

การศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

สารนิพนธ์
ของ
หทัยา ชื่นอารมย์

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกจิตวิทยาการแนะแนว

พฤษภาคม 2545

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

บทคัดย่อ

ของ

นาง หทัยา ชื่นอารมย์

25 ส.ย. 2545

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกจิตวิทยาการแนะแนว

๑๐ พฤษภาคม 2545

๒ ๑๔๕๐๔๓

หัตยา ชื่นอารมย์ (2545) : การศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

สารนิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาการแนะแนว) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย ; มหาวิทยาลัย

ศรีนครินทรวิโรฒ . อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : ศาสตราจารย์ .ดร. นันทนา วงษ์อินทร์

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ บุคลิกภาพ ความรู้ด้านการขาย กับ การปฏิบัติงานของพนักงานขาย และศึกษาตัวแปรพยากรณ์สามารถทำนายการปฏิบัติงาน กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานขายดีเด่น จำนวน 81 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล แบบสอบถามแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงาน แบบวัดบุคลิกภาพ แบบทดสอบความรู้ในเรื่องการขายสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยคอมพิวเตอร์โปรแกรม SPSS for Windows สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การทดสอบค่าเอฟ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

ผลการวิจัยพบว่า 1.) แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงาน มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานของพนักงานขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วน เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน บุคลิกภาพ และความรู้ด้านการขายไม่มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 2.) ตัวแปรพยากรณ์สามารถร่วมกันทำนายการปฏิบัติงานของพนักงานขาย ได้ 10.30 % และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

A STUDY OF FACTORS RELATED TO JOB PERFORMANCE OF SALESMAN

ABSTRACT

BY

MRS. HATTAYA CHANARROM

Presented in partial fulfillment of the requirement for the Master Of
Education degree in Guidance and Counseling Psychology
at Srinakharinwirot University

10 May 2002

Hattaya Chanarrom (2002) : *A Study of Factors Related to Job Performance of Salesman.*

Master Project , M.Ed. (Guidance and Counseling Psychology) Graduate School ;

Srinakharinwirot University. Advisor : Asst. Prof. Dr. Nanthana Wong-In

The purpose of this research were to investigate the relationships between sex ,age, educational level, work experience, working achievement motivation, personalities ,sales knowledge, and job performance ; and to find out the predicting variables on job performance of salesman

The population of the study were 81 out standing salesman. The data were collected by Personal Data Questionnaires , working achievement motivation Questionnaires The Maudsley Personality Inventory (MPI) , sales knowledge test. and job performance score . The SPSS program for windows was used in analyzed the percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test, Pearson's Product Moment Correlation Coefficient and multiple regression analysis.

The results of the study were as follows:

1. There was significant relation between the working achievement motivation and job performance of salesman at the level of .05.

2. The predicting variables could predict in job performance of salesman with 10.30 percent at the level of significant .05

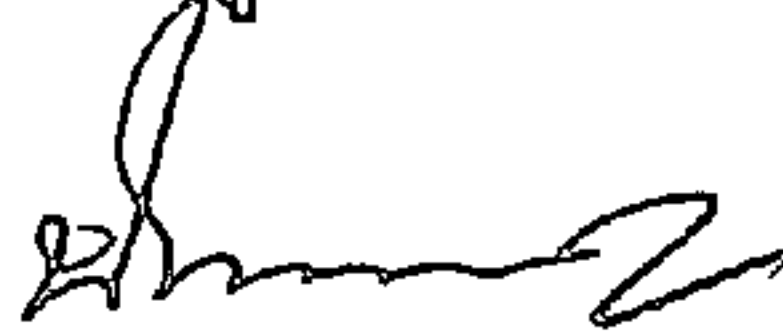
อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตรและคณะกรรมการสอบ
ได้พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกจิตวิทยาการแนะแนว
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นันทนา วงษ์อินทร์)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นันทนา วงษ์อินทร์)

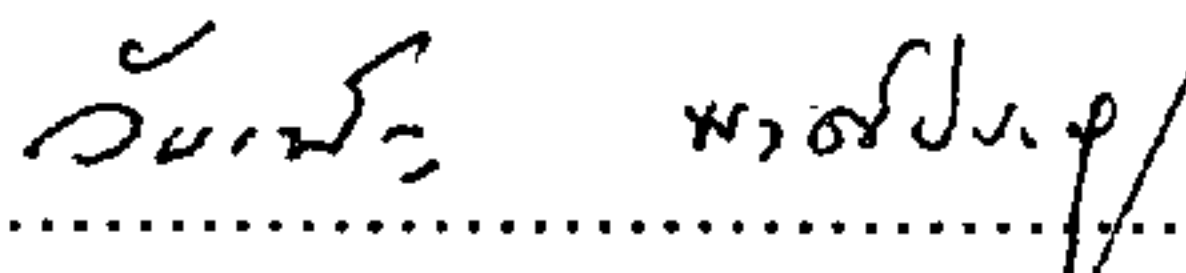
คณะกรรมการสอบ



.....ประธาน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นันทนา วงษ์อินทร์)



.....กรรมการ
(ศาสตราจารย์ ดร. ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์)



.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วันเพ็ญ พงศ์ประยูร)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
การศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกจิตวิทยาการแนะแนว ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



..... คณบดีคณะศึกษาศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.คมเพชร จิตรสุกุล)

วันที่ 10 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2545

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้โดยโดยได้รับกรุณาจากบุคคลหลายฝ่าย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่าน โดยเฉพาะ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทนา วงษ์อินทร์ ประธานกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ศาสตราจารย์ ดร.ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วันเพ็ญ พงศ์ประยูร กรรมการควบคุมสารนิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำให้ความช่วยเหลือในการ ตรวจ แก้ไข ปรับปรุงข้อบกพร่องในการทำสารนิพนธ์จนเสร็จสมบูรณ์ ตลอดจนให้กำลังใจแก่ผู้วิจัย ผู้วิจัยขอ กราบขอบพระคุณในความกรุณาของท่านทั้งสามเป็นอย่างสูง

ตลอดระยะเวลาที่ได้ทำการศึกษาสาขาจิตวิทยาการแนะแนว มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒแห่งนี้ ผู้วิจัยได้รับความเข้าใจ สนใจ และให้ความร่วมมือด้วยดีตลอดมา จากผู้บังคับบัญชา ผู้ร่วมงาน และพนักงานที่เกี่ยวข้องทุกท่าน จึงขอแสดงความขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอขอบพระคุณ คณาจารย์ภาควิชาการแนะแนวและจิตวิทยาการศึกษาทุกท่านที่ได้เมตตา ให้ความรู้และกำลังใจ รวมทั้งรุ่นพี่และเพื่อนๆร่วมสาขาทุกท่าน

✕ ขอขอบพระคุณ ทุกๆคนในครอบครัว ที่เป็นกำลังใจ ส่งเสริมและให้โอกาส ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาอย่างเสรีเสมอมา

ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในพระคุณของทุกท่าน ผู้ซึ่งเป็นเบื้องหลังความภาคภูมิใจ และความสำเร็จทางการศึกษาอีกขั้นหนึ่ง และจะเป็นแรงบันดาลใจให้ผู้วิจัยรักที่จะเพิ่มคุณค่าทางวิชาการในระดับที่สูงยิ่งขึ้นไป อีกทั้งผู้วิจัยยินดีที่จะให้ความช่วยเหลือถ่ายทอดคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยสำหรับผู้สนใจเท่าที่จะสามารถกระทำได้

คุณค่าและประโยชน์ใดๆ ที่ผู้อ่านได้รับจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ขอมอบเป็นคุณงามความดี แต่ทุกท่านที่ให้การสนับสนุน ตลอดจนครู อาจารย์ทุกท่านที่มีส่วนร่วมสร้างพื้นฐานการศึกษาให้แก่ผู้วิจัยจนผู้วิจัยประสบความสำเร็จในการศึกษาครบเท่าทุกวันนี้

หทัยา ชื่นอารมย์

สารบัญ

บทที่	หน้า
1. บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	5
X สมมุติฐานในการวิจัย	6
ความสำคัญของการวิจัย	6
ขอบเขตของการวิจัย	6
ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	6
ตัวแปรที่ศึกษา	6
นิยามศัพท์เฉพาะ	7
กรอบแนวคิดในการวิจัย	11
2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
เอกสารที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์	12
เอกสารที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับบุคลิกภาพ	27
เอกสารที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้และ	
ความรู้ด้านการขาย	40
เอกสารที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานและ	
การประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย	44
เอกสารที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์	
บุคลิกภาพ ความรู้ด้านการขาย และผลการปฏิบัติงานและ	
ของพนักงานขาย	53
งานวิจัยต่างประเทศ	56
งานวิจัยในประเทศ	58

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3 วิธีดำเนินการวิจัย	62
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	62
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และ วิธีดำเนินการสร้างเครื่องมือ	62
วิธีดำเนินการรวบรวมข้อมูล	73
การวิเคราะห์ข้อมูล	73
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	73
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	74
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	74
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	75
5. บทย่อ สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	82
ความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการวิจัย	82
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล	83
อภิปรายผล	84
ข้อเสนอแนะ	85
บรรณานุกรม	88
ภาคผนวก	96
ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	96
ภาคผนวก ข ตารางแสดงค่าอำนาจ	110
ตารางแสดงค่าอำนาจจำแนกของแบบวัดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์	111
ตารางแสดงค่าอำนาจจำแนกของแบบวัดบุคลิกภาพ	112
ตารางแสดงค่าอำนาจจำแนกของแบบทดสอบ	113
ความรู้ในด้านการขาย.....	113

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ภาคผนวก ค ตารางแสดงค่าความเชื่อมั่น	114
ตารางแสดงค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์	114
ตารางแสดงค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดบุคลิกภาพ	115
ตารางแสดงค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบ	
ความรู้ในด้านการขาย	116
ประวัติย่อผู้วิจัย	118

บัญชีตาราง

ตาราง

หน้า

1. ค่าความถี่และร้อยละของพนักงานขาย จำแนกลักษณะส่วนบุคคล	
ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน	76
2. ความถี่และร้อยละของพนักงานขาย จำแนกตามลักษณะบุคลิกภาพ	77
3. ความ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของพนักงานขาย	
จำแนกตามแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ความรู้ด้านการขาย และการปฏิบัติงาน.....	78
4. ความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน	
แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ บุคลิกภาพ ความรู้ด้านการขาย กับผลการปฏิบัติงานของ	
พนักงานขาย	79
5. ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา	
ระยะเวลาในการทำงาน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ บุคลิกภาพ	
และความรู้ด้านการขายกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย	80
6. ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์ (B,b) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R)	
ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ (R^2) ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของ	
สัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ ($SE_{\hat{y}}$) ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน	
ของการพยากรณ์(SE_{est}) และค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ (a)	
เมื่อใช้ผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายเป็นเกณฑ์	81

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ

หน้า

1 แสดงการแบ่งลักษณะนิสัยของบุคคลของไอแซก (Eysenck)	32
2 แสดงการนำเอาเวลามาพิจารณาในการกำหนดเกณฑ์	48

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

สถานการณ์ทางธุรกิจในปัจจุบันนี้เต็มไปด้วยกระแสการแข่งขันทั้งในระดับประเทศ ระดับภูมิภาคของโลก และระดับนานาชาติ เนื่องจากพัฒนาการทางเทคโนโลยี และการสื่อสารโทรคมนาคมที่ย่อโลกให้ดูเสมือนมีขนาดเล็กลงทุกวันๆ ปัจจุบันการแข่งขันทางธุรกิจที่สำคัญในยุค ค.ศ. 2000 นี้ ก็คือ ข้อมูลข่าวสาร เทคโนโลยี วิสัยทัศน์ของผู้บริหาร และคุณภาพของทรัพยากรมนุษย์ในแต่ละองค์การ โดยเฉพาะธุรกิจชั้นนำของโลกนั้น การตระหนักถึงการสร้างประสิทธิภาพของบุคลากรได้รับความสำคัญเป็นอันดับแรกอยู่เสมอ (ชนพล พูนศักดิ์อุดมสิน.2534:115) องค์การจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปโดยพยายามส่งเสริมพัฒนาศักยภาพและความสามารถของทรัพยากรมนุษย์อย่างเหมาะสม และธำรงรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพให้ปฏิบัติงานอยู่กับองค์การนานที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ โดยมีให้เสียไปแก่คู่แข่งทางธุรกิจ (อลงกรณ์ มีสุทธา และ สมิต สัจฉกร. 2540 : 1) ดังนั้น ปัจจัยสำคัญที่จะเป็นพลังผลักดันองค์การ เพื่อให้สามารถแข่งขันและก้าวไปสู่ความเป็นธุรกิจชั้นนำก็คือ การศึกษาให้เข้าใจถึงธรรมชาติของทรัพยากรมนุษย์ และหาแนวทางพัฒนาคุณภาพและศักยภาพของทรัพยากรเหล่านั้นให้มีคุณค่าต่อองค์การให้มากที่สุด

จากความสำคัญดังกล่าว รวมทั้งการขยายตัวด้านเศรษฐกิจที่ค่อนข้างรวดเร็ว ทำให้บริษัทเนสท์เล่ โปรดัคท์ส (ไทยแลนด์) อินค์ ซึ่งเป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหาร ได้รับผลกระทบไปด้วย ซึ่งส่งผลให้ผลประโยชน์โดยรวมของบริษัทและของภูมิภาคในปี ที่ผ่านมามีแนวโน้มจะไม่ค่อยดี และในปี 2543 –2544 จึงได้มีการกำหนดแผนการดำเนินงานเพื่อขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป้าหมายที่จะขยายการเติบโต บริษัทจึงเริ่มตั้งเป้าหมาย เล็งผลเลิศ และสร้างแรงผลักดันใหม่ ๆ เพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งในด้านหน้าที่การงานและในด้านส่วนตัว ทำให้บริษัทมีความจำเป็นอย่างเร่งด่วนที่จะต้องเพิ่มประสิทธิภาพ และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน โดยเฉพาะพนักงานขาย ซึ่งถือว่าเป็นบุคคลที่มีความสำคัญต่อองค์การธุรกิจเป็นอย่างมาก การขายโดยใช้พนักงานขาย เป็นกลยุทธ์ทางการส่งเสริมการตลาดวิธีหนึ่งที่เรียกว่า “ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด” (Promotion Mix)หรือ“ส่วนประสมการสื่อสารทางการตลาด” (Marketing Communications Mix) หรือที่นักการตลาดเรียกว่า “ Promotion Tool” อันได้แก่ การขายโดย

พนักงานขาย การโฆษณา การตีพิมพ์ และการประชาสัมพันธ์ ซึ่งกิจกรรมต่างๆเหล่านี้จะเลือกใช้ตามความเหมาะสมของการเสนอสินค้าแต่ละประเภท (พิบูล ที่ปะปาล.2528:310-311)

นอกจากนี้พนักงานขายยังเป็นสื่อกลางที่จำเป็นหรือมีความสำคัญอย่างยิ่งในสังคมเศรษฐกิจปัจจุบัน ซึ่งบางครั้งสังคมอาจอยู่ในสภาวะเศรษฐกิจที่รุ่งเรืองก็จะมีสินค้าหลายอย่างหลายประเภท รวมทั้งมีผู้ซื้อเป็นจำนวนมาก หรือบางครั้งสังคมอาจอยู่ในสภาวะเศรษฐกิจซบเซาซึ่งมีผู้ซื้ออยู่น้อยราย ผู้ขายก็จำเป็นจะต้องมีการแข่งขันในอัตราที่สูง เมื่อเป็นเช่นนั้นบทบาทของพนักงานขายจึงมีความสำคัญเพื่อที่จะประสานประโยชน์ระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ นอกจากนี้พนักงานขายยังเป็นผู้สร้างนิสัยการซื้อแบบใหม่แทนนิสัยการซื้อแบบเก่าให้แก่ผู้ซื้อ และเมื่อมีการผลิตสินค้าแบบใหม่ ๆ ก็จำเป็นที่จะต้องอาศัยพนักงานขาย รวมทั้งยังต้องอาศัยพนักงานขายอีกเช่นเคยในการรักษายอดขายให้คงระดับอยู่ในตลาด การขายโดยไม่มีพนักงานขายนั้นเป็นสิ่งที่ลำบากและเป็นไปได้ยาก เพราะทุกวันนี้ไม่ว่าเมื่อผลิตสินค้าออกมาแล้ว ผู้บริโภคจะทำการซื้อทั้งหมดทุกคนเหมือนในสมัยก่อน เพราะสินค้ามีมากมายหลายประเภท ผู้บริโภคก็มีอิสระเสรีในการเลือกซื้อได้ตามความพึงพอใจ เมื่อเป็นเช่นนั้นพนักงานขายเท่านั้นที่จะช่วยทำให้สินค้าขายออกไปได้

อย่างไรก็ตามการใช้พนักงานขายอาจมีข้อเสียเปรียบบ้างเช่นกันถ้าพนักงานขายนั้นขาดประสิทธิภาพ ซึ่งจะทำให้เสียภาพพจน์ขององค์การธุรกิจและตัวสินค้า และยังส่งผลให้ความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทและลูกค้าเลวลง

ลำอาจ งามวิชา (2526 : 116-117) ได้ทำการวิจัยโดยสอบถามจากผู้จัดการขาย 500 คนจากบริษัทใหญ่ ๆ ในสหรัฐว่า จากประสบการณ์ของเขานั้นอะไรเป็นปัจจัยที่ทำให้พนักงานขายประสบความล้มเหลว ซึ่งผลปรากฏว่า สาเหตุที่ทำให้พนักงานขายประสบความล้มเหลวนั้น มีสาเหตุหลักที่สำคัญ 2 ประการ คือ ประการแรก เป็นสาเหตุทางด้านความรู้ กล่าวคือ การที่พนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และการตลาดอย่างเพียงพอ ขาดความรู้เกี่ยวกับบริษัท และไม่มีความรู้พื้นฐานเพียงพอ ประการที่สอง เป็นสาเหตุทางด้านบุคลิกภาพ ซึ่งได้แก่ การขาดความคิดริเริ่ม การขาดความกระตือรือร้น การที่ไม่สามารถเข้ากับลูกค้าได้ ขาดเป้าหมายส่วนตัวที่แน่นอน มีวินัยในตนเองน้อยเกินไป ไม่สนใจพัฒนาตนเอง ขาดความมั่นใจในตนเอง แก้ปัญหาเฉพาะหน้าไม่ดี ขาดจินตนาการ ความไม่ซื่อตรง รูปร่างหน้าตาไม่ดี ทักษะไม่ดีและไม่เข้าที่ และขาดความแนบเนียนและสุภาพ นอกจากนี้ยังมีสาเหตุอื่น ๆ ที่ทำให้พนักงานขายประสบความล้มเหลว อันได้แก่ พนักงานขายขาดการวางแผน และการจัดองค์การที่ดี ไม่ยึดความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก ขาดการฝึกอบรมที่ดี ขาดความพึงพอใจในงานไม่เหมาะสมกับอาชีพขาย ไม่ดำเนินการตามนโยบายของบริษัท ไม่ปฏิบัติ

ตามคู่มือและคำสอนแนะต่าง ๆ ขาดการควบคุมดูแลที่ดี มีปัญหาส่วนตัว สื่อสารให้ผู้อื่นเข้าใจได้ยาก ขอร้องให้ลูกค้าซื้อไม่สำเร็จรวมทั้งการเล่นการพนันและดื่มสุรา

เพื่อที่จะสร้างความสำเร็จและความเจริญก้าวหน้าให้กับองค์กร สำหรับการทำงานในทุกองค์การ ถือว่าความเต็มใจ ความมุ่งมั่น ทุ่มความพยายามในการปฏิบัติงานของพนักงานทุกคนนั้น มีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้เป้าหมายและภารกิจขององค์การไปสู่ความสำเร็จ สิ่งสะท้อนให้เห็นถึงภาพรวมความสำเร็จขององค์การก็คือ ผลการปฏิบัติงานที่ดี มีคุณภาพ อันเป็นผลมาจากผู้ปฏิบัติงานที่มีลักษณะเป็นผู้มีความต้องการความสำเร็จ (แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์) นั่นคือ ความต้องการความสำเร็จเกี่ยวกับตนเอง มองเห็นมาตรฐานของความเป็นเลิศ ดีเยี่ยม ตั้งเป้าหมายในการทำงานไว้สูงแต่เป็นเป้าหมายที่เป็นจริง มีการวางแผนการทำงานล่วงหน้า ต้องการการตอบกลับของผลการกระทำในทันทีและอย่างชัดเจนและมีความรับผิดชอบในสิ่งที่ทำเสมอ (พวงเพชร วัชรอยู่ . 2537 : 32 – 33) และในการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการความสำเร็จนั้น นักจิตวิทยา มักจะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการความสำเร็จกับ พฤติกรรมทางธุรกิจ (Entrepreneurial Behavior) ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าบุคคลที่มีความต้องการความสำเร็จสูงนั้น จะเป็นบุคคลที่ทำงานได้ดีกว่าผู้ที่มีความต้องการความสำเร็จต่ำ (อารี เพชรผุด. 2537 : 97)

นอกจากนี้ ปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่น่าจะมีผลต่อการปฏิบัติงาน ก็คือ บุคลิกภาพของแต่ละบุคคล ซึ่งแสดงถึงลักษณะ และคุณภาพของบุคคล มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทำให้สามารถจำแนกและทำนายพฤติกรรมได้ เป็นสิ่งที่องค์การให้ความสำคัญตั้งแต่แรกเมื่อบุคคลเข้ามาเริ่มทำงานกับองค์การก็จะได้รับการประเมินลักษณะ และคุณสมบัติที่บุคคลนั้นมีอยู่ จึงเห็นได้ว่า บุคลิกภาพนั้น มีความสำคัญตั้งแต่ขั้นตอนการคัดเลือกบุคคลเข้าทำงานแล้วที่ควรกระทำด้วยความพิถีพิถัน ทั้งนี้เพราะหลักธรรมชาติที่ว่า ความสุขและความสำเร็จในงานของคนคนหนึ่งนั้น ขึ้นอยู่กับลักษณะและคุณสมบัติของบุคคลนั้นที่มีอยู่ หมายความว่า ถ้าเขามีความรู้ความสามารถถูกต้องตรงกับลักษณะงานที่เขาทำงานเขาก็จะชอบงานนั้น ถ้าบุคลิกลักษณะของเขาเหมาะสมกับงานที่เขาต้องทำ เขาก็จะทำงานได้ดี ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความสัมพันธ์ของบุคลิกภาพกับการปฏิบัติงานติดตามไปด้วย และเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปว่างานที่ประสพกับความล้มเหลวนั้น มีส่วนอันเนื่องมาจากความบกพร่องของบุคลิกภาพด้วย จึงอาจกล่าวได้ว่าบุคลิกภาพที่ดีก็เป็นส่วนประกอบหนึ่งที่สำคัญที่จะทำให้บุคคลเป็นผู้ที่ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (พวงเพชร วัชรอยู่ . 2537 : 123-124) คุณสมบัติทางบุคลิกภาพนี้อาจเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการตัดสินใจว่าความก้าวหน้าและความสำเร็จ ของพนักงานขายแต่ละคนด้วย

คุณสมบัติทางด้านความรู้ นอกจากจะหมายถึงระดับการศึกษาแล้ว ในที่นี้ยังรวมถึงการที่พนักงานขายจำเป็นต้องพัฒนาความรู้ของตนให้ทันกับความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเพื่อที่จะสามารถทำความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าได้ดี นอกจากนี้ยังรวมถึง ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่ตนสังกัด และผลิตภัณฑ์ของบริษัทคู่แข่งรวมทั้งต้องมีความรู้ความเข้าใจด้านรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ และผลประโยชน์ที่จะมอบให้แก่ลูกค้า อีกทั้งราคาสินค้าและนโยบายของบริษัท สำหรับความรู้ด้านการตลาดนั้น พนักงานขายควรมีความรู้ทางด้านลูกค้าและกิจกรรมทางการตลาดของบริษัทคู่แข่ง รวมทั้งคุณสมบัติทางด้านศิลปะการขาย พนักงานขายนั้นควรจะต้องมีความรู้พื้นฐานในเรื่องศิลปะการขาย และต้องพัฒนาทักษะในการขายอีกด้วย

ไวทรuba (มุขณีย์ ยมาภัย .2537: 57 ; อ้างอิงจาก Wotruba :1970) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์กระบวนการในการคัดเลือกพนักงานขายพบว่า ลักษณะส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา รวมทั้งประสบการณ์ เป็นแหล่งของข้อมูลที่เราสามารถนำมาพิจารณาถึงความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานได้ และเราสามารถนำมาใช้ได้กระบวนการคัดเลือกพนักงานขาย ซึ่งทำให้สามารถคัดเลือกพนักงานขายได้อย่างรวดเร็ว และลักษณะส่วนบุคคลนี้ถือว่าเป็นตัวพยากรณ์ที่มีความน่าเชื่อถือ และสามารถทำนายถึงความสำเร็จในการขายได้ด้วย

ดังนั้นจึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานว่า ลักษณะส่วนบุคคล แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ บุคลิกภาพ ความรู้ด้านการขาย กับ การปฏิบัติงานของพนักงานของพนักงานขาย ว่าปัจจัยเหล่านี้มีความสัมพันธ์กันหรือไม่อย่างไร การศึกษาครั้งนี้ก็เพื่อประโยชน์แก่หน่วยงานขาย ในการเสริมสร้างแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ พัฒนาบุคลิกภาพ ส่งเสริมความรู้ด้านการขาย เพื่อการปฏิบัติงานที่ดีขึ้น สามารถปฏิบัติงานได้เต็มศักยภาพจนได้รับคัดเลือกให้เป็นพนักงานขายดีเด่น ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาจากพนักงานขายดีเด่นที่ได้คัดเลือกจากทางบริษัทว่ามีการปฏิบัติงานที่ดีเด่นประจำปี เพื่อเป็นแนวทางในการคัดเลือกพนักงานขายที่มีลักษณะส่วนบุคคล มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง ลักษณะบุคลิกภาพเหมาะสม มีความรู้ด้านการขาย เพื่อที่จะทำงานขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ บุคลิกภาพ ความรู้ด้านการขายกับการปฏิบัติงานของพนักงานขาย
2. เพื่อศึกษาตัวพยากรณ์ ระหว่าง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ บุคลิกภาพ และความรู้ด้านการขาย กับการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

สมมุติฐานของการศึกษาค้นคว้า

1. เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ บุคลิกภาพ ความรู้ด้านการขาย มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานของพนักงานขาย
2. ลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ บุคลิกภาพ และความรู้ด้านการขาย สามารถทำนายการปฏิบัติงานของพนักงานขายได้

ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า

ผลของการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้จะทำให้ทราบถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน ความสัมพันธ์ของตัวแปรด้านลักษณะส่วนบุคคลทั่วไป แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ บุคลิกภาพ ความรู้ด้านการขาย กับการปฏิบัติงานของพนักงานขาย เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของบริษัท เนสท์เล่ โปรดักท์ส (ไทยแลนด์) อินค์ สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการป้องกันปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย และ สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการคัดเลือกพนักงานขาย และนำไปใช้เป็นแนวทางสร้างแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ พัฒนาบุคลิกภาพ ส่งเสริมความรู้ด้านการขาย เพื่อการปฏิบัติงานที่ดีขึ้นของพนักงานขาย ในการทำงานต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

แหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นพนักงานขายที่ได้รับรางวัลพนักงานขายดีเด่นประจำปี พ.ศ 2539 -2544 ของบริษัท เนสท์เล่ โปรดักท์ส (ไทยแลนด์) อินค์ จำนวน 81 คน

1. ตัวแปรที่จะใช้ในการศึกษา จำแนกเป็น

1. ตัวแปรต้น ได้แก่

1.1 ลักษณะส่วนบุคคล คือ

1.1.1 เพศ

1.1.2 อายุ

1.1.3 ระดับการศึกษา

1.1.4 ระยะเวลาในการทำงาน

1.2 แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ แบ่งเป็น

1.2.1 ด้านความทะเยอทะยาน

1.2.2 ด้านความกระตือรือร้น

1.2.3 ด้านความกล้าเสี่ยง

1.2.4 ด้านความรับผิดชอบต่อตนเอง

1.2.5 ด้านการรู้จักวางแผนงาน

1.2.6 ด้านความมีเอกลักษณ์

1.3 บุคลิกภาพ แบ่งเป็น

1.3.1 แบบมั่นคง – แสดงออก

1.3.2 แบบหวั่นไหว – แสดงออก

1.3.3 แบบมั่นคง – เก็บตัว

1.3.4 แบบหวั่นไหว – เก็บตัว

1.4 ความรู้ด้านการขาย เป็นความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการขาย

2 ตัวแปรตาม ได้แก่ การปฏิบัติงาน

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. เพศ หมายถึง เพศของพนักงานขาย ได้แก่ เพศหญิง และ เพศชาย
2. อายุ หมายถึง จำนวนอายุเต็มปีของพนักงานขาย แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้
 - 2.1 อายุระหว่าง 22-24 ปี
 - 2.2 อายุระหว่าง 25-30 ปี
 - 2.3 อายุมากกว่า 31 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา หมายถึง วุฒิการศึกษาชั้นสูงสุดของพนักงานขาย จำแนกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้
 - 3.1 ระดับการศึกษาชั้นต่ำกว่าปริญญาตรี หมายถึง การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช. ปวส. และ ระดับอนุปริญญา
 - 3.2 ระดับการศึกษาชั้นสูงกว่าระดับปริญญาตรีขึ้นไป หมายถึง การศึกษาระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า และสูงกว่าระดับปริญญาตรี ขึ้นไป
4. ระยะเวลาในการทำงาน หมายถึง ระยะเวลาตั้งแต่พนักงานขายเริ่มประกอบอาชีพพนักงานขายจนถึงวันที่ตอบแบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้
 - 4.1 อายุงานตั้งแต่ 1-3 ปี
 - 4.2 อายุงานตั้งแต่ 3-5 ปี
 - 4.3 อายุงานมากกว่า 5 ปีขึ้นไป
5. แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงาน หมายถึง ความปรารถนาของพนักงานขายที่จะได้รับผลสำเร็จลุล่วงในการปฏิบัติงานนั้นๆ โดยไม่ย่อท้อกับอุปสรรคที่ขัดขวาง พยายามหาวิธีการต่างๆ เพื่อแก้ปัญหา มีความทะเยอทะยานสูง เพื่อนำตนเองไปสู่ความสำเร็จ และมีความต้องการเป็นอิสระในการทำงาน การแสดงออกและมุ่งมั่นที่จะทำให้ดีเลิศ เพื่อให้บรรลุมาตรฐานที่ตนตั้งไว้ และนำตนเองไปสู่ความสำเร็จบรรลุเป้าหมายการขายที่บริษัทได้มอบหมายไว้ให้ โดยแยกออกเป็น 6 ด้านคือ
 - 5.1 ความทะเยอทะยาน หมายถึง การแสดงออกของลักษณะนิสัยบุคคล ที่มีความต้องการจะให้ตนสำเร็จ โดยการตั้งความคาดหวังไว้สูง มุ่งมั่นที่จะต้องทำสิ่งที่ต้องการให้ได้ เพื่อให้ฐานะหรือความเป็นอยู่ของตนสูงขึ้น เหนือคนอื่น ให้คนอื่นรู้จักด้วยผลงาน เลือกรับทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง หรือฝึกความชำนาญ และต้องการชัยชนะเมื่อมีการแข่งขัน

5.2 ความกระตือรือร้น หมายถึง การแสดงออกของนิสิตบุคคลที่เต็มใจ เอาใจใส่ และตั้งใจจริงในการทำงาน อาสางานที่ตนถนัด ทำงานทันทีที่ได้รับมอบหมาย ไม่ผลัดวันประกันพรุ่ง มีความขยันขันแข็งในงานที่ต้องใช้ความคิด อดทนไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค ที่ขัดขวาง สนุกสนานกับการทำงานและสามารถทำงานได้สำเร็จในเวลาอันสั้น

5.3 ความกล้าเสี่ยง หมายถึง การแสดงออกของนิสิตบุคคลที่มีการตัดสินใจที่เด็ดเดี่ยวในการกรทำสิ่งที่เป็นไปได้ มีความยากพอเหมาะกับความสามารถของตน กล้าได้กล้าเสีย ทำทุกสิ่งด้วยความมั่นใจ ไม่เชื่อโชคลาง หรือสิ่งมหัศจรรย์ มุ่งทำงานเพื่อให้เกิดความสำเร็จมากกว่าที่จะทำให้เกิดความล้มเหลว

5.4 ความรับผิดชอบต่องาน หมายถึง การแสดงออกของนิสิตบุคคลที่มีการรักษาสีหน้า และหน้าที่ ของตนอย่างเคร่งครัด มีความผูกพันกับงานที่ได้รับมอบหมาย กล้ารับผิดชอบกับการกระทำของตน และปรับปรุงตนเองให้ดีขึ้นอยู่เสมอ ทำงานให้เสร็จตามความพึงใจของตนเอง แม้ถูกรบกวนในขณะที่ทำงานก็จะทำงานนั้นให้สำเร็จได้

5.5 การรู้จักวางแผนงาน หมายถึง การแสดงออกของนิสิตบุคคลที่มี แบบแผนในการทำงาน มีจุดประสงค์ที่เด่นชัด มองเห็นลู่ทางในการทำงานเป็นขั้นตอน เล็งเห็นการณ์ไกล ทำงานอย่างปราณีต และเป็นระเบียบ มีความรอบคอบและรวบรวมรายละเอียด ของข้อมูลก่อนตัดสินใจ ผูกพันกับอนาคตมากกว่าอดีตหรือปัจจุบัน และเลือกผู้ร่วมงานที่มีความสามารถเป็นอันดับแรก

5.6 ความมีเอกลักษณ์ หมายถึง การแสดงออกของนิสิตบุคคลที่เป็นตัวของตัวเองสูง ไม่เลียนแบบคนอื่น ริเริ่มทำสิ่งต่างๆ ด้วยความคิดของตนเอง สนใจเหตุการณ์หรือสิ่งใหม่ๆ มีอิสระในการทำงาน และการแสดงออก ใช้ความคิดใหม่ๆ ที่ไม่ซ้ำแบบใครในการแก้ปัญหา

6. บุคลิกภาพ หมายถึง คุณสมบัติต่างๆ เป็นลักษณะเฉพาะของบุคคล ทั้งพฤติกรรมภายใน ได้แก่ ความรู้สึกนึกคิด เจตคติ และพฤติกรรมภายนอก ได้แก่ การแสดงออกทางร่างกาย กิริยาท่าทาง ของพนักงานขายที่ตอบสนองต่อสถานการณ์ หรือสิ่งแวดล้อมอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งพบว่าบุคลิกภาพสามารถแบ่งประเภทของบุคลิกภาพได้ 4 ลักษณะคือ

6.1 บุคลิกภาพแบบมั่นคงในสภาวะอารมณ์ – แสดงออก (Stability – Extrovert) มีลักษณะชอบเข้าสังคม ทำอะไรไม่ค่อยระมัดระวัง ชอบทำกิจกรรมที่ให้ความตื่นเต้น สนุกสนาน ร่าเริง ไม่จำเจ มองโลกในแง่ดี แสดงอารมณ์ และความรู้สึกอย่างเปิดเผย

6.2 บุคลิกภาพแบบหวั่นไหวในสภาวะอารมณ์ – แสดงออก (Neurotic – Extrovert) มีลักษณะก้าวร้าว ชอบความตื่นเต้น อารมณ์วู่วาม มองโลกในแง่ดี กระตือรือร้น

6.3 บุคลิกภาพแบบมั่นคงในสภาวะอารมณ์ – เก็บตัว (Stability – Introvert) มีลักษณะสมยอม ระมัดระวังตัว คิดมาก ไม่ค่อยแสดงอารมณ์วู่วาม เจ้าระเบียบ เชื่อถือได้ สุขุม

6.4 บุคลิกภาพแบบหวั่นไหวในสภาวะอารมณ์ – เก็บตัว (Neurotic – Introvert) มีลักษณะหงุดหงิดง่าย กระวนกระวายใจ ไม่ค่อยยืดหยุ่น มองโลกในแง่ร้าย ไม่ชอบเข้าสังคม

7. ความรู้ด้านการขาย หมายถึง ความรู้ความเข้าใจในเรื่องของเทคนิคการขาย ได้แก่ การให้ความสนใจแก่ผู้ที่ทำว่าจะซื้อสินค้า การทำความเข้าใจเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้า การให้ความช่วยเหลือหรือการบริการสิ่งที่ลูกค้าต้องการ

8. การปฏิบัติงานของพนักงานขาย หมายถึง การปฏิบัติงานของพนักงานขายที่ทำได้จริงภายในช่วงระยะเวลาที่กำหนดให้ ซึ่งเป็นผลงานทั้งในเชิงปริมาณ และคุณภาพ โดยการใช้แบบฟอร์มการประเมินผล การปฏิบัติงานพนักงานขายของกำหนดไว้ให้ โดยหัวหน้าเป็นผู้ประเมินการปฏิบัติงานซึ่งแบ่งเป็น

8.1 ผลงานในเชิงปริมาณ

8.1.1 ผลสำเร็จในการขาย ได้แก่ เป้าหมายการขายที่บริษัทได้กำหนดไว้ให้สำหรับพนักงานขายแต่ละคน ในทุกๆ 3 เดือน ปีละ 4 ครั้ง

8.1.2 อัตราเติบโตของยอดขายภายในเขต ได้แก่ การขายได้ตามเป้าหมายทั้งหมดของพนักงานขายในเขตหรือในทีมงาน

8.1.3 การกระจายสินค้า ได้แก่ การกระจายสินค้าไปตามร้านค้าต่างๆตามที่บริษัทกำหนดไว้ให้ในแต่ละช่วง

8.1.4 การเรียกเก็บเงินตามเงื่อนไข ได้แก่ การเก็บเงินตามระยะเวลาที่บริษัทได้กำหนดไว้ให้

8.1.5 ผลการตั้งโชว์สินค้า ซึ่งได้แก่ จำนวนร้านค้าที่จัดเรียงสินค้าของแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์ ตามที่บริษัทได้ตั้งเป้าหมายไว้ให้

8.2 ผลงานในเชิงคุณภาพ

8.2.1 การใช้ความรู้และความสามารถในการขาย ได้แก่ การเตรียมก่อนเข้าพบลูกค้า การวางแผนงาน การนำเสนอ เป็นต้น ซึ่งพิจารณาจากใบตรวจเยี่ยมตลาดของหัวหน้างาน

8.2.2 ทักษะคติในการทำงาน ได้แก่ ความมีระเบียบวินัย ความรับผิดชอบ การให้ความร่วมมือ เป็นต้น ซึ่งพิจารณาจากพฤติกรรมการทำงาน โดยอาศัยการสังเกตในระหว่างการปฏิบัติงาน

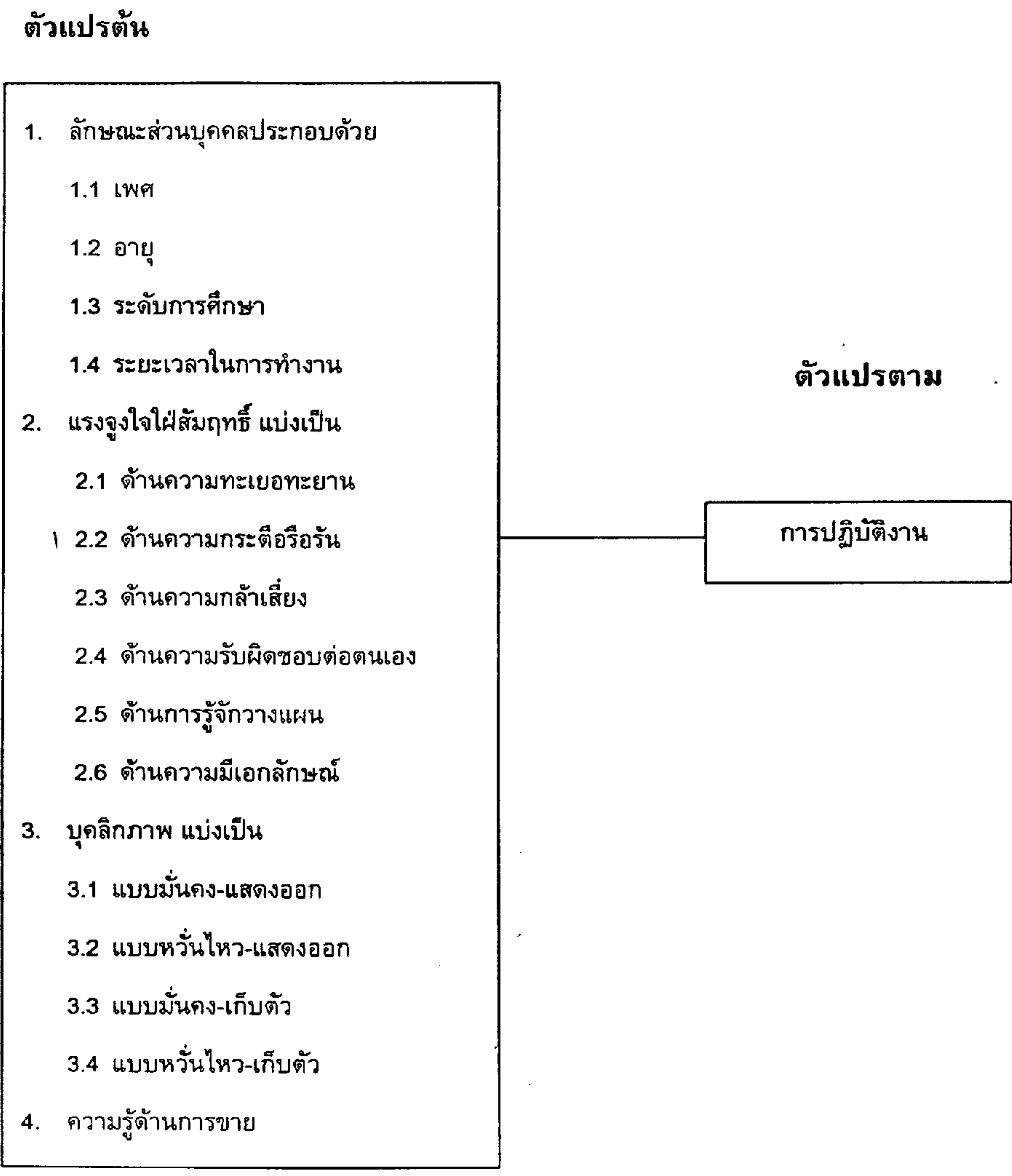
8.2.3 คุณสมบัติและทัศนคติส่วนตัว ได้แก่ มีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ คิดพัฒนา ปรับปรุงวิธีการทำงาน ซึ่งพิจารณาจากพฤติกรรมการทำงาน โดยอาศัยการสังเกตในระหว่างการปฏิบัติงาน

8.2.4 ความไว้วางใจ ได้แก่ การมาทำงานอย่างสม่ำเสมอ การตรงต่อเวลา การแก้ปัญหาและการตัดสินใจ เป็นต้น ซึ่งพิจารณาจากพฤติกรรมการทำงาน โดยอาศัยการสังเกตในระหว่างการปฏิบัติงาน

8.2.5 ความอดุสาหะและความเอาใจใส่ในงาน ได้แก่ ความขยันหมั่นเพียร ความกระตือรือร้นในการทำงาน มีความเอาใจใส่ในการทำงาน ซึ่งพิจารณาจากพฤติกรรมการทำงาน โดยอาศัยการสังเกตในระหว่างการปฏิบัติงาน

9. พนักงานขายดีเด่นประจำปี หมายถึง พนักงานขายที่ได้รับรางวัลพนักงานขายดีเด่นประจำปีโดยได้รับคัดเลือกจากทางบริษัท ในระหว่างปี พ.ศ 2539-2544 ซึ่งบริษัทจะทำการประเมินการปฏิบัติงานซึ่งหัวหน้างานจะเป็นผู้ประเมินการปฏิบัติ โดยใช้แบบฟอร์มการประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปี

กรอบการวิจัย



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ บุคลิกภาพ ความรู้ด้านการขาย กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย ของบริษัท เนสท์เล่ โปรดักท์ส (ไทยแลนด์) อินค์ ดังนั้นผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าเอกสารงานเขียน แนวคิด ทฤษฎี รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในหัวข้อดังต่อไปนี้

1. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ✓
 2. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับบุคลิกภาพ ✓
 3. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ และความรู้ด้านการขาย ✓
 4. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานและการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย
 5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ บุคลิกภาพ ความรู้ด้านการขาย และผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย
- 5.1 งานวิจัยต่างประเทศ
 - 5.2 งานวิจัยในประเทศ

1. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์

1.1 ความหมายของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์

ได้มีผู้ให้ความหมายของคำว่า “แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์” ไว้แตกต่างกันดังต่อไปนี้

พจนานุกรมจิตวิทยา (ศุขณีย์ ยมาภัย.2537 : 46 ;อ้างอิงจาก Dictionary of Psychology .1965 : 7) ได้ให้คำจำกัดความของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ไว้ดังนี้

- 1 แนวโน้มของความพยายามที่จะไปสู่ความสำเร็จหรือการบรรลุถึงความต้องการท้ายสุด
- 2.Ego ของบุคคลในการทำงาน
3. ความคาดหวังของผลสำเร็จในงานที่มอบหมาย
- 4.แรงจูงใจที่จะเอาชนะอุปสรรคหรือความพยายามที่จะทำสิ่งที่ยากได้อย่างรวดเร็วและดี

แม็คเคลแลนด์ (McClelland .1961: 207-256) นิยามว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ หมายถึง ความปรารถนาที่จะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้สำเร็จลุล่วงด้วยดีหรือสูงกว่ามาตรฐาน พยายามเอาชนะอุปสรรคต่างๆ มีความรู้สึกสบายใจเมื่อประสบความสำเร็จ และมีความวิตกกังวลเมื่อประสบความสำเร็จไม่สำเร็จ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์เป็นองค์ประกอบที่ผลักดันให้บุคคลต้องการมีสถานะที่สูงขึ้น มีความรับผิดชอบมากขึ้น มีความต้องการความสำเร็จมากขึ้น

แอทกินสัน (Atkinson. 1966 : 106, 240-241) ให้ความหมายของคำว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ว่าเป็นแรงผลักดันที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รู้ว่าการกระทำของตนจะต้องได้รับการประเมินโดยเปรียบเทียบกับมาตรฐานอันดีเยี่ยม ผลจากการประเมินจะก่อให้เกิดความพอใจเมื่อทำสำเร็จโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ถ้าหากเป็นความสำเร็จในงานที่ยาก และท้าทายหรือเป็นผลการกระทำที่เกิดจากการใช้ทักษะ ไม่ใช่ขึ้นอยู่กับความบังเอิญ ในขณะที่เดียวกันจะเกิดความไม่พอใจเมื่อกระทำไม่สำเร็จก็ได้

ฮิลการ์ด (Hilgard 1967 : 153) ได้กล่าวว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ หมายถึง แรงจูงใจประเภทหนึ่งที่เกิดจากความต้องการของสังคมซึ่งมีอิทธิพลต่อบุคคล ทำให้มีการกระทำเกิดขึ้นเพื่อบรรลุเป้าหมายด้วยมาตรฐานอันดีเยี่ยม

ดวงเดือน พันธุมนาวิน (2523 : 11) ให้ความหมายของ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ว่าหมายถึง ความสามารถที่จะกำหนดจุดมุ่งหมายในการทำงานอย่างเหมาะสม มุมานะ บากบั่น พินิจอุปสรรคเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายนั้น ถ้าประสบความสำเร็จล้มเหลวก็ไม่ย่อท้อ ยอมรับปัญหา และหาทางแก้ไขเสมอซึ่งจะทำให้ประสบความสำเร็จ และเอาชนะอุปสรรคในการทำงานได้เป็นอย่างดี

สงวนศรี วิรัชชัย (2527 : 85) ให้ความหมายของ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ว่า หมายถึง แรงจูงใจของบุคคล ที่มุ่งจะให้ได้รับความสำเร็จในการควบคุม และจัดระเบียบสิ่งแวดล้อมทางสังคม ตลอดจนสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เพื่อเอาชนะอุปสรรคต่าง ๆ และคงมาตรฐานระดับสูงในการทำงานไว้หรือกล่าวได้ว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ คือ แรงจูงใจของคนที่ต้องการจะทำงานให้สำเร็จ ลุล่วงอย่างดีมีประสิทธิภาพมากที่สุด

สถิตย์ วงศ์สวรรค์ (2529 : 431) ได้นิยามว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ หมายถึง พลังที่กระตุ้นให้บุคคลมีแรงจูงใจ มีความพยายาม มีความทะเยอทะยาน มีความมานะบากบั่น คนที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงจะเป็นคนที่มีความพยายามฝ่าฟันเอาชนะอุปสรรค ไม่ยอมแพ้อะไรง่าย ๆ ไม่ย่อท้อต่อปัญหาเฉพาะหน้า กล้าเผชิญไม่กลัวปัญหาที่ยาก มีความอดทนต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมได้มากกว่าผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ต่ำ เป็นคนที่รักษามาตรฐานและเพิ่มมาตรฐานของงาน อาจจะทำนายได้ว่า คนที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง มัก

จะเป็นคนเอาการเอางาน มีความรับผิดชอบสูง ขยัน เรียบเก่ง มีความซื่อสัตย์ ชอบการเปลี่ยนแปลงมาก หากการเปลี่ยนแปลงนั้นมีประสิทธิภาพ มีประโยชน์ ทำให้เกิดความสำเร็จได้

ศุภวัตร พลายน้อย (2529 : 79) กล่าวว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์หมายถึง ความปรารถนาที่จะทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดให้สำเร็จลุล่วงด้วยดี หรือสูงกว่ามาตรฐาน พยายามเอาชนะอุปสรรคต่าง ๆ มีความพยายามแข่งขันกับมาตรฐานอันดีเยี่ยม มิใช่แสดงออกโดยลักษณะก้าวร้าว แต่เป็นลักษณะพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันซึ่งต้องการเอาชนะ ต้องการความสำเร็จ ลักษณะที่แสดงออกถึงแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ก็คือ การวางโครงการระยะยาว ซึ่งสัมพันธ์กับความต้องการความสำเร็จ

ถวิล ธาราโกชน (2532 : 70) ได้ให้ความหมายว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ หมายถึง แรงจูงใจที่เกิดขึ้นจากการคาดหวังของบุคคล หรือมีประสบการณ์จากสิ่งใดสิ่งหนึ่ง จนกลายเป็นสิ่งที่ฝังอยู่ในใจ เป็นสิ่งที่ประทับใจมาตั้งแต่เมื่อครั้งยังเป็นเด็ก แล้วเขาก็พยายามที่จะก้าวไปสู่ความสำเร็จตามที่ได้คาดหวังเอาไว้ โดยจะมีการตั้งเป็นระดับมาตรฐานสำหรับการกระทำของตนเองไว้ เขาก็จะมีกำลังใจเมื่อเขาสามารถประสบความสำเร็จได้ และความคาดหวังสำหรับการกระทำครั้งต่อไปก็จะยิ่งสูงขึ้นเรื่อย ๆ

สุรางค์ ไคว้ตระกูล (2533 : 123) กล่าวว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ หมายถึง แรงจูงใจที่เป็นแรงขับให้บุคคลพยายามที่จะประกอบพฤติกรรมที่จะประสบความสำเร็จตามมาตรฐานความเป็นเลิศที่ตนเองตั้งไว้ บุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง จะไม่ทำงานเพราะหวังรางวัล แต่จะทำให้ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

อารี เพชรผุด (2537 : 98) กล่าวว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ เป็นแรงจูงใจภายในที่พัฒนามาจากความต้องการขั้นพื้นฐานของบุคคล ที่ต้องการจะแสดงความสามารถ ต้องการแข่งขันกับตนเอง มีความตั้งใจแน่วแน่ที่จะทำ ต้องการให้สิ่งที่ทำมีมาตรฐานที่ดีที่สุด

มุขณีย์ ยมาภัย (2537 : 46) กล่าวว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ คือความพยายาม หรือความปรารถนาของบุคคลในการที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ตามที่ตนได้ตั้งไว้ แม้ว่าจะเจอกับอุปสรรค หรือความยากลำบากก็ตาม บุคคลนั้นก็จะมีความตั้งใจที่จะทำสิ่งนั้นให้ประสบความสำเร็จ

พรรณี ชุทัย เจนจิต (2538 : 513) กล่าวว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ หมายถึง ความต้องการที่จะทำสิ่งต่าง ๆ ให้สำเร็จลุล่วง จะสังเกตได้ว่าบางคนมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง บางคนมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ต่ำ ความแตกต่างของบุคคลทั้งสองพวกนี้ดูได้จากการทำงาน

กัลยาณี สนิทสุวรรณ (2542 : 15) กล่าวว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ หมายถึง ความต้องการทำงานที่ท้าทายให้ประสบความสำเร็จ อย่างมีคุณภาพ ด้วยมาตรฐานสูง ต้องการความเป็นอิสระในการทำงาน ใช้ความพยายามมุ่งมั่น หาวิธีการแก้ปัญหา อุปสรรคที่เกิดขึ้นอย่างไม่ย่อท้อ เพื่อให้บรรลุมาตรฐานที่ได้ตั้งเอาไว้ และมีความพอใจเมื่อพบกับความสำเร็จ รู้สึกผิดหวัง วิตกกังวลเมื่อพบกับความล้มเหลว

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ หมายถึง พลังที่เป็นแรงขับเคลื่อนให้บุคคลมีความพยายาม มีความต้องการ มีความปรารถนา มีความมุ่งมั่นที่จะทำงานหรือกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้ประสบความสำเร็จ อย่างมีคุณภาพมากที่สุด ตามมาตรฐานความเป็นเลิศที่ตนเองได้ตั้งใจไว้ แม้ว่าจะมีอุปสรรคขัดขวาง หรือความยากลำบากเพียงใดก็ตาม และมีความรู้สึกสบายใจเมื่อประสบความสำเร็จ และมีความวิตกกังวลเมื่อประสบความสำเร็จ

1.2 ทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์

แรงจูงใจนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมมนุษย์ในการทำงาน ด้วยเหตุนี้จึงมีผู้สนใจศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจอย่างมาก และได้พยายามจำแนกประเภทแรงจูงใจเป็นหลายแบบตามเกณฑ์ต่าง ๆ ซึ่งผู้วิจัยจะได้นำมาเสนอดังต่อไปนี้

1.2.1 ทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของ แม็คเคลแลนด์ (McClelland)

แม็คเคลแลนด์ (McClelland .1961 : 207-256) ได้กล่าวถึงว่าแต่ละบุคคล จะประกอบไปด้วยแรงจูงใจ 3 ประเภท ดังนี้คือ

1. แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Needs for Achievement : n_{Ach}) หมายถึง ความปรารถนาที่จะทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี และต้องการแข่งขันกับมาตรฐานในระดับที่สูง ดีเยี่ยม พยายามเอาชนะอุปสรรคต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามมาตรฐานที่ได้ตั้งไว้ รู้สึกมีความสุข สบายใจเมื่อประสบความสำเร็จ และมีความวิตกกังวลเมื่อประสบความสำเร็จ

2. แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ (Needs for Affiliation : n_{Aff}) หมายถึง ความต้องการอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคม ความต้องการเป็นที่ยอมรับของผู้อื่น ความเป็นมิตรและสัมพันธ์ภาพที่อบอุ่นต้องการเป็นที่นิยมหรือรักใคร่ชอบพของผู้อื่น สิ่งเหล่านี้เป็นแรงจูงใจที่จะทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อให้บุคคลอื่นยอมรับตนเอง

3. แรงจูงใจใฝ่อำนาจ (Needs for Power : bPow) หมายถึง ความต้องการที่มีอิทธิพลเหนือกว่าผู้อื่น พยายามจะควบคุมสิ่งต่าง ๆ ให้คุณให้โทษแก่ผู้อื่น จะรู้สึกภาคภูมิใจถ้าหากได้ทำในสิ่งที่เหนือกว่าผู้อื่น ลักษณะเด่นของผู้ที่มีความต้องการนี้คือ มีความพึงพอใจในความสามารถของตนถ้าได้อยู่ในสถานะที่มีอิทธิพลและได้ควบคุมผู้อื่น (สุนทรินทร์ ธนโกสโย, 2538 : 57)

แม็คเคลแลนด์ (McClelland.1969 : 207-256) มีความเชื่อว่าแรงจูงใจที่สำคัญที่สุดของมนุษย์ก็คือ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ จึงให้ความสำคัญมากกว่าแรงจูงใจอื่น ๆ ผู้ที่จะทำงานได้อย่างประสบความสำเร็จจะต้องมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในระดับสูง ความสำเร็จของงานจะทำได้โดยการกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์เป็นสำคัญ เมื่อแต่ละบุคคลมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงก็จะสามารถทำงานได้สำเร็จและช่วยให้ผลการปฏิบัติงานที่ได้ออกมานั้นมีประสิทธิภาพ เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

✓แม็คเคลแลนด์(McClelland. 1961. : 207-256) ได้กำหนดหลักการในการสร้างแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ไว้ 4 ประการคือ

1. กำหนดจุดมุ่งหมายที่เหมาะสม (Goal Setting) หมายความว่าในการทำงานอะไรก็ตามบุคคลจะต้องตั้งจุดมุ่งหมายไว้อย่างเหมาะสมว่าจะทำอะไร ให้เสร็จแค่ไหนซึ่งจะต้องเป็นจุดมุ่งหมายที่สอดคล้องกับความเป็นจริง และปฏิบัติได้ เมื่อทำได้สำเร็จแล้วค่อยทำงานที่ยากขึ้นต่อไป

2. ยึดถือภาษาของผลสัมฤทธิ์เป็นตัวอย่าง (Language of Achievement) หมายความว่า ในการทำงาน บุคลากรยึดถือแบบอย่างของผู้ที่ทำงานดี หรือประสบผลสำเร็จในการทำงานเพื่อมาใช้เป็นแนวทางในการทำงาน เสมือนการใช้ภาษาของผลสัมฤทธิ์นั่นเอง

3. กำหนดข้อสนับสนุนทางความคิด (Cognitive Supports) หมายความว่า ในการทำงานบุคคลจะต้องรู้จักตนเองและสิ่งแวดล้อม จะต้องปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อม และพยายามปรับปรุงวิถีชีวิตและวิธีการทำงานให้ดียิ่งขึ้นเพื่อจะได้พบกับความสำเร็จข้างหน้า

4. กำหนดข้อสนับสนุนของกลุ่ม (Group Support) หมายความว่า ในการทำงานควรใช้ประสบการณ์ในการเข้าร่วมกลุ่ม และการร่วมมือปรายในกลุ่มย่อย เพื่อให้เกิดการยอมรับและเกิดกำลังใจในผลงาน

1.2.2 ทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของ แอทคินสัน (Atkinson)

แอทคินสัน (สงวน สุทธิเลิศวรรณ. 2527 : 143-144 ;อ้างอิงจาก Atkinson. 1964 : 240-268. *An Introduction to Motivation.*) ได้คิดสูตรแนวโน้มในการบรรลุความสำเร็จของการกระทำ การที่บุคคลจะพบ

ความสำเร็จหรือไม่นั้น ย่อมขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ 3 ประการ คือ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ โอกาสที่จะประสบผลสำเร็จ สิ่งล่อใจที่เป็นเป้าหมายของความสำเร็จ ซึ่งสรุปเป็นสูตรได้ดังนี้

$$Ts \quad \text{แนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จ} = Ms \times Ps \times Is$$

เมื่อ Ms = แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Motive Success)

Ps = โอกาสที่จะประสบผลสำเร็จ (Probability Success)

Is = สิ่งล่อใจ ที่เป็นเป้าหมายของความสำเร็จ (Incentive Success)

ซึ่งทั้ง 3 องค์ประกอบนี้มีลักษณะสัมพันธ์กันดังตาราง แสดงความสัมพันธ์ขององค์ประกอบแห่งความสำเร็จในงานดังนี้

ลักษณะงาน	Ms	Ps	Is	Ts
งานง่าย	ภูมิใจน้อย	สำเร็จง่าย	มีค่าน้อย	มากที่สุด
งานปานกลาง	ภูมิใจปานกลาง	สำเร็จง่าย	มีค่ากลางๆ	มาก
งานยาก	ภูมิใจมาก	สำเร็จง่าย	มีค่าน้อย	น้อย

แอทกินสัน (Atkinson.1964 : 240-268) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการประสบความสำเร็จ โดยพยายามใช้วิธีการทางคณิตศาสตร์มาคำนวณค่าของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ให้แน่นอนลงไป เขาได้ทำการทดลองโดยให้ผู้ถูกทดลองโยนห่วงหือปาเป้าที่มีระยะห่างจากหลักตามสมควรแล้ว แต่ว่าผู้ถูกทดลองจะยืนห่างเท่าใด ผลจากการทดลองปรากฏว่า บุคคลที่ต้องการความสำเร็จจะมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงมีความวิตกกังวลต่ำ ส่วนพวกที่กลัวความล้มเหลวจะมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ต่ำมีความวิตกกังวลสูง

แอทกินสัน (Atkinson.1964 : 240-268) กล่าวว่า ความต้องการของคนที่ประสบความสำเร็จจะมีองค์ประกอบอยู่ 2 อย่างคือ

1. ความมุ่งหวังความสำเร็จ (เช่น ชัยชนะในการปาเป้า) ซึ่งจะเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลไปถึงจุดมุ่งหมาย และในการทำงานเพื่อที่จะประสบความสำเร็จจะต้องเป็นบุคคลที่มี ความวิตกกังวลใจต่ำ
2. การหลีกเลี่ยงความล้มเหลว (เช่น การแพ้ในการปาเป้า) บุคคลประเภทนี้ จะหลีกเลี่ยงการทำงานที่พบกับความล้มเหลว เพราะฉะนั้นบุคคลประเภทนี้就会有ความวิตกกังวลใจสูง เพราะกลัวความล้มเหลว

ทฤษฎีของ แอทคินสัน (Atkinson.1964 : 240-268) ได้กล่าวถึงแนวโน้มของความสัมฤทธิ์ผลในรูปของสมการ (ของผลคูณของความน่าจะเป็นของความสำเร็จหรือความอยากได้ของประสบการณ์ที่ได้รับ ความภาคภูมิใจในความสำเร็จนั้นซึ่งก็เป็นแรงจูงใจที่จะไปสำเร็จของงานนั้นๆ แต่แนวโน้มที่จะหลีกเลี่ยงความล้มเหลวสมการจะอยู่ในรูปแบบของผลคูณของความน่าจะเป็นไปได้ของความล้มเหลวกับประสบการณ์อันน่าละอายที่จะได้รับการล้มเหลวนั้นก็เป็นแรงจูงใจที่ทำให้หลีกเลี่ยงความล้มเหลว) แอทคินสัน (Atkinson)

ได้สมมุติองค์ประกอบของความแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ โดยการกำหนดจาก nAch score on a TAT. สำหรับแรงจูงใจที่จะหลีกเลี่ยงความล้มเหลว เป็นการวัดโดยแบบทดสอบความวิตกกังวล ในสถานการณ์หนึ่ง ถ้าเหตุการณ์นั้นเกิดขึ้นแน่นอน มันจะบอกค่าความน่าจะเป็นไปได้เป็น 1 แต่ถ้าสิ่งนั้นเกิดขึ้นไม่แน่นอน มันน่าจะมีค่าเป็น 0 เพราะฉะนั้นตัวเลขระหว่าง 0 ถึง 1 เป็นความน่าจะเป็นไปได้ในระดับปานกลางโดย Atkinson เสนอว่า

ความน่าจะเป็นของความสำเร็จ(Probability of Success ชื่อย่อ Ps.) = 1-ความน่าจะเป็นของความล้มเหลว (Probability of Failure ชื่อย่อ Pf.) และในทางกลับกัน ความน่าจะเป็นของความล้มเหลว (Pf.) = 1-ความน่าจะเป็นของความสำเร็จ (Ps.)ซึ่งหมายความว่าความน่าจะเป็นทั้ง 2 อย่างคือ ทั้งความสำเร็จและความล้มเหลวสามารถที่จะเกิดขึ้นได้ ซึ่งความน่าจะเป็นของความสำเร็จหรือความล้มเหลวคือ 1 เพราะฉะนั้นถ้าเราทราบค่าของความน่าจะเป็นของความสำเร็จเป็น 0.25 หรือ 1 ใน 4 นั่นก็คือ เราน่าจะตัดสินใจได้ว่า(1-0.25) ความน่าจะเป็นของความล้มเหลวก็คือ 0.75 หรือ 3 ใน 4

สรุปได้ว่า บุคคลที่มีผลของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงชอบงานที่มีระดับความยากปานกลางมากกว่า ในขณะที่บุคคลที่มีผลของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ต่ำชอบงานที่ทั้งง่ายและยาก เพราะกลัวความล้มเหลว จึงมักจะตั้งจุดมุ่งหมายไว้สูงหรือต่ำกว่าความเป็นจริง (อ้างใน เพ็ญทิพย์,2525 : 22-23)

ดังนั้น หลักการของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ก็คือ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ไม่ได้เกิดจากบุคลิกลักษณะของแต่ละบุคคลเท่านั้น แต่แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์จะขึ้นอยู่กับหลายปัจจัยมาประกอบกันอย่างน้อยที่สุดก็ขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการ คือ ความต้องการประสบความสำเร็จ และการกลัวความล้มเหลวของมนุษย์ บุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์แตกต่างกันก็เพราะว่าบุคคลนั้นมีการเชื่อมโยงปัจจัยทั้งสองอย่างนี้แตกต่างกันนั่นเอง

1.3 ลักษณะของผู้มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์

เมห์ราเบียน (กัลยาณี สนธิสุวรรณ.2542 : 19 ;อ้างอิงจาก Mehrabian. 1968 : 493-499.*Male and Female Scale of The Tendency of Achievement.*) ได้ทำการศึกษาเรื่องการวัดแนวโน้มความต้องการความสำเร็จของเพศหญิงและเพศชาย ทำการศึกษากลุ่มนักศึกษาในมหาวิทยาลัยแคลิฟอร์เนีย จำนวน 339 คน โดยใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบ มีการสร้างข้อคำถามขึ้น 34 ข้อเพื่อใช้วัด และจำแนกระหว่างผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงและผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ต่ำ ซึ่งมีทั้งข้อคำถามในเชิงบวกและเชิงลบ ถ้าผู้ตอบเห็นด้วยกับข้อคำถามเชิงบวกแสดงว่ามีแนวโน้มมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง และถ้าผู้ตอบไม่เห็นด้วยกับข้อคำถามเชิงลบก็แสดงว่ามีแนวโน้มมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง ตัวอย่างข้อคำถามในเชิงบวก ได้แก่ ข้าพเจ้าชอบทำในสิ่งที่ไม่คุ้นเคยมาก่อน แต่น่าสนใจ แม้ว่าผลอาจจะออกมาไม่ได้ มากกว่าเป็นสิ่งที่คุ้นเคยและให้ผลออกมาดี ตัวอย่างข้อคำถามในเชิงลบ ได้แก่ เมื่อข้าพเจ้าไม่สบายและพักอยู่ที่บ้านจะใช้เวลาพักอยู่เฉย ๆ มากกว่าที่จะพยายามทำงาน ข้าพเจ้าชอบทำในสิ่งที่ทำให้รู้สึกสนุกสนานมากกว่าสิ่งคุ้มค่ากับเวลาที่เสียไป แต่ไม่รู้สึกสนุก เป็นต้น

จากความพยายามในการศึกษาเพื่อจำแนกผู้มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงและผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ต่ำ ดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปโครงสร้างของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ได้เป็น 8 ส่วน ได้แก่

1. มีความเป็นอิสระในการทำงาน (Independence) ชอบที่จะรับผิดชอบทำงานนั้นให้สำเร็จโดยตนเองคนเดียวมากกว่าร่วมกันทำหลาย ๆ คน
2. การเลือกกิจกรรมที่แสดงความสำเร็จ หรือเกี่ยวข้องกับความสำเร็จ (Achieve Oriented) มีเป้าหมาย มีโอกาสเป็นไปได้ เพื่อกระตุ้นให้เกิดความพยายาม
3. ความรู้สึกด้านความต้องการความสำเร็จ มากกว่าหลีกเลี่ยงความล้มเหลว (Achieve/Failure Feeling) ความสำเร็จของตัวงานเป็นตัวกระตุ้นที่ดีให้พยายามทำงานนั้นต่อไป ไม่ใช่ทำเพราะเลี่ยงความล้มเหลว และมีความสุขเมื่อทำได้สำเร็จ
4. การเลือกเสี่ยงในระดับที่เหมาะสม ระดับปานกลาง มีโอกาสที่จะสำเร็จหรือล้มเหลวได้พอ ๆ กัน มีระดับความคาดหวังตรงกับสภาพความเป็นจริง (Intermediate Risk/ Realistic Aspiration Level)
5. การเลือกงานที่ยากและท้าทายความสามารถ (Worth-While/ Difficult Work) ชอบงานที่ตนไม่เคยทำมาก่อน และเห็นว่าเป็นสิ่งที่น่าสนใจ โดยไม่กลับผลที่ออกมาว่าจะดีหรือไม่ดีเพื่อที่ตนจะได้ใช้ความรู้ความสามารถอย่างเต็มที่

6. การเลือกกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขัน และฝึกความชำนาญ (Skill/ competition) มองว่าเป็นสิ่งที่ท้าทาย และทำให้เกิดการพัฒนาตนเอง

7. ความสามารถที่จะรอรับผลในระยะยาว (Delay Gratification) ยินดีที่จะให้เวลากับงานนั้นอย่างเต็มที่ แม้ต้องเผชิญกับอุปสรรคก็ยินดีที่จะรอแล้วได้ความสำเร็จของงาน

8. ความผูกพันกับอนาคต มากกว่าอดีต และปัจจุบัน (Distant Future Perspective) มองการณ์ไกล คำนึงถึงผลที่จะได้รับในระยะยาว เชื่อว่าจะต้องดีกว่าที่ผ่านมา

ลักษณะข้างต้นจึงเป็นลักษณะที่ต้องการในแต่ละบุคคล ในการมองถึงอนาคตและคิดจะทำในสิ่งที่แปลกใหม่ ที่ต้องใช้ความสามารถในการจัดระบบงานที่มีความเสี่ยงปานกลางในระดับที่สามารถเห็นผลสำเร็จได้ พยายามติดตามเพื่อให้ทราบผลงานที่ตนได้ทำลงไปซึ่งจะทำให้การปฏิบัติงานนั้นบรรลุเป้าหมาย และมีผล การปฏิบัติงานอยู่ในเกณฑ์ที่สูง

แม็คเคลแลนด์ และ วินเตอร์ (McClelland and Winter, 1969 : 104) ได้กล่าวเกี่ยวกับ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ว่าเป็นสิ่งบ่งชี้ถึง ความมีคุณภาพของมนุษย์อย่างหนึ่ง และได้กำหนดลักษณะของผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ไว้ดังต่อไปนี้

1. กระทำกิจกรรมต่าง ๆ ให้สำเร็จมากกว่าทำเพื่อหลีกเลี่ยงความล้มเหลว
2. เลือกทำในสิ่งที่เป็นไปได้และเหมาะสมกับความสามารถของตน
3. คิดว่างานทุกอย่างทำสำเร็จลงได้ด้วยการทำงานอย่างตั้งใจจริงของตนเอง ไม่ใช่เกิดจากโอกาสอำนวย และไม่เชื่อในสิ่งมหัศจรรย์
4. จะกระทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุมาตรฐานของตนเอง ไม่มีจุดมุ่งหมายที่รางวัลหรือชื่อเสียงเกียรตินิยม

แม็คเคลแลนด์ (McClelland, 1961 : 207-256) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง ดังนี้

1. กล้าเสี่ยงพอสมควร ในกรณีที่ต้องใช้ความสามารถ ไม่ใช่อาศัยโชค มีการตัดสินใจที่เด็ดเดี่ยว
2. แข่งขัน หรือกระทำการแปลก ๆ ใหม่ ๆ อันจะทำให้ตนรู้สึกว่าได้ประสบผลสำเร็จ
3. การรับผิดชอบในตนเอง
4. ต้องการทราบให้แน่ชัดว่าการตัดสินใจของตนมีผลอย่างไร
5. คาดการณ์ล่วงหน้า

6. มีความสั่นไหวในการจัดระบบงาน

✓แมคเคลแลนด์ (McClelland. 1961 : 207-256) กล่าวถึงลักษณะพฤติกรรมของผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นผู้มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ จะต้องมีลักษณะดังนี้

1. กล้าเสี่ยงพอสมควร (Moderate Risk-Taking) มีการตัดสินใจที่เด็ดเดี่ยว บุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงไม่พอที่จะทำสิ่งที่ยาก ๆ ซึ่งไม่ต้องใช้ความสามารถ หากแต่เลือกทำสิ่งที่ยากพอเหมาะกับความสามารถของตน และการทำสิ่งที่ยากได้สำเร็จนั้น ทำให้ตนเองพอใจ ส่วนผู้ที่แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ต่ำ มักไม่กล้าเสี่ยงเพราะกลัวไม่สำเร็จ หรือไม่ก็เสี่ยงจนเกินไป ทั้ง ๆ ที่รู้ว่าจะทำไม่สำเร็จ แต่ก็หวังพึ่งโชค

2. ความกระตือรือร้น (Energetic) หรือความขยันขันแข็งในการกระทำสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงไม่ได้ขยันไปทุกกรณี แต่จะเอาใจใส่มานะพากเพียรต่อสิ่งที่ท้าทายยั่วๆ ความสามารถของตนเอง เป็นงานที่ต้องใช้สมองขบคิดและจะทำให้ตนเองเกิดความรู้สึกว่าได้ทำงานสำคัญล่วงไป

3. ความรับผิดชอบต่อตนเอง (Individual Responsibility) ผู้มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง จะพยายามทำงานให้สำเร็จเพื่อความพึงพอใจของตนเอง มิใช่จะหวังให้คนอื่นยกย่อง ต้องการปรับปรุงตัวเองให้ดีขึ้น ไม่ชอบให้ผู้อื่นมาบงการว่าตนควรจะทำอย่างนั้นอย่างนี้

4. ต้องการทราบผลของการตัดสินใจ (Knowledge of Result Decision) กับผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์จะติดตามผลการกระทำของตนเองว่าเป็นอย่างไร ไม่ใช่คาดคะเนว่าเป็นอย่างนั้นอย่างนี้ และเมื่อทราบผลการตัดสินใจหรือการกระทำแล้วยังพยายามทำให้ดีกว่าเดิมอีก

5. คาดการณ์ล่วงหน้า (Anticipation of Future Possibilities) ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงเป็นผู้ที่วางแผนการระยะยาว (Long-Range Planning) เพราะเล็งเห็นการณ์ไกลกว่าผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ต่ำ

6. มีทักษะในการจัดระบบงาน (Organizational Skill) ข้อนี้ยังไม่มีหลักฐานการค้นคว้าเพียงพอ แต่เป็นลักษณะที่น่าจะทำให้เกิดสมรรถภาพในการจัดระบบงานยิ่งขึ้น

กิลฟอร์ด (Guilford. 1959 : 437-439) กล่าวถึงลักษณะผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ว่าประกอบด้วย

1. ความทะเยอทะยานทั่ว ๆ ไป คือ ประารถนาที่จะทำกิจกรรมนั้นให้สำเร็จ
2. มีความเพียรพยายาม ได้แก่ ทำงานให้เป็นผลสำเร็จ
3. มีความอดทนเต็มใจที่จะลำบากแม้ยากเพียงใดก็ตาม

แอทคินสัน (Atkinson. 1964 : 259-261) กล่าวว่าคนที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์กล้าแข็ง จะมองหางานที่ยากขึ้น ถ้างานนี้ง่ายหรือยากปานกลาง ความสนใจของเขาจะลดลงหลังจากงานชิ้นแรกประสบผลสำเร็จ ถ้า

๒๕๕๐ ๕.๖

งานชิ้นแรกง่ายและเขาล้มเหลวความคาดหวังการประสบผลสำเร็จจะลดลงมา ความล้มเหลวในครั้งต่อ ๆ มาจะค่อย ๆ ทำให้แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ต่ำลง และความคาดหวังจะต่ำลง

เซอร์แมน (อัจฉรา สุขารมณ์ และคนอื่น ๆ. 2528 ; อ้างอิงจาก Herman. 1970 : 354-355.A *Questionnaire Measures of Achievement Motiion.*) ได้สรุปลักษณะของผู้มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ไว้ดังนี้

1. มีความทะเยอทะยาน
2. มีความหวังมากกว่าตนจะประสบผลสำเร็จ ถึงแม้ว่าผลการกระทำของตนเองจะขึ้นอยู่กับโอกาส
3. มีความพยายามได้เข้าไปสู่สถานภาพทางสังคมที่สูงขึ้น
4. มีความอดทนในการทำงานที่ยาก ๆ ได้เป็นเวลานาน
5. เมื่องานที่กำลังทำอยู่ถูกขัดจังหวะ หรือถูกรบกวนผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงจะพยายามทำต่อไปจนสำเร็จ
6. มีความรู้สึกที่เวลาเป็นสิ่งที่ไม่หยุดนิ่งและสิ่งต่าง ๆ จะผ่านพ้นไปอย่างรวดเร็ว จึงควรรีบทำสิ่งต่าง ๆ ให้ทันเวลา
7. คำนึงถึงเหตุการณ์ในอนาคตมาก
8. ในการเลือกเพื่อนร่วมงาน ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงจะเลือกเพื่อนที่มีความสามารถเป็นอันดับแรก
9. ต้องการให้ตนเองเป็นที่รู้จักแก่ผู้อื่น โดยพยายามทำงานของตนให้ดี
10. พยายามปฏิบัติงานให้ดียิ่งอยู่เสมอ

แกรนดอล (Crandall. 1968 : 240) ได้กล่าวถึงลักษณะพฤติกรรมของผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ไว้ 3 ลักษณะ ได้แก่

1. เป็นพฤติกรรมที่มีเป้าประสงค์
2. เป็นพฤติกรรมที่มีเอกลักษณ์ไม่เลียนแบบผู้อื่นทั้งหมด
3. เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นในสถานการณ์ที่มุ่งแข่งขันกับมาตรฐานอันดีเยี่ยมอย่างใดอย่างหนึ่ง

ลินด์เกรน (Lindgren. 1967 : 31-34) พบว่าพฤติกรรมของผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงนั้นจะมีความทะเยอทะยาน มุ่งแข่งขันและพยายามปรับตัวให้ดีขึ้น

ไวเนอร์ (ดาระณี พัฒนศักดิ์ภิญโญ. 2533 ; อ้างอิงจาก Weiner. 1972 : 203-215. *Attribution Theory Achievement Motivation and Education Process*) ได้สรุปลักษณะเด่นของผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ต่ำ ไว้ดังนี้

1. ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงจะตั้งใจทำงานดีกว่า อดทนต่อความล้มเหลวสูง ชอบเลือกงาน สลับซับซ้อนมากกว่าผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ต่ำ
2. ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง ชอบริเริ่มกระทำสิ่งต่าง ๆ ด้วยความคิดของตนเองมากกว่า และภูมิใจที่เลือกงานยากมากกว่าผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ต่ำ

สำหรับในประเทศไทย ได้มีนักการศึกษาหลายคนได้อธิบายแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ไว้ดังนี้

ซูชีพ อ่อนโคกสูง (2522 : 47) ได้กล่าวถึงพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงว่ามีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง ได้แก่

1. ทำสิ่งที่ยาก ๆ มีความมานะพยายาม สนุกสนาน และชอบที่จะทำกิจกรรมนั้น ๆ
2. ชอบการแข่งขัน ต้องการชัยชนะ
3. มีความทะเยอทะยาน
4. ต้องการปรับปรุงตนเองให้ดีขึ้นเสมอ
5. มีจุดประสงค์ในการทำกิจกรรมที่เด่นชัดและแน่นอน
6. พฤติกรรมที่แสดงออกจะมีเอกลักษณ์ของตัวเอง

ดาระณี วงษ์อยู่น้อย (2525 : 73-74) ได้สรุปลักษณะของบุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ไว้ 2 พวก คือ

1. บุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง จะมีพฤติกรรมดังนี้
 - 1.1 กล้าเสี่ยงพอสมควร
 - 1.2 มีทักษะในการจัดระบบงาน
 - 1.3 มีระดับความทะเยอทะยานสูง
 - 1.4 ตั้งระดับความคาดหวังไว้สูง
 - 1.5 อดทนทำงานที่ยากได้เป็นเวลานาน
 - 1.6 เล็งการณ์ไกล และมีแผนระยะยาว
 - 1.7 เลือกเพื่อนร่วมงานที่มีความสามารถเป็นอันดับแรก
 - 1.8 ต้องการทราบแน่ชัดว่าการตัดสินใจของตนมีผลอย่างไร
 - 1.9 ขยันขันแข็งในงานที่ต้องใช้สมองและงานที่ไม่ซ้ำแบบใคร

- 1.10 ชอบทำงานให้เสร็จตามความพอใจของตน ไม่ให้ใครบงการ
- 1.11 มุ่งเลือกทำสิ่งที่เป็นไปได้ และเหมาะสมกับความสามารถ
- 1.12 เมื่องานที่กำลังทำอยู่ถูกขัดจังหวะหรือถูกรบกวนจะพยายามทำต่อไปให้สำเร็จ
- 1.13 จะทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุมาตรฐานของตนเอง ไม่มุ่งหวังรางวัลหรือชื่อเสียง
- 1.14 คิดว่าทุกสิ่งจะสำเร็จลงได้ด้วยความตั้งใจจริง และทำงานจริงของตน ไม่ใช่เกิดจากโอกาสและไม่เชื่อในสิ่งมหัศจรรย์

2.บุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ต่ำ จะมีลักษณะพฤติกรรมดังนี้

- 2.1 มักผลัดวันประกันพรุ่ง
- 2.2 มักขาดระบบในการทำงาน
- 2.3 ชอบทำงานตามคำสั่งของผู้อื่น
- 2.4 ทำงานไม่ค่อยเสร็จตามกำหนด
- 2.5 ขาดความตั้งใจจริงในการทำงาน
- 2.6 มักไม่ตั้งความคาดหวังในผลสำเร็จจากการทำงาน
- 2.7 ทำงานเพียงเพื่อสำเร็จ ไม่สนใจคุณภาพของงาน
- 2.8 ชอบขอรับความช่วยเหลือจากเพื่อนหรือบุคคลอื่น
- 2.9 ขณะทำงานถ้าถูกรบกวนจะไม่สามารถทำงานต่อไปได้
- 2.10 เชื่อว่าบุญวาสนาจะทำให้งานที่กำลังทำอยู่ประสบความสำเร็จได้
- 2.11 มุ่งหวังรางวัลหรือชื่อเสียงมากกว่าความสำเร็จของงาน
- 2.12 เมื่อประสบอุปสรรคมักหลีกเลี่ยง ไม่กล้าเผชิญอุปสรรคนั้น ๆ

นอกจากนี้ สุปจน์ สิ้นสุวงศ์วัฒน์ (2527 : 6-7) ได้กล่าวถึงลักษณะนิสัย พฤติกรรม ซึ่งเป็นองค์ประกอบของบุคลิกภาพด้านแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ 6 ด้าน และสอดคล้องกับแมคเคลแลนด์ (McClelland) คือ

1. ความทะเยอทะยาน (Aspiration) หมายถึง การแสดงออกของลักษณะนิสัยบุคคลที่มีความต้องการจะให้ตนประสบความสำเร็จ โดยการตั้งความคาดหวังไว้สูง
2. ความกระตือรือร้น (Energetic) หมายถึง การแสดงออกของนิสัยบุคคลที่เต็มใจเอาใจใส่และตั้งใจจริงในการทำงานอาสานงานที่ตนถนัด ทำงานทันทีที่ได้รับมอบหมาย

3.ความกล้าเสี่ยง (Moderate Risk-Taking) หมายถึง การแสดงออกของลักษณะนิสัยบุคคลที่มีการตัดสินใจที่เด็ดเดี่ยวในการกระทำสิ่งที่เป็นไปได้

4.ความรับผิดชอบตนเอง (Individual Responsibility) หมายถึง การแสดงออกถึงลักษณะนิสัยบุคคลที่มีการรักษาสภาพหน้าที่ของตนอย่างเคร่งครัด

5.การรู้จักวางแผนงาน (Planning) หมายถึง การแสดงออกของลักษณะนิสัยบุคคลที่มีแบบแผนในการทำงาน มีจุดประสงค์ที่เด่นชัด

6. ความมีเอกลักษณ์ (Unique of Characteristic) หมายถึง การแสดงออกของลักษณะนิสัยบุคคลที่เป็นตัวของตัวเองสูง ไม่เลียนแบบคนอื่น

ถวิล ธาราโกชน (2532 :71) ได้กล่าวถึงการศึกษา และการสรุปเปรียบเทียบของนักจิตวิทยาเกี่ยวกับบุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงกับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ต่ำ เพื่อให้สามารถมองเห็นถึงความแตกต่างที่สำคัญดังต่อไปนี้

ลักษณะของบุคคลผู้มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง	ลักษณะของบุคคลผู้มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ต่ำ
1. ทำงานด้วยความมานะ อดทนเพื่อเอาชนะความล้มเหลว	1. ทำงานเพื่อหลีกเลี่ยงความล้มเหลว
2. ทำงานมีเป้าหมายที่แน่นอน	2. ทำงานไม่มีเป้าหมายที่แน่นอน
3. ตั้งระดับความคาดหวังต่อความสำเร็จของงานไว้สูง	3. ตั้งระดับความคาดหวังต่อความสำเร็จของงานไว้ต่ำ

พวงเพชร วัชรอยู่ (2537 : 33-34, 56-57)กล่าวว่า คนที่มีความต้องการความสำเร็จสูงจะต้องการสิ่งต่อไปนี้

1. การตอบโต้ที่ชัดเจนและทันทีทันใด ต้องการให้รู้เร็วที่สุดเท่าที่จะเร็วได้ว่าตนเองทำได้ผลเพียงไร หรือหากทำไม่ได้ก็ต้องทราบในทันทีเช่นกัน เพื่อจะได้ปรับปรุงการกระทำให้บรรลุเป้าหมายทั้งที่เป็นของตนเองและของหน่วยงานไปพร้อมกัน

2. ภาวะที่มีการเสี่ยงพอสมควร ภาวะที่เป็นการทำงานซึ่งไม่ได้หมายถึงการขึ้นอยู่กับโชคชะตา ถ้างานที่ทำนั้นเป็นงานง่ายเกินไป ก็จะไม่เป็นที่ท้าทาย และไม่เป็นที่สนใจนานนักเช่นกัน ฉะนั้นภาวะของงานจะต้องมีทั้งการท้าทายและมีเป้าหมายที่สำเร็จได้พอ ๆ กันจึงจะดี คือ ไม่ง่ายเกินไปหรือยากจนทำไม่สำเร็จ ซึ่งประการหลังนี้อาจทำให้คนเบื่อหรือท้อถอยได้

3. ความรับผิดชอบส่วนบุคคลที่มีต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลว คนที่มีความต้องการเกี่ยวกับความสำเร็จสูง ต้องการทราบเหตุผลที่ไม่ใช่การแก้ตัว เขาเรียนรู้ที่จะต้องเผชิญกับข้อมูลอย่างตรงไปตรงมา และไม่จำเป็นต้องไปย่ำเรื่องที่เป็นความผิดกับบุคคลชนิดนี้

4. ชอบเหตุการณ์ที่ได้ใช้ความรับผิดชอบตัวเองอย่างเต็มที่ในการแก้ปัญหา ผู้มีความต้องการความสำเร็จสูงอาจหลีกเลี่ยงการใช้ความรับผิดชอบส่วนตัวของเขาด้วยการพยายามให้คนอื่น หรือคณะกรรมการด้วยกัน เป็นผู้รับผิดชอบหรือทำให้เสร็จแทน

5. ชอบตั้งเป้าหมายการทำงานไว้แต่พอประมาณ เท่าที่เขามีกำลังทำให้สำเร็จได้ตลอดจนคำนวณอุปสรรคอันอาจเกิดขึ้นว่ามีเพียงใด เขาเป็นผู้ตระหนักเองว่า หากตั้งเป้าหมายไว้ต่ำเกินไปก็จะใช้ความสามารถที่มีอยู่ได้น้อยไป ไม่เป็นที่น่าพอใจนัก แต่หากตั้งเป้าหมายไว้สูงเกินไป เกินกำลังที่จะทำให้สำเร็จ ก็จะทำให้เกิดความล้มเหลวและเกิดความคับข้องใจขึ้นแทน ฉะนั้นจึงชอบตั้งเป้าหมายไว้ขนาดกลางระหว่างความยากและความง่าย เพื่อที่จะทำให้เขาได้ประโยชน์ทั้งทางการใช้ความสามารถและการประสบความสำเร็จ

6. ชอบที่จะได้ความพึงพอใจจากสิ่งที่ตนเองทำ ผู้ประกอบธุรกิจย่อมพอใจกับจำนวนตัวเลขสูงในการขาย ราคาขาย การผลิต และกำไร ซึ่งตัวเขาจะรู้เองว่าทำได้ดีมาน้อยเพียงใด เช่นเดียวกับพนักงานขายที่มักจะรู้ผลสำเร็จของเขาวันต่อวัน แต่ก็มึนงงบางอย่างที่วัดได้ยากกว่า ได้ผลสำเร็จดีแล้วเพียงใด เช่น อาชีพครู จะวัดว่าผู้เรียนได้อะไรจากผู้สอนไปบ้างก็ใช้เวลาาน การที่จะรู้ว่าผู้เรียนได้แนวคิดหรือทัศนคติใดติดตัวไป ก็ต้องติดตามวัดเอาจากผู้เรียนสำเร็จไปแล้ว และมีการตอบกลับ (Feedback) ให้รู้ด้วยวิธีการอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่างแล้วแต่จะนำมาใช้ให้เหมาะสม

จะเห็นว่าลักษณะเหล่านี้เป็นความต้องการที่เกิดจากภายในตัวบุคคลเอง จึงถือได้ว่าเป็นสิ่งที่สำคัญที่จะช่วยให้คนมีแรงจูงใจในการทำงานได้ดีขึ้น ดังนั้นหน่วยงานต่าง ๆ จึงควรที่จะให้ความสำคัญกับความต้องการความสำเร็จให้มากยิ่งขึ้น

พรณี ชูทัยเจนจิต (2538 : 513-515) ได้สรุปเกี่ยวกับลักษณะของบุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงไว้ ดังนี้

1. เป็นผู้ที่มีความมานะบากบั่น พยายามที่จะเอาชนะความล้มเหลวต่าง ๆ พยายามที่จะไปให้ถึงจุดหมายปลายทาง

2. เป็นผู้ทำงานมีแผน

3. เป็นผู้ตั้งระดับความคาดหวังไว้สูง

ในขณะที่เดียวกันก็ได้กล่าวถึงลักษณะของผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ต่ำซึ่งมีลักษณะตรงกันข้ามกับลักษณะของผู้ที่แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง ดังนี้

1. เป็นผู้ที่ทำงานแบบไม่มีเป้าหมาย หรือ

2. ตั้งเป้าหมายไว้ในวิถิทางที่จะหลีกเลี่ยงความล้มเหลว อาจจะตั้งเป้าหมายง่ายหรือยากเกินไป ตั้งเป้าหมายง่าย ๆ ไว้เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดหวัง ส่วนพวกที่ตั้งไว้ยากเกินไปนั้นเพราะรู้ว่าอาจจะต้องล้มเหลวอีก แต่ล้มเหลวเพราะการทำงานยากรักษาหน้าตัวเองได้ดีกว่า

3. ตั้งระดับความคาดหวังไว้ต่ำ

เกี่ยวกับเรื่องแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์นี้ ทุกคนจะมีการตั้งมาตรฐานการกระทำของตนเองเอาไว้ คนเรียนรู้ที่จะตั้งมาตรฐานการกระทำภายหลังที่ได้ทำงานชิ้นแรกเป็นผลสำเร็จ จะก่อให้เกิดกำลังใจที่จะคาดหวังความสำเร็จครั้งต่อ ๆ มา คนที่เคยประสบแต่ความสำเร็จมักจะตั้งระดับความคาดหวังไว้สูง และจะพยายามเพื่อให้เกิดความสำเร็จอย่างที่เคยทำได้มาก่อน ดังนั้นเขาจะทำงานให้สำเร็จโดยผลการปฏิบัติงานที่ได้มานั้นเป็นไปตามมาตรฐานการทำงานที่สูงขึ้นเรื่อย ๆ และจากลักษณะของผู้มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงที่กล่าวมาแล้วข้างต้นพอจะสรุปได้ว่า คุณลักษณะของผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง ควรจะประกอบด้วยลักษณะนิสัยต่าง ๆ ที่สำคัญดังนี้ คือความทะเยอทะยานปรับปรุงให้ตนเองดีขึ้นอยู่เสมอ ความกระตือรือร้นและสนุกกับงานที่ทำ ความกล้าเสี่ยง ความรับผิดชอบต่องาน การรู้จักวางแผนงาน ความมีเอกลักษณ์ มีความมานะอดทน มีความสามารถในการแก้ปัญหาและทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับบุคลิกภาพ

2.1 ความหมายของบุคลิกภาพ

บุคลิกภาพมีความหมายตรงกับภาษาอังกฤษว่า Personality โดยมีรากศัพท์มาจากภาษากรีกว่า Persona ซึ่งหมายถึง หน้ากาก เป็นสิ่งที่ตัวละครในสมัยโรมันสวมใส่ในการแสดงเพื่อบอกบุคลิกลักษณะของตัวละครไปตามบทบาทต่าง ๆ ที่กำหนดขึ้น (กัลยาณี สนธิสุวรรณ .2542: 26 .อ้างอิงจาก Pervin. 1989 : 15;

citing Lazarus.1979) บุคลิกภาพแต่ละบุคคลนั้นแตกต่างกัน เพราะเป็นสิ่งที่เป็ผลมาจากพัฒนาการที่สั่งสมมาในแต่ละช่วงของชีวิตตั้งแต่ในวัยเด็กจนถึงปัจจุบัน ภายใต้สิ่งแวดล้อมและการติดต่อสัมพันธ์กับบุคคลอื่นที่แตกต่างกัน ดังนั้นบุคลิกภาพจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะเป็นตัวกำหนดความสำเร็จ หรือความล้มเหลวในการปรับตัว จึงได้มีนักวิชาการได้ทำการศึกษาและให้ความหมายไว้แตกต่างกันมากมาย ซึ่งสามารถสรุปได้ ดังนี้

พจนานุกรมจิตวิทยา (Dictionary of Psychology .1985 : 333) อ้างถึง คำจำกัดความของนักจิตวิทยา ดังนี้

อัลพอร์ท (Allport) ได้ให้คำจำกัดความว่า บุคลิกภาพเป็นกระบวนการจัดโครงสร้างระบบร่างกายและจิตใจของบุคคล ซึ่งเป็นสิ่งกำหนดถึงลักษณะทางพฤติกรรม และความคิดของบุคคล

แคทเทล (Cattell) ได้ให้คำจำกัดความว่า บุคลิกภาพ เป็นสิ่งที่ทำนายถึงพฤติกรรมของบุคคลในสถานการณ์หนึ่ง

ฟรอยด์ (Freud) กล่าวว่าบุคลิกภาพเกิดจากการรวมตัวกันของ Id Ego และ Superego

แอดเลอร์ (Adler) ได้ให้คำจำกัดความว่า บุคลิกภาพ หมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลหรือคุณลักษณะของการตอบสนองต่อปัญหาชีวิต รวมทั้งจุดมุ่งหมายของชีวิต

ฮอลล์ และ ลินด์เซย์ (Hall and Lindzey.1970 : 7-9) ได้ให้ความหมายของบุคลิกภาพไว้ว่า หมายถึง ความสันทัดหรือทักษะทางสังคมที่บุคคลสามารถทำให้ผู้อื่นมีปฏิกิริยาในทางบวกต่อตนเองอย่างมีประสิทธิภาพภายใต้สภาวะการณ์ต่าง ๆ

เปอร์วินท์ (Pervin.1980 : 4-7) ได้อธิบายถึง บุคลิกภาพ ว่าเป็นโครงสร้างของลักษณะแต่ละบุคคล ซึ่งรวมลักษณะทุกอย่างที่มองเห็นตั้งแต่สภาพร่างกาย พฤติกรรม ปฏิกิริยาต่าง ๆ ที่ตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อม ความคิด หัสนคติ ความสนใจ เป็นต้น และเป็นตัวกำหนดการปรับตัวของบุคคลต่อสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล

ซิมบาร์โด (Zimbardo. 1980 : 292) นิยามว่า บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะทางจิตวิทยาของแต่ละบุคคลซึ่งมีอิทธิพลต่อความหลากหลายของลักษณะรูปแบบทางพฤติกรรมที่สังเกตเห็นได้และไม่สามารถสังเกตเห็นได้ และมีความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละบุคคล

อีเวน (Ewen .1984 : 94) ให้ความหมายว่าบุคลิกภาพหมายถึง กลุ่มของลักษณะนิสัยหรือคุณภาพภายในตัวบุคคล หมายรวมถึงภาพรวมทั้งที่เป็นทางด้านจิตใจ อารมณ์ สังคม และด้านกายภาพ ทั้งที่สามารถสังเกตเห็นได้ และไม่สามารถสังเกตเห็นได้

ฮอดเกทส์ (Hodgetts. 1992 : 94) ได้ให้ความหมายว่าบุคลิกภาพ หมายถึง กลุ่มความสัมพันธ์ที่มั่นคงของลักษณะนิสัยของบุคคล และมีแนวโน้มที่จะอธิบายพฤติกรรมของบุคคล

ราชบัณฑิตยสถาน (2524 : 260) ได้ให้ความหมายของบุคลิกภาพไว้ว่า บุคลิกภาพ หมายถึง ผลรวมของความคิด ท่าที และนิสัย ซึ่งสร้างสมจากมูลฐานองค์ประกอบทางจิตและทางกายภาพของบุคคลอันถ่ายทอดมาทางชีววิทยาส่วนหนึ่ง และจากแบบอย่างวัฒนธรรมที่ถ่ายทอดมาทางสังคมอีกส่วนหนึ่ง กับรวมถึงการปรับเหตุจูงใจ ความปรารถนา และความมุ่งประสงค์ของบุคคลนั้นให้เข้ากับความต้องการและวิสัยแห่งสภาพแวดล้อมทั้งทางสังคม และที่ไม่เกี่ยวกับสังคม

วิภา ภักดี (2537 : 259) นิยามว่า บุคลิกภาพ คือ ผลรวมอย่างมีระบบของพฤติกรรมต่าง ๆ ตลอดจนทัศนคติและค่านิยมซึ่งแสดงให้เห็นถึงลักษณะนิสัยเฉพาะตัวบุคคล

ติน ปรัชญพทุทธ์ (2538 : 297) ให้คำนิยามบุคลิกภาพว่าหมายถึง ผลรวมของความคิด ท่าทีและนิสัยที่เกิดจากองค์ประกอบทางด้านสรีระและจิตวิทยาซึ่งเป็นบ่อเกิดของพฤติกรรม

สุชา จันทรเฒ (2522 : 82) กล่าวว่า บุคลิกภาพรวมถึง ลักษณะที่สำคัญต่อการปรับตัวของบุคคล ได้แก่ รูปร่าง หน้าตา ท่าทาง ความสามารถ แรงจูงใจ และการแสดงออกทางอารมณ์ และผลที่เกิดจากประสบการณ์ และอาจกล่าวสั้นๆได้ว่า บุคลิกภาพคือ หมวดหมู่ของลักษณะต่างๆที่รวมกัน และแสดงลักษณะที่เป็นเฉพาะตัวของแต่ละบุคคล

มุขณีย์ ยมาภัย (2537 : 29) กล่าวว่า บุคลิกภาพ หมายถึง คุณสมบัติต่างๆทางด้านสรีระ ลักษณะเฉพาะของบุคคล ทั้งพฤติกรรมภายใน ได้แก่ ความรู้สึกนึกคิด เจตคติ และพฤติกรรม ได้แก่ การแสดงออกทางร่างกาย กิริยาท่าทาง ซึ่งเป็นความพยายามของบุคคลที่จะปรับตัวต่อสิ่งแวดล้อม

ศรีเรือน แก้วกังวาล (2539 : 5) ได้นิยามว่าบุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะเฉพาะตัวของบุคคลในด้านต่างๆ ทั้งส่วนภายนอกและส่วนภายใน โดยที่ส่วนภายนอก คือ ส่วนที่เห็นได้ชัดเจน เช่น รูปร่าง หน้าตา กิริยา มารยาท การแต่งตัว วิธีการพูดจา การนั่งยืน และส่วนภายในคือ ส่วนที่มองเห็นได้ยาก แต่อาจทราบได้โดยอนุมาน เช่น สติปัญญา ความถนัด ลักษณะอารมณ์ประจำตัว ความใฝ่ฝันปรารถนา ปรัชญาชีวิต ค่านิยม ความสนใจ

กัลยาณี สนิทสุวรรณ (2542 : 28) กล่าวว่า บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะนิสัย รวมทั้งกิริยา ท่าที่ การแสดงออกทางอารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด ความสามารถและพฤติกรรมที่บุคคลได้ตอบเพื่อปรับตัวต่อสิ่ง

แวดล้อมหรือเหตุการณ์ที่เขาเผชิญอยู่ ซึ่งเป็นพฤติกรรมทั้งที่เปิดเผยและซ่อนเร้นอันเป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมทางด้านพันธุกรรม สถานภาพทางสังคมและอิทธิพลทางวัฒนธรรม

จากความหมายของบุคลิกภาพที่กล่าวมา สามารถสรุปได้ว่า บุคลิกภาพ เป็นลักษณะเฉพาะตัวของบุคคลในด้านต่าง ๆ ทั้งส่วนภายนอกที่มองเห็นได้ชัดเจน เช่น รูปร่าง หน้าตา การนั่ง การยืน เป็นต้น และส่วนภายใน อาจมองเห็นได้ยาก เช่น ความสนใจ อารมณ์เป็นต้น และลักษณะต่างๆของบุคลิกภาพไม่สามารถแยกออกเป็นส่วนๆออกจากกันโดยเด็ดขาด และเป็นสิ่งที่ไม่ตายตัวเปลี่ยนแปลงไปตามการเรียนรู้ สิ่งแวดล้อมทั้งทางสังคมและวัตถุ

2.2 ทฤษฎีบุคลิกภาพ

ทฤษฎีบุคลิกภาพเป็นสมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมมนุษย์ และประกอบด้วยนิยาม (Empirical Definition) มีกฎที่สามารถพิสูจน์ได้ มีความละเอียดลึกซึ้งที่จะทำนายพฤติกรรมโดยส่วนรวมและรายบุคคล

นวลละอ อสุภาผล.(2527 : 40) ได้กล่าวถึงหน้าที่ของทฤษฎีบุคลิกภาพไว้ดังนี้

1. อธิบายถึงความคงที่และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมจากตัวอย่างว่า ทำไมบางคนจึงมีพฤติกรรมคงที่เป็นระยะเวลายาวนานในขณะที่คนอื่น ๆ เปลี่ยนพฤติกรรมอย่างรวดเร็ว
2. ช่วยให้เข้าใจความแปรปรวนของบุคลิกภาพและความเจ็บป่วยทางจิต และอธิบายสาเหตุที่ทำให้ความแปรปรวนนั้น
3. เพื่ออธิบายว่าบุคลิกภาพพัฒนามาอย่างไร
4. อธิบายโครงสร้างของบุคลิกภาพ
5. ช่วยให้เข้าใจองค์ประกอบต่าง ๆ ของบุคลิกภาพว่าทำงานร่วมกันอย่างไร

เนื่องจากทฤษฎีบุคลิกภาพมีมากมายหลายทฤษฎีด้วยกัน และได้มีผู้จัดประเภทของทฤษฎีไว้หลายแบบโดยรวบรวมทฤษฎีที่มีแนวคิดคล้ายคลึงกันหรือมีรากฐานเดียวกันให้รวมอยู่ในกลุ่มด้วยกัน หรือขึ้นอยู่กับเกณฑ์ที่จะใช้ในการจัด อาจจัดตามนักทฤษฎีที่เป็นผู้นำกลุ่มนั้น ๆ หรือจัดตามหลักการทั่วไปใหญ่ ๆ ที่กลุ่มนั้นยึดถือ

สำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ ทฤษฎีบุคลิกภาพที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยได้แก่ทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะนิสัย (Trait Theories) ของ H.J. Eysenck และทฤษฎีแบ่งประเภท (Type Theories) ของ Carl G. Jung กล่าวคือ

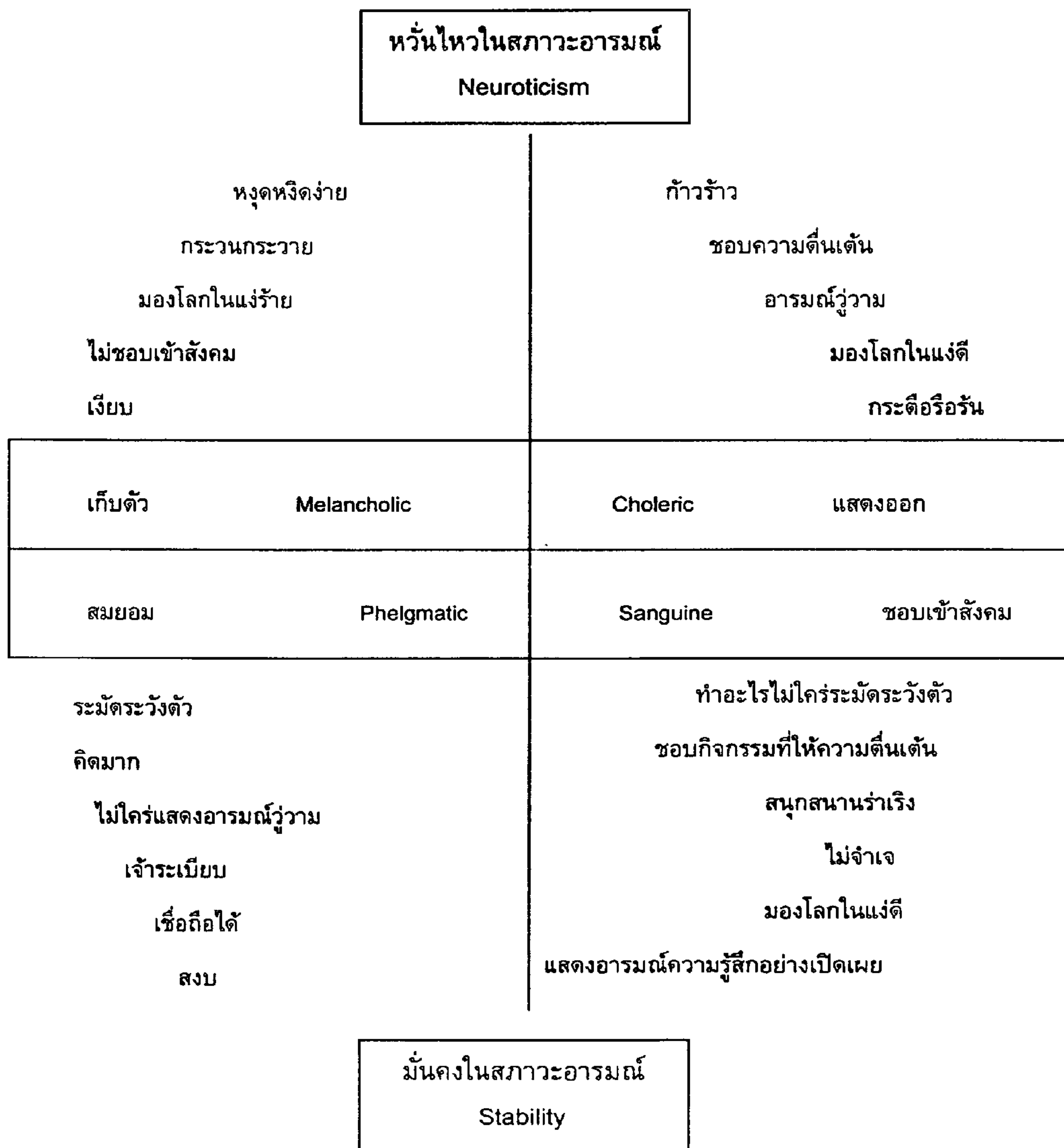
2.2.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะนิสัย (Trait Theories)

นักจิตวิทยาทางด้านลักษณะนิสัยพยายามที่จะเสาะหารายชื่อลักษณะนิสัยที่สั้น ๆ ซึ่งสามารถที่จะใช้ในการอธิบายอุปนิสัยของคนทั่วไป ในการที่จะทำให้อยู่ในรายชื่อสั้น ๆ ซึ่งจะทำให้ได้โดยใช้วิธีการที่เรียกว่าการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) มีนักจิตวิทยาหลายคนที่ได้อธิบายถึงลักษณะบุคลิกภาพตามลักษณะนิสัยในที่นี้ขอกล่าวถึง H.J. Eysenck

ทฤษฎีบุคลิกภาพตามลักษณะนิสัยของ ไอแซก (Eysenck)

ไอแซก (กัลยาณี สนิทสุวรรณ.2542 : 28 ; อ้างอิงจาก Pervin. 1989 : 293-300 ; citing Eysenck . 1964) นักจิตวิทยาชาวอังกฤษได้สร้างทฤษฎีบุคลิกภาพ โดยศึกษาบุคลิกภาพของบุคคลโดยการสังเกตลักษณะนิสัยเป็นจำนวนมากจากกลุ่มประชากร และนำลักษณะที่แตกต่างกันของลักษณะนิสัยนี้มาหาความสัมพันธ์กันโดยวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) พบว่าบุคลิกภาพแบ่งออกได้เป็น 2 มิติมิติหนึ่ง เป็นด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ได้แก่ ลักษณะแสดงออกและเก็บตัว (Extraversion - Introversion) และอีกมิติหนึ่งเป็นด้านความไวของอารมณ์ ได้แก่ อารมณ์หวั่นไหวและมั่นคง (Neuroticism - Stability) และได้แบ่งประเภทของบุคลิกภาพได้ 4 ลักษณะ คือ

1. บุคลิกภาพแบบมั่นคงในสภาวะอารมณ์ – แสดงออก (Stable – Extrovert) มีลักษณะชอบเข้าสังคม ทำอะไรไม่ค่อยระมัดระวัง ชอบทำกิจกรรมที่ให้ความตื่นเต้น สนุกสนาน ร่าเริง ไม่จำเจ มองโลกในแง่ดี แสดงอารมณ์ และความรู้สึกอย่างเปิดเผย
 2. บุคลิกภาพแบบหวั่นไหวในสภาวะอารมณ์ – แสดงออก (Neurotic – Extrovert) มีลักษณะก้าวร้าว ชอบความตื่นเต้น อารมณ์วู่วาม มองโลกในแง่ดี กระตือรือร้น
 3. บุคลิกภาพแบบมั่นคงในสภาวะอารมณ์ – เก็บตัว (Stable – Introvert) มีลักษณะสมยอม ระมัดระวังตัว คิดมาก ไม่ค่อยแสดงอารมณ์วู่วาม เจ้าระเบียบ เชื่อถือได้ สุขุม
 4. บุคลิกภาพแบบหวั่นไหวในสภาวะอารมณ์ – เก็บตัว (Neurotic – Introvert) มีลักษณะหงุดหงิดง่าย กระวนกระวายใจ ไม่ค่อยยืดหยุ่น มองโลกในแง่ร้าย ไม่ชอบเข้าสังคม
- ซึ่ง ไอแซก(Eysenck) ได้แสดงถึงลักษณะนิสัยของบุคคลทั้ง 4 แบบ ดังภาพต่อไปนี้



ภาพประกอบ 1 แสดงลักษณะนิสัยของบุคคลของ ไอแซก (Eysenck)

ที่มา : Pervin. 1989 : 295 ; citing Eysenck . 1964 *Manual of the Eysenck Personality*

Innventory

2.2.2 ทฤษฎีแบ่งประเภท (Type Theories)

ทฤษฎีของบุคลิกภาพแบบแบ่งประเภทนี้เป็นแบบดั้งเดิมมานานแล้วและต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน ทฤษฎีแบบแบ่งประเภทจะขึ้นอยู่กับสาเหตุโดยทั่วไป วัตถุประสงค์ของทฤษฎีภาพแบบแบ่งประเภทจะมุ่งพิจารณาเกี่ยวกับด้านตัวบุคคลมาก นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับยอมรับเกี่ยวกับลักษณะหรือบุคลิกภายนอก นักจิตวิทยาในกลุ่มนี้เชื่อว่าบุคลิกภาพของมนุษย์แยกออกเป็นหมู่หรือเป็นพวกได้เช่นเดียวกับการแยกประเภทของพืชและสัตว์

ทฤษฎีบุคลิกภาพการแบ่งประเภทของ จุง(Jung)

จุง (กัลยาณี สนิทสุวรรณ .2542 : 31; อ้างอิงจาก Jung .1961. *Understanding Human Motivation - A Cognitive Approach*) นักจิตวิทยาชาวสวิสมีความเห็นว่าพื้นฐานบุคลิกภาพของมนุษย์มาจากจิตใต้สำนึกเป็นสำคัญ และเขาได้ศึกษาและค้นพบลึกซึ้งลงไปอีกว่ามนุษย์ไม่จำเป็นต้องถูกกำหนดด้วยประสบการณ์ที่เกิดขึ้นแต่ในอดีตเสมอไป เขายังสามารถกำหนดอนาคตของตนเองได้ด้วย และบุคลิกภาพบางส่วนของคนเป็นผลสืบเนื่องมาจากวิวัฒนาการของมนุษย์จากชั่วอายุหนึ่งไปยังอีกชั่วอายุหนึ่งของชีวิต Jung ได้แบ่งลักษณะบุคลิกภาพของคนออกเป็น 2 ประเภท (กัลยา สนิทสุวรรณ, 2533 : 179) ได้แก่ พวกที่แสดงตัว (Extraversion) และพวกที่เก็บตัว (Introversion) ซึ่งอธิบายได้ดังนี้

1. ผู้ที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบแสดงตัว

เป็นผู้ที่มีความสนใจสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัวมากกว่าตนเอง และจะมีความตื่นตัวต่อสิ่งแวดล้อมอยู่เสมอ มีความสุขที่จะติดต่อพบปะเข้าสังคม ชอบสมาคมอยู่ในหมู่เพื่อน มีการแสดงออกทางอารมณ์ปรากฏเห็นได้ชัดเจน อารมณ์เปลี่ยนแปลงขึ้นลงบ่อย ๆ เป็นผู้ผสมผสานที่ดี ชอบกระทำการต่าง ๆ โดยไม่มีการกำหนดหรือวางแผนล่วงหน้า ชอบกิจกรรมที่มีการเคลื่อนไหว ชอบการเปลี่ยนแปลง สามารถปรับตัวได้เร็ว และปรับตัวต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้เป็นอย่างดีเชื่อมั่นในสิ่งที่ได้รับการพิสูจน์แล้ว

2. ผู้ที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบเก็บตัว

จะเป็นลักษณะของผู้ที่มีความสนใจในตนเอง เชื่อมั่นในความนึกคิดของตนเอง ยึดถือความคิดเห็นตนเองเป็นใหญ่ คิดถึงตนเองเป็นสำคัญ เห็นแก่ตัว ชอบเลี่ยงการที่จะต้องติดต่อกับสังคม ชอบการอยู่คนเดียว หลีกเลี่ยงการติดต่อกับคนหมู่มาก มีอารมณ์คงที่ เก็บความรู้สึกเก่ง ไม่ชอบแสดงอารมณ์ ไตร่ตรองก่อน

แล้วจึงลงมือกระทำ ชอบการคิดพิจารณา มักใจลอย ชอบเพ้อฝัน ไม่ชอบการเปลี่ยนแปลง ปรับตัวค่อนข้างยาก ควบคุมความประพฤติของตนตามกฎหมายเกณฑ์ที่กำหนดขึ้นอย่างแน่นนอน

ศรีเรือน แก้วกังวาล (2539 : 28) ได้กล่าวว่าทั้งลักษณะบุคลิกภาพแบบแสดงออกและบุคลิกภาพแบบเก็บตัว ย่อมมีอยู่ในคนคนเดียวกัน ผู้ใดมีลักษณะอย่างแรกมากกว่าอย่างหลังก็จัดผู้นั้นเป็นผู้ชอบแสดงตัว ถ้าลักษณะอย่างหลังมีมากกว่าอย่างแรกผู้นั้นก็มีพฤติกรรมต่าง ๆ ไปทางชอบเก็บตัว สนใจเฉพาะเรื่องของตัวเอง

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ในบุคคลคนหนึ่ง จะประกอบไปด้วยลักษณะบุคลิกภาพทั้ง 4 ด้าน คือ ทั้งแบบ มั่นคง-แสดงออก มั่นคง-เก็บตัว แบบหวั่นไหว-แสดงออก และ หวั่นไหว-เก็บตัว ในสภาวะอารมณ์ มากน้อยแตกต่างกัน และเนื่องจากลักษณะบุคลิกภาพสามารถประเมินได้ด้วยการสังเกตและวัด โดยให้ผู้ตอบตัดสินใจเกี่ยวกับข้อคำถามที่กำหนดขึ้น จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาว่าผู้ปฏิบัติงานในองค์กรนี้มีลักษณะบุคลิกภาพแบบใด ซึ่งแบบทดสอบบุคลิกภาพ MPI ของ ไอแซก (พนมพร พนมวัน ณ อยุธยา . 2533 : 5-6 ; อ้างอิงจาก Eysenck .1984. *Manual of the Eysenck Personality Inventory* .) ที่ผู้วิจัยจะนำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้สามารถใช้ประเมินลักษณะนิสัยทั้ง 4 ด้านนี้ได้ด้วยว่า ผู้ตอบมีความรู้สึกหรือการกระทำของตนตามข้อคำถามนั้นหรือไม่

2.2.3 แบบทดสอบบุคลิกภาพ MPI (Maudsley Personnality Inventory)

แบบทดสอบบุคลิกภาพ MPI สร้างขึ้นเพื่อเป็นการทดสอบบุคลิกภาพแบบหนึ่งที่เป็นมาตรฐาน ซึ่ง ไอแซก เป็นผู้คิดขึ้น (ทิพย์วัลย์ อภิวัฒนานนท์. 2539 : 52 อ้างอิงมาจากEysenck .1984. . *Manual of the Eysenck Personality Inventory*) ใช้ในการประเมินบุคลิกภาพที่แสดงออกใน 2 ลักษณะคือ บุคลิกภาพแบบแสดงออก-เก็บตัว Extraversion- Introversion (Scale E) และ บุคลิกภาพแบบหวั่นไหว-มั่นคงในสภาวะอารมณ์ Neuroticism-Stability (Scale N) ซึ่งได้ให้คำนิยามลักษณะบุคลิกภาพแต่ละประเภทไว้ดังนี้

บุคลิกภาพแบบแสดงออก หมายถึง ลักษณะบุคคลที่ชอบเข้าสังคม ทำอะไรไม่ค่อยระมัดระวัง ชอบกิจกรรมที่ให้ความตื่นเต้น สนุกสนานร่าเริง ไม่จำเจ มองโลกในแง่ดี เป็นคนที่แสดงอารมณ์และความรู้สึก

บุคลิกภาพแบบเก็บตัว หมายถึง ผู้ที่มีลักษณะที่ชอบเก็บตัว ทำทุกอย่างด้วยความระมัดระวัง มักมีการวางแผนล่วงหน้าอยู่เสมอ เป็นคนที่เอาจริงเอาจัง เจ้าระเบียบ ไม่ค่อยแสดงอารมณ์ความรู้สึก ชอบกิจกรรมที่ตื่นเต้นโลดโผน และอาจมองโลกในแง่ร้าย

บุคลิกภาพแบบหวั่นไหวในสภาวะอารมณ์ หมายถึง ลักษณะบุคคลที่มีอารมณ์อ่อนไหวง่าย คิดมาก มีแนวโน้มเป็นโรคประสาทได้ง่าย เมื่อประสบกับปัญหาสะท้อนอารมณ์และมักมีอาการของโรคทางกายที่เกิดจากความวิตกกังวลด้วย

บุคลิกภาพแบบมั่นคงในสภาวะอารมณ์ หมายถึง ลักษณะบุคลิกภาพที่แสดงถึงการมีสุขภาพจิตดี มีอารมณ์มั่นคง แน่วแน่ ไม่หวั่นไหวง่ายต่อสถานการณ์ที่เข้ามากระทบความรู้สึก

แบบทดสอบบุคลิกภาพ MPI นี้ สมทรง สุวรรณเลิศ และคณะ (2512 : 17-29) ได้แปลและเรียบเรียงเป็นภาษาไทย โดยได้รับคำแนะนำจากศาสตราจารย์นายแพทย์อรุณ ภาคสุวรรณ ประกอบด้วยข้อคำถามทั้งหมด 48 ข้อแบ่งเป็นคำถามที่ประเมินบุคลิกภาพใน 4 ลักษณะตาม Scale E และ Scales N อย่างละ 24 ข้อ ซึ่งใช้ทดสอบได้ทั้งรายบุคคล และทดสอบหมู่ ไม่มีการจำกัดเวลาในการทดสอบ นอกจากนี้สมทรง และคณะ ได้ใช้แบบทดสอบบุคลิกภาพ MPI เพื่อหาค่าเกณฑ์ปกติ (Norms) ของคนไทยโดยเปรียบเทียบกับเกณฑ์ปกติของคนอเมริกันและคนอังกฤษ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 1-3 นักเรียนฝึกหัดครู และนักศึกษาแพทย์อย่างละ 300 คน หลังจากรวบรวมคะแนนดิบ (Raw Score) ของ Scales E และ Scales N ของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม และนำคะแนนเหล่านั้นมาหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อเปรียบเทียบกับผลของเกณฑ์ปกติของคนอเมริกันและคนอังกฤษ พบว่าค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่มนี้ พบว่าคะแนนมีระดับใกล้เคียงกันมากทั้ง Scales E และ Scales N จากผลนี้สามารถสรุปได้ว่า แบบทดสอบบุคลิกภาพ MPI อาจจะให้ผลอย่างเดียวกันเมื่อนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุ ระดับการศึกษาต่างกัน ดังนั้นแบบทดสอบบุคลิกภาพ MPI นี้ใช้ได้กับบุคคลที่เป็นวัยรุ่นและผู้ใหญ่ได้ (สมทรง สุวรรณเลิศ และคณะ. 2512 : 17-19)

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจึงเลือกใช้แบบทดสอบบุคลิกภาพ MPI ตามที่สมทรง สุวรรณเลิศและคณะได้แปลและเรียบเรียงเป็นภาษาไทย ได้ทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคนไทยแล้วว่าสามารถนำไปใช้ได้กับทั้งวัยรุ่นและผู้ใหญ่ได้ นอกจากนี้ แบบทดสอบบุคลิกภาพ MPI นี้เป็นแบบทดสอบที่มีจำนวนข้อคำถามมีน้อยเพียง 48 ข้อ มีความเชื่อถือได้ (Reliability) สูง แต่ละสเกลมีความเป็นอิสระต่อกัน ไม่มีความแตกต่างในการนำไปใช้ทั้งในเพศชายและหญิง มีค่าสหสัมพันธ์สูงกับแบบทดสอบมาตรฐานอื่นที่ใช้วัดในลักษณะเดียวกัน (ประจิตต์ ประจักษ์จิตต์. 2525 : 21)

2.2.4 ความสำคัญของบุคลิกภาพในงานขาย

วารินทร์ สิ้นสูงสุด (2525 : 21) บุคลิกภาพของคนเรามีความสำคัญมาก คนจะบรรลุความสำเร็จหรือไม่ในงานต่าง ๆ ผู้ร่วมงานจะศรัทธาเชื่อถือหรือให้ความนับถือให้ความร่วมมือ หรือผู้บังคับบัญชาจะสนับสนุนพิจารณาเลื่อนตำแหน่งก็ดี การสมัครงานก็ดี ตลอดจนการติดต่อกับบุคคลที่แตกต่างกันออกไป แม้กระทั่งเพื่อนฝูง บุคคลอื่น ๆ จะมีความรู้สึกนิยมชมชอบ หรือมีทัศนคติอย่างไรนั้นขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพของเราเป็นสำคัญ เนื่องจากบุคลิกภาพที่แสดงออกมานั้นมีอิทธิพลต่อความรู้สึก อารมณ์ และทัศนคติของผู้พบเห็น

ในงานขายก็เช่นกัน บุคลิกภาพของพนักงานขายมีความสำคัญและจำเป็น เพราะบุคลิกภาพของพนักงานขายเป็นคุณสมบัติที่จะทำให้พนักงานขายมีความสัมพันธ์ หรือมีสัมพันธภาพที่ดีกับลูกค้า และยิ่งกว่านั้นจะช่วยเพิ่มพูนความสนใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้า และทำให้ลูกค้ามีความประทับใจที่ดีต่อกิจการ ที่กล่าวเช่นนี้เพราะ พนักงานขายเป็นตัวแทนของกิจการที่จะติดต่อกับลูกค้า หากพนักงานขายมีบุคลิกภาพที่ไม่เหมาะสมแล้วลูกค้าอาจมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อพนักงานขาย และอาจมีผลเสียมาถึงกิจการด้วย กล่าวคือ จะมีทัศนคติในแง่ลบต่อกิจการ แต่ถ้าพนักงานขายมีบุคลิกภาพที่เป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้าแล้ว ความประทับใจนี้ จะเป็นสิ่งที่ฝังอยู่ในความรู้สึกของเขาไปอีกนาน และจะเป็นผลที่มีต่อการขายสินค้าของพนักงานขายคนนั้น และส่งผลถึงกิจการด้วย ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวในทำนองเดียวกันว่า แม้พนักงานขายจะมีความรู้ดีทุกอย่างมีความเชี่ยวชาญทางการขาย แต่ถ้าหากว่าพนักงานผู้นั้นขาดบุคลิกภาพที่ดีแล้ว ย่อมไม่อาจประสบความสำเร็จในงานได้ (วารินทร์ สิ้นสูงสุด. 2525: 21)

2.2.5 แนวความคิดเกี่ยวกับบุคลิกภาพของพนักงานขาย

สเติ่นแคมป์ (Steinkamp. 1970 :120) กล่าวว่าคุณสมบัติทางบุคลิกภาพบางที่อาจเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดในการพิจารณารับสมัครตำแหน่งพนักงานขาย ลักษณะบางประการของผู้สมัครนั้นจะปรากฏให้เห็นระหว่างการสัมภาษณ์ครั้งแรก ส่วนคุณลักษณะอื่น ๆ นั้นสามารถสังเกตได้จากแบบทดสอบทางจิตวิทยา การตรวจสอบ และการสัมภาษณ์เพิ่มเติมครั้งที่ 2 การขาดคุณสมบัติที่ชัดเจนของพนักงานขายสามารถตัดออกได้ทันทีในตอนต้น และอาจเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการตัดสินใจในความก้าวหน้า และความสำเร็จของพนักงานขายแต่ละคนด้วย

คอตเลอร์ (Kotler. 1991 : 661) กล่าวถึงคุณลักษณะ 2 ประการที่เป็นเกณฑ์ที่จะใช้ในการทำนายผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายได้ คือต้องมีคุณสมบัติพื้นฐาน 2 ประการ คือ ความสามารถในการรับความรู้สึกของลูกค้า (Empathy) และ ความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะทำการขายของพนักงานขาย(Ego Drive)

สำหรับอีกแนวคิดหนึ่งของ เซอร์ชีว ฟอร์ด และ วอลเคอร์ (Churchill, Ford and Walker . 1987 :340-341)บุคลิกภาพ คือ พนักงานขายที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบกล้าแสดงออก และชอบเข้าสังคม รวมทั้งมีบุคลิกภาพที่มั่นคง มีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จมากกว่า เพราะพวกเขาสามารถทำความสนิทสนมคุ้นเคยกับลูกค้าได้ดีกว่าพนักงานขายที่ไม่ชอบเข้าสังคม ความสนิทสนมนั้นจะทำให้พวกเขาทราบความต้องการของลูกค้า และอาจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าด้วย

พนักงานขายที่มีบุคลิกภาพแบบบังคับผู้อื่นได้ กล่าวคือ มีลักษณะของการให้ความสำคัญกับตนเองสูง ชอบครอบงำผู้อื่น และมีความปรารถนาที่จะประสบความสำเร็จ จะดำเนินการขายได้ดีเช่นกัน เพราะพวกเขาจะพยายามที่จะดำเนินการขายอย่างประชิดตัวกับลูกค้า และเซอร์ชีว ฟอร์ด และ วอลเคอร์ (ผุขณีย์ ยมาภัย. 2537 : 38 ;อ้างอิงจาก Churchill, Ford and Walker. 1987 : 340-341 .*Sale Force Management*) กล่าวว่ารวมทั้งพนักงานขายที่มีคุณภาพแบบเห็นอกเห็นใจผู้อื่น ก็จะมีความสามารถในการขายด้วย เนื่องจากพวกเขาจะมีความละเอียดอ่อนต่อความต้องการของลูกค้า และมีความยืดหยุ่นในการเสนอสินค้าที่เข้ากับปัญหาของลูกค้าแต่ละคน

2.2.6 ความหมายของการประเมินบุคลิกภาพและวิธีวัดบุคลิกภาพ

จุฑา บุรีภักดี (2533 : 20)ได้กล่าวถึงวิธีวัดบุคลิกภาพเป็น 4 วิธี คือ

1. การสัมภาษณ์ (Interview) คือ การสนทนาระหว่างผู้สัมภาษณ์กับบุคคลอื่น เพื่อหาข้อมูลและประเมินบุคคลนั้น ๆ ในเรื่องทั่ว ๆ ไป ภายในเวลาที่กำหนด การสัมภาษณ์จะเปิดโอกาสให้สังเกตบางแง่มุมของพฤติกรรมของบุคคล
2. การสังเกต (Observation) คือ วิธีการที่จะทราบถึงพฤติกรรมที่บุคคลมักจะแสดงในสถานการณ์ต่าง ๆ เพื่อสังเกตการตอบสนองต่อสถานการณ์
3. แบบทดสอบออฟเจกทีฟ (Objective Test) เป็นการใช้แบบทดสอบเป็นเครื่องมือวัดเป็นลักษณะ Paper-pencil test คือ ผู้ถูกทดสอบ ทำแบบทดสอบด้วยตนเองตามคำชี้แจงในการทดสอบอาจจะเป็นการตอบถูกผิด ใช่ไม่ใช่ หรือจากตัวเลือก ผู้ทดสอบมีหน้าที่ในการให้คะแนนและแปลผลตามคู่มือของแบบทดสอบ

4. แบบทดสอบโปรเจกทีฟ (Projective Test) เป็นการวัดบุคลิกภาพ โดยใช้เครื่องมือที่ไม่มีโครงสร้าง และไม่สามารถกำหนดขอบเขตของการตอบสนองได้ โดยการเสนอสิ่งที่มีความหมายเป็นนัย หรือรูปแบบที่ไม่ชัดเจนคลุมเครือให้ผู้ถูกทดสอบดูและให้ผู้ถูกทดสอบบอกเล่า อธิบายเหตุการณ์ หรือให้ผู้ถูกทดสอบต่อคำพูดหรือเติมประโยคให้สมบูรณ์ ซึ่งเชื่อว่าผู้ถูกทดสอบจะแสดงบุคลิกภาพที่แท้จริงของเขาออกมา โดยการตีความหมายจากคำตอบ

2.2.7 ความสำคัญของการประเมินบุคลิกภาพ

จุฑา บุรีภักดี (2533 ; 20) ให้คำนิยามของการประเมินบุคลิกภาพว่า คือ วิธีการอะไรก็ได้ที่มีจุดมุ่งหมายในการบรรยาย ลักษณะพฤติกรรมของบุคคลโดยสามารถแบ่งแยกประเภทของบุคคลได้ และเหตุผลในการประเมินบุคลิกภาพ มี 2 ประการ คือ

1. ในการประเมินบุคลิกภาพช่วยให้เราเข้าใจพฤติกรรมของบุคคลอื่นได้ดียิ่งขึ้น
2. ในขอบข่ายของการวิจัยทางจิตวิทยา และการสร้างทฤษฎีเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์ให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้ว เหตุผลทั้ง 2 ข้อ มีความเกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน กล่าวคือ การที่จะให้เข้าใจถึงพฤติกรรมของแต่ละบุคคลควรมีทฤษฎีหรือกลุ่มแนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของบุคคล และนำมาผสมผสานกับข้อมูลที่ได้จากการสังเกตภายนอก

โดยปกติ คนเรามักจะแปลความหมายบุคลิกภาพของคนทั่ว ๆ ไปที่เราได้พบเป็นประจำ การแปลความหมายขึ้นอยู่กับพื้นฐานของการสังเกตพฤติกรรมของคนอย่างไม่มีหลักเกณฑ์ และส่วนใหญ่ได้กระทำไปโดยเป็นนัยและไม่รู้จริงเชื่อตามบุคคลอื่น อาจทำให้เกิดการผิดพลาดได้ (Goodstein & Lanyon. 1971) ฉะนั้น จึงจำเป็นต้องมีแบบทดสอบบุคลิกภาพที่เป็นมาตรฐานเพื่อประเมินบุคลิกภาพของบุคคล

2.2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพกับผลการปฏิบัติงาน

ฮาร์เรล (Harrel .1971 : 457-463) ได้ทำการศึกษาติดตามผลการออกไปทำงานของมหาบัณฑิตที่จบการศึกษาด้านบริหารธุรกิจ จากมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด และออกไปประกอบอาชีพในองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ โดยได้ทำการเปรียบเทียบบุคลิกภาพของมหาบัณฑิตที่ประสบความสำเร็จในทางการบริหารกับมหาบัณฑิตที่ไม่ประสบความสำเร็จในทางการบริหาร ผลการศึกษาพบว่า มหาบัณฑิตที่ประสบความสำเร็จ

ทางการบริหารนั้นมีบุคลิกภาพและความสนใจที่แตกต่างกันออกไป บุคลิกภาพบางประการของมหาบัณฑิตที่ประสบความสำเร็จทางด้านการบริหารจะมีความเชื่อมั่นในตนเอง พร้อมและกล้าที่จะตัดสินใจ

ลันด์สตรอมและ ลามอนท์ (Lundstrom and Lamont.1977 : 517-529) ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล บุคลิกภาพ และผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายสินค้าอุตสาหกรรม ในด้านที่เป็นตัวแปรบุคลิกภาพกับผลการปฏิบัติงาน ผลการศึกษาพบว่าบุคลิกภาพของพนักงานด้านการขายด้านการมุ่งงาน ด้านความต้องการการยอมรับของคนในสังคม ความเข้าใจบุคคลอื่น ความมั่นคงทางอารมณ์ มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน สามารถสรุปได้ว่า บุคลิกภาพของพนักงานขายด้านการมุ่งงาน ด้านความต้องการการยอมรับ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงาน ส่วนบุคลิกภาพด้านการเข้าใจบุคคลอื่น บุคลิกภาพด้านความมั่นคงทางอารมณ์นั้น มีความสัมพันธ์ทางลบกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

นงรี สุขวัฒน์ (2538 : 168) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของผู้นำทางการศึกษาที่ประสบความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ผลการศึกษาพบว่า ผู้นำทางการศึกษาที่ประสบความสำเร็จในการปฏิบัติงานเป็นผู้ที่ควบคุมตนเองได้ สามารถเผชิญกับความตึงเครียด เผชิญกับความวิตกกังวลได้สูงกว่าผู้นำทางการศึกษาที่ไม่ประสบความสำเร็จในการปฏิบัติงาน

ปราณี พรรณวิเชียร(2540 : 67) ได้กล่าวถึงบุคลิกภาพของพนักงานขายกับการประสบความสำเร็จในการขาย โดยศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานขายรถยนต์แห่งหนึ่งในสหรัฐอเมริกา เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ว่าบุคลิกภาพส่งผลต่อการประสบความสำเร็จในการขาย จากการศึกษาพบว่า บุคลิกภาพของพนักงานขายรถยนต์มีความสัมพันธ์กับการประสบความสำเร็จในการขายรถยนต์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

ศรีไพบุลย์ สังข์บัวศรี (2525 : 83-84) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะบุคลิกภาพของพยาบาลกับผลการปฏิบัติงานซึ่งใช้แบบทดสอบบุคลิกภาพ CPI วัดบุคลิกภาพของพยาบาล ร่วมกับแบบฟอร์มประเมินผลการปฏิบัติงานของพยาบาล ผลจากการศึกษาพบว่า พยาบาลที่มีผลการปฏิบัติงานดีจะมีลักษณะบุคลิกภาพในด้านต่าง ๆ รวมทั้งด้านการเข้าสังคม และความต้องการใฝ่สัมฤทธิ์ สูงกว่าพยาบาลที่มีบุคลิกภาพปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สนั่น หล้านามวงศ์ (2526 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาองค์ประกอบทางบุคลิกภาพที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของภารโรงโรงเรียนมัธยมศึกษา กรมสามัญศึกษา ในจังหวัดเชียงราย โดยใช้แบบทดสอบบุคลิกภาพ CPI

และแบบสำรวจเพื่อประเมินผลการปฏิบัติงาน ซึ่งในการศึกษารั้งนี้ได้จัดตัวแปรองค์ประกอบบุคลิกภาพของ
 ภารโรงทั้ง 18 ด้านเป็นหมวดหมู่ได้ 4 กลุ่ม คือ 1) องค์ประกอบด้านความมานะพยายาม และประสิทธิภาพ
 ทางสติปัญญา 2) องค์ประกอบด้านการปฏิบัติตามสังคม 3) องค์ประกอบด้านการแสดงออกทางสังคม
 ความเป็นตัวของตัวเอง 4) องค์ประกอบด้านคุณภาพและจริยธรรม ผลการศึกษาพบว่าองค์ประกอบด้าน
 ความมานะพยายาม และประสิทธิภาพทางสติปัญญา มีบทบาทสูงสุดที่ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงผล
 การปฏิบัติของภารโรง รองลงมาคือ องค์ประกอบด้านการปฏิบัติตามสังคมด้วยความเป็นตัวของตัวเอง
 โดยบทบาทของ 2 องค์ประกอบดังกล่าว ปรากฏชัดเจนในกลุ่มภารโรง ที่มีผลการปฏิบัติงานอยู่ในระดับสูง
 ส่วนองค์ประกอบทางด้านการปฏิบัติตามสังคมนั้นมีบทบาทสูงสุดต่อกลุ่มภารโรงที่มีผลการปฏิบัติงานในระดับ
 ปานกลาง โดยมีองค์ประกอบทางด้านความมานะ พยายาม และประสิทธิภาพทางสติปัญญากับองค์ประกอบ
 ทางด้านการแสดงออกทางสังคม เป็นองค์ประกอบที่สำคัญรองลงมา สำหรับกลุ่มต่ำนั้น ไม่มีองค์ประกอบใดที่
 แสดงบทบาทได้อย่างชัดเจน

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ และความรู้ด้านการขาย

3.1 ความหมายของความรู้

กูด (Good .1973 : 325) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า ความรู้เป็นการประมวลประสบการณ์ต่างๆที่
 บุคคลได้รับจากการศึกษา ข้อเท็จจริง ปรากฏการณ์ และรายละเอียดต่างๆโดยผ่านการรวบรวมและสะสมไว้

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526 : 16) กล่าวว่าความรู้เป็นเพียงพฤติกรรมขั้นต้นที่ผู้เรียนเพียงแต่จำ
 ไว้ อาจจะโดยการฝึก การเห็น การได้ยิน จำได้ ความรู้ขั้นนี้ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับ คำจำกัดความ ข้อเท็จจริง
 ทฤษฎี กฎ โครงสร้าง และวิธีแก้ปัญหาเป็นต้น

ไพศาล หวังพานิช (2526 : 96) กล่าวว่า ความรู้หมายถึง ลักษณะข้อเท็จจริง หรือรายละเอียด
 ของเรื่องราวอันเป็นประสบการณ์ของบุคคล ซึ่งสะสม และถ่ายทอดสืบต่อไป

จำนง พรายแถมแข (2531 : 44) ได้ให้คำจำกัดความว่า ความรู้ หมายถึง ความสามารถในการ
 ทรงรักษาไว้ซึ่งเรื่องราวทั้งปวงของประสบการณ์ที่ผ่านมา รวมทั้งสิ่งที่สัมพันธ์กันกับประสบการณ์นั้น ๆ ด้วย

รัตติกรณ์ จงวิศาล (2536 : 49) ได้ให้คำจำกัดความว่า ความรู้ หมายถึง กฎเกณฑ์ข้อเท็จจริง
 และข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้รับ และสะสมไว้ในรูปของการจำ

ผุ้ฉนย์ ยมาภย์ (2537 : 39) ได้กล่าววว่า ความรู้ หมายถึง สมรรถภาพสมองด้านความจำเกยวกับกฎเกณฑ์ ข้อเท็จจริง และข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้รับและสามารถวัดความรู้โดยการระลึกออกมา

ชานาญ ทองทิพย์ (2542 : 28) ได้กล่าววว่าความรู้ หมายถึง ข้อเท็จจริง ประสบการณ์ที่บุคคลได้สะสมไว้ จากการปะทะสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อม และได้ถ่ายทอดออกมาเป็นพฤติกรรมด้านความรู้เป็นลำดับชั้นจากง่ายไปหายาก

จากที่กล่าวมาแล้วสามารถสรุปได้ว่า ความรู้ หมายถึง สมรรถภาพสมองด้านความจำเกยวกับกฎเกณฑ์ ข้อเท็จจริง และข้อมูลต่าง ๆ ประสบการณ์ ที่ได้รับ และบุคคลได้สะสมไว้และได้ถ่ายทอดออกมาเป็นพฤติกรรมด้านความรู้และสามารถวัดความรู้โดยการระลึกออกมา

3.2 การวัดความรู้

เยาวดี วิบูลย์ศรี.(2528 : 99) กล่าวได้ว่า การวัดระดับความรู้ (การวัดระดับความจำ) นั้นเป็น การวัดความสามารถของบุคคลในการระลึกนึกถึงเรื่องราวหรือสิ่งที่เคยเรียนมาแล้ว อาทิเช่น ศัพท์ นิยาม (Terminology) ข้อเท็จจริง (Facts) หลักการ (Principles) กลวิธีในการแก้ปัญหา (Problem-Solving Strategies) ซึ่งคำถามที่ถามในระดับนี้ก็คือ การจำ (Remembering)

การวัดความรู้นั้นส่วนมากนิยมใช้แบบสอบถาม ซึ่งแบบทดสอบนี้เป็นเครื่องมือระเภทข้อเขียนที่นิยมใช้กันทั่ว ๆ ไปแบ่งออกเป็น 2 ชนิดคือ แบบความเรียงหรือแบบอัตนัย กับแบบปรนัย

1. แบบอัตนัยหรือแบบความเรียง (Essay type/Subjective test) โดยให้เขียนตอบเป็นข้อความสั้น ๆ ไม่เกิน 1-2 บรรทัด หรือเป็นข้อ ๆ ตามความเหมาะสม

2. แบบปรนัย (Objective test) แบ่งเป็น

- 1) แบบเติมหรือเติมข้อความให้สมบูรณ์ (Supply or Completion type)
- 2) แบบถูก-ผิด (True-False)
- 3) แบบเลือกตัว (Selection type)
- 4) แบบจับคู่ (Matching)
- 5) แบบเลือกตอบ (Multiple Choice)

แบบทดสอบที่ดีต้องมีทั้งความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นสูง สามารถที่จะจำแนกบุคคลที่มีความรู้กับบุคคลที่ไม่มีความรู้ (คนเก่ง-คนไม่เก่ง) ออกจากกันได้จริง ไม่ว่าแบบทดสอบนั้นจะเป็นแบบอัตนัยหรือปรนัย (จำนง พรายแยมแซ . 2531 : 24-29)

สำหรับความรู้ด้านการขายนั้น มีความจำเป็นอย่างยิ่งเพื่อให้สามารถดำเนินการขายได้หลาย ๆ ครั้ง ถ้าไม่มีความรู้พนักงานขายก็จะไม่สามารถรักษาลูกค้าไว้ได้

พนักงานขายที่จะประสบความสำเร็จนั้นจำเป็นต้องมีความรู้และคุณสมบัติอันจำเป็นที่จะทำให้ผู้ซึ่งเกิดความสนใจเชื่อถือในคุณภาพของสินค้า เชื่อในคำพูดของผู้ขายและตัดสินใจซื้อสินค้าในที่สุด

3.3 ความรู้ด้านการขาย

ความรู้ที่ผู้ขายทุกคนจำเป็นต้องมีหากต้องการความสำเร็จในอาชีพการขาย (ชาร์งศักดิ์ หมื่นจักร . 2525 : 238-241)

1. ความรู้เกี่ยวกับตนเอง บุคลิกลักษณะของผู้ขายมีผลต่อการสร้างความประทับใจของผู้ซื้อเป็นอย่างมาก ดังนั้นพนักงานทุกคนจึงควรสร้างเสริมบุคลิกของคนให้น่าเชื่อถือ ทั้งในด้านการแต่งกายที่เหมาะสม การแสดงออก และกิริยาท่าทาง การใช้คำพูดในการเจรจากับลูกค้า การมีอารมณ์มั่นคง แจ่มใส ร่าเริง ดังนั้นพนักงานขายที่ฉลาดจึงควรศึกษาถึงความต้องการของงานในหน้าที่ของตน รวมทั้งบุคลิกลักษณะของตนเพื่อวิเคราะห์คุณสมบัติต่าง ๆ อย่างรอบคอบ เพื่อหาข้อบกพร่องของตน และหาทางปรับปรุงจุดอ่อนและข้อบกพร่องของตนอยู่เสมอ

2. ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือสินค้า ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ทำให้พนักงานขายเกิดความกระตือรือร้นต่องานอาชีพขาย การมีความรู้พิเศษเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทำให้พนักงานขายสามารถสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าได้ พนักงานขายที่ดีนอกจากต้องมีความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์ที่ตนจะขายแล้ว ยังรวมถึงความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่เป็นคู่แข่งกับสินค้าที่ตนจะขายด้วย เพื่อให้สามารถชี้ให้เห็นข้อแตกต่างของสินค้า และพนักงานขายที่ดีจะต้องสามารถอธิบายถึงคุณสมบัติและประโยชน์อันมีลักษณะเด่นของสินค้า และพร้อมที่จะกำจัดความสงสัยหรือความไม่ไว้วางใจของลูกค้าโดยสิ้นเชิง ดังนั้นการที่พนักงานขายจะสร้างความประทับใจและความเข้าใจอันดีในสินค้าให้เกิดขึ้นแก่ลูกค้าได้นั้น จำเป็นที่จะต้องมีความรู้ในผลิตภัณฑ์ที่ตนขายเป็นอย่างดี

3. ความรู้เรื่ององค์การ หรือหน่วยงานที่ตนสังกัด ในปัจจุบันพนักงานขายไม่ได้ขายเฉพาะสินค้าหรือผลิตภัณฑ์เท่านั้นแต่รวมถึงการเผยแพร่เกียรติคุณของหน่วยงาน ความสำเร็จ ความมีชื่อเสียงเป็นที่เชื่อถือ ดังนั้น สิ่งที่พนักงานขายควรจะต้องรู้เกี่ยวกับองค์การหรือหน่วยงานที่ตนสังกัดอยู่ก็คือ (สำออง งามวิชา. 2526 : 121)

3.1 ประวัติความเป็นมาของบริษัทนับแต่แนวความคิดในการก่อตั้ง ตัวผู้ก่อตั้งสภาพในอดีตของบริษัท ตลอดจนวิวัฒนาการของบริษัท

3.2 ตัวบุคคลภายในบริษัททั้งบุคคลในระดับผู้บริหาร ผู้เชี่ยวชาญ ผู้มีชื่อเสียง และเพื่อนร่วมงานในแผนกเดียวกัน

3.3 นโยบายของบริษัท เช่น นโยบายการจัดจำหน่าย การให้สินเชื่อ และการเรียกเก็บ การส่งมอบการกำหนดราคา การโฆษณา การติดต่อกับลูกค้าที่มีปัญหา การรับคืนสินค้า และการยกภาระผูกพัน

3.4 ลักษณะและสภาพปัจจุบันของบริษัท เช่น เรื่องขนาด ที่ตั้ง และโครงสร้างของโรงงานฐานะทางการเงิน ชื่อเสียงความเป็นหนึ่งในด้านต่าง ๆ ของบริษัท

3.5 การจัดสถานงานของบริษัท การแบ่งส่วนงาน และหน้าที่ต่าง ๆ ของส่วนงานทั้งหมด รวมทั้งความเกี่ยวเนื่องของส่วนงานต่าง ๆ เหล่านั้น

4. ความรู้เกี่ยวกับลูกค้า พนักงานขายจะประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวในงานของตนขึ้นอยู่กับความรู้ที่มีเกี่ยวกับลูกค้า พนักงานขายที่รอบคอบต้องพึงระลึกอยู่เสมอว่า แม้ชื่อเสียงของบริษัทหรือหน่วยงานจะดีเยี่ยม และคุณภาพของสินค้าเป็นที่ยอมรับและนิยมกันทั่วไปเพียงใดก็ตาม และแม้ว่าพนักงานขายจะมีบุคลิกดีก็ตาม การขายจะไม่ประสบความสำเร็จเลยหากพนักงานขายไม่สามารถดำเนินการติดต่อสัมพันธ์กับลูกค้าได้อย่างเหมาะสมและมีไหวพริบ

ความรู้ที่พนักงานขายจำเป็นต้องมีในการติดต่อกับลูกค้า คือ

4.1 ธรรมชาติและความต้องการของลูกค้าทั้งโดยทั่ว ๆ ไป และเป็นการเฉพาะตัว

4.2 เทคนิคในการติดต่อสัมพันธ์กับลูกค้าหลาย ๆ แบบได้อย่างเหมาะสม

4.3 สิ่งจูงใจหรือการกระตุ้นให้ลูกค้าต้องการซื้อสินค้า

5. ความรู้เกี่ยวกับเทคนิคของการขาย การจะใช้ความรู้ทั้งหมดดังที่กล่าวมาแล้ว ยังไม่เพียงพอต่อการที่พนักงานขายจะโน้มน้าวจิตใจของผู้มีแนวโน้มจะซื้อสินค้าได้ พนักงานขายจำเป็นต้องมีความรู้เรื่องหลักการขายเป็นอย่างดี ซึ่งประกอบด้วยลำดับขั้นต่อไปนี้ คือ

5.1 การให้ความสนใจอย่างเหมาะสมแก่ผู้มีที่คาดว่าจะซื้อสินค้า

5.2 ทำความเข้าใจเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้า

5.3 พยายามให้ความช่วยเหลือหรือบริการที่ลูกค้าต้องการ ผู้ขายจำเป็นต้องสร้างความเชื่อถือ และมั่นใจให้เกิดมีขึ้นในตัวของผู้มีหน้าที่ว่าจะซื้อสินค้าเสียก่อน

5.4 เมื่อผู้ซื้อแสดงความต้องการให้ปรากฏ พนักงานขายควรได้นำเสนอถึงชนิดหรือประเภทของสินค้าที่จะสนองความต้องการนั้นได้เป็นอย่างดี

พนักงานขายสามารถมีความรู้ในเรื่องของการขายได้จาก 2 ทาง คือ 1) บริษัทจัดฝึกอบรมทางการขาย และ 2) ประสบการณ์ คือ พนักงานขายสามารถเรียนรู้หรือได้รับความรู้จากการปฏิบัติงานขาย

และสาเหตุสำคัญที่พนักงานขายจำเป็นต้องมีความรู้ทางด้านการขายดังกล่าวมาแล้วข้างต้นก็เพราะ 1) ความรู้จะช่วยให้พนักงานขายมีความเชื่อมั่นในตนเองมากเพิ่มขึ้นในขณะที่ปฏิบัติงานขาย และ 2) ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในตัวพนักงานขาย

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานและการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

4.1 คำจำกัดความ

เริงศักดิ์ ปานเจริญ (2530 : 19) ได้ให้คำจำกัดความว่า ผลการปฏิบัติงาน หมายถึง ผลการทำงานและศักยภาพในการปฏิบัติงานของบุคคล

จำเนียร จวงตระกูล (2531 : 13) ได้ให้คำจำกัดความว่า ผลการปฏิบัติงาน หมายถึง ผลงานที่พนักงานผู้นั้นปฏิบัติได้ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ทั้งในแง่คุณภาพ ปริมาณ และแบบอย่างของการปฏิบัติที่แสดงออกมาว่าเป็นอย่างไร การประเมินผลการปฏิบัติงานนั้นจะออกมาว่าผลการปฏิบัติงานมีค่าอย่างไร คือ ดีเลิศ ดีมาก ดี พอใช้ หรือใช้ไม่ได้

จากความหมายที่กล่าวมา สรุปได้ว่า ผลการปฏิบัติงาน หมายถึง ศักยภาพในการทำงานของพนักงานแต่ละบุคคล ทั้งในด้านคุณภาพ และปริมาณของงานนั้น ๆ ซึ่งทราบได้จากการประเมินผลการปฏิบัติงาน

สำหรับคำจำกัดความผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายนั้น ทวีศักดิ์ สุวคนธ์ (2529 : 164) ได้ให้คำจำกัดความว่า ผลงานของพนักงานขายที่ทำได้จริงภายในช่วงระยะเวลาที่กำหนดให้ โดยนำมาประเมิน

วิเคราะห์เปรียบเทียบทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพกับมาตรฐานหรือเกณฑ์ของงานที่ได้ตั้งไว้และที่ได้ตกลงยอมรับของทุกฝ่ายล่วงหน้า เพื่อที่จะทราบว่าผลงานที่ได้จริงนั้นแตกต่างจากมาตรฐาน และเพื่อที่จะได้นำผลของการวิเคราะห์มาเปรียบเทียบแก้ไข พัฒนา ปรับปรุง และนำมาใช้ร่วมกับหรือเป็นพื้นฐานในการพิจารณาความดีความชอบของพนักงานขายต่อไป

4.2 ความสำคัญของการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

การประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย เป็นการประเมินความสามารถและความก้าวหน้าในการทำงานของพนักงานขาย ซึ่งมีผลในการพิจารณาความดีความชอบ และยังช่วยให้ฝ่ายบริหารได้ทราบถึงจุดดีและข้อบกพร่องต่าง ๆ เพื่อจะได้ทำการปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมต่อไป

การประเมินผลงานของพนักงานขายจัดเป็นหน้าที่หลักอย่างหนึ่งของฝ่ายจัดการขายโดยมีความสำคัญหลายประการด้วยกัน คือ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช . 2527 : 357 – 358)

1. เป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยปรับปรุงผลการปฏิบัติงานด้านการขายและลดต้นทุนทางตลาดของธุรกิจ จากการประเมินผลงานของหน่วยงานขายช่วยให้ฝ่ายจัดการสามารถปรับปรุงการขายให้ดีขึ้น และลดต้นทุนทางการตลาดได้ โดยช่วยชี้แนะวิธีการปฏิบัติงานที่ดี และการลดค่าใช้จ่ายในการขาย เพื่อธุรกิจจะได้มีความเจริญก้าวหน้า และได้ผลกำไรเพิ่มสูงขึ้น

2. เป็นการบำรุงขวัญของพนักงานขาย การที่ธุรกิจมีการประเมินผลงานของพนักงานขายอย่างถูกต้องเหมาะสม จะช่วยให้พนักงานขายมีขวัญในการทำงานที่ดี รู้สึกมั่นคงในการทำงานเพราะเชื่อในระบบการวัดผลงานที่ยุติธรรมและเสมอภาค อย่างไรก็ตาม ฝ่ายบริหารควรวิเคราะห์ผลการทำงานของพนักงานขายอย่างละเอียดรอบคอบ โดยพิจารณาถึงปัจจัยแวดล้อมบางอย่าง พนักงานขายไม่สามารถจะควบคุมได้ และไม่ควรประเมินผลจากยอดขายแต่เพียงอย่างเดียว จากนั้นจึงพิจารณาให้รางวัลหรือลงโทษ

3. ช่วยกระตุ้นให้พนักงานขายปฏิบัติงานให้ดีขึ้น พนักงานขายจะได้รับทราบข้อมูลจากฝ่ายจัดการ ซึ่งจะชี้ถึงจุดดีและข้อบกพร่องต่าง ๆ ในการปฏิบัติงาน เพื่อนำไปพิจารณาปรับปรุงสิ่งที่ดียอยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้น และแก้ไขจุดบกพร่องบางประการเพื่อพัฒนาการทำงานให้ดียิ่งขึ้น ดังนั้นจึงเห็นได้ว่า การประเมินผลงานจะมีส่วนช่วยกระตุ้นให้พนักงานขายทำงานอย่างมีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น

4. ช่วยในการปรับปรุงแผนการจ่ายค่าตอบแทนแก่พนักงานขาย เมื่อมีการพบข้อบกพร่องบางประการของแผนการจ่ายค่าตอบแทนที่ใช้อยู่จากการประเมินผลงานของพนักงานขาย หากพบว่าพนักงาน

ขายสนใจที่จะขายแต่สินค้าที่มีอัตรากำไรต่ำ หรือไม่สนใจในงานที่ไม่เกี่ยวข้องกับการขายโดยตรง เช่น งานแนะนำการจัดแสดงสินค้าให้แก่ลูกค้า ฯลฯ ฝ่ายจัดการขายก็จะทำการปรับปรุงแผนการจ่ายค่าตอบแทนเสียใหม่ให้เหมาะสมยิ่งขึ้น

5. ช่วยในการควบคุมพนักงานขาย การประเมินผลงานของพนักงานขายช่วยให้ฝ่ายจัดการทราบว่า พนักงานขายทำอะไร ถูกผิดเพียงใด และพยายามหาสาเหตุที่ทำให้เช่นนั้น เช่น การที่พนักงานขายคนหนึ่งมีปริมาณขายไม่ดีเท่าที่ควร หรือมีอัตราคำสั่งซื้อต่ำนั้น เพราะเหตุใด ดังนั้นข้อมูลจากการวิเคราะห์ผลงานของพนักงานขายจึงช่วยฝ่ายจัดการในการควบคุมตรวจตรา และตรวจสอบพนักงานขายด้วย

4.3 วัตถุประสงค์การประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

การวิเคราะห์ และประเมินผลงานของพนักงานขาย มีวัตถุประสงค์และประโยชน์ดังนี้ (ทวิศักดิ์ สุวคนธ์ . 2529 : 163)

1. ให้พนักงานขายได้ทราบผลงานของตนเอง (Feed Back) อย่างซื่อสัตย์
2. นำมาใช้วินิจฉัย หรือเป็นพื้นฐานประกอบการตัดสินใจอย่างมีวัตถุประสงค์ในเรื่องเกี่ยวกับเงินเดือน และเรื่องการบริหารงานบุคคลต่าง ๆ เช่น การเลื่อนหรือลดตำแหน่ง การสับเปลี่ยนหน้าที่
3. ช่วยส่งเสริมเร้าใจพนักงานให้พยายามปรับปรุงผลงานขาย
4. พัฒนาสัมพันธภาพระหว่างพนักงานขาย กับบุคคลอื่นให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น เพราะการประเมินผลงานเป็นงานที่จะต้องกระทำร่วมกันหลายฝ่ายหลายคน
5. เป็นการพัฒนาพนักงานทั้งฝ่ายหัวหน้าหรือฝ่ายบริหารกับฝ่ายพนักงานขายให้รู้จักนำเอาเทคนิคต่าง ๆ มาใช้ประกอบการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด เพราะผลของการประเมินผลงานจะทำให้ทลายความสามารถของทั้งสองฝ่ายในการที่จะร่วมกันหาโอกาสและแก้ไขอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น
6. เป็นแนวทางที่จะพัฒนาการประกอบอาชีพ (Career Development)
7. เป็นการมุ่งระดมพลังของทุกคน ให้ปฏิบัติหน้าที่เต็มกำลังความสามารถด้วยความเต็มใจ ให้บรรลุเป้าหมายอย่างเต็มที่ เพราะผลงานของบริษัทมาจากผลรวมของผลงานของพนักงานทุกคน
8. เมื่อทุกคนมีความพอใจในงาน เห็นหนทางก้าวหน้าในอนาคต ก็จะปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ เพราะการประเมินผลงานที่ดีจะมุ่งอยู่ที่งานไม่ใช่อยู่ที่ความประพฤติต่อเจ้านายหรืออยู่ที่บุคลิกความสวยงาม

9. เพื่อเป็นรากฐานสำหรับผู้บังคับบัญชาที่จะแนะแนวทางหรือให้คำปรึกษาในเรื่องการปฏิบัติงานแก่พนักงานขายได้อย่างถูกต้อง

10. เพื่อเป็นการช่วยให้พนักงานขายได้ทราบทัศนะของผู้บริหารว่าเห็นตัวของเขาเป็นอย่างไร และมุ่งหวังในตัวของเขาอย่างไร

4.4 การกำหนดโปรแกรมการประเมินผลงานของพนักงานขาย

เนื่องจากการจัดระบบการประเมินผลงานของพนักงานขายอย่างสมบูรณ์แบบเป็นการสิ้นเปลืองเวลาและค่าใช้จ่ายสูงมาก ดังนั้นในทางปฏิบัติธุรกิจจึงกำหนดระบบการประเมินผลงานเท่าที่จำเป็น โดยพิจารณาจากผลที่ได้รับกับค่าใช้จ่ายที่ต้องเสียไปประกอบกัน ในการกำหนดโปรแกรมการประเมินผลงานของพนักงานขายจะต้องทำการกำหนดนโยบายขั้นพื้นฐานก่อน แล้วจึงดำเนินการตามลำดับขั้นตอนของกระบวนการประเมินผลงาน

การกำหนดนโยบายขั้นพื้นฐานก่อนที่จะดำเนินการประเมินผลงานนั้น ฝ่ายบริหารควรกำหนดหลักเกณฑ์บางอย่างให้ชัดเจนลงไป ได้แก่ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช . 2527 : 358 – 361)

1. ควรให้ใครเป็นผู้ประเมินผลงานบ้าง ซึ่งโดยทั่วไปมักได้แก่ ผู้ควบคุมพนักงานขายผู้จัดการสาขา หรือผู้จัดการเขต ซึ่งเป็นผู้บังคับบัญชาโดยตรงของพนักงานขาย และเจ้าหน้าที่ในฝ่ายบุคลากรที่จะช่วยเตรียมเอกสาร รวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ตลอดจนการกำหนดมาตรฐานของงานที่ต้องการ

2. ความถี่ของการประเมินผลงาน การประเมินผลงานที่จะต้องทำขึ้นนั้นควรเว้นระยะห่างมากน้อยแค่ไหน ตามปกติธุรกิจต่าง ๆ มักจะประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายอย่างละเอียดเพียงปีละครั้งหรืออย่างมากไม่เกิน 2 ครั้ง เพราะหากทำมากกว่านี้อาจจะไม่คุ้มค่าใช้จ่าย บางธุรกิจจะทำการประเมินผลงานประจำปีรวมเข้ากับการพิจารณาคำตอบแทนของพนักงานขาย ซึ่งตามข้อเท็จจริงในระหว่างการอบรมและควบคุมพนักงานขาย ธุรกิจก็ได้ทำการประเมินผลในรูปใดรูปหนึ่งแบบต่อเนื่องอยู่แล้วโดยทางอ้อม อย่างไรก็ตามได้มีบางธุรกิจที่อาจจัดทำทำการประเมินผลงานขึ้นเป็นครั้งคราวด้วย

3. กำหนดชนิดของข้อมูลที่จะใช้ในการประเมินผลการปฏิบัติงานจริงของพนักงานขายจากแหล่งต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกกิจการ ตลอดจนจากการสังเกตของผู้ประเมินผลเองด้วย ซึ่งเป็นการวัดผลการปฏิบัติงานจริง

4. เปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานจริงกับมาตรฐานที่ได้กำหนดไว้ ทั้งนี้โดยมีการปรึกษาหารือกับพนักงานขายด้วย ซึ่งถือเป็นการประเมินผลงาน

5. โปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่วัดอุปสงค์ เทคนิค และเครื่องมือวัดที่กำหนดขึ้น

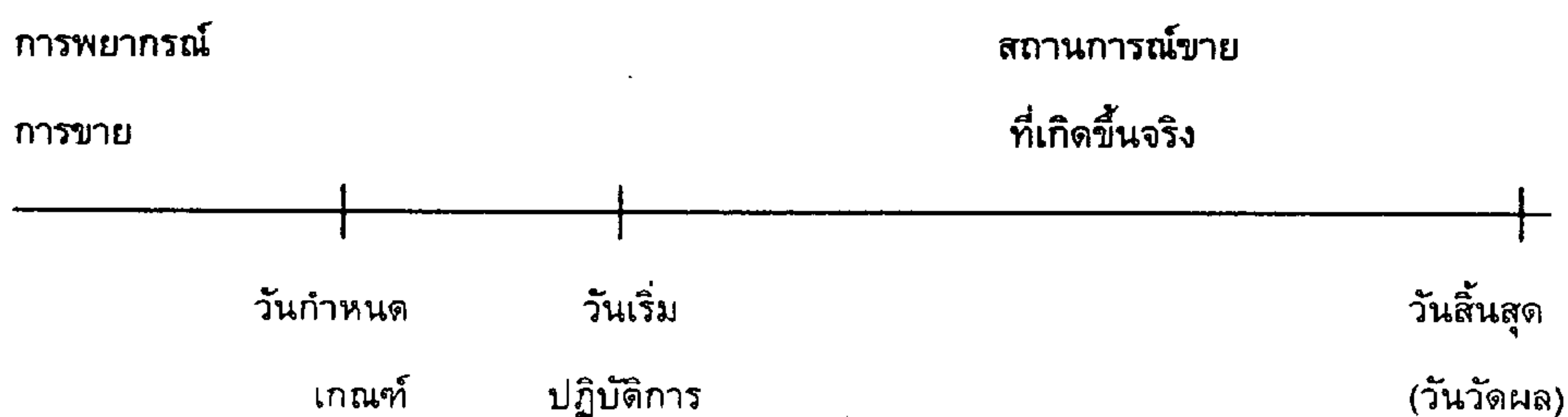
4.5 หลักการประเมินผลงาน

การประเมินผลงานของพนักงานขายนั้นอาจจะพิจารณาถึงหลักต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ (สุวิทย์ เปียผ่อง และ จรัสศรี นวกุลศิรินารถ. 2530 : 105 – 106)

1. ลักษณะนิสัยส่วนตัว
2. ความรู้เกี่ยวกับนโยบายของบริษัท
3. กิจกรรมการขาย ซึ่งมีทั้งที่สามารถกำหนดออกมาเป็นตัวเลขได้ และไม่สามารถกำหนดออกมาเป็นตัวเลขได้ หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นการประเมินผลจากเกณฑ์ในเชิงปริมาณ และเกณฑ์ในเชิงคุณภาพ ซึ่งมีรายละเอียดดังที่จะกล่าวต่อไปนี้

4.6 การกำหนดเกณฑ์

การกำหนดเกณฑ์หรือมาตรฐานในการปฏิบัติงานขาย (ทวีศักดิ์ สุวคนธ์ . 2529 : 166 – 171) เป็นงานที่ต้องทำไว้ล่วงหน้า เป็นการพยากรณ์ (Forecast) และจะต้องนำเอาผลงานที่ได้จริงมาทำการเปรียบเทียบกับการพยากรณ์ ซึ่งในช่วงระยะเวลาที่ทำการพยากรณ์กับในระหว่างการปฏิบัติงานจนกระทั่งถึงวันสิ้นสุดของการปฏิบัติงานหรือวันที่จะวัดผล เหตุการณ์และสถานการณ์ต่าง ๆ อาจเปลี่ยนแปลงไปได้ และจะมีผลกระทบกระเทือนต่อผลงานของพนักงานขายทั้งทางตรงและทางอ้อม ดังรูป



ภาพประกอบ 2 การนำเอาเวลามาพิจารณาในการกำหนดเกณฑ์

การกำหนดเกณฑ์ในการปฏิบัติงานขาย แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ เกณฑ์ในเชิงปริมาณ และเกณฑ์ในเชิงคุณภาพ

1. เกณฑ์ในเชิงปริมาณ ผลลัพธ์ที่เห็นเด่นชัดและสามารถวัดออกมาได้ แบ่งออกเป็น 7 กลุ่มใหญ่ คือ

1.1 ยอดขาย แบ่งเป็น

1.1.1 มูลค่าของยอดขาย

1.1.2 หน่วยหรือปริมาณที่ขายได้

1.2 ใบสั่งซื้อ จะวัดได้จากจำนวนใบสั่งซื้อต่อวัน ต่อเดือน เป็นต้น หรือคุณภาพของการสั่งซื้อ เช่น

1.2.1 มูลค่าของใบสั่งซื้อ ถ้ามูลค่าการสั่งซื้อแต่ละใบมีขนาดเล็ก คือ ชี้น้อย ถ้าไรก็จะลดลง เพราะต้นทุนในการออกใบสั่งซื้อจะเท่ากัน ต้นทุนการจัดส่งสินค้าอาจจะเท่ากัน หรือแตกต่างกันไม่มาก

1.2.2 จำนวนใบสั่งซื้อต่อจำนวนลูกค้า ทั้งนี้เพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้พนักงานมุ่งเฉพาะลูกค้าบางราย ทำให้การกระจายสินค้าไม่ได้ผล

1.2.3 จำนวนใบสั่งซื้อต่อจำนวนครั้งที่เยี่ยมลูกค้า เพื่อเป็นการจัดประสิทธิภาพของการเยี่ยม

1.2.4 ที่มาของใบสั่งซื้อ เช่น พนักงานขายไปรับมาเองหรือจากที่ลูกค้าโทรศัพท์เข้ามา เป็นต้น

1.2.5 ความถูกต้องโดยวัดจากการส่งคืนสินค้าคืน เนื่องจากการออกใบสั่งซื้อผิด อาจจะผิดตั้งแต่ชื่อ ที่อยู่ จำนวน ราคา กำหนดส่งของการชำระเงิน เป็นต้น ซึ่งการส่งของผิดจะมีผลกระทบโดยตรงต่อผลกำไรของบริษัท

1.3. ลูกค้า จะวัดได้จากจำนวนลูกค้าที่ซื้อต่อเดือน หรือคุณภาพของลูกค้า เช่น จำนวนลูกค้าซื้อต่อจำนวนลูกค้าที่มีอยู่ทั้งหมด จำนวนลูกค้าใหม่ จำนวนลูกค้าที่หยุดซื้อเป็นเวลานานประมาณกี่เดือน หรือจำนวนครั้งที่ไปเยี่ยม จำนวนลูกค้าที่ชมหรือตำหนิพนักงานขายมาเทียบกับจำนวนลูกค้าทั้งหมด

1.4. ค่าใช้จ่าย เช่น ค่าใช้จ่ายในการขายของพนักงานขายต่อเดือน หรือช่วงระยะเวลาที่กำหนดให้

ค่าใช้จ่ายต้องระบุให้ชัดเจนว่าเป็นค่าใช้จ่ายเฉพาะที่พนักงานขายใช้จ่าย ซึ่งได้แก่ เงินเดือน ค่านายหน้า รางวัล ค่ารักษาพยาบาล ค่าพาหนะ เบี้ยเลี้ยง ค่าตัวอย่างสินค้าที่พนักงานขายนำไปแจก ค่าเอกสารโฆษณา หรือเป็นค่าใช้จ่ายของพนักงานขายรวมกับค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ของบริษัทแล้วนำมากระจายให้พนักงานขาย เช่น ค่าบริหารงานขาย ค่าเช่าสำนักงาน

ถ้าจะนำค่าใช้จ่ายอื่น ๆ มากระจายจะต้องคำนึงถึงความเสมอภาค คุณภาพของค่าใช้จ่าย เช่น ค่าใช้จ่ายเปรียบเทียบกับยอดขาย ค่าใช้จ่ายเปรียบเทียบกับยอดกำไร ค่าใช้จ่ายต่อการเยี่ยมหนึ่งครั้ง หรือต่อใบสั่งซื้อสินค้า เป็นต้น

1.5. เวลา เช่น จำนวนวันทำงานเวลาที่ให้ผลประโยชน์ (Payoff Time) เปรียบเทียบกับเวลาที่ใช้ในกิจกรรมอื่น ๆ

1.6. กำไร จะวัดได้จากกำไรที่ได้จากการขายต่อระยะเวลา คุณภาพของกำไร เช่นกำไรต่อยอดขาย กำไรหลังจากหักค่าใช้จ่ายในการขาย

1.7. กิจกรรมอื่น ๆ เช่น การตีแผนป้ายโฆษณา การแจกตัวอย่าง การจัดเส้นทางเดิน ทาง การเก็บเงิน การจัดแสดงสินค้า

การกำหนดเกณฑ์หรือมาตรฐานในเชิงปริมาณดังกล่าวเป็นการกำหนดแบบทั่ว ๆ ไป ไม่จำเพาะเจาะจงวงการใดวงการหนึ่ง ซึ่งแต่ละบริษัทจะต้องนำไปดัดแปลงประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับตามสภาพของแต่ละบริษัท

2. เกณฑ์ในเชิงคุณภาพ

คุณภาพของการปฏิบัติงานจะมีความสัมพันธ์กับผลงานในเชิงปริมาณของพนักงานขาย แต่เนื่องจากไม่อาจจะวัดออกมาเป็นปริมาณที่แน่นอนได้ จะต้องอาศัยการตัดสินใจของผู้บริหารงานขายเป็นหลัก ผู้บริหารจะต้องมีความเที่ยงธรรมไม่ลำเอียง

ได้มีผู้พยายามหาหนทางหลายแบบหลายวิธีเพื่อที่จะนำมาใช้วัดเกณฑ์เชิงคุณภาพให้ได้ดีที่สุด เช่น การตั้งกรรมการขึ้นมาร่วมกันวัดผลงานหรือให้พนักงานขายช่วยกันวัดกันเอง อย่างไรก็ตามยังไม่มีใครสามารถบอกได้ว่าวิธีแบบไหนจะดีกว่ากัน

มาตรฐานเชิงคุณภาพที่สำคัญมีดังนี้คือ

2.1. ทักษะการขาย (Selling Skill) จะต้องนำเอาขั้นตอนในขบวนการขายมาพิจารณา เช่น ทักษะในการแสวงหาลูกค้า การเตรียมการขาย การเข้าพบ การเสนอขาย การแก้ไขข้อโต้แย้งและการปิดการขาย

การจัดจะกระทำได้จากการสังเกตของผู้บริหารงานขายในสนาม

2.2. ความรู้ (Knowledge) ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่พนักงานขายสามารถนำไปเสนอขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ กล่าวคือ จะต้องรู้จักทั้งคุณลักษณะ (Features) และคุณประโยชน์ (Benefits) ของสินค้าที่จะสามารถจูงใจลูกค้าได้

ความรู้เกี่ยวกับตลาด คือ ต้องรู้จักลูกค้า สภาพทางภูมิศาสตร์ เศรษฐกิจ และสังคมของตลาด

ความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง และกิจกรรมต่าง ๆ ของคู่แข่ง เช่น การส่งเสริมการขาย ราคา กำหนดระยะเวลาการชำระเงิน เป็นต้น

เรื่องของความรู้อาจจะวัดได้จากการสอบหรือจากรายงาน

2.3. ทักษะในการสื่อความหมาย (Communication Skill) ทักษะในการสื่อความหมายเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งที่จะทำให้การขายประสบความสำเร็จ

การสื่อความหมายเป็นคำที่ลึกซึ้งมากซึ่งรวมถึงการพูด การเขียน การอ่าน การฟัง การอ่าน ไม่ใช่เฉพาะแค่อ่านหนังสือออกแต่หมายถึงการอ่านกิริยาท่าทาง สีหน้า การแสดงออกของลูกค้า หรือผู้ที่เกี่ยวข้อง และสามารถแปลความหมายการสื่อความหมายที่ไม่ใช่คำพูดได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้น

การวัดจะกระทำได้จากการสังเกตและจากรายงาน

2.4. การจัดการส่วนตัวและการรายงาน (Personal Organization and Reporting) การวางแผนการขาย เริ่มตั้งแต่การวางแผนเขตการขาย (ในกรณีที่ต้องจัดทำเอง) การวางแผนการเยี่ยมลูกค้า เช่น จัดกลุ่มให้อยู่ในเขตหรือบริเวณใกล้เคียงกัน การจัดลำดับความสำคัญของลูกค้า เพื่อจะกำหนดจำนวนเยี่ยมหรือความถี่ของการเยี่ยมได้อย่างถูกต้อง การวางแผนในการแจกตัวอย่าง ติดแผ่นป้ายโฆษณา

การรายงานอาจจะแบ่งออกได้เป็นสองส่วนคือ รายงานเรื่องในอดีตที่ผ่านมากับแผนงานที่จะกระทำต่อไปในอนาคต เนื้อหาของรายงานจะสะท้อนถึงความรู้และทักษะในการสื่อความหมายของพนักงานขาย

2.5. การปฏิบัติตามกฎของบริษัท (Adherence to Company Procedures) เป็นการวัดความรับผิดชอบ ในบางครั้งอาจจะวัดได้ถึงความซื่อสัตย์ของพนักงานขายว่าจะใจที่จะละเมิดกฎเกณฑ์ของ

บริษัทหรือไม่ เช่น การเดินทางไม่ตรงตามที่วางแผนเอาไว้ หรือไม่ส่งเงินที่เก็บได้เข้าบริษัทตามกำหนด เป็นต้น

2.6. รายละเอียดส่วนตัว ได้แก่ ทักษะคิดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานลูกค้าบริษัท เป็นต้น นอกจากนั้นก็ยังเป็นส่วนประกอบต่าง ๆ ที่แสดงถึงคุณภาพของพนักงานขาย เช่น การตรงต่อเวลา การรักษาเวลา การแต่งกาย ความกระตือรือร้น มนุษยสัมพันธ์ การให้ความร่วมมือ ความซื่อสัตย์ การที่มีความคิดริเริ่ม การยอมรับความคิดใหม่ ๆ การแสดงออก การช่วยเหลือตนเองได้

จะเห็นได้ว่าการประเมินผลงานของพนักงานขายนั้น จะช่วยให้ทราบว่าอะไรเป็นปัจจัยของความสำเร็จในการขาย สามารถเปรียบเทียบและวิเคราะห์ถึงคุณลักษณะของพนักงานขายที่ดีและพนักงานขายที่ไม่มีประสิทธิภาพ และการประเมินผลงานของพนักงานขายนี้ยังช่วยให้ผู้บริหารทราบถึงจุดดีจุดด้อยของพนักงานขายแต่ละคนในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านบุคลิกภาพ ความรู้ด้านการขาย ทักษะการขาย และอื่น ๆ ซึ่งจะมีส่วนช่วยในการปรับปรุงผลการปฏิบัติงานขาย เพื่อจะนำไปสู่ความสำเร็จของการขายของบริษัทเป็นส่วนรวม และผลประโยชน์เหนืออื่นใดก็คือขวัญ และกำลังใจของพนักงานขาย เพราะการประเมินผลงานจะบ่งชี้ให้พนักงานขายทราบถึงทักษะ ความรู้ ความสามารถของตนเอง

งานสุดท้ายในกระบวนการบริหารงานขาย คือ การประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายแต่ละคนในหน่วยงานขาย ซึ่งผู้ประเมินต้องการทราบว่า พนักงานขายเหล่านั้นทำงานมีคุณภาพเพียงใด สามารถสร้างผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ได้หรือไม่

การประเมินงานการขายอาจแบ่งเป็น 2 รูปแบบคือ การประเมินในเชิงปริมาณ เป็นการประเมินระดับผลงานที่พนักงานขายทำได้ในรูปที่สามารถแสดงออกเป็นตัวเลข ได้เด่นชัด เช่น ยอดขายที่ทำได้ ยอดขายเมื่อเทียบกับโควตาขายที่กำหนดให้ปฏิบัติ และการประเมินทางพฤติกรรม เป็นการประเมินโดยการใช้ความรู้สึกส่วนตัวของผู้ประเมินเข้าช่วยมาก เช่น ความรู้ ความชำนาญ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แบบฟอร์มของทางบริษัทมีรายงานการประเมินผลการขายของพนักงานขายโดยการประเมินในเชิงปริมาณ ซึ่งดูจากผลสำเร็จในการขาย อัตราการเติบโตของยอดขายภายในเขต การกระจายสินค้า การเรียกเก็บเงินตามเงื่อนไข และผลการตั้งโชว์สินค้า และการประเมินเชิงคุณภาพ ซึ่งดูจากการใช้ความรู้และความสามารถในการงานขาย ลักษณะในการทำงาน การพัฒนาวิธีการทำงาน ความเป็นที่ไว้วางใจ และความอดทนต่อความเอาใจใส่ในงาน โดยหัวหน้างานของพนักงานขายเป็นผู้ประเมิน

สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ได้รับการประเมินผลจากทางบริษัทให้เป็นพนักงานขายดีเด่นประจำปี ซึ่งหมายถึงมีผลงานการปฏิบัติงานที่ดี

5. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพ ความรู้ด้านการขาย แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

สมาคมการบริหารการขายและการตลาด แห่ง Los Angeles ร่วมมือกับคณะกรรมการการวิจัยด้านการวางแผนและการบริหาร และบริษัทที่ปรึกษาทางด้านจิตวิทยา ได้ทำการศึกษาเรื่อง “Star Salesman” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยผู้จัดการฝ่ายขายในการปรับปรุงกระบวนการคัดเลือกพนักงานขาย กำหนดคุณลักษณะพฤติกรรมของพนักงานขายดีเด่น (Star Salesman) และคุณสมบัติของผู้ที่จะได้รับการว่าจ้างเป็นพนักงานงานของบริษัทต่อไป ในการวิจัยครั้งนี้ได้รับความร่วมมือจากบริษัท 60 แห่ง เสนอกกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 97 คน ผลปรากฏว่า พนักงานขายที่ประสบความสำเร็จมีลักษณะคือ เป็นพนักงานขายที่ทำงานคล่องแคล่ว เก่ง และชาญฉลาด เป็นพนักงานขายที่ไม่ต้องการให้ใครอยู่เหนือกว่า เหนือกว่าเขา และเป็นผู้มีความรับผิดชอบ ต้องการมีวิถิทาง หรือเป้าหมายแห่งตน และจะพยายามดิ้นรนเพื่อให้ได้สิ่งดังกล่าวหรือเพื่อบรรลุถึงเป้าหมายแห่งตน พนักงานขายจะบรรลุคุณภาพะ และมีความมั่นคงทางอารมณ์ และนอกจากนี้ไม่ปรากฏว่าคุณลักษณะบุคลิกภาพแบบ Introvert จะเป็นลักษณะที่ทำให้พนักงานขายประสบความสำเร็จ รวมทั้งยังพบว่าพนักงานดีเด่น มีลักษณะของความสามารถในการเข้าสังคมอีกด้วย (Steinkamp. 1970 : 10-15)

ลีมอนท์ และ ลันด์สตรอม (Lemont and Lundstrom.1977 : 517-559) ได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพ ลักษณะส่วนบุคคล และผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายสินค้าอุตสาหกรรม ผลปรากฏว่าตัวแปรหลายตัวใช้ได้ในการทำนาย ผลการปฏิบัติงานขาย โดยเฉพาะโครงสร้างบุคลิกภาพ ได้แก่ Endurance (ลักษณะการมุ่งมั่นของบุคคล เต็มใจที่จะทำงานเป็นระยะเวลานาน สามารถเผชิญหน้ากับความลำบาก และมีนิสัยอดทนในการทำงาน) Social Recognition (ความต้องการยอมรับนับถือในสังคม) Empathy (เป็นลักษณะที่น่าต้องการให้มียู่ในพนักงานขาย คือ เป็นความเข้าใจเงื่อนไขและสภาพจิตใจของบุคคลอื่น เพื่อที่จะสามารถขายสินค้าและบริการได้ตรงความต้องการของลูกค้า) Ego Strength (แสดงถึง ความมั่นคงทางอารมณ์และแรงจูงใจในสถานภาพทางอาชีพ) มีผลต่อการอธิบายในการประเมินผลการปฏิบัติงานและมีข้อยกเว้นเพียง 2-3 ข้อ คือ ผลการปฏิบัติงานขายมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับบุคลิกภาพแบบ Endurance และมีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับ Empathy และ Ego Strength

✓ แม็คเคลแลนด์ (Mc Clelland .1985) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจ ความคาดหวังในความสำเร็จ และค่านิยม เป็นตัวกำหนดผลการปฏิบัติงาน สรุปว่า ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์จะปฏิบัติงานได้ดีกว่าผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ต่ำในเงื่อนไขที่งานนั้นมีความยากระดับปานกลาง แต่ถ้านั้นยากหรือง่ายเกินไป ไม่พบความแตกต่างของผลการปฏิบัติงานระหว่างผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง และผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ต่ำ นอกจากนี้ยังพบว่ามีความสัมพันธ์ในเชิงบวกระหว่างคะแนนของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และระดับของผลการปฏิบัติงาน

อัสติน (Austin .1986 : 197) ศึกษาถึงคุณลักษณะบางประการของนักศึกษาวิทยาลัยแบบชุมชน ชานเมืองกับประสิทธิภาพของการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ตัวแปรที่สำคัญได้แก่ ลักษณะส่วนบุคคล ภูมิหลัง การศึกษา ความสามารถ บุคลิกภาพ และแรงจูงใจ ผลปรากฏว่า (1) มีความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปร ลักษณะส่วนบุคคล และประสิทธิภาพของการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ รวมทั้งตัวแปรทางด้านภูมิหลังการศึกษา ความสามารถ และบุคลิกภาพ ส่งผลต่อประสิทธิภาพของการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ (2) ตัวแปร ความสามารถ และบุคลิกภาพ มีประสิทธิภาพในการทำนายการทดสอบการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ (3) นักศึกษาที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ต่ำจะมีลักษณะของความสามารถต่ำ และมีทัศนคติต่อการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในเชิงลบ ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพของการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่ำ

สุจน และ เบทแมน (Sujan and Bettman.1988 : 81-89) ได้ทำการศึกษา เรื่องความแตกต่างระหว่างโครงสร้างความรู้ระหว่างพนักงานขายที่มีประสิทธิภาพมากและพนักงานขายที่มีประสิทธิภาพน้อย โดยใช้วิธีการศึกษาแบบภาคตัดขวาง (Cross-Sectional Study) และการศึกษาแบบระยะยาว (Longitudinal Study) พบว่า พนักงานขายที่มีประสิทธิภาพมากจะมีโครงสร้างความรู้เกี่ยวกับลูกค้าในเรื่องของลักษณะของลูกค้า และกลยุทธ์ในการขายมากกว่าพนักงานขายที่มีประสิทธิภาพน้อยมาก

สไซแมนสกี (Szymanski .1988 : 64-77) ศึกษาถึง ความสามารถในการจัดประเภทในความจำ (Declarative Knowledge) ของพนักงานขาย ที่สามารถนำมาใช้ในการแยกหาความต้องการสินค้าของลูกค้า ซึ่งการที่สามารถจัดประเภทความต้องการของลูกค้าได้นั้น เป็นสิ่งสำคัญที่จะนำไปสู่การแสวงหาลูกค้า การนำเสนอขาย และกระบวนการขายจนถึงการปิดการขาย ผลปรากฏว่าพนักงานที่มีประสิทธิภาพนั้น จะมีความสามารถในการจัดประเภทในความจำในการจัดประเภทความต้องการของลูกค้าได้มากกว่าพนักงานที่ไม่มีประสิทธิภาพ

ลืออง และคณะ ((Leong .1989 : 164 – 178) ได้ศึกษาเกี่ยวกับพื้นฐานความรู้และประสิทธิผลของพนักงานขายโดยวิเคราะห์จากใบประเมินผลการปฏิบัติงาน พบว่า พนักงานขายที่มีประสิทธิผลแตกต่างกันจะมีความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติงานในแต่ละสถานการณ์ ตลอดจนมีความสามารถในการจัดการขายที่เกิดจากประสบการณ์และระดับของความรู้แตกต่างกัน

เยล (Yale. 1990 : 4203) ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพของพนักงานขายและผลการปฏิบัติงาน รวมทั้งตัวแปรที่มีผลต่อการปฏิบัติงานขาย ได้แก่ แรงจูงใจ การรับรู้ บทบาท และความถนัดในการขาย เพศ พบว่าบุคลิกภาพเป็นตัวทำนายที่ดีที่สุด ซึ่งมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับผลการปฏิบัติงาน บุคลิกภาพนี้ประกอบด้วยบุคลิกภาพ 3 คุณลักษณะ คือ ความเชื่อมั่นในตนเอง (Self-confidence), ความสามารถในการขาย (Selling Competency) และความสามารถในการจัดการ (Managerial Ability) ซึ่งความสามารถในการจัดการนี้ มีความสัมพันธ์มากที่สุดกับผลการปฏิบัติงาน

บราวน์ (Brown. 1990 : 198) ศึกษาถึง บุคลิกภาพ การรับรู้ในบทบาท เพศ ประสบการณ์ และความพยายาม ประสิทธิภาพ รวมทั้งผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายตรง ซึ่งตัวแปรด้านบุคลิกภาพนั้น ศึกษารวมถึงองค์ประกอบของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ได้แก่ องค์ประกอบด้าน การแข่งขัน (Competitiveness), การมุ่งงาน (Work Orientation) และ การมีอำนาจ (Mastery) สำหรับตัวแปรด้านการรับรู้ในบทบาทนั้น ประกอบด้วย บทบาทความคลุมเครือ (Role Ambiguity) และ บทบาทความขัดแย้ง (Role Conflict) ผลการศึกษาพบว่า (1) ความพยายามและผลการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กันสูงกว่าความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิผล และผลการปฏิบัติงานในกลุ่มของพนักงานขายตรงเพศหญิง และสำหรับกลุ่มของพนักงานขายตรง เพศชาย ลักษณะของความสัมพันธ์ของตัวแปรดังกล่าวเป็นในทางกลับกัน (2) ประสิทธิภาพและผลการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์สูงกว่าความสัมพันธ์ระหว่างความพยายาม และผลการปฏิบัติงานในกลุ่มของพนักงานขายตรงที่มีประสบการณ์ (3) บุคลิกภาพส่งผลที่แตกต่างกันระหว่างกลุ่ม (4) บุคลิกภาพแบบ Competitiveness สามารถทำนายความพยายามและประสิทธิผลได้ (5) ประสบการณ์และประสิทธิผลมีความสัมพันธ์กันในกลุ่มของพนักงานขายตรงเพศชายและกลุ่มของพนักงานขายที่มีประสบการณ์ ในขณะที่พนักงานขายตรงเพศหญิง และพนักงานขายที่ไม่มีประสบการณ์มีความสัมพันธ์กันกับความพยายามในการขาย (6) พนักงานขายตรงเพศชาย มีผลการปฏิบัติงานแตกต่างจากพนักงานขายตรงเพศหญิง และ (7) พนักงานขายตรงที่มีประสบการณ์ มีผลการปฏิบัติงานแตกต่างจากพนักงานขายที่ไม่มีประสบการณ์

5.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์กับผลการปฏิบัติงาน

5.1.1 งานวิจัยต่างประเทศ

เฟรนช์ และ โทมัส (French and Thomas. 1958 : 45-48) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์กับความสามารถในการแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานการบิน ที่มาฝึกอบรมที่ฐานทัพอากาศ Lackland จำนวน 100 คน โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็นสองกลุ่ม คือ กลุ่มที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงกับกลุ่มที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ต่ำ เพื่อดูความแตกต่างในเรื่องของความสามารถในการแก้ไขปัญหา ผลจากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงจะมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาได้ดีกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ต่ำ นั่นก็คือ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความสามารถในการแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

โฮล (Holley. 1970 : 472) ทำการศึกษาเกี่ยวกับความสำเร็จของนักธุรกิจ ผลปรากฏว่าลักษณะประการหนึ่งซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะตัวของนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ คือ จะเป็นผู้มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์หรือความต้องการสัมฤทธิ์ มีความต้องการพึ่งตนเอง และมีความรับผิดชอบสูง

สเทียร์ (Steer .1975 : 978-682) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ที่มีต่อทัศนคติในการทำงานและผลการปฏิบัติงาน โดยทำการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิง ตำแหน่งหัวหน้างานระดับต้นทำหน้าที่ดูแลคนงาน เสมียน พนักงานระดับล่าง ทำงานในองค์กรเกี่ยวกับสาธารณสุขขนาดใหญ่แห่งหนึ่ง ผลการศึกษาพบว่าแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อัสติน (Austin .1986 : 47) ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยบางประการที่มีผลต่อประสิทธิภาพการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาวิทยาลัย ซึ่งทำการศึกษาเฉพาะปัจจัยที่เป็นลักษณะส่วนบุคคล บุคลิกภาพ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ภูมิหลังการศึกษา ความสามารถ และทัศนคติต่อการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ สำหรับตัวแปรบุคลิกภาพและแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์นั้น พบว่าบุคลิกภาพมีประสิทธิภาพในการทำนายผลการทดสอบการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และนักศึกษาที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ต่ำจะมีลักษณะของความสามารถในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่ำ และมีทัศนคติต่อการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ในเชิงลบ ทำให้ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่ำลง

เฮลเมอร์ริช และคณะ (Helmerich.1986 : 185-188) ได้ทำการศึกษาเรื่องแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์กับความสำเร็จในการฝึกปฏิบัติหน้าที่รับจองตั๋วเครื่องบินของพนักงานที่สมัครเข้าทำงานในสายการบินภายใน

ประเทศที่เพิ่งเปิดดำเนินการโดยวัดระดับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของพนักงานที่สมัครเข้าทำงาน จากนั้นได้ทำการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงาน โดยทำการประเมินเป็น 3 ช่วง ได้แก่ ช่วง 1-3 เดือนแรก ช่วงเดือนที่ 4-6 และช่วงเดือนที่ 7-8 ตามลำดับ ผลการศึกษาในครั้งนี้พบว่าตัวแปรแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สามารถทำนายการประสบความสำเร็จในการฝึกปฏิบัติหน้าที่รับจองตั๋วเครื่องบินได้ แม้ว่าจะทำนายได้น้อย และไม่อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ในช่วง 3 เดือนแรกของการทำงาน นั่นก็คือ ในช่วง 3 เดือนแรกของการทำงานพบว่าแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สามารถทำนายการประสบความสำเร็จในการฝึกปฏิบัติหน้าที่รับจองตั๋วเครื่องบินได้น้อยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ $r = .09$ แต่ในช่วงเวลาต่อมา คือ เดือนที่ 4-6 และเดือนที่ 7-8 สามารถทำนายการประสบความสำเร็จในการฝึกปฏิบัติหน้าที่รับจองตั๋วเครื่องบินได้มากขึ้น ในระดับที่ยอมรับได้ ซึ่งมีค่านัยสำคัญทางสถิติน้อยกว่า .05 และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ $r = .36$ และ $.34$ ตามลำดับ

ไมสรา (Misra .1986 : 42-46) ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ความรู้สึกมีคุณค่าในตัวเอง แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ แรงจูงใจใฝ่อำนาจ และผลการปฏิบัติงาน กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรม จำนวน 150 คน ประกอบด้วย 3 กลุ่ม คือ ผู้ช่วยวิศวกร ผู้จัดการโรงงาน และเสมียนประจำสำนักงานจำนวนกลุ่มละ 50 คน ได้สรุปผลการศึกษาในส่วนที่เกี่ยวกับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ไว้ว่าสามารถทำนายผลการปฏิบัติงานได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

โคพาฮินได (Ikpaahindi .1987 : 535-537) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ และแรงจูงใจใฝ่อำนาจ เพื่อทำการศึกษาเปรียบเทียบว่าตัวแปรแรงจูงใจตัวใดที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับจำนวนผลงานวิจัยด้านวิทยาศาสตร์ที่ได้รับการตีพิมพ์ออกเผยแพร่ จากการศึกษาพบว่า สัตวแพทย์ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงจะมีผลงานวิจัยตีพิมพ์ออกเผยแพร่มาก นั่นก็คือ สัตวแพทย์ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงมากเท่าใดก็จะมีผลงานวิจัยตีพิมพ์ออกเผยแพร่มากขึ้นตามไปด้วย จึงสามารถสรุปได้ว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับจำนวนผลงานวิจัยของสัตวแพทย์ที่ได้รับการตีพิมพ์ออกเผยแพร่

พอทท์ฮาร์ท (Pottharst. 1957 : 145) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์กับระดับในการทำงานกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาชาย จำนวน 43 คน แบ่งออกเป็น กลุ่มที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง ปานกลาง และต่ำ ผลการศึกษาปรากฏว่า ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงจะโดดเด่นในการทำงานสูงกว่าผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ต่ำ

แมคเคลแลนด์ (McClelland. 1961 : 178-280) ได้ศึกษาลักษณะเฉพาะของนักธุรกิจเกี่ยวกับความต้องการความสัมฤทธิ์กับพื้นฐานทางสังคม โดยดูจากอาชีพของบิดา จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้จัดการ

ที่มาจากสังคมระดับกลางในประเทศโปแลนด์ อิตาลี ตุรกี พบว่า ผู้ที่มีระดับพื้นฐานทางสังคมสูงขึ้นไปจะมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงขึ้นด้วย

ฟอกซ์ (Fox. 1969 : 1331-1332 A) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์กับตัวแปรอื่น ๆ คือ เพศ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เซอร์ปัญญาฐานะเศรษฐกิจสังคม และระดับความปรารถนาทางการศึกษา โดยทำการศึกษากับเด็กเกรด 8 จำนวน 283 คน ในมลรัฐเคนตักกี แคมตะวันตก (Western Kentucky) ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มีความสัมพันธ์กับเพศ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เซอร์ปัญญา และฐานะทางเศรษฐกิจ

สตีเฟนสัน (Stephenson. 1977 : 3445-3446) ได้ทำการศึกษาว่าแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์จะเป็นตัวทำนายในการแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพได้หรือไม่ กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาวิทยาลัยเทคนิคที่อินเดียยา จำนวน 60 คน แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ตามระดับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ เครื่องมือที่ใช้ศึกษา คือ แบบทดสอบเพื่อวัดสัมฤทธิ์ผลและความกังวลใจ ผลการศึกษาปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงสุดจะมีความสามารถในการแก้ปัญหามากกว่ากลุ่มที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ต่ำสุด แสดงว่ามีความสัมพันธ์ทางบวกระหว่างแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์กับความสามารถในการแก้ปัญหา

5.1.2 งานวิจัยภายในประเทศ

เมธี โพธิพัฒน์ (2523 : 79) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ และความซื่อสัตย์ของเด็กไทย โดยใช้นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 มัธยมศึกษาปีที่ 2 และมัธยมศึกษาปีที่ 4 ของโรงเรียนรัฐบาลสหศึกษาในกรุงเทพมหานคร สมุทรปราการ จันทบุรี เลย และสงขลา จำนวน 886 คน เป็นกลุ่มตัวอย่าง ผลจากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิง มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณาจากคะแนนเฉลี่ยและความแปรปรวนแล้ว พบว่ากลุ่มตัวอย่างเพศหญิง มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงกว่าเพศชาย ฝุขณีย์ ยมาภัย (2537 : 86-88) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพด้านความรู้ด้านขาย แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย ผลการศึกษาด้านบุคลิกภาพ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และผลการปฏิบัติงาน พบว่า ลักษณะบุคลิกภาพแบบมั่นคงแสดงออก มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และพบว่าบุคลิกภาพแบบหัววันไหว-แสดงออก มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานเชิงปริมาณอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ไม่พบว่ามีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานเชิงคุณภาพ

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับที่ยอมรับได้ ส่วนลักษณะบุคลิกภาพแบบมั่นคง-เก็บตัว มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานขายเชิงคุณภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับที่ยอมรับได้ นอกจากนี้ยังพบว่า ลักษณะบุคลิกภาพแบบหวั่นไหว-เก็บตัว มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานขายเชิงปริมาณ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ไม่พบว่ามีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานขายเชิงคุณภาพอย่างมีนัยสำคัญ ส่วนแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานขายทั้งเชิงคุณภาพและปริมาณ โดยมีค่า $r = .42$ และ $.14$ ตามลำดับ ซึ่งมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อาริดา สัวบุตร (2539 : 106) ได้ทำการศึกษา เรื่อง แรงจูงใจและพฤติกรรมการทำงานของผู้บริหารระดับกลาง ประกอบด้วยแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และแรงจูงใจใฝ่อำนาจ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานที่ประกอบด้วย พฤติกรรมการทำงานด้านการสื่อสาร ด้านการแก้ปัญหา ด้านความเป็นผู้นำ ด้านมนุษยสัมพันธ์ และระดับความทะเยอทะยานหรือการมุ่งความสำเร็จ จากผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการทำงานด้านการแก้ปัญหา ด้านมนุษยสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการทำงานด้านการแก้ปัญหา ด้านมนุษยสัมพันธ์ ด้านความเป็นผู้นำ ด้านการติดต่อสื่อสาร และระดับความทะเยอทะยานหรือความสำเร็จ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ โดยมีค่า $r = .76$ $.70$ $.68$ $.67$ และ $.65$ ตามลำดับ ซึ่งมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และผู้บริหารระดับกลางเพศชายและเพศหญิง มีแรงจูงใจและพฤติกรรมการทำงานทุก ๆ ด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้บริหารระดับกลางที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี มีแรงจูงใจโดยรวม และพฤติกรรมการทำงานโดยรวม ในระดับที่สูงกว่าผู้บริหารระดับกลางที่มีอายุมากกว่า 35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ส่วนผู้บริหารระดับกลางที่มีประสบการณ์การทำงานไม่เกิน 10 ปี มีแรงจูงใจโดยรวม แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และแรงจูงใจใฝ่อำนาจ สูงกว่าผู้บริหารระดับกลางที่มีประสบการณ์การทำงานมากกว่า 10 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .03 ถึง .04 และในด้านการศึกษา ผู้บริหารระดับกลางที่มีการศึกษาสูงกว่า มีแรงจูงใจโดยรวม แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ พฤติกรรมการทำงานโดยรวม สูงกว่าผู้บริหารระดับกลางที่มีการศึกษาน้อยกว่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .001

กัลยาณี สนธิสุวรรณ (2542 : 77-83) ทำการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ บุคลิกภาพ กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานกลุ่มธุรกิจโทรคมนาคม เครือเจริญโภคภัณฑ์ เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ บุคลิกภาพและผลปฏิบัติงานของกลุ่มตัวอย่าง เปรียบเทียบการปฏิบัติงานของพนักงานตามคุณลักษณะส่วนบุคคลทางด้าน เพศ ระดับการศึกษา อายุ และอายุการทำงาน หาค่าความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ บุคลิกภาพ กับผลการปฏิบัติงาน ผลการศึกษาพบว่า 1) ไม่พบว่ามีพนักงานที่มีเพศ อายุ และระดับการศึกษาต่างกัน มีผลการปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2.) พบว่าพนักงานที่มีอายุการทำงานแตกต่างกัน 3 กลุ่มมีผลการปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 3.) ไม่พบว่าแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มีความสัมพันธ์ กับผลการปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 4.) พบว่าบุคลิกภาพ แบบแสดงออก-เก็บตัว มีความสัมพันธ์ทางลบกับผลการปฏิบัติงานกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่.05 ส่วนบุคลิกภาพ แบบหัวน้ใจ-มั่นคงในสภาวะอารมณ์ ไม่พบว่ามีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และ 5.) พบว่าบุคลิกภาพ แบบแสดงออก-เก็บตัว และ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ สามารถร่วมกันทำนายผลการปฏิบัติงานได้ร้อยละ 5.91 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ .05 ตามลำดับ

5.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะส่วนบุคคลกับผลการปฏิบัติงาน

คริสเนอร์ (Lamont and Lundstrom. 1977 : 521 ; citing Kirchner. 1960. *Identifying Successful Industrial Saleman by Personality and personal Characteristics*) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างอายุตัวกับประสิทธิผลในการทำงานของพนักงานขาย พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายปลีกในธุรกิจอุตสาหกรรม และพนักงานขายประกันชีวิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คอตแอม (Lamont and Lundstrom. 1977 : 521; citing Cotham .1969. *Identifying Successful Industrial Saleman by Personality and personal Characteristics*) ได้ทำการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพและผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย เรื่อง การใช้ข้อมูลประวัติส่วนตัวบุคคลในการพิจารณาคัดเลือกพนักงานขายปลีก พบว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับยอดขาย โดยมีค่า $r = .29$

ส่วนในการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอายุการทำงานและผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย วอทรูบา (Lamont and Lundstrom. 1977 : 521 ; citing Wotruba .1970 . *Identifying Successful Industrial Saleman by Personality and personal Characteristics*) ได้ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์กระบวนการในการคัดเลือกพนักงานขาย พบว่าลักษณะส่วนบุคคล รวมทั้งประสบการณ์ทำงาน สามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลในการพิจารณาถึงความสัมพันธ์ที่มีต่อผลการปฏิบัติงาน และทำให้การตัดสินใจในกระบวนการคัดเลือกพนักงานขายมีความน่าเชื่อถือได้มากยิ่งขึ้น ที่จะแสดงถึงแนวโน้มในการประสบความสำเร็จในการขายได้

สำหรับการศึกษาวิจัยว่าเพศมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานนั้น ยังไม่พบว่ามีงานวิจัยที่จะนำมาสนับสนุนกลุ่มตัวอย่างพนักงานระดับปฏิบัติการเช่นเดียวกับที่ผู้วิจัยเลือกศึกษา อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัย

เห็นว่าองค์การให้ความสนใจเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงาน ที่อาจจะส่งผลถึงแนวโน้มความก้าวหน้าของพนักงาน เพศชายและหญิง จึงได้ขอนำมาเป็นตัวแปรหนึ่งในการวิจัยครั้งนี้

จากการศึกษาทฤษฎีต่าง ๆ รวมทั้งเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปได้ว่า ลักษณะส่วนบุคคลบางประการ ลักษณะของบุคลิกภาพ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงาน ซึ่งจะส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานตามเป้าหมายขององค์การ ด้วยเหตุผลที่ว่าผลการปฏิบัติงาน อันเกิดจากแต่ละบุคคลนั้นจะเป็นตัวแสดงถึงลักษณะการทำงาน พฤติกรรมการทำงาน การวางแผนการปฏิบัติงาน ความมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน และในการพิจารณาองค์ประกอบย่อยในระดับบุคคล จะเห็นว่าบุคลิกภาพจะเป็นลักษณะทางจิตวิทยาของบุคคล ที่จะสามารถสะท้อนถึงความสามารถในการทำงานของคน ตลอดจนเป็นตัวกำหนดการปรับตัวของบุคคลต่อสิ่งแวดล้อมในที่แตกต่างกันไป ส่วนแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์นั้นจะเป็นลักษณะหนึ่งภายใน ที่ผลักดันให้บุคคลใช้ความพยายามในการปฏิบัติงานจนสำเร็จด้วย มาตรฐานที่ดีเยี่ยม และผลการปฏิบัติงานก็คือ ผลลัพธ์ของความพยายามร่วมกันของบุคคลเหล่านั้น ซึ่งจะเป็นสิ่งสำคัญในอันที่จะช่วยให้แต่ละหน้าทำงานประสบผลสำเร็จในระดับที่สูง ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่าการศึกษาถึง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน ไม่ว่าจะเป็นลักษณะของบุคลิกภาพ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ของพนักงานใน องค์การ จะเป็นประโยชน์ในการนำไปปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาบุคลิกภาพ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์และเพื่อปรับปรุงผลการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์การให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ในการสนับสนุนให้ ภารกิจขององค์การสัมฤทธิ์ผลตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ เมื่อได้ตระหนักถึงความสำคัญของปัจจัยเหล่านี้ จึงได้สรุป รวบรวม แนวคิด ทฤษฎีต่าง ๆ นำมาเป็นหัวข้อในการศึกษาวิจัย

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของพนักงานขายที่มีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว ที่เป็นอิสระต่อกัน โดยมีตัวแปรต้น คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ บุคลิกภาพ ความรู้ด้านการขาย และและตัวแปรตาม คือ การปฏิบัติงานของพนักงานขาย

แหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นพนักงานขายดีเด่นของ บริษัทเนสท์เล่ โปรดักทส์ (ไทยแลนด์) อินค์ รวมทั้งหมด 81 คน

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย

- ตอนที่ 1. แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล
- ตอนที่ 2. แบบสอบถามแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงาน
- ตอนที่ 3. แบบวัดบุคลิกภาพ
- ตอนที่ 4. แบบทดสอบความรู้ในเรื่องการขาย

วิธีการดำเนินการสร้างเครื่องมือ

1. แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล

1.1 ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของพนักงานขาย โดยพิจารณาให้สอดคล้องกับตัวแปรลักษณะส่วนบุคคล ซึ่งประกอบด้วยเพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเติมข้อความให้สมบูรณ์

1.2 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามข้อมูลส่วนตัวที่สร้างขึ้นไปหาความเที่ยงตรงเชิงประจักษ์ โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ได้พิจารณาตรวจสอบแบบสอบถาม ทั้งด้านเนื้อหาและภาษาที่ใช้ เพื่อให้สามารถวัดได้ตรงกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการจะวัด และมีความสอดคล้องกับนิยามศัพท์เฉพาะ และผู้วิจัยนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมก่อนนำไปทดลองใช้

ตัวอย่างแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล

ตอนที่1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () และเติมข้อความลงใน..... ซึ่งตรงกับลักษณะส่วนตัวของท่านตามความเป็นจริงในปัจจุบันให้ครบถ้วน

1. เพศ () ชาย () หญิง
2. อายุปัจจุบัน ปี
3. วุฒิการศึกษาสูงสุด
 - () มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.3 หรือ ม.ศ.3)
 - () มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6 หรือ ม.ศ.5) ปวช. หรือเทียบเท่า
 - () อนุปริญญา , ปวส. ,หรือเทียบเท่า
 - () ปริญญาตรี หรือ เทียบเท่า
 - () อื่นๆ โปรดระบุ
4. ระยะเวลาที่ท่านประกอบอาชีพพนักงานขาย.....ปี เดือน

2. แบบสอบถามแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงาน

2.1 ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารตำราต่างๆและงานวิจัยที่เกี่ยวกับเรื่องแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ รวมทั้งเครื่องมือวัดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และแบบสอบถามแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของเมธี โพธิพัฒน์ (2523:101-103) และแบบสอบถามแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของ รุ่งโสพล สิทธิเวชย์ (2534 : 118—125) เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงาน โดยสร้างข้อคำถามให้เหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้

2.2.ผู้วิจัยนำแบบสอบถามเรื่องแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงานที่สร้างขึ้นไปหาความเที่ยงตรงเชิงประจักษ์ โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ได้พิจารณาตรวจสอบแบบสอบถาม ทั้งด้านเนื้อหาและภาษาที่ใช้ เพื่อให้สามารถวัดได้ตรงกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการจะวัด มีความสอดคล้องกับนิยามศัพท์เฉพาะ และผู้วิจัยนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมก่อนนำไปทดลองใช้

2.3 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามเรื่องแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงาน ที่ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ จำนวน 40 ข้อ ไปทำการทดลองใช้ (Try out) กับพนักงานขายดีเด่นของบริษัทในเครือของบริษัทเนสต์เล่ จำนวน 30 คน ซึ่งมีลักษณะใกล้เคียง กับกลุ่มตัวอย่างจริง เพื่อวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ โดยใช้เทคนิค 25% ของกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ แล้วใช้ t-test (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2538 : 100-104) และพิจารณาค่า t ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 หรือ t ตั้งแต่ 1.75 ขึ้นไป เพื่อนำมาใช้เป็นข้อคำถามในแบบสอบถาม ได้แบบสอบถามจำนวน 40 ข้อ

2.4.ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่คัดเลือกแล้ว มาหาค่าความเชื่อมั่น (Validity) หาความเชื่อมั่น ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ตามวิธีของ ครอนบัต (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่น.8792

ลักษณะแบบสอบถามวัดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงาน

ลักษณะแบบสอบถามวัดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงานของการศึกษาในครั้งนี้สร้างมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ ประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

เกณฑ์การให้คะแนน

กรณีที่ 1 ข้อคำถามที่มีความหมายเชิงนิมมาน หรือเชิงบวก (Positive) กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้ คือ

เป็นจริงมากที่สุด	เท่ากับ	5	คะแนน
เป็นจริงมาก	เท่ากับ	4	คะแนน
เป็นจริงบางส่วน	เท่ากับ	3	คะแนน
เป็นจริงน้อย	เท่ากับ	2	คะแนน
ไม่จริงเลย	เท่ากับ	1	คะแนน

กรณีที่ 2 ข้อคำถามที่มีความหมายเชิงนิเสธ หรือเชิงลบ (Negative) กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้ คือ

เป็นจริงมากที่สุด	เท่ากับ	1	คะแนน
เป็นจริงมาก	เท่ากับ	2	คะแนน

เป็นจริงบางส่วน	เท่ากับ	3	คะแนน
เป็นจริงน้อย	เท่ากับ	4	คะแนน
ไม่จริงเลย	เท่ากับ	5	คะแนน

เกณฑ์ในการแปลความหมาย

สำหรับการแบ่งระดับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ผู้วิจัยได้แบ่งเกณฑ์การแบ่งออกเป็น 3 ระดับโดยพิจารณาจากพิสัย (Range) ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนรวมสูงสุด} - \text{คะแนนรวมต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}}$$

จากนั้นนำมาเป็นเกณฑ์แบ่งระดับของคะแนนแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์คะแนนที่ได้จากการประเมินนำมาพิจารณาตามเกณฑ์พิสัยสามารถกำหนดระดับของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ได้ดังนี้

แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ต่ำ	มีคะแนนตั้งแต่	40 - 93	คะแนน
แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ปานกลาง	มีคะแนนตั้งแต่	94 - 146	คะแนน
แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง	มีคะแนนตั้งแต่	147 - 200	คะแนน

ตัวอย่างแบบสอบถามวัดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงาน

คำชี้แจง : ขอให้พิจารณาข้อคำถามทุกข้อโดยละเอียดและทำเครื่องหมาย ✓ ตามความรู้สึกและความคิดเห็นที่แท้จริงของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว ซึ่งคำตอบของท่านจะไม่มีถูกหรือผิด โดยแบ่งระดับการประเมินออกเป็น 5 ระดับดังนี้

เป็นจริงมากที่สุด	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงต่อความรู้สึกและความเป็นจริงที่สุด
เป็นจริงมาก	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงต่อความเป็นจริงเป็นส่วนมากแต่ยังไม่ถึงเป็นจริงที่สุด
เป็นจริงบางส่วน	หมายถึง	ข้อความนั้นเป็นจริงและไม่จริงพอๆกัน
เป็นจริงน้อย	หมายถึง	ข้อความนั้นตรงตามความเป็นจริงเพียงเล็กน้อย
ไม่จริงเลย	หมายถึง	ข้อความนั้นไม่ตรงต่อความเป็นจริงเลย

ข้อที่	ข้อความ	ระดับการประเมิน				
		เป็น จริง มาก ที่สุด	เป็น จริง มาก	เป็น จริง บาง ส่วน	เป็น จริง น้อย	ไม่ จริง เลย
1)	ข้าพเจ้าปรารถนาอย่างยิ่งที่จะทำงานยากๆให้สำเร็จ	—	—	—	—	—
2)	ข้าพเจ้าทำงานด้วยความสนุกมากกว่าทุกข้อ	—	—	—	—	—

3. แบบวัดถามบุคลิกภาพ

3.1 ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจึงเลือกใช้แบบทดสอบบุคลิกภาพ MPI ตามที่สมทรง สุวรรณเลิศและคณะ (2512:17-19)ได้แปลและเรียบเรียงเป็นภาษาไทย ได้ทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างคนไทยแล้วว่าสามารถนำไปใช้ได้กับทั้งวัยรุ่นและผู้ใหญ่ได้ นอกจากนี้ แบบทดสอบบุคลิกภาพ MPI นี้เป็นแบบทดสอบที่มีจำนวนข้อคำถามมี 48 ข้อ แต่ละสเกลมีความเป็นอิสระต่อกัน ไม่มีความแตกต่างในการนำไปใช้ทั้งในเพศชายและหญิง มีค่าสหสัมพันธ์สูงกับแบบทดสอบมาตรฐานอื่นที่ใช้วัดในลักษณะเดียวกัน (ประจิตต์ ประจักษ์จิต. 2525 : 21)

3.2. ผู้วิจัยนำแบบวัดบุคลิกภาพไปหาความเที่ยงตรงเชิงประจักษ์ โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ได้พิจารณาตรวจสอบแบบวัด ทั้งด้านเนื้อหาและภาษาที่ใช้ เพื่อให้สามารถวัดได้ตรงกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการจะวัด มีความสอดคล้องกับนิยามศัพท์เฉพาะ และผู้วิจัยนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมก่อนนำไปทดลองใช้

3.3 ผู้วิจัยนำแบบวัดบุคลิกภาพที่ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ จำนวน 48 ข้อ ไปทำการทดลองใช้ (Try out) กับพนักงานขายดีเด่นของบริษัทในเครือของบริษัทเนสท์เล่ จำนวน 30 คน ซึ่งมีลักษณะใกล้เคียง กับกลุ่มตัวอย่างจริง เพื่อวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ โดยใช้เทคนิค 25% ของกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ แล้วใช้ t-test (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2538 : 100-104) และพิจารณาค่า t ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 หรือ t ตั้งแต่ 1.75 ขึ้นไป เพื่อนำมาใช้เป็นข้อคำถามในแบบสอบถาม ได้แบบวัดข้อคำถามจำนวน 48 ข้อ

3.4.ผู้วิจัยนำแบบวัดบุคลิกภาพที่คัดเลือกแล้ว มาหาค่าความเชื่อมั่น (Validity) หาค่าความเชื่อมั่น ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ตามวิธีของ ครอนบัต (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่น.8261

ลักษณะแบบวัดบุคลิกภาพ

ลักษณะแบบสอบถามวัดบุคลิกภาพของการศึกษาในครั้งนี้สร้างมาตราส่วนประเมินค่า 3 ระดับ ประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับบุคลิกภาพ ซึ่งผู้วิจัยใช้แบบวัดบุคลิกภาพ MPI (The Maudsley Personality Inventory) ของ H.J. Eysenck ซึ่งแบ่งบุคลิกภาพออกเป็น 4 ประเภท คือ

- | | |
|----------------------------|---------------------------|
| 2.1 อารมณ์มั่นคง-แสดงออก | (Stability – Extrovert) |
| 2.2 อารมณ์หวั่นไหว-แสดงออก | (Neurotic – Extrovert) |
| 2.3 อารมณ์มั่นคง-เก็บตัว | (Stability-Introvert) |
| 2.4 อารมณ์หวั่นไหว-เก็บตัว | (Neurotic-Introvert) |

เกณฑ์การให้คะแนน

การตรวจให้คะแนนคำตอบทำโดยใช้กระดาษคำตอบที่เจาะรูตรงกับช่องที่ขีดเครื่องหมายของ Scale E (Extraversion - Introversion) และ Scale N (Neuroticism-Stability) ทาบลงบนแผ่นกระดาษคำตอบ และให้คะแนน 2 หรือ 1 ตาม Key ที่กำหนดไว้ คะแนนรวมของแต่ละ Scale ได้จากการบวกคะแนน 2 และ 1 ที่ได้ทั้งหมดใน Scale นั้น ซึ่งอาจจะมีได้ตั้งแต่ 0 ถึง 48

เกณฑ์ในการแปลความหมาย

หลังจากนั้นนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วนำมาเสนอในรูปแบบตารางพร้อมทั้งแปลผล ซึ่งจากคะแนนที่ได้นำมาแบ่งลักษณะบุคลิกภาพทั้ง 4 ประเภท (กัลยาณี สนิทสุวรรณ 2542 : 65)

คะแนนใน Scale E (Extraversion - Introversion)

คะแนน Scale E มากกว่า 24 มีลักษณะบุคลิกภาพ แบบแสดงออก

คะแนน Scale E เท่ากับหรือน้อยกว่า 24 มีลักษณะบุคลิกภาพ แบบเก็บตัว

คะแนนใน Scale N (Neuroticism-Stability)

คะแนน Scale N มากกว่า 24 มีลักษณะบุคลิกภาพ แบบอารมณ์หวนไหว

คะแนน Scale N เท่ากับหรือน้อยกว่า 24 มีลักษณะบุคลิกภาพ แบบอารมณ์มั่นคง

ตัวอย่างแบบวัดบุคลิกภาพ

คำชี้แจง ต่อไปนี้คือคำถามเกี่ยวกับความเป็นไป ความรู้สึก และการกระทำของท่านให้ท่านทำเครื่องหมายถูก ลงใน ช่องว่างเพียงช่องเดียวในแต่ละข้อที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุดเท่าที่ท่านเคยทำหรือรู้สึก โดยแต่ละช่องมีความหมายดังนี้

“ใช่”	หมายถึง	ข้อความที่ระบุในข้อนั้นตรงกับลักษณะนิสัยของท่าน
“ไม่ใช่”	หมายถึง	ข้อความที่ระบุในข้อนั้นไม่ตรงกับลักษณะนิสัยของท่าน
“ไม่แน่ใจ”	หมายถึง	ข้อความที่ระบุในข้อนั้นไม่แน่ใจว่าจะตอบอย่างไรแต่ให้เลือกตอบช่องนี้ เมื่อท่านไม่แน่ใจจริงๆเท่านั้น

โปรดตอบให้เร็วอย่าใช้เวลาตอบคำถามนานเกินไปในแต่ละข้อ เราต้องการให้ท่านตอบสิ่งที่ท่านคิดได้เป็นครั้งแรกเมื่ออ่านประโยคนั้นจบ โปรดทำทุกข้อ

ต่อไปนี้โปรดลงมือทำโดยเร็วและพยายามตอบทุกข้อ ไม่มีคำตอบถูกหรือผิด การทดสอบนี้ไม่เกี่ยวกับเชาว์ปัญญาหรือความสามารถ แต่เป็นเพียงการทดสอบเกี่ยวกับความเป็นไปและการกระทำของท่าน

ข้อคำถาม	ใช่	ไม่แน่ใจ	ไม่ใช่
บางครั้งท่านรู้สึกเป็นสุขบางครั้งเศร้าโดยไม่มีเหตุผล			
ท่านรู้สึกเป็นสุขที่สุดที่ได้ร่วมในการทำงานที่ต้องใช้ความรวดเร็ว			
ท่านมักใจลอยในเวลาที่ท่านต้องการมีสมาธิ			

4. แบบทดสอบความรู้ในด้านการขาย

4.1 ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารตำราต่างๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวกับความรู้เบื้องต้นของการขายที่พนักงานขายควรทราบจากคู่มือความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการขาย และเอกสารที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ และศึกษาค้นคว้าความรู้เรื่องเทคนิคการขายจากแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้อง สรุปเป็นข้อบ่งชี้เนื้อหาที่จะใช้ในการสร้าง ทดสอบ รวมทั้งสัมภาษณ์ข้อเท็จจริงด้านเทคนิคการขายจากผู้เชี่ยวชาญ

4.2 นำมาสร้างเป็นข้อคำถามเกี่ยวกับความรู้ด้านเทคนิคการขายเป็นแบบตัวเลือก 4 ข้อ จำนวน 15 ข้อ

4.3. ผู้วิจัยนำแบบทดสอบความรู้ด้านการขาย ที่สร้างขึ้นไปหาความเที่ยงตรงเชิงประจักษ์ โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ และผู้จัดการฝ่ายการขายได้พิจารณาตรวจสอบแบบสอบถาม ทั้งด้านเนื้อหาและภาษาที่ใช้ เพื่อให้สามารถวัดได้ตรงกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการจะวัด มีความสอดคล้องกับนิยามศัพท์เฉพาะ และผู้วิจัยนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมก่อนนำไปทดลองใช้

4.4 ผู้วิจัยนำแบบทดสอบความรู้ด้านการขาย ที่ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ และผู้จัดการฝ่ายขาย จำนวน 15 ข้อ ไปทำการทดลองใช้ (Try out) กับพนักงานขายดีเด่นของบริษัทในเครือของบริษัทเนสท์เล่ จำนวน 30 คน ซึ่งมีลักษณะใกล้เคียง กับกลุ่มตัวอย่างจริง เพื่อวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ โดยใช้เทคนิค 25% ของกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ แล้วใช้ t-test (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2538 : 100-104) และพิจารณาค่า t ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 หรือ t ตั้งแต่ 1.75 ขึ้นไป เพื่อนำมาใช้เป็นข้อคำถามในแบบสอบถาม ได้แบบสอบถามจำนวน 15 ข้อ

4.5. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่คัดเลือกแล้ว มาหาค่าความเชื่อมั่น (Validity) หาความเชื่อมั่น ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ตามวิธีของ ครอนบัต (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่น.8280

ลักษณะแบบทดสอบความรู้ด้านการขาย

ลักษณะแบบทดสอบความรู้ด้านการขาย ของการศึกษาในครั้งนี้ เป็นแบบวัดความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการขาย ไม่จำกัดเวลาในการทดสอบ เป็นแบบตัวเลือก 4 ข้อ จำนวน 15 ข้อ

เกณฑ์การให้คะแนน

แบบทดสอบความรู้ความรู้ด้านเทคนิคการขาย ผู้วิจัยตรวจและให้คะแนนเป็นรายข้อ ข้อที่ตอบถูกได้ 1 คะแนน ข้อที่ตอบผิดให้ 0 คะแนน

เกณฑ์ในการแปลความหมาย

จากนั้นก็รวมคะแนนและนำมาหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทั้งนี้ได้ แบ่งความรู้เป็น 3 ระดับ โดยพิจารณาจากพิสัย (range) ดังนี้

ระดับความรู้ด้านเทคนิคการขาย แบ่งเป็น

ระดับต่ำ	มีคะแนน	0 - 5	คะแนน
ระดับปานกลาง	มีคะแนน	6 - 10	คะแนน
ระดับสูง	มีคะแนนตั้งแต่	11-15	คะแนน

ตัวอย่างแบบทดสอบความรู้ด้านการขาย

คำชี้แจง : แบบสอบถามฉบับนี้ประกอบด้วยข้อคำถามด้านความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการขาย

โปรดเลือกข้อที่ถูกต้องที่สุดเพียงข้อเดียว

1. จุดมุ่งหมายในการเสนอขายที่สำคัญคือ

- ก. อธิบายว่าสินค้านั้นมีประโยชน์อย่างไร
- ข. แสดงให้ลูกค้าเห็นว่าสินค้าและบริการนั้นสามารถตอบสนองความต้องการและความจำเป็นได้อย่างไร
- ค. พรรณนาถึงคุณประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับจากการซื้อสินค้า
- ง. ถูกทั้งข้อ ก. และ ค.

2. ในการดำเนินการขายนั้น จุดมุ่งหมายที่สำคัญที่สุดของการเข้าพบลูกค้าคือ

- ก. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า
- ข. เพื่อเสนอขายสินค้าทันที
- ค. เพื่อกำหนดลงไปว่าลูกค้ามีความสนใจอย่างจริงจังที่จะซื้อสินค้าหรือไม่
- ง. โน้มน้าวใจให้ลูกค้าซื้อสินค้า

5. แบบฟอร์มประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

ลักษณะแบบฟอร์มประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

ผู้วิจัยใช้แบบฟอร์มประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย เป็นการประเมินผลประจำปี ของบริษัท ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ซึ่งแบ่งการประเมินผล 5 ระดับ โดยรวมดังนี้คือ ดีเลิศ ดีมาก ดี พอใช้ และใช้ไม่ได้

เกณฑ์การให้คะแนน

การตรวจให้คะแนนจะถือเป็นเกณฑ์ดังนี้คือ

ดีเลิศ	เท่ากับ	1	คะแนน
ดีมาก	เท่ากับ	2	คะแนน
ดี	เท่ากับ	3	คะแนน
พอใช้	เท่ากับ	4	คะแนน
ใช้ไม่ได้	เท่ากับ	5	คะแนน

เกณฑ์ในการแปลความหมาย

ซึ่งผลรวมของทั้ง 2 ส่วนทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ มีค่า เท่ากับ 100 จากผลรวมของทั้ง 2 ส่วนโดยดูจากระดับคะแนนที่ได้เพื่อแสดงการประเมินผลโดยรวมดังนี้

ดีเลิศ	มีคะแนน	20 – 28	คะแนน
ดีมาก	มีคะแนน	29 – 40	คะแนน
ดี	มีคะแนน	41 – 60	คะแนน
พอใช้	มีคะแนน	61 – 80	คะแนน
ใช้ไม่ได้	มีคะแนน	81 – 100	คะแนน

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเฉพาะผู้ที่มีคะแนนตั้งแต่ 20-28 คะแนน (เป็นผู้ที่ได้รับคัดเลือกให้เป็นพนักงานขายดีเด่นประจำปี ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 100 คน ในระยะเวลา 5 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539 –2544

ตัวอย่างแบบฟอร์มประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

รหัสพนักงานขาย ----- หน่วย ----- วันที่ประเมินผล -----

หัวข้อประเมินผล	แนวทางการพิจารณา	ระดับการประเมิน				
		ดีเลิศ คะแนน (1)	ดีมาก (2)	ดี (3)	พอใช้ (4)	ใช้ไม่ได้ (5)
เชิงปริมาณ 1. ผลสำเร็จในการขาย 2. อัตราการเติบโตของยอดขาย 3. ผลของการเก็บบัญชี 4. การกระจายสินค้า 5. การจัดเรียงสินค้า	105%ขึ้นไป = ดีเลิศ 101-104% = ดีมาก 100% = ดี 85-99% = พอใช้ ต่ำกว่า 85% = ใช้ไม่ได้					
เชิงคุณภาพ <u>1.) ความรู้ความสามารถในด้านการขาย</u> 1.1 การเตรียมก่อนเข้าพบลูกค้า 1.2 การวางแผนงาน 1.3 การขจัดข้อโต้แย้ง <u>2.) ทักษะคติในการทำงาน</u> 2.1 มีความรับผิดชอบและเสียสละแก่ส่วนรวม 2.2 ให้ความร่วมมือต่อผู้ร่วมงานทุกระดับ	นำข้อมูลจากใบตรวจเยี่ยมตลาดของหัวหน้างาน พิจารณาจากพฤติกรรมในการทำงานโดยอาศัยการสังเกต					

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ติดต่อขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูล
2. นำแบบสอบถามไปยังพนักงานขายด้วยตนเองจำนวน 100 ชุด ได้รับคืนมา 87 ชุด
3. นำแบบสอบถามมาคัดเลือกรเฉพาะฉบับที่สมบูรณ์ได้จำนวน 81 ชุด มาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการโดยนำแบบสอบถามทั้งที่ตรวจให้คะแนนแล้ว นำไปลงรหัสเพื่อนำไปใช้คำนวณด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC⁺ (Statistical Package For Social Sciences/Personal Computer Plus) โดยการหาค่าสถิติ และทดสอบสมมติฐานดังนี้

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อนำไปใช้ในการหาผลใช้ค่าสถิติ ดังนี้

1. ค่าสถิติพื้นฐาน
 - 1.1 ค่าร้อยละ (Percentage)
 - 1.2 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean)
 - 1.3 ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ t -Test แบบ Independent
3. หาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α -Coefficient)
4. Point Biserial Correlation Coefficient ใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน เมื่อตัวแปรตัวหนึ่งเป็นตัวแปรต่อเนื่อง หรือเป็นข้อมูลชนิดอันดับภาพหรือชนิดอัตราส่วน ส่วนอีกตัวแปรหนึ่งเป็นข้อมูลชนิดนามบัญญัติ
5. Pearson Product Moment Correlation ใช้หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรสองตัวที่เป็นอิสระต่อกัน โดยที่เป็นตัวแปรต่อเนื่องทั้งคู่
6. Multiple Correlation ใช้หาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรชุดหนึ่งกับตัวแปรตามตัวหนึ่ง
7. Multiple Regression Analysis ใช้พยากรณ์ตัวแปรตามหนึ่งตัว ซึ่งส่งผลมาจากตัวแปรต้นตั้งแต่สองตัวขึ้นไป ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ใช้เทคนิควิธีของ Enter

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอเสนอรายละเอียดตามลำดับดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
2. การวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการสื่อความหมาย ผู้วิจัยขอเสนอสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบค่า t-test
x1	แทน	เพศ
x2	แทน	อายุ
x3	แทน	ระดับการศึกษา
x4	แทน	ระยะเวลาในการทำงาน
x5	แทน	แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์
x6	แทน	บุคลิกภาพ
x7	แทน	ความรู้ด้านการขาย
Y	แทน	การปฏิบัติงานของพนักงานขาย
R	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ
R^2	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์
SE_{est}	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนไหวมาตรฐานในการพยากรณ์

SE. _b	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนไหวมาตรฐานของสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์
B	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน
b	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ
a	แทน	ค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ
F	แทน	ค่าสถิติในการแจกแจงแบบเอฟ (F-distribution)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอในรูปตาราง จำแนกเป็น 3 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุระดับการศึกษา และอายุการทำงาน ตามตาราง 1
- ตอนที่ 2 เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ บุคลิกภาพ ความรู้ด้านการขาย และผลการปฏิบัติงาน ตามตาราง 2 และตาราง 3
- ตอนที่ 3 เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ตามตาราง 4 ถึงตาราง 6

**ตอนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน
ของกลุ่มตัวอย่าง**

ลักษณะส่วนบุคคลของพนักงานขายดีเด่นที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 81 คน

ตาราง 1 ค่าความถี่และร้อยละของพนักงานขาย จำแนกลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน

ลักษณะส่วนบุคคล	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	27	33.33
หญิง	54	66.67
อายุ		
20 - 24 ปี	1	1.24
25 - 30 ปี	27	33.33
มากกว่า 30 ปีขึ้นไป	53	65.43
ระดับการศึกษา		
ขั้นต่ำ (ต่ำกว่าปริญญาตรี)	4	4.94
ขั้นสูง (ปริญญาตรีขึ้นไป)	77	95.06
ระยะเวลาในการทำงาน		
ต่ำกว่า 3 ปี	3	3.70
3 - 5 ปี	14	17.29
มากกว่า 5 ปีขึ้นไป	64	79.01

จากตาราง 1 พบว่า พนักงานขายดีเด่นส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 66.67 เพศชาย ร้อยละ 33.34 และมีอายุมากกว่า 30 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 65.43 รองลงมาพนักงานขายที่มีอายุระหว่าง 25-30 ปีคิดเป็นร้อยละ 33.33 ส่วนพนักงานขายที่มีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.24 ซึ่งมีระดับการศึกษาขั้นสูง (การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป) มีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95.06 ส่วนพนักงานขายที่มีระดับการศึกษาขั้นต่ำ (การศึกษาตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ตอนปลาย ปวช. ปวส. อนุปริญญา หรือเทียบเท่า) มีร้อยละ 4.94 โดยพนักงานขายส่วนใหญ่มีอายุการทำงานตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 79.01 รองลงมาเป็นพนักงานขายที่มีอายุการทำงานตั้งแต่ 3-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.29 ส่วนอายุการทำงานต่ำกว่า 1-3 ปี มีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.7

ตอนที่ 2 บุคลิกภาพ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ความรู้ด้านการขาย และผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

ตาราง 2 ความถี่และร้อยละของพนักงานขาย จำแนกตามลักษณะบุคลิกภาพ

ลักษณะบุคลิกภาพ	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
บุคลิกภาพแบบมั่นคง-แสดงออก	49	43.0
บุคลิกภาพแบบหวั่นไหว-แสดงออก	19	16.70
บุคลิกภาพแบบมั่นคง-เก็บตัว	9	7.90
บุคลิกภาพแบบหวั่นไหว-เก็บตัว	4	3.50
รวม	81	100

จากตาราง 2 พบว่า พนักงานขายส่วนใหญ่มีบุคลิกภาพแบบมั่นคง-แสดงออก คิดเป็นร้อยละ 43.0 รองลงมามีบุคลิกภาพแบบหวั่นไหว-แสดงออก และแบบมั่นคง-เก็บตัว คิดเป็นร้อยละ 16.70 และ 7.90 ตามลำดับ ส่วนพนักงานขายที่มีบุคลิกภาพแบบหวั่นไหว-เก็บตัว มีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.50

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของพนักงานขายจำแนกตามแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ความรู้ด้านการขาย และการปฏิบัติงาน

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย
แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์			
ด้านความทะเยอทะยาน	30.95	3.67	สูง
ด้านความกระตือรือร้น	23.48	2.62	สูง
ด้านความกล้าเสี่ยง	25.48	3.33	สูง
ด้านความรับผิดชอบต่อตนเอง	27.49	3.11	สูง
ด้านการรู้จักวางแผนงาน	22.51	2.83	สูง
ด้านความมีเอกลักษณ์	21.11	2.52	สูง
รวมแต่ละด้าน	25.17	3.01	สูง
ความรู้ด้านการขาย	9.98	1.80	ปานกลาง
การปฏิบัติงาน	24.11	2.62	ดีเลิศ

จากตาราง 3 พบว่าพนักงานขายมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงในทุกด้านโดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 25.17 โดยด้านทะเยอทะยานจะมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด เท่ากับ 30.95 และด้านความรับผิดชอบต่อตนเอง รองลงมา เท่ากับ 27.49 ตามลำดับ ส่วนความรู้ด้านการขายในระดับปานกลางโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 9.98 และการปฏิบัติงานดีเลิศ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 24.11

ตอนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ บุคลิกภาพ ความรู้ด้านการขาย มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

1.ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภายใน (Intercorrelation Coefficient) ระหว่างเพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ บุคลิกภาพ และความรู้ด้านการขาย และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ บุคลิกภาพ และความรู้ด้านการขายกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย (Y) ได้ผลดังแสดงในตาราง 4-5

ตาราง 4 ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วยเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ บุคลิกภาพ และความรู้ด้านการขายกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

ตัวแปร	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7
X1	1.000	.069	.064	.171	.071	-.237*	.063
X2		1.000	.069	.472**	-.171	.098	.113
X3			1.000	.147	-.042	-.128	-.014
X4				1.000	.014	-.182	.034
X5					1.000	-.093	.052
X6						1.000	.079
X7							1.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 4 พบว่า ค่าสหสัมพันธ์ภายในระหว่างเพศ และ บุคลิกภาพ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับ อายุ และระยะเวลาในการทำงาน มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกจากนั้นไม่พบความความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2.ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณและปัจจัยที่ส่งผลกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย ในการหาค่าน้ำหนักตัวแปรที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายใช้วิธีนำเข้า (Enter) ในการวิเคราะห์ ได้ผลดังแสดงในตาราง 5

ตาราง 5 แสดงค่าความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ บุคลิกภาพ ความรู้ด้านการขาย กับ การปฏิบัติงานของพนักงานขาย

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ กับการปฏิบัติงาน
เพศ	-0.091
อายุ	0.087
ระดับการศึกษา	0.166
ระยะเวลาในการทำงาน	0.011
แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์	0.080*
บุคลิกภาพ	0.102
ความรู้ด้านการขาย	-0.166

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 5 พบว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสำหรับ ตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน บุคลิกภาพ และความรู้ด้านการขาย ไม่มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ บุคลิกภาพ และความรู้ด้านการขาย สามารถทำนายการปฏิบัติงานของพนักงานได้

ตาราง 6 ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวพยากรณ์ (B,b) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ (R^2) ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ (SE_b) ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ (SE_{est}) และค่าคงที่ของสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ (a) เมื่อใช้การปฏิบัติงานของพนักงานขายเป็นเกณฑ์

ตัวพยากรณ์		b	Beta	SE_b	t	อันดับ
ความรู้ด้านการขาย	X7	-.274	-.189	.163	-1.677	1
ระดับการศึกษา	X3	1.181	.186	.718	1.645	2
แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์	X5	.361	.136	.302	1.195*	3
เพศ	X1	-.416	-.075	.639	-.651	4
ระยะเวลาในการทำงาน	X4	-.202	-.040	.674	-.299	5
บุคลิกภาพ	X6	.0021	.115	.023	.965	6
อายุ	X2	.677	.131	.680	.995	7
R		=	0.320			
R^2		=	0.103		F = 1.192*	
— SE_{est}		=	+2.595			
a		=	21.112			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 6 พบว่า กลุ่มตัวแปรพยากรณ์ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ บุคลิกภาพ และ ความรู้ด้านการขาย สามารถพยากรณ์การปฏิบัติงานของพนักงานขายได้ 10.30 % และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

และเมื่อนำไปเข้าสมการพยากรณ์พบว่าไม่มีตัวแปรใดที่สามารถพยากรณ์ผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายได้

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ บุคลิกภาพ ความรู้ด้านการขายกับการปฏิบัติงานของพนักงานขาย
2. เพื่อศึกษาตัวพยากรณ์ ระหว่าง เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ บุคลิกภาพ และความรู้ด้านการขาย กับการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

สมมุติฐานของการศึกษาค้นคว้า

1. เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ บุคลิกภาพ ความรู้ด้านการขาย มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานของพนักงานขาย
2. ลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ บุคลิกภาพ และความรู้ด้านการขาย สามารถทำนายการปฏิบัติงานของพนักงานขายได้

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

แหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาเป็นพนักงานขายที่ได้รับรางวัลพนักงานขายดีเด่นประจำปี พ.ศ 2539 -2544 ของบริษัท เนสท์เล่ โปรดักท์ส (ไทยแลนด์) อินค์ จำนวน 81 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

ในการศึกษครั้งนี้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย

- ตอนที่ 1. แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล
- ตอนที่ 2. แบบสอบถามแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงาน
- ตอนที่ 3. แบบวัดบุคลิกภาพ
- ตอนที่ 4. แบบทดสอบความรู้ในเรื่องการขาย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ติดต่อขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูล
2. นำแบบสอบถามไปยังพนักงานขายด้วยตนเอง
3. ติดต่อขอแบบสอบถามคืนด้วยตนเอง และนำแบบสอบถามมาคัดเลือกเฉพาะฉบับที่สมบูรณ์ มาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป ซึ่งมีผู้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจำนวน 81 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการโดยนำแบบสอบถามทั้งที่ตรวจให้คะแนนแล้ว นำไปลงรหัสเพื่อนำไปใช้คำนวณด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC⁺ (Statistical Package For Social Sciences/Personal Computer Plus) โดยการหาค่าสถิติ และทดสอบสมมติฐาน

สรุปผลการศึกษาวิจัย

การศึกษาค้นคว้าสรุปผลได้ดังนี้

ตอนที่1 ลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ลักษณะทั่วไปของพนักงานขายดีเด่นที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง เป็นเพศหญิง ร้อยละ 66.67.0 เพศชาย ร้อยละ 33.34 ส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า31 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 65.43 รองลงมาพนักงานขายที่มีอายุ 25-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.33 ส่วนพนักงานขายที่มีอายุ 22-24 ปีมีน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 1.24 ซึ่งมีการศึกษาระดับชั้นสูง (การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป)มีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95.06 ส่วนพนักงานขายที่มีการศึกษาขั้นต่ำ(การศึกษาตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ตอนปลาย ปวช. ปวส. อนุปริญญาหรือเทียบเท่า) มีร้อยละ 4.94 โดยพนักงานขายส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการทำงานตั้งแต่ 5ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 79.01 รองลงมาเป็นพนักงานขายที่มีอายุการทำงานตั้งแต่ 3-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.29 ส่วนอายุการทำงานต่ำกว่า 1-3 ปี มีน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.7

1.2. แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ พนักงานขายส่วนใหญ่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ในการปฏิบัติงานโดยรวมทุกด้านมีค่าเฉลี่ย 25.17 ซึ่งอยู่ในระดับสูง และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านความทะเยอทะยาน มีค่าเฉลี่ย

สูงที่สุด มีค่าเฉลี่ย 30.95 และรองลงมาคือ ด้านความรับผิดชอบต่อตนเอง มีค่าเฉลี่ย 27.49 ด้านความกล้าเสี่ยง 25.48 ด้านการรู้จักวางแผน 22.51 และด้านความมีเอกลักษณ์ 21.11 ตามลำดับ

1.3. บุคลิกภาพ พนักงานขายส่วนใหญ่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบมั่นคง-แสดงออกคิดเป็นร้อยละ 43.0 รองลงมามีบุคลิกภาพแบบหวั่นไหว-แสดงออก คิดเป็นร้อยละ 16.70

1.4. ความรู้ด้านการขายเกี่ยวกับเทคนิคการขาย พนักงานส่วนใหญ่จะมีความรู้ปานกลางคิดเป็นร้อยละ 43.9 รองลงมามีความรู้ด้านการขายสูง คิดเป็นร้อยละ 27.2

1.5. การปฏิบัติงาน พนักงานขายเป็นพนักงานขายดีเด่นซึ่งจะมีการปฏิบัติงานที่ดีเลิศ

ตอนที่2 การทดสอบสมมุติฐาน

2.1 พบว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ มีความสัมพันธ์การปฏิบัติงานของพนักงานขายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สำหรับตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน บุคลิกภาพ และความรู้ด้านการขาย พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

2.2 ตัวแปรพยากรณ์ สามารถร่วมกันทำนายการปฏิบัติงานของพนักงานขายได้ 10.30% และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อเข้าไปเข้าสมการทำนายพบว่าตัวแปรแต่ละตัวไม่มีผลต่อการทำนายการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

การอภิปรายผล

1.จากการวิจัยพบว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ พนักงานขายที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์จะมีการปฏิบัติงานขายสูงตามไปด้วย โดยเฉพาะตัวแปรย่อยของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ด้านความทะเยอทะยานจะมีมากที่สุด ซึ่งหมายถึงการแสดงออกของลักษณะนิสัยของบุคคล ที่มีความต้องการจะให้ตนสำเร็จ โดยการตั้งความหวังไว้สูง มุ่งมั่นที่จะทำสิ่งที่ต้องการให้ได้ ทั้งนี้เป็นเพราะพนักงานขายแต่ละคนส่วนใหญ่มักมีการตั้งเป้าหมายในการปฏิบัติงานขาย (ตั้งเป้าของยอดขาย) และเพื่อที่จะบรรลุเป้าหมายในการปฏิบัติงานขายดังกล่าว พนักงานขายต่างก็พยายามเอาชนะอุปสรรคต่าง ๆ เพื่อที่จะประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตนได้ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนทรสินสุวงศ์วัฒน์ (2527 : 6-7) ได้กล่าวถึง ลักษณะนิสัย พฤติกรรม ซึ่งเป็นองค์ประกอบของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์

6 ด้านและสอดคล้องกับแมคเคลแลนต์ คือ ความทะเยอทะยาน ความกระตือรือร้น ความกล้าเสี่ยง ความรับผิดชอบต่อนอง การรู้จักวางแผนงาน ความมีเอกลักษณ์ เป็นองค์ประกอบ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลีมอนท์ และ ลันด์สตรอม (Lamont and Lundstrom .1977 : 517-559) ที่พบว่าโครงสร้างบุคลิกภาพแบบ Endurance ซึ่งหมายถึงลักษณะการมุ่งมั่นของบุคคล เต็มใจที่จะทำงานเป็นระยะเวลานาน สามารถเผชิญหน้ากับความยากลำบาก และมีนิสัยอดทนในการทำงาน ซึ่งเป็นคุณสมบัติส่วนหนึ่งของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย และด้านความรับผิดชอบซึ่งมีค่าสูงเช่นเดียวกัน สอดคล้องกับการศึกษาของ โฮล (Holley .1970 : 472) ที่ทำการศึกษาเกี่ยวกับความสำเร็จของนักธุรกิจ ผลปรากฏว่าลักษณะประการหนึ่งซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะตัวของนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ คือ จะเป็นผู้มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ มีความต้องการพึ่งตนเอง และมีความรับผิดชอบสูง

สำหรับตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการทำงาน บุคลิกภาพ และความรู้ด้านการขาย พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการปฏิบัติงานของพนักงานขาย ที่เป็นเช่นนี้เพราะ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้เป็กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันคือเป็นพนักงานขายดีเด่นที่มีผลการปฏิบัติงานดีเลิศ และจำนวนกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนไม่มากพอจึงไม่แสดงผลความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2. จากผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเพื่อทำนายการปฏิบัติงานขาย พบว่าสามารถร่วมกันทำนายผลการปฏิบัติงานขาย ได้10.30% และอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั้น และเมื่อนำไปเข้าสมการทำนายพบว่าตัวแปรแต่ละตัวไม่มีผลต่อการทำนายการปฏิบัติงานของพนักงานขาย ที่เป็นเช่นนี้เพราะกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นลักษณะที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันคือเป็นพนักงานขายดีเด่นที่มีการปฏิบัติงานดีเลิศ และจำนวนกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนไม่มากพอจึงไม่แสดงผลความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1.1 ในการสรรหาและคัดเลือกพนักงานขาย ควรจะมีการพิจารณาลักษณะของพนักงานขายที่ต้องการ ซึ่งผู้บริหารงานขายสามารถออกแบบเครื่องมือเพื่อนำมาใช้ในการคัดเลือกพนักงานขายได้ เช่น แบบฟอร์มสมัครงาน การสัมภาษณ์งาน การใช้แบบทดสอบทางด้านจิตวิทยา (อาทิ แบบทดสอบบุคลิกภาพ แบบทดสอบแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ แบบทดสอบความรู้ด้านการขาย)

1.2. การเสริมสร้างแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ให้แก่พนักงานขายกลุ่มอื่นๆ ที่ยังไม่ได้รับคัดเลือกให้เป็นพนักงานขายดีเด่น เพื่อให้พนักงานขายเกิดความต้องการสร้างความสำเร็จในการทำงาน ซึ่งสามารถทำได้โดยผู้บริหารงานขาย และพนักงานขายกำหนดเป้าหมายร่วมกัน และผู้บริหารงานขายต้องอธิบายให้พนักงานขายเข้าใจว่า การที่จะให้ได้ตามเป้าหมายนั้น จะช่วยให้พนักงานขายสามารถบรรลุความต้องการของเขาได้เช่นกัน และการที่ให้ผู้บริหารงานขายและพนักงานขายกำหนดเป้าหมายร่วมกันนั้นจะทำให้พนักงานขายรู้สึกถึงการมีส่วนร่วมและสามารถจูงใจให้พนักงานขายดำเนินการต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายได้ดีกว่าการที่ให้ผู้บริหารงานขายกำหนดเป้าหมายเพียงอย่างเดียว

1.3 การจัดอบรมพนักงานขาย เพื่อที่จะให้พนักงานขายปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควรจัดอบรมเรื่องต่างๆ ให้แก่พนักงานขาย เช่น การอบรมความรู้ในด้านการขาย การอบรมเพื่อพัฒนาบุคลิกภาพ พัฒนาทักษะการขาย และทักษะการติดต่อลูกค้าสัมพันธ์

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1. ควรขยายขอบเขตการวิจัยให้ครอบคลุมปัจจัยที่เกี่ยวข้อง หรือเป็นสาเหตุของผลการปฏิบัติงานขาย อาทิเช่น ปัจจัยด้านค่าตอบแทน ปัจจัยทางสภาพแวดล้อมภายนอกต่าง ๆ (ทางด้านเศรษฐกิจ ตลาดสินค้า) ปัจจัยทางด้านผู้บริโภค (ลูกค้า) เป็นต้น

2.2. ควรขยายขอบเขตการศึกษาไปในอุตสาหกรรมการขายประเภทอื่น ๆ รวมถึงการที่ขายบริการชนิดต่าง ๆ ด้วย

2.3 ควรขยายขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาให้มีความหลากหลาย มากขึ้นเช่น พนักงานขายจากทุกแผนกพนักงานขายที่มีผลการปฏิบัติงานในระดับอื่นๆที่ยังไม่ได้เป็นพนักงานขายดีเด่น และเพิ่มจำนวนของกลุ่มตัวอย่างให้มากขึ้น เพื่อจะได้ผลของการวิจัยที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2.4 ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอื่นๆ ที่น่าจะมีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงาน เช่น บรรยากาศในองค์กร ภาวะผู้นำ ทักษะการตัดสินใจ ค่าจ้าง และเงินเดือน ความเครียด เป็นต้น อาจจะทำให้ร่วมกันพยากรณ์ผลการปฏิบัติงานได้มากกว่าในการวิจัยในครั้งนี้

2.5 อาจจะทำการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะงานอื่นๆ ที่มีลักษณะงานต่างจากพนักงานขาย เช่น ด้านการตลาด ด้านสายงานสนับสนุน ถึงลักษณะบุคลิกภาพที่เหมาะสมในการปฏิบัติงานว่าควรมีลักษณะอย่างไร รวมทั้งจะส่งผลอย่างไรต่อผลการปฏิบัติงาน เมื่อทำการศึกษากับลักษณะงานที่หลากหลายมากขึ้น จะเห็นชัดเจนว่าลักษณะงานใด ควรใช้พนักงานที่มีลักษณะแบบใดให้เหมาะสม และ

พนักงานเองได้ใช้ความรู้ความสามารถอย่างเต็มที่ในการปฏิบัติงาน เพื่อให้ได้ผลการปฏิบัติงานในเกณฑ์ดียิ่ง
ขึ้นไปอีก เพื่อจะได้นำผลการวิจัยไปใช้ได้อย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้น

2.6 อาจจะมีการพิจารณานำแบบทดสอบบุคลิกภาพชนิดอื่นๆ มาใช้ในการวัดบุคลิกภาพ
ของพนักงาน เพื่อให้ตรงกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการ และเป็นประโยชน์ต่อการทำงานมากที่สุด

บรรณานุกรม

- จินตนา อินทรไทย.(2525) ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของครอบครัว และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในเขตกรุงเทพมหานคร วิทยานิพนธ์ ค.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, . อัดสำเนา
- จำนง พรายแย้มแซ. (2531). เทคนิคการวัดและการประเมินผลการเรียนรู้กับการสอนซ่อมเสริม. พิมพ์ครั้งที่ 3 . กรุงเทพฯ . สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชจำกัด.
- จุฬา บุรีภักดี .(2533). การพัฒนาบุคลิกภาพ. กรุงเทพฯ . สมเจตน์การพิมพ์.
- งามตา วณินทานนท์. (2535) จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชจำกัด.
- ชำนาญ สวงพวงศ์. (2515). ศิลปการขาย. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แพร่พิทยา.
- ชัยพร วิชาวุธ.(2525). มุสสารจิตวิทยา. กรุงเทพฯ : หน่วยผลิตเอกสาร คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
- ชูชีพ อ่อนโคกสูง. (2522). จิตวิทยาการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช,
- ดาระณี พัฒนศักดิ์ภิญโญ. (2533) ผลของการใช้ชุดการแนะแนวที่มีต่อแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนจิระประวัตติวิทยาคม จังหวัดนครสวรรค์. ปรินญาณินพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ . อัดสำเนา.
- ดาระณี วงษ์อยู่น้อย. (2525). การพัฒนาแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ โดยวิธีการให้คำปรึกษาแบบกลุ่ม. ปรินญาณินพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ , อัดสำเนา.
- ดวงเดือน พันธมนาวิน. (2523, มกราคม-กุมภาพันธ์). "บทบาทของจิตวิทยาต่อการสร้างจิตลักษณะที่เอื้อต่อการพัฒนาเกษตรกร". วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์. 10 (ฉบับที่) :11.
- ดิน ปรัชญพฤทธิ์. (2538). การบริหารทรัพยากรบุคคล. พิมพ์ครั้งที่ 3 . กรุงเทพฯ . โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ถวิล ธาราโกชน . (2532) จิตวิทยาสังคม. พิมพ์ครั้งที่ 4 . กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรินติ้ง เฮาส์.
- ทิพย์วัลย์ อภิวัฒนานนท์. (2539). บุคลิกภาพและสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีผลต่อความเหนื่อยหน่ายของพนักงานไทยพาณิชย์. กรุงเทพฯ : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร

ทวีศักดิ์ สุวคนธ์. (2532). *บริหารการขาย*. กรุงเทพฯ : บริษัท ซี เอ็ด ยูเคชั่น จำกัด.

ทศพร ประเสริฐสุข. (2525) *การสร้างโมเดลการสอนแบบกระบวนการกลุ่ม เพื่อพัฒนาแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์*.

วิทยานิพนธ์ ค.ด. กรุงเทพฯ :บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, . อัดสำเนา.

ธงชัย สันติวงษ์. (2535). *การบริหารงานบุคคล*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชย์จำกัด.

ธนพล พูนศักดิ์อุดมสิน. (2534,กันยายน). "บุคลิกภาพปัจจัยสำคัญสู่ชัยชนะ", *นิตยสารคู่แข่ง*. 13(ฉบับที่) : 115

ธำรงค์ศักดิ์ หมีนจักร์. และ ศรีสง่า กรรณสูต.(2525). *จิตวิทยาธุรกิจ*. พิมพ์ครั้งที่ 2 . กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์บรรณกิจ.

นงรี สุขวัฒน์. (2538) . *บุคลิกลักษณะพนักงานธนาคาร*. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.ถ่ายเอกสาร

ประจิตต์ ประจักษ์จิตต์. (2525). *ความสัมพันธ์ของบุคลิกภาพกับการเกิดอากาศยานอุบัติเหตุ*. : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยมหิดล. อัดสำเนา

ปราณี พรรณวิเชียร.(2534,มกราคม). "เมื่อผู้หญิงเล่นบทบาทบริหาร" . *วารสารเพิ่มผลผลิต*. 30(ฉบับที่) : 9-11.

ปรัชญา เวสารัชช์ และอรุณ รักธรรม. (2528,ตุลาคม). "จูงใจให้คนทำงานได้อย่างไร," *ทีดีน*. 5 (ฉบับที่): 10-

11

ประสาธ ปันทวัฏกูร. (2516) *ความสัมพันธ์ระหว่างผลสัมฤทธิ์ในวิชาวิทยาศาสตร์ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ และการคิดแบบอเนกนัย*. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : วิทยาลัยวิชาการศึกษาประสานมิตร, . อัดสำเนา.

ประหยัด ทองมาก. (2530สิงหาคม – กันยายน) "การปลูกฝังแรงจูงใจใฝ่รู้," *วารสารแนะแนว*. 21 (112) :

เพื่อนพันธ์ โกกนท. (2515). *ความสัมพันธ์ระหว่างความกังวลกับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา*. วิทยานิพนธ์ ค.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, อัดสำเนา.

มุขณีย์ ยมาภัย. (2537). *ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพ ความรู้ด้านการขาย แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ กับผลปฏิบัติงานของพนักงานขาย*. : วิทยานิพนธ์ปริญญาโท (จิตวิทยาอุตสาหกรรม)กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. อัดสำเนา

พนมพร พนมวัน ณ อยุธยา. (2533). การศึกษาทดลองปรับปรุงบุคลิกภาพแบบห้วนไหวในสภาวะอารมณ์
ของนิสิตปริญญาโทโดยกิจกรรมกลุ่ม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล. อัด
สำเนา

พรรณี ชูทัย เจนจิต. (2538) จิตวิทยาการเรียนการสอน . พิมพ์ครั้งที่ 4 . กรุงเทพฯ : คอมแพคท์พรีน.

พวงเพชร วัชรอยู่. (2537). แรงจูงใจในการทำงาน. กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรีนติ้ง เฮาส์.

พิบูล ทีปะปาล. (2528). หลักการตลาด. . กรุงเทพฯ : มิตรสัมพันธ์ กราฟฟิคอาร์ต.

มาริสา รัฐปัดย์. , (2532) ความสัมพันธ์ระหว่างการอบรมเลี้ยงดูกับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์. ปริญญาานิพนธ์
กศ.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ . อัดสำเนา.

เมธี โพธิพัฒน์. ,(2523). ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ และความซื่อสัตย์
ของเด็กไทย. ปริญญาานิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ อัด
สำเนา.

เรงศักดิ์ ปานเจริญ. (2530). หลักการและเทคนิคการประเมินผลงาน. กรุงเทพฯ : บริษัท ซี เอ็ด ยูเคชั่น
จำกัด.

รัตนภรณ์ วงศาโรจน์. (2533). การศึกษาแบบการคิดและแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของนักศึกษาผู้ใหญ่ในจังหวัด
สมุทรสงคราม. ปริญญาานิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
อัดสำเนา.

รุ่งโรส สิริเวทย์. 2534. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์กับการปฏิบัติตนอย่างมีพรหม
วิหารสี่ของนิสิตคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, ปริญญาานิพนธ์ กศ.
ม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ , อัดสำเนา.

ราชบัณฑิตยสถาน (2524) พจนานุกรมศัพท์สังคมวิทยาอังกฤษ-ไทย .กรุงเทพฯ: บริษัทรุ่งเรืองการพิมพ์
วิภา ภัคดี. (2537). "บุคลิกภาพ", . จิตวิทยาทั่วไป. พิมพ์ครั้งที่ 5 กรุงเทพฯ: ภาควิชาจิตวิทยา คณะสังคม
ศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วรินทร์ สิ้นสูงสุด. (2525). ศิลปการขาย. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์สายใจ.

ศรีไพบูลย์ สังข์บัวศรี. (2525). ผลการปฏิบัติงานและคุณลักษณะบุคลิกภาพของพยาบาลวิชาชีพ. : วิทยา
นิพนธ์ปริญญาโท กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยมหิดล. อัดสำเนา

ศรีเรือน แก้วกังวาล. (2539). *ทฤษฎีจิตวิทยาบุคลิกภาพ (รู้เขารู้เรา)*. พิมพ์ครั้งที่ 4 . กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์
หมอชาวบ้าน.

ศุภวัตรย์ หลายน้อย. (2529,ธันวาคม). "ทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของแมคเคลแลนด์" . *วารสารประชากร*. 12
(ฉบับที่) : 77-79.

สงวน สุทธิเลิศอรุณ. . (2525) *จิตวิทยาสังคม*. กรุงเทพฯ : ส่งเสริมวิชาการพิมพ์.

สงวน สุทธิเลิศอรุณ. (2527). *ชุดการสอนวิชาทฤษฎีและปฏิบัติการทางจิตวิทยาสังคม*. กรุงเทพฯ : สำนัก
พิมพ์อักษรพัฒนาพาณิชย์.

สงวนศรี วิรัชชัย. (2527). *จิตวิทยาสังคมเพื่อการศึกษา*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ศึกษาพรการพิมพ์.

ลำอานงค์ งามวิชา.(2526). *การส่งเสริมการขาย*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ไอดีเอ็นเอสโตร์.

สถิตย์ วงศ์สุวรรณ. (2529). *จิตวิทยาสังคม*. กรุงเทพฯ : บำรุงศาสน์.

สนั่น หล้านามวงศ์. (2526). *การศึกษาองค์ประกอบทางบุคลิกภาพที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของภารโรง โรงเรียน
เรียนมัธยมศึกษา กรมสามัญศึกษา ในจังหวัดเชียงราย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท กรุงเทพฯ :
บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศิลปากร. อัดสำเนา

สุชา จันทน์เอม.(2522). *จิตวิทยาทั่วไป*. พิมพ์ครั้งที่ 5 . กรุงเทพฯ. : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชจำกัด.

สุรางค์ ไคว์ตระกูล. (2533). *จิตวิทยาการศึกษา*.กรุงเทพฯ.:โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สุวิทย์ เปี้ยผ่อง และ จรัสศรี นวกุลศิรินารถ.(2530). *หลักการตลาด*. กรุงเทพมหานคร.:โรงพิมพ์การศาสนา.

สุนทรินทร์ ธนโกไสย.(2538). *มนุษย์สัมพันธ์*. พิมพ์ครั้งที่ 5 . กรุงเทพฯ. : ห้างหุ้นส่วนจำกัด ธนะการพิมพ์.

สมพงษ์ เกษมสิน.(2526). *การบริหาร*. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช,

สมทรง สุวรรณเลิศ , สุนา ศิริสวัสดิ์, ละเอียด ชูประยูร และวิภา ปิฎกานนท์. (2512,มกราคม-กุมภาพันธ์)

" การทดสอบ The Maudsley Personality Inventory ในนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา และมหาวิทยาลัย,"

. *วารสารสมาคมจิตแพทย์แห่งประเทศไทย* .14 (ฉบับที่) : 17-19

สุพจน์ สิ้นสุวงศ์วัฒน์. (2527). *การสร้างแบบทดสอบวัดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ใน
จังหวัดบุรีรัมย์*. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ,
อัดสำเนา.

อัจฉรา สุขารมณ และคนอื่น ๆ. (2528) การอบรมเลี้ยงดูกับการพัฒนาการทางสติปัญญาด้านเหตุผลของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2 รายงานการวิจัย ครั้งที่ 13. กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. .

อัมพิกา ไกรฤทธิ. (2532). มนุษย์สัมพันธ์ในโรงงาน. กรุงเทพฯ. : เอช เอน การพิมพ์.

อลงกรณ์ มีสุทธา และ สมิต สัจฉกร.(2540). การประเมินผลการปฏิบัติงาน : แนวความคิด หลักการ วิธีการ และกระบวนการ. พิมพ์ครั้งที่2. กรุงเทพมหานคร. : บริษัทประชาชนจำกัด .

อารีดา สัวบุตร. (2539). การศึกษาแรงจูงใจและพฤติกรรมการทำงานของผู้นำระดับกลางในโรงงานผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูป. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท กรุงเทพมหานคร : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. อุดรธานี

อารี เพชรมุด. (2537). จิตวิทยาอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ. : เนติกุลการพิมพ์.

Atkinson, J.W.(1964). *An Introduction to Motivation*. Princeton : Van Nostrand.

Atkinson, J.W.(1966). *Motive in Fantasy Action and Society*. New Delhi : East-West Press, Avy. Ltd.

Atkinson, J.W. and N.T. Feather. (1974). *A Theory of Achievement Motivation*. New York : Robert E. Krieger Publishing Co,Inc.

Austin , H.S.(1986, March). " Associations of Student Characteristics to Measures of Introductory Pascal Computer Programming Achievement for Suburban Community College Students". *Dissertation Abstracts International*. 47 (Vol.) : 47/03A.

Brown , S.P. (1990, July). " Path to Selling Performance : Effects of Selected Individual Difference Variables of Salesperson Effort , Effectiveness and Performance". *Dissertation Abstracts International*. 51 (Vol.) : 2458 - A.

Cronbach, Lee Joseph. (1970). *Essential of Psychological Testing*. (3rd ed). New York : ar per and Row,

 Churchill , G.A. ,N.M. Ford and D.C. Walker. (1987) *Sale Force Management*. (2nd ed.)

Ewen , R.B. (1984). *An Introduction to Theories of Personality*. 2nd ed. . Orlando : Academic Press Inc.

Eysenck,H.J. and S.B.G. Eysenck. (1984).*Manual of the Eysenck Personality Inventory*.London : Hoder and Stoughton

French , E.G. and F.H.Thomas. (1958 ,January). "The Relationship of Achievement Motivation to Problem Solving Effectiveness,". *Journal of Abnormal Social Psychology*. 56 (Vol.) : 45 – 48.

Hall , C.S. and G. Lindzey. (1970) *Theories of Personality*. New York : John Wiley & Son Inc.

Harrel , T.W. (1971 ,June). "The Personality of High Earning MBA's in Big Business" . *Personal Psychology*, 22 (Vol.) : 457 – 463.

Helmreich , R.L. , L.L. Sawin and A.L. Carsrud. (1986 ,February). " The Honeymoon Effect in Performance : Temporal Increases in the Predictive Power of Achievement Motivation,". *Journal of Applied Psychology*. 71 (Vol.) : 185 – 188.

Herman.H.J.(1970, March). "A Questionnaire Measures of Achievement Motion". *Journal of Applied Psychology*. 54 (Vol.) :354

Hilgard, E.R. (1967) *Introduction to Psychology* (4th ed.).Orlando :the Dryder Press.

Holly, L.J.(1970 ,February) " An Analysis of Personality Need and Certain Background Factors Which may Influence Career Choice of Woman Business Education Majors,". *Dissertation Abstracts International*. 35(Vol.) : 472.

Ikpaahindi, L. (1987, May). " The Relationships Between the Needs for Achievement , Affiliation, Power and Scientific Productivity among Nigerian Veterinary Surgeones," *The Journal of Social Psychology*. 127 (Vol.) : 535 – 537.

Jung , (1978). *Understanding Human Motivaton (A Cognitive Approach)* New York :Macmilan Publishing Co, Inc.

Kotler , P. (1991). *Marketing Management : Analysis , Planning , Implementation and Control*. (7 th. Ed.) New York : Prentice – Hall International, Inc.

Lamont , L.M. and W.J. Lundstrom. (1977,November) . "Identifying Successful Industrial Salesman by Personality and Personal Characteristics,". *Journal of Marketing Research* .14 (Vol.) : 517 – 529.

Leong , S.M. P.S. Busch and D.R. John. (1986, May). " Knowledge Bases and Salesperson Effectiveness : A Script – Theoretic Analysis,". *Journal of Marketing Research* .26 (Vol.) : 164 – 178.

Marx, M.H. (1970). *Learning :Interactions*. New York: The Macmillan Company.

McClelland,D.C. and D.C. Winter. (1969). *Motivation Ecconomic*. New York : The Free Press.

Mehrabian, A (1968 ,July) . "Male and Female Scale of The Tendence of Achieve,". *Education and Psychological Measurement*. 28 (Vol.) :493-502.

Misra,P.(1986 ,Febuary) "Self Esteem, Need Achievement and Need Autonomy as Moderators of the Job Performance Job Satisfaction Relationship,". *Perspectives in Psychological Researches*.9 (Vol.) : 42-46

Pervin L.A. (1980) . *Personality : Theory ' Assessment and Research*. (3rd ed.) New York : John Wiley & Sons Inc.

..... (1989) . *Personality : Theory ' Assessment and Research*. (5th ed.) New York : John Wiley & Sons Inc.

Pushpa , M. and N. Jain. (1986 ,Febuary.) " Self – esteem , Need – achievement and Need autonomy as Moderators of the Job Performance Job Satisfaction Relationship,". *Perspectives in Psychological Researches*.9 (Vol.) : 42-46

Steers , R.M. (1975, December). "Effects of Need for Achievement on the Job Performance Job Attitude Relationship,". *Journal of Applied Psychology*. 60 (Vol.) : 678 – 682 .

Steinkamp , W.H. (1970). *How to Sell and Market Industrial Products*. Philadelphia : Hilton Book Co , Inc.

Sujan, H., M. Sujan and J.R. Bettman. (1988 ,February) " Knowledge Structure Differences between More Effective and Less Effective Salespeople,". *Journal of Marketing Research* .25 (Vol.) : 81 – 86.

Szymanski , D.M. (1988, January). " Determinants of Selling Effectiveness : The Importance of Declarative Knowledge to the Personal Selling Concept ," . *Journal of Marketing Research* .52 (Vol.) : 64 – 77.

Weiner , B. (1972 ,September). " Attribution Theory Achievement Motivation and Education Process,". *Review of Education Research*. 42 (Vol.) : 203 – 215 .

Yale , W. (1990 ,December). " Examination of the Relationship between Entrepreneurial Personality , Other Determinants of Job Performance , and Job Performance of Salespeople in Taiwan,". *Dissertation Abstracts International*. 51 (Vol.) : 4203 – A.

Zimbardo , P. (1980) . *Essentials of Psychology and Life*. New York : Glenview Ill.

ภาคผนวก ก. เครื่องมือในการวิจัย

23 มกราคม 2545

เรื่อง ขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

เรียน เพื่อนพนักงาน ฝ่ายขายทุกท่าน

เนื่องด้วยดิฉัน นางหทัยา ชื่นอารมย์ นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกจิตวิทยาการแนะแนว มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์ เรื่อง " การศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของพนักงานขาย " โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นันทนา วงษ์อินทร์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ซึ่งในขณะนี้ได้ดำเนินการเก็บข้อมูลเพื่อพัฒนาเครื่องมือการวิจัย โดยมีพนักงานขายเป็นกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถาม ในการ ทำสารนิพนธ์ในครั้งนี้

จึงมีความจำเป็นต้องขอความร่วมมือจากเพื่อนพนักงานฝ่ายขายทุกท่าน ในการตอบแบบสอบถาม ซึ่งแบบสอบถามชุดนี้มีทั้งหมด 4 ตอน ดังนี้ ตอนที่1 เป็นข้อมูลทั่วไป ตอนที่2 เป็นแบบทดสอบแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ตอนที่3เป็นแบบทดสอบบุคลิกภาพ และตอนที่4 เป็นแบบทดสอบความรู้

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี

ขอแสดงความนับถือ

(นาง หทัยา ชื่นอารมย์)

นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกจิตวิทยาการแนะแนว

ตอนที่1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ถูก ลงใน () และเติมข้อความลงในช่องว่าง ซึ่งตรงกับลักษณะส่วนตัวของท่านตามความเป็นจริงในปัจจุบันให้ครบถ้วน

1. เพศ () ชาย () หญิง
4. อายุปัจจุบัน ปี
5. วุฒิการศึกษาสูงสุด
 - () มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.3 หรือ ม.ศ.3)
 - () มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6 หรือ ม.ศ.5) ปวช. หรือเทียบเท่า
 - () อนุปริญญา , ปวส. ,หรือเทียบเท่า
 - () ปริญญาตรี หรือ เทียบเท่า
 - () อื่นๆ โปรดระบุ
4. ระยะเวลาที่ท่านประกอบอาชีพพนักงานขาย.....ปี เดือน

ตอนที่2. แบบสอบถามวัดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงาน

คำชี้แจง : ขอให้พิจารณาข้อคำถามทุกข้อโดยละเอียดและทำเครื่องหมาย ถูก ตามความรู้สึกและความคิด เห็นที่แท้จริงของท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว ซึ่งคำตอบของท่านจะไม่มีถูกหรือผิด โดยแบ่งระดับการ ประเมินออกเป็น 5 ระดับดังนี้

เป็นจริงมากที่สุด หมายถึง ถ้าข้อความนั้นตรงต่อความเป็นจริงมากที่สุด

เป็นจริงมาก หมายถึง ถ้าข้อความนั้นตรงต่อความเป็นจริงเป็นส่วนมากแต่ ยังไม่ ถึงเป็นจริงที่สุด

เป็นจริงบางส่วน หมายถึง ถ้าข้อความนั้นเป็นจริงและไม่จริงพอๆกัน

เป็นจริงน้อย หมายถึง ถ้าข้อความนั้นตรงตามความเป็นจริงเพียงเล็กน้อย

ไม่จริงเลย หมายถึง ถ้าข้อความนั้นไม่ตรงต่อความเป็นจริงเลย

ข้อที่	ข้อความ	ระดับการประเมิน				
		เป็นจริงมากที่สุด	เป็นจริงมาก	เป็นจริงบางส่วน	เป็นจริงน้อย	ไม่จริงเลย
1	ด้านความทะเยอทะยาน ข้าพเจ้าปรารถนาอย่างยิ่งที่จะทำงานยากๆให้สำเร็จ					
2.	ข้าพเจ้ารู้สึกมั่นใจในความสามารถของตนเองที่จะ กระทำการต่างๆ					...
3.	ข้าพเจ้าพยายามทำงานให้ดีขึ้นทุกครั้ง					
4.	ทุกครั้งที่ข้าพเจ้าลงมือทำงานใดข้าพเจ้าจะกระทำการ สำเร็จหรือแข่งขันจนได้ชัยชนะ					
5	เมื่อข้าพเจ้าได้รับความล้มเหลวในการทำงานข้าพเจ้า มักเกิดความท้อถอยหมดความพยายามที่จะทำงาน นั้นต่อไป					...
6	ข้าพเจ้ามีความภาคภูมิใจ เมื่อได้เลือกทำงานยากๆ					

ข้อที่	ข้อความ	ระดับการประเมิน				
		เป็นจริงมากที่สุด	เป็นจริงมาก	เป็นจริงบางส่วน	เป็นจริงน้อย	ไม่จริงเลย
7	ข้าพเจ้าจะเลือกการทำงานที่คนอื่น ไม่ค่อยกล้าทำ					
8.	เพราะถือว่าเป็นงานที่ทำทนายดี					
	เมื่อทำงานง่ายๆเสร็จแล้ว ข้าพเจ้าอยากที่จะทำงานที่ยากๆขึ้นไปอีก					
9	ด้านความกระตือรือร้น					
10	ข้าพเจ้าทำงานด้วยความสนุกมากกว่าทุกข้อ					
11.	ข้าพเจ้ารู้สึกสนุกกับงานที่ยากๆ					
	เมื่อหัวหน้ามอบหมายงานข้าพเจ้าจะรีบทำให้เสร็จเรียบร้อยก่อนเสมอ					
12.	ข้าพเจ้ามีความรู้สึกว่าการทำงานนั้นเป็นเรื่องที่น่าเบื่อ					
13	บ่อยครั้งที่ข้าพเจ้าตั้งใจที่จะทำงานอย่างหนึ่ง แต่ทำไม่ได้ไม่นานข้าพเจ้าก็เกิดความเบื่อหน่ายและหยุดทำ					
14	ข้าพเจ้าเชื่อว่าความอดทน เป็นสิ่งสำคัญมากที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในทุกๆสิ่ง					
15	ด้านความกล้าเสี่ยง					
	ในการจับฉลากเลือกงานทำนั้น ข้าพเจ้ามักภาวนาให้ได้งานง่ายๆ					
16	ข้าพเจ้าไม่นิยมการต่อสู้เพื่อหลีกเลี่ยงความล้มเหลว					
17	ข้าพเจ้าเห็นด้วยกับการต่อสู้เพื่อให้ได้รับความสำเร็จ					
18	ข้าพเจ้าคิดว่าเรื่องที่หมอดูทำนายนั้นเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึง					
19	ข้าพเจ้าไม่เชื่อเรื่องโชดชะตา					
20	ถ้ามีโอกาสเลือกงานได้แล้ว ข้าพเจ้ามักจะเลือกงานชนิดที่ตนเองสามารถทำได้สำเร็จ					
21	ในการทำงาน เมื่อพบว่าการทำงานของข้าพเจ้าไม่เหมือนกับเพื่อนๆข้าพเจ้าจะรู้สึกไม่สบายใจเพราะกลัวงานนั้นจะผิด					

ข้อที่	ข้อความ	ระดับการประเมิน				
		เป็นจริงมากที่สุด	เป็นจริงมาก	เป็นจริงบางส่วน	เป็นจริงน้อย	ไม่จริงเลย
22	ด้านความรับผิดชอบตนเอง เมื่อได้รับมอบหมายให้ทำงานใดๆ ข้าพเจ้าจะทำอย่างเต็มความสามารถเสมอ					
23	ข้าพเจ้ามีความพยายามมากขึ้น เมื่อรู้ตัวว่ามีความรู้ด้อยกว่าเพื่อนๆ					
24	ข้าพเจ้าพอใจที่จะทำงานที่ได้ใช้ความสามารถของตนเองอย่างเต็มที่					
25	ข้าพเจ้าไม่อยากจะรับผิดชอบในการเป็นผู้นำ					
26	แม้ว่างานที่ทำได้ยากและน่าเบื่อ ข้าพเจ้าก็จะจดจ่ออยู่กับงานนั้นจนกว่าจะสำเร็จ					
27	ข้าพเจ้ารู้สึกว่าการที่ส่งหัวหน้างานมักจะได้รับคำตำหนิตามทุกครั้ง					
28	ข้าพเจ้าจะพยายามทำงานนั้นมากยิ่งขึ้น เมื่อพบว่างานนั้นมีปัญหา					
ด้านการรู้จักวางแผน						
29	ในการทำงานข้าพเจ้าไม่นิยมจะตั้งความมุ่งหวังไว้ก่อน					
30	การแก้ปัญหาด้วยตัวเองนั้น ข้าพเจ้าถือว่าเป็นสิ่งที่มีค่ามากที่สุด					
31	ในการทำงานที่ยุ่งยาก ข้าพเจ้าชอบวางแผนไว้ล่วงหน้าก่อนเสมอ					
32	เมื่อพบกับงานที่ยาก ข้าพเจ้าจะพยายามทบทวนงานนั้นหลายครั้งจนเข้าใจแล้วจึงจะทำ					
33	ในการทำงานข้าพเจ้าชอบใช้วิธีการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าไปเรื่อย					
34	เมื่อมีโอกาสเลือกเพื่อนในการจับกลุ่ม ข้าพเจ้าคำนึงถึงความสามารถของเพื่อนก่อนอื่น					

ข้อที่	ข้อความ	ระดับการประเมิน				
		เป็นจริงมากที่สุด	เป็นจริงมาก	เป็นจริงบางส่วน	เป็นจริงน้อย	ไม่จริงเลย
	ด้านความมีเอกลักษณ์					
35	ในการทำงานเมื่อมีข้อสงสัยหรือมีความคิดเห็นที่แตกต่างออกไป ข้าพเจ้าจะแสดงความคิดเห็นออกไปทุกครั้ง					
36	ข้าพเจ้าเกลียดคนที่ไม่ชอบแก้ปัญหาด้วยตนเอง					
37	ข้าพเจ้าชอบทำงานด้วยความคิดของตนเอง ไม่ชอบทำตามผู้อื่น					
38	ข้าพเจ้าชอบทำสิ่งต่างๆ ที่เป็นความคิดริเริ่มของตนเอง					
39	เมื่อมีผู้อื่นทำงานได้ดีกว่า ข้าพเจ้ามักจะไม่วิตติ					
40	ในการแก้ปัญหาทั่วไป ข้าพเจ้าไม่ชอบวิธีการเดิมตลอดไป					

ตอนที่ 3. แบบวัดบุคลิกภาพ

คำชี้แจง ต่อไปนี้คือคำถามเกี่ยวกับความเป็นไป ความรู้สึก และการกระทำของท่านให้ท่านทำเครื่องหมาย ถูก ลงใน ช่องว่างเพียงช่องเดียวในแต่ละข้อที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุดเท่าที่ท่านเคยทำหรือรู้สึก โดย แต่ละช่องมีความหมายดังนี้

“ใช่” หมายถึง ข้อความที่ระบุในข้อนั้นตรงกับลักษณะนิสัยของท่าน

“ไม่ใช่” หมายถึง ข้อความที่ระบุในข้อนั้นไม่ตรงกับลักษณะนิสัยของท่าน

“ไม่แน่ใจ” หมายถึง ข้อความที่ระบุในข้อนั้นไม่แน่ใจว่าจะตอบอย่างไรแต่ให้เลือก ตอบช่องนี้ เมื่อท่านไม่แน่ใจจริงๆเท่านั้น

โปรดตอบให้เร็วอย่าใช้เวลาตอบคำถามนานเกินไปในแต่ละข้อ เราต้องการให้ท่านตอบสิ่งที่ท่าน คิดได้เป็นครั้งแรกเมื่ออ่านประโยคนั้นจบ โปรดทำทุกข้อ

ต่อไปนี้เป็นปรดลงมือทำโดยเร็วและพยายามตอบทุกข้อ ไม่มีคำตอบถูกหรือผิด การทดสอบนี้ไม่ เกี่ยวกับเชาว์ปัญญาหรือความสามารถ แต่เป็นเพียงการทดสอบเกี่ยวกับความเป็นไปและการกระทำของท่าน

ข้อคำถาม	ใช่	ไม่แน่ใจ	ไม่ใช่
1. บางครั้งท่านรู้สึกเป็นสุขบางครั้งเศร้าโดยไม่มีเหตุผล			
2. ท่านรู้สึกเป็นสุขที่สุดที่ได้ร่วมในการทำงานที่ต้องใช้ความรวดเร็ว			
3. ท่านมักใจลอยในเวลาที่ท่านต้องการมีสมาธิ			
4. ในการคบเพื่อนใหม่ท่านเป็นฝ่ายทำความรู้จักกับเขาก่อน			
5. บ่อยทีเดียวที่ท่านคิดถึงเรื่องอื่นซึ่งไม่เกี่ยวกับเรื่องที่ท่านกำลังพูดถึงอยู่			
6. ท่านทำอะไรด้วยความรวดเร็ว และเชื่อมั่นในการกระทำของท่าน			
7. บางครั้งท่านมีความกระตือรือร้นอย่างมาก บางครั้งก็เฉื่อยชา			
8. ท่านมีความเห็นว่า ตัวท่านเป็นคนกระฉับกระเฉง กระปรี้กระเปร่า			
9. อารมณ์ของท่านเสียเสมอ			
10. ท่านรู้สึกไม่มีความสุขเลย ถ้าไม่ได้พบปะติดต่อกับคนอื่นหรือเข้าสังคมบ่อยๆ			
11. อารมณ์ของท่านเปลี่ยนแปลงโดยไม่มีเหตุผลบ่อยๆ			

ข้อคำถาม	ใช่	ไม่แน่ใจ	ไม่ใช่
12. ท่านเป็นคนชอบลงมือทำมากกว่าเพียงแต่คิดไว้ว่าจะทำ			
13. ท่านคิดฝันในสิ่งที่เป็นไปไม่ได้			
14. เมื่อไปงานสังคมท่านไม่ใคร่แสดงตัว			
15. ท่านชอบคำนึงถึงอดีต			
16. ท่านรู้สึกลำบากที่จะปล่อยให้สนุกสนานเต็มที่แม้จะอยู่ท่ามกลางงานรื่นเริง			
17. ท่านเคยรู้สึกไม่สบายใจโดยไม่มีเหตุผล			
18. ท่านเป็นคนที่มีความรู้สึกผิดชอบชั่วดีมากเกินไป			
19. บ่อยทีเดียวที่ท่านตัดสินใจช้าไป			
20. ท่านชอบทำความรู้จักกับคนอื่น ๆ			
21. ท่านนอนไม่หลับบ่อย ๆ เมื่อมีความวิตกกังวล			
22. ท่านเป็นคนพิถีพิถันในการคบเพื่อน			
23. ท่านเคยรู้สึกไม่สบายใจเมื่อได้ทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่ไม่ถูกต้อง			
24. เวลาที่ท่านจะทำงานอะไรก็ตาม ท่านคิดว่าเรื่องนั้นเป็นเรื่องคอขาดบาดตาย			
25. ท่านเป็นคนใจน้อย			
26. ท่านชอบงานสังคม			
27. ท่านมีความเห็นว่าตัวท่านเป็นคนมีอารมณ์ถึงเครียด			
28. ท่านชอบเป็นผู้นำของกลุ่ม			
29. ท่านเคยรู้สึกหงอยเหงาเปล่าเปลี่ยวบ่อย ๆ			
30. ท่านรู้สึกกระดากอายเมื่ออยู่ต่อหน้าเพศตรงข้าม			
31. ท่านชอบฝันกลางวัน			
32. ท่านมีคำแก้ตัวทันทีเมื่อถูกวิพากษ์วิจารณ์			
33. ท่านจะใช้เวลามากในการคิดคำนึงถึงความหลังที่น่าชื่นชม			
34. ท่านมีความเห็นว่าตัวท่านเป็นคนทำอะไรตามสบาย			
35. ท่านรู้สึกเหน็ดเหนื่อยและเบื่อหน่ายโดยไม่มีเหตุผลบ่อย ๆ			
36. เมื่ออยู่ในกลุ่มที่มีการพบปะสังสรรค์ ท่านเป็นฝ่ายเงียบเฉย			

ข้อคำถาม	ใช่	ไม่แน่ใจ	ไม่ใช่
37. หลังจากเหตุการณ์ร้ายแรงผ่านพ้นไปแล้ว ท่านคิดว่าท่านควรจะได้ทำอย่างใดอย่างหนึ่งลงไปเวลานั้น แต่ไม่ได้ทำอย่างที่คิด			
38. ท่านสามารถจะสนุกสนานได้เต็มที่ในงานรื่นเริง			
39. ท่านคิดมากจนนอนไม่หลับ			
40. ท่านชอบทำงานที่ต้องใช้ความตั้งใจอย่างเต็มที่			
41. ท่านเคยรู้สึกรำคาญตัวเองที่คิดเรื่องไร้สาระบ่อยๆ			
42. ท่านทำงานอย่างไม่ใคร่เอาจริงเอาจังนัก			
43. ท่านเป็นคนใจน้อยไม่ว่าเรื่องอะไร			
44. คนอื่นๆมีความเห็นว่าท่านเป็นคนกระฉับกระเฉงร่าเริง			
45. ท่านมีอาการขุ่นมัวบ่อยๆ			
46. ท่านมีความเห็นว่าตัวท่านเป็นคนช่างพูด			
47. ท่านเคยรู้สึกกระวนกระวายจนนั่งไม่ติด			
48. ท่านชอบเล่นไม่ซื่อกับคนอื่น			

ตอนที่ 4 แบบทดสอบความรู้ด้านการขาย

คำชี้แจง โปรดเลือกข้อที่ถูกต้องที่สุดเพียงข้อเดียว โดยทำเครื่องหมาย (X) หน้าข้อความที่เห็นว่าถูกต้อง

1. จุดมุ่งหมายในการเสนอขายที่สำคัญคือ

- ก.อธิบายว่าสินค้านั้นมีประโยชน์อย่างไร
- ข.แสดงให้เห็นว่าสินค้าและบริการนั้นสามารถสนองความต้องการ และความจำเป็น ได้อย่างไร
- ค. พรรณนาถึงคุณประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับจากการซื้อสินค้า
- ง. ถูกทั้งข้อ ก. และ ค.

2. ในการดำเนินการขายนั้น จุดมุ่งหมายที่สำคัญของการเข้าพบลูกค้าคือ

- ก. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า
- ข. เพื่อเสนอขายสินค้าทันที
- ค. เพื่อกำหนดลงไปว่าลูกค้ามีความสนใจอย่างจริงจังที่จะซื้อสินค้าหรือไม่
- ง. โน้มน้าวใจให้ลูกค้าซื้อสินค้า

3. ขั้นตอนในการดำเนินการขายข้อใด ที่ลูกค้าสามารถขอทราบข้อมูลรายละเอียดเพิ่มเติมจากพนักงานขายได้

- ก. ขั้นเสนอสินค้า
- ข. ขั้นปฏิบัติต่อข้อโต้แย้งของลูกค้า
- ค. ขั้นวิเคราะห์ลูกค้า
- ง. ขั้นสรุปการขาย

4. การวิเคราะห์ผู้ที่จะเป็นลูกค้า นั้น พนักงานขายที่ดีควรที่จะพิจารณาลูกค้าในองค์ประกอบใดที่สำคัญที่สุด

- ก. ความต้องการที่มีต่อสินค้าที่เสนอขาย และความสามารถที่จะซื้อสินค้านั้นได้
- ข. สถานภาพทางสังคม
- ค. ลักษณะอาชีพและรายได้ของลูกค้า
- ง. ลักษณะส่วนบุคคลของลูกค้า ได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษา

5. คำพูดในข้อใดกล่าวได้ถูกต้องมากที่สุด

- ก. ในการเข้าพบลูกค้า พนักงานขายจำเป็นต้องรักษาเวลาของลูกค้า ดังนั้นการเข้าพบลูกค้า พนักงานจึงควรใช้เวลาอย่างรวดเร็ว
- ข. พนักงานขายควรมีความรู้สึกว่า การเข้าพบลูกค้าเป็นการนำผลประโยชน์ หรือผลกำไรไปให้ลูกค้า ดังนั้นพนักงานขายจึงไม่ควรเร่งรัดเวลาในการเสนอขาย
- ค. ในการเข้าพบลูกค้า นั้น ควรใช้เวลาอย่างน้อย 30 นาที แต่ไม่ควรเกินกว่า 1 ชั่วโมง
- ง. ในการเข้าพบลูกค้า นั้น เพื่อเป็นการรักษาเวลาของลูกค้า นั้น พนักงานขายที่ดีควรมุ่งประเด็นไปที่จุดขายสินค้า นั้นๆ

6. ลักษณะของคำถามที่ดีที่ใช้ในการเปิดการขายคือข้อใด

- ก. เป็นคำถามทั่วไปเพื่อสร้างความคุ้นเคย
- ข. เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับเรื่องส่วนตัวของลูกค้า เพื่อเป็นประโยชน์ในการเสนอขาย
- ค. เป็นคำถามที่ชี้เฉพาะในตัวสินค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสนใจในจุดขาย
- ง. เป็นคำถามที่ท้าทายต่อความต้องการของลูกค้า และเป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ของลูกค้า

7. เมื่อลูกค้าเกิดข้อโต้แย้งเกี่ยวกับราคาขาย ได้แก่ “ ราคาแพงเกินไป “ หรือ “ สินค้าไม่คุ้มราคา “ ข้อใดเป็นการตอบข้อโต้แย้งดังกล่าวได้ดีที่สุด

- ก. อธิบายว่าสินค้านั้นถูกมากมีคุณภาพหรือมีคุณค่าต่ำกว่าสินค้านั้นราคาแพง
- ข. ลดราคาสินค้าเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า
- ค. พนักงานขายควรย้ำถึงบริการ ความสะดวกหรือสิทธิพิเศษอันพึงมี
- ง. แนะนำสินค้าตัวใหม่ที่มีราคาที่ทำให้ลูกค้าพอใจ

8. เพื่อให้การตอบข้อโต้แย้งมีประสิทธิภาพ พนักงานขายควรคำนึงถึงหลักเกณฑ์ใดในการตอบข้อโต้แย้ง

- ก. เปลี่ยนหัวข้อการสนทนา เพื่อหลีกเลี่ยงข้อโต้แย้ง
- ข. ยกเหตุผลสนับสนุนการเพื่อแสดงให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจ
- ค. ตอบในสิ่งที่จำเป็นและเหมาะสม เพื่อให้ลูกค้าเข้าใจโดยชัดเจน
- ง. รับฟังข้อโต้แย้งของลูกค้าโดยไม่โต้ตอบทันที

9. การเสนอขายที่จะนำลูกค้าไปสู่การตัดสินใจที่ดีนั้นต้องมีลักษณะอย่างไร

- ก. เป็นการชักชวนมิใช่การบีบบังคับ
- ข. เป็นการให้ความรู้แก่ลูกค้า
- ค. เป็นการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า
- ง. ถูกทุกข้อ

10. ในการสรุปการขายนั้น พนักงานขายควรปฏิบัติอย่างไร

- ก. สังเกตท่าทางของลูกค้าว่ามีปฏิกิริยาอย่างไร
- ข. พยายามทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และมีความเชื่อมั่นยิ่งขึ้นต่อการตัดสินใจของตน
- ค. เสนอแนะสินค้าโดยกล่าวเน้นคุณค่าให้มากที่สุด เพื่อช่วยลูกค้าในการตัดสินใจซื้อ
- ง. ถูกทั้งข้อ ก ข และ ค

11. ในการเสนอขายเพื่อจัดคู่แข่งนั้น พนักงานขายอาจทำได้โดย

- ก. พยายามหลีกเลี่ยงการสนทนา ถึงสินค้าของคู่แข่งชั้นเมื่อลูกค้ากล่าวถึง
- ข. ศึกษารายละเอียดสินค้าของคู่แข่งชั้น และกล่าวถึงสินค้าของคู่แข่งชั้นด้วยข้อเท็จจริงบางประการ
- ค. ถ้าลูกค้าไม่ได้กล่าวถึงสินค้าของคู่แข่งชั้น พนักงานก็ควรที่จะกล่าวถึงเสียเอง เพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจของลูกค้า
- ง. ถูกทั้งข้อ ข และ ค

12. การติดตามผลและการรับผิดชอบในตัวสินค้าและบริการนั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อ

- ก. สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างลูกค้ากับพนักงานขาย
- ข. ปูทางให้พนักงานขายสามารถดำเนินธุรกิจลูกค้าได้ต่อไป ซึ่งหมายถึงการซื้อซ้ำนั่นเอง
- ค. ทำให้ทราบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจ หรือได้ประโยชน์ในคุณค่าของสินค้าตามที่พนักงานขายได้สัญญาไว้หรือไม่
- ง. ทั้ง ก ข และ ค มารวมกัน

13. ข้อใดต่อไปนี้เป็น การเสนอขายที่ไม่ถูกต้อง

- ก. เตรียมข้อมูลของสินค้าที่จะเสนอขายให้ครอบคลุมและสมบูรณ์
- ข. กล่าวถึงสินค้าของคู่แข่งขึ้นเพื่อช่วยในการตัดสินใจของลูกค้า
- ค. เสนอขายสินค้าโดยการแสดงให้ลูกค้าเข้าใจได้อย่างชัดเจน
- ง. พยายามทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นไว้วางใจในสินค้าและบริการ

14. พนักงานขายสามารถทำการสรุปการขายได้เมื่อใด

- ก. หลังจากจัดซื้อได้แย่งของลูกค้า
- ข. หลังจากการเสนอขาย
- ค. หลังจากการเข้าพบลูกค้า
- ง. ตลอดเวลาเมื่อสังเกตเห็นท่าทางที่แสดงว่าลูกค้ากำลังจะซื้อ

15. ทักษะที่สำคัญที่สุดของเทคนิคการขายคือทักษะในข้อใด

- ก. ทักษะการฟัง
- ข. ทักษะการสังเกต
- ค. ทักษะสัมพันธ์กับลูกค้า
- ง. ทักษะการจัดซื้อได้แย่ง

ภาคผนวก ข.

คำอำนาจจำแนกเป็นรายชื่อของแบบวัดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์

คำอำนาจจำแนกเป็นรายชื่อของแบบวัดบุคลิกภาพ

คำอำนาจจำแนกเป็นรายชื่อของแบบวัดความรู้

ตารางแสดงค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามวัดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงาน

ข้อ	t	ข้อ	t
1	3.39	21	1.97
2	4.33	22	3.39
3	2.85	23	2.05
4	2.15	24	2.32
5	5.81	25	2.10
6	2.28	26	1.88
7	2.60	27	1.90
8	2.19	28	2.60
9	2.95	29	2.56
10	2.15	30	3.59
11	1.76	31	2.85
12	3.16	32	3.79
13	2.29	33	2.45
14	2.93	34	3.13
15	2.41	35	2.53
16	5.82	36	3.58
17	3.97	37	1.81
18	2.93	38	2.28
19	1.91	39	1.91
20	2.31	40	1.88

ตารางแสดงค่าอำนาจจำแนกของแบบวัดบุคลิกภาพ

ข้อ	t	ข้อ	t
1	3.497	25	2.377
2	2.288	26	2.138
3	3.939	27	3.25
4	2.121	28	1.963
5	4.837	29	4.696
6	2.151	30	3.28
7	6.6	31	5.582
8	2.121	32	3.638
9	2.127	33	2.586
10	2.415	34	1.897
11	2.862	35	3.579
12	2.151	36	1.976
13	3.351	37	2.635
14	1.878	38	2.278
15	2.496	39	3.22
16	1.095	40	2.714
17	2.586	41	5.96
18	1.756	42	3.25
19	2.333	43	4.093
20	1.987	44	1.877
21	2.496	45	2.717
22	1.756	46	2.228
23	1.861	47	2.138
24	1.821	48	2.236

ตารางแสดงค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อของแบบทดสอบความรู้ในเรื่องการขาย

ข้อ	r
1	0.40
2	0.20
3	0.33
4	0.20
5	0.40
6	0.40
7	0.40
8	0.33
9	0.40
10	0.33
11	0.27
12	0.27
13	0.40
14	0.27
15	0.53

ภาคผนวก ค.

ค่าความเชื่อมั่นเป็นรายข้อของแบบวัดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์
ค่าความเชื่อมั่นเป็นรายข้อของแบบวัดบุคลิกภาพ
ค่าความเชื่อมั่นเป็นรายข้อของแบบวัดความรู้

ตารางแสดงค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามวัดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงาน

ข้อ	ความเชื่อมั่น	ข้อ	ความเชื่อมั่น
1	.8732	21	.8719
2	.8752	22	.8716
3	.8747	23	.8724
4	.8773	24	.8768
5	.8719	25	.8797
6	.8749	26	.8734
7	.8761	27	.8773
8	.8780	28	.8841
9	.87755	29	.8860
10	.8740	30	.8785
11	.8771	31	.8744
12	.8705	32	.8733
13	.8740	33	.8744
14	.8759	34	.8761
15	.8765	35	.8782
16	.8816	36	.8807
17	.8733	37	.8800
18	.8808	38	.8793
19	.8748	39	.8797
20	.8749	40	.8804

RELIABILITY ANALYSIS – SCALE (ALPHA)

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 40

Alpha = .8792

ตารางแสดงค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดบุคลิกภาพ

ข้อ	ความเชื่อมั่น	ข้อ	ความเชื่อมั่น
1	.8160	25	.8240
2	.8298	26	.8222
3	.8185	27	.8167
4	.8237	28	.8274
5	.8125	29	.8142
6	.8289	30	.8375
7	.8251	31	.8100
8	.8289	32	.8149
9	.8197	33	.8261
10	.8349	34	.8203
11	.8161	35	.8167
12	.8353	36	.8282
13	.8162	37	.8197
14	.8281	38	.8266
15	.8217	39	.8269
16	.8346	40	.8207
17	.8213	41	.8113
18	.8259	42	.8194
19	.8244	43	.8163
20	.8301	44	.8291
21	.8217	45	.8164
22	.8231	46	.8217
23	.8234	47	.8226
24	.8285	48	.8209

RELIABILITY ANALYSIS – SCALE (ALPHA)

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 48

Alpha = .8261

ตารางแสดงค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบความรู้ในเรื่องการขาย

ข้อ	ความเชื่อมั่น
1	.8057
2	.8341
3	.8174
4	.8258
5	.8155
6	.8126
7	.8182
8	.8073
9	.8233
10	.8220
11	.8195
12	.8209
13	.8156
14	.8244
15	.8030

RELIABILITY ANALYSIS – SCALE (ALPHA)

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 15

Alpha = .8280

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ	นางหทัยา ชีานอารมย์
วันเดือนปีเกิด	24 ตุลาคม 2507
สถานที่เกิด	อำเภอท่าฉาง จังหวัดสุราษฎร์ธานี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	1/344 แฟลตกรมช่างอากาศบางซื่อ (ห้อง 910) ถนน. เดชะวนิชย์ แขวง. ถนนนครไชยศรี เขต. ดุสิต กรุงเทพฯ 10300
ตำแหน่งหน้าที่การงาน	หัวหน้างานอาวุโส Nestle Visitor Center
สถานที่ทำงาน	บริษัท เนสต์เล่ (ไทย) จำกัด แผนก ศูนย์ผู้บริโภคเนสต์เล่ 500 ถนน. เพลินจิต แขวง. ลุมพินี เขต. ปทุมวัน กรุงเทพฯ
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2526	มัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนสุราษฎร์ธานี
พ.ศ. 2528	ประกาศนียบัตรวิชาการพยาบาลและผดุงครรภ์ วิทยาลัยพยาบาลศรีธัญญา
พ.ศ. 2532	ศึกษาศาสตรบัณฑิต (สุขศึกษา) มหาวิทยาลัยรามคำแหง
พ.ศ. 2545	การศึกษามหาบัณฑิต (จิตวิทยาการแนะแนว) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร