่านจะไม่ปฏิบัติงานขาย</p> <p>BQ = ท่านขายเนื่องจากได้รับค่าตอบแทนจากการขาย</p> <p>BW = ในสัปดาห์หนึ่งท่านใช้เวลาในกิจกรรม จดหมาย/โทรศัพท์ของลูกค้าคาดหวัง</p> <p>BX = ในสัปดาห์หนึ่งท่านใช้เวลาในการไปเยี่ยมหรือเข้าพบลูกค้าผู้คาดหวัง</p> <p>CA = การประชุมกับคิลเลอร์หรือตัวแทนจำหน่าย</p> <p>CD = การเยี่ยมในแง่ของการให้บริการ</p> <p>CK = การจัดประชุมกับคิลเลอร์หรือตัวแทนจำหน่าย</p> <p>CL = การจัดประชุมเพื่อการฝึกอบรม</p> <p>CM = การเยี่ยมเขียนลูกค้าปัจจุบัน</p> <p>CN = การเยี่ยมเขียนในแง่ของการให้บริการ</p>

<p>ตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>	<p>ตัวแปรของผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานของผลการดำเนินงานและการควบคุม โดยอาศัยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>
	<p>CT = ท่านเชื่อว่าพนักงานขายที่ดีที่สุดเป็นพนักงานขายผู้ซึ่งรู้ว่าจะขายอย่างไร ไม่ใช่เป็นพวกที่ใช้เวลาในการขายยาวนาน (หลาย ๆ ชั่วโมง)</p> <p>DD = ท่านได้ดำเนินการหาลูกค้าเพิ่มและดำเนินการขายไปสู่ลูกค้ารายสำคัญ ๆ ในเขตการขายที่ท่านได้รับผิดชอบ</p> <p>DG = ท่านได้จัดทำและส่งรายงานที่สมบูรณ์และถูกต้องที่เกี่ยวกับการสั่งซื้อ ค่าใช้จ่ายและรายงานประจำวันอื่น ๆ</p> <p>DH = ท่านได้ดำเนินการและนำความคิดริเริ่มต่าง ๆ ของตัวท่านเอง ที่เกี่ยวกับการดำเนินงานและขั้นตอนต่าง ๆ ของบริษัทเพื่อที่จะทำการปรับปรุงงานการขาย</p> <p>DI = ท่านส่งรายงานต่าง ๆ ที่ผู้บริหารต้องการได้ตรงเวลา</p> <p>DJ = ท่านได้เก็บรักษาสินค้าหรือรายงานต่าง ๆ ที่เฉพาะเจาะจงของบริษัทไว้ถูกต้องสมบูรณ์และทันสมัย</p> <p>DK = ท่านได้ปฏิบัติการขายในขอบเขตของงบประมาณที่จัดตั้งโดยบริษัท</p> <p>DL = ท่านได้ใช้ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต</p> <p>DM = ท่านได้ใช้ของขวัญขอบคุณและส่วนลดในการส่งเสริมการขายอย่างรับผิดชอบ</p> <p>DN = ท่านใช้จ่ายเงินในการเดินทางและที่พักอย่างระมัดระวัง</p> <p>DR = ท่านตั้งใจฟังอย่างใจจดใจจ่อที่จะกำหนดหรือระบุและเพื่อที่จะเข้าใจความต้องการ</p> <p>DS = ท่านเข้าใจถึงปัญหาและความต้องการที่มีลักษณะพิเศษของลูกค้า</p> <p>DT = ท่านได้ใช้สัญญาที่ได้ทำขึ้นไว้ ที่ทำมาแล้วเพื่อพัฒนาลูกค้าใหม่ ๆ</p> <p>DU = ท่านได้สื่อสารเสนอการขายของท่านอย่างชัดเจนและกระชับ</p>
<p>16) ท่านยินดีที่จะใช้ความพยายามที่สูงไปกว่าความพยายามที่อยู่ในระดับทั่วไปเพื่อที่จะช่วยให้องค์การประสบผลสำเร็จ</p>	<p>AX = เมื่อท่านได้รับคำแนะนำหรือคำสั่งท่านยอมรับด้วยความเต็มใจ</p> <p>AY = โดยทั่วไปแล้วท่านจะยอมรับอำนาจหน้าที่ของฝ่ายบริหารในบริษัทนี้</p> <p>AZ = ท่านค่อนข้างจะไวต่อข้อมูลป้อนกลับซึ่งท่านรับจากหัวหน้า</p>

<p>ตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>	<p>ตัวแปรของผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานของผลการดำเนินงานและการควบคุม โดยอาศัยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>
	<p>หรือผู้บังคับบัญชา</p> <p>BA = เป็นที่รู้จักกันในองค์กรว่าท่านเป็นผู้หนึ่งที่มีบทบาทในทีมเมื่อดำเนินงานหรือปฏิบัติกรอยู่ในกลุ่ม</p> <p>BB = ทุกครั้งที่ท่านมีความผูกพันหรือภาระผู้อื่นที่ท่านทำงานด้วยนั้น ท่านจะทำให้ดีที่สุดหรือทำให้สำเร็จสมบูรณ์และตอบสนองอย่างดีที่สุด</p> <p>BC = ท่านยินดีจะมีส่วนร่วมของท่านให้ดีที่สุด สำหรับกลุ่ม</p> <p>BD = การทำงานพร้อมกับผู้อื่น เป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสมและท่านชอบที่จะหลีกเลี่ยง</p> <p>BE = การทำงานเป็นทีมเป็นสิ่งที่ท่านมีความสุขที่ได้ทำทุกครั้ง</p> <p>BG = ท่านชอบให้บริษัทของท่านให้ข้อมูลป้อนกลับ (Feed Back) เกี่ยวกับการดำเนินงานอย่างละเอียดและบ่อยครั้งให้แก่ท่าน</p> <p>BH = ท่านต้องการที่จะรู้ตลอดเวลาว่า ฝ่ายบริหารคิดอย่างไรกับผลการดำเนินงานของท่าน</p> <p>BI = ท่านเป็นบุคคลที่ต้องการข้อมูลป้อนกลับจากหัวหน้าของท่าน</p> <p>BJ = เมื่อท่านปฏิบัติงานหรือมีผลงานดำเนินงานที่ดี ท่านทราบว่าเป็นความปรารถนาการ ไปเยี่ยมหรือเข้าพบลูกค้ายุ่คาดหวังของท่านเองที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายนั้น</p> <p>BL = การที่ท่านจะประสบผลสำเร็จในการขายนั้นเป็นสิ่งซึ่งท่านต้องการทำเพื่อตัวท่านเอง</p> <p>BM = ถ้าท่านมีความมั่งคั่ง (มีฐานะร่ำรวย)แล้วท่านก็ยังคงทำหน้าที่การขายเนื่องจากความท้าทายของงานขาย</p> <p>BN = ท่านปรารถนาว่าท่านจะไม่ต้องเกษียณอายุ ในภายหน้าเพื่อที่ ท่านจะดำเนินการขายตลอดไป เพื่อจะได้มีความสุขและสนุกในการขาย</p> <p>BO = ท่านขายก็เนื่องจากท่านมีความรู้สึกที่ดีต่อตัวเงินที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า</p> <p>BQ = ท่านขายเนื่องจากได้รับค่าตอบแทนจากการขาย</p> <p>CL = การจัดประชุมเพื่อการฝึกอบรม</p> <p>CT = ท่านเชื่อว่าพนักงานขายที่ดีที่สุดเป็นพนักงานขายผู้ซึ่งรู้ว่าจะ</p>

<p>ตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>	<p>ตัวแปรของผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานของผลการดำเนินงานและการควบคุม โดยอาศัยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>
	<p>ขายอย่างไร ไม่ใช่เป็นพวกที่ใช้เวลาในการขายยาวนาน (หลาย ๆ ชั่วโมง)</p> <p>DD = ท่านได้ดำเนินการหาลูกค้าเพิ่มและดำเนินการขายไปสู่ลูกค้ารายสำคัญ ๆ ในเขตการขายที่ท่านได้รับผิดชอบ</p> <p>DG = ท่านได้จัดทำและส่งรายงานที่สมบูรณ์และถูกต้องที่เกี่ยวกับการสั่งซื้อ ค่าใช้จ่ายและรายงานประจำวันอื่น ๆ</p> <p>DH = ท่านได้ดำเนินการและนำความคิดริเริ่มต่าง ๆ ของตัวท่านเอง ที่เกี่ยวกับการดำเนินงานและขั้นตอนต่าง ๆ ของบริษัทเพื่อที่จะทำการปรับปรุงงานการขาย</p> <p>DI = ท่านส่งรายงานต่าง ๆ ที่ผู้บริหารต้องการได้ตรงเวลา</p> <p>DJ = ท่านได้เก็บรักษาสัญญาหรือรายงานต่าง ๆ ที่เฉพาะเจาะจงของบริษัทไว้ถูกต้องสมบูรณ์และทันสมัย</p> <p>DK = ท่านได้ปฏิบัติการขายในขอบเขตของงบประมาณที่จัดตั้งโดยบริษัท</p> <p>DL = ท่านได้ใช้ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต</p> <p>DM = ท่านได้ใช้ของขวัญขอบคุณและส่วนลดในการส่งเสริมการขายอย่างรับผิดชอบ</p> <p>DN = ท่านใช้จ่ายเงินในการเดินทางและที่พักอย่างระมัดระวัง</p> <p>DR = ท่านตั้งใจฟังอย่างใจจดใจจ่อที่จะกำหนดหรือระบุและเพื่อที่จะเข้าใจความต้องการ</p> <p>DS = ท่านเข้าใจถึงปัญหาและความต้องการที่มีลักษณะพิเศษของลูกค้า</p> <p>DT = ท่านได้ใช้สัญญาที่ได้ทำขึ้นไว้ ที่ทำมาแล้วเพื่อพัฒนาลูกค้าใหม่ ๆ</p> <p>DU = ท่านได้สื่อสารเสนอการขายของท่านอย่างชัดเจนและกระชับ</p>
<p>17) ท่านรู้สึกมีความจงรักภักดีต่อองค์กรและสนใจเกี่ยวกับความอยู่รอดหรือความเจริญก้าวหน้าขององค์กร</p>	<p>AX = เมื่อท่านได้รับคำแนะนำหรือคำสั่งท่านยอมรับด้วยความเต็มใจ</p> <p>AY = โดยทั่วไปแล้วท่านจะยอมรับอำนาจหน้าที่ของฝ่ายบริหารในบริษัทนี้</p> <p>AZ = ท่านค่อนข้างจะไวต่อข้อมูลป้อนกลับซึ่งท่านรับจากหัวหน้าหรือผู้บังคับบัญชา</p>

<p>ตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>	<p>ตัวแปรของผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานของผลการดำเนินงานและการควบคุม โดยอาศัยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>
	<p>BA = เป็นที่รู้จักกันในองค์กรว่าท่านเป็นผู้หนึ่งที่มีบทบาทในทีมเมื่อดำเนินงานหรือปฏิบัติการอยู่ในกลุ่ม</p> <p>BB = ทุกครั้งที่ท่านมีความผูกพันหรือภาวะผู้อื่นที่ท่านทำงานด้วยนั้นท่านจะทำให้ดีที่สุดหรือทำให้สำเร็จสมบูรณ์และตอบสนองอย่างดีที่สุด</p> <p>BC = ท่านยินดีจะมีส่วนร่วมของท่านให้ดีที่สุด สำหรับกลุ่ม</p> <p>BD = การทำงานพร้อมกับผู้อื่น เป็นสิ่งที่ไม่เหมาะสมและท่านชอบที่จะหลีกเลี่ยง</p> <p>BE = การทำงานเป็นทีมเป็นสิ่งที่ท่านมีความสุขที่ได้ทำทุกครั้ง</p> <p>BG = ท่านขอให้อาจารย์ของท่านให้ข้อมูลป้อนกลับ (Feed Back) เกี่ยวกับการดำเนินงานอย่างละเอียดและบ่อยครั้งให้แก่ท่าน</p> <p>BH = ท่านต้องการที่จะรู้ตลอดเวลาว่า ฝ่ายบริหารคิดอย่างไรกับผลการดำเนินงานของท่าน</p> <p>BI = ท่านเป็นบุคคลที่ต้องการข้อมูลป้อนกลับจากหัวหน้าของท่าน</p> <p>BJ = เมื่อท่านปฏิบัติงานหรือมีผลงานดำเนินงานที่ดี ท่านทราบว่า เป็นความปรารถนาจะไปเยี่ยมหรือเข้าพบลูกค้ายุติการหวังของท่านเองที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายนั้น</p> <p>BK = การ ไปเยี่ยมหรือเข้าพบลูกค้ายุติการหวัง</p> <p>BL = การที่ท่านจะประสบผลสำเร็จในการขายนั้นเป็นสิ่งซึ่งท่านต้องการทำเพื่อตัวท่านเอง</p> <p>BM = ถ้าท่านมีความมั่งคั่ง (มีฐานะร่ำรวย)แล้วท่านก็ยังคงทำหน้าที่การขายเนื่องจากความท้าทายของงานขาย</p> <p>BN = ท่านปรารถนาว่าท่านจะไม่ต้องเกษียณอายุ ในภายหน้าเพื่อที่ ท่านจะดำเนินการขายตลอดไป เพื่อจะได้มีความสุขและสนุกในการขาย</p> <p>BO = ท่านขายก็เนื่องจากท่านมีความรู้สึกที่ดีต่อตัวเงินที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า</p> <p>BQ = ท่านขายเนื่องจากได้รับค่าตอบแทนจากการขาย</p> <p>CL = การจัดประชุมเพื่อการฝึกอบรม</p> <p>CT = ท่านเชื่อว่าพนักงานขายที่ดีที่สุดเป็นพนักงานขายผู้ซึ่งรู้ว่า</p>

<p>ตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>	<p>ตัวแปรของผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานของผลการดำเนินงานและการควบคุม โดยอาศัยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>
	<p>ขายอย่างไร ไม่ใช่เป็นพวกที่ใช้เวลาในการขายยาวนาน (หลาย ๆ ชั่วโมง)</p> <p>DD = ท่านได้ดำเนินการหาลูกค้าเพิ่มและดำเนินการขายไปสู่ลูกค้ารายสำคัญ ๆ ในเขตการขายที่ท่านได้รับผิดชอบ</p> <p>DG = ท่านได้จัดทำและส่งรายงานที่สมบูรณ์และถูกต้องที่เกี่ยวกับการสั่งซื้อ ค่าใช้จ่ายและรายงานประจำวันอื่น ๆ</p> <p>DH = ท่านได้ดำเนินการและนำความคิดริเริ่มต่าง ๆ ของตัวท่านเอง ที่เกี่ยวกับการดำเนินงานและขั้นตอนต่าง ๆ ของบริษัทเพื่อที่จะทำการปรับปรุงงานการขาย</p> <p>DI = ท่านส่งรายงานต่าง ๆ ที่ผู้บริหารต้องการได้ตรงเวลา</p> <p>DJ = ท่านได้เก็บรักษาสินค้าหรือรายงานต่าง ๆ ที่เฉพาะเจาะจงของบริษัทไว้ถูกต้องสมบูรณ์และทันสมัย</p> <p>DK = ท่านได้ปฏิบัติตามการขายในขอบเขตของงบประมาณที่จัดตั้งโดยบริษัท</p> <p>DL = ท่านได้ใช้ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต</p> <p>DM = ท่านได้ใช้ของขวัญขอบคุณและส่วนลดในการส่งเสริมการขายอย่างรับผิดชอบ</p> <p>DN = ท่านใช้จ่ายเงินในการเดินทางและที่พักอย่างระมัดระวัง</p> <p>DR = ท่านตั้งใจฟังอย่างใจจดใจจ่อที่จะกำหนดหรือระบุและเพื่อที่จะเข้าใจความต้องการ</p> <p>DR = ท่านตั้งใจฟังอย่างใจจดใจจ่อที่จะกำหนดหรือระบุและเพื่อที่จะเข้าใจความต้องการ</p> <p>DS = ท่านเข้าใจถึงปัญหาและความต้องการที่มีลักษณะพิเศษของลูกค้า</p> <p>DT = ท่านได้ใช้สัญญาที่ได้ทำขึ้นไว้ ที่ทำมาแล้วเพื่อพัฒนาลูกค้าใหม่ ๆ</p> <p>DU = ท่านได้สื่อสารเสนอการขายของท่านอย่างชัดเจนและกระชับ</p>
<p>18) ท่านยอมรับในงานที่ได้รับมอบหมายเกือบทุกงานหรือทุกชนิดของงาน</p>	<p>AX = เมื่อท่านได้รับคำแนะนำหรือคำสั่งท่านยอมรับด้วยความเต็มใจ</p> <p>AY = โดยทั่วไปแล้วท่านจะยอมรับอำนาจหน้าที่ของฝ่ายบริหาร</p>

<p>ตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>	<p>ตัวแปรของผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานของผลการดำเนินงานและการควบคุม โดยอาศัยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>
<p>ที่ได้รับมอบหมายมาเพื่อที่จะยังคงทำงานให้กับองค์กรอย่างเต็มที่</p>	<p>ในบริษัทนี้</p> <p>AZ = ท่านค่อนข้างจะไวต่อข้อมูลป้อนกลับซึ่งท่านรับจากหัวหน้าหรือผู้บังคับบัญชา</p> <p>BA = เป็นที่รู้จักกันในองค์กรว่าท่านเป็นผู้หนึ่งที่มีบทบาทในทีมเมื่อดำเนินงานหรือปฏิบัติการอยู่ในกลุ่ม</p> <p>BB = ทุกครั้งที่ท่านมีความผูกพันหรือภาระผู้อื่นที่ท่านทำงานด้วยนั้น ท่านจะทำให้ดีที่สุดหรือทำให้สำเร็จสมบูรณ์และตอบสนองอย่างดีที่สุด</p> <p>BC = ท่านยินดีจะมีส่วนร่วมของท่านให้ดีที่สุด สำหรับกลุ่ม</p> <p>BE = การทำงานเป็นทีมเป็นสิ่งที่ท่านมีความสุขที่ได้ทำทุกครั้ง</p> <p>BG = ท่านขอให้บริษัทของท่านให้ข้อมูลป้อนกลับ (Feed Back) เกี่ยวกับการดำเนินงานอย่างละเอียดและบ่อยครั้งให้แก่ท่าน</p> <p>BH = ท่านต้องการที่จะรู้ตลอดเวลาว่า ฝ่ายบริหารคิดอย่างไรกับผลการดำเนินงานของท่าน</p> <p>BI = ท่านเป็นบุคคลที่ต้องการข้อมูลป้อนกลับจากหัวหน้าของท่าน</p> <p>BJ = เมื่อท่านปฏิบัติงานหรือมีผลงานดำเนินงานที่ดี ท่านทราบว่าเป็นความปรารถนาการไปเยี่ยมหรือเข้าพบลูกค้ายุติศาสตร์ของท่านเองที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายนั้น</p> <p>BK = การ ไปเยี่ยมหรือเข้าพบลูกค้ายุติศาสตร์</p> <p>BL = การที่ท่านจะประสบผลสำเร็จในการขายนั้นเป็นสิ่งซึ่งท่านต้องการทำเพื่อตัวท่านเอง</p> <p>BM = ถ้าท่านมีความมั่งคั่ง (มีฐานะร่ำรวย)แล้วท่านก็ยังคงทำหน้าที่การขายเนื่องจากความท้าทายของงานขาย</p> <p>BN = ท่านปรารถนาว่าท่านจะไม่ต้องเกษียณอายุ ในภายหน้าเพื่อที่ ท่านจะดำเนินการขายตลอดไป เพื่อจะได้มีความสุขและสนุกในการขาย</p> <p>BO = ท่านขายก็เนื่องจากท่านมีความรู้สึกที่ดีต่อตัวเงินที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า</p> <p>BQ = ท่านขายเนื่องจากได้รับค่าตอบแทนจากการขาย</p> <p>CA = การประชุมกับคิลเลอร์หรือตัวแทนจำหน่าย</p>

<p>ตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>	<p>ตัวแปรของผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานของผลการดำเนินงานและการควบคุม โดยอาศัยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรทางด้านระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน</p>
	<p>CI = จดหมาย/โทรศัพท์</p> <p>CK = การจัดประชุมกับคิลเลอร์หรือตัวแทนจำหน่าย</p> <p>CL = การจัดประชุมเพื่อการฝึกอบรม</p> <p>CP = อื่น ๆ</p> <p>CT = ท่านเชื่อว่าพนักงานขายที่ดีที่สุดเป็นพนักงานขายผู้ซึ่งรู้อะไรจะขายอย่างไร ไม่ใช่เป็นพวกที่ใช้เวลาในการขายยาวนาน (หลาย ๆ ชั่วโมง)</p> <p>DD = ท่านได้ดำเนินการหาลูกค้าเพิ่มและดำเนินการขายไปสู่ลูกค้ารายสำคัญ ๆ ในเขตการขายที่ท่านได้รับผิดชอบ</p> <p>DG = ท่านได้จัดทำและส่งรายงานที่สมบูรณ์และถูกต้องที่เกี่ยวกับการสั่งซื้อ ค่าใช้จ่ายและรายงานประจำวันอื่น ๆ</p> <p>DH = ท่านได้ดำเนินการและนำความคิดริเริ่มต่าง ๆ ของตัวท่านเอง ที่เกี่ยวกับการดำเนินงานและขั้นตอนต่าง ๆ ของบริษัทเพื่อที่จะทำการปรับปรุงงานการขาย</p> <p>DI = ท่านส่งรายงานต่าง ๆ ที่ผู้บริหารต้องการ ได้ตรงเวลา</p> <p>DJ = ท่านได้เก็บรักษาสินทักหรือรายงานต่าง ๆ ที่เฉพาะเจาะจงของบริษัทไว้ถูกต้องสมบูรณ์และทันสมัย</p> <p>DK = ท่านได้ปฏิบัติการขายในขอบเขตของงบประมาณที่จัดตั้งโดยบริษัท</p> <p>DL = ท่านได้ใช้ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต</p> <p>DM = ท่านได้ใช้ของขวัญขอบคุณและส่วนลดในการส่งเสริมการขายอย่างรับผิดชอบ</p> <p>DN = ท่านใช้จ่ายเงินในการเดินทางและที่พักอย่างระมัดระวัง</p> <p>DR = ท่านตั้งใจฟังอย่างใจจดใจจ่อที่จะกำหนดหรือระบุและเพื่อที่จะเข้าใจความต้องการ</p> <p>DS = ท่านเข้าใจถึงปัญหาและความต้องการที่มีลักษณะพิเศษของลูกค้า</p> <p>DT = ท่านได้ใช้สัญญาที่ได้ทำขึ้นไว้ ที่ทำมาแล้วเพื่อพัฒนาลูกค้าใหม่ ๆ</p> <p>DU = ท่านได้สื่อสารเสนอการขายของท่านอย่างชัดเจนและกระชับ</p>

ตารางแสดงผลสัมประสิทธิ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AH	AI	AM	AQ	AR
AA	1.0000	.6263	.7076	.6097	.3775	.3877	.5305	.5861	.3561	.2881	.3407
AB	.6263	1.0000	.6644	.6423	.4051	.5117	.4360	.5053	.3621	.1946	.3430
AC	.7076	.6644	1.0000	.6088	.4053	.5087	.5227	.5994	.3390	.3264	.3455
AD	.6097	.6423	.6088	1.0000	.4961	.5098	.4810	.6220	.3508	.2691	.4228
AE	.3775	.4051	.4053	.4961	1.0000	.5102	.4035	.3291	.1134	.1459	.2051
AF	.3877	.5117	.5087	.5098	.5102	1.0000	.5536	.4401	.2992	.2627	.3345
AH	.5305	.4360	.5227	.4810	.4035	.5536	1.0000	.6618	.4325	.4037	.3776
AI	.5861	.5053	.5994	.6220	.3291	.4401	.6618	1.0000	.3980	.3364	.3484
AM	.3561	.3621	.3390	.3508	.1134	.2992	.4325	.3980	1.0000	.4189	.3753
AQ	.2881	.1946	.3264	.2691	.1459	.2627	.4037	.3364	.4189	1.0000	.4877
AR	.3407	.3430	.3455	.4228	.2051	.3345	.3776	.3484	.3753	.4877	1.0000
AS	.4287	.3547	.3563	.4066	.2343	.2874	.4857	.5129	.3717	.4628	.4463
AX	.3667	.3676	.3851	.3658	.2059	.3047	.3154	.3421	.4055	.3477	.4210
AY	.2385	.2515	.2766	.2970	.2011	.2155	.2784	.3130	.2480	.2943	.3861
AZ	.3343	.3006	.2865	.3006	.1063	.3143	.3657	.3371	.4301	.3803	.4193
BA	.2833	.1880	.3174	.2469	.1467	.3155	.4587	.2563	.3805	.5100	.4437
BB	.3809	.2674	.4060	.3773	.1018	.2473	.3806	.4410	.4611	.4175	.4459
BC	.4218	.3551	.4286	.4081	.1667	.2518	.3537	.3940	.4509	.4576	.4518
BD	.0065	.1484	.0494	.0919	.1017	.1559	.0506	.0259	-.1230	-.1500	.1261
BE	.3547	.2675	.2747	.2960	.2156	.3604	.3116	.3347	.2700	.2811	.3140
BG	.4326	.3535	.3730	.3683	.2931	.3548	.3853	.4083	.3947	.3406	.3044
BH	.4484	.3473	.4065	.4316	.1846	.2325	.2986	.3738	.3725	.3602	.4252
BI	.3586	.2847	.3181	.3691	.1423	.1949	.3805	.3601	.4210	.4696	.4216
BJ	.3215	.2731	.4015	.3360	.1915	.2892	.3795	.4023	.4300	.3976	.4780
BK	.1692	.1400	.1373	.1415	.2261	.1307	.2214	.1277	.0737	.0254	.1941
BL	.4774	.3101	.4068	.3715	.1863	.3061	.3901	.3391	.4208	.3459	.3700
BM	.2958	.1891	.2914	.2716	.2287	.3089	.4040	.2941	.2857	.3838	.3182
BN	.1624	.0407	.2537	.1003	.1692	.2062	.3112	.1769	.0904	.1994	.2035
BO	.1788	.1328	.1761	.2378	.1253	.1731	.2440	.2212	.2548	.2899	.2341
BP	.1451	.1437	.1420	.1183	.0553	.0596	.0709	.0174	.1205	.0661	.0228
BQ	.2627	.1644	.2058	.2362	.1010	.2048	.1918	.2257	.2529	.2373	.1913

ตารางแสดงผลสัมประสิทธิ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AH	AI	AM	AQ	AR
BR	.1165	.0480	.1328	.1078	.0572	.1165	.0452	.0209	.0110	.0067	.0124
BW	-.0395	.0413	.0312	.0119	.0234	.0690	-.0380	-.0114	.1162	-.0509	.0256
BX	.0443	.1181	.1048	.0804	.0702	.0982	.0314	.0673	.1539	.0368	.0848
BYS	.0115	.0625	.0158	.0339	.0231	.0720	-.0458	.0897	.0306	-.0825	.0919
BZ	-.1076	.0550	-.0684	-.0144	.0698	-.0308	-.0309	-.1003	.0092	.0072	.1033
CA	-.2146	-.0762	-.1575	-.1449	.0766	-.0976	-.1625	-.1879	-.2001	.0083	.0237
CB	-.0488	.0461	.0872	-.0477	-.0929	-.0425	-.0419	.0093	.0168	.0327	.0056
CC	-.0294	-.0893	-.1889	-.1592	.0235	.0140	-.0002	-.1099	-.0454	-.0493	.0771
CD	-.1516	-.2168	-.1880	-.2173	-.0095	-.1057	-.1244	-.1825	-.1791	-.0426	-.0623
CE	.0267	-.0191	-.0800	-.0243	.0081	-.0809	-.0336	-.0646	-.0275	.0132	-.0169
CF	-.0610	-.0594	-.0152	.0443	.0895	.0137	.0266	.0013	-.0031	-.0256	-.0119
CG	-.0149	.0261	-.0161	-.0094	.1081	.0495	.0004	.0273	-.0304	-.0550	.0223
CH	.0391	.1476	.0729	.0429	.1956	.1628	.0569	.0396	.0544	-.0664	-.0190
CI	-.0378	.0832	-.0520	-.0072	.0712	.0136	.0125	-.0623	-.0257	-.0108	.0583
CJ	-.0502	.0222	.0313	.0397	.0805	-.0806	-.0201	-.0165	-.0416	-.0795	-.0655
CK	-.1008	-.0664	-.1773	-.0744	.0761	-.0359	-.0424	-.0450	-.1347	-.0867	-.0129
CL	-.2030	-.1555	-.1886	-.1607	-.0341	-.1928	-.1649	-.1034	-.1544	-.1244	-.1328
CM	-.0545	-.1537	-.1872	-.2496	-.1174	-.1256	-.0840	-.0782	-.1116	-.0767	-.0113
CN	-.1345	-.2025	-.1396	-.2590	-.0537	-.1215	-.1455	-.1416	-.1644	-.0524	-.0761
CP	-.1016	-.0560	-.0562	.0161	.0668	.0326	-.0304	-.0689	-.0389	-.0425	-.0206
CT	.3379	.3030	.3361	.3051	.1931	.2097	.2908	.3531	.3363	.3354	.2687
DD	.3368	.3474	.3217	.3239	.2557	.2044	.3416	.4003	.3065	.2485	.3812
DG	.2490	.2954	.3086	.2720	.1986	.2262	.3070	.2215	.2121	.1676	.2680
DH	.1936	.3207	.2622	.2161	.1188	.1216	.2153	.2423	.2644	.1995	.3115
DI	.2750	.2887	.2219	.2366	.2601	.2093	.2081	.2319	.3183	.1697	.2717
DJ	.2219	.1952	.2614	.2093	.1532	.1759	.2925	.2241	.2556	.1557	.2282
H	.1609	.1304	.1574	.1073	.3315	.2565	.2752	.1332	.1090	.1822	.1097
I	.3002	.2706	.3246	.2870	.3472	.2675	.3136	.2319	.1616	.2170	.2494
J	.2374	.1829	.1949	.2139	.2652	.2427	.2651	.2511	.2050	.2132	.2541
K	.3474	.3079	.3749	.3078	.3080	.3257	.3446	.3493	.2574	.3248	.2688
L	.3218	.3447	.3940	.3242	.2796	.3610	.3292	.3234	.2393	.2595	.2759

ตารางแสดงผลสัมประสิทธิ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AH	AI	AM	AQ	AR
N	.3011	.2634	.3094	.2573	.2982	.3006	.3384	.3034	.2216	.3250	.3070
DK	.2778	.3701	.3082	.3101	.2351	.2543	.3217	.2927	.2326	.2054	.3218
DL	.2506	.3012	.3134	.2314	.1624	.2470	.3547	.3414	.2909	.4532	.2857
DM	.2799	.3583	.2935	.3036	.2977	.2283	.3661	.3069	.3148	.3031	.3179
DN	.3596	.3401	.3446	.3400	.2766	.2311	.3669	.4225	.3417	.3058	.2310
DR	.3813	.3381	.3261	.4059	.3344	.2871	.3211	.2761	.3315	.2940	.3633
DS	.3071	.3138	.2964	.3212	.2836	.2307	.2637	.2146	.2939	.2092	.3443
DT	.3095	.3880	.2286	.3492	.2449	.1992	.2670	.2241	.3150	.1781	.3448
DU	.4051	.4661	.3549	.3492	.2662	.2772	.3531	.3397	.3105	.3016	.3931

ตารางแสดงผลสัมประสิทธิ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	AS	AX	AY	AZ	BA	BB	BC	BD	BE	BG	BH
AA	.4287	.3667	.2385	.3343	.2833	.3809	.4218	.0065	.3547	.4326	.4484
AB	.3547	.3676	.2515	.3006	.1880	.2674	.3551	.1484	.2675	.3535	.3473
AC	.3563	.3851	.2766	.2865	.3174	.4060	.4286	.0494	.2747	.3730	.4065
AD	.4066	.3658	.2970	.3006	.2469	.3773	.4081	.0919	.2960	.3683	.4316
AE	.2343	.2059	.2011	.1063	.1467	.1018	.1667	.1017	.2156	.2931	.1846
AF	.2874	.3047	.2155	.3143	.3155	.2473	.2518	.1559	.3604	.3548	.2325
AH	.4857	.3154	.2784	.3657	.4587	.3806	.3537	.0506	.3116	.3853	.2986
AI	.5129	.3421	.3130	.3371	.2563	.4410	.3940	.0259	.3347	.4083	.3738
AM	.3717	.4055	.2480	.4301	.3805	.4611	.4509	-.1230	.2700	.3947	.3725
AQ	.4628	.3477	.2943	.3803	.5100	.4175	.4576	-.1500	.2811	.3406	.3602
AR	.4463	.4210	.3861	.4193	.4437	.4459	.4518	.1261	.3140	.3044	.4252
AS	1.0000	.4120	.3260	.4218	.3949	.4084	.4836	-.0488	.3113	.4511	.4586
AX	.4120	1.0000	.4935	.5294	.4481	.4801	.5188	.0199	.3683	.4101	.5012
AY	.3260	.4935	1.0000	.4427	.3878	.5064	.4239	.0595	.2645	.2895	.4014
AZ	.4218	.5294	.4427	1.0000	.4772	.5568	.5437	.0762	.4075	.3530	.4492
BA	.3949	.4481	.3878	.4772	1.0000	.5294	.5271	.0649	.3518	.3638	.3591
BB	.4084	.4801	.5064	.5568	.5294	1.0000	.5947	-.0782	.4626	.4329	.5010
BC	.4836	.5188	.4239	.5437	.5271	.5947	1.0000	-.0807	.3947	.4252	.5037
BD	-.0488	.0199	.0595	.0762	.0649	-.0782	-.0807	1.0000	-.0087	-.0700	-.0455
BE	.3113	.3683	.2645	.4075	.3518	.4626	.3947	-.0087	1.0000	.4473	.4056
BG	.4511	.4101	.2895	.3530	.3638	.4329	.4252	-.0700	.4473	1.0000	.4895
BH	.4586	.5012	.4014	.4492	.3591	.5010	.5037	-.0455	.4056	.4895	1.0000
BI	.4881	.4593	.2645	.3546	.4524	.4479	.4855	-.1218	.3670	.4464	.5422
BJ	.4360	.4231	.3540	.4424	.3473	.5275	.5085	-.0843	.2762	.4057	.3830
BK	.1335	.1462	.1693	.1824	.2300	.1255	.0777	.3631	.0689	.0743	.1287
BL	.3542	.4492	.2784	.4392	.3427	.4181	.4685	-.0421	.2459	.3430	.3997
BM	.3184	.3142	.2987	.3937	.3532	.3307	.3886	-.1620	.2662	.2923	.3322
BN	.2111	.2669	.1959	.2133	.2906	.1572	.1918	.0762	.1429	.2397	.1674
BO	.2742	.3575	.1644	.2447	.3243	.2730	.3155	-.0465	.1478	.3347	.2219
BP	.0440	.1345	.0291	.1297	.1102	.0833	.1475	.2055	.0121	.1498	.1256
BQ	.1840	.3037	.0614	.2009	.2223	.1885	.2683	-.0257	.1807	.3016	.3070

ตารางแสดงผลสัมประสิทธิ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	AS	AX	AY	AZ	BA	BB	BC	BD	BE	BG	BH
BR	.0362	.1280	.1069	.0903	.1050	.1053	.1067	.1505	.0791	.0696	.2128
BW	-.0740	.0969	.0135	.0516	.0121	.0222	.0209	.0312	-.0266	-.0067	.0215
BX	-.0500	.1072	-.0456	.0960	.0287	-.0049	.0788	.0826	-.0012	.1143	.0170
BY\$	-.0761	.0789	-.0231	.0771	-.0769	-.0508	.0143	.1087	.0044	.0327	.0329
BZ	-.0980	.0345	-.0704	.0511	.0582	-.0592	.0038	.1050	-.0085	-.0378	-.0432
CA	-.1769	-.0779	-.1736	-.0430	-.0081	-.1340	-.0677	.1145	-.0222	-.0718	-.1522
CB	-.0157	.0909	.0346	.0306	.1207	.1298	.0045	.0605	-.0185	-.0090	.0014
CC	-.1008	-.0704	-.2467	-.0341	-.0293	-.1921	-.0823	.1176	-.0579	-.1024	-.1635
CD	-.0792	-.2024	-.0236	-.0756	-.0832	-.0508	-.0870	-.0231	-.0424	-.0723	-.0244
CE	-.0047	-.0998	-.0222	-.0170	-.0011	.0817	-.0227	.0105	-.0388	.0148	.0587
CF	-.0484	-.0845	-.0628	-.1422	-.0454	-.1100	-.0084	-.0614	.0162	-.0302	-.0258
CG	-.0363	.0908	.0571	.0331	-.0324	-.0155	.0253	.1185	-.0356	-.0454	.0436
CH	-.0999	.0388	-.1112	.0588	.0395	-.0550	.0409	.1651	.0651	.0693	-.0996
CI	-.1069	.0722	-.0938	.0362	.0287	-.1130	.0219	.1119	-.0761	-.0493	-.0313
CJ	-.0471	-.0615	-.0591	-.0048	-.0718	-.0070	-.0128	.0676	.0214	-.0126	.0740
CK	-.1077	-.0999	-.1028	-.0455	-.1023	-.1536	-.0525	.2135	-.0818	-.2136	-.0526
CL	-.2013	-.1633	-.1102	-.1292	-.1393	-.1521	-.1733	.0661	-.1481	-.2938	-.1877
CM	-.0528	-.1332	-.1158	-.0471	-.1494	-.1708	-.1758	.0318	-.0391	-.1290	-.0239
CN	-.0738	-.1248	-.0290	-.0698	-.0650	-.1196	-.0733	.0524	-.0226	-.0636	.0033
CP	-.1070	-.1065	-.1455	-.1988	-.0568	-.1476	-.0724	-.0988	.0541	-.0600	-.1605
CT	.3652	.2858	.2831	.2331	.2711	.3375	.3015	-.0229	.2037	.3476	.3581
DD	.4430	.3265	.3361	.3366	.3434	.4205	.3330	.0771	.3173	.3695	.3483
DG	.2582	.2500	.2950	.3167	.2448	.2302	.1719	.1999	.2213	.2134	.2648
DH	.3399	.2895	.2478	.2790	.1668	.3133	.2298	.0521	.1651	.2668	.2691
DI	.3524	.3576	.2206	.3517	.2144	.3212	.3194	-.0161	.2867	.2725	.2458
DJ	.2811	.2782	.2814	.2652	.2939	.3504	.2477	.0641	.1929	.2362	.2657
H	.1147	.1579	.1152	.1435	.2392	.1556	.1253	.0733	.1219	.1697	.0313
I	.1427	.2315	.1346	.2592	.2782	.2031	.2500	.0337	.1475	.1071	.1947
J	.2277	.3033	.2889	.3062	.2556	.2945	.2468	.0671	.1359	.1999	.2866
K	.3340	.2602	.3281	.2688	.3156	.3560	.3887	-.0695	.2612	.3155	.2715
L	.2031	.2525	.3343	.2569	.3086	.3305	.3519	.0974	.2078	.2428	.2153

ตารางแสดงผลสัมพัทธ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	AS	AX	AY	AZ	BA	BB	BC	BD	BE	BG	BH
N	.2506	.2228	.2578	.2753	.3225	.2819	.3032	.0378	.2133	.2599	.1717
DK	.3471	.2648	.3481	.3544	.2229	.2986	.3714	.0680	.2781	.3132	.3879
DL	.4215	.2944	.2528	.3585	.2875	.3399	.3740	-.1226	.2460	.2779	.3699
DM	.4524	.2991	.3243	.3388	.2663	.3301	.3408	.0234	.2050	.4074	.2970
DN	.3907	.2456	.2645	.3201	.2511	.3780	.3677	-.0747	.2104	.3934	.2780
DR	.2962	.3563	.2771	.2680	.3014	.3877	.3655	-.0596	.2659	.3554	.3255
DS	.3782	.2906	.3207	.3125	.3305	.3353	.3969	.0367	.2758	.3223	.3260
DT	.3242	.3025	.3296	.3399	.2426	.3525	.4096	.0444	.3049	.3410	.3595
DU	.4487	.4768	.3204	.4016	.3488	.3563	.4197	.0152	.3190	.3419	.3662

ตารางแสดงผลสัมประสิทธิ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	BI	BJ	BK	BL	BM	BN	BO	BP	BQ	BR	BW
AA	.3586	.3215	.1692	.4774	.2958	.1624	.1788	.1451	.2627	.1165	-.0395
AB	.2847	.2731	.1400	.3101	.1891	.0407	.1328	.1437	.1644	.0480	.0413
AC	.3181	.4015	.1373	.4068	.2914	.2537	.1761	.1420	.2058	.1328	.0312
AD	.3691	.3360	.1415	.3715	.2716	.1003	.2378	.1183	.2362	.1078	.0119
AE	.1423	.1915	.2261	.1863	.2287	.1692	.1253	.0553	.1010	.0572	.0234
AF	.1949	.2892	.1307	.3061	.3089	.2062	.1731	.0596	.2048	.1165	.0690
AH	.3805	.3795	.2214	.3901	.4040	.3112	.2440	.0709	.1918	.0452	-.0380
AI	.3601	.4023	.1277	.3391	.2941	.1769	.2212	.0174	.2257	.0209	-.0114
AM	.4210	.4300	.0737	.4208	.2857	.0904	.2548	.1205	.2529	.0110	.1162
AQ	.4696	.3976	.0254	.3459	.3838	.1994	.2899	.0661	.2373	.0067	-.0509
AR	.4216	.4780	.1941	.3700	.3182	.2035	.2341	.0228	.1913	.0124	.0256
AS	.4881	.4360	.1335	.3542	.3184	.2111	.2742	.0440	.1840	.0362	-.0740
AX	.4593	.4231	.1462	.4492	.3142	.2669	.3575	.1345	.3037	.1280	.0969
AY	.2645	.3540	.1693	.2784	.2987	.1959	.1644	.0291	.0614	.1069	.0135
AZ	.3546	.4424	.1824	.4392	.3937	.2133	.2447	.1297	.2009	.0903	.0516
BA	.4524	.3473	.2300	.3427	.3532	.2906	.3243	.1102	.2223	.1050	.0121
BB	.4479	.5275	.1255	.4181	.3307	.1572	.2730	.0833	.1885	.1053	.0222
BC	.4855	.5085	.0777	.4685	.3886	.1918	.3155	.1475	.2683	.1067	.0209
BD	-.1218	-.0843	.3631	-.0421	-.1620	.0762	-.0465	.2055	-.0257	.1505	.0312
BE	.3670	.2762	.0689	.2459	.2662	.1429	.1478	.0121	.1807	.0791	-.0266
BG	.4464	.4057	.0743	.3430	.2923	.2397	.3347	.1498	.3016	.0696	-.0067
BH	.5422	.3830	.1287	.3997	.3322	.1674	.2219	.1256	.3070	.2128	.0215
BI	1.0000	.4973	.0992	.4035	.3947	.0789	.3252	.1365	.3634	.0976	-.0005
BJ	.4973	1.0000	.2023	.4684	.4122	.2502	.2926	.1635	.2730	.1050	.0757
BK	.0992	.2023	1.0000	.1861	.1301	.2430	.1562	.1681	-.0084	.0903	.0577
BL	.4035	.4684	.1861	1.0000	.3501	.1607	.2375	.1343	.3009	.1801	-.0454
BM	.3947	.4122	.1301	.3501	1.0000	.4986	.3620	.1286	.3162	.2004	-.0972
BN	.0789	.2502	.2430	.1607	.4986	1.0000	.4109	.2262	.1409	.1766	.0205
BO	.3252	.2926	.1562	.2375	.3620	.4109	1.0000	.2475	.2422	.1264	.0132
BP	.1365	.1635	.1681	.1343	.1286	.2262	.2475	1.0000	.4003	.3840	.0339
BQ	.3634	.2730	-.0084	.3009	.3162	.1409	.2422	.4003	1.0000	.5159	-.0516

ตารางแสดงผลสัมประสิทธิ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	BI	BJ	BK	BL	BM	BN	BO	BP	BQ	BR	BW
BR	.0976	.1050	.0903	.1801	.2004	.1766	.1264	.3840	.5159	1.0000	-.1956
BW	-.0005	.0757	.0577	-.0454	-.0972	.0205	.0132	.0339	-.0516	-.1956	1.0000
BX	.0249	.1067	.1250	.0068	-.0127	.0835	.0391	.0454	.1014	-.0995	.6413
BY\$	-.1666	-.0016	.0413	.0085	-.0617	.0236	-.0181	-.0589	-.0512	-.0808	.4591
BZ	-.0057	-.1006	.0795	-.1010	-.0855	.0055	.0575	-.0006	-.0414	-.1300	.2557
CA	-.0611	-.1587	.0376	-.1544	-.0496	-.0318	.0153	-.0018	-.0065	-.0176	.0835
CB	.0461	.0384	-.0195	-.0025	-.1798	-.0910	-.0412	.0661	-.0744	-.0132	.0898
CC	-.0489	-.1105	.1056	-.0898	-.0387	.0593	-.0703	.0481	.1072	-.0545	.1464
CD	-.1699	-.0297	-.0767	-.1001	.0953	-.0009	-.1531	-.0701	-.0543	.0592	-.1013
CE	-.1090	.0319	.0485	-.0365	.0074	.0523	.0124	-.0199	-.1648	-.0364	-.0491
CF	.0583	-.0324	-.0427	-.0142	.0202	-.0883	.0759	.0427	-.0611	.0187	-.1551
CG	-.1233	.0292	.0871	-.0192	-.0040	.0838	-.0570	-.0164	-.0593	-.0916	.6379
CH	-.0776	.0148	.1444	-.0676	.0177	.1588	.0421	.0481	.0361	-.0445	.5487
CI	-.0915	-.0854	.0818	-.0412	-.0477	.0165	.0633	.0666	-.0660	-.1008	.4008
CJ	-.0629	-.1046	-.0393	-.0547	-.0151	-.0496	-.0478	.0250	-.0983	.0602	.1913
CK	-.1695	-.1742	.0547	-.1042	-.1051	-.0621	-.0310	.0213	-.0389	-.0143	.0801
CL	-.1937	-.1405	.0224	-.1223	-.1990	-.0980	-.1674	-.0437	-.1426	-.0416	.1137
CM	-.1337	-.1106	-.0568	-.1447	.0365	.0297	-.2069	-.1427	-.0840	.0431	-.1151
CN	-.1961	-.0668	-.0188	-.1046	.0017	-.0057	-.1974	-.1664	-.0748	.0284	-.0893
CP	.0937	-.0803	.0060	-.0444	.0045	-.1090	.0542	.0112	.0007	-.0527	-.0899
CT	.3559	.4186	.0871	.2532	.2471	.2270	.2685	.0673	.1718	.0209	.0778
DD	.3213	.3325	.1675	.2696	.2682	.2342	.3013	.1265	.1217	-.0010	-.0107
DG	.1639	.1725	.2199	.1749	.1842	.2202	.0552	.0827	.0610	.1066	.0307
DH	.3553	.3062	.0676	.2274	.1583	.1034	.1593	.0885	.1173	.1033	.0994
DI	.2354	.3495	.2530	.1668	.2345	.1444	.2201	-.0300	.0756	-.0288	.0815
DJ	.2451	.1914	.0914	.1908	.2636	.2522	.1992	.0992	.1032	.1136	.0277
H	.0242	.1218	.1119	.0970	.2203	.2391	.1407	.0100	-.0746	.0146	.0101
I	.1594	.1574	.1765	.1783	.2612	.2430	.2058	.0038	.0238	-.0136	.1555
J	.1182	.2103	.0829	.1855	.2451	.2623	.1823	.0078	.0338	.0880	-.0334
K	.2578	.2450	.0527	.2032	.3360	.1752	.2627	.0932	.1531	.0088	-.0468
L	.2879	.2904	.0786	.1951	.2803	.1946	.2536	.1827	.1750	.0571	.0796

ตารางแสดงผลสัมประสิทธิ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	BI	BJ	BK	BL	BM	BN	BO	BP	BQ	BR	BW
N	.1134	.2155	.1500	.1403	.3704	.2726	.3342	.0984	.1299	.0510	.0520
DK	.2723	.4148	.1271	.2301	.2581	.1857	.0782	.0643	.1098	.1043	.0568
DL	.3264	.3001	.1139	.2576	.3159	.1173	.3245	.1132	.2108	-.0595	.0303
DM	.3550	.3930	.2542	.2021	.1985	.2307	.3166	.1824	.0957	-.1020	.1115
DN	.3132	.3244	.1537	.2350	.2209	.1802	.2519	.1559	.1484	-.1150	.1286
DR	.3248	.4388	.2276	.3203	.2565	.1302	.2592	.1152	.1786	.0184	.1726
DS	.3080	.4569	.2383	.2771	.1891	.1037	.1060	.1551	.1486	.0950	.1800
DT	.2491	.3344	.1417	.2184	.2840	.1801	.1673	.0965	.1528	.1122	.0967
DU	.3532	.3733	.1706	.2813	.2839	.2384	.3184	.1798	.2333	.0151	.1241

ตารางแสดงผลสัมประสิทธิ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	BX	BY\$	BZ	CA	CB	CC	CD	CE	CF	CG	CH
AA	.0443	.0115	-.1076	-.2146	-.0488	-.0294	-.1516	.0267	-.0610	-.0149	.0391
AB	.1181	.0625	.0550	-.0762	.0461	-.0893	-.2168	-.0191	-.0594	.0261	.1476
AC	.1048	.0158	-.0684	-.1575	.0872	-.1889	-.1880	-.0800	-.0152	-.0161	.0729
AD	.0804	.0339	-.0144	-.1449	-.0477	-.1592	-.2173	-.0243	.0443	-.0094	.0429
AE	.0702	.0231	.0698	.0766	-.0929	.0235	-.0095	.0081	.0895	.1081	.1956
AF	.0982	.0720	-.0308	-.0976	-.0425	.0140	-.1057	-.0809	.0137	.0495	.1628
AH	.0314	-.0458	-.0309	-.1625	-.0419	-.0002	-.1244	-.0336	.0266	.0004	.0569
AI	.0673	.0897	-.1003	-.1879	.0093	-.1099	-.1825	-.0646	.0013	.0273	.0396
AM	.1539	.0306	.0092	-.2001	.0168	-.0454	-.1791	-.0275	-.0031	-.0304	.0544
AQ	.0368	-.0825	.0072	.0083	.0327	-.0493	-.0426	.0132	-.0256	-.0550	-.0664
AR	.0848	.0919	.1033	.0237	.0056	.0771	-.0623	-.0169	-.0119	.0223	-.0190
AS	-.0500	-.0761	-.0980	-.1769	-.0157	-.1008	-.0792	-.0047	-.0484	-.0363	-.0999
AX	.1072	.0789	.0345	-.0779	.0909	-.0704	-.2024	-.0998	-.0845	.0908	.0388
AY	-.0456	-.0231	-.0704	-.1736	.0346	-.2467	-.0236	-.0222	-.0628	.0571	-.1112
AZ	.0960	.0771	.0511	-.0430	.0306	-.0341	-.0756	-.0170	-.1422	.0331	.0588
BA	.0287	-.0769	.0582	-.0081	.1207	-.0293	-.0832	-.0011	-.0454	-.0324	.0395
BB	-.0049	-.0508	-.0592	-.1340	.1298	-.1921	-.0508	.0817	-.1100	-.0155	-.0550
BC	.0788	.0143	.0038	-.0677	.0045	-.0823	-.0870	-.0227	-.0084	.0253	.0409
BD	.0826	.1087	.1050	.1145	.0605	.1176	-.0231	.0105	-.0614	.1185	.1651
BE	-.0012	.0044	-.0085	-.0222	-.0185	-.0579	-.0424	-.0388	.0162	-.0356	.0651
BG	.1143	.0327	-.0378	-.0718	-.0090	-.1024	-.0723	.0148	-.0302	-.0454	.0693
BH	.0170	.0329	-.0432	-.1522	.0014	-.1635	-.0244	.0587	-.0258	.0436	-.0996
BI	.0249	-.1666	-.0057	-.0611	.0461	-.0489	-.1699	-.1090	.0583	-.1233	-.0776
BJ	.1067	-.0016	-.1006	-.1587	.0384	-.1105	-.0297	.0319	-.0324	.0292	.0148
BK	.1250	.0413	.0795	.0376	-.0195	.1056	-.0767	.0485	-.0427	.0871	.1444
BL	.0068	.0085	-.1010	-.1544	-.0025	-.0898	-.1001	-.0365	-.0142	-.0192	-.0676
BM	-.0127	-.0617	-.0855	-.0496	-.1798	-.0387	.0953	.0074	.0202	-.0040	.0177
BN	.0835	.0236	.0055	-.0318	-.0910	.0593	-.0009	.0523	-.0883	.0838	.1588
BO	.0391	-.0181	.0575	.0153	-.0412	-.0703	-.1531	.0124	.0759	-.0570	.0421
BP	.0454	-.0589	-.0006	-.0018	.0661	.0481	-.0701	-.0199	.0427	-.0164	.0481
BQ	.1014	-.0512	-.0414	-.0065	-.0744	.1072	-.0543	-.1648	-.0611	-.0593	.0361

ตารางแสดงผลสัมประสิทธิ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	BX	BY\$	BZ	CA	CB	CC	CD	CE	CF	CG	CH
BR	-.0995	-.0808	-.1300	-.0176	-.0132	-.0545	.0592	-.0364	.0187	-.0916	-.0445
BW	.6413	.4591	.2557	.0835	.0898	.1464	-.1013	-.0491	-.1551	.6379	.5487
BX	1.0000	.4575	.3842	.2942	.0873	.2592	-.0770	-.0545	-.2057	.3909	.6546
BY\$.4575	1.0000	.4076	.3025	.0466	.2546	.0358	.0513	-.1373	.4663	.3491
BZ	.3842	.4076	1.0000	.7061	.2010	.2166	-.0431	.1326	-.1747	.2316	.2691
CA	.2942	.3025	.7061	1.0000	.3036	.1613	.1624	.0911	-.1514	.1667	.2212
CB	.0873	.0466	.2010	.3036	1.0000	-.0634	-.0287	.0572	-.0901	.0191	.0022
CC	.2592	.2546	.2166	.1613	-.0634	1.0000	.3041	.0320	-.1399	.1579	.3810
CD	-.0770	.0358	-.0431	.1624	-.0287	.3041	1.0000	.3289	-.1295	.1235	.0735
CE	-.0545	.0513	.1326	.0911	.0572	.0320	.3289	1.0000	-.0727	.1034	.0013
CF	-.2057	-.1373	-.1747	-.1514	-.0901	-.1399	-.1295	-.0727	1.0000	-.1440	-.1442
CG	.3909	.4663	.2316	.1667	.0191	.1579	.1235	.1034	-.1440	1.0000	.6138
CH	.6546	.3491	.2691	.2212	.0022	.3810	.0735	.0013	-.1442	.6138	1.0000
CI	.4131	.6152	.5159	.4400	.0980	.3647	.1029	.1378	-.0305	.5440	.4773
CJ	.2218	.2180	.3690	.4718	.1743	-.0078	.1956	.2492	-.0874	.3363	.2920
CK	.1394	.2493	.3575	.3849	.0851	.3906	.1720	.1729	.0202	.2535	.2068
CL	.1170	.1557	.2369	.3183	.3275	.2680	.2586	.1919	-.0149	.1942	.1757
CM	-.0039	.2109	-.1676	-.0451	-.0519	.4594	.4520	.1918	-.1027	.0826	.0800
CN	-.0299	.1122	-.1317	.0035	-.0780	.2205	.6210	.1344	-.0420	.2125	.1894
CP	-.1618	-.1486	-.0869	-.0136	-.1909	.0042	-.1098	-.2544	.6185	-.2178	-.1101
CT	.0801	-.0067	-.0295	-.1720	.0277	-.1472	-.1505	.0429	-.1083	.0073	.0138
DD	-.0263	.0203	.0196	-.0678	.0508	-.1078	-.1477	-.0325	.0602	-.0117	-.0220
DG	.1612	.0364	.0690	-.0154	.0329	.0006	.0594	.0243	-.0281	.0079	.0672
DH	.1393	.0486	.0131	-.0844	.1209	-.0034	-.0874	-.0252	-.0733	-.0055	.0433
DI	.1260	.0434	-.0172	-.0784	.0133	-.0305	.0127	.0273	-.0180	.0068	.0801
DJ	.0245	-.0486	-.0417	-.0877	.0812	-.0591	.0152	-.1179	-.0281	-.0714	.0078
H	.0259	.0119	.0029	-.0001	-.1639	-.0233	.0603	.0034	.0061	.0259	.1215
I	.1350	.1260	.0277	-.0752	-.1391	.1224	.0357	-.0019	.0276	.1011	.1702
J	-.0444	.0224	-.0049	-.0369	-.1323	-.1459	-.0290	.1083	-.0679	.0391	-.0282
K	-.0413	-.0711	-.0269	-.0787	-.0815	-.1877	-.1196	-.0939	.0564	-.0058	-.0545
L	.0727	-.0077	-.1039	-.1837	.0040	.0127	-.1396	-.0975	.0515	-.0154	.0481

ตารางแสดงผลสัมประสิทธิ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	BX	BY\$	BZ	CA	CB	CC	CD	CE	CF	CG	CH
N	.0893	.1300	.0956	.0117	-.0848	.0168	-.1008	-.0266	.0008	.0961	.0951
DK	.0498	.0389	-.0307	-.0926	-.0564	-.1503	-.0669	.0381	-.0528	.0050	-.0289
DL	.0474	.0433	.1275	.0159	.0599	-.0909	-.1194	-.0090	.0209	-.0226	-.0660
DM	.1319	-.0288	.0142	-.1016	.0316	.0360	-.1372	-.0769	-.0457	.0454	.0885
DN	.1438	-.0184	-.0444	-.0726	.1581	-.0370	-.0861	-.1199	-.0929	.0136	.0856
DR	.1561	-.0548	-.0562	-.1950	-.0554	-.0892	-.1412	.0209	.0061	-.0122	.0883
DS	.1526	.0205	-.0110	-.1404	.0770	-.0315	-.0592	.0630	.0012	.0085	.0692
DT	.0585	-.0116	-.0254	-.1548	-.0278	-.0516	-.0811	.0592	-.0450	.0032	.0832
DU	.1363	.0312	.0530	-.0849	.0489	.0113	-.1065	-.0043	-.0419	-.0100	.0934

ตารางแสดงผลสัมประสิทธิ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	CI	CJ	CK	CL	CM	CN	CP	CT	DD	DG	DH
AA	-.0378	-.0502	-.1008	-.2030	-.0545	-.1345	-.1016	.3379	.3368	.2490	.1936
AB	.0832	.0222	-.0664	-.1555	-.1537	-.2025	-.0560	.3030	.3474	.2954	.3207
AC	-.0520	.0313	-.1773	-.1886	-.1872	-.1396	-.0562	.3361	.3217	.3086	.2622
AD	-.0072	.0397	-.0744	-.1607	-.2496	-.2590	.0161	.3051	.3239	.2720	.2161
AE	.0712	.0805	.0761	-.0341	-.1174	-.0537	.0668	.1931	.2557	.1986	.1188
AF	.0136	-.0806	-.0359	-.1928	-.1256	-.1215	.0326	.2097	.2044	.2262	.1216
AH	.0125	-.0201	-.0424	-.1649	-.0840	-.1455	-.0304	.2908	.3416	.3070	.2153
AI	-.0623	-.0165	-.0450	-.1034	-.0782	-.1416	-.0689	.3531	.4003	.2215	.2423
AM	-.0257	-.0416	-.1347	-.1544	-.1116	-.1644	-.0389	.3363	.3065	.2121	.2644
AQ	-.0108	-.0795	-.0867	-.1244	-.0767	-.0524	-.0425	.3354	.2485	.1676	.1995
AR	.0583	-.0655	-.0129	-.1328	-.0113	-.0761	-.0206	.2687	.3812	.2680	.3115
AS	-.1069	-.0471	-.1077	-.2013	-.0528	-.0738	-.1070	.3652	.4430	.2582	.3399
AX	.0722	-.0615	-.0999	-.1633	-.1332	-.1248	-.1065	.2858	.3265	.2500	.2895
AY	-.0938	-.0591	-.1028	-.1102	-.1158	-.0290	-.1455	.2831	.3361	.2950	.2478
AZ	.0362	-.0048	-.0455	-.1292	-.0471	-.0698	-.1988	.2331	.3366	.3167	.2790
BA	.0287	-.0718	-.1023	-.1393	-.1494	-.0650	-.0568	.2711	.3434	.2448	.1668
BB	-.1130	-.0070	-.1536	-.1521	-.1708	-.1196	-.1476	.3375	.4205	.2302	.3133
BC	.0219	-.0128	-.0525	-.1733	-.1758	-.0733	-.0724	.3015	.3330	.1719	.2298
BD	.1119	.0676	.2135	.0661	.0318	.0524	-.0988	-.0229	.0771	.1999	.0521
BE	-.0761	.0214	-.0818	-.1481	-.0391	-.0226	.0541	.2037	.3173	.2213	.1651
BG	-.0493	-.0126	-.2136	-.2938	-.1290	-.0636	-.0600	.3476	.3695	.2134	.2668
BH	-.0313	.0740	-.0526	-.1877	-.0239	.0033	-.1605	.3581	.3483	.2648	.2691
BI	-.0915	-.0629	-.1695	-.1937	-.1337	-.1961	.0937	.3559	.3213	.1639	.3553
BJ	-.0854	-.1046	-.1742	-.1405	-.1106	-.0668	-.0803	.4186	.3325	.1725	.3062
BK	.0818	-.0393	.0547	.0224	-.0568	-.0188	.0060	.0871	.1675	.2199	.0676
BL	-.0412	-.0547	-.1042	-.1223	-.1447	-.1046	-.0444	.2532	.2696	.1749	.2274
BM	-.0477	-.0151	-.1051	-.1990	.0365	.0017	.0045	.2471	.2682	.1842	.1583
BN	.0165	-.0496	-.0621	-.0980	.0297	-.0057	-.1090	.2270	.2342	.2202	.1034
BO	.0633	-.0478	-.0310	-.1674	-.2069	-.1974	.0542	.2685	.3013	.0552	.1593
BP	.0666	.0250	.0213	-.0437	-.1427	-.1664	.0112	.0673	.1265	.0827	.0885
BQ	-.0660	-.0983	-.0389	-.1426	-.0840	-.0748	.0007	.1718	.1217	.0610	.1173

ตารางแสดงผลสัมพัทธ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	CI	CJ	CK	CL	CM	CN	CP	CT	DD	DG	DH
BR	-.1008	.0602	-.0143	-.0416	.0431	.0284	-.0527	.0209	-.0010	.1066	.1033
BW	.4008	.1913	.0801	.1137	-.1151	-.0893	-.0899	.0778	-.0107	.0307	.0994
BX	.4131	.2218	.1394	.1170	-.0039	-.0299	-.1618	.0801	-.0263	.1612	.1393
BY\$.6152	.2180	.2493	.1557	.2109	.1122	-.1486	-.0067	.0203	.0364	.0486
BZ	.5159	.3690	.3575	.2369	-.1676	-.1317	-.0869	-.0295	.0196	.0690	.0131
CA	.4400	.4718	.3849	.3183	-.0451	.0035	-.0136	-.1720	-.0678	-.0154	-.0844
CB	.0980	.1743	.0851	.3275	-.0519	-.0780	-.1909	.0277	.0508	.0329	.1209
CC	.3647	-.0078	.3906	.2680	.4594	.2205	.0042	-.1472	-.1078	.0006	-.0034
CD	.1029	.1956	.1720	.2586	.4520	.6210	-.1098	-.1505	-.1477	.0594	-.0874
CE	.1378	.2492	.1729	.1919	.1918	.1344	-.2544	.0429	-.0325	.0243	-.0252
CF	-.0305	-.0874	.0202	-.0149	-.1027	-.0420	.6185	-.1083	.0602	-.0281	-.0733
CG	.5440	.3363	.2535	.1942	.0826	.2125	-.2178	.0073	-.0117	.0079	-.0055
CH	.4773	.2920	.2068	.1757	.0800	.1894	-.1101	.0138	-.0220	.0672	.0433
CI	1.0000	.3951	.4354	.3047	.0454	.0504	-.1183	-.0851	-.0155	-.0344	-.0502
CJ	.3951	1.0000	.3489	.2800	.0404	.0217	-.1546	-.0393	-.0149	.0315	.0000
CK	.4354	.3489	1.0000	.6104	.1023	.0912	-.0621	-.1705	-.0520	-.0477	-.1450
CL	.3047	.2800	.6104	1.0000	.1786	.1243	-.1353	-.2467	-.2737	-.0583	-.0930
CM	.0454	.0404	.1023	.1786	1.0000	.5661	-.2132	-.0959	-.1285	.0159	.0282
CN	.0504	.0217	.0912	.1243	.5661	1.0000	-.0999	-.0614	-.1133	.0592	-.0612
CP	-.1183	-.1546	-.0621	-.1353	-.2132	-.0999	1.0000	-.0890	.0340	-.0243	-.0791
CT	-.0851	-.0393	-.1705	-.2467	-.0959	-.0614	-.0890	1.0000	.5010	.2174	.2981
DD	-.0155	-.0149	-.0520	-.2737	-.1285	-.1133	.0340	.5010	1.0000	.3300	.4521
DG	-.0344	.0315	-.0477	-.0583	.0159	.0592	-.0243	.2174	.3300	1.0000	.4833
DH	-.0502	.0000	-.1450	-.0930	.0282	-.0612	-.0791	.2981	.4521	.4833	1.0000
DI	-.0608	-.0215	-.1409	-.1482	.0156	.0255	-.0144	.2649	.3325	.3611	.3900
DJ	-.1191	-.0580	-.1512	-.1821	.0219	-.0112	-.0856	.1982	.2762	.4579	.3847
H	.0207	-.0183	.0106	-.0704	-.1002	.0607	.0686	.0468	.1839	.1992	.0801
I	.1141	-.1114	.0070	-.0651	-.0219	.0673	.1010	.1008	.2326	.1978	.2200
J	-.0441	-.0697	.0241	-.1318	-.0294	-.0106	-.1223	.2733	.2743	.2216	.1206
K	-.1768	-.1699	-.0923	-.3353	-.1885	-.0235	.0780	.3968	.4368	.1403	.1829
L	-.0442	-.1945	-.0191	-.1144	-.0681	-.0513	.0357	.2917	.3161	.2118	.2848

ตารางแสดงผลสัมประสิทธิ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	CI	CJ	CK	CL	CM	CN	CP	CT	DD	DG	DH
N	.0873	-.0356	.0598	-.0909	-.1037	-.0244	-.0032	.2662	.3487	.2121	.1049
DK	-.0592	.0407	-.1628	-.1717	.0130	-.0488	-.1428	.3052	.3299	.4630	.4662
DL	-.0108	.0138	-.0544	-.1999	-.0689	-.0793	-.0058	.3844	.4887	.2953	.2655
DM	-.0009	-.0400	-.0646	-.1751	-.0614	-.0774	-.0374	.3908	.4636	.3160	.4554
DN	-.0404	-.0693	-.0956	-.0960	-.1289	-.1230	-.0559	.3780	.4557	.2843	.3233
DR	-.0965	-.0983	-.1699	-.2635	-.2230	-.1072	.0391	.3401	.4047	.3542	.3537
DS	-.0823	-.0154	-.0885	-.1597	-.1245	-.0213	-.0266	.2821	.4170	.4572	.4226
DT	-.0556	-.0467	-.0873	-.1160	-.0132	-.0260	-.1151	.3038	.3366	.4252	.4143
DU	.0253	-.0621	-.0968	-.1268	-.1486	-.1457	-.0576	.3525	.4379	.4428	.4315

ตารางแสดงผลสัมประสิทธิ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	DI	DJ	H	I	J	K	L	N	DK	DL	DM
AA	.2750	.2219	.1609	.3002	.2374	.3474	.3218	.3011	.2778	.2506	.2799
AB	.2887	.1952	.1304	.2706	.1829	.3079	.3447	.2634	.3701	.3012	.3583
AC	.2219	.2614	.1574	.3246	.1949	.3749	.3940	.3094	.3082	.3134	.2935
AD	.2366	.2093	.1073	.2870	.2139	.3078	.3242	.2573	.3101	.2314	.3036
AE	.2601	.1532	.3315	.3472	.2652	.3080	.2796	.2982	.2351	.1624	.2977
AF	.2093	.1759	.2565	.2675	.2427	.3257	.3610	.3006	.2543	.2470	.2283
AH	.2081	.2925	.2752	.3136	.2651	.3446	.3292	.3384	.3217	.3547	.3661
AI	.2319	.2241	.1332	.2319	.2511	.3493	.3234	.3034	.2927	.3414	.3069
AM	.3183	.2556	.1090	.1616	.2050	.2574	.2393	.2216	.2326	.2909	.3148
AQ	.1697	.1557	.1822	.2170	.2132	.3248	.2595	.3250	.2054	.4532	.3031
AR	.2717	.2282	.1097	.2494	.2541	.2688	.2759	.3070	.3218	.2857	.3179
AS	.3524	.2811	.1147	.1427	.2277	.3340	.2031	.2506	.3471	.4215	.4524
AX	.3576	.2782	.1579	.2315	.3033	.2602	.2525	.2228	.2648	.2944	.2991
AY	.2206	.2814	.1152	.1346	.2889	.3281	.3343	.2578	.3481	.2528	.3243
AZ	.3517	.2652	.1435	.2592	.3062	.2688	.2569	.2753	.3544	.3585	.3388
BA	.2144	.2939	.2392	.2782	.2556	.3156	.3086	.3225	.2229	.2875	.2663
BB	.3212	.3504	.1556	.2031	.2945	.3560	.3305	.2819	.2986	.3399	.3301
BC	.3194	.2477	.1253	.2500	.2468	.3887	.3519	.3032	.3714	.3740	.3408
BD	-.0161	.0641	.0733	.0337	.0671	-.0695	.0974	.0378	.0680	-.1226	.0234
BE	.2867	.1929	.1219	.1475	.1359	.2612	.2078	.2133	.2781	.2460	.2050
BG	.2725	.2362	.1697	.1071	.1999	.3155	.2428	.2599	.3132	.2779	.4074
BH	.2458	.2657	.0313	.1947	.2866	.2715	.2153	.1717	.3879	.3699	.2970
BI	.2354	.2451	.0242	.1594	.1182	.2578	.2879	.1134	.2723	.3264	.3550
BJ	.3495	.1914	.1218	.1574	.2103	.2450	.2904	.2155	.4148	.3001	.3930
BK	.2530	.0914	.1119	.1765	.0829	.0527	.0786	.1500	.1271	.1139	.2542
BL	.1668	.1908	.0970	.1783	.1855	.2032	.1951	.1403	.2301	.2576	.2021
BM	.2345	.2636	.2203	.2612	.2451	.3360	.2803	.3704	.2581	.3159	.1985
BN	.1444	.2522	.2391	.2430	.2623	.1752	.1946	.2726	.1857	.1173	.2307
BO	.2201	.1992	.1407	.2058	.1823	.2627	.2536	.3342	.0782	.3245	.3166
BP	-.0300	.0992	.0100	.0038	.0078	.0932	.1827	.0984	.0643	.1132	.1824
BQ	.0756	.1032	-.0746	.0238	.0338	.1531	.1750	.1299	.1098	.2108	.0957

ตารางแสดงผลสัมประสิทธิ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	DI	DJ	H	I	J	K	L	N	DK	DL	DM
BR	-.0288	.1136	.0146	-.0136	.0880	.0088	.0571	.0510	.1043	-.0595	-.1020
BW	.0815	.0277	.0101	.1555	-.0334	-.0468	.0796	.0520	.0568	.0303	.1115
BX	.1260	.0245	.0259	.1350	-.0444	-.0413	.0727	.0893	.0498	.0474	.1319
BY\$.0434	-.0486	.0119	.1260	.0224	-.0711	-.0077	.1300	.0389	.0433	-.0288
BZ	-.0172	-.0417	.0029	.0277	-.0049	-.0269	-.1039	.0956	-.0307	.1275	.0142
CA	-.0784	-.0877	-.0001	-.0752	-.0369	-.0787	-.1837	.0117	-.0926	.0159	-.1016
CB	.0133	.0812	-.1639	-.1391	-.1323	-.0815	.0040	-.0848	-.0564	.0599	.0316
CC	-.0305	-.0591	-.0233	.1224	-.1459	-.1877	.0127	.0168	-.1503	-.0909	.0360
CD	.0127	.0152	.0603	.0357	-.0290	-.1196	-.1396	-.1008	-.0669	-.1194	-.1372
CE	.0273	-.1179	.0034	-.0019	.1083	-.0939	-.0975	-.0266	.0381	-.0090	-.0769
CF	-.0180	-.0281	.0061	.0276	-.0679	.0564	.0515	.0008	-.0528	.0209	-.0457
CG	.0068	-.0714	.0259	.1011	.0391	-.0058	-.0154	.0961	.0050	-.0226	.0454
CH	.0801	.0078	.1215	.1702	-.0282	-.0545	.0481	.0951	-.0289	-.0660	.0885
CI	-.0608	-.1191	.0207	.1141	-.0441	-.1768	-.0442	.0873	-.0592	-.0108	-.0009
CJ	-.0215	-.0580	-.0183	-.1114	-.0697	-.1699	-.1945	-.0356	.0407	.0138	-.0400
CK	-.1409	-.1512	.0106	.0070	.0241	-.0923	-.0191	.0598	-.1628	-.0544	-.0646
CL	-.1482	-.1821	-.0704	-.0651	-.1318	-.3353	-.1144	-.0909	-.1717	-.1999	-.1751
CM	.0156	.0219	-.1002	-.0219	-.0294	-.1885	-.0681	-.1037	.0130	-.0689	-.0614
CN	.0255	-.0112	.0607	.0673	-.0106	-.0235	-.0513	-.0244	-.0488	-.0793	-.0774
CP	-.0144	-.0856	.0686	.1010	-.1223	.0780	.0357	-.0032	-.1428	-.0058	-.0374
CT	.2649	.1982	.0468	.1008	.2733	.3968	.2917	.2662	.3052	.3844	.3908
DD	.3325	.2762	.1839	.2326	.2743	.4368	.3161	.3487	.3299	.4887	.4636
DG	.3611	.4579	.1992	.1978	.2216	.1403	.2118	.2121	.4630	.2953	.3160
DH	.3900	.3847	.0801	.2200	.1206	.1829	.2848	.1049	.4662	.2655	.4554
DI	1.0000	.4468	.2032	.1978	.1821	.1854	.1470	.1685	.4363	.2859	.4057
DJ	.4468	1.0000	.2047	.1781	.1917	.1517	.1704	.1403	.4424	.2942	.3506
H	.2032	.2047	1.0000	.5358	.4521	.3333	.3196	.3146	.1378	.1300	.1634
I	.1978	.1781	.5358	1.0000	.4351	.3900	.5481	.4798	.1318	.2163	.1862
J	.1821	.1917	.4521	.4351	1.0000	.4175	.3805	.3801	.1695	.1743	.1060
K	.1854	.1517	.3333	.3900	.4175	1.0000	.5613	.5238	.2294	.4124	.3234
L	.1470	.1704	.3196	.5481	.3805	.5613	1.0000	.4977	.2542	.3380	.3210

ตารางแสดงผลสัมพัทธ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	DI	DJ	H	I	J	K	L	N	DK	DL	DM
N	.1685	.1403	.3146	.4798	.3801	.5238	.4977	1.0000	.1609	.3510	.2449
DK	.4363	.4424	.1378	.1318	.1695	.2294	.2542	.1609	1.0000	.3817	.4829
DL	.2859	.2942	.1300	.2163	.1743	.4124	.3380	.3510	.3817	1.0000	.4976
DM	.4057	.3506	.1634	.1862	.1060	.3234	.3210	.2449	.4829	.4976	1.0000
DN	.2860	.3409	.0445	.1209	.1129	.2476	.2595	.1676	.3266	.4917	.5257
DR	.3958	.3144	.2206	.2287	.2936	.2571	.2317	.2648	.3575	.3334	.4327
DS	.4367	.3688	.1559	.1860	.1998	.1825	.2574	.1851	.4970	.2652	.4897
DT	.4061	.3734	.1906	.1923	.2226	.2197	.2747	.2115	.5392	.2941	.4629
DU	.5165	.4071	.1661	.2657	.1665	.2045	.3116	.2253	.4684	.4206	.4775

ตารางแสดงผลสัมประสิทธิ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	DN	DR	DS	DT	DU
AA	.3596	.3813	.3071	.3095	.4051
AB	.3401	.3381	.3138	.3880	.4661
AC	.3446	.3261	.2964	.2286	.3549
AD	.3400	.4059	.3212	.3492	.3492
AE	.2766	.3344	.2836	.2449	.2662
AF	.2311	.2871	.2307	.1992	.2772
AH	.3669	.3211	.2637	.2670	.3531
AI	.4225	.2761	.2146	.2241	.3397
AM	.3417	.3315	.2939	.3150	.3105
AQ	.3058	.2940	.2092	.1781	.3016
AR	.2310	.3633	.3443	.3448	.3931
AS	.3907	.2962	.3782	.3242	.4487
AX	.2456	.3563	.2906	.3025	.4768
AY	.2645	.2771	.3207	.3296	.3204
AZ	.3201	.2680	.3125	.3399	.4016
BA	.2511	.3014	.3305	.2426	.3488
BB	.3780	.3877	.3353	.3525	.3563
BC	.3677	.3655	.3969	.4096	.4197
BD	-.0747	-.0596	.0367	.0444	.0152
BE	.2104	.2659	.2758	.3049	.3190
BG	.3934	.3554	.3223	.3410	.3419
BH	.2780	.3255	.3260	.3595	.3662
BI	.3132	.3248	.3080	.2491	.3532
BJ	.3244	.4388	.4569	.3344	.3733
BK	.1537	.2276	.2383	.1417	.1706
BL	.2350	.3203	.2771	.2184	.2813
BM	.2209	.2565	.1891	.2840	.2839
BN	.1802	.1302	.1037	.1801	.2384
BO	.2519	.2592	.1060	.1673	.3184
BP	.1559	.1152	.1551	.0965	.1798
BQ	.1484	.1786	.1486	.1528	.2333

ตารางแสดงผลสัมประสิทธิ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	DN	DR	DS	DT	DU
BR	-.1150	.0184	.0950	.1122	.0151
BW	.1286	.1726	.1800	.0967	.1241
BX	.1438	.1561	.1526	.0585	.1363
BY\$	-.0184	-.0548	.0205	-.0116	.0312
BZ	-.0444	-.0562	-.0110	-.0254	.0530
CA	-.0726	-.1950	-.1404	-.1548	-.0849
CB	.1581	-.0554	.0770	-.0278	.0489
CC	-.0370	-.0892	-.0315	-.0516	.0113
CD	-.0861	-.1412	-.0592	-.0811	-.1065
CE	-.1199	.0209	.0630	.0592	-.0043
CF	-.0929	.0061	.0012	-.0450	-.0419
CG	.0136	-.0122	.0085	.0032	-.0100
CH	.0856	.0883	.0692	.0832	.0934
CI	-.0404	-.0965	-.0823	-.0556	.0253
CJ	-.0693	-.0983	-.0154	-.0467	-.0621
CK	-.0956	-.1699	-.0885	-.0873	-.0968
CL	-.0960	-.2635	-.1597	-.1160	-.1268
CM	-.1289	-.2230	-.1245	-.0132	-.1486
CN	-.1230	-.1072	-.0213	-.0260	-.1457
CP	-.0559	.0391	-.0266	-.1151	-.0576
CT	.3780	.3401	.2821	.3038	.3525
DD	.4557	.4047	.4170	.3366	.4379
DG	.2843	.3542	.4572	.4252	.4428
DH	.3233	.3537	.4226	.4143	.4315
DI	.2860	.3958	.4367	.4061	.5165
DJ	.3409	.3144	.3688	.3734	.4071
H	.0445	.2206	.1559	.1906	.1661
I	.1209	.2287	.1860	.1923	.2657
J	.1129	.2936	.1998	.2226	.1665
K	.2476	.2571	.1825	.2197	.2045
L	.2595	.2317	.2574	.2747	.3116

ตารางแสดงผลสัมประสิทธิ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	DN	DR	DS	DT	DU
N	.1676	.2648	.1851	.2115	.2253
DK	.3266	.3575	.4970	.5392	.4684
DL	.4917	.3334	.2652	.2941	.4206
DM	.5257	.4327	.4897	.4629	.4775
DN	1.0000	.4448	.3989	.4121	.5131
DR	.4448	1.0000	.6696	.5212	.4561
DS	.3989	.6696	1.0000	.5816	.5700
DT	.4121	.5212	.5816	1.0000	.5258
DU	.5131	.4561	.5700	.5258	1.0000

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)
1.) สภาพจิตใจ ความรู้ความสามารถ และผลสัมฤทธิ์			
H	AA	เพิ่มขึ้น	.1609
	AB	เพิ่มขึ้น	.1304
	AC	เพิ่มขึ้น	.1574
	AD	เพิ่มขึ้น	.1073
	AE	เพิ่มขึ้น	.3315
	AF	เพิ่มขึ้น	.2565
	AH	เพิ่มขึ้น	.2752
	AI	เพิ่มขึ้น	.1332
	AM	เพิ่มขึ้น	.1090
	AQ	เพิ่มขึ้น	.1822
	AR	เพิ่มขึ้น	.1097
	AS	เพิ่มขึ้น	.1147
	AX	เพิ่มขึ้น	.1579
	AY	เพิ่มขึ้น	.1152
	AZ	เพิ่มขึ้น	.1435
	BA	เพิ่มขึ้น	.2392
	BB	เพิ่มขึ้น	.1556
	BC	เพิ่มขึ้น	.1253
	BD	เพิ่มขึ้น	.0733
	BE	เพิ่มขึ้น	.1219
	BG	เพิ่มขึ้น	.1697
	BJ	เพิ่มขึ้น	.1218
	BK	เพิ่มขึ้น	.1119
	BL	เพิ่มขึ้น	.0970
	BM	เพิ่มขึ้น	.2203
	BN	เพิ่มขึ้น	.2391
	BO	เพิ่มขึ้น	.1407

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)
H	CB	ลดลง	-.1639
	CH	เพิ่มขึ้น	.1215
	DD	เพิ่มขึ้น	.1839
	DG	เพิ่มขึ้น	.1992
	DI	เพิ่มขึ้น	.2032
	DJ	เพิ่มขึ้น	.2047
2.) สภาพจิตใจ ความรู้ความสามารถ และผลสัมฤทธิ์			
I	AA	เพิ่มขึ้น	.3002
	AB	เพิ่มขึ้น	.2706
	AC	เพิ่มขึ้น	.3246
	AD	เพิ่มขึ้น	.2870
	AE	เพิ่มขึ้น	.3472
	AF	เพิ่มขึ้น	.2675
	AH	เพิ่มขึ้น	.3136
	AI	เพิ่มขึ้น	.2319
	AM	เพิ่มขึ้น	.1616
	AQ	เพิ่มขึ้น	.2170
	AR	เพิ่มขึ้น	.2494
	AS	เพิ่มขึ้น	.1427
	AX	เพิ่มขึ้น	.2315
	AY	เพิ่มขึ้น	.1346
	AZ	เพิ่มขึ้น	.2592
	BA	เพิ่มขึ้น	.2782
	BB	เพิ่มขึ้น	.2031
	BC	เพิ่มขึ้น	.2500
BE	เพิ่มขึ้น	.1475	
BG	เพิ่มขึ้น	.1071	
BH	เพิ่มขึ้น	.1947	

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)
I	BI	เพิ่มขึ้น	.1594
	BJ	เพิ่มขึ้น	.1574
	BK	เพิ่มขึ้น	.1765
	BL	เพิ่มขึ้น	.1783
	BM	เพิ่มขึ้น	.2612
	BN	เพิ่มขึ้น	.2430
	BO	เพิ่มขึ้น	.2058
	BW	เพิ่มขึ้น	.1555
	BX	เพิ่มขึ้น	.1350
	BYS	เพิ่มขึ้น	.1260
	CB	ลดลง	-.1391
	CC	เพิ่มขึ้น	.1224
	CH	เพิ่มขึ้น	.1702
	CI	เพิ่มขึ้น	.1141
	CJ	ลดลง	-.1114
	DD	เพิ่มขึ้น	.2326
	DG	เพิ่มขึ้น	.1978
	DH	เพิ่มขึ้น	.2200
	DI	เพิ่มขึ้น	.1978
	DJ	เพิ่มขึ้น	.1781
H	เพิ่มขึ้น	.5358	
3.) สภาพจิตใจ ความรู้ความสามารถ และผลิตภัณฑ์			
J	AA	เพิ่มขึ้น	.2374
	AB	เพิ่มขึ้น	.1829
	AC	เพิ่มขึ้น	.1949
	AD	เพิ่มขึ้น	.2139
	AE	เพิ่มขึ้น	.2652
	AF	เพิ่มขึ้น	.2427

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)
J	AH	เพิ่มขึ้น	.2651
	AI	เพิ่มขึ้น	.2511
	AM	เพิ่มขึ้น	.2050
	AQ	เพิ่มขึ้น	.2132
	AR	เพิ่มขึ้น	.2541
	AS	เพิ่มขึ้น	.2277
	AX	เพิ่มขึ้น	.3033
	AY	เพิ่มขึ้น	.2889
	AZ	เพิ่มขึ้น	.3062
	BA	เพิ่มขึ้น	.2556
	BB	เพิ่มขึ้น	.2945
	BC	เพิ่มขึ้น	.2468
	BE	เพิ่มขึ้น	.1359
	BG	เพิ่มขึ้น	.1999
	BH	เพิ่มขึ้น	.2866
	BI	เพิ่มขึ้น	.1182
	BJ	เพิ่มขึ้น	.2103
	BL	เพิ่มขึ้น	.1855
	BM	เพิ่มขึ้น	.2451
	BN	เพิ่มขึ้น	.2623
	BO	เพิ่มขึ้น	.1823
	CB	ลดลง	-.1323
	CC	ลดลง	-.1459
	CE	เพิ่มขึ้น	.1083
	CL	ลดลง	-.1318
	CP	ลดลง	-.1223
	CT	เพิ่มขึ้น	.2733
	DD	เพิ่มขึ้น	.2743
	DG	เพิ่มขึ้น	.2216

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)
J	DH	เพิ่มขึ้น	.1206
	DI	เพิ่มขึ้น	.1821
	DJ	เพิ่มขึ้น	.1917
	H	เพิ่มขึ้น	.4521
	I	เพิ่มขึ้น	.4351
4.) สภาพจิตใจ ความรู้ความสามารถ และผลิตภัณฑ์			
K	AA	เพิ่มขึ้น	.3474
	AB	เพิ่มขึ้น	.3079
	AC	เพิ่มขึ้น	.3749
	AD	เพิ่มขึ้น	.3078
	AE	เพิ่มขึ้น	.3080
	AF	เพิ่มขึ้น	.3257
	AH	เพิ่มขึ้น	.3446
	AI	เพิ่มขึ้น	.3493
	AM	เพิ่มขึ้น	.2574
	AQ	เพิ่มขึ้น	.3248
	AR	เพิ่มขึ้น	.2688
	AS	เพิ่มขึ้น	.3340
	AX	เพิ่มขึ้น	.2602
	AY	เพิ่มขึ้น	.3281
	AZ	เพิ่มขึ้น	.2688
	BA	เพิ่มขึ้น	.3156
	BB	เพิ่มขึ้น	.3560
	BC	เพิ่มขึ้น	.3887
	BE	เพิ่มขึ้น	.2612
	BG	เพิ่มขึ้น	.3155
BH	เพิ่มขึ้น	.2715	
BI	เพิ่มขึ้น	.2578	

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)
K	BJ	เพิ่มขึ้น	.2450
	BL	เพิ่มขึ้น	.2032
	BM	เพิ่มขึ้น	.3360
	BN	เพิ่มขึ้น	.1752
	BO	เพิ่มขึ้น	.2627
	BQ	เพิ่มขึ้น	.1531
	CC	ลดลง	-.1877
	CD	ลดลง	-.1196
	CI	ลดลง	-.1768
	CJ	ลดลง	-.1699
	CL	ลดลง	-.3353
	CM	ลดลง	-.1885
	CT	ลดลง	.3968
	DD	เพิ่มขึ้น	.4368
	DG	เพิ่มขึ้น	.1403
	DH	เพิ่มขึ้น	.1829
	DI	เพิ่มขึ้น	.1854
	DJ	เพิ่มขึ้น	.1517
H	เพิ่มขึ้น	.3333	
I	เพิ่มขึ้น	.3900	
J	เพิ่มขึ้น	.4175	
5.) สภาพจิตใจ ความรู้ความสามารถ และผลิตภัณ์จ์			
L	AA	เพิ่มขึ้น	.3218
	AB	เพิ่มขึ้น	.3447
	AC	เพิ่มขึ้น	.3940
	AD	เพิ่มขึ้น	.3242
	AE	เพิ่มขึ้น	.2796
	AF	เพิ่มขึ้น	.3610

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)
L	AH	เพิ่มขึ้น	.3292
	AI	เพิ่มขึ้น	.3234
	AM	เพิ่มขึ้น	.2393
	AQ	เพิ่มขึ้น	.2595
	AR	เพิ่มขึ้น	.2759
	AS	เพิ่มขึ้น	.2031
	AX	เพิ่มขึ้น	.2525
	AY	เพิ่มขึ้น	.3343
	AZ	เพิ่มขึ้น	.2569
	BA	เพิ่มขึ้น	.3086
	BB	เพิ่มขึ้น	.3305
	BC	เพิ่มขึ้น	.3519
	BE	เพิ่มขึ้น	.2078
	BG	เพิ่มขึ้น	.2428
	BH	เพิ่มขึ้น	.2153
	BI	เพิ่มขึ้น	.2879
	BJ	เพิ่มขึ้น	.2904
	BL	เพิ่มขึ้น	.1951
	BM	เพิ่มขึ้น	.2803
	BN	เพิ่มขึ้น	.1946
	BO	เพิ่มขึ้น	.2536
	BP	เพิ่มขึ้น	.1827
	BQ	เพิ่มขึ้น	.1750
	BZ	ลดลง	-.1039
	CA	ลดลง	-.1837
	CD	ลดลง	-.1396
	CJ	ลดลง	-.1945
CL	ลดลง	-.1144	
CT	เพิ่มขึ้น	.2917	

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)
L	DD	เพิ่มขึ้น	.3161
	DG	เพิ่มขึ้น	.2118
	DH	เพิ่มขึ้น	.2848
	DI	เพิ่มขึ้น	.1470
	DJ	เพิ่มขึ้น	.1704
	H	เพิ่มขึ้น	.3196
	I	เพิ่มขึ้น	.5481
	J	เพิ่มขึ้น	.3805
	K	เพิ่มขึ้น	.5613
6.) สภาพจิตใจ ความรู้ความสามารถ และผลึกทัศน์			
N	AA	เพิ่มขึ้น	.3011
	AB	เพิ่มขึ้น	.2634
	AC	เพิ่มขึ้น	.3094
	AD	เพิ่มขึ้น	.2573
	AE	เพิ่มขึ้น	.2982
	AF	เพิ่มขึ้น	.3006
	AH	เพิ่มขึ้น	.3384
	AI	เพิ่มขึ้น	.3034
	AM	เพิ่มขึ้น	.2216
	AQ	เพิ่มขึ้น	.3250
	AR	เพิ่มขึ้น	.3070
	AS	เพิ่มขึ้น	.2506
	AX	เพิ่มขึ้น	.2228
	AY	เพิ่มขึ้น	.2578
	AZ	เพิ่มขึ้น	.2753
	BA	เพิ่มขึ้น	.3225
	BB	เพิ่มขึ้น	.2819
BC	เพิ่มขึ้น	.3032	

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)
N	BE	เพิ่มขึ้น	.2133
	BG	เพิ่มขึ้น	.2599
	BH	เพิ่มขึ้น	.1717
	BI	เพิ่มขึ้น	.1134
	BJ	เพิ่มขึ้น	.2155
	BK	เพิ่มขึ้น	.1500
	BL	เพิ่มขึ้น	.1403
	BM	เพิ่มขึ้น	.3704
	BN	เพิ่มขึ้น	.2726
	BO	เพิ่มขึ้น	.3342
	BQ	เพิ่มขึ้น	.1299
	BYS	เพิ่มขึ้น	.1300
	CM	ลดลง	-.1037
	CT	เพิ่มขึ้น	.2662
	DD	เพิ่มขึ้น	.3487
	DG	เพิ่มขึ้น	.2121
	DH	เพิ่มขึ้น	.1049
	DI	เพิ่มขึ้น	.1685
	DJ	เพิ่มขึ้น	.1403
H	เพิ่มขึ้น	.3146	
I	เพิ่มขึ้น	.4798	
J	เพิ่มขึ้น	.3801	
K	เพิ่มขึ้น	.5238	
L	เพิ่มขึ้น	.4977	
7.) ขอบเขตการดูแล	-	-	-
8.) การไม่คำนึงถึงพนักงานขายในระดับล่าง	-	-	-

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)
9.) ระดับการใช้ที่ไม่บ่อยครั้ง			
AA	-	-	-
AB	AA	เพิ่มขึ้น	.6263
AC	AA	เพิ่มขึ้น	.7076
	AB	เพิ่มขึ้น	.6644
10.) การใช้สิ่งที่ป้อนเข้าไปในระบบ			
AD	AA	เพิ่มขึ้น	.6097
	AB	เพิ่มขึ้น	.6423
	AC	เพิ่มขึ้น	.6088
AE	AA	เพิ่มขึ้น	.3775
	AB	เพิ่มขึ้น	.4051
	AC	เพิ่มขึ้น	.4053
	AD	เพิ่มขึ้น	.4961
AF	AA	เพิ่มขึ้น	.3877
	AB	เพิ่มขึ้น	.5117
	AC	เพิ่มขึ้น	.5087
	AD	เพิ่มขึ้น	.5098
	AE	เพิ่มขึ้น	.5102
11.) การใช้สิ่งที่ป้อนเข้าไปในระบบ			
AH	AA	เพิ่มขึ้น	.5305
	AB	เพิ่มขึ้น	.4360
	AC	เพิ่มขึ้น	.5227
	AD	เพิ่มขึ้น	.4810
	AE	เพิ่มขึ้น	.4035
	AF	เพิ่มขึ้น	.5536
12.) เงินเดือน	-	-	-
13.) ความสามารถ ความเชี่ยวชาญในการขาย			
AI	AA	เพิ่มขึ้น	.5861

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)
AI AM	AB	เพิ่มขึ้น	.5053
	AC	เพิ่มขึ้น	.5994
	AD	เพิ่มขึ้น	.6220
	AE	เพิ่มขึ้น	.3291
	AF	เพิ่มขึ้น	.4401
	AH	เพิ่มขึ้น	.6618
	AA	เพิ่มขึ้น	.3561
	AB	เพิ่มขึ้น	.3621
	AC	เพิ่มขึ้น	.3390
	AD	เพิ่มขึ้น	.3508
	AE	เพิ่มขึ้น	.1134
	AF	เพิ่มขึ้น	.2992
	AH	เพิ่มขึ้น	.4325
	AI	เพิ่มขึ้น	.3980
14.) ขยายเอาจริงเอาจังและการผูกพัน กัยองค์กร			
AR	AA	เพิ่มขึ้น	.3407
	AB	เพิ่มขึ้น	.3430
	AC	เพิ่มขึ้น	.3455
	AD	เพิ่มขึ้น	.4228
	AE	เพิ่มขึ้น	.2051
	AF	เพิ่มขึ้น	.3345
	AH	เพิ่มขึ้น	.3776
	AI	เพิ่มขึ้น	.3484
	AM	เพิ่มขึ้น	.3753
	AQ	เพิ่มขึ้น	.4877
AS	AA	เพิ่มขึ้น	.4287
	AB	เพิ่มขึ้น	.3547
	AC	เพิ่มขึ้น	.3563

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)
AS	AD	เพิ่มขึ้น	.4066
	AE	เพิ่มขึ้น	.2343
	AF	เพิ่มขึ้น	.2874
	AH	เพิ่มขึ้น	.4857
	AI	เพิ่มขึ้น	.5129
	AM	เพิ่มขึ้น	.3717
	AQ	เพิ่มขึ้น	.4628
	AR	เพิ่มขึ้น	.4463
15.) ผลของระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม			
1.) การยอมรับในอำนาจหน้าที่/การขึ้นนำ			
AY	AA	เพิ่มขึ้น	.2385
	AB	เพิ่มขึ้น	.2515
	AC	เพิ่มขึ้น	.2766
	AD	เพิ่มขึ้น	.2970
	AE	เพิ่มขึ้น	.2011
	AF	เพิ่มขึ้น	.2155
	AH	เพิ่มขึ้น	.2784
	AI	เพิ่มขึ้น	.3130
	AM	เพิ่มขึ้น	.2480
	AQ	เพิ่มขึ้น	.2943
	AR	เพิ่มขึ้น	.3861
	AS	เพิ่มขึ้น	.3260
	AX	เพิ่มขึ้น	.4935
	AZ	AA	เพิ่มขึ้น
AB		เพิ่มขึ้น	.3006
AC		เพิ่มขึ้น	.2865
AD		เพิ่มขึ้น	.3006

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)	
AZ	AE	เพิ่มขึ้น	.1063	
	AF	เพิ่มขึ้น	.3143	
	AH	เพิ่มขึ้น	.3657	
	AI	เพิ่มขึ้น	.3371	
	AM	เพิ่มขึ้น	.4301	
	AQ	เพิ่มขึ้น	.3803	
	AR	เพิ่มขึ้น	.4193	
	AS	เพิ่มขึ้น	.4218	
2.) การยอมรับในความร่วมมือ/ ทีมงาน				
BA	AA	เพิ่มขึ้น	.2833	
	AB	เพิ่มขึ้น	.1880	
	AC	เพิ่มขึ้น	.3174	
	AD	เพิ่มขึ้น	.2469	
	AE	เพิ่มขึ้น	.1467	
	AF	เพิ่มขึ้น	.3155	
	AH	เพิ่มขึ้น	.4587	
	AI	เพิ่มขึ้น	.2563	
	AM	เพิ่มขึ้น	.3805	
	AQ	เพิ่มขึ้น	.5100	
	AR	เพิ่มขึ้น	.4437	
	AS	เพิ่มขึ้น	.3949	
	AX	เพิ่มขึ้น	.4481	
	AY	เพิ่มขึ้น	.3878	
	BB	AA	เพิ่มขึ้น	.3809
		AB	เพิ่มขึ้น	.2674
AC		เพิ่มขึ้น	.4060	
AD		เพิ่มขึ้น	.3773	
AE		เพิ่มขึ้น	.1018	

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)
BB	AF	เพิ่มขึ้น	.2473
	AH	เพิ่มขึ้น	.3806
	AI	เพิ่มขึ้น	.4410
	AM	เพิ่มขึ้น	.4611
	AQ	เพิ่มขึ้น	.4175
	AR	เพิ่มขึ้น	.4459
	AS	เพิ่มขึ้น	.4084
	AX	เพิ่มขึ้น	.4801
	AY	เพิ่มขึ้น	.5064
	AZ	เพิ่มขึ้น	.5568
BC	BA	เพิ่มขึ้น	.5294
	AA	เพิ่มขึ้น	.4218
	AB	เพิ่มขึ้น	.3551
	AC	เพิ่มขึ้น	.4286
	AD	เพิ่มขึ้น	.4081
	AE	เพิ่มขึ้น	.1667
	AF	เพิ่มขึ้น	.2518
	AH	เพิ่มขึ้น	.3537
	AI	เพิ่มขึ้น	.3940
	AM	เพิ่มขึ้น	.4509
	AQ	เพิ่มขึ้น	.4576
	AR	เพิ่มขึ้น	.4518
	AS	เพิ่มขึ้น	.4836
	AX	เพิ่มขึ้น	.5188
	AY	เพิ่มขึ้น	.4239
	AZ	เพิ่มขึ้น	.5437
	BA	เพิ่มขึ้น	.5271
	BB	เพิ่มขึ้น	.5947

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)	
BD	AB	เพิ่มขึ้น	.1484	
	AD	เพิ่มขึ้น	.0919	
	AM	ลดลง	-.1230	
	AQ	ลดลง	-.1500	
	AR	เพิ่มขึ้น	.1261	
	BE	AA	เพิ่มขึ้น	.3547
		AB	เพิ่มขึ้น	.2675
		AC	เพิ่มขึ้น	.2747
		AD	เพิ่มขึ้น	.2960
		AE	เพิ่มขึ้น	.2156
		AF	เพิ่มขึ้น	.3604
		AH	เพิ่มขึ้น	.3116
		AI	เพิ่มขึ้น	.3347
		AM	เพิ่มขึ้น	.2700
		AQ	เพิ่มขึ้น	.2811
		AR	เพิ่มขึ้น	.3140
		AS	เพิ่มขึ้น	.3113
		AX	เพิ่มขึ้น	.3683
		AY	เพิ่มขึ้น	.2645
	AZ	เพิ่มขึ้น	.4075	
BA	เพิ่มขึ้น	.3518		
BB	เพิ่มขึ้น	.4626		
BC	เพิ่มขึ้น	.3947		
BD	ลดลง	-.0087		
3.) การยอมรับในการประเมินผลการดำเนินงาน				
BG	AA	เพิ่มขึ้น	.4326	
	AB	เพิ่มขึ้น	.3535	
	AC	เพิ่มขึ้น	.3730	

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)	
BG	AD	เพิ่มขึ้น	.3683	
	AE	เพิ่มขึ้น	.2931	
	AF	เพิ่มขึ้น	.3548	
	AH	เพิ่มขึ้น	.3853	
	AI	เพิ่มขึ้น	.4083	
	AM	เพิ่มขึ้น	.3947	
	AQ	เพิ่มขึ้น	.3406	
	AR	เพิ่มขึ้น	.3044	
	AS	เพิ่มขึ้น	.4511	
	AX	เพิ่มขึ้น	.4101	
	AY	เพิ่มขึ้น	.2895	
	AZ	เพิ่มขึ้น	.3530	
	BA	เพิ่มขึ้น	.3638	
	BB	เพิ่มขึ้น	.4329	
	BC	เพิ่มขึ้น	.4252	
	BD	เพิ่มขึ้น	-.0700	
	BE	เพิ่มขึ้น	.4473	
	BH	AA	เพิ่มขึ้น	.4484
		AB	เพิ่มขึ้น	.3473
		AC	เพิ่มขึ้น	.4065
AD		เพิ่มขึ้น	.4316	
AE		เพิ่มขึ้น	.1846	
AF		เพิ่มขึ้น	.2325	
AH		เพิ่มขึ้น	.2986	
AI		เพิ่มขึ้น	.3738	
AM		เพิ่มขึ้น	.3725	
AQ		เพิ่มขึ้น	.3602	
AR	เพิ่มขึ้น	.4252		
AS	เพิ่มขึ้น	.4586		

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)
BH	AX	เพิ่มขึ้น	.5012
	AY	เพิ่มขึ้น	.4014
	AZ	เพิ่มขึ้น	.4492
	BA	เพิ่มขึ้น	.3591
	BB	เพิ่มขึ้น	.5010
	BC	เพิ่มขึ้น	.5037
	BD	เพิ่มขึ้น	-.0455
	BE	เพิ่มขึ้น	.4056
	BG	เพิ่มขึ้น	.4895
	BI	AA	เพิ่มขึ้น
AB		เพิ่มขึ้น	.2847
AC		เพิ่มขึ้น	.3181
AD		เพิ่มขึ้น	.3691
AE		เพิ่มขึ้น	.1423
AF		เพิ่มขึ้น	.1949
AH		เพิ่มขึ้น	.3805
AI		เพิ่มขึ้น	.3601
AM		เพิ่มขึ้น	.4210
AQ		เพิ่มขึ้น	.4696
AR		เพิ่มขึ้น	.4216
AS		เพิ่มขึ้น	.4881
AX		เพิ่มขึ้น	.4593
AY		เพิ่มขึ้น	.2645
AZ		เพิ่มขึ้น	.3546
BA		เพิ่มขึ้น	.4524
BB		เพิ่มขึ้น	.4479
BC		เพิ่มขึ้น	.4855
BD	ลดลง	-.1218	

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)
BI	BE	ลดลง	.3670
	BG	ลดลง	.4464
	BH	ลดลง	.5422
4.) การจูงใจที่ได้มาจากภายใน BJ	AA	เพิ่มขึ้น	.3215
	AB	เพิ่มขึ้น	.2731
	AC	เพิ่มขึ้น	.4015
	AD	เพิ่มขึ้น	.3360
	AE	เพิ่มขึ้น	.1915
	AF	เพิ่มขึ้น	.2892
	AH	เพิ่มขึ้น	.3795
	AI	เพิ่มขึ้น	.4023
	AM	เพิ่มขึ้น	.4300
	AQ	เพิ่มขึ้น	.3976
	AR	เพิ่มขึ้น	.4780
	AS	เพิ่มขึ้น	.4360
	AX	เพิ่มขึ้น	.4231
	AY	เพิ่มขึ้น	.3540
	AZ	เพิ่มขึ้น	.4424
	BA	เพิ่มขึ้น	.3473
	BB	เพิ่มขึ้น	.5275
	BC	เพิ่มขึ้น	.5085
	BD	เพิ่มขึ้น	-.0843
	BE	เพิ่มขึ้น	.2762
	BG	เพิ่มขึ้น	.4057
	BH	เพิ่มขึ้น	.3830
	BI	เพิ่มขึ้น	.4973

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)
BR	AA	เพิ่มขึ้น	.1165
	AC	เพิ่มขึ้น	.1328
	AD	เพิ่มขึ้น	.1078
	AF	เพิ่มขึ้น	.1165
	AX	เพิ่มขึ้น	.1280
	AY	เพิ่มขึ้น	.1069
	BA	เพิ่มขึ้น	.1050
	BB	เพิ่มขึ้น	.1053
	BC	เพิ่มขึ้น	.1067
	BD	เพิ่มขึ้น	.1505
	BH	เพิ่มขึ้น	.2128
	BJ	เพิ่มขึ้น	.1050
	BL	เพิ่มขึ้น	.1801
	BM	เพิ่มขึ้น	.2004
	BN	เพิ่มขึ้น	.1766
	BO	เพิ่มขึ้น	.1264
	BP	เพิ่มขึ้น	.3840
BQ	เพิ่มขึ้น	.5159	
BQ	AA	เพิ่มขึ้น	.2627
	AB	เพิ่มขึ้น	.1644
	AC	เพิ่มขึ้น	.2058
	AD	เพิ่มขึ้น	.2362
	AF	เพิ่มขึ้น	.2048
	AH	เพิ่มขึ้น	.1918
	AI	เพิ่มขึ้น	.2257
	AM	เพิ่มขึ้น	.2529
	AQ	เพิ่มขึ้น	.2373
	AR	เพิ่มขึ้น	.1913
AS	เพิ่มขึ้น	.1840	

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)
BQ	AX	เพิ่มขึ้น	.3037
	AZ	เพิ่มขึ้น	.2009
	BA	เพิ่มขึ้น	.2223
	BB	เพิ่มขึ้น	.1885
	BC	เพิ่มขึ้น	.2683
	BE	เพิ่มขึ้น	.1807
	BG	เพิ่มขึ้น	.3016
	BH	เพิ่มขึ้น	.3070
	BI	เพิ่มขึ้น	.3634
	BJ	เพิ่มขึ้น	.2730
	BL	เพิ่มขึ้น	.3009
	BM	เพิ่มขึ้น	.3162
	BN	เพิ่มขึ้น	.1409
	BO	เพิ่มขึ้น	.2422
BP	เพิ่มขึ้น	.4003	
BP	AA	เพิ่มขึ้น	.1451
	AB	เพิ่มขึ้น	.1437
	AC	เพิ่มขึ้น	.1420
	AD	เพิ่มขึ้น	.1183
	AM	เพิ่มขึ้น	.1205
	AX	เพิ่มขึ้น	.1345
	AZ	เพิ่มขึ้น	.1297
	BA	เพิ่มขึ้น	.1102
	BC	เพิ่มขึ้น	.1475
	BD	เพิ่มขึ้น	.2055
	BG	เพิ่มขึ้น	.1498
	BH	เพิ่มขึ้น	.1256
	BI	เพิ่มขึ้น	.1365
	BJ	เพิ่มขึ้น	.1635

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)
BP	BK	เพิ่มขึ้น	.1681
	BL	เพิ่มขึ้น	.1343
BO	BM	เพิ่มขึ้น	.1286
	BN	เพิ่มขึ้น	.2262
	BO	เพิ่มขึ้น	.2475
	AA	เพิ่มขึ้น	.1788
	AB	เพิ่มขึ้น	.1328
	AC	เพิ่มขึ้น	.1761
	AD	เพิ่มขึ้น	.2378
	AE	เพิ่มขึ้น	.1253
	AF	เพิ่มขึ้น	.1731
	AH	เพิ่มขึ้น	.2440
	AI	เพิ่มขึ้น	.2212
	AM	เพิ่มขึ้น	.2548
	AQ	เพิ่มขึ้น	.2899
	AR	เพิ่มขึ้น	.2341
	AS	เพิ่มขึ้น	.2742
	AX	เพิ่มขึ้น	.3575
	AY	เพิ่มขึ้น	.1644
	AZ	เพิ่มขึ้น	.2447
	BA	เพิ่มขึ้น	.3243
	BB	เพิ่มขึ้น	.2730
	BC	เพิ่มขึ้น	.3155
	BE	เพิ่มขึ้น	.1478
	BG	เพิ่มขึ้น	.3347
	BH	เพิ่มขึ้น	.2219
	BI	เพิ่มขึ้น	.3252
	BJ	เพิ่มขึ้น	.2926
BK	เพิ่มขึ้น	.1562	

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)
BO	BL	เพิ่มขึ้น	.2375
	BM	เพิ่มขึ้น	.3620
	BN	เพิ่มขึ้น	.4109
BN	AA	เพิ่มขึ้น	.1624
	AC	เพิ่มขึ้น	.2537
	AE	เพิ่มขึ้น	.1692
	AF	เพิ่มขึ้น	.2062
	AH	เพิ่มขึ้น	.3112
	AI	เพิ่มขึ้น	.1769
	AQ	เพิ่มขึ้น	.1994
	AR	เพิ่มขึ้น	.2035
	AS	เพิ่มขึ้น	.2111
	AX	เพิ่มขึ้น	.2669
	AY	เพิ่มขึ้น	.1959
	AZ	เพิ่มขึ้น	.2133
	BA	เพิ่มขึ้น	.2906
	BB	เพิ่มขึ้น	.1572
	BC	เพิ่มขึ้น	.1918
	BE	เพิ่มขึ้น	.1429
	BG	เพิ่มขึ้น	.2397
	BH	เพิ่มขึ้น	.1674
	BJ	เพิ่มขึ้น	.2502
	BK	เพิ่มขึ้น	.2430
BL	เพิ่มขึ้น	.1607	
BM	เพิ่มขึ้น	.4986	
BM	AA	เพิ่มขึ้น	.2958
	AB	เพิ่มขึ้น	.1891
	AC	เพิ่มขึ้น	.2914
	AD	เพิ่มขึ้น	.2716

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)
BM	AE	เพิ่มขึ้น	.2287
	AF	เพิ่มขึ้น	.3089
	AH	เพิ่มขึ้น	.4040
	AI	เพิ่มขึ้น	.2941
	AM	เพิ่มขึ้น	.2857
	AQ	เพิ่มขึ้น	.3838
	AR	เพิ่มขึ้น	.3182
	AS	เพิ่มขึ้น	.3184
	AX	เพิ่มขึ้น	.3142
	AY	เพิ่มขึ้น	.2987
	AZ	เพิ่มขึ้น	.3937
	BA	เพิ่มขึ้น	.3532
	BB	เพิ่มขึ้น	.3307
	BC	เพิ่มขึ้น	.3886
	BD	ลดลง	-.1620
	BE	เพิ่มขึ้น	.2662
	BG	เพิ่มขึ้น	.2923
	BH	เพิ่มขึ้น	.3322
	BI	เพิ่มขึ้น	.3947
	BJ	เพิ่มขึ้น	.4122
BK	เพิ่มขึ้น	.1301	
BL	เพิ่มขึ้น	.3501	
BL	AA	เพิ่มขึ้น	.4774
	AB	เพิ่มขึ้น	.3101
	AC	เพิ่มขึ้น	.4068
	AD	เพิ่มขึ้น	.3715
	AE	เพิ่มขึ้น	.1863
	AF	เพิ่มขึ้น	.3061
	AH	เพิ่มขึ้น	.3901

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)
BL	AI	เพิ่มขึ้น	.3391
	AM	เพิ่มขึ้น	.4208
	AQ	เพิ่มขึ้น	.3459
	AR	เพิ่มขึ้น	.3700
	AS	เพิ่มขึ้น	.3542
	AX	เพิ่มขึ้น	.4492
	AY	เพิ่มขึ้น	.2784
	AZ	เพิ่มขึ้น	.4392
	BA	เพิ่มขึ้น	.3427
	BB	เพิ่มขึ้น	.4181
	BC	เพิ่มขึ้น	.4685
	BE	เพิ่มขึ้น	.2459
	BG	เพิ่มขึ้น	.3430
	BH	เพิ่มขึ้น	.3997
	BI	เพิ่มขึ้น	.4035
	BJ	เพิ่มขึ้น	.4684
	BK	เพิ่มขึ้น	.1861
BK	AA	เพิ่มขึ้น	.1692
	AB	เพิ่มขึ้น	.1400
	AC	เพิ่มขึ้น	.1373
	AD	เพิ่มขึ้น	.1415
	AE	เพิ่มขึ้น	.2261
	AF	เพิ่มขึ้น	.1307
	AH	เพิ่มขึ้น	.2214
	AI	เพิ่มขึ้น	.1277
	AR	เพิ่มขึ้น	.1941
	AS	เพิ่มขึ้น	.1335
AX	เพิ่มขึ้น	.1462	
AY	เพิ่มขึ้น	.1693	

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)
BK	AZ	เพิ่มขึ้น	.1824
	BA	เพิ่มขึ้น	.2300
	BB	เพิ่มขึ้น	.1255
	BD	เพิ่มขึ้น	.3631
	BH	เพิ่มขึ้น	.1287
	BJ	เพิ่มขึ้น	.2023
5.) การจูงใจจากการอบรม	AA	เพิ่มขึ้น	.1451
BP	AB	เพิ่มขึ้น	.1437
	AC	เพิ่มขึ้น	.1420
	AD	เพิ่มขึ้น	.1183
	AM	เพิ่มขึ้น	.1205
	AX	เพิ่มขึ้น	.1345
	AZ	เพิ่มขึ้น	.1297
	BC	เพิ่มขึ้น	.1475
	BD	เพิ่มขึ้น	.2055
	BG	เพิ่มขึ้น	.1498
	BH	เพิ่มขึ้น	.1256
	BI	เพิ่มขึ้น	.1365
	BJ	เพิ่มขึ้น	.1635
	BK	เพิ่มขึ้น	.1681
	BL	เพิ่มขึ้น	.1343
BM	เพิ่มขึ้น	.1286	
BQ	BN	เพิ่มขึ้น	.2262
	BO	เพิ่มขึ้น	.2475
	AA	เพิ่มขึ้น	.2627
	AB	เพิ่มขึ้น	.1644
	AC	เพิ่มขึ้น	.2058
	AD	เพิ่มขึ้น	.2362
AF	เพิ่มขึ้น	.2048	

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)	
BQ	AH	เพิ่มขึ้น	.1918	
	AI	เพิ่มขึ้น	.2257	
	AM	เพิ่มขึ้น	.2529	
	AQ	เพิ่มขึ้น	.2373	
	AR	เพิ่มขึ้น	.1913	
	AS	เพิ่มขึ้น	.1840	
	AX	เพิ่มขึ้น	.3037	
	AZ	เพิ่มขึ้น	.2009	
	BA	เพิ่มขึ้น	.2223	
	BC	เพิ่มขึ้น	.2683	
	BD	เพิ่มขึ้น	-.0257	
	BE	เพิ่มขึ้น	.1807	
	BG	เพิ่มขึ้น	.3016	
	BH	เพิ่มขึ้น	.3070	
	BI	เพิ่มขึ้น	.3634	
	BJ	เพิ่มขึ้น	.2730	
	BL	เพิ่มขึ้น	.3009	
	BM	เพิ่มขึ้น	.3162	
	BN	เพิ่มขึ้น	.1409	
	BO	เพิ่มขึ้น	.2422	
	BP	เพิ่มขึ้น	.4003	
	BR	AA	เพิ่มขึ้น	.1165
		AC	เพิ่มขึ้น	.1328
		AD	เพิ่มขึ้น	.1078
		AF	เพิ่มขึ้น	.1165
		AX	เพิ่มขึ้น	.1280
AY		เพิ่มขึ้น	.1069	
BA		เพิ่มขึ้น	.1050	
BB		เพิ่มขึ้น	.1053	

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)
BR	BC	เพิ่มขึ้น	.1067
	BD	เพิ่มขึ้น	.1505
	BH	เพิ่มขึ้น	.2128
	BI	เพิ่มขึ้น	.0976
	BJ	เพิ่มขึ้น	.1050
	BL	เพิ่มขึ้น	.1801
	BM	เพิ่มขึ้น	.2004
	BN	เพิ่มขึ้น	.1766
	BO	เพิ่มขึ้น	.1264
	BP	เพิ่มขึ้น	.3840
	BQ	เพิ่มขึ้น	.5159
6.) กิจกรรมในการเชื่อมลูกค้า			
BW	AM	เพิ่มขึ้น	.1162
	BR	ลดลง	-.1956
BX	AB	เพิ่มขึ้น	.1181
	AC	เพิ่มขึ้น	.1048
	AM	เพิ่มขึ้น	.1539
	AX	เพิ่มขึ้น	.1072
	BG	เพิ่มขึ้น	.1143
	BJ	เพิ่มขึ้น	.1067
	BK	เพิ่มขึ้น	.1250
BYS	BW	เพิ่มขึ้น	.6413
	BD	เพิ่มขึ้น	.1087
	BI	ลดลง	-.1666
	BW	เพิ่มขึ้น	.4591
	BX	เพิ่มขึ้น	.4575
BZ	AA	ลดลง	-.1076
	AR	เพิ่มขึ้น	.1033
	BD	เพิ่มขึ้น	.1050

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)
BZ	BR	ลดลง	-.1300
	BW	เพิ่มขึ้น	.2557
	BU	เพิ่มขึ้น	-.1020
	AI	ลดลง	-.1879
	AM	ลดลง	-.2001
	AS	ลดลง	-.1769
	AY	ลดลง	-.1736
	BB	ลดลง	-.1340
	BD	เพิ่มขึ้น	.1145
	BH	ลดลง	-.1522
	BJ	ลดลง	-.1587
	BL	ลดลง	-.1544
	BX	เพิ่มขึ้น	.2942
	BYS	เพิ่มขึ้น	.3025
	BZ	เพิ่มขึ้น	.7061
CB	BA	เพิ่มขึ้น	.1207
	BB	เพิ่มขึ้น	.1298
	BM	ลดลง	-.1798
	BZ	เพิ่มขึ้น	.2010
	CA	เพิ่มขึ้น	.3036
CC	AC	ลดลง	-.1889
	AD	ลดลง	-.1592
	AI	ลดลง	-.1099
	AY	ลดลง	-.2467

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)	
CC	BB	ลดลง	-.1921	
	BD	เพิ่มขึ้น	.1176	
	BG	ลดลง	-.1024	
	BH	ลดลง	-.1635	
	BJ	ลดลง	-.1105	
	BK	เพิ่มขึ้น	.1056	
	BQ	เพิ่มขึ้น	.1072	
	BW	เพิ่มขึ้น	.1464	
	BX	เพิ่มขึ้น	.2592	
	BY\$	เพิ่มขึ้น	.2546	
	BZ	เพิ่มขึ้น	.2166	
	CA	เพิ่มขึ้น	.1613	
	CD	AA	ลดลง	-.1516
		AB	ลดลง	-.2168
AC		ลดลง	-.1880	
AD		ลดลง	-.2173	
AF		ลดลง	-.1057	
AH		ลดลง	-.1244	
AI		ลดลง	-.1825	
AM		ลดลง	-.1791	
AX		ลดลง	-.2024	
BI		ลดลง	-.1699	
BO		ลดลง	-.1531	
CA		เพิ่มขึ้น	.1624	
CC		เพิ่มขึ้น	.3041	
CE		BI	ลดลง	-.1090
	BQ	ลดลง	-.1648	
	BZ	เพิ่มขึ้น	.1326	
	CD	เพิ่มขึ้น	.3289	

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)	
CF	AZ	ลดลง	-.1422	
	BB	ลดลง	-.1100	
	BW	ลดลง	-.1551	
	BX	ลดลง	-.2057	
	BY\$	ลดลง	-.1373	
	BZ	ลดลง	-.1747	
	CA	ลดลง	-.1514	
	CC	ลดลง	-.1399	
	CD	ลดลง	-.1295	
7.) เวลาในการขาย/เวลาที่ไม่ได้ใช้ในการขาย				
CG	BD	เพิ่มขึ้น	.1185	
	BI	ลดลง	-.1233	
	BW	เพิ่มขึ้น	.6379	
	BX	เพิ่มขึ้น	.3909	
	BY\$	เพิ่มขึ้น	.4663	
	BZ	เพิ่มขึ้น	.2316	
	CA	เพิ่มขึ้น	.1667	
	CC	เพิ่มขึ้น	.1579	
	CD	เพิ่มขึ้น	.1235	
	CE	เพิ่มขึ้น	.1034	
	CF	เพิ่มขึ้น	-.1440	
	CH	AB	เพิ่มขึ้น	.1476
		AE	เพิ่มขึ้น	.1956
		AF	เพิ่มขึ้น	.1628
AY		ลดลง	-.1112	
BD		เพิ่มขึ้น	.1651	
BK		เพิ่มขึ้น	.1444	
BN		เพิ่มขึ้น	.1588	

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)
CH	BW	เพิ่มขึ้น	.5487
	BYS	เพิ่มขึ้น	.3491
	BZ	เพิ่มขึ้น	.2691
	CA	เพิ่มขึ้น	.2212
	CC	เพิ่มขึ้น	.3810
	CF	ลดลง	-.1442
	CG	เพิ่มขึ้น	.6138
CI	AS	ลดลง	-.1069
	BB	ลดลง	-.1130
	BD	เพิ่มขึ้น	.1119
	BW	เพิ่มขึ้น	.4008
	BX	เพิ่มขึ้น	.4131
	BYS	เพิ่มขึ้น	.6152
	BZ	เพิ่มขึ้น	.5159
	CA	เพิ่มขึ้น	.4400
	CC	เพิ่มขึ้น	.3647
	CD	เพิ่มขึ้น	.1029
	CE	เพิ่มขึ้น	.1378
	CG	เพิ่มขึ้น	.5440
	CH	เพิ่มขึ้น	.4773
CJ	BJ	ลดลง	-.1046
	BW	เพิ่มขึ้น	.1913
	BX	เพิ่มขึ้น	.2218
	BYS	เพิ่มขึ้น	.2180
	BZ	เพิ่มขึ้น	.3690
	CA	เพิ่มขึ้น	.4718
	CB	เพิ่มขึ้น	.1743
	CD	เพิ่มขึ้น	.1956
	CE	เพิ่มขึ้น	.2492

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)
CJ	CG	เพิ่มขึ้น	.3363
	CH	เพิ่มขึ้น	.2920
	CI	เพิ่มขึ้น	.3951
CK	AC	ลดลง	-.1773
	AM	ลดลง	-.1347
	AS	ลดลง	-.1077
	AY	ลดลง	-.1028
	BA	ลดลง	-.1023
	BB	ลดลง	-.1536
	BD	เพิ่มขึ้น	.2135
	BG	ลดลง	-.2136
	BI	ลดลง	-.1695
	BJ	ลดลง	-.1742
	BL	ลดลง	-.1042
	BM	ลดลง	-.1051
	BX	เพิ่มขึ้น	.1394
	BYS	เพิ่มขึ้น	.2493
	BZ	เพิ่มขึ้น	.3575
	CA	เพิ่มขึ้น	.3849
	CC	เพิ่มขึ้น	.3906
	CD	เพิ่มขึ้น	.1720
	CE	เพิ่มขึ้น	.1729
	CG	เพิ่มขึ้น	.2535
CH	เพิ่มขึ้น	.2068	
CI	เพิ่มขึ้น	.4354	
CJ	เพิ่มขึ้น	.3489	
CL	AA	ลดลง	-.2030
	AB	ลดลง	-.1555
	AC	ลดลง	-.1886

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)
CL	AD	ลดลง	-.1607
	AF	ลดลง	-.1928
	AH	ลดลง	-.1649
	AI	ลดลง	-.1034
	AM	ลดลง	-.1544
	AQ	ลดลง	-.1244
	AR	ลดลง	-.1328
	AS	ลดลง	-.2013
	AX	ลดลง	-.1633
	AY	ลดลง	-.1102
	AZ	ลดลง	-.1292
	BA	ลดลง	-.1393
	BB	ลดลง	-.1521
	BC	ลดลง	-.1733
	BE	ลดลง	-.1481
	BG	ลดลง	-.2938
	BH	ลดลง	-.1877
	BI	ลดลง	-.1937
	BJ	ลดลง	-.1405
	BL	ลดลง	-.1223
	BM	ลดลง	-.1990
	BO	ลดลง	-.1674
	BQ	ลดลง	-.1426
	BW	เพิ่มขึ้น	.1137
	BX	เพิ่มขึ้น	.1170
	BYS	เพิ่มขึ้น	.1557
	BZ	เพิ่มขึ้น	.2369
	CA	เพิ่มขึ้น	.3183
	CB	เพิ่มขึ้น	.3275

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)	
CL	CC	เพิ่มขึ้น	.2680	
	CD	เพิ่มขึ้น	.2586	
	CE	เพิ่มขึ้น	.1919	
	CG	เพิ่มขึ้น	.1942	
	CH	เพิ่มขึ้น	.1757	
	CI	เพิ่มขึ้น	.3047	
	CJ	เพิ่มขึ้น	.2800	
	CK	เพิ่มขึ้น	.6104	
	CM	AB	ลดลง	-.1537
		AC	ลดลง	-.1872
AD		ลดลง	-.2496	
AE		ลดลง	-.1174	
AF		ลดลง	-.1256	
AM		ลดลง	-.1116	
AX		ลดลง	-.1332	
AY		ลดลง	-.1158	
BA		ลดลง	-.1494	
BB		ลดลง	-.1708	
BC		ลดลง	-.1758	
BG		ลดลง	-.1290	
BI		ลดลง	-.1337	
BJ		ลดลง	-.1106	
BL		ลดลง	-.1447	
BO		ลดลง	-.2069	
BP		ลดลง	-.1427	
BW		ลดลง	-.1151	
BYS	เพิ่มขึ้น	.2109		
BZ	ลดลง	-.1676		
CC	เพิ่มขึ้น	.4594		

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)
CM	CD	เพิ่มขึ้น	.4520
	CE	เพิ่มขึ้น	.1918
	CF	ลดลง	-.1027
	CK	เพิ่มขึ้น	.1023
	CL	เพิ่มขึ้น	.1786
CN	AA	ลดลง	-.1345
	AB	ลดลง	-.2025
	AC	ลดลง	-.1396
	AD	ลดลง	-.2590
	AF	ลดลง	-.1215
	AH	ลดลง	-.1455
	AI	ลดลง	-.1416
	AM	ลดลง	-.1644
	AX	ลดลง	-.1248
	BB	ลดลง	-.1196
	BI	ลดลง	-.1961
	BL	ลดลง	-.1046
	BO	ลดลง	-.1974
	BP	ลดลง	-.1664
	BYS	เพิ่มขึ้น	.1122
	BZ	ลดลง	-.1317
	CC	เพิ่มขึ้น	.2205
	CD	เพิ่มขึ้น	.6210
	CE	เพิ่มขึ้น	.1344
	CG	เพิ่มขึ้น	.2125
CH	เพิ่มขึ้น	.1894	
CL	เพิ่มขึ้น	.1243	
CM	เพิ่มขึ้น	.5661	

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)
CP	AS	ลดลง	-.1070
	AX	ลดลง	-.1065
	AY	ลดลง	-.1455
	AZ	ลดลง	-.1988
	BB	ลดลง	-.1476
	BH	ลดลง	-.1605
	BN	ลดลง	-.1090
	BX	ลดลง	-.1618
	BY\$	ลดลง	-.1486
	CB	ลดลง	-.1909
	CD	ลดลง	-.1098
	CE	ลดลง	-.2544
	CF	เพิ่มขึ้น	.6185
	CG	ลดลง	-.2178
	CH	ลดลง	-.1101
	CI	ลดลง	-.1183
	CJ	ลดลง	-.1546
CL	ลดลง	-.1353	
CM	ลดลง	-.2132	
8.) การขายที่มีความเหมาะสมหรือฉลาดมากขึ้น CT	AA	เพิ่มขึ้น	.3379
	AB	เพิ่มขึ้น	.3030
	AC	เพิ่มขึ้น	.3361
	AD	เพิ่มขึ้น	.3051
	AE	เพิ่มขึ้น	.1931
	AF	เพิ่มขึ้น	.2097
	AH	เพิ่มขึ้น	.2908

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)
CT	AI	เพิ่มขึ้น	.3531
	AM	เพิ่มขึ้น	.3363
	AQ	เพิ่มขึ้น	.3354
	AR	เพิ่มขึ้น	.2687
	AS	เพิ่มขึ้น	.3652
	AX	เพิ่มขึ้น	.2858
	AY	เพิ่มขึ้น	.2831
	AZ	เพิ่มขึ้น	.2331
	BA	เพิ่มขึ้น	.2711
	BB	เพิ่มขึ้น	.3375
	BC	เพิ่มขึ้น	.3015
	BE	เพิ่มขึ้น	.2037
	BG	เพิ่มขึ้น	.3476
	BH	เพิ่มขึ้น	.3581
	BI	เพิ่มขึ้น	.3559
	BJ	เพิ่มขึ้น	.4186
	BL	เพิ่มขึ้น	.2532
	BM	เพิ่มขึ้น	.2471
	BN	เพิ่มขึ้น	.2270
	BO	เพิ่มขึ้น	.2685
	BQ	เพิ่มขึ้น	.1718
	CA	ลดลง	-.1720
	CC	ลดลง	-.1472
	CD	ลดลง	-.1505
	CF	ลดลง	-.1083
	CK	ลดลง	-.1705
	CL	ลดลง	-.2467

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)
11.) คำถามเกี่ยวกับการทำให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทางด้านกำไรและการขาย DD	AA	เพิ่มขึ้น	.3368
	AB	เพิ่มขึ้น	.3474
	AC	เพิ่มขึ้น	.3217
	AD	เพิ่มขึ้น	.3239
	AE	เพิ่มขึ้น	.2557
	AF	เพิ่มขึ้น	.2044
	AH	เพิ่มขึ้น	.3416
	AI	เพิ่มขึ้น	.4003
	AM	เพิ่มขึ้น	.3065
	AQ	เพิ่มขึ้น	.2485
	AR	เพิ่มขึ้น	.3812
	AS	เพิ่มขึ้น	.4430
	AX	เพิ่มขึ้น	.3265
	AY	เพิ่มขึ้น	.3361
	AZ	เพิ่มขึ้น	.3366
	BA	เพิ่มขึ้น	.3434
	BB	เพิ่มขึ้น	.4205
	BC	เพิ่มขึ้น	.3330
	BE	เพิ่มขึ้น	.3173
	BG	เพิ่มขึ้น	.3695
	BH	เพิ่มขึ้น	.3483
	BI	เพิ่มขึ้น	.3213
	BJ	เพิ่มขึ้น	.3325
	BK	เพิ่มขึ้น	.1675
	BL	เพิ่มขึ้น	.2696
	BM	เพิ่มขึ้น	.2682

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)
DD	BN	เพิ่มขึ้น	.2342
	BO	เพิ่มขึ้น	.3013
	BP	เพิ่มขึ้น	.1265
	BQ	เพิ่มขึ้น	.1217
	CC	เพิ่มขึ้น	-.1078
	CD	ลดลง	-.1477
	CL	ลดลง	-.2737
	CM	ลดลง	-.1285
	CN	ลดลง	-.1133
	CT	เพิ่มขึ้น	.5010
DG	AA	เพิ่มขึ้น	.2490
	AB	เพิ่มขึ้น	.2954
	AC	เพิ่มขึ้น	.3086
	AD	เพิ่มขึ้น	.2720
	AE	เพิ่มขึ้น	.1986
	AF	เพิ่มขึ้น	.2262
	AH	เพิ่มขึ้น	.3070
	AI	เพิ่มขึ้น	.2215
	AM	เพิ่มขึ้น	.2121
	AQ	เพิ่มขึ้น	.1676
	AR	เพิ่มขึ้น	.2680
	AS	เพิ่มขึ้น	.2582
	AX	เพิ่มขึ้น	.2500
	AY	เพิ่มขึ้น	.2950
	AZ	เพิ่มขึ้น	.3167
	BA	เพิ่มขึ้น	.2448
	BB	เพิ่มขึ้น	.2302
	BC	เพิ่มขึ้น	.1719
BD	เพิ่มขึ้น	.1999	

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)
DG	BE	เพิ่มขึ้น	.2213
	BG	เพิ่มขึ้น	.2134
	BH	เพิ่มขึ้น	.2648
	BI	เพิ่มขึ้น	.1639
	BJ	เพิ่มขึ้น	.1725
	BK	เพิ่มขึ้น	.2199
	BL	เพิ่มขึ้น	.1749
	BM	เพิ่มขึ้น	.1842
	BN	เพิ่มขึ้น	.2202
	BR	เพิ่มขึ้น	.1066
	BX	เพิ่มขึ้น	.1612
	CT	เพิ่มขึ้น	.2174
	DD	เพิ่มขึ้น	.3300
12.) การเก็บรวบรวมข้อมูลสารสนเทศ			
DK	AA	เพิ่มขึ้น	.2778
	AB	เพิ่มขึ้น	.3701
	AC	เพิ่มขึ้น	.3082
	AD	เพิ่มขึ้น	.3101
	AE	เพิ่มขึ้น	.2351
	AF	เพิ่มขึ้น	.2543
	AH	เพิ่มขึ้น	.3217
	AI	เพิ่มขึ้น	.2927
	AM	เพิ่มขึ้น	.2326
	AQ	เพิ่มขึ้น	.2054
	AR	เพิ่มขึ้น	.3218
	AS	เพิ่มขึ้น	.3471
	AX	เพิ่มขึ้น	.2648
AY	เพิ่มขึ้น	.3481	

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยเหตุการณ์	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)
DK	AZ	เพิ่มขึ้น	.3544
	BA	เพิ่มขึ้น	.2229
	BB	เพิ่มขึ้น	.2986
	BC	เพิ่มขึ้น	.3714
	BE	เพิ่มขึ้น	.2781
	BG	เพิ่มขึ้น	.3132
	BH	เพิ่มขึ้น	.3879
	BI	เพิ่มขึ้น	.2723
	BJ	เพิ่มขึ้น	.4148
	BK	เพิ่มขึ้น	.1271
	BL	เพิ่มขึ้น	.2301
	BM	เพิ่มขึ้น	.2581
	BN	เพิ่มขึ้น	.1857
	BQ	เพิ่มขึ้น	.1098
	BR	เพิ่มขึ้น	.1043
	CC	ลดลง	-.1503
	CK	ลดลง	-.1628
	CL	ลดลง	-.1717
	CP	ลดลง	-.1428
	CT	เพิ่มขึ้น	.3052
	DD	เพิ่มขึ้น	.3299
DG	เพิ่มขึ้น	.4630	
DH	เพิ่มขึ้น	.4662	
DI	เพิ่มขึ้น	.4363	
DJ	เพิ่มขึ้น	.4424	
H	เพิ่มขึ้น	.1378	
I	เพิ่มขึ้น	.1318	
J	เพิ่มขึ้น	.1695	
K	เพิ่มขึ้น	.2294	

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)
DK	L	เพิ่มขึ้น	.2542
	N	เพิ่มขึ้น	.1609
DL	AA	เพิ่มขึ้น	.2506
	AB	เพิ่มขึ้น	.3012
	AC	เพิ่มขึ้น	.3134
	AD	เพิ่มขึ้น	.2314
	AE	เพิ่มขึ้น	.1624
	AF	เพิ่มขึ้น	.2470
	AH	เพิ่มขึ้น	.3547
	AI	เพิ่มขึ้น	.3414
	AM	เพิ่มขึ้น	.2909
	AQ	เพิ่มขึ้น	.4532
	AR	เพิ่มขึ้น	.2857
	AS	เพิ่มขึ้น	.4215
	AX	เพิ่มขึ้น	.2944
	AY	เพิ่มขึ้น	.2528
	AZ	เพิ่มขึ้น	.3585
	BA	เพิ่มขึ้น	.2875
	BB	เพิ่มขึ้น	.3399
	BC	เพิ่มขึ้น	.3740
	BD	ลดลง	-.1226
	BE	เพิ่มขึ้น	.2460
	BG	เพิ่มขึ้น	.2779
	BH	เพิ่มขึ้น	.3699
	BI	เพิ่มขึ้น	.3264
BJ	เพิ่มขึ้น	.3001	
BK	เพิ่มขึ้น	.1139	
BL	เพิ่มขึ้น	.2576	
BM	เพิ่มขึ้น	.3159	

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)
DL	BN	เพิ่มขึ้น	.1173
	BO	เพิ่มขึ้น	.3245
	BP	เพิ่มขึ้น	.1132
	BQ	เพิ่มขึ้น	.2108
	BZ	เพิ่มขึ้น	.1275
	CD	ลดลง	-.1194
	CL	ลดลง	-.1999
	CT	เพิ่มขึ้น	.3844
	DD	เพิ่มขึ้น	.4887
	DG	เพิ่มขึ้น	.2953
	DH	เพิ่มขึ้น	.2655
	DI	เพิ่มขึ้น	.2859
	DJ	เพิ่มขึ้น	.2942
	H	เพิ่มขึ้น	.1300
	I	เพิ่มขึ้น	.2163
	J	เพิ่มขึ้น	.1743
	K	เพิ่มขึ้น	.4124
	L	เพิ่มขึ้น	.3380
	N	เพิ่มขึ้น	.3510
	DM	DK	เพิ่มขึ้น
AA		เพิ่มขึ้น	.2799
AB		เพิ่มขึ้น	.3583
AC		เพิ่มขึ้น	.2935
AD		เพิ่มขึ้น	.3036
AE		เพิ่มขึ้น	.2977
AF		เพิ่มขึ้น	.2283
AH		เพิ่มขึ้น	.3661
AI		เพิ่มขึ้น	.3069
AM		เพิ่มขึ้น	.3148

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)
DM	AQ	เพิ่มขึ้น	.3031
	AR	เพิ่มขึ้น	.3179
	AS	เพิ่มขึ้น	.4524
	AX	เพิ่มขึ้น	.2991
	AY	เพิ่มขึ้น	.3243
	AZ	เพิ่มขึ้น	.3388
	BA	เพิ่มขึ้น	.2663
	BB	เพิ่มขึ้น	.3301
	BC	เพิ่มขึ้น	.3408
	BE	เพิ่มขึ้น	.2050
	BG	เพิ่มขึ้น	.4074
	BH	เพิ่มขึ้น	.2970
	BI	เพิ่มขึ้น	.3550
	BJ	เพิ่มขึ้น	.3930
	BK	เพิ่มขึ้น	.2542
	BL	เพิ่มขึ้น	.2021
	BM	เพิ่มขึ้น	.1985
	BN	เพิ่มขึ้น	.2307
	BO	เพิ่มขึ้น	.3166
	BP	เพิ่มขึ้น	.1824
	BR	ลดลง	-.1020
	BW	เพิ่มขึ้น	.1115
	BX	เพิ่มขึ้น	.1319
	CC	เพิ่มขึ้น	.0360
	CD	เพิ่มขึ้น	-.1372
	CL	ลดลง	-.1751
	CT	เพิ่มขึ้น	.3908
DD	เพิ่มขึ้น	.4636	
DG	เพิ่มขึ้น	.3160	

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)
DM	DH	เพิ่มขึ้น	.4554
	DI	เพิ่มขึ้น	.4057
	DJ	เพิ่มขึ้น	.3506
	H	เพิ่มขึ้น	.1634
	I	เพิ่มขึ้น	.1862
	J	เพิ่มขึ้น	.1060
	K	เพิ่มขึ้น	.3234
	L	เพิ่มขึ้น	.3210
	N	เพิ่มขึ้น	.2449
	DK	เพิ่มขึ้น	.4829
DN	DL	เพิ่มขึ้น	.4976
	AA	เพิ่มขึ้น	.3596
	AB	เพิ่มขึ้น	.3401
	AC	เพิ่มขึ้น	.3446
	AD	เพิ่มขึ้น	.3400
	AE	เพิ่มขึ้น	.2766
	AF	เพิ่มขึ้น	.2311
	AH	เพิ่มขึ้น	.3669
	AI	เพิ่มขึ้น	.4225
	AM	เพิ่มขึ้น	.3417
	AQ	เพิ่มขึ้น	.3058
	AR	เพิ่มขึ้น	.2310
	AS	เพิ่มขึ้น	.3907
	AX	เพิ่มขึ้น	.2456
	AY	เพิ่มขึ้น	.2645
	AZ	เพิ่มขึ้น	.3201
	BA	เพิ่มขึ้น	.2511
	BB	เพิ่มขึ้น	.3780
	BC	เพิ่มขึ้น	.3677

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)
DN	BE	เพิ่มขึ้น	.2104
	BG	เพิ่มขึ้น	.3934
	BH	เพิ่มขึ้น	.2780
	BI	เพิ่มขึ้น	.3132
	BJ	เพิ่มขึ้น	.3244
	BK	เพิ่มขึ้น	.1537
	BL	เพิ่มขึ้น	.2350
	BM	เพิ่มขึ้น	.2209
	BN	เพิ่มขึ้น	.1802
	BO	เพิ่มขึ้น	.2519
	BP	เพิ่มขึ้น	.1559
	BQ	เพิ่มขึ้น	.1484
	BR	ลดลง	-.1150
	BW	เพิ่มขึ้น	.1286
	BX	เพิ่มขึ้น	.1438
	CB	เพิ่มขึ้น	.1581
	CE	ลดลง	-.1199
	CM	ลดลง	-.1289
	CN	ลดลง	-.1230
	CT	เพิ่มขึ้น	.3780
DD	เพิ่มขึ้น	.4557	
DG	เพิ่มขึ้น	.2843	
DH	เพิ่มขึ้น	.3233	
DI	เพิ่มขึ้น	.2860	
DJ	เพิ่มขึ้น	.3409	
I	เพิ่มขึ้น	.1209	
J	เพิ่มขึ้น	.1129	

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)
13.) ค่าใช้จ่าย			
DR	AA	เพิ่มขึ้น	.3813
	AB	เพิ่มขึ้น	.3381
	AC	เพิ่มขึ้น	.3261
	AD	เพิ่มขึ้น	.4059
	AE	เพิ่มขึ้น	.3344
	AF	เพิ่มขึ้น	.2871
	AH	เพิ่มขึ้น	.3211
	AI	เพิ่มขึ้น	.2761
	AM	เพิ่มขึ้น	.3315
	AQ	เพิ่มขึ้น	.2940
	AR	เพิ่มขึ้น	.3633
	AS	เพิ่มขึ้น	.2962
	AX	เพิ่มขึ้น	.3563
	AY	เพิ่มขึ้น	.2771
	AZ	เพิ่มขึ้น	.2680
	BA	เพิ่มขึ้น	.3014
	BB	เพิ่มขึ้น	.3877
	BC	เพิ่มขึ้น	.3655
	BE	เพิ่มขึ้น	.2659
	BG	เพิ่มขึ้น	.3554
	BH	เพิ่มขึ้น	.3255
	BI	เพิ่มขึ้น	.3248
	BJ	เพิ่มขึ้น	.4388
	BK	เพิ่มขึ้น	.2276
	BL	เพิ่มขึ้น	.3203
	BM	เพิ่มขึ้น	.2565
	BN	เพิ่มขึ้น	.1302
	BO	เพิ่มขึ้น	.2592

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)
DR	BP	เพิ่มขึ้น	.1152
	BQ	เพิ่มขึ้น	.1786
	BW	เพิ่มขึ้น	.1726
	BX	เพิ่มขึ้น	.1561
	CA	ลดลง	-.1950
	CD	ลดลง	-.1412
	CK	ลดลง	-.1699
	CL	ลดลง	-.2635
	CM	ลดลง	-.2230
	CN	ลดลง	-.1072
	CT	ลดลง	.3401
	DD	เพิ่มขึ้น	.4047
	DG	เพิ่มขึ้น	.3542
	DH	เพิ่มขึ้น	.3537
	DI	เพิ่มขึ้น	.3958
	DJ	เพิ่มขึ้น	.3144
	DK	เพิ่มขึ้น	.3575
	DL	เพิ่มขึ้น	.3334
	DM	เพิ่มขึ้น	.4327
	DN	เพิ่มขึ้น	.4448
DT	AA	เพิ่มขึ้น	.3095
	AB	เพิ่มขึ้น	.3880
	AC	เพิ่มขึ้น	.2286
	AD	เพิ่มขึ้น	.3492
	AE	เพิ่มขึ้น	.2449
	AF	เพิ่มขึ้น	.1992
	AH	เพิ่มขึ้น	.2670
	AI	เพิ่มขึ้น	.2241
	AM	เพิ่มขึ้น	.3150

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)
DT	AQ	เพิ่มขึ้น	.1781
	AR	เพิ่มขึ้น	.3448
	AS	เพิ่มขึ้น	.3242
	AX	เพิ่มขึ้น	.3025
	AY	เพิ่มขึ้น	.3296
	AZ	เพิ่มขึ้น	.3399
	BA	เพิ่มขึ้น	.2426
	BB	เพิ่มขึ้น	.3525
	BC	เพิ่มขึ้น	.4096
	BE	เพิ่มขึ้น	.3049
	BG	เพิ่มขึ้น	.3410
	BH	เพิ่มขึ้น	.3595
	BI	เพิ่มขึ้น	.2491
	BJ	เพิ่มขึ้น	.3344
	BK	เพิ่มขึ้น	.1417
	BL	เพิ่มขึ้น	.2184
	BM	เพิ่มขึ้น	.2840
	BN	เพิ่มขึ้น	.1801
	BO	เพิ่มขึ้น	.1673
	BQ	เพิ่มขึ้น	.1528
	BR	เพิ่มขึ้น	.1122
	CA	ลดลง	-.1548
	CL	ลดลง	-.1160
	CP	ลดลง	-.1151
	CT	เพิ่มขึ้น	.3038
	DD	เพิ่มขึ้น	.3366
DG	เพิ่มขึ้น	.4252	
DH	เพิ่มขึ้น	.4143	
DI	เพิ่มขึ้น	.4061	

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)	
DT	DJ	เพิ่มขึ้น	.3734	
	H	เพิ่มขึ้น	.1906	
	I	เพิ่มขึ้น	.1923	
	J	เพิ่มขึ้น	.2226	
	DN	เพิ่มขึ้น	.4121	
	DR	เพิ่มขึ้น	.5212	
	DS	เพิ่มขึ้น	.5816	
	DU	AA	เพิ่มขึ้น	.4051
		AB	เพิ่มขึ้น	.4661
		AC	เพิ่มขึ้น	.3549
		AD	เพิ่มขึ้น	.3492
		AE	เพิ่มขึ้น	.2662
		AF	เพิ่มขึ้น	.2772
		AH	เพิ่มขึ้น	.3531
		AI	เพิ่มขึ้น	.3397
		AM	เพิ่มขึ้น	.3105
		AQ	เพิ่มขึ้น	.3016
		AR	เพิ่มขึ้น	.3931
		AS	เพิ่มขึ้น	.4487
		AX	เพิ่มขึ้น	.4768
AY		เพิ่มขึ้น	.3204	
AZ		เพิ่มขึ้น	.4016	
BA		เพิ่มขึ้น	.3488	
BB		เพิ่มขึ้น	.3563	
BC		เพิ่มขึ้น	.4197	
BE		เพิ่มขึ้น	.3190	
BG	เพิ่มขึ้น	.3419		
BH	เพิ่มขึ้น	.3662		
BI	เพิ่มขึ้น	.3532		

ตัวแปร	ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กัน	การควบคุมที่อาศัยพื้นฐานผลการดำเนินงานและผลการควบคุมโดยอาศัยพฤติกรรม	ค่าสหสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)
DU	BJ	เพิ่มขึ้น	.3733
	BK	เพิ่มขึ้น	.1706
	BL	เพิ่มขึ้น	.2813
	BM	เพิ่มขึ้น	.2839
	BN	เพิ่มขึ้น	.2384
	BO	เพิ่มขึ้น	.3184
	BP	เพิ่มขึ้น	.1798
	BQ	เพิ่มขึ้น	.2333
	BW	เพิ่มขึ้น	.1241
	BX	เพิ่มขึ้น	.1363
	CD	ลดลง	-.1065
	CL	ลดลง	-.1268
	CM	ลดลง	-.1486
	CN	ลดลง	-.1457
	CT	เพิ่มขึ้น	.3525
	DD	เพิ่มขึ้น	.4379
	DG	เพิ่มขึ้น	.4428
	DH	เพิ่มขึ้น	.4315
	DI	เพิ่มขึ้น	.5165
	DJ	เพิ่มขึ้น	.4071
H	เพิ่มขึ้น	.1661	
I	เพิ่มขึ้น	.2657	
J	เพิ่มขึ้น	.1665	
DN	เพิ่มขึ้น	.5131	
DR	เพิ่มขึ้น	.4561	
DS	เพิ่มขึ้น	.5700	
DT	เพิ่มขึ้น	.5258	

การสรุปผลการทดสอบ

ตัวแปร	ระบบควบคุมในเชิง พฤติกรรม	ระบบควบคุม ในเชิงปฏิบัติ การ
1) ปัจจัยต่าง ๆ ของระบบควบคุม		
1.1) ลักษณะของการให้การดูแลและคำแนะนำ	-	-
1.2) ลักษณะของการประเมิน	-	-
1.3) แผนการให้คำตอบแทน	-	-
2) สภาพจิตใจและความคิด/ความสามารถ		
2.1) ความรู้ทางด้านผลิตภัณฑ์และบริษัท	สูงขึ้น	-
2.2) ความสามารถและความเชี่ยวชาญในการขาย	สูงขึ้น	-
3) ความชอบพอ/ทัศนคติ		
3.1) ความมุ่งมั่น ความเอาใจจริงและความทุ่มเทให้กับองค์กร	สูงขึ้น	-
4) การจงใจ		
4.1) ลักษณะทิศทางของการจงใจจากภายใน	สูงขึ้น	-
4.2) ลักษณะทิศทางของการจงใจจากภายนอก	-	สูงขึ้น
4.3) ทิศทางการจงใจ	-	-
5) กลยุทธ์ทางด้านพฤติกรรม		
5.1) การวางแผน	-	-
5.2) กิจกรรมในการเชื่อมลูกค้า	ลดลง	-
5.3) อัตราส่วนของเวลาที่ใช้ไปกับการขายกับเวลาที่ใช้ไปในกิจกรรมที่ไม่ใช่การขาย	ลดลง	-
5.4) เทคนิคในการขาย	กลยุทธ์หลากหลาย	-
6) ผลการดำเนินงาน		
6.1) สเกลของผลการดำเนินงานในเชิงสัมพันธ์กับการดำเนินงาน	-	-
6.2) ช่วงของผลการดำเนินงานในลักษณะที่สัมพันธ์กับการดำเนินงาน	-	-
6.3) การบรรลุเป้าหมายทางกำไร/ยอดขายของการดำเนินงาน	สูงขึ้น	-
6.4) การเก็บรวบรวมข้อมูล	สูงขึ้น	-
6.5) การควบคุมค่าใช้จ่ายในการขาย	สูงขึ้น	-
6.6) การวางแผนในการเสนอขาย	-	-
6.7) การพึงพอใจต่องาน	-	-
6.8) การตัดสินใจที่มีส่วนร่วม	-	-
6.9) การจ่ายค่าตอบแทนในฐานะที่ถูกรับรู้ว่าเป็นกลไกหรือเครื่องมือในการควบคุม	-	-

การอธิบายสมมติฐาน

1) ปัจจัยต่าง ๆ ของระบบการควบคุม

1.1) ปัจจัยต่าง ๆ ของแบบการควบคุม ในแง่ของลักษณะของการให้การดูแลและคำแนะนำ มีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานในลักษณะให้คำแนะนำค่อนข้างน้อย และมีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมในลักษณะให้คำแนะนำดูแลอย่างใกล้ชิด

1.2) ปัจจัยต่าง ๆ ของแบบการควบคุม ในแง่ของลักษณะของการประเมินนามธรรมมีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานค่อนข้างเป็นรูปธรรม และมีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมค่อนข้างเป็นนามธรรม

1.3) ปัจจัยต่าง ๆ ของแบบการควบคุม ในแง่ของลักษณะของแผนการให้คำตอบแทนเปอร์เซ็นต์ มีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน ในลักษณะเป็นสิ่งที่สูงเพิ่มมากขึ้น และมีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมในลักษณะสูงที่เพิ่มขึ้น

2) สภาพจิตใจ และความคิด/ความสามารถ

2.1) สภาพจิตใจ ความคิดและความสามารถ ในแง่ของความรู้ทางด้านผลิตภัณฑ์และบริษัท มีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยการปฏิบัติงานในลักษณะที่มีแนวโน้มน้อยลง และมีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมในลักษณะเพิ่มขึ้น

2.2) สภาพจิตใจ ความคิดและความสามารถ ในแง่ของความสามารถ และความเชี่ยวชาญในการขาย มีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยการปฏิบัติงาน ในลักษณะที่มีแนวโน้มน้อยลง และมีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมในลักษณะเพิ่มมากขึ้น

3) ความชอบพอ/ทัศนคติ

3.1) ความชอบพอและทัศนคติ ในแง่ของความมุ่งมั่นหรือความเอจริงเอจจังหรือความทุ่มเทให้กับองค์กร มีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานที่มีแนวโน้มน้อยลง และมีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมที่มีแนวโน้มมากขึ้น

3.2) ความชอบพอและทัศนคติ ในแง่ของความยอมรับในอำนาจหน้าที่/การชี้แนะ มีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัย ผลการปฏิบัติงานที่มีแนวโน้มน้อยลง และมีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมที่มีแนวโน้มมากขึ้น

3.3) ความชอบพอและทัศนคติ ในแง่ของการยอมรับในความร่วมมื่อว่าเป็นส่วนหนึ่งของทีมการขาย มีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานที่มีแนวโน้มน้อยลง และมีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมที่มีแนวโน้มมากขึ้น

3.4) ความชอบพอและทัศนคติ ในแง่ของการยอมรับในการประเมินผลการดำเนินงาน มีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานที่มีแนวโน้มน้อยลง และมีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมที่มีแนวโน้มมากขึ้น

3.5) ความชอบพอและทัศนคติ ในแง่ของความชอบพอในแง่ของความเสี่ยง มีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานที่มีแนวโน้มชอบความเสี่ยง และมีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมที่มีแนวโน้มมากขึ้น

4) การจูงใจ

4.1) การจูงใจ ในแง่ของลักษณะของการจูงใจจากภายนอกมีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น และลักษณะของการจูงใจจากภายใน มีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น

4.2) การจูงใจ ในแง่ของลักษณะของทิศทางการจูงใจ มีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงานที่มาจากตนเอง และมีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมที่มาจากบริษัท

5) กลยุทธ์ทางด้านพฤติกรรม

5.1) กลยุทธ์ทางด้านพฤติกรรมของการวางแผนที่มาจากผลการปฏิบัติงาน มีแนวโน้มน้อยลง มีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น

5.2) กลยุทธ์ทางด้านพฤติกรรมของกิจกรรมในการเขียนลูกค้ำที่มาจากผลการปฏิบัติงาน มีแนวโน้มมากขึ้นและมีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมที่มีแนวโน้มน้อยลง

5.3) กลยุทธ์ทางด้านพฤติกรรม ในแง่ของอัตราส่วนของเวลาที่ใช้ไปกับการขายกับเวลาที่ใช้ไปกับกิจกรรมที่ไม่ใช่การขาย มีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมในเชิงปฏิบัติงานที่มีแนวโน้มมากขึ้น และมีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมที่มีแนวโน้มน้อยลง

5.4) กลยุทธ์ทางด้านพฤติกรรม ในแง่ของเทคนิคในการขายแบบหุ้มเท มีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมในเชิงปฏิบัติงานที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และกับเทคนิคในการขายแบบใช้กลยุทธ์หลากหลาย มีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

6) ผลการดำเนินงาน

6.1) ผลการดำเนินงาน ในแง่ของสเกลของผลการดำเนินงานในเชิงสัมพันธ์กับการดำเนินงาน (ผลลัพธ์) มีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมในเชิงปฏิบัติงานที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น และมีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมที่มีแนวโน้มต่ำลง

6.2) ผลการดำเนินงาน ในแง่ของช่วงของผลการดำเนินงาน ในลักษณะที่สัมพันธ์กับการดำเนินงานในลักษณะที่สัมพันธ์กับการดำเนินงาน (ผลลัพธ์) มีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมในเชิงปฏิบัติงานที่มีแนวโน้มสูงขึ้น และมีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมที่มีแนวโน้มต่ำลง

6.3) ผลการดำเนินงาน ในแง่ของการบรรลุเป้าหมายทางกำไร/ยอดขายของการดำเนินงาน (ผลลัพธ์) มีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมในเชิงปฏิบัติงานที่มีแนวโน้มสูงขึ้น และมีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมที่มีแนวโน้มต่ำลง

6.4) ผลการดำเนินงาน ในแง่ของการเก็บข้อมูลสารสนเทศ (Inputs) มีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมในเชิงปฏิบัติงานที่มีแนวโน้มต่ำลง และมีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมที่มีแนวโน้มสูงขึ้น

6.5) ผลการดำเนินงาน ในแง่ของการควบคุมค่าใช้จ่ายในการขาย (Inputs) มีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมในเชิงปฏิบัติงานที่มีแนวโน้มต่ำลง และมีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมที่มีแนวโน้มสูงขึ้น

6.6) ผลการดำเนินงาน ในแง่ของการวางแผนในการเสนอขาย มีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมในเชิงปฏิบัติงานที่มีแนวโน้มต่ำลง และมีความสัมพันธ์กับระบบควบคุมในเชิงพฤติกรรมที่มีแนวโน้มสูงขึ้น

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ของระบบควบคุม (ซึ่งอาศัยผลการปฏิบัติงานและพฤติกรรม) กับผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุม (ซึ่งอาศัยผลการปฏิบัติงานและพฤติกรรม) มีดังต่อไปนี้

- 1) ผลลัพธ์ที่ตามมาของระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม ต่อความรู้ทางด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้เพิ่มมากขึ้น
- 2) ผลลัพธ์ที่ตามมาของระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม ต่อความสามารถและความเชี่ยวชาญในการขายได้เพิ่มมากขึ้น
- 3) ผลลัพธ์ที่ตามมาของระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมต่อความมุ่งมั่นหรือเอาใจจริงเอาใจหรือความทุ่มเท ให้กับองค์กรได้เพิ่มมากขึ้น
- 4) ผลลัพธ์ที่ตามมาของระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมต่อลักษณะทิศทางการจูงใจจากภายในได้เพิ่มมากขึ้น
- 5) ผลลัพธ์ที่ตามมาของระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม ต่อลักษณะทิศทางการจูงใจจากภายนอกได้เพิ่มมากขึ้น
- 6) ผลลัพธ์ที่ตามมาของระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมต่อการควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมในแง่ของกิจกรรมในการเขียนเขียนลูกค้ามีแนวโน้มลดลง
- 7) ผลลัพธ์ที่ตามมาของระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมต่ออัตราส่วนของเวลาที่ใช้ไปในการขาย กับเวลาที่ใช้ไปในกิจกรรมที่ไม่ใช่การขายได้ลดลง
- 8) ผลลัพธ์ที่ตามมาของระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมต่อการควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม ในแง่ของเทคนิคในการขายแบบใช้กลยุทธ์หลากหลาย
- 9) ผลลัพธ์ที่ตามมาของระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรม ต่อการบรรลุเป้าหมายทางกำไร/ยอดขายของการดำเนินงานได้เพิ่มมากขึ้น
- 10) ผลลัพธ์ที่ตามมาของระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมต่อผลการดำเนินงาน ในแง่ของการเก็บข้อมูลสารสนเทศได้เพิ่มมากขึ้น
- 11) ผลลัพธ์ที่ตามมาของระบบควบคุมที่อาศัยพฤติกรรมต่อผลการดำเนินงาน ในแง่ของการควบคุมค่าใช้จ่ายในการขายได้เพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหาร

ก่อนจะนำผลการศึกษาวินิจฉัยครั้งนี้ไปใช้ ผู้บริหารต้องพิจารณาเปรียบเทียบประสบการณ์ของผู้บริหารในด้านการควบคุมที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน นั่นก็คือ เป็นการไม่เพียงพอที่ผู้บริหารจะพิจารณาปัจจัยหนึ่งปัจจัยใดของการควบคุมเพียงอย่างเดียว นอกจากนี้ยังต้องมีการเอาใจจริงเอาใจ หรือการทุ่มเทกับการฝึกอบรมพนักงานขาย เพื่อก่อให้เกิดการดำเนินงานและการควบคุมอย่างเหมาะสม การศึกษาครั้งนี้มีข้อเสนอแนะให้ผู้บริหารมุ่งเน้นไปในเรื่องของการสร้างวัฒนธรรมและค่า

นิยมในองค์กร เพื่อปรับเปลี่ยนต่อสภาพแวดล้อมในสภาวะการแข่งขันที่รุนแรง โดยที่ถ้าผู้บริหารมีแนวความคิดที่ชัดเจนในเรื่องของผลของระบบควบคุมพนักงานขายทั้งสองแบบ ก็จะก่อให้เกิดการปรับปรุงการดำเนินงาน การบริหารการขายและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในด้านการประเมินและควบคุมพนักงานขาย

ทิศทางการวิจัยในอนาคต

การวิจัยในอนาคตควรจะศึกษาวิจัยในเรื่องดังต่อไปนี้

- 1) ใช้ตัวอย่างซึ่งเป็นผู้จัดการโดยเฉพาะ เพื่อเปรียบเทียบกับผลการวิจัยที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้
 - 2) การรับรู้ของผู้จัดการต่อทัศนคติ/การจูงใจ/พฤติกรรมของพนักงานขาย
 - 3) ทำการวิจัยในอุตสาหกรรมอื่น ๆ เช่นพนักงานขายรถกระบะ พนักงานขายโทรศัพท์มือถือ เป็นต้น
 - 4) วิจัยในเรื่องระบบการควบคุมที่สัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงของพนักงานขาย (การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้สอดคล้องกับระบบและการเปลี่ยนงานของพนักงานขาย ไปขายผลิตภัณฑ์อื่นที่มีความใกล้ชิดกันในสายงาน)
 - 5) การตื่นตัวของพนักงานขายต่อการควบคุมและผลกระทบของการควบคุมพนักงานขาย ต่อวัฒนธรรมในองค์กร หรือวัฒนธรรมในองค์กรที่มีผลกระทบต่อควบคุมพนักงานขาย ซึ่งอาจจะมีผลต่อการหมุนเวียนหรือการลาออกของพนักงานขาย
 - 6) ขยายการวิจัยไปสู่การรับรู้ของลูกค้าต่อผลการดำเนินงานและพฤติกรรมของพนักงานขาย
 - 7) ขยายการวิจัยไปสู่กลุ่มพนักงานขายกลุ่มอื่น ที่มีอิทธิพลสนับสนุนการดำเนินงานของพนักงานขาย เช่น ฝ่ายผลิต หรือฝ่ายส่งเสริมการตลาดรวมทั้งฝ่ายการเงินด้วย
 - 8) การศึกษาในอนาคต ควรทำการศึกษาเป็นระยะเวลาหลาย ๆ ช่วง เพื่อให้เข้าใจสภาพการเปลี่ยนแปลงของผลของระบบควบคุม เมื่อเวลาผ่านไปว่าแตกต่างกันอย่างไร (Longitudinal Study)
- การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยหนึ่งซึ่งได้ช่วยขยายองค์ความรู้ ทางด้านผลของระบบควบคุม (ในเชิงพฤติกรรมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน) เพื่อสนับสนุนให้เกิดพัฒนาการวิจัยในอนาคต ในด้านของการฝึกอบรมการประเมินและการควบคุมพนักงานขาย อันก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดของการบริหารการขาย

บรรณานุกรม

- ภาคเดช ทองสีมา และ จิระภา การบริหารการขาย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ : 2518.
- คำรัสสิริ อุทยานนท์ ศิลปการขาย บุรพาศิลป์การพิมพ์ กรุงเทพฯ : 2525.
- จุกา เทียนไชย การบริหารการขาย มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2523.
- ปรีชา วอนขอพร สุริชานา วิวัฒน์ชาติ การบริหารการขาย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2524.
- วารินทร์ สิ้นสูงสุด ศิลปการขาย บุรพาการพิมพ์ กรุงเทพฯ : 2525.
- สากล ชนัตตยาวิบูล การบริหารการขาย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 2536.
- การบริหารการขายและการจำหน่าย มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2538.
- นิตยสาร กรังปรีซ์, นักเลงรถ, วัฏจักร, ยานยนต์, 2538.
- Carlton A. Pederson & Milburn D. Wright Salesmanship, Principle & Methods 5th ed, Richard D. Irwin, USA. 1971.
- Frederic A. Russell, Frank H. Beach, Richard H. Buskirk Selling, Principle & Practices. 11th ed. Tokyo : Mcgraw-Hill 1982.
- William J. Stanton, Richard H. Buskirk Management of the Sales Force. 6th ed. Richard D. Irwin, 1983.
- Gordon R. Storholm Sales Management Prentice-Hall, New York : Englewood Cliffs, 1982.

REFERENCES

- Anderson, Erin and Richard L. Oliver (1987), " Perspectives on Behavior-Based Versus Outcome-Based Salesforce Control System, " *Journal of Marketing*, 51 (October), 76-88.
- Avila, Ramon A. and Edward F. Fern (1986), " The Selling Situation as a Moderator of the Personality-Sales Performance Relationship: an Empirical Investigation, " *Journal of Personal Selling & Sales Management*." 48 (Winter), 11-29.
- Bagozzi, Richard P. (1984), " A Prospectus for Theory Construction in Marketing", *Journal of Marketing*, 48 (Winter), 11-29
- Basu, Amiya K., Rajiv Lsl, V. Srinivasan, and Richard Staelin (1985), "Sales Compensation Plant : An Agency Theoretic Perspective, " *Marketing Science*, 4 (Fall), 267-91.
- Behrman, Dought N. and William D.Perreault, Jr. (1982), "Measuring the Performance of Industrial Salespersons," *Journal of Business Rearch*, 10 (September), 355-70.
- Bollen, Kenneth and Richard Lennox (1991), "Coventional Wisdom on Measurement : A Structural Equation Perspective," *Psychological Bulletin*, 110 (September), 355-70.
- Buzzotta, Victor R. and Robert E. Lefton (1982), "Is There a Preferred Style of Sales Management?" *Journal of Personal Selling % Sales Management*, 2 (November), 1-7.
- Churchill, Gilbert A., Jr., Neil M. Ford, Steven W. Hartley, and Orville C. Walker, Jr. (1985) "The Determinants of Salesperson Performance : A Meta-Analysis, " *Journal of Marketing Research*, 22 (May), 103-18.

ภาคผนวก

- | | |
|---|-------------------------|
| 1. พนักงานขายรถยนต์ของบริษัท โตโยต้ามอเตอร์ประเทศไทย จำกัด | โทร. 368-1000 |
| 2. พนักงานขายรถยนต์ของบริษัท ฮอนด้าคาร์ (ประเทศไทย) จำกัด | โทร. 233-5187-6 |
| 3. พนักงานขายรถยนต์ของ บริษัท เอ็มเอ็มซี สิทธิผล จำกัด | โทร. 314-3605-11 |
| 4. พนักงานขายรถยนต์ของ บริษัท เวลด์แชมปีเปียนคาร์ จำกัด | โทร. 512-2802 |
| 5. พนักงานขายรถยนต์ของ บริษัท สยามกลการ จำกัด | โทร. 215-3158 |
| 6. พนักงานขายรถยนต์ของ บริษัท นิวเอร่าไซเคิล แอนด์แคร์เรจ จำกัด | โทร. 533-6688-71 |
| 7. พนักงานขายรถยนต์ของ บริษัท สุโกศล มาสด้า จำกัด | โทร. 226-4125-9 |
| 8. พนักงานขายรถยนต์ของ บริษัท ธนบุรีพานิช จำกัด | โทร. 255-2893 |
| 9. พนักงานขายรถยนต์ของ บริษัท ไทยยานยนต์ จำกัด | โทร. 214-2525-7 |
| 10. พนักงานขายรถยนต์ของ บริษัท สวีดิชมอเตอร์ จำกัด | โทร. 253-0620-32 |
| 11. พนักงานขายรถยนต์ของ บริษัท ยูไนเต็ด ออโตเซลส์ จำกัด | โทร. 262-0649, 579-5805 |
| 12. พนักงานขายรถยนต์ของ บริษัท พระนครยนตรการ จำกัด | โทร. 215-0667-9 |
| 13. พนักงานขายรถยนต์ของ บริษัท ยูโรเปียน โอโตโมบิลส์ จำกัด | โทร. 234-0921-6 |
| 14. พนักงานขายรถยนต์ของ บริษัท เยอรมันมอเตอร์เวิร์ค จำกัด | โทร. 938-5239-43 |
| 15. พนักงานขายรถยนต์ของ บริษัท ออโตเทคนิค (ประเทศไทย) จำกัด | โทร. 252-4889 |
| 16. พนักงานขายรถยนต์ของ บริษัท สยามซูบารุ จำกัด | โทร. 318-1038-41 |
| 17. พนักงานขายรถยนต์ของ บริษัท สยามอินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด | โทร. 245-1171 |
| 18. พนักงานขายรถยนต์ของ บริษัท ไคฮัทสุ-พระนครมอเตอร์ จำกัด | โทร. 277-5054 |
| 19. พนักงานขายรถยนต์ของ บริษัท ไทยแคว มอเตอร์เซลส์ จำกัด | โทร. 374-7559 |
| 20. พนักงานขายรถยนต์ของ บริษัท อิตัลสยามมอเตอร์ จำกัด | โทร. 245-4160-9 |
| 21. พนักงานขายรถยนต์ของ บริษัท ยนตรีกิจ (ประเทศไทย) จำกัด | โทร. 245-0668-9 |
| 22. พนักงานขายรถยนต์ของ บริษัท ไทย-ยุโรป คอรัปอเรชั่น ออโตเซลส์ จำกัด | โทร. 235-7600 |
| 23. พนักงานขายรถยนต์ของ บริษัท วิวมอเตอร์สปอร์ต จำกัด | โทร. 249-0281-5 |
| 24. พนักงานขายรถยนต์ของ บริษัท จากัวร์ ประเทศไทย จำกัด | โทร. 261-5000-11 |
| 25. พนักงานขายรถยนต์ของ บริษัท โลด์สคาร์ (ประเทศไทย) จำกัด | โทร. 513-2019 |
| 26. พนักงานขายรถยนต์ของ บริษัท ไทยอัลติเมทคาร์ จำกัด | โทร. 278-0875 |

Final Statistics:

Variable	Communality	*	Factor	Eigenvalue	Pct of Var	Cum Pct
H	.54478	*	1	10.71741	25.5	25.5
I	.68345	*	2	2.87617	6.8	32.4
J	.57659	*	3	2.35971	5.6	38.0
K	.66198	*	4	2.03716	4.9	42.8
L	.60206	*	5	1.64952	3.9	46.8
M	.56952	*	6	1.55623	3.7	50.5
N	.59904	*	7	1.39313	3.3	53.8
O	.66632	*	8	1.22977	2.9	56.7
P	.52780	*	9	1.15322	2.7	59.5
Q	.48508	*	10	1.08305	2.6	62.0
R	.44961	*				
S	.55559	*				
T	.65439	*				
U	.57714	*				
V	.62339	*				
W	.56887	*				
X	.55813	*				
Y	.68153	*				
Z	.64006	*				
AA	.75477	*				
AB	.68478	*				
AC	.71321	*				
AD	.71229	*				
AE	.67884	*				
AF	.60524	*				
AG	.68563	*				
AH	.67477	*				
AI	.70538	*				
AJ	.67407	*				
AK	.73683	*				
AL	.64159	*				
AM	.53963	*				

----- FACTOR ANALYSIS -----

Variable	Communality	* Factor	Eigenvalue	Pct of Var	Cum Pct
AN	.57406	*			
AO	.64525	*			
AP	.61862	*			
AQ	.63004	*			
AR	.60311	*			
AS	.58252	*			
AT	.54167	*			
AU	.61869	*			
AV	.59107	*			
AW	.61799	*			

VARIMAX rotation 1 for extraction 1 in analysis 1 - Kaiser Normalization.

VARIMAX converged in 13 iterations.

Rotated Factor Matrix:

	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5
H	.03702	.64319	.01015	.04527	-.01213
I	.19658	.72740	.07239	.14755	.10686
J	.06331	.64355	.17847	-.07672	-.00945
K	.19867	.66473	.18420	.12823	-.08503
L	.19830	.66927	.12836	.20282	.04838
M	.14835	.47315	.16511	.17786	-.06619
N	.17760	.64248	.16786	.29081	-.06053
O	.29916	.36348	.10137	.58323	-.08327
P	.36492	.28538	.07252	.47377	-.21827
Q	.26798	.16212	-.21455	.03988	.48941
R	.15775	-.06700	-.02611	-.04596	.60190
S	.04376	.22231	.26955	.56430	.06034
T	-.18491	.01953	-.02543	-.06724	.75375
U	-.10250	-.11951	-.00252	.05628	.71331
V	.06338	.12032	.04134	-.22099	.66575
W	.12160	.15107	.04089	.67747	-.05782
X	.18221	.02575	.04700	.62892	-.07356
Y	.21930	.18696	.24878	.12661	.04070
Z	.21802	-.11427	-.08927	.00558	.35538
AA	.70217	.18952	.21764	.02571	.01186
AB	.76100	.12770	.13606	.16186	-.00131
AC	.72811	.19202	.16790	.21055	.01689
AD	.75920	.10339	.19440	.11909	.00455
AE	.57967	.34722	-.11736	-.06620	-.04920

----- F A C T O R A N A L Y S I S -----

	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5
AF	.55433	.19080	.14837	.27075	.05056
AG	.47922	.03291	.47556	.31743	.09795
AH	.55604	.18796	.48413	.10300	.07888
AI	.63633	.07452	.45559	.15764	.02344
AJ	.19903	.23794	.09995	.16458	-.02518
AK	.11743	.21160	.01211	.05950	.01890
AL	.17991	.17466	.47813	.22371	-.08678
AM	.20902	.04227	.59635	.19385	-.05223
AN	.18393	.09298	.14598	.12868	.18069
AO	.10144	-.00374	.39363	-.05802	.03248
AP	.00027	.11525	-.06916	.09432	.11640
AQ	.07875	.26439	.71259	.06067	-.06027
AR	.21599	.20161	.57488	.11562	-.08713
AS	.31807	.11874	.63655	-.04993	-.03006
AT	.16650	.02750	.00814	.10722	.12218
AU	.15722	.14707	.31834	.02033	-.06663
AV	.22933	.06705	.19913	.03747	.15072
AW	.10641	-.08107	.04862	.25948	-.08383
	Factor 6	Factor 7	Factor 8	Factor 9	Factor 10
H	-.06615	.22918	.04883	-.02922	.25939
I	-.17983	.19998	.03703	.00642	-.05934
J	.04333	.32184	.02915	.10736	-.05253
K	.21086	-.17946	.01591	.12565	.17418
L	.13574	.06949	.15422	.03199	-.08248
M	.46247	.03410	-.10772	.17834	-.04385
N	.16892	-.05393	-.06318	-.04319	.03182
O	.00888	-.00284	.21207	-.19958	-.04943
P	-.10372	-.03258	.10423	-.09608	-.06259
Q	.02324	.21833	.16143	-.01793	-.15891
R	-.10163	.00456	.07693	.18832	.05860
S	-.30781	.03084	.06101	.02851	.09643
T	.09768	.00763	-.01685	-.02407	.18988
U	.02827	-.09283	-.10875	.05124	.12841
V	.16182	-.02471	-.02624	-.15490	-.24422
W	.16188	.09665	.11412	.13293	.03227
X	.28769	.13301	.03752	.13379	.03668
Y	.05956	-.01054	-.09202	.69053	.17304
Z	.19419	-.08759	.23998	.49176	-.31682
AA	.03607	.06233	.11672	.39839	-.01100
AB	.04086	.08219	.17803	.02502	-.06238
AC	.05213	-.03826	.11349	.22448	.07693
AD	.10805	.08790	.20848	.09636	-.03272
AE	.18338	.18829	.12398	-.15353	.30604
AF	.24697	.13411	.09407	-.11954	.24811
AG	.28613	.11647	-.04875	-.13970	-.03233

----- FACTOR ANALYSIS -----

	Factor 6	Factor 7	Factor 8	Factor 9	Factor 10
AH	.18440	.11563	-.10215	.06031	.13268
AI	.01108	.14913	-.03363	.09981	.16878
AJ	.03338	.71316	.06579	-.09681	.12931
AK	.15726	.78697	.15873	.05307	-.04651
AL	.38585	.22790	-.00573	.25088	.16955
AM	.23797	.13282	-.01907	.15266	-.01675
AN	.66301	.11345	.06725	-.02552	-.05872
AO	.65474	.09658	.15771	.05768	.09677
AP	.45563	-.33957	.21227	.15722	.43061
AQ	.02930	-.13747	.09691	.07381	.06517
AR	.10920	-.00488	.37265	-.06000	-.09976
AS	.06367	.06967	.18903	.01479	.11747
AT	.19308	.03889	.66569	-.04621	.05118
AU	-.04371	.01997	.67398	-.00245	.09789
AV	.01780	.08117	.17383	.05839	.65550
AW	-.01162	.36336	.60352	.11207	.12000

Factor Transformation Matrix:

	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5
Factor 1	.59237	.44118	.42290	.32996	-.00311
Factor 2	.19372	-.35229	.03318	-.24992	.78147
Factor 3	-.14271	.65438	-.46525	-.01399	.46535
Factor 4	-.42512	.38066	.39608	-.12827	.03882
Factor 5	-.49785	-.11813	.08730	.03752	-.08380
Factor 6	-.13939	-.05733	-.36223	.75055	.07567
Factor 7	-.18475	.16358	.23837	-.11035	.14869
Factor 8	-.25960	-.19321	.46466	.46953	.34962
Factor 9	.03759	-.13100	-.18144	.08005	-.04478
Factor 10	-.20063	.09817	-.04734	-.09080	-.11019

	Factor 6	Factor 7	Factor 8	Factor 9	Factor 10
Factor 1	.24391	.19214	.20723	.11809	.11587
Factor 2	.32497	-.07984	.08797	.20618	.04337
Factor 3	-.10909	.28656	-.04102	-.14586	-.03513
Factor 4	.36892	-.34760	-.45704	.13664	.12266
Factor 5	.48790	.47144	.44362	-.19525	.16406
Factor 6	.22453	-.43943	.12359	.13412	.01592
Factor 7	-.45468	-.39162	.57927	-.04630	.38757
Factor 8	-.40792	.30022	-.22845	-.02558	-.16524
Factor 9	-.11339	.25171	-.30618	.26783	.83570
Factor 10	-.11157	.17765	.21256	.87918	-.25560

- - - - - F A C T O R A N A L Y S I S - - - - -

Factor Score Coefficient Matrix:

	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5
H	-.06234	.21585	-.05140	-.06178	.00192
I	-.02049	.24088	-.00708	-.01094	.07379
J	-.08277	.22387	.03711	-.14896	-.01123
K	-.01750	.22841	-.03837	-.04903	-.04911
L	-.04437	.21705	-.02566	.00214	.02496
M	-.04366	.13541	-.04410	.00716	-.05665
N	-.02447	.19375	-.01389	.06755	-.00597
O	.01496	.04787	-.02855	.25310	.01940
P	.07997	.03151	-.04444	.18878	-.04889
Q	.07579	.04258	-.12015	.01010	.19063
R	.03447	-.02677	.00420	.01018	.24727
S	-.10723	.00244	.13365	.31171	.11779
T	-.10006	.02083	.04521	.04192	.32286
U	-.05609	-.04425	.05561	.12982	.31842
V	.02460	.07333	.07014	-.09520	.27396
W	-.08121	-.04058	-.06983	.35019	.00702
X	-.03975	-.09787	-.08161	.32672	-.01602
Y	-.03397	.03052	.01171	.01109	-.01214
Z	.02916	-.02301	-.09252	-.00561	.09105
AA	.18946	.00710	-.04059	-.11435	-.03650
AB	.24398	-.03938	-.06297	-.02594	-.01508
AC	.20984	-.01175	-.07274	.00084	-.01326
AD	.22779	-.04860	-.04596	-.05738	-.02379
AE	.22166	.07075	-.20756	-.16818	-.07175
AF	.14342	-.03954	-.06598	.05683	.01583
AG	.08730	-.11230	.14888	.11792	.07181
AH	.12097	-.03443	.12467	-.03877	.03705
AI	.15712	-.08948	.11420	-.00530	.02285
AJ	-.02394	-.01943	-.00217	.02309	.00243
AK	-.06658	-.00109	-.04325	-.03614	-.01148
AL	-.08903	-.03319	.11757	.04153	-.04392
AM	-.05631	-.07418	.22705	.04812	-.00180
AN	-.01259	-.02253	-.02854	.02268	.03629
AO	-.06655	-.04981	.09540	-.10073	-.03340
AP	-.04619	.04888	-.15018	.01963	-.00554
AQ	-.10747	.05915	.31872	-.04193	.01714
AR	-.05824	.02252	.23319	-.03643	-.00787
AS	.00623	-.02144	.25417	-.12529	.00321
AT	-.02831	-.01142	-.05898	-.00509	.02775
AU	-.06551	.03290	.10937	-.09004	-.02297
AV	.01567	-.04165	.01485	-.02874	.05751
AW	-.08662	-.09700	-.02873	.08923	-.03651

----- F A C T O R A N A L Y S I S -----

	Factor 6	Factor 7	Factor 8	Factor 9	Factor 10
H	-.07166	.07874	.00500	.00028	.18517
I	-.15780	.04139	-.00532	.01652	-.08457
J	-.02150	.14491	.00567	.10918	-.08949
K	.06866	-.18420	-.00488	.05774	.08137
L	.02654	-.05014	.07057	.00590	-.12800
M	.22808	-.02307	-.09682	.10115	-.09161
N	.05625	-.11118	-.07213	-.07408	-.02324
O	-.03181	-.10171	.06642	-.19951	-.07998
P	-.08376	-.09772	.00832	-.10232	-.07422
Q	-.01678	.08061	.06032	-.03158	-.13830
R	-.13207	.00579	.02507	.11484	.04040
S	-.26254	-.00951	-.01125	.01109	.05148
T	-.00233	.01710	-.01617	-.06058	.14702
U	-.04746	-.02791	-.08089	-.01231	.10539
V	.06011	-.04185	-.01171	-.18459	-.21788
W	.04431	.02108	.00337	.08629	-.00746
X	.12307	.05562	-.05770	.07140	.00086
Y	-.07479	.01608	-.08826	.53115	.09595
Z	.06377	-.05503	.15678	.37045	-.29088
AA	-.07291	-.01436	.00109	.26163	-.05787
AB	-.03681	-.03665	.01677	-.05349	-.08664
AC	-.05524	-.09533	-.01782	.10048	.01892
AD	-.00978	-.02790	.03579	-.00192	-.07176
AE	.09305	.01890	-.00724	-.16878	.23191
AF	.07974	-.00014	-.05406	-.18365	.16425
AG	.07867	.01825	-.13809	-.22699	-.07744
AH	.00020	.02421	-.16323	-.05420	.05488
AI	-.10451	.04869	-.13241	-.01017	.09468
AJ	-.02452	.39491	-.05877	-.05906	.08870
AK	.05836	.44994	.02356	.08438	-.06111
AL	.12569	.12486	-.07720	.14573	.07101
AM	.03984	.07201	-.07383	.05494	-.07613
AN	.34733	.02552	-.01319	-.10111	-.10079
AO	.32181	.03627	.05760	-.03234	.01002
AP	.23504	-.23745	.12917	.06734	.31125
AQ	-.08812	-.11402	.04795	-.00298	-.02315
AR	-.01795	-.07425	.20288	-.10468	-.16159
AS	-.06621	-.00058	.06505	-.05923	.02802
AT	.07735	-.05628	.38964	-.06138	-.00954
AU	-.09094	-.06602	.40686	-.01521	.01215
AV	-.07989	.02268	.03395	-.00528	.50525
AW	-.05348	.18025	.32295	.11784	.06215

----- F A C T O R A N A L Y S I S -----

Covariance Matrix for Estimated Regression Factor Scores:

	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5
Factor 1	1.00000				
Factor 2	.00000	1.00000			
Factor 3	.00000	.00000	1.00000		
Factor 4	.00000	.00000	.00000	1.00000	
Factor 5	.00000	.00000	.00000	.00000	1.00000
Factor 6	.00000	.00000	.00000	.00000	.00000
Factor 7	.00000	.00000	.00000	.00000	.00000
Factor 8	.00000	.00000	.00000	.00000	.00000
Factor 9	.00000	.00000	.00000	.00000	.00000
Factor 10	.00000	.00000	.00000	.00000	.00000

	Factor 6	Factor 7	Factor 8	Factor 9	Factor 10
Factor 6	1.00000				
Factor 7	.00000	1.00000			
Factor 8	.00000	.00000	1.00000		
Factor 9	.00000	.00000	.00000	1.00000	
Factor 10	.00000	.00000	.00000	.00000	1.00000

Final Statistics:

Variable	Communality	*	Factor	Eigenvalue	Pct of Var	Cum Pct
AX	.55047	*	1	6.98479	33.3	33.3
AY	.47423	*	2	1.87992	9.0	42.2
AZ	.57208	*	3	1.51324	7.2	49.4
BA	.50336	*	4	1.25499	6.0	55.4
BB	.63553	*				
BC	.61037	*				
BD	.71926	*				
BE	.38949	*				
BF	.34735	*				
BG	.45260	*				
BH	.55029	*				
BI	.53967	*				
BJ	.47839	*				
BK	.58836	*				
BL	.39283	*				
BM	.60068	*				
BN	.73092	*				
BO	.54529	*				
BP	.56819	*				
BQ	.75223	*				
BR	.63134	*				

----- FACTOR ANALYSIS -----

VARIMAX rotation 1 for extraction 1 in analysis 1 - Kaiser Normalization.

VARIMAX converged in 6 iterations.

Rotated Factor Matrix:

	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4
AX	.70086	.19459	.11491	.09057
AY	.62211	.09648	-.11316	.25512
AZ	.71383	.13777	.00232	.20865
BA	.62481	.27853	.01422	.18760
BB	.79074	.08655	-.03301	.04101
BC	.75762	.17043	.07334	-.04428
BD	-.05680	-.15761	.18304	.81098
BE	.62331	-.00760	.01693	-.02508
BF	.46672	.24539	.24294	-.10143
BG	.60254	.21496	.15343	-.14070
BH	.71155	.01927	.20648	-.03138
BI	.66217	.13789	.20215	-.20329
BJ	.61459	.30089	.09791	-.02338
BK	.13612	.23539	.01089	.71715
BL	.58206	.13846	.18437	.02966
BM	.37223	.65946	.11960	-.11373
BN	.08428	.81838	.07758	.21922
BO	.23714	.68129	.15618	-.02248
BP	.02215	.19523	.68801	.23713
BQ	.27360	.11661	.79172	-.19224
BR	.06883	.03696	.77968	.13167

Factor Transformation Matrix:

	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4
Factor 1	.89302	.37276	.24742	.04844
Factor 2	-.37178	.32647	.77189	.39924
Factor 3	.06255	.02884	-.44411	.89332
Factor 4	.24571	-.86812	.38176	.20061

----- F A C T O R A N A L Y S I S -----

Factor Score Coefficient Matrix:

	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4
AX	.12383	-.01719	-.00715	.04701
AY	.13859	-.04867	-.12611	.16579
AZ	.14516	-.04987	-.06948	.13000
BA	.09696	.06160	-.07380	.10868
BB	.17471	-.08608	-.08230	.02602
BC	.14407	-.03217	-.02679	-.03703
BD	.00669	-.15960	.09935	.52387
BE	.14882	-.12176	-.02876	-.01424
BF	.04965	.05425	.08169	-.08462
BG	.09333	.02157	.02691	-.10478
BH	.15260	-.14337	.07085	-.02607
BI	.11849	-.04471	.06281	-.14280
BJ	.08423	.07868	-.02057	-.03142
BK	-.00949	.09714	-.05753	.45059
BL	.10124	-.03883	.04947	.00768
BM	-.04183	.36845	-.03422	-.10913
BN	-.13613	.51828	-.07138	.09806
BO	-.08014	.39920	-.01053	-.05317
BP	-.07462	.03017	.35934	.11876
BQ	-.00826	-.06140	.42753	-.15689
BR	-.04039	-.09198	.43235	.05558

Covariance Matrix for Estimated Regression Factor Scores:

	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4
Factor 1	1.00000			
Factor 2	.00000	1.00000		
Factor 3	.00000	.00000	1.00000	
Factor 4	.00000	.00000	.00000	1.00000

Final Statistics:

Variable	Communality	*	Factor	Eigenvalue	Pct of Var	Cum Pct
BW	.76968	*	1	5.06214	25.3	25.3
BX	.67773	*	2	2.68386	13.4	38.7

D
P
U

----- FACTOR ANALYSIS -----

Variable	Communality	*	Factor	Eigenvalue	Pct of Var	Cum Pct
BYS	.53161	*	3	1.98333	9.9	48.6
BZ	.81349	*	4	1.65252	8.3	56.9
CA	.76871	*	5	1.13656	5.7	62.6
CB	.59418	*	6	1.02627	5.1	67.7
CC	.78356	*				
CD	.68418	*				
CE	.53104	*				
CF	.80215	*				
CG	.77180	*				
CH	.68315	*				
CI	.68238	*				
CJ	.62082	*				
CK	.64870	*				
CL	.80345	*				
CM	.66261	*				
CN	.66250	*				
CO	.26260	*				
CP	.79036	*				

VARIMAX rotation 1 for extraction 1 in analysis 1 - Kaiser Normalization.

VARIMAX converged in 7 iterations.

Rotated Factor Matrix:

	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5
BW	.85346	-.17847	-.02115	-.06324	.07015
BX	.73429	-.10400	.24289	-.18633	.02479
BYS	.59651	.14022	.37964	-.08738	-.03701
BZ	.23444	-.12536	.84885	-.10194	.10032
CA	.08608	.01734	.83696	-.05686	.20628
CB	-.02345	-.22515	.06741	-.27232	.67327
CC	.25191	.55340	.28644	-.00611	.15188
CD	-.04926	.78453	.06031	-.06509	.03912
CE	-.05668	.33805	.12282	-.14392	.08090
CF	-.10008	-.06763	-.14593	.87138	.05707
CG	.81681	.14489	.00321	-.02607	.07540
CH	.30404	.13496	.10832	-.02729	.04635
CI	.58894	.15593	.52172	.09145	.15053
CJ	.26464	.06667	.41981	-.01117	.19827
CK	.16179	.27981	.41519	.18389	.58135
CL	.12026	.26201	.16133	.04349	.83108

----- F A C T O R A N A L Y S I S -----

	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5
CM	.03081	.76340	-.11299	-.19188	.04106
CN	.09510	.78635	-.14958	-.02417	-.06413
CO	.01080	.47430	.12676	.05387	.10652
CP	-.12853	-.11618	.05029	.83355	-.15070

Factor 6

BW	.00822
BX	-.18277
BYS	-.05463
BZ	.04260
CA	.12132
CB	.10457
CC	-.55561
CD	.23845
CE	.60927
CF	.06078
CG	.27794
CH	-.06194
CI	.08940
CJ	.57504
CK	-.00726
CL	.04141
CM	-.16618
CN	.08963
CO	.08491
CP	-.20074

Factor Transformation Matrix:

	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5
Factor 1	.71036	.30230	.52252	-.15690	.31037
Factor 2	-.34809	.91115	-.15570	-.07735	.10424
Factor 3	-.54849	-.19069	.54101	.15060	.51229
Factor 4	.10861	.16985	.10352	.92099	-.02062
Factor 5	.19740	-.01794	-.27514	.31164	-.09836
Factor 6	.15041	-.11348	-.56887	.03715	.78757

----- F A C T O R A N A L Y S I S -----

Factor 6

Factor 3 .29152
 Factor 4 -.31621
 Factor 5 .88217
 Factor 6 -.13870

Factor Score Coefficient Matrix:

	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5
BW	.31174	-.10243	-.18487	.01323	.05967
BX	.20477	-.06564	.02115	-.08603	-.02925
BYS	.13465	.03673	.13423	-.01765	-.13938
BZ	-.07161	-.06392	.43855	-.05462	-.13237
CA	-.12324	-.01468	.42645	-.02361	-.06432
CB	-.03787	-.15166	-.12857	-.15956	.50547
CC	-.00018	.20166	.13060	-.01033	.04813
CD	-.05014	.28560	.02210	.00283	-.07277
CE	-.04311	.10317	.02276	-.03356	-.05518
CF	.05161	.00190	-.09597	.53692	.09568
CG	.29557	.01492	-.18327	.06596	.00660
CH	.26101	.02244	-.08647	.03636	-.00888
CI	.11987	.03086	.16227	.10593	-.04234
CJ	.03347	-.01198	.11364	.05689	-.01553
CK	-.02207	.06031	.07519	.13966	.32180
CL	-.00197	.02700	-.13368	.05952	.57199
CM	-.01170	.27930	-.06659	-.10067	.00830
CN	.03878	.29438	-.09372	.02651	-.08762
CO	-.02905	.16960	.04296	.05805	.00377
CP	-.00094	.00746	.09716	.48457	-.08431

Factor 6

BW .03019
 BX -.15481
 BYS -.05767
 BZ -.03254
 CA .01725
 CB .00025
 CC -.49067
 CD .16025

----- FACTOR ANALYSIS -----

	Factor 6
CI	.04458
CJ	.42461
CK	-.07719
CL	-.05482
CM	-.16245
CN	.07228
CO	.04311
CP	-.08970

Covariance Matrix for Estimated Regression Factor Scores:

	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5
Factor 1	1.00000				
Factor 2	.00000	1.00000			
Factor 3	.00000	.00000	1.00000		
Factor 4	.00000	.00000	.00000	1.00000	
Factor 5	.00000	.00000	.00000	.00000	1.00000
Factor 6	.00000	.00000	.00000	.00000	.00000

	Factor 6
Factor 6	1.00000

Final Statistics:

Variable	Communality	*	Factor	Eigenvalue	Pct of Var	Cum Pct
BW	.78269	*	1	5.07740	24.2	24.2
BX	.67601	*	2	2.68753	12.8	37.0
BYS	.54025	*	3	1.98848	9.5	46.4
BZ	.81487	*	4	1.66591	7.9	54.4
C	.67698	*	5	1.13770	5.4	59.8
CA	.80902	*	6	1.10692	5.3	65.1
CB	.66612	*	7	1.02545	4.9	69.9
CC	.80213	*				
CD	.69988	*				
CE	.59363	*				
CF	.81277	*				
CG	.77285	*				
CH	.68131	*				
CI	.68207	*				
CJ	.62108	*				
CK	.65887	*				
CL	.81147	*				
CM	.67663	*				
CN	.74514	*				
CO	.35835	*				
CP	.80726	*				

VARIMAX rotation 1 for extraction 1 in analysis 1 - Kaiser Normalization.

VARIMAX converged in 8 iterations.

Rotated Factor Matrix:

	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5
BW	.85499	-.19769	-.03998	.06053	-.08026
BX	.73441	-.10008	.24090	.02074	-.18563
BYS	.59486	.15121	.38965	-.02132	-.07151
BZ	.23909	-.16076	.83869	.10654	-.10963
C	-.10847	-.13992	-.08625	-.01204	.01391
CA	.07860	.01435	.85495	.21384	-.03531
CB	-.04846	-.18914	.09446	.63993	-.24255
CC	.27257	.50297	.26640	.20547	-.03730
CD	-.05457	.78309	.08841	.07493	-.04529

----- FACTOR ANALYSIS -----

	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5
CE	-.04734	.25787	.09687	.09126	-.18314
CF	-.10277	-.07350	-.14427	.07444	.87592
CG	.81217	.13808	.00349	.08023	-.02423
CH	.80313	.13322	.11011	.05645	-.02528
CI	.59476	.12608	.51237	.17675	.08334
CJ	.25515	.03575	.42549	.19406	-.00741
CK	.17585	.19455	.38185	.61751	.13894
CL	.12290	.18418	.13672	.84947	.00494
CM	.02558	.78318	-.08155	.07463	-.16794
CN	.08125	.83646	-.09908	-.03032	.02474
CO	.03604	.37760	.08101	.14988	-.00543
CP	-.12699	-.10643	.05662	-.12884	.84557

	Factor 6	Factor 7
BW	.01806	.02408
BX	-.18064	-.03301
BY\$	-.05193	-.05863
BZ	.04536	.05509
C	.03514	.79789
CA	.11186	-.11050
CB	.07696	-.38054
CC	-.51052	.31566
CD	.25938	.03025
CE	.64350	.24403
CF	.05657	.00325
CG	.28903	-.05986
CH	-.05007	-.00946
CI	.10536	.02509
CJ	.57805	-.04249
CK	.03148	.20658
CL	.07596	.12788
CM	-.14667	.02585
CN	.09528	-.13584
CO	.13818	.40783
CP	-.21053	.02637

Factor Transformation Matrix:

	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5
Factor 1	.71393	.26362	.51622	.33155	-.16807
Factor 2	-.34430	.88469	-.13853	.15285	-.07551
Factor 3	-.54029	-.25531	.52815	.50740	.14760

----- FACTOR ANALYSIS -----

	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5
Factor 4	.14324	.12503	.07605	.01306	.88997
Factor 5	.17256	.00738	-.25520	-.09409	.35428
Factor 6	.08355	-.20601	-.09921	-.12479	-.16319
Factor 7	.15022	-.15658	-.59551	.76464	-.00821

	Factor 6	Factor 7
Factor 1	.12375	.02883
Factor 2	.12380	.18762
Factor 3	.28471	.06052
Factor 4	-.30026	.27511
Factor 5	.84334	-.24381
Factor 6	.27185	.90809
Factor 7	-.11406	.02335

Factor Score Coefficient Matrix:

	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5
BW	.31475	-.12310	-.20142	.05156	-.00608
BX	.20472	-.05955	.02181	-.03447	-.08534
BYS	.13090	.05871	.14678	-.13377	.00173
BZ	-.06657	-.07347	.43670	-.12835	-.05495
C	.00128	-.13379	-.05162	-.00342	-.05448
CA	-.13216	.01147	.45168	-.06420	.00739
CB	-.06305	-.10880	-.09926	.47822	-.12555
CC	.01770	.17275	.11124	.07593	-.03739
CD	-.05767	.30255	.04508	-.06329	.02526
CE	-.03168	.04323	-.00445	-.05313	-.07040
CF	.04672	.00237	-.08969	.10604	.54466
CG	.28971	.01537	-.18243	.00241	.06936
CH	.25880	.02714	-.08345	-.00939	.03906
CI	.12167	.02677	.15903	-.03003	.10772
CJ	.02539	-.01921	.12317	-.02583	.06527
CK	-.01127	.01314	.04842	.33863	.10689
CL	.00049	-.01747	-.15424	.57316	.02860
CM	-.01836	.30598	-.04243	.01661	-.07874
CN	.02095	.35053	-.05044	-.08016	.07602
CO	-.00467	.09623	-.00253	.02933	.00360
CP	-.00210	.02040	.10887	-.06811	.49933

----- FACTOR ANALYSIS -----

	Factor 6	Factor 7
BW	.03931	.06301
BX	-.15557	.00320
BYS	-.06474	-.05414
BZ	-.03480	.05673
C	.04625	.69751
CA	-.00049	-.11442
CB	-.02492	-.31673
CC	-.46627	.21395
CD	.15924	-.05119
CE	.47959	.19526
CF	.11664	-.04848
CG	.24192	-.04580
CH	-.03796	-.00608
CI	.04639	.00231
CJ	.41942	-.04368
CK	-.05666	.12499
CL	-.03659	.06279
CM	-.16246	-.04542
CN	.05798	-.19473
CO	.07929	.30862
CP	-.09636	-.02279

Covariance Matrix for Estimated Regression Factor Scores:

	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5
Factor 1	1.00000				
Factor 2	.00000	1.00000			
Factor 3	.00000	.00000	1.00000		
Factor 4	.00000	.00000	.00000	1.00000	
Factor 5	.00000	.00000	.00000	.00000	1.00000
Factor 6	.00000	.00000	.00000	.00000	.00000
Factor 7	.00000	.00000	.00000	.00000	.00000

	Factor 6	Factor 7
Factor 6	1.00000	
Factor 7	.00000	1.00000

----- FACTOR ANALYSIS -----

Analysis number 1 Listwise deletion of cases with missing values

Extraction 1 for analysis 1, Principal Components Analysis (PC)

Initial Statistics:

Variable	Communality	* *	Factor	Eigenvalue	Pct of Var	Cum Pct
CQ	1.00000	*	1	19.22256	28.7	28.7
CR	1.00000	*	2	3.87088	5.8	34.5
CS	1.00000	*	3	2.49619	3.7	38.2
CT	1.00000	*	4	2.24255	3.3	41.5
CU	1.00000	*	5	2.08430	3.1	44.7
CV	1.00000	*	6	1.85092	2.8	47.4
CW	1.00000	*	7	1.68892	2.5	49.9
CX	1.00000	*	8	1.59150	2.4	52.3
CY	1.00000	*	9	1.54839	2.3	54.6
CZ	1.00000	*	10	1.47194	2.2	56.8
DA	1.00000	*	11	1.32461	2.0	58.8
DB	1.00000	*	12	1.24790	1.9	60.7
DC	1.00000	*	13	1.21622	1.8	62.5
DD	1.00000	*	14	1.12675	1.7	64.2
DE	1.00000	*	15	1.10720	1.7	65.8
DF	1.00000	*	16	1.06985	1.6	67.4
DG	1.00000	*	17	.97158	1.5	68.9
DH	1.00000	*	18	.94632	1.4	70.3
DI	1.00000	*	19	.93261	1.4	71.7
DJ	1.00000	*	20	.90097	1.3	73.0
DK	1.00000	*	21	.82129	1.2	74.2
DL	1.00000	*	22	.80477	1.2	75.4
DM	1.00000	*	23	.77480	1.2	76.6
DN	1.00000	*	24	.73090	1.1	77.7
DO	1.00000	*	25	.72501	1.1	78.8
DP	1.00000	*	26	.70821	1.1	79.8
DQ	1.00000	*	27	.68895	1.0	80.8
DR	1.00000	*	28	.66434	1.0	81.8
DS	1.00000	*	29	.65313	1.0	82.8
DT	1.00000	*	30	.59569	.9	83.7
DU	1.00000	*	31	.58561	.9	84.6
DV	1.00000	*	32	.55271	.8	85.4
DW	1.00000	*	33	.51882	.8	86.2
DX	1.00000	*	34	.49136	.7	86.9
DY	1.00000	*	35	.47889	.7	87.6

----- FACTOR ANALYSIS -----

Variable	Communality	*	Factor	Eigenvalue	Pct of Var	Cum Pct
DZ	1.00000	*	36	.45229	.7	88.3
EA	1.00000	*	37	.44053	.7	89.0
EB	1.00000	*	38	.43751	.7	89.6
EC	1.00000	*	39	.42780	.6	90.2
ED	1.00000	*	40	.39665	.6	90.8
EE	1.00000	*	41	.39221	.6	91.4
EF	1.00000	*	42	.37764	.6	92.0
EG	1.00000	*	43	.37433	.6	92.5
EH	1.00000	*	44	.34746	.5	93.1
EI	1.00000	*	45	.34499	.5	93.6
EJ	1.00000	*	46	.32198	.5	94.1
EK	1.00000	*	47	.31973	.5	94.5
EL	1.00000	*	48	.29077	.4	95.0
EM	1.00000	*	49	.27428	.4	95.4
EN	1.00000	*	50	.26085	.4	95.8
EO	1.00000	*	51	.25928	.4	96.2
EP	1.00000	*	52	.25421	.4	96.5
EQ\$	1.00000	*	53	.23893	.4	96.9
ER	1.00000	*	54	.21224	.3	97.2
ES	1.00000	*	55	.20355	.3	97.5
ET	1.00000	*	56	.19814	.3	97.8
EU	1.00000	*	57	.17582	.3	98.1
EV	1.00000	*	58	.17310	.3	98.3
EW	1.00000	*	59	.16427	.2	98.6
EX	1.00000	*	60	.15258	.2	98.8
EY	1.00000	*	61	.14622	.2	99.0
EZ	1.00000	*	62	.13602	.2	99.2
FA	1.00000	*	63	.13355	.2	99.4
FB	1.00000	*	64	.11788	.2	99.6
FC	1.00000	*	65	.11297	.2	99.8
FD	1.00000	*	66	.10714	.2	99.9
FE	1.00000	*	67	.04844	.1	100.0

PC extracted 16 factors.

Factor Matrix:

	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5
CQ	.43589	-.29438	.14515	-.43141	.00200
CR	-.02456	.22935	.38021	.19890	.11977
CS	.14285	-.08129	-.18594	.71031	.49982
CT	.46546	-.31284	-.09132	.07622	-.16332
CU	.41787	-.18056	-.08119	-.10990	.12369
CV	.48536	-.01576	.09588	-.17204	.26726
CW	.50927	-.03136	.19890	-.26848	.34173

- - - - - F A C T O R A N A L Y S I S - - - - -

	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5
CX	.48764	.05644	.13811	-.23061	.16332
CY	.02877	-.14964	.41477	-.15641	.01480
CZ	.49177	-.28746	.24736	.10957	-.10600
DA	.50923	-.16297	.40100	.06427	.04455
DB	.52315	-.20110	.22975	.03136	-.17881
DC	.53445	-.24351	.15580	.02458	-.28733
DD	.62809	-.25701	.00954	.00467	-.24084
DE	.46230	-.12996	.28731	-.01301	-.05968
DF	.44843	-.14351	.28453	.16926	-.02251
DG	.59400	-.05688	.20832	-.10536	.16376
DH	.62054	-.13238	-.04980	-.08268	.05806
DI	.60598	-.19832	-.08576	.00168	.26405
DJ	.56597	-.10657	.17119	-.20193	.11746
DK	.60913	-.23255	.13334	.06295	.04925
DL	.49630	-.31772	-.15379	-.01985	-.27222
DM	.62072	-.26001	-.26280	.07785	-.09508
DN	.54990	-.27856	-.21019	.07574	-.21583
DO	.24013	-.08706	.00271	.00854	-.02748
DP	.43664	-.16546	-.06365	.09629	.20246
DQ	.55871	-.10061	.26718	.06795	.25211
DR	.59955	-.27755	.00578	.08794	.12720
DS	.61843	-.34626	.01606	-.04015	.10511
DT	.62487	-.22101	.01674	-.07761	.03853
DU	.69476	-.25581	-.11165	-.02993	.04621
DV	.67907	.01332	.02254	-.01067	-.00681
DW	.65565	-.06802	-.08048	-.12618	.05560
DX	.61759	-.14010	-.26008	.01723	-.09693
DY	.52478	-.12770	-.28070	.06806	-.24125
DZ	.63581	-.15176	-.21038	.09968	-.14163
EA	.60841	-.15861	-.16405	.01659	-.03841
EB	.53440	-.13890	-.24243	.04926	-.06998
EC	.62215	-.21767	-.29886	.00381	.13167
ED	.68742	.02658	-.06449	-.01079	.22360
EE	.55291	.24921	-.17303	-.11709	.25382
EF	.60544	.41528	-.13184	-.22178	.24699
EG	.56664	.34350	-.21404	-.24680	-.01159
EH	.64389	.27084	-.16812	-.05820	.12693
EI	.52533	.46568	-.25476	-.15326	-.02372
EJ	.58770	.37138	-.26250	-.25054	-.03684
EK	.53582	.38030	-.36463	-.13180	-.04037
EL	.53398	.28169	-.17824	.04733	-.14605
EM	.49868	.40483	.05160	-.07277	-.14766
EN	.53529	.33892	.27094	-.01918	.07914
EO	.51731	.34838	.22589	-.02954	-.01405
EP	.49687	.40720	.18935	.16628	-.08734
EQ\$.52100	.33620	.18081	.06592	-.13463
ER	.51184	.28378	.11988	.18106	-.19656
ES	.51964	.37254	.06156	.19305	-.31057

----- F A C T O R A N A L Y S I S -----

	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	Factor 5
ET	.57035	.25584	.05541	.27145	-.08746
EU	.50790	.37507	.16248	.17080	.00697
EV	.48727	.34781	.14174	.08177	-.06656
EW	.53712	-.09695	-.11674	.04063	-.02506
EX	.44907	.08732	.26999	.00793	.01391
EY	.62014	.29797	-.01972	.03344	.02654
EZ	.24539	.08520	-.19570	.70412	.43788
FA	.24376	.06356	.14432	.36747	-.31563
FB	.55686	.02245	.04238	.15766	-.37299
FC	.57694	-.10476	.11557	.11130	.03567
FD	.59785	-.10845	.06587	-.04885	-.09845
FE	.61100	-.02371	.16491	-.07259	.12630
	Factor 6	Factor 7	Factor 8	Factor 9	Factor 10
CQ	.17945	.08342	-.04077	-.25198	-.12709
CR	-.01210	.01363	.51057	.02121	.37494
CS	.21225	.10485	-.10342	.02783	-.16411
CT	.09358	.29902	-.20744	.11902	.07381
CU	.25850	.21957	-.00067	.06127	.35255
CV	.03710	.00437	-.00078	.34027	-.08524
CW	.01480	-.03303	-.23982	.10937	-.07272
CX	-.00906	-.04205	.03056	.35998	-.04295
CY	.12162	.22002	-.13006	.19967	-.21753
CZ	.14557	-.01574	.27476	-.10043	-.18154
DA	.04088	.04393	.31260	-.01196	-.11260
DB	-.02417	.04790	.38504	-.11252	.02372
DC	.20757	.22848	.18728	.06351	-.18490
DD	.17884	.19445	-.02325	.00407	.01663
DE	.23449	-.02239	.03276	.08641	-.06318
DF	.05270	.06452	.17810	.32061	.12347
DG	-.27458	.09604	.00880	.02549	.11959
DH	-.12874	.07599	.06513	-.15955	.22840
DI	-.11487	-.01690	-.02978	-.05797	-.07713
DJ	-.09292	.08939	-.04939	.03767	.09627
DK	-.05313	-.09450	-.06520	-.02422	.20345
DL	.14506	.14584	-.15036	.11151	-.03169
DM	-.03511	-.00904	-.14301	.00017	.27828
DN	-.00548	.08421	-.04318	.25791	.24777
DO	.07761	.09729	.08575	.04950	.15310
DP	-.04570	.14666	.02867	-.13069	.39982
DQ	.16337	-.05487	.11005	.06784	.00317
DR	.08724	-.22585	-.15258	.01722	.15472
DS	-.13732	-.25688	-.19660	-.17034	.10463
DT	-.12144	-.32861	-.09610	.10311	.13975
DU	-.16937	-.06163	-.02826	.04603	.01507
DV	-.04612	.05132	-.05338	-.00475	-.12681

----- F A C T O R A N A L Y S I S -----

	Factor 6	Factor 7	Factor 8	Factor 9	Factor 10
DW	.03514	.02706	-.19776	-.03413	-.25515
DX	-.13894	.02293	.03760	.27977	-.12977
DY	-.11980	-.13573	.15578	.19441	-.05067
DZ	-.00468	-.44797	.05951	.06324	-.03906
EA	.06302	-.23174	.01291	.16810	-.11931
EB	.00090	-.33830	.21318	-.09900	-.11342
EC	-.05433	-.18932	.12553	-.16393	-.16579
ED	-.08879	-.10182	.11390	.01431	-.14431
EE	-.06401	-.07718	.24750	-.01908	-.05952
EF	.04712	.07095	.06545	-.03849	.03667
EG	.04477	.16848	.11496	.08396	-.07801
EH	-.02515	.10448	.26681	-.07177	-.05419
EI	.02625	.03055	.13717	-.15459	-.02773
EJ	.07435	.11806	.09191	-.01732	.08096
EK	.12362	.21761	.03057	.03595	.17895
EL	.35489	.06666	-.01402	.03704	-.05667
EM	.08388	-.18561	.00798	.12685	-.13559
EN	.07183	-.29781	-.03936	-.15871	.06112
EO	.35159	-.24258	-.21765	-.05257	.04665
EP	.17489	-.25777	-.19507	.00827	.09567
EQ\$.18848	-.09210	-.20085	.03324	-.05979
ER	.22235	-.05907	-.11624	.06960	.12885
ES	-.19566	.08532	-.16520	-.06415	.15984
ET	-.32295	.06582	-.14561	-.00641	.14560
EU	-.30916	.08609	-.14675	.07426	-.09885
EV	-.48006	.13151	-.11000	.15661	-.11176
EW	-.28406	.23688	.08365	-.07589	-.19783
EX	-.36200	.11101	-.04417	.14569	-.07403
EY	.17510	.14847	.03287	-.03290	.02070
EZ	.20353	.20402	-.02481	.03878	-.14742
FA	-.24168	-.06826	.09165	-.05499	-.14176
FB	.08308	-.03670	.12398	-.24319	-.02506
FC	.00840	.14256	-.11261	-.49602	-.07529
FD	-.03107	.21880	-.25550	-.31080	-.19658
FE	-.05629	.04440	-.04312	-.32986	.08726
	Factor 11	Factor 12	Factor 13	Factor 14	Factor 15
CQ	.02664	.07333	.08013	-.06400	-.15407
CR	-.08396	.05359	.14459	-.03565	.13339
CS	.07695	.08166	-.06608	.00383	.02902
CT	-.26525	.05105	.19425	-.01852	.06035
CU	-.04552	.19045	.14033	.16706	.03014
CV	-.30300	.33319	.05399	.14166	-.06902
CW	-.14314	-.00514	.08513	.07493	.12303
CX	-.07831	.28057	-.18029	.00992	.16431
CY	.17481	-.17344	-.27807	.21428	.10930

- - - - - F A C T O R A N A L Y S I S - - - - -

	Factor 11	Factor 12	Factor 13	Factor 14	Factor 15
CZ	.06070	-.11739	-.08425	-.07381	-.16022
DA	.24635	.05947	.14701	-.08688	-.19331
DB	.20970	.17223	-.17761	.17922	-.13063
DC	-.03300	.03025	.08704	.23016	-.05277
DD	-.18165	.01383	.16054	.00774	.00360
DE	-.20463	-.24073	.17478	-.21239	-.23202
DF	-.27638	-.18810	-.17986	-.19398	.08844
DG	-.03494	-.16481	-.22880	-.16651	.05319
DH	-.19823	-.00474	-.25255	.11791	-.07289
DI	-.02766	-.05115	-.17483	.18632	-.10758
DJ	.32384	-.05795	-.18900	.12310	-.06087
DK	-.02679	-.09961	-.35625	-.00864	.13093
DL	-.13183	.00103	-.15112	-.15895	.09770
DM	.05202	-.05977	.03235	.09092	.09483
DN	.12483	.12102	.04036	-.18788	-.02356
DO	.30735	.16627	.12588	-.21582	.38826
DP	-.01656	-.16766	.27408	.13450	-.06440
DQ	.10025	-.02864	.15859	.05970	-.08359
DR	.16102	.11678	.18201	-.11928	-.08138
DS	.14178	.15476	-.00944	-.00076	.05245
DT	.07654	-.01045	-.09004	-.22414	-.05407
DU	.01230	-.01376	-.03731	-.09097	-.01454
DV	.15120	-.30182	.14190	-.15073	.12332
DW	.04869	-.03433	.10120	.09515	-.08657
DX	.05716	-.09141	-.07929	.07065	.11912
DY	.16832	-.03683	.11965	.38074	.03933
DZ	-.02004	-.11595	-.00646	.13180	.02781
EA	-.04493	-.10427	.01883	.03031	-.06137
EB	-.15640	.05330	.03221	-.23964	-.09408
EC	-.08989	.07150	.01582	.04236	-.12543
ED	.15416	.02265	.10262	-.09475	.01787
EE	-.27897	-.15920	-.04195	.04631	.14234
EF	-.05942	-.09852	.03200	-.10383	-.04517
EG	-.06278	.17897	.01488	-.14363	-.12623
EH	-.04314	.10711	-.13313	.03077	.05453
EI	.12619	.11789	-.10492	-.12381	.04275
EJ	.12932	.14422	-.04772	-.00052	-.03808
EK	.04565	-.14527	-.06762	.01059	-.08133
EL	.14495	-.24035	-.09712	-.02644	.10691
EM	-.07759	-.11689	.20301	.13544	.22824
EN	-.02061	-.03184	.17694	.17724	.21728
EO	.02660	-.01503	.01153	.17840	.06337
EP	.03438	.03299	-.03204	-.13002	-.00554
EQS	.11940	.36155	-.10627	-.10783	-.07975
ER	-.10588	.13436	-.18493	.06143	-.25877
ES	.07741	.02784	-.04491	.08597	-.17629
ET	-.05751	-.07935	.11212	.17678	-.22969
EU	-.13471	-.13661	.05354	-.16814	-.17277

- - - - - F A C T O R A N A L Y S I S - - - - -

	Factor 11	Factor 12	Factor 13	Factor 14	Factor 15
EV	.02964	.05113	.06750	.01876	-.15247
EW	.05171	.06043	.17827	-.03273	.11370
EX	.21431	.01833	.13193	-.06222	.16882
EY	.10744	-.22396	.06227	.01411	.02259
EZ	.07218	.05443	-.08934	-.02271	.00446
FA	-.24318	.28936	-.00167	.07585	.24915
FB	-.02598	-.06761	-.11825	-.06226	.17145
FC	-.14449	.02255	-.14522	.07915	.13116
FD	-.05263	.10115	.07936	-.13189	.15281
FE	-.14156	.03033	.04604	-.01392	.06955
Factor 16					
CQ	.17616				
CR	-.07912				
CS	.02976				
CT	.16313				
CU	.09467				
CV	.15045				
CW	.20626				
CX	.04865				
CY	.08289				
CZ	.12242				
DA	-.05699				
DB	.15950				
DC	-.05970				
DD	-.04322				
DE	-.11767				
DF	-.04327				
DG	-.12582				
DH	.01795				
DI	.15034				
DJ	-.05259				
DK	-.13375				
DL	-.22190				
DM	-.17727				
DN	-.03415				
DO	.34262				
DP	.03867				
DQ	-.25949				
DR	.01355				
DS	.05121				
DT	-.00213				
DU	.15417				
DV	.09149				
DW	-.06433				
DX	.01254				

----- FACTOR ANALYSIS -----

Factor 16

DY	-.06963
DZ	.03541
EA	-.23368
EB	.24736
EC	-.08008
ED	-.10407
EE	.10299
EF	-.11716
EG	-.15178
EH	.10550
EI	-.06821
EJ	-.16180
EK	.00124
EL	.15665
EM	.05473
EN	-.11768
EO	-.02355
EP	.06723
EQS	-.03163
ER	-.05867
ES	.11178
ET	.15738
EU	.18466
EV	.04529
EW	-.07074
EX	-.16874
EY	.05141
EZ	-.02064
FA	-.13086
FB	.22177
FC	-.12428
FD	-.13382
FE	-.03407

Final Statistics:

Variable	Communality	*	Factor	Eigenvalue	Pct of Var	Cum Pct
CQ	.67569	*	1	19.22256	28.7	28.7
CR	.70987	*	2	3.87088	5.8	34.5
CS	.92909	*	3	2.49619	3.7	38.2
CT	.65746	*	4	2.24255	3.3	41.5
CU	.58008	*	5	2.08430	3.1	44.7
CV	.72370	*	6	1.85092	2.8	47.4
CW	.65589	*	7	1.68892	2.5	49.9

----- FACTOR ANALYSIS -----

Variable	Communality	*	Factor	Eigenvalue	Pct of Var	Cum Pct
CX	.62095	*	8	1.59150	2.4	52.3
CY	.58994	*	9	1.54839	2.3	54.6
CZ	.61954	*	10	1.47194	2.2	56.8
DA	.70094	*	11	1.32461	2.0	58.8
DB	.74403	*	12	1.24790	1.9	60.7
DC	.68985	*	13	1.21622	1.8	62.5
DD	.65020	*	14	1.12675	1.7	64.2
DE	.62807	*	15	1.10720	1.7	65.8
DF	.67992	*	16	1.06985	1.6	67.4
DG	.66416	*				
DH	.64214	*				
DI	.61013	*				
DJ	.61088	*				
DK	.67994	*				
DL	.64803	*				
DM	.69228	*				
DN	.68225	*				
DO	.56748	*				
DP	.60095	*				
DQ	.62217	*				
DR	.66030	*				
DS	.72825	*				
DT	.67647	*				
DU	.63325	*				
DV	.66609	*				
DW	.60181	*				
DX	.63199	*				
DY	.72610	*				
DZ	.74459	*				
EA	.59685	*				
EB	.70933	*				
EC	.68742	*				
ED	.63472	*				
EE	.68906	*				
EF	.72176	*				
EG	.69846	*				
EH	.67264	*				
EI	.68953	*				
EJ	.71854	*				
EK	.71507	*				
EL	.67987	*				
EM	.65269	*				
EN	.73098	*				
EO	.71332	*				
EP	.65288	*				
EQS	.70392	*				
ER	.65382	*				
ES	.70859	*				

10 Apr 96 SPSS for MS WINDOWS Release 6.0

----- FACTOR ANALYSIS -----

Variable	Communality	* Factor	Eigenvalue	Pct of Var	Cum Pct
ET	.75719	*			
EU	.72596	*			
EV	.72018	*			
EW	.55961	*			
EX	.57898	*			
EY	.59980	*			
EZ	.91732	*			
FA	.64136	*			
FB	.66144	*			
FC	.73702	*			
FD	.71291	*			
FE	.57499	*			

VARIMAX rotation 1 for extraction 1 in analysis 1 - Kaiser Normalization.

VARIMAX failed to converge in 25 iterations. Convergence = .00015

Final Statistics:

Variable	Communality	*	Factor	Eigenvalue	Pct of Var	Cum Pct
CQ	.67569	*	1	19.22256	28.7	28.7
CR	.70987	*	2	3.87088	5.8	34.5
CS	.92909	*	3	2.49619	3.7	38.2
CT	.65746	*	4	2.24255	3.3	41.5
CU	.58008	*	5	2.08430	3.1	44.7
CV	.72370	*	6	1.85092	2.8	47.4
CW	.65589	*	7	1.68892	2.5	49.9

- - - - - F A C T O R A N A L Y S I S - - - - -

Variable	Communality	*	Factor	Eigenvalue	Pct of Var	Cum Pct
CX	.62095	*	8	1.59150	2.4	52.3
CY	.58994	*	9	1.54839	2.3	54.6
CZ	.61954	*	10	1.47194	2.2	56.8
DA	.70094	*	11	1.32461	2.0	58.8
DB	.74403	*	12	1.24790	1.9	60.7
DC	.68985	*	13	1.21622	1.8	62.5
DD	.65020	*	14	1.12675	1.7	64.2
DE	.62807	*	15	1.10720	1.7	65.8
DF	.67992	*	16	1.06985	1.6	67.4
DG	.66416	*				
DH	.64214	*				
DI	.61013	*				
DJ	.61088	*				
DK	.67994	*				
DL	.64803	*				
DM	.69228	*				
DN	.68225	*				
DO	.56748	*				
DP	.60095	*				
DQ	.62217	*				
DR	.66030	*				
DS	.72825	*				
DT	.67647	*				
DU	.63325	*				
DV	.66609	*				
DW	.60181	*				
DX	.63199	*				
DY	.72610	*				
DZ	.74459	*				
EA	.59685	*				
EB	.70933	*				
EC	.68742	*				
ED	.63472	*				
EE	.68906	*				
EF	.72176	*				
EG	.69846	*				
EH	.67264	*				
EI	.68953	*				
EJ	.71854	*				
EK	.71507	*				
EL	.67987	*				
EM	.65269	*				
EN	.73098	*				
EO	.71332	*				
EP	.65288	*				
EQS	.70392	*				
ER	.65382	*				
ES	.70859	*				

23 Apr 96 SPSS for MS WINDOWS Release 6.0

----- FACTOR ANALYSIS -----

Variable	Communality	* Factor	Eigenvalue	Pct of Var	Cum Pct
ET	.75719	*			
EU	.72596	*			
EV	.72018	*			
EW	.55961	*			
EX	.57898	*			
EY	.59980	*			
EZ	.91732	*			
FA	.64136	*			
FB	.66144	*			
FC	.73702	*			
FD	.71291	*			
FE	.57499	*			

VARIMAX rotation 1 for extraction 1 in analysis 1 - Kaiser Normalization.

VARIMAX failed to converge in 25 iterations. Convergence = .00015

ตารางแสดงผลลัพธ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AH	AI	AM	AQ	AR
AA	1.0000	.6263	.7076	.6097	.3775	.3877	.5305	.5861	.3561	.2881	.3407
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
AB	P=.000	1.0000	.6644	.6423	.4051	.5117	.4360	.5053	.3621	.1946	.3430
	P=-	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
AC	P=.000	P=-	1.0000	.6088	.4053	.5087	.5227	.5994	.3390	.3264	.3455
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
AD	P=.000	P=.000	P=-	1.0000	.4961	.5098	.4810	.6220	.3508	.2691	.4228
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
AE	P=.000	P=.000	P=.000	P=-	1.0000	.5102	.4035	.3291	.1134	.1459	.2051
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
AF	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=-	1.0000	.5536	.4401	.2992	.2627	.3345
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=-	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000

ตารางแสดงผลพหุคูณการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AH	AI	AM	AQ	AR
BK	.1692	.1400	.1373	.1415	.2261	.1307	.2214	.1277	.0737	.0254	.1941
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.001	P=.007	P=.008	P=.006	P=.000	P=.012	P=.000	P=.014	P=.157	P=.627	P=.000
BL	.4774	.3101	.4068	.3715	.1863	.3061	.3901	.3391	.4208	.3459	.3700
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
BM	.2958	.1891	.2914	.2716	.2287	.3089	.4040	.2941	.2857	.3838	.3182
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
BN	.1624	.0407	.2537	.1003	.1692	.2062	.3112	.1769	.0904	.1994	.2035
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.002	P=.435	P=.000	P=.054	P=.001	P=.000	P=.000	P=.001	P=.082	P=.000	P=.000
BO	.1788	.1328	.1761	.2378	.1253	.1731	.2440	.2212	.2548	.2899	.2341
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.001	P=.011	P=.001	P=.000	P=.016	P=.001	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
BP	.1451	.1437	.1420	.1183	.0553	.0596	.0709	.0174	.1205	.0661	.0228
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.005	P=.006	P=.006	P=.023	P=.289	P=.253	P=.173	P=.739	P=.020	P=.205	P=.662

ตารางแสดงผลสัมประสิทธิ์การวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AH	AI	AM	AQ	AR
BQ	.2627 (370)	.1644 (370)	.2058 (370)	.2362 (370)	.1010 (370)	.2048 (370)	.1918 (370)	.2257 (370)	.2529 (370)	.2373 (370)	.1913 (370)
	P=.000	P=.002	P=.000	P=.000	P=.052	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
BR	.1165 (370)	.0480 (370)	.1328 (370)	.1078 (370)	.0572 (370)	.1165 (370)	.0452 (370)	.0209 (370)	.0110 (370)	.0067 (370)	.0124 (370)
	P=.025	P=.357	P=.011	P=.038	P=.272	P=.025	P=.386	P=.689	P=.832	P=.897	P=.812
BW	-.0395 (370)	.0413 (370)	.0312 (370)	.0119 (370)	.0234 (370)	.0690 (370)	-.0380 (370)	-.0114 (370)	.1162 (370)	-.0509 (370)	.0256 (370)
	P=.448	P=.429	P=.550	P=.819	P=.654	P=.185	P=.466	P=.828	P=.025	P=.329	P=.624
BX	.0443 (370)	.1181 (370)	.1048 (370)	.0804 (370)	.0702 (370)	.0982 (370)	.0314 (370)	.0673 (370)	.1539 (370)	.0368 (370)	.0848 (370)
	P=.395	P=.023	P=.044	P=.123	P=.178	P=.059	P=.548	P=.196	P=.003	P=.480	P=.103
BYS	.0115 (370)	.0625 (370)	.0158 (370)	.0339 (370)	.0231 (370)	.0720 (370)	-.0458 (370)	.0897 (370)	.0306 (370)	-.0825 (370)	.0919 (370)
	P=.826	P=.230	P=.762	P=.516	P=.658	P=.167	P=.379	P=.085	P=.558	P=.113	P=.078
BZ	-.1076 (370)	.0550 (370)	-.0684 (370)	-.0144 (370)	.0698 (370)	-.0308 (370)	-.0309 (370)	-.1003 (370)	.0092 (370)	.0072 (370)	.1033 (370)
	P=.039	P=.291	P=.189	P=.783	P=.180	P=.555	P=.554	P=.054	P=.861	P=.890	P=.047

ตารางแสดงสัมประสิทธิ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AH	AI	AM	AQ	AR
CA	-0.2146 (.370)	-0.0762 (.370)	-0.1575 (.370)	-0.1449 (.370)	0.0766 (.370)	-0.0976 (.370)	-0.1625 (.370)	-0.1879 (.370)	-0.2001 (.370)	0.0083 (.370)	0.0237 (.370)
	P=.000	P=.143	P=.002	P=.005	P=.141	P=.061	P=.002	P=.000	P=.000	P=.874	P=.650
CB	-0.0488 (.370)	0.0461 (.370)	0.0872 (.370)	-0.0477 (.370)	-0.0929 (.370)	-0.0425 (.370)	-0.0419 (.370)	0.0093 (.370)	0.0168 (.370)	0.0327 (.370)	0.0056 (.370)
	P=.349	P=.377	P=.094	P=.360	P=.074	P=.415	P=.422	P=.858	P=.748	P=.531	P=.915
CC	-0.0294 (.370)	-0.0893 (.370)	-0.1889 (.370)	-0.1592 (.370)	0.0235 (.370)	0.0140 (.370)	-0.0002 (.370)	-0.1099 (.370)	-0.0454 (.370)	-0.0493 (.370)	0.0771 (.370)
	P=.573	P=.086	P=.000	P=.002	P=.652	P=.788	P=.997	P=.035	P=.384	P=.344	P=.139
CD	-0.1516 (.370)	-0.2168 (.370)	-0.1880 (.370)	-0.2173 (.370)	-0.0095 (.370)	-0.1057 (.370)	-0.1244 (.370)	-0.1825 (.370)	-0.1791 (.370)	-0.0426 (.370)	-0.0623 (.370)
	P=.003	P=.000	P=.000	P=.000	P=.855	P=.042	P=.017	P=.000	P=.001	P=.414	P=.232
CE	0.0267 (.370)	-0.0191 (.370)	-0.0800 (.370)	-0.0243 (.370)	0.0081 (.370)	-0.0809 (.370)	-0.0336 (.370)	-0.0646 (.370)	-0.0275 (.370)	0.0132 (.370)	-0.0169 (.370)
	P=.608	P=.715	P=.124	P=.641	P=.877	P=.120	P=.519	P=.215	P=.598	P=.800	P=.746
CF	-0.0610 (.370)	-0.0594 (.370)	-0.0152 (.370)	0.0443 (.370)	0.0895 (.370)	0.0137 (.370)	0.0266 (.370)	0.0013 (.370)	-0.0031 (.370)	-0.0256 (.370)	-0.0119 (.370)
	P=.242	P=.254	P=.770	P=.395	P=.086	P=.793	P=.609	P=.980	P=.953	P=.623	P=.819

ตารางแสดงผลพหุคูณของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AH	AI	AM	AQ	AR
CM	-0.0545 (.370)	-0.1537 (.370)	-0.1872 (.370)	-0.2496 (.370)	-0.1174 (.370)	-0.1256 (.370)	-0.0840 (.370)	-0.0782 (.370)	-0.1116 (.370)	-0.0767 (.370)	-0.0113 (.370)
	P=.295	P=.003	P=.000	P=.000	P=.024	P=.016	P=.107	P=.133	P=.032	P=.141	P=.829
CN	-0.1345 (.370)	-0.2025 (.370)	-0.1396 (.370)	-0.2590 (.370)	-0.0537 (.370)	-0.1215 (.370)	-0.1455 (.370)	-0.1416 (.370)	-0.1644 (.370)	-0.0524 (.370)	-0.0761 (.370)
	P=.010	P=.000	P=.007	P=.000	P=.303	P=.019	P=.005	P=.006	P=.002	P=.315	P=.144
CP	-0.1016 (.370)	-0.0560 (.370)	-0.0562 (.370)	.0161 (.370)	.0668 (.370)	.0326 (.370)	-.0304 (.370)	-.0689 (.370)	-.0389 (.370)	-.0425 (.370)	-.0206 (.370)
	P=.051	P=.282	P=.281	P=.757	P=.200	P=.532	P=.560	P=.186	P=.456	P=.415	P=.693
CT	.3379 (.370)	.3030 (.370)	.3361 (.370)	.3051 (.370)	.1931 (.370)	.2097 (.370)	.2908 (.370)	.3531 (.370)	.3363 (.370)	.3354 (.370)	.2687 (.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
DD	.3368 (.370)	.3474 (.370)	.3217 (.370)	.3239 (.370)	.2557 (.370)	.2044 (.370)	.3416 (.370)	.4003 (.370)	.3065 (.370)	.2485 (.370)	.3812 (.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
DG	.2490 (.370)	.2954 (.370)	.3086 (.370)	.2720 (.370)	.1986 (.370)	.2262 (.370)	.3070 (.370)	.2215 (.370)	.2121 (.370)	.1676 (.370)	.2680 (.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.001	P=.000

ตารางแสดงผลพหุคูณการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	AS	AX	AY	AZ	BA	BB	BC	BD	BE	BG	BH
AA	.4287	.3667	.2385	.3343	.2833	.3809	.4218	.0065	.3547	.4326	.4484
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
AB	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.901	P=.000	P=.000	P=.000
	.3547	.3676	.2515	.3006	.1880	.2674	.3551	.1484	.2675	.3535	.3473
AC	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.004	P=.000	P=.000	P=.000
AD	.3563	.3851	.2766	.2865	.3174	.4060	.4286	.0494	.2747	.3730	.4065
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
AE	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.343	P=.000	P=.000	P=.000
	.4066	.3658	.2970	.3006	.2469	.3773	.4081	.0919	.2960	.3683	.4316
AF	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.077	P=.000	P=.000	P=.000
AG	.2343	.2059	.2011	.1063	.1467	.1018	.1667	.1017	.2156	.2931	.1846
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
AH	P=.000	P=.000	P=.000	P=.041	P=.005	P=.050	P=.001	P=.051	P=.000	P=.000	P=.000
	.2874	.3047	.2155	.3143	.3155	.2473	.2518	.1559	.3604	.3548	.2325
AI	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.003	P=.000	P=.000	P=.000

ตารางแสดงผลสัมประสิทธิ์การวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	AS	AX	AY	AZ	BA	BB	BC	BD	BE	BG	BH
AH	.4857	.3154	.2784	.3657	.4587	.3806	.3537	.0506	.3116	.3853	.2986
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
AI	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.331	P=.000	P=.000	P=.000
	.5129	.3421	.3130	.3371	.2563	.4410	.3940	.0259	.3347	.4083	.3738
AM	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.620	P=.000	P=.000	P=.000
AQ	.3717	.4055	.2480	.4301	.3805	.4611	.4509	-.1230	.2700	.3947	.3725
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
AR	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.018	P=.000	P=.000	P=.000
	.4628	.3477	.2943	.3803	.5100	.4175	.4576	-.1500	.2811	.3406	.3602
AS	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.004	P=.000	P=.000	P=.000
AS	.4463	.4210	.3861	.4193	.4437	.4459	.4518	.1261	.3140	.3044	.4252
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
AS	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.015	P=.000	P=.000	P=.000
	1.0000	.4120	.3260	.4218	.3949	.4084	.4836	-.0488	.3113	.4511	.4586
AS	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=-	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.349	P=.000	P=.000	P=.000

ตารางแสดงผลสัมประสิทธิ์ของความสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)

	AS	AX	AY	AZ	BA	BB	BC	BD	BE	BG	BH
BD	-.0488 (370)	.0199 (370)	.0595 (370)	.0762 (370)	.0649 (370)	-.0782 (370)	-.0807 (370)	1.0000 (370)	-.0087 (370)	-.0700 (370)	-.0455 (370)
	P=.349	P=.703	P=.254	P=.144	P=.213	P=.133	P=.121	P=-	P=.867	P=.179	P=.383
BE	.3113 (370)	.3683 (370)	.2645 (370)	.4075 (370)	.3518 (370)	.4626 (370)	.3947 (370)	-.0087 (370)	1.0000 (370)	.4473 (370)	.4056 (370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.867	P=-	P=.000	P=.000
BG	.4511 (370)	.4101 (370)	.2895 (370)	.3530 (370)	.3638 (370)	.4329 (370)	.4252 (370)	-.0700 (370)	.4473 (370)	1.0000 (370)	.4895 (370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.179	P=.000	P=-	P=.000
BH	.4586 (370)	.5012 (370)	.4014 (370)	.4492 (370)	.3591 (370)	.5010 (370)	.5037 (370)	-.0455 (370)	.4056 (370)	.4895 (370)	1.0000 (370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.383	P=.000	P=.000	P=-
BI	.4881 (370)	.4593 (370)	.2645 (370)	.3546 (370)	.4524 (370)	.4479 (370)	.4855 (370)	-.1218 (370)	.3670 (370)	.4464 (370)	.5422 (370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.019	P=.000	P=.000	P=.000
BJ	.4360 (370)	.4231 (370)	.3540 (370)	.4424 (370)	.3473 (370)	.5275 (370)	.5085 (370)	-.0843 (370)	.2762 (370)	.4057 (370)	.3830 (370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.106	P=.000	P=.000	P=.000

ตารางแสดงผลสัมพัทธ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	AS	AX	AY	AZ	BA	BB	BC	BD	BE	BG	BH
BK	.1335	.1462	.1693	.1824	.2300	.1255	.0777	.3631	.0689	.0743	.1287
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.010	P=.005	P=.001	P=.000	P=.000	P=.016	P=.136	P=.000	P=.186	P=.154	P=.013
BL	.3542	.4492	.2784	.4392	.3427	.4181	.4685	-.0421	.2459	.3430	.3997
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.419	P=.000	P=.000	P=.000
BM	.3184	.3142	.2987	.3937	.3532	.3307	.3886	-.1620	.2662	.2923	.3322
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.002	P=.000	P=.000	P=.000
BN	.2111	.2669	.1959	.2133	.2906	.1572	.1918	.0762	.1429	.2397	.1674
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.002	P=.000	P=.143	P=.006	P=.000	P=.001
BO	.2742	.3575	.1644	.2447	.3243	.2730	.3155	-.0465	.1478	.3347	.2219
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.002	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.372	P=.004	P=.000	P=.000
BP	.0440	.1345	.0291	.1297	.1102	.0833	.1475	.2055	.0121	.1498	.1256
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.398	P=.010	P=.577	P=.013	P=.034	P=.110	P=.004	P=.000	P=.817	P=.004	P=.016

ตารางแสดงสัมประสิทธิ์ของภาวะวิกฤต (Correlation Coefficients)

	AS	AX	AY	AZ	BA	BB	BC	BD	BE	BG	BH
BQ	.1840 (370)	.3037 (370)	.0614 (370)	.2009 (370)	.2223 (370)	.1885 (370)	.2683 (370)	-.0257 (370)	.1807 (370)	.3016 (370)	.3070 (370)
	P=.000	P=.000	P=.239	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.622	P=.000	P=.000	P=.000
BR	.0362 (370)	.1280 (370)	.1069 (370)	.0903 (370)	.1050 (370)	.1053 (370)	.1067 (370)	.1505 (370)	.0791 (370)	.0696 (370)	.2128 (370)
	P=.487	P=.014	P=.040	P=.083	P=.043	P=.043	P=.040	P=.004	P=.129	P=.181	P=.000
BW	-.0740 (370)	.0969 (370)	.0135 (370)	.0516 (370)	.0121 (370)	.0222 (370)	.0209 (370)	.0312 (370)	-.0266 (370)	-.0067 (370)	.0215 (370)
	P=.155	P=.063	P=.796	P=.322	P=.816	P=.671	P=.689	P=.549	P=.610	P=.898	P=.680
BX	-.0500 (370)	.1072 (370)	-.0456 (370)	.0960 (370)	.0287 (370)	-.0049 (370)	.0788 (370)	.0826 (370)	-.0012 (370)	.1143 (370)	.0170 (370)
	P=.337	P=.039	P=.381	P=.065	P=.583	P=.925	P=.130	P=.113	P=.981	P=.028	P=.745
BY\$	-.0761 (370)	.0789 (370)	-.0231 (370)	.0771 (370)	-.0769 (370)	-.0508 (370)	.0143 (370)	.1087 (370)	.0044 (370)	.0327 (370)	.0329 (370)
	P=.144	P=.130	P=.658	P=.139	P=.140	P=.330	P=.784	P=.037	P=.932	P=.530	P=.528
BZ	-.0980 (370)	.0345 (370)	-.0704 (370)	.0511 (370)	.0582 (370)	-.0592 (370)	.0038 (370)	.1050 (370)	-.0085 (370)	-.0378 (370)	-.0432 (370)
	P=.060	P=.508	P=.176	P=.327	P=.264	P=.256	P=.942	P=.043	P=.870	P=.468	P=.408

ตารางแสดงผลลัพธ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	AS	AX	AY	AZ	BA	BB	BC	BD	BE	BG	BH
CA	-0.1769 (.370)	-0.0779 (.370)	-0.1736 (.370)	-0.0430 (.370)	-0.0081 (.370)	-0.1340 (.370)	-0.0677 (.370)	.1145 (.370)	-0.0222 (.370)	-0.0718 (.370)	-0.1522 (.370)
	P=.001	P=.135	P=.001	P=.409	P=.876	P=.010	P=.194	P=.028	P=.670	P=.168	P=.003
CB	-0.0157 (.370)	.0909 (.370)	.0346 (.370)	.0306 (.370)	.1207 (.370)	.1298 (.370)	.0045 (.370)	.0605 (.370)	-0.0185 (.370)	-0.0090 (.370)	.0014 (.370)
	P=.763	P=.081	P=.507	P=.557	P=.020	P=.012	P=.931	P=.245	P=.722	P=.863	P=.979
CC	-0.1008 (.370)	-0.0704 (.370)	-0.2467 (.370)	-0.0341 (.370)	-0.0293 (.370)	-0.1921 (.370)	-0.0823 (.370)	.1176 (.370)	-0.0579 (.370)	-.1024 (.370)	-.1635 (.370)
	P=.053	P=.176	P=.000	P=.513	P=.574	P=.000	P=.114	P=.024	P=.267	P=.049	P=.002
CD	-0.0792 (.370)	-0.2024 (.370)	-0.0236 (.370)	-0.0756 (.370)	-0.0832 (.370)	-0.0508 (.370)	-0.0870 (.370)	-0.0231 (.370)	-0.0424 (.370)	-0.0723 (.370)	-0.0244 (.370)
	P=.128	P=.000	P=.650	P=.147	P=.110	P=.330	P=.095	P=.659	P=.417	P=.165	P=.640
CE	-0.0047 (.370)	-0.0998 (.370)	-0.0222 (.370)	-0.0170 (.370)	-0.0011 (.370)	.0817 (.370)	-0.0227 (.370)	.0105 (.370)	-0.0388 (.370)	.0148 (.370)	.0587 (.370)
	P=.928	P=.055	P=.670	P=.744	P=.983	P=.117	P=.663	P=.840	P=.457	P=.777	P=.260
CF	-0.0484 (.370)	-0.0845 (.370)	-0.0628 (.370)	-0.1422 (.370)	-0.0454 (.370)	-0.1100 (.370)	-0.0084 (.370)	-0.0614 (.370)	.0162 (.370)	-0.0302 (.370)	-0.0258 (.370)
	P=.353	P=.105	P=.228	P=.006	P=.384	P=.034	P=.871	P=.239	P=.755	P=.562	P=.620

ตารางแสดงผลสัมประสิทธิ์ของภาวะวิกฤต (Correlation Coefficients)

	AS	AX	AY	AZ	BA	BB	BC	BD	BE	BG	BH
CG	-0.0363 (370)	.0908 (370)	.0571 (370)	.0331 (370)	-.0324 (370)	-.0155 (370)	.0253 (370)	.1185 (370)	-.0356 (370)	-.0454 (370)	.0436 (370)
	P= .486	P= .081	P= .273	P= .525	P= .535	P= .766	P= .627	P= .023	P= .494	P= .383	P= .403
CH	-.0999 (370)	.0388 (370)	-.1112 (370)	.0588 (370)	.0395 (370)	-.0550 (370)	.0409 (370)	.1651 (370)	.0651 (370)	.0693 (370)	-.0996 (370)
	P= .055	P= .457	P= .033	P= .259	P= .449	P= .291	P= .432	P= .001	P= .211	P= .183	P= .056
CI	-.1069 (370)	.0722 (370)	-.0938 (370)	.0362 (370)	.0287 (370)	-.1130 (370)	.0219 (370)	.1119 (370)	-.0761 (370)	-.0493 (370)	-.0313 (370)
	P= .040	P= .166	P= .072	P= .487	P= .582	P= .030	P= .675	P= .031	P= .144	P= .345	P= .548
CJ	-.0471 (370)	-.0615 (370)	-.0591 (370)	-.0048 (370)	-.0718 (370)	-.0070 (370)	-.0128 (370)	.0676 (370)	.0214 (370)	-.0126 (370)	.0740 (370)
	P= .366	P= .238	P= .257	P= .926	P= .168	P= .894	P= .805	P= .194	P= .682	P= .808	P= .155
CK	-.1077 (370)	-.0999 (370)	-.1028 (370)	-.0455 (370)	-.1023 (370)	-.1536 (370)	-.0525 (370)	.2135 (370)	-.0818 (370)	-.2136 (370)	-.0526 (370)
	P= .038	P= .055	P= .048	P= .383	P= .049	P= .003	P= .314	P= .000	P= .116	P= .000	P= .313
CL	-.2013 (370)	-.1633 (370)	-.1102 (370)	-.1292 (370)	-.1393 (370)	-.1521 (370)	-.1733 (370)	.0661 (370)	-.1481 (370)	-.2938 (370)	-.1877 (370)
	P= .000	P= .002	P= .034	P= .013	P= .007	P= .003	P= .000	P= .205	P= .004	P= .000	P= .000

ตารางแสดงผลสัมประสิทธิ์การวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	AS	AX	AY	AZ	BA	BB	BC	BD	BE	BG	BH
CM	-0.528 (370)	-0.1332 (370)	-0.1158 (370)	-0.0471 (370)	-0.1494 (370)	-0.1708 (370)	-0.1758 (370)	.0318 (370)	-0.0391 (370)	-0.1290 (370)	-0.0239 (370)
	P= .311	P= .010	P= .026	P= .366	P= .004	P= .001	P= .001	P= .542	P= .454	P= .013	P= .647
CN	-0.0738 (370)	-0.1248 (370)	-0.0290 (370)	-0.0698 (370)	-0.0650 (370)	-0.1196 (370)	-0.0733 (370)	.0524 (370)	-0.0226 (370)	-0.0636 (370)	.0033 (370)
	P= .157	P= .016	P= .578	P= .180	P= .212	P= .021	P= .159	P= .315	P= .664	P= .222	P= .950
CP	-0.1070 (370)	-0.1065 (370)	-0.1455 (370)	-0.1988 (370)	-0.0568 (370)	-0.1476 (370)	-0.0724 (370)	-0.0988 (370)	.0541 (370)	-0.0600 (370)	-0.1605 (370)
	P= .040	P= .041	P= .005	P= .000	P= .275	P= .004	P= .165	P= .058	P= .299	P= .250	P= .002
CT	.3652 (370)	.2858 (370)	.2831 (370)	.2331 (370)	.2711 (370)	.3375 (370)	.3015 (370)	-0.0229 (370)	.2037 (370)	.3476 (370)	.3581 (370)
	P= .000	P= .000	P= .000	P= .000	P= .000	P= .000	P= .000	P= .660	P= .000	P= .000	P= .000
DD	.4430 (370)	.3265 (370)	.3361 (370)	.3366 (370)	.3434 (370)	.4205 (370)	.3330 (370)	.0771 (370)	.3173 (370)	.3695 (370)	.3483 (370)
	P= .000	P= .000	P= .000	P= .000	P= .000	P= .000	P= .000	P= .139	P= .000	P= .000	P= .000
DG	.2582 (370)	.2500 (370)	.2950 (370)	.3167 (370)	.2448 (370)	.2302 (370)	.1719 (370)	.1999 (370)	.2213 (370)	.2134 (370)	.2648 (370)
	P= .000	P= .000	P= .000	P= .000	P= .000	P= .000	P= .001	P= .000	P= .000	P= .000	P= .000

ตารางแสดงผลสัมประสิทธิ์การวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	AS	AX	AY	AZ	BA	BB	BC	BD	BE	BG	BH
DH	.3399	.2895	.2478	.2790	.1668	.3133	.2298	.0521	.1651	.2668	.2691
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.001	P=.000	P=.000	P=.317	P=.001	P=.000	P=.000
DI	.3524	.3576	.2206	.3517	.2144	.3212	.3194	-.0161	.2867	.2725	.2458
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.757	P=.000	P=.000	P=.000
DJ	.2811	.2782	.2814	.2652	.2939	.3504	.2477	.0641	.1929	.2362	.2657
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.219	P=.000	P=.000	P=.000
H	.1147	.1579	.1152	.1435	.2392	.1556	.1253	.0733	.1219	.1697	.0313
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.027	P=.002	P=.027	P=.006	P=.000	P=.003	P=.016	P=.159	P=.019	P=.001	P=.548
I	.1427	.2315	.1346	.2592	.2782	.2031	.2500	.0337	.1475	.1071	.1947
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.006	P=.000	P=.010	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.518	P=.004	P=.039	P=.000
J	.2277	.3033	.2889	.3062	.2556	.2945	.2468	.0671	.1359	.1999	.2866
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.198	P=.009	P=.000	P=.000

ตารางแสดงผลสัมประสิทธิ์การวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	AS	AX	AY	AZ	BA	BB	BC	BD	BE	BG	BH
K	.3340	.2602	.3281	.2688	.3156	.3560	.3887	-.0695	.2612	.3155	.2715
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.182	P=.000	P=.000	P=.000
L	.2031	.2525	.3343	.2569	.3086	.3305	.3519	.0974	.2078	.2428	.2153
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.061	P=.000	P=.000	P=.000
N	.2506	.2228	.2578	.2753	.3225	.2819	.3032	.0378	.2133	.2599	.1717
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.469	P=.000	P=.000	P=.001
DK	.3471	.2648	.3481	.3544	.2229	.2986	.3714	.0680	.2781	.3132	.3879
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.192	P=.000	P=.000	P=.000
DL	.4215	.2944	.2528	.3585	.2875	.3399	.3740	-.1226	.2460	.2779	.3699
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.018	P=.000	P=.000	P=.000
DM	.4524	.2991	.3243	.3388	.2663	.3301	.3408	.0234	.2050	.4074	.2970
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.653	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000

ตารางแสดงผลลัพธ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	BI	BJ	BK	BL	BM	BN	BO	BP	BQ	BR	BW
AA	.3586	.3215	.1692	.4774	.2958	.1624	.1788	.1451	.2627	.1165	-.0395
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
AB	P=.000	P=.000	P=.001	P=.000	P=.000	P=.002	P=.001	P=.005	P=.000	P=.025	P=.448
	.2847	.2731	.1400	.3101	.1891	.0407	.1328	.1437	.1644	.0480	.0413
AC	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.007	P=.000	P=.000	P=.435	P=.011	P=.006	P=.002	P=.357	P=.429
AD	.3181	.4015	.1373	.4068	.2914	.2537	.1761	.1420	.2058	.1328	.0312
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
AE	P=.000	P=.000	P=.008	P=.000	P=.000	P=.000	P=.001	P=.006	P=.000	P=.011	P=.550
	.3691	.3360	.1415	.3715	.2716	.1003	.2378	.1183	.2362	.1078	.0119
AF	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.006	P=.000	P=.000	P=.054	P=.000	P=.023	P=.000	P=.038	P=.819
AE	.1423	.1915	.2261	.1863	.2287	.1692	.1253	.0553	.1010	.0572	.0234
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
AF	P=.006	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.001	P=.016	P=.289	P=.052	P=.272	P=.654
	.1949	.2892	.1307	.3061	.3089	.2062	.1731	.0596	.2048	.1165	.0690
AF	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.012	P=.000	P=.000	P=.000	P=.001	P=.253	P=.000	P=.025	P=.185

ตารางแสดงผลสัมประสิทธิ์การวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	BI	BJ	BK	BL	BM	BN	BO	BP	BQ	BR	BW
AH	.3805	.3795	.2214	.3901	.4040	.3112	.2440	.0709	.1918	.0452	-.0380
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
AI	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.173	P=.000	P=.386	P=.466
	.3601	.4023	.1277	.3391	.2941	.1769	.2212	.0174	.2257	.0209	-.0114
AM	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.014	P=.000	P=.000	P=.001	P=.000	P=.739	P=.000	P=.689	P=.828
AQ	.4210	.4300	.0737	.4208	.2857	.0904	.2548	.1205	.2529	.0110	.1162
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
AR	P=.000	P=.000	P=.157	P=.000	P=.000	P=.082	P=.000	P=.020	P=.000	P=.832	P=.025
	.4696	.3976	.0254	.3459	.3838	.1994	.2899	.0661	.2373	.0067	-.0509
AS	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.627	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.205	P=.000	P=.897	P=.329
AS	.4216	.4780	.1941	.3700	.3182	.2035	.2341	.0228	.1913	.0124	.0256
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
AS	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.662	P=.000	P=.812	P=.624
	.4881	.4360	.1335	.3542	.3184	.2111	.2742	.0440	.1840	.0362	-.0740
AS	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.010	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.398	P=.000	P=.487	P=.155

ตารางแสดงผลสัมประสิทธิ์การวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	BI	BJ	BK	BL	BM	BN	BO	BP	BQ	BR	BW
BD	-0.1218 (.370)	-0.0843 (.370)	.3631 (.370)	-0.0421 (.370)	-0.1620 (.370)	.0762 (.370)	-0.0465 (.370)	.2055 (.370)	-0.0257 (.370)	.1505 (.370)	.0312 (.370)
	P=.019	P=.106	P=.000	P=.419	P=.002	P=.143	P=.372	P=.000	P=.622	P=.004	P=.549
BE	.3670 (.370)	.2762 (.370)	.0689 (.370)	.2459 (.370)	.2662 (.370)	.1429 (.370)	.1478 (.370)	.0121 (.370)	.1807 (.370)	.0791 (.370)	-.0266 (.370)
	P=.000	P=.000	P=.186	P=.000	P=.000	P=.006	P=.004	P=.817	P=.000	P=.129	P=.610
BG	.4464 (.370)	.4057 (.370)	.0743 (.370)	.3430 (.370)	.2923 (.370)	.2397 (.370)	.3347 (.370)	.1498 (.370)	.3016 (.370)	.0696 (.370)	-.0067 (.370)
	P=.000	P=.000	P=.154	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.004	P=.000	P=.181	P=.898
BH	.5422 (.370)	.3830 (.370)	.1287 (.370)	.3997 (.370)	.3322 (.370)	.1674 (.370)	.2219 (.370)	.1256 (.370)	.3070 (.370)	.2128 (.370)	.0215 (.370)
	P=.000	P=.000	P=.013	P=.000	P=.000	P=.001	P=.000	P=.016	P=.000	P=.000	P=.680
BI	1.0000 (.370)	.4973 (.370)	.0992 (.370)	.4035 (.370)	.3947 (.370)	.0789 (.370)	.3252 (.370)	.1365 (.370)	.3634 (.370)	.0976 (.370)	-.0005 (.370)
	P=-	P=.000	P=.057	P=.000	P=.000	P=.130	P=.000	P=.009	P=.000	P=.061	P=.992
BJ	.4973 (.370)	1.0000 (.370)	.2023 (.370)	.4684 (.370)	.4122 (.370)	.2502 (.370)	.2926 (.370)	.1635 (.370)	.2730 (.370)	.1050 (.370)	.0757 (.370)
	P=.000	P=-	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.003	P=.000	P=.000	P=.043	P=.146

ตารางแสดงผลของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	BI	BJ	BK	BL	BM	BN	BO	BP	BQ	BR	BW
BQ	.3634 (.370)	.2730 (.370)	-.0084 (.370)	.3009 (.370)	.3162 (.370)	.1409 (.370)	.2422 (.370)	.4003 (.370)	1.0000 (.370)	.5159 (.370)	-.0516 (.370)
	P=.000	P=.000	P=.871	P=.000	P=.000	P=.007	P=.000	P=.000	P=-	P=.000	P=.323
BR	.0976 (.370)	.1050 (.370)	.0903 (.370)	.1801 (.370)	.2004 (.370)	.1766 (.370)	.1264 (.370)	.3840 (.370)	.5159 (.370)	1.0000 (.370)	-.1956 (.370)
	P=.061	P=.043	P=.083	P=.000	P=.000	P=.001	P=.015	P=.000	P=.000	P=-	P=.000
BW	-.0005 (.370)	.0757 (.370)	.0577 (.370)	-.0454 (.370)	-.0972 (.370)	.0205 (.370)	.0132 (.370)	.0339 (.370)	-.0516 (.370)	-.1956 (.370)	1.0000 (.370)
	P=.992	P=.146	P=.268	P=.384	P=.062	P=.694	P=.801	P=.516	P=.323	P=.000	P=-
BX	.0249 (.370)	.1067 (.370)	.1250 (.370)	.0068 (.370)	-.0127 (.370)	.0835 (.370)	.0391 (.370)	.0454 (.370)	.1014 (.370)	-.0995 (.370)	.6413 (.370)
	P=.633	P=.040	P=.016	P=.896	P=.808	P=.109	P=.454	P=.384	P=.051	P=.056	P=.000
BY\$	-.1666 (.370)	-.0016 (.370)	.0413 (.370)	.0085 (.370)	-.0617 (.370)	.0236 (.370)	-.0181 (.370)	-.0589 (.370)	-.0512 (.370)	-.0808 (.370)	.4591 (.370)
	P=.001	P=.976	P=.428	P=.871	P=.236	P=.651	P=.729	P=.259	P=.326	P=.121	P=.000
BZ	-.0057 (.370)	-.1006 (.370)	.0795 (.370)	-.1010 (.370)	-.0855 (.370)	.0055 (.370)	.0575 (.370)	-.0006 (.370)	-.0414 (.370)	-.1300 (.370)	.2557 (.370)
	P=.912	P=.053	P=.127	P=.052	P=.101	P=.916	P=.270	P=.991	P=.427	P=.012	P=.000

ตารางแสดงผลสัมประสิทธิ์ของความสัมพันธ์ (Correlation Coefficients)

	BI	BJ	BK	BL	BM	BN	BO	BP	BQ	BR	BW
CA	-0.0611 (370)	-0.1587 (370)	0.0376 (370)	-0.1544 (370)	-0.0496 (370)	-0.0318 (370)	0.0153 (370)	-0.0018 (370)	-0.0065 (370)	-0.0176 (370)	0.0835 (370)
	P=.241	P=.002	P=.471	P=.003	P=.341	P=.543	P=.770	P=.973	P=.901	P=.736	P=.109
CB	0.0461 (370)	0.0384 (370)	-0.0195 (370)	-0.0025 (370)	-0.1798 (370)	-0.0910 (370)	-0.0412 (370)	0.0661 (370)	-0.0744 (370)	-0.0132 (370)	0.0898 (370)
	P=.376	P=.461	P=.708	P=.961	P=.001	P=.081	P=.430	P=.205	P=.153	P=.800	P=.084
CC	-0.0489 (370)	-0.1105 (370)	0.1056 (370)	-0.0898 (370)	-0.0387 (370)	0.0593 (370)	-0.0703 (370)	0.0481 (370)	0.1072 (370)	-0.0545 (370)	0.1464 (370)
	P=.348	P=.034	P=.042	P=.085	P=.458	P=.255	P=.177	P=.357	P=.039	P=.296	P=.005
CD	-0.1699 (370)	-0.0297 (370)	-0.0767 (370)	-0.1001 (370)	0.0953 (370)	-0.0009 (370)	-0.1531 (370)	-0.0701 (370)	-0.0543 (370)	0.0592 (370)	-0.1013 (370)
	P=.001	P=.569	P=.141	P=.054	P=.067	P=.987	P=.003	P=.178	P=.297	P=.256	P=.052
CE	-0.1090 (370)	0.0319 (370)	0.0485 (370)	-0.0365 (370)	0.0074 (370)	0.0523 (370)	0.0124 (370)	-0.0199 (370)	-0.1648 (370)	-0.0364 (370)	-0.0491 (370)
	P=.036	P=.540	P=.353	P=.484	P=.887	P=.316	P=.812	P=.702	P=.001	P=.485	P=.346
CF	0.0583 (370)	-0.0324 (370)	-0.0427 (370)	-0.0142 (370)	0.0202 (370)	-0.0883 (370)	0.0759 (370)	0.0427 (370)	-0.0611 (370)	0.0187 (370)	-0.1551 (370)
	P=.264	P=.534	P=.412	P=.786	P=.698	P=.090	P=.145	P=.412	P=.001	P=.720	P=.003

ตารางแสดงผลพหุคูณของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	CI	CJ	CK	CL	CM	CN	CP	CT	DD	DG	DH
BQ	-0.660	-0.983	-0.389	-1.426	-0.840	-0.748	.0007	.1718	.1217	.0610	.1173
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
BR	P=.205	P=.059	P=.455	P=.006	P=.107	P=.151	P=.989	P=.001	P=.019	P=.241	P=.024
	-1.008	.0602	-0.143	-0.0416	.0431	.0284	-.0527	.0209	-.0010	.1066	.1033
BW	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.053	P=.248	P=.784	P=.425	P=.409	P=.586	P=.312	P=.689	P=.985	P=.040	P=.047
BX	.4008	.1913	.0801	.1137	-1.151	-.0893	-.0899	.0778	-.0107	.0307	.0994
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
BY\$	P=.000	P=.000	P=.124	P=.029	P=.027	P=.086	P=.084	P=.135	P=.837	P=.557	P=.056
	.4131	.2218	.1394	.1170	-.0039	-.0299	-.1618	.0801	-.0263	.1612	.1393
BZ	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.007	P=.024	P=.940	P=.566	P=.002	P=.124	P=.615	P=.002	P=.007
BZ	.6152	.2180	.2493	.1557	.2109	.1122	-.1486	-.0067	.0203	.0364	.0486
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
BZ	P=.000	P=.000	P=.000	P=.003	P=.000	P=.031	P=.004	P=.898	P=.697	P=.485	P=.351
	.5159	.3690	.3575	.2369	-.1676	-.1317	-.0869	-.0295	.0196	.0690	.0131
BZ	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.001	P=.011	P=.095	P=.572	P=.708	P=.185	P=.802

ตารางแสดงผลพหุคูณของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	CI	CJ	CK	CL	CM	CN	CP	CT	DD	DG	DH
CA	.4400 (.370)	.4718 (.370)	.3849 (.370)	.3183 (.370)	-.0451 (.370)	.0035 (.370)	-.0136 (.370)	-.1720 (.370)	-.0678 (.370)	-.0154 (.370)	-.0844 (.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.387	P=.947	P=.794	P=.001	P=.193	P=.767	P=.105
CB	.0980 (.370)	.1743 (.370)	.0851 (.370)	.3275 (.370)	-.0519 (.370)	-.0780 (.370)	-.1909 (.370)	.0277 (.370)	.0508 (.370)	.0329 (.370)	.1209 (.370)
	P=.060	P=.001	P=.102	P=.000	P=.319	P=.134	P=.000	P=.596	P=.329	P=.528	P=.020
CC	.3647 (.370)	-.0078 (.370)	.3906 (.370)	.2680 (.370)	.4594 (.370)	.2205 (.370)	.0042 (.370)	-.1472 (.370)	-.1078 (.370)	.0006 (.370)	-.0034 (.370)
	P=.000	P=.881	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.935	P=.005	P=.038	P=.991	P=.949
CD	.1029 (.370)	.1956 (.370)	.1720 (.370)	.2586 (.370)	.4520 (.370)	.6210 (.370)	-.1098 (.370)	-.1505 (.370)	-.1477 (.370)	.0594 (.370)	-.0874 (.370)
	P=.048	P=.000	P=.001	P=.000	P=.000	P=.000	P=.035	P=.004	P=.004	P=.255	P=.093
CE	.1378 (.370)	.2492 (.370)	.1729 (.370)	.1919 (.370)	.1918 (.370)	.1344 (.370)	-.2544 (.370)	.0429 (.370)	-.0325 (.370)	.0243 (.370)	-.0252 (.370)
	P=.008	P=.000	P=.001	P=.000	P=.000	P=.010	P=.000	P=.411	P=.533	P=.641	P=.629
CF	-.0305 (.370)	-.0874 (.370)	.0202 (.370)	-.0149 (.370)	-.1027 (.370)	-.0420 (.370)	.6185 (.370)	-.1083 (.370)	.0602 (.370)	-.0281 (.370)	-.0733 (.370)
	P=.559	P=.093	P=.698	P=.775	P=.048	P=.420	P=.000	P=.037	P=.248	P=.590	P=.159

ตารางแสดงผลลัพธ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	CI	CJ	CK	CL	CM	CN	CP	CT	DD	DG	DH
CG	.5440	.3363	.2535	.1942	.0826	.2125	-.2178	.0073	-.0117	.0079	-.0055
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
CH	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.113	P=.000	P=.000	P=.889	P=.822	P=.879	P=.916
	.4773	.2920	.2068	.1757	.0800	.1894	-.1101	.0138	-.0220	.0672	.0433
CI	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.001	P=.125	P=.000	P=.034	P=.792	P=.673	P=.197	P=.406
CJ	1.0000	.3951	.4354	.3047	.0454	.0504	-.1183	-.0851	-.0155	-.0344	-.0502
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
CK	P=-	P=.000	P=.000	P=.000	P=.384	P=.333	P=.023	P=.102	P=.766	P=.510	P=.336
	.3951	1.0000	.3489	.2800	.0404	.0217	-.1546	-.0393	-.0149	.0315	.0000
CL	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=-	P=.000	P=.000	P=.439	P=.677	P=.003	P=.451	P=.775	P=.546	P=1.000
CG	.4354	.3489	1.0000	.6104	.1023	.0912	-.0621	-.1705	-.0520	-.0477	-.1450
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
CH	P=.000	P=.000	P=-	P=.000	P=.049	P=.080	P=.233	P=.001	P=.318	P=.360	P=.005
	.3047	.2800	.6104	1.0000	.1786	.1243	-.1353	-.2467	-.2737	-.0583	-.0930
CI	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=-	P=.001	P=.017	P=.009	P=.000	P=.000	P=.263	P=.074

ตารางแสดงค่าสัมประสิทธิ์การวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	CI	CJ	CK	CL	CM	CN	CP	CT	DD	DG	DH
CM	.0454 (.370)	.0404 (.370)	.1023 (.370)	.1786 (.370)	1.0000 (.370)	.5661 (.370)	-.2132 (.370)	-.0959 (.370)	-.1285 (.370)	.0159 (.370)	.0282 (.370)
	P=.384	P=.439	P=.049	P=.001	P=-	P=.000	P=.000	P=.065	P=.013	P=.761	P=.589
CN	.0504 (.370)	.0217 (.370)	.0912 (.370)	.1243 (.370)	.5661 (.370)	1.0000 (.370)	-.0999 (.370)	-.0614 (.370)	-.1133 (.370)	.0592 (.370)	-.0612 (.370)
	P=.333	P=.677	P=.080	P=.017	P=.000	P=-	P=.055	P=.239	P=.029	P=.256	P=.240
CP	-.1183 (.370)	-.1546 (.370)	-.0621 (.370)	-.1353 (.370)	-.2132 (.370)	-.0999 (.370)	1.0000 (.370)	-.0890 (.370)	.0340 (.370)	-.0243 (.370)	-.0791 (.370)
	P=.023	P=.003	P=.233	P=.009	P=.000	P=.055	P=-	P=.087	P=.515	P=.642	P=.129
CT	-.0851 (.370)	-.0393 (.370)	-.1705 (.370)	-.2467 (.370)	-.0959 (.370)	-.0614 (.370)	-.0890 (.370)	1.0000 (.370)	.5010 (.370)	.2174 (.370)	.2981 (.370)
	P=.102	P=.451	P=.001	P=.000	P=.065	P=.239	P=.087	P=-	P=.000	P=.000	P=.000
DD	-.0155 (.370)	-.0149 (.370)	-.0520 (.370)	-.2737 (.370)	-.1285 (.370)	-.1133 (.370)	.0340 (.370)	.5010 (.370)	1.0000 (.370)	.3300 (.370)	.4521 (.370)
	P=.766	P=.775	P=.318	P=.000	P=.013	P=.029	P=.515	P=.000	P=-	P=.000	P=.000
DG	-.0344 (.370)	.0315 (.370)	-.0477 (.370)	-.0583 (.370)	.0159 (.370)	.0592 (.370)	-.0243 (.370)	.2174 (.370)	.3300 (.370)	1.0000 (.370)	.4833 (.370)
	P=.510	P=.546	P=.360	P=.263	P=.761	P=.256	P=.642	P=.000	P=.000	P=-	P=.000

ตารางแสดงผลลัพธ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	CI	CJ	CK	CL	CM	CN	CP	CT	DD	DG	DH
DH	-0.502 (.370)	.0000 (.370)	-.1450 (.370)	-.0930 (.370)	.0282 (.370)	-.0612 (.370)	-.0791 (.370)	.2981 (.370)	.4521 (.370)	.4833 (.370)	1.0000 (.370)
	P=.336	P=1.000	P=.005	P=.074	P=.589	P=.240	P=.129	P=.000	P=.000	P=.000	P=-
	DI	-.0608 (.370)	-.0215 (.370)	-.1409 (.370)	-.1482 (.370)	.0156 (.370)	.0255 (.370)	-.0144 (.370)	.2649 (.370)	.3325 (.370)	.3611 (.370)
P=.243		P=.679	P=.007	P=.004	P=.765	P=.625	P=.782	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
DJ		-.1191 (.370)	-.0580 (.370)	-.1512 (.370)	-.1821 (.370)	.0219 (.370)	-.0112 (.370)	-.0856 (.370)	.1982 (.370)	.2762 (.370)	.4579 (.370)
	P=.022	P=.266	P=.004	P=.000	P=.674	P=.831	P=.100	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
	H	.0207 (.370)	-.0183 (.370)	.0106 (.370)	-.0704 (.370)	-.1002 (.370)	-.0607 (.370)	.0686 (.370)	.0468 (.370)	.1839 (.370)	.1992 (.370)
P=.692		P=.726	P=.839	P=.176	P=.054	P=.244	P=.188	P=.369	P=.000	P=.000	P=.124
I		.1141 (.370)	-.1114 (.370)	.0070 (.370)	-.0651 (.370)	-.0219 (.370)	.0673 (.370)	.1010 (.370)	.1008 (.370)	.2326 (.370)	.1978 (.370)
	P=.028	P=.032	P=.893	P=.212	P=.674	P=.197	P=.052	P=.053	P=.000	P=.000	P=.000
	J	-.0441 (.370)	-.0697 (.370)	.0241 (.370)	-.1318 (.370)	-.0294 (.370)	-.0106 (.370)	-.1223 (.370)	.2733 (.370)	.2743 (.370)	.2216 (.370)
P=.398		P=.181	P=.645	P=.011	P=.573	P=.838	P=.019	P=.000	P=.000	P=.000	P=.020

ตารางแสดงผลลัพธ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	CI	CJ	CK	CL	CM	CN	CP	CT	DD	DG	DH
K	-0.1768 (.370)	-0.1699 (.370)	-0.0923 (.370)	-0.3353 (.370)	-0.1885 (.370)	-0.0235 (.370)	0.0780 (.370)	0.3968 (.370)	0.4368 (.370)	0.1403 (.370)	0.1829 (.370)
	P=.001	P=.001	P=.076	P=.000	P=.000	P=.652	P=.134	P=.000	P=.000	P=.007	P=.000
L	-0.0442 (.370)	-0.1945 (.370)	-0.0191 (.370)	-0.1144 (.370)	-0.0681 (.370)	-0.0513 (.370)	0.0357 (.370)	0.2917 (.370)	0.3161 (.370)	0.2118 (.370)	0.2848 (.370)
	P=.396	P=.000	P=.715	P=.028	P=.192	P=.325	P=.494	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
N	0.0873 (.370)	-0.0356 (.370)	0.0598 (.370)	-0.0909 (.370)	-0.1037 (.370)	-0.0244 (.370)	-0.0032 (.370)	0.2662 (.370)	0.3487 (.370)	0.2121 (.370)	0.1049 (.370)
	P=.094	P=.495	P=.251	P=.081	P=.046	P=.640	P=.951	P=.000	P=.000	P=.000	P=.044
DK	-0.0592 (.370)	0.0407 (.370)	-0.1628 (.370)	-0.1717 (.370)	0.0130 (.370)	-0.0488 (.370)	-0.1428 (.370)	0.3052 (.370)	0.3299 (.370)	0.4630 (.370)	0.4662 (.370)
	P=.256	P=.435	P=.002	P=.001	P=.803	P=.349	P=.006	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
DL	-0.0108 (.370)	0.0138 (.370)	-0.0544 (.370)	-0.1999 (.370)	-0.0689 (.370)	-0.0793 (.370)	-0.0058 (.370)	0.3844 (.370)	0.4887 (.370)	0.2953 (.370)	0.2655 (.370)
	P=.835	P=.791	P=.297	P=.000	P=.186	P=.128	P=.912	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
DM	-0.0009 (.370)	-0.0400 (.370)	-0.0646 (.370)	-0.1751 (.370)	-0.0614 (.370)	-0.0774 (.370)	-0.0374 (.370)	0.3908 (.370)	0.4636 (.370)	0.3160 (.370)	0.4554 (.370)
	P=.987	P=.443	P=.215	P=.001	P=.239	P=.137	P=.473	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000

ตารางแสดงผลลัพธ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	CI	CJ	CK	CL	CM	CN	CP	CT	DD	DG	DH
DN	-0.0404 (370)	-0.0693 (370)	-0.0956 (370)	-0.0960 (370)	-0.1289 (370)	-0.1230 (370)	-0.0559 (370)	.3780 (370)	.4557 (370)	.2843 (370)	.3233 (370)
	P= .439	P= .183	P= .066	P= .065	P= .013	P= .018	P= .284	P= .000	P= .000	P= .000	P= .000
DR	-0.0965 (370)	-0.0983 (370)	-0.1699 (370)	-0.2635 (370)	-0.2230 (370)	-0.1072 (370)	.0391 (370)	.3401 (370)	.4047 (370)	.3542 (370)	.3537 (370)
	P= .064	P= .059	P= .001	P= .000	P= .000	P= .039	P= .453	P= .000	P= .000	P= .000	P= .000
DS	-0.0823 (370)	-0.0154 (370)	-0.0885 (370)	-0.1597 (370)	-0.1245 (370)	-0.0213 (370)	-0.0266 (370)	.2821 (370)	.4170 (370)	.4572 (370)	.4226 (370)
	P= .114	P= .768	P= .089	P= .002	P= .017	P= .683	P= .610	P= .000	P= .000	P= .000	P= .000
DT	-0.0556 (370)	-0.0467 (370)	-0.0873 (370)	-0.1160 (370)	-0.0132 (370)	-0.0260 (370)	-0.1151 (370)	.3038 (370)	.3366 (370)	.4252 (370)	.4143 (370)
	P= .286	P= .371	P= .094	P= .026	P= .801	P= .618	P= .027	P= .000	P= .000	P= .000	P= .000
DU	.0253 (370)	-0.0621 (370)	-0.0968 (370)	-0.1268 (370)	-0.1486 (370)	-0.1457 (370)	-0.0576 (370)	.3525 (370)	.4379 (370)	.4428 (370)	.4315 (370)
	P= .628	P= .234	P= .063	P= .015	P= .004	P= .005	P= .269	P= .000	P= .000	P= .000	P= .000

ตารางแสดงผลสัมประสิทธิ์การวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	DI	DJ	H	I	J	K	L	N	DK	DL	DM
BK	.2530	.0914	.1119	.1765	.0829	.0527	.0786	.1500	.1271	.1139	.2542
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
BL	P=.000	P=.079	P=.031	P=.001	P=.111	P=.312	P=.131	P=.004	P=.014	P=.029	P=.000
	.1668	.1908	.0970	.1783	.1855	.2032	.1951	.1403	.2301	.2576	.2021
BM	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.001	P=.000	P=.062	P=.001	P=.000	P=.000	P=.000	P=.007	P=.000	P=.000	P=.000
BN	.2345	.2636	.2203	.2612	.2451	.3360	.2803	.3704	.2581	.3159	.1985
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
BO	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
	.1444	.2522	.2391	.2430	.2623	.1752	.1946	.2726	.1857	.1173	.2307
BP	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.005	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.001	P=.000	P=.000	P=.000	P=.024	P=.000
BP	.2201	.1992	.1407	.2058	.1823	.2627	.2536	.3342	.0782	.3245	.3166
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
BP	P=.000	P=.000	P=.007	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.133	P=.000	P=.000
	-.0300	.0992	.0100	.0038	.0078	.0932	.1827	.0984	.0643	.1132	.1824
BP	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.565	P=.057	P=.848	P=.942	P=.881	P=.073	P=.000	P=.059	P=.217	P=.029	P=.000

ตารางแสดงผลลัพธ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	DI	DJ	H	I	J	K	L	N	DK	DL	DM
BQ	.0756	.1032	-.0746	.0238	.0338	.1531	.1750	.1299	.1098	.2108	.0957
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
BR	P=.147	P=.047	P=.152	P=.648	P=.517	P=.003	P=.001	P=.012	P=.035	P=.000	P=.066
	-.0288	.1136	.0146	-.0136	.0880	.0088	.0571	.0510	.1043	-.0595	-.1020
BW	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.581	P=.029	P=.779	P=.795	P=.091	P=.866	P=.273	P=.328	P=.045	P=.254	P=.050
BX	.0815	.0277	.0101	.1555	-.0334	-.0468	.0796	.0520	.0568	.0303	.1115
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
BYS	P=.117	P=.595	P=.846	P=.003	P=.521	P=.370	P=.126	P=.319	P=.276	P=.561	P=.032
	.1260	.0245	.0259	.1350	-.0444	-.0413	.0727	.0893	.0498	.0474	.1319
BZ	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.015	P=.639	P=.620	P=.009	P=.394	P=.428	P=.163	P=.086	P=.340	P=.363	P=.011
BYS	.0434	-.0486	.0119	.1260	.0224	-.0711	-.0077	.1300	.0389	.0433	-.0288
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
BZ	P=.405	P=.351	P=.820	P=.015	P=.668	P=.172	P=.882	P=.012	P=.455	P=.407	P=.581
	-.0172	-.0417	.0029	.0277	-.0049	-.0269	-.1039	.0956	-.0307	.1275	.0142
BZ	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.741	P=.424	P=.956	P=.595	P=.925	P=.606	P=.046	P=.066	P=.556	P=.014	P=.785

ตารางแสดงผลลัพธ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	DI	DJ	H	I	J	K	L	N	DK	DL	DM
CA	-0.0784 (.370)	-0.0877 (.370)	-0.0001 (.370)	-0.0752 (.370)	-0.0369 (.370)	-0.0787 (.370)	-0.1837 (.370)	.0117 (.370)	-0.0926 (.370)	.0159 (.370)	-0.1016 (.370)
	P=.132	P=.092	P=.998	P=.149	P=.479	P=.131	P=.000	P=.822	P=.075	P=.760	P=.051
CB	.0133 (.370)	.0812 (.370)	-0.1639 (.370)	-0.1391 (.370)	-0.1323 (.370)	-0.0815 (.370)	.0040 (.370)	-.0848 (.370)	-0.0564 (.370)	.0599 (.370)	.0316 (.370)
	P=.799	P=.119	P=.002	P=.007	P=.011	P=.117	P=.938	P=.103	P=.279	P=.250	P=.544
CC	-0.0305 (.370)	-0.0591 (.370)	-0.0233 (.370)	.1224 (.370)	-0.1459 (.370)	-0.1877 (.370)	.0127 (.370)	.0168 (.370)	-0.1503 (.370)	-0.0909 (.370)	.0360 (.370)
	P=.559	P=.256	P=.655	P=.019	P=.005	P=.000	P=.808	P=.747	P=.004	P=.081	P=.490
CD	.0127 (.370)	.0152 (.370)	.0603 (.370)	.0357 (.370)	-0.0290 (.370)	-0.1196 (.370)	-0.1396 (.370)	-0.1008 (.370)	-0.0669 (.370)	-0.1194 (.370)	-0.1372 (.370)
	P=.808	P=.771	P=.247	P=.494	P=.578	P=.021	P=.007	P=.053	P=.199	P=.022	P=.008
CE	.0273 (.370)	-0.1179 (.370)	.0034 (.370)	-0.0019 (.370)	.1083 (.370)	-0.0939 (.370)	-0.0975 (.370)	-0.0266 (.370)	.0381 (.370)	-0.0090 (.370)	-0.0769 (.370)
	P=.601	P=.023	P=.949	P=.972	P=.037	P=.071	P=.061	P=.610	P=.465	P=.864	P=.140
CF	-0.0180 (.370)	-0.0281 (.370)	.0061 (.370)	.0276 (.370)	-0.0679 (.370)	.0564 (.370)	.0515 (.370)	.0008 (.370)	-0.0528 (.370)	.0209 (.370)	-0.0457 (.370)
	P=.730	P=.590	P=.908	P=.597	P=.193	P=.279	P=.323	P=.988	P=.311	P=.689	P=.380

ตารางแสดงผลสัมประสิทธิ์การวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	DI	DJ	H	I	J	K	L	N	DK	DL	DM
CG	.0068 (370)	-.0714 (370)	.0259 (370)	.1011 (370)	.0391 (370)	-.0058 (370)	-.0154 (370)	.0961 (370)	.0050 (370)	-.0226 (370)	.0454 (370)
	P=.896	P=.170	P=.620	P=.052	P=.454	P=.911	P=.767	P=.065	P=.924	P=.665	P=.384
CH	.0801 (370)	.0078 (370)	.1215 (370)	.1702 (370)	-.0282 (370)	-.0545 (370)	.0481 (370)	.0951 (370)	-.0289 (370)	-.0660 (370)	.0885 (370)
	P=.124	P=.881	P=.019	P=.001	P=.589	P=.296	P=.356	P=.068	P=.579	P=.205	P=.089
CI	-.0608 (370)	-.1191 (370)	.0207 (370)	.1141 (370)	-.0441 (370)	-.1768 (370)	-.0442 (370)	.0873 (370)	-.0592 (370)	-.0108 (370)	-.0009 (370)
	P=.243	P=.022	P=.692	P=.028	P=.398	P=.001	P=.396	P=.094	P=.256	P=.835	P=.987
CJ	-.0215 (370)	-.0580 (370)	-.0183 (370)	-.1114 (370)	-.0697 (370)	-.1699 (370)	-.1945 (370)	-.0356 (370)	.0407 (370)	.0138 (370)	-.0400 (370)
	P=.679	P=.266	P=.726	P=.032	P=.181	P=.001	P=.000	P=.495	P=.435	P=.791	P=.443
CK	-.1409 (370)	-.1512 (370)	.0106 (370)	.0070 (370)	.0241 (370)	-.0923 (370)	-.0191 (370)	.0598 (370)	-.1628 (370)	-.0544 (370)	-.0646 (370)
	P=.007	P=.004	P=.839	P=.893	P=.645	P=.076	P=.715	P=.251	P=.002	P=.297	P=.215
CL	-.1482 (370)	-.1821 (370)	-.0704 (370)	-.0651 (370)	-.1318 (370)	-.3353 (370)	-.1144 (370)	-.0909 (370)	-.1717 (370)	-.1999 (370)	-.1751 (370)
	P=.004	P=.000	P=.176	P=.212	P=.011	P=.000	P=.028	P=.081	P=.001	P=.000	P=.001

ตารางแสดงผลลัพธ์ของกรวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	DI	DJ	H	I	J	K	L	N	DK	DL	DM
CM	.0156 (370)	.0219 (370)	-.1002 (370)	-.0219 (370)	-.0294 (370)	-.1885 (370)	-.0681 (370)	-.1037 (370)	.0130 (370)	-.0689 (370)	-.0614 (370)
	P=.765	P=.674	P=.054	P=.674	P=.573	P=.000	P=.192	P=.046	P=.803	P=.186	P=.239
CN	.0255 (370)	-.0112 (370)	.0607 (370)	.0673 (370)	-.0106 (370)	-.0235 (370)	-.0513 (370)	-.0244 (370)	-.0488 (370)	-.0793 (370)	-.0774 (370)
	P=.625	P=.831	P=.244	P=.197	P=.838	P=.652	P=.325	P=.640	P=.349	P=.128	P=.137
CP	-.0144 (370)	-.0856 (370)	.0686 (370)	.1010 (370)	-.1223 (370)	.0780 (370)	-.0357 (370)	-.0032 (370)	-.1428 (370)	-.0058 (370)	-.0374 (370)
	P=.782	P=.100	P=.188	P=.052	P=.019	P=.134	P=.494	P=.951	P=.006	P=.912	P=.473
CT	.2649 (370)	.1982 (370)	.0468 (370)	.1008 (370)	.2733 (370)	.3968 (370)	.2917 (370)	.2662 (370)	.3052 (370)	.3844 (370)	.3908 (370)
	P=.000	P=.000	P=.369	P=.053	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
DD	.3325 (370)	.2762 (370)	.1839 (370)	.2326 (370)	.2743 (370)	.4368 (370)	.3161 (370)	.3487 (370)	.3299 (370)	.4887 (370)	.4636 (370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
DG	.3611 (370)	.4579 (370)	.1992 (370)	.1978 (370)	.2216 (370)	.1403 (370)	.2118 (370)	.2121 (370)	.4630 (370)	.2953 (370)	.3160 (370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.007	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000

ตารางแสดงผลสัมประสิทธิ์ของภาวะวิกฤต (Correlation Coefficients)

	DI	DJ	H	I	J	K	L	N	DK	DL	DM
DH	.3900	.3847	.0801	.2200	.1206	.1829	.2848	.1049	.4662	.2655	.4554
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
DI	P=.000	P=.000	P=.124	P=.000	P=.020	P=.000	P=.000	P=.044	P=.000	P=.000	P=.000
	1.0000	.4468	.2032	.1978	.1821	.1854	.1470	.1685	.4363	.2859	.4057
DJ	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=-	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.005	P=.001	P=.000	P=.000	P=.000
H	.4468	1.0000	.2047	.1781	.1917	.1517	.1704	.1403	.4424	.2942	.3506
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
I	P=.000	P=-	P=.000	P=.001	P=.000	P=.003	P=.001	P=.007	P=.000	P=.000	P=.000
	.2032	.2047	1.0000	.5358	.4521	.3333	.3196	.3146	.1378	.1300	.1634
J	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=-	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.008	P=.012	P=.002
DK	.1978	.1781	.5358	1.0000	.4351	.3900	.5481	.4798	.1318	.2163	.1862
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
DL	P=.000	P=.001	P=.000	P=-	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.011	P=.000	P=.000
	.1821	.1917	.4521	.4351	1.0000	.4175	.3805	.3801	.1695	.1743	.1060
DM	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=-	P=.000	P=.000	P=.000	P=.001	P=.001	P=.041

ตารางแสดงผลลัพธ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	DI	DJ	H	I	J	K	L	N	DK	DL	DM
K	.1854 (.370)	.1517 (.370)	.3333 (.370)	.3900 (.370)	.4175 (.370)	1.0000 (.370)	.5613 (.370)	.5238 (.370)	.2294 (.370)	.4124 (.370)	.3234 (.370)
	P=.000	P=.003	P=.000	P=.000	P=.000	P=-	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
	.1470 (.370)	.1704 (.370)	.3196 (.370)	.5481 (.370)	.3805 (.370)	.5613 (.370)	1.0000 (.370)	.4977 (.370)	.2542 (.370)	.3380 (.370)	.3210 (.370)
L	P=.005	P=.001	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=-	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
	.1685 (.370)	.1403 (.370)	.3146 (.370)	.4798 (.370)	.3801 (.370)	.5238 (.370)	.4977 (.370)	1.0000 (.370)	.1609 (.370)	.3510 (.370)	.2449 (.370)
	P=.001	P=.007	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=-	P=.002	P=.000	P=.000
DK	.4363 (.370)	.4424 (.370)	.1378 (.370)	.1318 (.370)	.1695 (.370)	.2294 (.370)	.2542 (.370)	.1609 (.370)	1.0000 (.370)	.3817 (.370)	.4829 (.370)
	P=.000	P=.000	P=.008	P=.011	P=.001	P=.000	P=.000	P=.002	P=-	P=.000	P=.000
	.2859 (.370)	.2942 (.370)	.1300 (.370)	.2163 (.370)	.1743 (.370)	.4124 (.370)	.3380 (.370)	.3510 (.370)	.3817 (.370)	1.0000 (.370)	.4976 (.370)
DL	P=.000	P=.000	P=.012	P=.000	P=.001	P=.000	P=.000	P=.000	P=-	P=-	P=.000
	.4057 (.370)	.3506 (.370)	.1634 (.370)	.1862 (.370)	.1060 (.370)	.3234 (.370)	.3210 (.370)	.2449 (.370)	.4829 (.370)	.4976 (.370)	1.0000 (.370)
	P=.000	P=.000	P=.002	P=.000	P=.041	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=-

ตารางแสดงผลลัพธ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	DN	DR	DS	DT	DU
AA	.3596	.3813	.3071	.3095	.4051
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
AB	.3401	.3381	.3138	.3880	.4661
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
AC	.3446	.3261	.2964	.2286	.3549
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
AD	.3400	.4059	.3212	.3492	.3492
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
AE	.2766	.3344	.2836	.2449	.2662
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
AF	.2311	.2871	.2307	.1992	.2772
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000

ตารางแสดงผลพหุคูณการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	DN	DR	DS	DT	DU
AH	.3669	.3211	.2637	.2670	.3531
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
AI	.4225	.2761	.2146	.2241	.3397
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
AM	.3417	.3315	.2939	.3150	.3105
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
AQ	.3058	.2940	.2092	.1781	.3016
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.001	P=.000
AR	.2310	.3633	.3443	.3448	.3931
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
AS	.3907	.2962	.3782	.3242	.4487
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000

ตารางแสดงผลของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	DN	DR	DS	DT	DU
AX	.2456	.3563	.2906	.3025	.4768
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
AY	.2645	.2771	.3207	.3296	.3204
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
AZ	.3201	.2680	.3125	.3399	.4016
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
BA	.2511	.3014	.3305	.2426	.3488
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
BB	.3780	.3877	.3353	.3525	.3563
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
BC	.3677	.3655	.3969	.4096	.4197
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000

ตารางแสดงผลของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	DN	DR	DS	DT	DU
BD	-.0747	-.0596	.0367	.0444	.0152
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
BE	P=.151	P=.253	P=.481	P=.395	P=.771
	.2104	.2659	.2758	.3049	.3190
BG	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
BH	.3934	.3554	.3223	.3410	.3419
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
BI	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
	.2780	.3255	.3260	.3595	.3662
BJ	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
BD	.3132	.3248	.3080	.2491	.3532
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
BE	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
	.3244	.4388	.4569	.3344	.3733
BG	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000

ตารางแสดงผลลัพธ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	DN	DR	DS	DT	DU
BK	.1537	.2276	.2383	.1417	.1706
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
BL	P=.003	P=.000	P=.000	P=.006	P=.001
	.2350	.3203	.2771	.2184	.2813
BM	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
BN	.2209	.2565	.1891	.2840	.2839
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
BO	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
	.1802	.1302	.1037	.1801	.2384
BP	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.012	P=.046	P=.001	P=.000
DU	.2519	.2592	.1060	.1673	.3184
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
DT	P=.000	P=.000	P=.042	P=.001	P=.000
	.1559	.1152	.1551	.0965	.1798
DU	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.003	P=.027	P=.003	P=.064	P=.001

ตารางแสดงผลลัพธ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	DN	DR	DS	DT	DU
BQ	.1484	.1786	.1486	.1528	.2333
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
BR	P=.004	P=.001	P=.004	P=.003	P=.000
	-.1150	.0184	.0950	.1122	.0151
BW	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.027	P=.724	P=.068	P=.031	P=.772
BX	.1286	.1726	.1800	.0967	.1241
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
BY\$	P=.013	P=.001	P=.001	P=.063	P=.017
	.1438	.1561	.1526	.0585	.1363
BZ	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.006	P=.003	P=.003	P=.262	P=.009
BY\$	-.0184	-.0548	.0205	-.0116	.0312
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
BZ	P=.725	P=.293	P=.694	P=.824	P=.550
	-.0444	-.0562	-.0110	-.0254	.0530
BZ	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.394	P=.281	P=.833	P=.626	P=.309

ตารางแสดงผลของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	DN	DR	DS	DT	DU
CA	-0.726	-0.1950	-0.1404	-0.1548	-0.0849
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
CB	P=.163	P=.000	P=.007	P=.003	P=.103
	.1581	-0.0554	.0770	-0.0278	.0489
CC	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.002	P=.288	P=.139	P=.595	P=.348
CD	-0.0370	-0.0892	-0.0315	-0.0516	.0113
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
CE	P=.478	P=.087	P=.546	P=.322	P=.829
	-0.0861	-0.1412	-0.0592	-0.0811	-0.1065
CF	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.098	P=.007	P=.256	P=.119	P=.041
CE	-0.1199	.0209	.0630	.0592	-0.0043
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
CF	P=.021	P=.689	P=.226	P=.256	P=.934
	-0.0929	.0061	.0012	-0.0450	-0.0419
CF	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.074	P=.907	P=.982	P=.388	P=.422

ตารางแสดงสัมประสิทธิ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	DN	DR	DS	DT	DU
CG	.0136	-.0122	.0085	.0032	-.0100
	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)
CH	P=.795	P=.814	P=.871	P=.952	P=.848
	.0856	.0883	.0692	.0832	.0934
CI	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)
	P=.100	P=.090	P=.184	P=.110	P=.073
CJ	-.0404	-.0965	-.0823	-.0556	.0253
	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)
CK	P=.439	P=.064	P=.114	P=.286	P=.628
	-.0693	-.0983	-.0154	-.0467	-.0621
CL	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)
	P=.183	P=.059	P=.768	P=.371	P=.234
CM	-.0956	-.1699	-.0885	-.0873	-.0968
	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)
CN	P=.066	P=.001	P=.089	P=.094	P=.063
	-.0960	-.2635	-.1597	-.1160	-.1268
CO	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)
	P=.065	P=.000	P=.002	P=.026	P=.015

ตารางแสดงสัมประสิทธิ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	DN	DR	DS	DT	DU
CM	-1.289	-2.230	-.1245	-.0132	-.1486
	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)
	P= .013	P= .000	P= .017	P= .801	P= .004
CN	-1.230	-.1072	-.0213	-.0260	-.1457
	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)
	P= .018	P= .039	P= .683	P= .618	P= .005
CP	-.0559	.0391	-.0266	-.1151	-.0576
	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)
	P= .284	P= .453	P= .610	P= .027	P= .269
CT	.3780	.3401	.2821	.3038	.3525
	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)
	P= .000	P= .000	P= .000	P= .000	P= .000
DD	.4557	.4047	.4170	.3366	.4379
	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)
	P= .000	P= .000	P= .000	P= .000	P= .000
DG	.2843	.3542	.4572	.4252	.4428
	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)
	P= .000	P= .000	P= .000	P= .000	P= .000

ตารางแสดงผลสัมประสิทธิ์การวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	DN	DR	DS	DT	DU
DH	.3233	.3537	.4226	.4143	.4315
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
DI	.2860	.3958	.4367	.4061	.5165
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
DJ	.3409	.3144	.3688	.3734	.4071
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
H	.0445	.2206	.1559	.1906	.1661
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.394	P=.000	P=.003	P=.000	P=.001
I	.1209	.2287	.1860	.1923	.2657
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.020	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
J	.1129	.2936	.1998	.2226	.1665
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.030	P=.000	P=.000	P=.000	P=.001

ตารางแสดงค่าสัมประสิทธิ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	DN	DR	DS	DT	DU
K	.2476	.2571	.1825	.2197	.2045
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
L	.2595	.2317	.2574	.2747	.3116
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
N	.1676	.2648	.1851	.2115	.2253
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.001	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
DK	.3266	.3575	.4970	.5392	.4684
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
DL	.4917	.3334	.2652	.2941	.4206
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
DM	.5257	.4327	.4897	.4629	.4775
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000

ตารางแสดงสัมประสิทธิ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	DN	DR	DS	DT	DU
DN	1.0000	.4448	.3989	.4121	.5131
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
DR	.4448	1.0000	.6696	.5212	.4561
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=-	P=.000	P=.000	P=.000
DS	.3989	.6696	1.0000	.5816	.5700
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=-	P=.000	P=.000
DT	.4121	.5212	.5816	1.0000	.5258
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=-	P=.000
DU	.5131	.4561	.5700	.5258	1.0000
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=-

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง ผลของระบบควบคุมพนักงานขายในเชิงพฤติกรรมและผลการดำเนินงานของพนักงานขาย : ศึกษากรณีเฉพาะพนักงานขายของตัวแทนจำหน่ายรถยนต์นั่ง

2. ขอบเขตของพื้นที่ศึกษา : กรุงเทพมหานคร และจังหวัดนนทบุรี
3. ผลลัพธ์ที่ตามมาของการควบคุมที่อาศัยพื้นฐานของผลการดำเนินงาน และผลการควบคุมโดย

อาศัยพฤติกรรม

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณในความกรุณาของท่านที่สละเวลาในการให้ข้อมูลซึ่งเป็นประโยชน์ในการศึกษา ค้นคว้า และขอสัญญาว่าข้อมูลของท่านจะเก็บเป็นความลับ และเมื่อผู้วิจัยได้ทำการประมวลผลเป็นที่เรียบร้อยแล้ว จะได้จัดส่งผลการวิจัยโดยสรุปไปให้ท่านและหากมีสิ่งใดบกพร่องผู้วิจัยกราบขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

กราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

นายวรพุทธิ สติชัยวงศ์

ตารางแสดงผลสัมประสิทธิ์การวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	BI	BJ	BK	BL	BM	BN	BO	BP	BQ	BR	BW
CG	-1.233 (370)	.0292 (370)	.0871 (370)	-0.192 (370)	-0.040 (370)	.0838 (370)	-0.570 (370)	-0.164 (370)	-0.593 (370)	-0.916 (370)	.6379 (370)
	P=.018	P=.576	P=.094	P=.713	P=.938	P=.107	P=.274	P=.754	P=.256	P=.079	P=.000
CH	-0.776 (370)	.0148 (370)	.1444 (370)	-0.676 (370)	.0177 (370)	.1588 (370)	.0421 (370)	.0481 (370)	.0361 (370)	-0.445 (370)	.5487 (370)
	P=.136	P=.776	P=.005	P=.195	P=.735	P=.002	P=.420	P=.356	P=.489	P=.394	P=.000
CI	-0.915 (370)	-0.854 (370)	.0818 (370)	-0.412 (370)	-0.477 (370)	.0165 (370)	.0633 (370)	.0666 (370)	-0.660 (370)	-1.008 (370)	.4008 (370)
	P=.079	P=.101	P=.116	P=.430	P=.361	P=.752	P=.225	P=.201	P=.205	P=.053	P=.000
CJ	-0.629 (370)	-1.046 (370)	-0.393 (370)	-0.547 (370)	-0.151 (370)	-0.496 (370)	-0.478 (370)	.0250 (370)	-0.983 (370)	.0602 (370)	.1913 (370)
	P=.228	P=.044	P=.451	P=.294	P=.772	P=.341	P=.359	P=.632	P=.059	P=.248	P=.000
CK	-1.695 (370)	-1.742 (370)	.0547 (370)	-1.042 (370)	-1.051 (370)	-0.621 (370)	-0.310 (370)	.0213 (370)	-0.389 (370)	-0.143 (370)	.0801 (370)
	P=.001	P=.001	P=.294	P=.045	P=.043	P=.234	P=.552	P=.683	P=.455	P=.784	P=.124
CL	-1.937 (370)	-1.405 (370)	.0224 (370)	-1.223 (370)	-1.190 (370)	-0.980 (370)	-1.674 (370)	-0.437 (370)	-1.426 (370)	-0.416 (370)	.1137 (370)
	P=.000	P=.007	P=.668	P=.019	P=.000	P=.060	P=.001	P=.402	P=.006	P=.425	P=.029

ตารางแสดงผลสัมประสิทธิ์การวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	BI	BJ	BK	BL	BM	BN	BO	BP	BQ	BR	BW
CM	-1.137	-1.106	-0.568	-1.147	.0365	.0297	-.2069	-1.1427	-.0840	.0431	-1.151
	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)
	P= .010	P= .033	P= .276	P= .005	P= .484	P= .569	P= .000	P= .006	P= .107	P= .409	P= .027
CN	-1.1961	-0.668	-0.188	-1.1046	.0017	-.0057	-.1974	-1.1664	-.0748	.0284	-.0893
	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)
	P= .000	P= .200	P= .718	P= .044	P= .975	P= .913	P= .000	P= .001	P= .151	P= .586	P= .086
CP	.0937	-.0803	.0060	-.0444	.0045	-.1090	.0542	.0112	.0007	-.0527	-.0899
	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)
	P= .072	P= .123	P= .909	P= .394	P= .931	P= .036	P= .299	P= .830	P= .989	P= .312	P= .084
CT	.3559	.4186	.0871	.2532	.2471	.2270	.2685	.0673	.1718	.0209	.0778
	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)
	P= .000	P= .000	P= .094	P= .000	P= .000	P= .000	P= .000	P= .197	P= .001	P= .689	P= .135
DD	.3213	.3325	.1675	.2696	.2682	.2342	.3013	.1265	.1217	-.0010	-.0107
	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)
	P= .000	P= .000	P= .001	P= .000	P= .000	P= .000	P= .000	P= .015	P= .019	P= .985	P= .837
DG	.1639	.1725	.2199	.1749	.1842	.2202	.0552	.0827	.0610	.1066	.0307
	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)
	P= .002	P= .001	P= .000	P= .001	P= .000	P= .000	P= .290	P= .112	P= .241	P= .040	P= .557

ตารางแสดงผลสัมประสิทธิ์ของภาวะวิกฤต (Correlation Coefficients)

	BI	BJ	BK	BL	BM	BN	BO	BP	BQ	BR	BW
DH	.3553	.3062	.0676	.2274	.1583	.1034	.1593	.0885	.1173	.1033	.0994
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
DI	P=.000	P=.000	P=.194	P=.000	P=.002	P=.047	P=.002	P=.089	P=.024	P=.047	P=.056
	.2354	.3495	.2530	.1668	.2345	.1444	.2201	-.0300	.0756	-.0288	.0815
DJ	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.001	P=.000	P=.005	P=.000	P=.565	P=.147	P=.581	P=.117
H	.2451	.1914	.0914	.1908	.2636	.2522	.1992	.0992	.1032	.1136	.0277
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
I	P=.000	P=.000	P=.079	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.057	P=.047	P=.029	P=.595
	.0242	.1218	.1119	.0970	.2203	.2391	.1407	.0100	-.0746	.0146	.0101
J	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.643	P=.019	P=.031	P=.062	P=.000	P=.000	P=.007	P=.848	P=.152	P=.779	P=.846
I	.1594	.1574	.1765	.1783	.2612	.2430	.2058	.0038	.0238	-.0136	.1555
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
J	P=.002	P=.002	P=.001	P=.001	P=.000	P=.000	P=.000	P=.942	P=.648	P=.795	P=.003
	.1182	.2103	.0829	.1855	.2451	.2623	.1823	.0078	.0338	.0880	-.0334
J	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.023	P=.000	P=.111	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.881	P=.517	P=.091	P=.521

ตารางแสดงผลพหุคูณของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	BI	BJ	BK	BL	BM	BN	BO	BP	BQ	BR	BW
K	.2578	.2450	.0527	.2032	.3360	.1752	.2627	.0932	.1531	.0088	-.0468
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
L	P=.000	P=.000	P=.312	P=.000	P=.000	P=.001	P=.000	P=.073	P=.003	P=.866	P=.370
	.2879	.2904	.0786	.1951	.2803	.1946	.2536	.1827	.1750	.0571	.0796
N	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.131	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.001	P=.273	P=.126
DK	.1134	.2155	.1500	.1403	.3704	.2726	.3342	.0984	.1299	.0510	.0520
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
DL	P=.029	P=.000	P=.004	P=.007	P=.000	P=.000	P=.000	P=.059	P=.012	P=.328	P=.319
	.2723	.4148	.1271	.2301	.2581	.1857	.0782	.0643	.1098	.1043	.0568
DM	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.014	P=.000	P=.000	P=.000	P=.133	P=.217	P=.035	P=.045	P=.276
DL	.3264	.3001	.1139	.2576	.3159	.1173	.3245	.1132	.2108	-.0595	.0303
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
DM	P=.000	P=.000	P=.029	P=.000	P=.000	P=.024	P=.000	P=.029	P=.000	P=.254	P=.561
	.3550	.3930	.2542	.2021	.1985	.2307	.3166	.1824	.0957	-.1020	.1115
DM	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.066	P=.050	P=.032

ตารางแสดงผลของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	BI	BJ	BK	BL	BM	BN	BO	BP	BQ	BR	BW
DN	.3132 (.370)	.3244 (.370)	.1537 (.370)	.2350 (.370)	.2209 (.370)	.1802 (.370)	.2519 (.370)	.1559 (.370)	.1484 (.370)	-.1150 (.370)	.1286 (.370)
	P=.000	P=.000	P=.003	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.003	P=.004	P=.027	P=.013
DR	.3248 (.370)	.4388 (.370)	.2276 (.370)	.3203 (.370)	.2565 (.370)	.1302 (.370)	.2592 (.370)	.1152 (.370)	.1786 (.370)	.0184 (.370)	.1726 (.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.012	P=.000	P=.027	P=.001	P=.724	P=.001
DS	.3080 (.370)	.4569 (.370)	.2383 (.370)	.2771 (.370)	.1891 (.370)	.1037 (.370)	.1060 (.370)	.1551 (.370)	.1486 (.370)	.0950 (.370)	.1800 (.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.046	P=.042	P=.003	P=.004	P=.068	P=.001
DT	.2491 (.370)	.3344 (.370)	.1417 (.370)	.2184 (.370)	.2840 (.370)	.1801 (.370)	.1673 (.370)	.0965 (.370)	.1528 (.370)	.1122 (.370)	.0967 (.370)
	P=.000	P=.000	P=.006	P=.000	P=.000	P=.001	P=.001	P=.064	P=.003	P=.031	P=.063
DU	.3532 (.370)	.3733 (.370)	.1706 (.370)	.2813 (.370)	.2839 (.370)	.2384 (.370)	.3184 (.370)	.1798 (.370)	.2333 (.370)	.0151 (.370)	.1241 (.370)
	P=.000	P=.000	P=.001	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.001	P=.000	P=.772	P=.017

ตารางแสดงผลสัมประสิทธิ์การวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	BX	BY\$	BZ	CA	CB	CC	CD	CE	CF	CG	CH
AA	.0443	.0115	-.1076	-.2146	-.0488	-.0294	-.1516	.0267	-.0610	-.0149	.0391
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
AB	P=.395	P=.826	P=.039	P=.000	P=.349	P=.573	P=.003	P=.608	P=.242	P=.776	P=.453
	.1181	.0625	.0550	-.0762	.0461	-.0893	-.2168	-.0191	-.0594	.0261	.1476
AC	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.023	P=.230	P=.291	P=.143	P=.377	P=.086	P=.000	P=.715	P=.254	P=.617	P=.004
AD	.1048	.0158	-.0684	-.1575	.0872	-.1889	-.1880	-.0800	-.0152	-.0161	.0729
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
AE	P=.044	P=.762	P=.189	P=.002	P=.094	P=.000	P=.000	P=.124	P=.770	P=.758	P=.162
	.0804	.0339	-.0144	-.1449	-.0477	-.1592	-.2173	-.0243	.0443	-.0094	.0429
AF	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.123	P=.516	P=.783	P=.005	P=.360	P=.002	P=.000	P=.641	P=.395	P=.857	P=.411
AF	.0702	.0231	.0698	.0766	-.0929	.0235	-.0095	.0081	.0895	.1081	.1956
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
AF	P=.178	P=.658	P=.180	P=.141	P=.074	P=.652	P=.855	P=.877	P=.086	P=.038	P=.000
	.0982	.0720	-.0308	-.0976	-.0425	.0140	-.1057	-.0809	.0137	.0495	.1628
AF	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.059	P=.167	P=.555	P=.061	P=.415	P=.788	P=.042	P=.120	P=.793	P=.342	P=.002

ตารางแสดงผลสัมประสิทธิ์การวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	BX	BY\$	BZ	CA	CB	CC	CD	CE	CF	CG	CH
AH	.0314	-.0458	-.0309	-.1625	-.0419	-.0002	-.1244	-.0336	.0266	.0004	.0569
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
AI	P=.548	P=.379	P=.554	P=.002	P=.422	P=.997	P=.017	P=.519	P=.609	P=.994	P=.275
	.0673	.0897	-.1003	-.1879	.0093	-.1099	-.1825	-.0646	.0013	.0273	.0396
AM	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.196	P=.085	P=.054	P=.000	P=.858	P=.035	P=.000	P=.215	P=.980	P=.600	P=.448
AQ	.1539	.0306	.0092	-.2001	.0168	-.0454	-.1791	-.0275	-.0031	-.0304	.0544
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
AR	P=.003	P=.558	P=.861	P=.000	P=.748	P=.384	P=.001	P=.598	P=.953	P=.560	P=.296
	.0368	-.0825	.0072	.0083	.0327	-.0493	-.0426	.0132	-.0256	-.0550	-.0664
AS	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.480	P=.113	P=.890	P=.874	P=.531	P=.344	P=.414	P=.800	P=.623	P=.291	P=.202
AS	.0848	.0919	.1033	.0237	.0056	.0771	-.0623	-.0169	-.0119	.0223	-.0190
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
AS	P=.103	P=.078	P=.047	P=.650	P=.915	P=.139	P=.232	P=.746	P=.819	P=.669	P=.715
	-.0500	-.0761	-.0980	-.1769	-.0157	-.1008	-.0792	-.0047	-.0484	-.0363	-.0999
AS	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.337	P=.144	P=.060	P=.001	P=.763	P=.053	P=.128	P=.928	P=.353	P=.486	P=.055

ตารางแสดงผลสัมประสิทธิ์การวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	BX	BY\$	BZ	CA	CB	CC	CD	CE	CF	CG	CH
AX	.1072 (370)	.0789 (370)	.0345 (370)	-.0779 (370)	.0909 (370)	-.0704 (370)	-.2024 (370)	-.0998 (370)	-.0845 (370)	.0908 (370)	.0388 (370)
	P=.039	P=.130	P=.508	P=.135	P=.081	P=.176	P=.000	P=.055	P=.105	P=.081	P=.457
AY	-.0456 (370)	-.0231 (370)	-.0704 (370)	-.1736 (370)	.0346 (370)	-.2467 (370)	-.0236 (370)	-.0222 (370)	-.0628 (370)	.0571 (370)	-.1112 (370)
	P=.381	P=.658	P=.176	P=.001	P=.507	P=.000	P=.650	P=.670	P=.228	P=.273	P=.033
AZ	.0960 (370)	.0771 (370)	.0511 (370)	-.0430 (370)	.0306 (370)	-.0341 (370)	-.0756 (370)	-.0170 (370)	-.1422 (370)	.0331 (370)	.0588 (370)
	P=.065	P=.139	P=.327	P=.409	P=.557	P=.513	P=.147	P=.744	P=.006	P=.525	P=.259
BA	.0287 (370)	-.0769 (370)	.0582 (370)	-.0081 (370)	.1207 (370)	-.0293 (370)	-.0832 (370)	-.0011 (370)	-.0454 (370)	-.0324 (370)	.0395 (370)
	P=.583	P=.140	P=.264	P=.876	P=.020	P=.574	P=.110	P=.983	P=.384	P=.535	P=.449
BB	-.0049 (370)	-.0508 (370)	-.0592 (370)	-.1340 (370)	.1298 (370)	-.1921 (370)	-.0508 (370)	.0817 (370)	-.1100 (370)	-.0155 (370)	-.0550 (370)
	P=.925	P=.330	P=.256	P=.010	P=.012	P=.000	P=.330	P=.117	P=.034	P=.766	P=.291
BC	.0788 (370)	.0143 (370)	.0038 (370)	-.0677 (370)	.0045 (370)	-.0823 (370)	-.0870 (370)	-.0227 (370)	-.0084 (370)	.0253 (370)	.0409 (370)
	P=.130	P=.784	P=.942	P=.194	P=.931	P=.114	P=.095	P=.563	P=.871	P=.627	P=.432

ตารางแสดงผลสัมประสิทธิ์การวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	BX	BY\$	BZ	CA	CB	CC	CD	CE	CF	CG	CH
BD	.0826	.1087	.1050	.1145	.0605	.1176	-.0231	.0105	-.0614	.1185	.1651
	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)
BE	P=.113	P=.037	P=.043	P=.028	P=.245	P=.024	P=.659	P=.840	P=.239	P=.023	P=.001
	-.0012	.0044	-.0085	-.0222	-.0185	-.0579	-.0424	-.0388	.0162	-.0356	.0651
BG	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)
	P=.981	P=.932	P=.870	P=.670	P=.722	P=.267	P=.417	P=.457	P=.755	P=.494	P=.211
BH	.1143	.0327	-.0378	-.0718	-.0090	-.1024	-.0723	.0148	-.0302	-.0454	.0693
	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)
BH	P=.028	P=.530	P=.468	P=.168	P=.863	P=.049	P=.165	P=.777	P=.562	P=.383	P=.183
	.0170	.0329	-.0432	-.1522	.0014	-.1635	-.0244	.0587	-.0258	.0436	-.0996
BI	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)
	P=.745	P=.528	P=.408	P=.003	P=.979	P=.002	P=.640	P=.260	P=.620	P=.403	P=.056
BI	.0249	-.1666	-.0057	-.0611	.0461	-.0489	-.1699	-.1090	.0583	-.1233	-.0776
	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)
BJ	P=.633	P=.001	P=.912	P=.241	P=.376	P=.348	P=.001	P=.036	P=.264	P=.018	P=.136
	.1067	-.0016	-.1006	-.1587	.0384	-.1105	-.0297	.0319	-.0324	.0292	.0148
BJ	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)	(370)
	P=.040	P=.976	P=.053	P=.002	P=.461	P=.034	P=.569	P=.540	P=.534	P=.576	P=.776

ตารางแสดงผลลัพธ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	BX	BY\$	BZ	CA	CB	CC	CD	CE	CF	CG	CH
BK	.1250 (.370)	.0413 (.370)	.0795 (.370)	.0376 (.370)	-.0195 (.370)	.1056 (.370)	-.0767 (.370)	.0485 (.370)	-.0427 (.370)	.0871 (.370)	.1444 (.370)
	P=.016	P=.428	P=.127	P=.471	P=.708	P=.042	P=.141	P=.353	P=.412	P=.094	P=.005
BL	.0068 (.370)	.0085 (.370)	-.1010 (.370)	-.1544 (.370)	-.0025 (.370)	-.0898 (.370)	-.1001 (.370)	-.0365 (.370)	-.0142 (.370)	-.0192 (.370)	-.0676 (.370)
	P=.896	P=.871	P=.052	P=.003	P=.961	P=.085	P=.054	P=.484	P=.786	P=.713	P=.195
BM	-.0127 (.370)	-.0617 (.370)	-.0855 (.370)	-.0496 (.370)	-.1798 (.370)	-.0387 (.370)	.0953 (.370)	.0074 (.370)	.0202 (.370)	-.0040 (.370)	.0177 (.370)
	P=.808	P=.236	P=.101	P=.341	P=.001	P=.458	P=.067	P=.887	P=.698	P=.938	P=.735
BN	.0835 (.370)	.0236 (.370)	.0055 (.370)	-.0318 (.370)	-.0910 (.370)	-.0593 (.370)	-.0009 (.370)	.0523 (.370)	-.0883 (.370)	.0838 (.370)	.1588 (.370)
	P=.109	P=.651	P=.916	P=.543	P=.081	P=.255	P=.987	P=.316	P=.090	P=.107	P=.002
BO	.0391 (.370)	-.0181 (.370)	.0575 (.370)	.0153 (.370)	-.0412 (.370)	-.0703 (.370)	-.1531 (.370)	.0124 (.370)	.0759 (.370)	-.0570 (.370)	.0421 (.370)
	P=.454	P=.729	P=.270	P=.770	P=.430	P=.177	P=.003	P=.812	P=.145	P=.274	P=.420
BP	.0454 (.370)	-.0589 (.370)	-.0006 (.370)	-.0018 (.370)	.0661 (.370)	.0481 (.370)	-.0701 (.370)	-.0199 (.370)	.0427 (.370)	-.0164 (.370)	.0481 (.370)
	P=.384	P=.259	P=.991	P=.973	P=.205	P=.357	P=.178	P=.702	P=.412	P=.754	P=.356

ตารางแสดงผลพหุคูณของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	BX	BY\$	BZ	CA	CB	CC	CD	CE	CF	CG	CH
BQ	.1014 (.370)	-.0512 (.370)	-.0414 (.370)	-.0065 (.370)	-.0744 (.370)	.1072 (.370)	-.0543 (.370)	-.1648 (.370)	-.0611 (.370)	-.0593 (.370)	.0361 (.370)
	P=.051	P=.326	P=.427	P=.901	P=.153	P=.039	P=.297	P=.001	P=.241	P=.256	P=.489
BR	-.0995 (.370)	-.0808 (.370)	-.1300 (.370)	-.0176 (.370)	-.0132 (.370)	-.0545 (.370)	.0592 (.370)	-.0364 (.370)	.0187 (.370)	-.0916 (.370)	-.0445 (.370)
	P=.056	P=.121	P=.012	P=.736	P=.800	P=.296	P=.256	P=.485	P=.720	P=.079	P=.394
BW	.6413 (.370)	.4591 (.370)	.2557 (.370)	.0835 (.370)	.0898 (.370)	.1464 (.370)	-.1013 (.370)	-.0491 (.370)	-.1551 (.370)	.6379 (.370)	.5487 (.370)
	P=.000	P=.000	P=.000	P=.109	P=.084	P=.005	P=.052	P=.346	P=.003	P=.000	P=.000
BX	1.0000 (.370)	.4575 (.370)	.3842 (.370)	.2942 (.370)	.0873 (.370)	.2592 (.370)	-.0770 (.370)	-.0545 (.370)	-.2057 (.370)	.3909 (.370)	.6546 (.370)
	P=-	P=.000	P=.000	P=.000	P=.094	P=.000	P=.139	P=.295	P=.000	P=.000	P=.000
BY\$.4575 (.370)	1.0000 (.370)	.4076 (.370)	.3025 (.370)	.0466 (.370)	.2546 (.370)	.0358 (.370)	.0513 (.370)	-.1373 (.370)	.4663 (.370)	.3491 (.370)
	P=.000	P=-	P=.000	P=.000	P=.372	P=.000	P=.493	P=.325	P=.008	P=.000	P=.000
BZ	.3842 (.370)	.4076 (.370)	1.0000 (.370)	.7061 (.370)	.2010 (.370)	.2166 (.370)	-.0431 (.370)	.1326 (.370)	-.1747 (.370)	.2316 (.370)	.2691 (.370)
	P=.000	P=.000	P=-	P=.000	P=.000	P=.408	P=.011	P=.001	P=.000	P=.000	P=.000

ตารางแสดงสัมประสิทธิ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	BX	BY\$	BZ	CA	CB	CC	CD	CE	CF	CG	CH
CA	.2942	.3025	.7061	1.0000	.3036	.1613	.1624	.0911	-.1514	.1667	.2212
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
CB	P=.000	P=.000	P=.000	P=-	P=.000	P=.002	P=.002	P=.080	P=.004	P=.001	P=.000
	.0873	.0466	.2010	.3036	1.0000	-.0634	-.0287	-.0572	-.0901	.0191	.0022
CC	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.094	P=.372	P=.000	P=.000	P=-	P=.224	P=.583	P=.272	P=.084	P=.714	P=.966
CD	.2592	.2546	.2166	.1613	-.0634	1.0000	.3041	.0320	-.1399	.1579	.3810
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
CE	P=.000	P=.000	P=.000	P=.002	P=.224	P=-	P=.000	P=.540	P=.007	P=.002	P=.000
	-.0770	.0358	-.0431	.1624	-.0287	.3041	1.0000	.3289	-.1295	.1235	.0735
CF	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.139	P=.493	P=.408	P=.002	P=.583	P=.000	P=-	P=.000	P=.013	P=.017	P=.158
CG	-.0545	.0513	.1326	.0911	.0572	.0320	.3289	1.0000	-.0727	.1034	.0013
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
CH	P=.295	P=.325	P=.011	P=.080	P=.272	P=.540	P=.000	P=-	P=.163	P=.047	P=.980
	-.2057	-.1373	-.1747	-.1514	-.0901	-.1399	-.1295	-.0727	1.0000	-.1440	-.1442
CI	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.000	P=.008	P=.001	P=.004	P=.084	P=.007	P=.013	P=.163	P=-	P=.006	P=.005

ตารางแสดงผลสัมพัทธ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	BX	BY\$	BZ	CA	CB	CC	CD	CE	CF	CG	CH
CM	-0039	.2109	-.1676	-.0451	-.0519	.4594	.4520	.1918	-.1027	.0826	.0800
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
CN	.940	P=.000	P=.001	P=.387	P=.319	P=.000	P=.000	P=.000	P=.048	P=.113	P=.125
	-.0299	.1122	-.1317	.0035	-.0780	.2205	.6210	.1344	-.0420	.2125	.1894
CP	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	.566	P=.031	P=.011	P=.947	P=.134	P=.000	P=.000	P=.010	P=.420	P=.000	P=.000
CT	-.1618	-.1486	-.0869	-.0136	-.1909	.0042	-.1098	-.2544	.6185	-.2178	-.1101
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
DD	.002	P=.004	P=.095	P=.794	P=.000	P=.935	P=.035	P=.000	P=.000	P=.000	P=.034
	.0801	-.0067	-.0295	-.1720	.0277	-.1472	-.1505	.0429	-.1083	.0073	.0138
DG	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	.124	P=.898	P=.572	P=.001	P=.596	P=.005	P=.004	P=.411	P=.037	P=.889	P=.792
DD	-.0263	.0203	.0196	-.0678	.0508	-.1078	-.1477	-.0325	.0602	-.0117	-.0220
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
DG	.615	P=.697	P=.708	P=.193	P=.329	P=.038	P=.004	P=.533	P=.248	P=.822	P=.673
	.1612	.0364	.0690	-.0154	.0329	.0006	.0594	.0243	-.0281	.0079	.0672
DG	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	.002	P=.485	P=.185	P=.767	P=.528	P=.991	P=.255	P=.641	P=.590	P=.879	P=.197

ตารางแสดงผลลัพธ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	BX	BY\$	BZ	CA	CB	CC	CD	CE	CF	CG	CH
DH	.1393	.0486	.0131	-.0844	.1209	-.0034	-.0874	-.0252	-.0733	-.0055	.0433
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
DI	P=.007	P=.351	P=.802	P=.105	P=.020	P=.949	P=.093	P=.629	P=.159	P=.916	P=.406
	.1260	.0434	-.0172	-.0784	.0133	-.0305	.0127	.0273	-.0180	.0068	.0801
DJ	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.015	P=.405	P=.741	P=.132	P=.799	P=.559	P=.808	P=.601	P=.730	P=.896	P=.124
H	.0245	-.0486	-.0417	-.0877	.0812	-.0591	.0152	-.1179	-.0281	-.0714	.0078
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
I	P=.639	P=.351	P=.424	P=.092	P=.119	P=.256	P=.771	P=.023	P=.590	P=.170	P=.881
	.0259	.0119	.0029	-.0001	-.1639	-.0233	.0603	.0034	.0061	.0259	.1215
J	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.620	P=.820	P=.956	P=.998	P=.002	P=.655	P=.247	P=.949	P=.908	P=.620	P=.019
I	.1350	.1260	.0277	-.0752	-.1391	.1224	.0357	-.0019	.0276	.1011	.1702
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
J	P=.009	P=.015	P=.595	P=.149	P=.007	P=.019	P=.494	P=.972	P=.597	P=.052	P=.001
	-.0444	.0224	-.0049	-.0369	-.1323	-.1459	-.0290	.1083	-.0679	.0391	-.0282
J	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.394	P=.668	P=.925	P=.479	P=.011	P=.005	P=.578	P=.037	P=.193	P=.454	P=.589

ตารางแสดงผลพหุคูณของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	BX	BY\$	BZ	CA	CB	CC	CD	CE	CF	CG	CH
K	-.0413	-.0711	-.0269	-.0787	-.0815	-.1877	-.1196	-.0939	.0564	-.0058	-.0545
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
L	P=.428	P=.172	P=.606	P=.131	P=.117	P=.000	P=.021	P=.071	P=.279	P=.911	P=.296
	.0727	-.0077	-.1039	-.1837	.0040	.0127	-.1396	-.0975	.0515	-.0154	.0481
N	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.163	P=.882	P=.046	P=.000	P=.938	P=.808	P=.007	P=.061	P=.323	P=.767	P=.356
DK	.0893	.1300	.0956	.0117	-.0848	.0168	-.1008	-.0266	.0008	.0961	.0951
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
DL	P=.086	P=.012	P=.066	P=.822	P=.103	P=.747	P=.053	P=.610	P=.988	P=.065	P=.068
	.0498	.0389	-.0307	-.0926	-.0564	-.1503	-.0669	.0381	-.0528	.0050	-.0289
DM	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.340	P=.455	P=.556	P=.075	P=.279	P=.004	P=.199	P=.465	P=.311	P=.924	P=.579
DL	.0474	.0433	.1275	.0159	.0599	-.0909	-.1194	-.0090	.0209	-.0226	-.0660
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
DM	P=.363	P=.407	P=.014	P=.760	P=.250	P=.081	P=.022	P=.864	P=.689	P=.665	P=.205
	.1319	-.0288	.0142	-.1016	.0316	.0360	-.1372	-.0769	-.0457	.0454	.0885
DM	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.011	P=.581	P=.785	P=.051	P=.544	P=.490	P=.008	P=.140	P=.380	P=.384	P=.089

ตารางแสดงผลสัมประสิทธิ์การวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	CI	CJ	CK	CL	CM	CN	CP	CT	DD	DG	DH
AA	-0378 (370)	-0502 (370)	-1008 (370)	-2030 (370)	-0545 (370)	-1345 (370)	-1016 (370)	.3379 (370)	.3368 (370)	.2490 (370)	.1936 (370)
	P= .468	P= .336	P= .053	P= .000	P= .295	P= .010	P= .051	P= .000	P= .000	P= .000	P= .000
AB	.0832 (370)	.0222 (370)	-0664 (370)	-1555 (370)	-1537 (370)	-2025 (370)	-0560 (370)	.3030 (370)	.3474 (370)	.2954 (370)	.3207 (370)
	P= .110	P= .670	P= .202	P= .003	P= .003	P= .000	P= .282	P= .000	P= .000	P= .000	P= .000
AC	-0520 (370)	.0313 (370)	-1773 (370)	-1886 (370)	-1872 (370)	-1396 (370)	-0562 (370)	.3361 (370)	.3217 (370)	.3086 (370)	.2622 (370)
	P= .319	P= .549	P= .001	P= .000	P= .000	P= .007	P= .281	P= .000	P= .000	P= .000	P= .000
AD	-0072 (370)	.0397 (370)	-0744 (370)	-1607 (370)	-2496 (370)	-2590 (370)	.0161 (370)	.3051 (370)	.3239 (370)	.2720 (370)	.2161 (370)
	P= .890	P= .446	P= .153	P= .002	P= .000	P= .000	P= .757	P= .000	P= .000	P= .000	P= .000
AE	.0712 (370)	.0805 (370)	.0761 (370)	-0341 (370)	-1174 (370)	-0537 (370)	.0668 (370)	.1931 (370)	.2557 (370)	.1986 (370)	.1188 (370)
	P= .172	P= .122	P= .144	P= .513	P= .024	P= .303	P= .200	P= .000	P= .000	P= .000	P= .022
AF	.0136 (370)	-0806 (370)	-0359 (370)	-1928 (370)	-1256 (370)	-1215 (370)	.0326 (370)	.2097 (370)	.2044 (370)	.2262 (370)	.1216 (370)
	P= .794	P= .122	P= .492	P= .000	P= .016	P= .019	P= .532	P= .000	P= .000	P= .000	P= .019

ตารางแสดงผลลัพธ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	CI	CJ	CK	CL	CM	CN	CP	CT	DD	DG	DH
AH	.0125	-.0201	-.0424	-.1649	-.0840	-.1455	-.0304	.2908	.3416	.3070	.2153
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
AI	P=.810	P=.700	P=.416	P=.001	P=.107	P=.005	P=.560	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
	-.0623	-.0165	-.0450	-.1034	-.0782	-.1416	-.0689	.3531	.4003	.2215	.2423
AM	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.232	P=.751	P=.388	P=.047	P=.133	P=.006	P=.186	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
AQ	-.0257	-.0416	-.1347	-.1544	-.1116	-.1644	-.0389	.3363	.3065	.2121	.2644
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
AR	P=.622	P=.425	P=.010	P=.003	P=.032	P=.002	P=.456	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
	-.0108	-.0795	-.0867	-.1244	-.0767	-.0524	-.0425	.3354	.2485	.1676	.1995
AS	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.836	P=.127	P=.096	P=.017	P=.141	P=.315	P=.415	P=.000	P=.000	P=.001	P=.000
AS	.0583	-.0655	-.0129	-.1328	-.0113	-.0761	-.0206	.2687	.3812	.2680	.3115
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
AS	P=.264	P=.209	P=.805	P=.011	P=.829	P=.144	P=.693	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
	-.1069	-.0471	-.1077	-.2013	-.0528	-.0738	-.1070	.3652	.4430	.2582	.3399
AS	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.040	P=.366	P=.038	P=.000	P=.311	P=.157	P=.040	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000

ตารางแสดงผลลัพธ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	CI	CJ	CK	CL	CM	CN	CP	CT	DD	DG	DH
AX	.0722	-.0615	-.0999	-.1633	-.1332	-.1248	-.1065	.2858	.3265	.2500	.2895
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
AY	P=.166	P=.238	P=.055	P=.002	P=.010	P=.016	P=.041	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
	-.0938	-.0591	-.1028	-.1102	-.1158	-.0290	-.1455	.2831	.3361	.2950	.2478
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
AZ	P=.072	P=.257	P=.048	P=.034	P=.026	P=.578	P=.005	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
	.0362	-.0048	-.0455	-.1292	-.0471	-.0698	-.1988	.2331	.3366	.3167	.2790
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
BA	P=.487	P=.926	P=.383	P=.013	P=.366	P=.180	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
	.0287	-.0718	-.1023	-.1393	-.1494	-.0650	-.0568	.2711	.3434	.2448	.1668
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
BB	P=.582	P=.168	P=.049	P=.007	P=.004	P=.212	P=.275	P=.000	P=.000	P=.000	P=.001
	-.1130	-.0070	-.1536	-.1521	-.1708	-.1196	-.1476	.3375	.4205	.2302	.3133
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
BC	P=.030	P=.894	P=.003	P=.003	P=.001	P=.021	P=.004	P=.000	P=.000	P=.000	P=.000
	.0219	-.0128	-.0525	-.1733	-.1758	-.0733	-.0724	.3015	.3330	.1719	.2298
	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)	(.370)
	P=.675	P=.805	P=.014	P=.001	P=.001	P=.159	P=.165	P=.000	P=.000	P=.001	P=.000

ตารางแสดงผลลัพธ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	CI	CJ	CK	CL	CM	CN	CP	CT	DD	DG	DH
BD	.1119 (370)	.0676 (370)	.2135 (370)	.0661 (370)	.0318 (370)	.0524 (370)	-.0988 (370)	-.0229 (370)	.0771 (370)	.1999 (370)	.0521 (370)
	P= .031	P= .194	P= .000	P= .205	P= .542	P= .315	P= .058	P= .660	P= .139	P= .000	P= .317
BE	-.0761 (370)	.0214 (370)	-.0818 (370)	-.1481 (370)	-.0391 (370)	-.0226 (370)	.0541 (370)	.2037 (370)	.3173 (370)	.2213 (370)	.1651 (370)
	P= .144	P= .682	P= .116	P= .004	P= .454	P= .664	P= .299	P= .000	P= .000	P= .000	P= .001
BG	-.0493 (370)	-.0126 (370)	-.2136 (370)	-.2938 (370)	-.1290 (370)	-.0636 (370)	-.0600 (370)	.3476 (370)	.3695 (370)	.2134 (370)	.2668 (370)
	P= .345	P= .808	P= .000	P= .000	P= .013	P= .222	P= .250	P= .000	P= .000	P= .000	P= .000
BH	-.0313 (370)	.0740 (370)	-.0526 (370)	-.1877 (370)	-.0239 (370)	-.0033 (370)	-.1605 (370)	.3581 (370)	.3483 (370)	.2648 (370)	.2691 (370)
	P= .548	P= .155	P= .313	P= .000	P= .647	P= .950	P= .002	P= .000	P= .000	P= .000	P= .000
BI	-.0915 (370)	-.0629 (370)	-.1695 (370)	-.1937 (370)	-.1337 (370)	-.1961 (370)	.0937 (370)	.3559 (370)	.3213 (370)	.1639 (370)	.3553 (370)
	P= .079	P= .228	P= .001	P= .000	P= .010	P= .000	P= .072	P= .000	P= .000	P= .002	P= .000
BJ	-.0854 (370)	-.1046 (370)	-.1742 (370)	-.1405 (370)	-.1106 (370)	-.0668 (370)	-.0803 (370)	.4186 (370)	.3325 (370)	.1725 (370)	.3062 (370)
	P= .101	P= .044	P= .001	P= .007	P= .033	P= .200	P= .123	P= .000	P= .000	P= .001	P= .000

ตารางแสดงผลสัมพัทธ์ของการวิเคราะห์ (Correlation Coefficients)

	CI	CJ	CK	CL	CM	CN	CP	CT	DD	DG	DH
BK	.0818 (370)	-.0393 (370)	.0547 (370)	.0224 (370)	-.0568 (370)	-.0188 (370)	.0060 (370)	.0871 (370)	.1675 (370)	.2199 (370)	.0676 (370)
	P= .116	P= .451	P= .294	P= .668	P= .276	P= .718	P= .909	P= .094	P= .001	P= .000	P= .194
BL	-.0412 (370)	-.0547 (370)	-.1042 (370)	-.1223 (370)	-.1447 (370)	-.1046 (370)	-.0444 (370)	.2532 (370)	.2696 (370)	.1749 (370)	.2274 (370)
	P= .430	P= .294	P= .045	P= .019	P= .005	P= .044	P= .394	P= .000	P= .000	P= .001	P= .000
BM	-.0477 (370)	-.0151 (370)	-.1051 (370)	-.1990 (370)	.0365 (370)	.0017 (370)	.0045 (370)	.2471 (370)	.2682 (370)	.1842 (370)	.1583 (370)
	P= .361	P= .772	P= .043	P= .000	P= .484	P= .975	P= .931	P= .000	P= .000	P= .000	P= .002
BN	.0165 (370)	-.0496 (370)	-.0621 (370)	-.0980 (370)	.0297 (370)	-.0057 (370)	-.1090 (370)	.2270 (370)	.2342 (370)	.2202 (370)	.1034 (370)
	P= .752	P= .341	P= .234	P= .060	P= .569	P= .913	P= .036	P= .000	P= .000	P= .000	P= .047
BO	.0633 (370)	-.0478 (370)	-.0310 (370)	-.1674 (370)	-.2069 (370)	-.1974 (370)	.0542 (370)	.2685 (370)	.3013 (370)	.0552 (370)	.1593 (370)
	P= .225	P= .359	P= .552	P= .001	P= .000	P= .000	P= .299	P= .000	P= .000	P= .290	P= .002
BP	.0666 (370)	.0250 (370)	.0213 (370)	-.0437 (370)	-.1427 (370)	-.1664 (370)	.0112 (370)	.0673 (370)	.1265 (370)	.0827 (370)	.0885 (370)
	P= .201	P= .632	P= .683	P= .402	P= .006	P= .001	P= .830	P= .197	P= .015	P= .112	P= .089

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับด้านประชากรศาสตร์

สำหรับผู้วิจัย

[] 1-3

1. เพศ

- 1 ชาย 2 หญิง

[] 4

2. อายุ

1. ต่ำกว่า 30 ปี
 2. 31-40 ปี
 3. 41-50 ปี
 4. 51-60 ปี
 5. 60 ปีขึ้นไป

[] 5

3. ระดับการศึกษา

1. ประถมศึกษา
 2. มัธยมศึกษา
 3. อนุปริญญา ปวช. ปวส. ปวท.
 4.ปริญญาตรี
 5. สูงกว่าปริญญาตรี

[] 6

4. ประสบการณ์ในการทำงานการขายที่ปี

1. ต่ำกว่า 2 ปี
 2. 2 - 5 ปี
 3. 5.1-10 ปี
 4. 10.1-15 ปี
 5. 15 ปี ขึ้นไป

[] 7

5. เวลาที่ท่านปฏิบัติงานกับบริษัทในปัจจุบันนี้มากี่ปี

1. ต่ำกว่า 2 ปี
 2. 2 - 5 ปี
 3. 5.1 - 10 ปี
 4. 10.1 - 15 ปี
 5. 15 ปี ขึ้นไป

[] 8

6. รายได้ทั้งหมดในปีที่แล้ว

1. ต่ำกว่า 50,000 บาท
 2. 50,001 - 100,000 บาท
 3. 100,001 - 200,000 บาท
 4. 200,001 - 300,000 บาท

[] 9

5. 300,001 บาท ขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ระบบการควบคุมในเชิงพฤติกรรมและระบบการควบคุมที่อาศัยผลการปฏิบัติงาน

คำถามในส่วนนี้ กรุณาตอบโดยให้คะแนนว่าท่านเห็นด้วยในระดับใด

(1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 2 = ไม่เห็นด้วย, 3 = เฉย ๆ, 4 = เห็นด้วย, 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง)

	ระดับคะแนน					สำหรับ ผู้วิจัย
	5	4	3	2	1	
1. สภาพจิตใจ ความรู้ความสามารถของบริษัท และผลิตภัณฑ์ (ในลักษณะของความต้องการข้อมูลสารสนเทศ)						
1.1 ท่านรู้การออกแบบและข้อกำหนด ต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ ของบริษัท	-----	-----	-----	-----	-----	[] 10
1.2 ท่านทราบถึงการประยุกต์ใช้และ หน้าที่ต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ของบริษัท	-----	-----	-----	-----	-----	[] 11
1.3 ท่านสามารถที่จะติดตามและทราบถึงสภาพต่าง ๆ ของความล้มเหลวทางการดำเนินงาน ของผลิตภัณฑ์ของบริษัท	-----	-----	-----	-----	-----	[] 12
1.4 ท่านประพุดิตินที่มีคุณค่า ต่อแผนกอื่น ซึ่งต้องการความช่วยเหลือจากท่าน	-----	-----	-----	-----	-----	[] 13
1.5 ท่านยังคงรักษาไว้ซึ่งการรับรู้และการติดตาม การผลิตและการพัฒนาเทคโนโลยีของบริษัท	-----	-----	-----	-----	-----	[] 14
1.6 ท่านชอบที่จะแก้ไขปัญหาต่างๆ ของ ระบบและดำเนินการบริการขณะออก ไปปฏิบัติงานเพื่อที่จะแก้ไขการใช้ผลิตภัณฑ์อย่างผิดๆ รวมทั้งการใช้งานไม่ได้หรือการมีปัญหาของผลิตภัณฑ์	-----	-----	-----	-----	-----	[] 15
1.7 ท่านได้ดำเนินการตามนโยบาย ขบวนการ และทราบโปรแกรม ต่างๆ ของบริษัท เพื่อก่อให้เกิดข้อมูลสารสนเทศที่เป็นประโยชน์ต่อบริษัท	-----	-----	-----	-----	-----	[] 16
2 ขอบเขตของการควบคุมดูแล (Extent of Supervision : Super)						
2.1 SUPERVISOR ของท่าน ทำให้เกิดความมั่นใจว่าพนักงานชายทุกคนรู้ในสิ่งที่ควร จะกระทำ และรู้ว่าจะกระทำอย่างไร	-----	-----	-----	-----	-----	[] 17
2.2 SUPERVISOR ของท่านติดต่อใกล้ชิดกับท่านเสมอ	-----	-----	-----	-----	-----	[] 18
2.3 SUPERVISOR ของท่านถามเกี่ยวกับข้อมูลในสิ่งที่ ท่านทำอยู่ว่าเป็นอย่างไรไม่บ่อยนัก	-----	-----	-----	-----	-----	[] 19
2.4 ท่านไม่ค่อยได้มีการติดต่อกับฝ่ายบริหาร ของบริษัทมากนัก	-----	-----	-----	-----	-----	[] 20

6.2 ความสามารถ	-----	-----	-----	-----	-----	[] 36
					ระดับคะแนน	สำหรับ
					5 4 3 2 1	ผู้วิจัย
6.3 ความพยายาม	-----	-----	-----	-----	-----	[] 37
7. เงินเดือนในลักษณะที่เป็นเปอร์เซ็นต์ในแผนการจ่ายค่าตอบแทนพนักงานขาย (Percent Salary in Compensation Plan : Salary)						
7.1 ช่วงระยะเวลาในการจ่ายปัจจุบัน	-----	-----	-----	-----	-----	[] 38
7.2 ช่วงระยะเวลาในการจ่ายห่างจากครั้งที่แล้ว	-----	-----	-----	-----	-----	[] 39
8. ความสามารถ/ความเชี่ยวชาญในการขาย						
8.1 ท่านสามารถวัดความสามารถและความ เชี่ยวชาญในการขายได้เป็นอย่างดีโดย พิจารณาจากผลการดำเนินงานของ พนักงานขาย	-----	-----	-----	-----	-----	[] 40
8.2 ท่านเมื่อทำงานทางด้านการขายแล้วท่านคิดว่าท่านเป็นผู้ที่แท้จริงเองจึง และทำอะไรแล้วต้องทำให้ดีที่สุด(เป็นผู้ที่มีความสามารถและ เป็นผู้เชี่ยวชาญมืออาชีพ)	-----	-----	-----	-----	-----	[] 41
8.3 ท่านรู้สึกไม่พอใจหรือรำคาญเมื่อท่านทราบว่า ผู้อื่นใช้ความสามารถ หรือใช้ความ เชี่ยวชาญในการขายต่ำ	-----	-----	-----	-----	-----	[] 42
8.4 ท่านมีความรู้สึกไม่ประทับใจในกรณีที่ เพื่อนร่วมงานทางด้านการขายไม่พัฒนา ในการขายซึ่งจะทำให้ผลการขายต่ำลง	-----	-----	-----	-----	-----	[] 43
8.5 ท่านยอมรับว่า ผู้บริหารไม่ค่อยให้ ความสำคัญกับผู้ที่มีความสามารถน้อย	-----	-----	-----	-----	-----	[] 44
9. การเอาใจจริงและการผูกพันกับองค์กร						
9.1 ท่านยินดีจะให้ความพยายามที่สูงไป กว่าความพยายามที่อยู่ในระดับทั่วไป เพื่อที่จะช่วยให้องค์กรประสบผลสำเร็จ	-----	-----	-----	-----	-----	[] 45
9.2 ท่านรู้สึกมีความจงรักภักดีต่อองค์กร และสนใจเกี่ยวกับความอยู่รอด หรือ ความเจริญก้าวหน้าขององค์กร	-----	-----	-----	-----	-----	[] 46
9.3 ท่านยอมรับในงานที่ได้รับมอบหมายเกือบทุกงานหรือ ทุกชนิดของงานที่ได้รับมอบหมายมา เพื่อที่จะยังคงทำงาน ให้กับองค์กรอย่างเต็มที่	-----	-----	-----	-----	-----	[] 47

มีความสุข และสนุกในการขาย	-----	[] 68
	ระดับคะแนน	สำหรับ
	5 4 3 2 1	ผู้วิจัย
4.6 ท่านขายก็เนื่องมาจากท่านมีความรู้สึกที่ดีต่อตัวเงินที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า	-----	[] 69
5. การจูงใจจากภายนอก (Extrinsic Motivation)		
5.1 ถ้าไม่ไข่เพื่อเงินแล้วท่านจะไม่ปฏิบัติงานขาย	-----	[] 70
5.2 ท่านขายเนื่องจากได้รับค่าตอบแทนจากการขาย	-----	[] 71
5.3 หลังจากวันทำงานที่ทั้งหนักและยาวนานแล้ว ท่านตระหนักว่าถ้าไม่ไข่เพื่อตัวเงินแล้ว ท่านคงไม่ดำเนินงานขายนี้ต่อไป	-----	[] 72
6. การจูงใจเพื่อให้กับบริษัทมากกว่าที่จะได้สนองตนเองหรือลูกค้าเท่าที่ท่านทราบอยู่แล้วนั้น พนักงานขายในองค์การนั้นต้องแบ่งความพยายามในหน้าที่ต่าง ๆ หรือกิจกรรมต่าง ๆ		
ขอความกรุณาจากท่านให้ช่วยจัดสรรคะแนน 100 คะแนนไปในคอลัมน์ข้างล่าง เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความพยายามที่เกี่ยวข้องกับตัวงานที่ท่านได้ให้กับบริษัทที่ท่านทำงานอยู่ ลูกค้าของท่านและตัวท่านเอง (ความต้องการของท่านเอง)		
ท่านแบ่งความพยายามของท่านดังต่อไปนี้ให้กับ		
1. เจ้านายของท่าน	คะแนน	[] 73 - 75
2. บริษัทที่ท่านทำงานอยู่	คะแนน	[] 76 - 78
3. ลูกค้าของท่าน	คะแนน	[] 79 - 81
4. ตัวท่านเอง	คะแนน	[] 82 - 84
7. กิจกรรมในการเชื่อมลูกค้า ที่ผู้คาดหวัง (Prospects) กับกิจกรรมอื่น ๆ		
ในสัปดาห์หนึ่งนั้น ท่านใช้เวลาในกิจกรรมดังต่อไปนี้เป็นเวลากี่ชั่วโมง		
ก. จดหมาย/โทรศัพท์ของลูกค้าผู้คาดหวังชั่วโมง/สัปดาห์	[] 85 - 87
ข. การไปเยี่ยมหรือเข้าพบลูกค้าผู้คาดหวังชั่วโมง/สัปดาห์	[] 88 - 90
ค. จดหมาย/โทรศัพท์ชั่วโมง/สัปดาห์	[] 91 - 93
ง. การเตรียมงานทางด้านเอกสารและรายงานต่อฝ่ายบริหารชั่วโมง/สัปดาห์	[] 94 - 96
จ. การประชุมกับดีลเลอร์หรือตัวแทนจำหน่ายชั่วโมง/สัปดาห์	[] 97 - 99
ฉ. การประชุมเพื่อการฝึกอบรมชั่วโมง/สัปดาห์	[] 100 - 102
ช. การเชื่อมลูกค้าปัจจุบันชั่วโมง/สัปดาห์	[] 103 - 105
ซ. การเขียนเขียนในแง่ของการให้บริการชั่วโมง/สัปดาห์	[] 106 - 108

13.6	ท่านได้สร้างยอดขายหรือได้ทำสัญญาการ						
		ระดับคะแนน					สำหรับ
		5	4	3	2	1	ผู้วิจัย
	ขายที่ก่อให้เกิดการทำกำไรระยะยาวต่อบริษัท	-----	-----	-----	-----	-----	[] 163
13.7	ท่านได้ทำยอดขายเกินกว่าเป้าหมาย						
	การขายและวัตถุประสงค์ของการขาย						
	สำหรับในเขตการขายที่ท่านรับผิดชอบ						
	ในช่วงปีที่ผ่านมา	-----	-----	-----	-----	-----	[] 164
14.	การเก็บรวบรวมข้อมูลสารสนเทศ						
14.1	ท่านได้จัดทำและส่งรายงานที่สมบูรณ์						
	และถูกต้องที่เกี่ยวกับคำสั่งซื้อ						
	ค่าใช้จ่ายและรายงานประจำวันอื่นๆ	-----	-----	-----	-----	-----	[] 165
14.2	ท่านได้ดำเนินการและนำความคิดริเริ่มต่างๆ						
	ของตัวเองที่เกี่ยวกับการดำเนินงาน						
	และขั้นตอนต่างๆของบริษัทเพื่อที่จะทำการ						
	ปรับปรุงงานการขาย	-----	-----	-----	-----	-----	[] 166
14.3	ท่านส่งรายงานต่างๆ ที่ผู้บริหาร						
	ต้องการได้ตรงเวลา	-----	-----	-----	-----	-----	[] 167
14.4	ท่านได้เก็บรักษานบันทึกหรือรายงานต่างๆ						
	ที่เฉพาะเจาะจงของบริษัทไว้ถูกต้อง						
	สมบูรณ์และทันสมัย	-----	-----	-----	-----	-----	[] 168
15.	ค่าใช้จ่ายของการขาย						
15.1	ท่านได้ปฏิบัติการขายในขอบเขต						
	ของงบประมาณที่จัดตั้งโดยบริษัท	-----	-----	-----	-----	-----	[] 169
15.2	ท่านได้ใช้ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ						
	ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต	-----	-----	-----	-----	-----	[] 170
15.3	ท่านได้ใช้ของขวัญขอบคุณและส่วนลด						
	ในการส่งเสริมการขายอย่างรับผิดชอบ	-----	-----	-----	-----	-----	[] 171
15.4	ท่านใช้จ่ายเงินที่ใช้ในการเดินทาง						
	และที่พักอย่างระมัดระวัง	-----	-----	-----	-----	-----	[] 172
15.5	ท่านได้เตรียมรูปแบบในการเชื่อมเขียน						
	ลูกค้ารวมทั้งความถี่เพื่อให้ครอบคลุมเขต						
	การขายของท่านได้อย่างประหยัด	-----	-----	-----	-----	-----	[] 173
15.6	ท่านเลือกรับรองลูกค้าเฉพาะกรณีที่ชัดเจนว่าลูกค้า						

รายนามเป็นผลประโยชน์ที่ชัดเจนที่สุดที่จะทำ	ระดับคะแนน					สำหรับ ผู้วิจัย
	5	4	3	2	1	
การเลี้ยงรับรอง	----	----	----	----	----	[] 174
15.7 ท่านได้ดำเนินการควบคุมต้นทุนต่างๆ ในส่วนอื่นของบริษัท (เช่น การดำเนินงาน ทางด้านคำสั่งซื้อการเตรียมงานด้านการ สั่งซื้อและการส่งมอบ) เมื่อดำเนินการ รับคำสั่งซื้อ	----	----	----	----	----	[] 175
16. การวางแผนการเสนอการขาย						
16.1 ท่านตั้งใจฟังอย่างใจจดใจจ่อที่จะกำหนด หรือระบุและเพื่อที่จะเข้าใจความต้องการ	----	----	----	----	----	[] 176
16.2 ท่านเข้าใจถึงปัญหาและความต้องการ ที่มีลักษณะพิเศษของลูกค้า	----	----	----	----	----	[] 177
16.3 ท่านได้ใช้สัญญาที่ได้ทำขึ้นไว้ที่ มาแล้วเพื่อพัฒนาลูกค้าใหม่ๆ	----	----	----	----	----	[] 178
16.4 ท่านได้สื่อสารเสนอการขายของท่าน อย่างชัดเจนและกระชับ	----	----	----	----	----	[] 179
16.5 ท่านได้ใช้เครื่องมือเกี่ยวกับโสตทัศนูปกรณ์ (เช่นแผ่นผัง ตาราง และอื่น ๆ) อย่าง มีประสิทธิภาพ เพื่อปรับปรุงการ นำเสนอการขายของท่าน	----	----	----	----	----	[] 180
16.6 ท่านได้ทำงานแก้ไขปัญหาต่างๆ ให้กับคำถามและข้อโต้แย้งของลูกค้า	----	----	----	----	----	[] 181
17. ความพึงพอใจต่องาน (JOB SATISFACTION)						
17.1 งานการขายของท่านก่อให้เกิด เกิดความรู้สึกประสบความสำเร็จ	----	----	----	----	----	[] 182
17.2 งานการขายของท่านมีลักษณะ ตื่นเต้นอย่างมาก	----	----	----	----	----	[] 183
17.3 งานการขายของท่านก่อให้เกิดความ พอใจต่อตัวท่านเอง	----	----	----	----	----	[] 184
17.4 ท่านกำลังทำบางสิ่งบางอย่างที่มี คุณค่าต่องานการขายของท่าน	----	----	----	----	----	[] 185
17.5 งานการขายของท่านมีลักษณะ						

	ระดับคะแนน					สำหรับ ผู้วิจัย
	5	4	3	2	1	
17.6 งานการขายของท่านมีลักษณะที่น่าสนใจ	---	---	---	---	---] 187
17.7 ท่านมีความพอใจกับวิธีการที่โปรแกรมตระหนักถึงความสำคัญอย่างเป็นทางการได้ถูกนำมาใช้	---	---	---	---	---] 188
17.8 บริษัทมีนโยบายการส่งเสริมเพื่อเลื่อนขั้นบุคลากรที่ยุติธรรมหรือเสมอภาค	---	---	---	---	---	[] 189
17.9 พนักงานขายในบริษัทได้รับการสนับสนุนเป็นอย่างดีจากผู้บริหาร	---	---	---	---	---	[] 190
17.10 ผู้จัดการการขายภาคพื้นของท่านได้ปฏิบัติงานดีในแง่การช่วยเหลือพนักงานขายเพื่อให้พัฒนาศักยภาพของพนักงานขาย	---	---	---	---	---	[] 191
17.11 ผู้จัดการฝ่ายขายภาคพื้น มีความเสมอภาคและยุติธรรมให้ความไว้วางใจและยกย่องต่องานที่พนักงานขายได้ทำสำเร็จ	---	---	---	---	---] 192
17.12 ผู้จัดการฝ่ายขายภาคพื้นเป็นผู้รักษาคำมั่นสัญญาของพนักงานขาย	---	---	---	---	---	[] 193
17.13 ผู้จัดการฝ่ายขายภาคพื้นเป็นผู้ที่ทันสมัย	---	---	---	---	---	[] 194
17.14 ฝ่ายบริหารไม่ได้เพิกเฉยต่อเรื่องปัญหาของพนักงานขาย	---	---	---	---	---] 195
17.15 ท่านมีความเชื่อมั่นในความเสมอภาคความซื่อสัตย์ของฝ่ายบริหาร	---	---	---	---	---	[] 196
17.16 ในความเห็นของท่าน คำตอบแทน (การจ่ายค่าตอบแทน)ที่ท่านทำงานอยู่จะสูงกว่าบริษัทอื่นๆในอุตสาหกรรมเดียวกัน	---	---	---	---	---	[] 197
17.17 คำตอบแทนที่บริษัทจ่ายนั้นอยู่ในระดับที่สูง						

เมื่อเปรียบเทียบกับบริษัทอื่นที่ทำงาน

	ระดับคะแนน					สำหรับ ผู้วิจัย
	5	4	3	2	1	
ขายคล้ายคลึงกัน	----	----	----	----	----	[] 198
17.18 ผู้ร่วมงานในการขายของท่าน เป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบ	----	----	----	----	----	[] 199
17.19 ผู้ร่วมงานในการขายของท่าน เป็นผู้ที่ไม่เห็นแก่ตัว	----	----	----	----	----	[] 200
17.20 ผู้ร่วมงานที่ท่านทำงานด้วย มีความเป็นมิตรสูง	----	----	----	----	----	[] 201
17.21 ผู้ร่วมงานของท่านมีลักษณะที่ สนับสนุนส่งเสริมหรือส่งเสริมกำลังใจ	----	----	----	----	----	[] 202
17.22 ลูกค้ายของท่านเป็นผู้ที่รักษาสัญญา	----	----	----	----	----	[] 203
17.23 ลูกค้ายของท่านเป็นผู้ที่มีความ เสมอภาคหรือยุติธรรม	----	----	----	----	----	[] 204
17.24 ลูกค้ายของท่านเป็นผู้ที่ไว้วางใจได้	----	----	----	----	----	[] 205
17.25 ลูกค้ายของท่านเป็นบุคคลที่เข้าใจผู้อื่น	----	----	----	----	----	[] 206
17.26 ลูกค้ายของท่านสนใจในเรื่องที่ท่าน กล่าวหรืออธิบาย	----	----	----	----	----	[] 207
18. การตัดสินใจที่มีส่วนร่วม						
18.1 การตัดสินใจจะกระทำ ณ.ระดับของ ผู้บริหารระดับสูงเท่านั้น	----	----	----	----	----	[] 208
18.2 พนักงานขายและฝ่ายบริหารมีแนวโน้ม ที่จะร่วมกันในการปรึกษาหารือใน ประเด็นต่าง ๆ ในองค์กร	----	----	----	----	----	[] 209
18.3 เจ้านายของท่านจะเสาะหาหรือ สอบถามความคิดเห็นของท่าน ตลอดเวลา	----	----	----	----	----	[] 210
18.4 ฝ่ายบริหารตัดสินใจ โดยปราศจาก การคำนึง ความนึกคิดของ พนักงานขาย	----	----	----	----	----	[] 211
19. การจ่ายค่าตอบแทนในฐานะที่ถูกรับรู้ว่าเป็นกลไกหรือเครื่องมือในการควบคุม						
19.1 เหตุผลที่สำคัญสำหรับการจ่ายค่าตอบแทนใน องค์กรที่ท่านปฏิบัติงานคือ ทำให้						

ท่านปฏิบัติงานตาม ที่หัวหน้าหรือ ผู้จัดการต้องการให้ท่านปฏิบัติ	-----	-----	-----	-----	[] 212
19.2 ท่านรู้สึกว่ารวิษัทใ้การจ่ายค่า ตอบแทนเพื่อพยายามควบคุม ทุกอย่างที่ท่านปฏิบัติ	-----	-----	-----	-----	[] 213
19.3 ระบบผลตอบแทนมีอิทธิพลที่แท้จริง ต่องานที่ท่านปฏิบัติอยู่	-----	-----	-----	-----	[] 214
19.4 เหตุผลที่สำคัญสำหรับการจ่าย ค่าตอบแทน ในองค์การที่ท่าน ปฏิบัติงานอยู่ก็เพื่อให้ได้ข้อมูล ป้อนกลับที่แน่นอนเด่นชัด เกี่ยวกับ สิ่งที่ท่านกำลังปฏิบัติอยู่	-----	-----	-----	-----	[] 215

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นายวรพุทธิ สถิตยวงศ์
วันเดือนปี เกิด	วันที่ 2 ตุลาคม 2498
สถานที่เกิด	อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
วุฒิการศึกษา	ศิลปศาสตรบัณฑิต (กศ.บ.ป.) (การจัดการทั่วไป) สถาบันราชภัฏพระนครศรีอยุธยา ปีการศึกษา 2532
สถานที่ทำงาน	โรงเรียนไม้กระยาเลย 1 ตำแหน่ง พนักงานอบสีและอัดน้ำยาไม้ ฝ่ายอุตสาหกรรมป่าไม้ภาคตะวันตกและใต้ องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้