

การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง
โดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

ปริญญานิพนธ์
ของ
โอภาส กิจกำแหง

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษาดุขุฎีบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการให้คำปรึกษา
มีนาคม 2548

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

๒
๒๖.๘.๖๖
๐๙๖๘ ๗

การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง
โดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

- 6 พ.ศ. 2548

บทคัดย่อ
ของ
โอภาส กิจกำแหง

๒ ๕๖๖ ๕๖

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษาคุณวุฒิบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการให้คำปรึกษา
มีนาคม 2548

โอภาส กิจกำแหง. (2548) การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา. ปรินทิฟอนท์ กศ.ด. (จิตวิทยาการให้คำปรึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. คณะกรรมการควบคุม : รองศาสตราจารย์ ดร.คมเพชร จัตรศุภกุล, ศาสตราจารย์ ดร.ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์, รองศาสตราจารย์นิภา ศรีไพโรจน์.

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง แบ่งเป็น 2 ตอนคือ ตอนที่ 1 เพื่อศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงของบริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด จำนวน 550 คน ตอนที่ 2 เพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงของบริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด จำนวน 20 คน โดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1.การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง พบว่า องค์ประกอบของคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงประกอบด้วย 7 องค์ประกอบ ได้แก่ คุณลักษณะด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดี คุณลักษณะด้านบุคลิกภาพที่ดี คุณลักษณะด้านความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน คุณลักษณะด้านความขยันหมั่นเพียร คุณลักษณะด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า คุณลักษณะด้านคุณธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติงาน และคุณลักษณะด้านความก้าวหน้า และพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง โมเดลโครงสร้างมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานอยู่ในเกณฑ์สูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสามารถวัดองค์ประกอบของคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงได้

2. ผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงจำนวน 550 คน มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.22$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า คุณลักษณะด้านความก้าวหน้า และพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง และคุณลักษณะด้านคุณธรรมและจริยธรรมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.57$ และ 4.51 ตามลำดับ) ส่วนคุณลักษณะด้านความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน ด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ด้านความขยันหมั่นเพียร ด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และด้านบุคลิกภาพที่ดีอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.34, 4.14, 4.05, 3.99$ และ 3.96 ตามลำดับ) และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ระหว่าง .35 - .54

3. ผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงจำนวน 20 คนที่เข้าร่วมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในการขายตรงเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 แสดงว่าการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง มีผลให้คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น

THE DEVELOPMENT OF DESIRABLE CHARACTERISTICS OF
DIRECT SALES - DISTRIBUTORS THROUGH
PSYCHOLOGY – BASED TRAINING

AN ABSTRACT
BY
OPAS KITKAMHANG

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Doctor of Education Degree in Counseling Psychology
at Srinakharinwirot University
March 2005

Opas Kitkamhang. (2005). *The Development of Desirable Characteristics of Direct Sales - Distributors through Psychology - Based Training*. Dissertation, Ed.D. (Counseling Psychology). Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor Committee : Assoc. Prof. Dr. Khompet Chatsupakul, Prof. Dr. Pongpan Kirdpitak, Assoc. Prof. Nipa Sripairot.

The purpose of this research was to develop the desirable characteristics of direct sales - distributors through psychology - based training. The research was divided into two parts . The first part was to examine the desirable characteristics of 550 direct sales - distributors of Giffarine Skyline Unity Co., Ltd. The second part was to develop the desirable characteristics of 20 direct sales - distributors through psychology - based training.

The results of the study were as follows :

1. The confirmatory factor analysis significantly confirmed that the desirable characteristics of the direct sales - distributors could be characterized into seven factors : good human relations, good personality, work responsibility, diligence, problem - solving ability, work moral and ethics, and self-advancement. These seven factors had high factor loading at .01 level and could be able to measure the desirable characteristics of the direct sales - distributors.

2. The desirable characteristics of the 550 direct sales – distributors revealed high ($\bar{X} = 4.22$) Their responses on the scales measuring “self -advancement” and “work moral and ethics” were very high ($\bar{X} = 4.57$ and 4.51, respectively), while the scales measuring “work responsibility,” “good human relations,” “diligence,” “problem – solving ability,” and “good personality” were high ($\bar{X} = 4.34, 4.14, 4.05, 3.99$ and 3.96, respectively).

- 3 . The desirable characteristics of the 20 direct sales – distributors participated in the psychology – based training program significantly increased at .01 level. The results of the study indicated that the psychology - based training program was a key factor in increasing positive change in the desirable characteristics of the direct sales - distributors.

ปริญญานิพนธ์
เรื่อง

การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

ของ
โอภาส กิจกำแหง

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการศึกษาดุชนิพนธ์ สาขาวิชาจิตวิทยาการให้คำปรึกษา
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

/๒๒. 3๒

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญสิริ จีระเดชากุล)
วันที่ ๑๑ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2548

คณะกรรมการสอบปริญญานิพนธ์

..... ประธาน
(รองศาสตราจารย์ ดร.คมเพชร นัตรศุภกุล)

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

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ นิภา ศรีไพโรจน์)

..... กรรมการที่แต่งตั้งเพิ่มเติม
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทนา วงษ์อินทร์)

..... กรรมการที่แต่งตั้งเพิ่มเติม
(ดร.กรรองกาญจน์ ณ นครพนม)

ประกาศคุณูปการ

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้ได้สำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดี ด้วยความเมตตาและกรุณาเป็นอย่างยิ่งจากรองศาสตราจารย์ ดร.คมเพชร ฉัตรศุภกุล ประธานกรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์ ศาสตราจารย์ ดร.ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์ และ รองศาสตราจารย์นิภา ศรีไพโรจน์ กรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์ ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่ายิ่งในการให้คำปรึกษา แนะนำ ตรวจสอบ ตลอดจนการแก้ไขในการทำงานวิจัยนี้ทุกขั้นตอนจนเสร็จสมบูรณ์ เป็นการทำให้ผู้วิจัยได้มีความรู้ ความเข้าใจ เพิ่มขึ้นจากประสบการณ์ในการทำงานวิจัย และรู้ถึงคุณค่าของงานวิจัยที่ช่วยให้การทำงานในด้านการพัฒนาเป็นไปอย่างมีคุณค่าและเกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งถึงความกรุณาดังกล่าวจึงขอกราบขอบพระคุณด้วยความเคารพอย่างสูงสุดไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทนา วงษ์อินทร์ และ ดร.กรรองกาญจน์ ณ นครพนม ที่กรุณาเป็นกรรมการแต่งตั้งเพิ่มเติมในการสอบปริญญานิพนธ์ และได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์ ทำให้ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 5 ท่าน ที่ได้กรุณาชี้แนะแนวทางและให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการศึกษาค้นคว้า รวมถึงคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้แก่ผู้วิจัยในการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเอกสาขาวิชาจิตวิทยาการให้คำปรึกษา อันเป็นพื้นฐานที่สำคัญยิ่งในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

ขอกราบขอบพระคุณแพทย์หญิงณลินี ไพบูลย์ ประธานกรรมการบริหารบริษัทกิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิटी จำกัด ที่ได้กรุณาให้โอกาสผู้วิจัยได้สำรวจและเก็บข้อมูลตลอดทั้งเอื้อเพื่อสถานที่ในการดำเนินการทดลองจนสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ขอขอบคุณผู้เข้ารับการฝึกอบรมกลุ่มฟ้าใสทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมือในการเก็บข้อมูล และทดลองจนประสบความสำเร็จ

ขอขอบคุณคุณศิริรัช โรจนพฤกษ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่มบริษัทคอมลิงค์ จำกัด ที่ได้ให้โอกาสผู้วิจัย มาศึกษาเล่าเรียน ซึ่งเป็นเวลาในช่วงการปฏิบัติงานปกติ

ขอขอบคุณ ดร.วันเพ็ญ สมภพรุ่งโรจน์ อาจารย์ไพศาล คงภิรมย์ขึ้น อาจารย์ ศันสนีย์ นาคะสนธิ์ อาจารย์กฤษวรรณ สิริอภิบาล และคุณวินทัสน์ จันทโชติ ที่ได้ให้ความช่วยเหลือเกี่ยวกับการวิเคราะห์ข้อมูล

สุดท้ายผู้วิจัยกราบขอบพระคุณ คุณพ่อสามารถ คุณแม่กิมหลั่น กิจกำแหง บุพการี ของผู้วิจัยที่ได้ให้การอบรมสั่งสอน ให้กำลังใจ และ สนับสนุนผู้วิจัยทุกเรื่อง รวมถึง คุณน้า ลำเจียก แซ่มประชุม และ อาจารย์ผาณิต กันตามระ ที่คอยดูแลเอาใจใส่ และสนับสนุนผู้วิจัยเสมอมา ด้วยความห่วงใย จนทำให้ปริญญานิพนธ์ ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

คุณค่าและประโยชน์จากปริญญาโทฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณ
ของบิดา มารดา บุรพจารย์ และ กัลยาณมิตรทุกท่าน ที่ได้ให้การอบรมสั่งสอน ห่วงใย ให้
กำลังใจพร้อมทั้งการแนะแนวทางที่ดีมีคุณค่า แก่ผู้วิจัยตลอดมา

โอภาส กิจกำแหง

ผู้วิจัย

สารบัญ

บทที่		หน้า
1	บทนำ	1
	ภูมิหลัง	1
	ความมุ่งหมายของการวิจัย	6
	ความสำคัญของการวิจัย	6
	ขอบเขตของการวิจัย	7
	การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	7
	ตัวแปรที่ศึกษา	7
	นิยามศัพท์เฉพาะ	7
	กรอบแนวคิดในการวิจัย	15
	สมมติฐานในการวิจัย	16
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	17
	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการขายตรง	18
	ความหมายของการขายตรง	18
	ความสำคัญของการขายตรง	18
	องค์ประกอบของการขายตรง	20
	รูปแบบของการขายตรง	21
	ลักษณะของการขายตรง	23
	แผนการตลาดในการขายตรง	24
	ข้อดีของธุรกิจขายตรง	29
	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของ	
	ผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง	31
	ความหมายของคุณลักษณะที่พึงประสงค์	31
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระ	
	ในการขายตรง	38
	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเพื่อพัฒนา	
	คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง	44
	เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรม	44
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรม	50
	ทฤษฎีและเทคนิคต่าง ๆ ในการให้คำปรึกษา	55

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
2(ต่อ)	งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีและเทคนิคต่าง ๆ ในการให้คำปรึกษา	90
	เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการสนทนากลุ่ม	94
	การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน	101
3	วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า	105
	การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	105
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	106
	ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย	106
	การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง โดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา	116
	การเก็บรวบรวมข้อมูล	117
	แบบแผนการทดลอง	117
	การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	118
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	118
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	122
	สัญลักษณ์ในการวิเคราะห์และแปลผล	122
	การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	124
	การวิเคราะห์ข้อมูล	124
5	สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	135
	ความมุ่งหมายในการวิจัย	135
	สมมติฐานในการวิจัย	135
	ขอบเขตของการวิจัย	135
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	136
	การเก็บรวบรวมข้อมูล	138
	แบบแผนการทดลอง	138
	การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	139

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 (ต่อ) สรุปผลการวิจัย	139
อภิปรายผลการวิจัย	142
ข้อเสนอแนะ	155
บรรณานุกรม	157
ภาคผนวก	173
ภาคผนวก ก รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ	174
ภาคผนวก ข คำดัชนี IOC ของแบบสอบถามคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของ ผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง	177
ภาคผนวก ค แบบสอบถามคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระใน การขายตรง และเฉลยคำตอบแบบสอบถามคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง	185
ภาคผนวก ง คำ IOC ของผลการตรวจสอบโปรแกรมการฝึกอบรมเชิง จิตวิทยาตามทฤษฎีการให้คำปรึกษาเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึง ประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง	199
ภาคผนวก จ รายละเอียดของโปรแกรมการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง	201
ภาคผนวก ช คะแนนคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้เข้ารับการอบรมก่อน และหลังการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา	300
ประวัติย่อผู้วิจัย	303

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 คำนำน้หนักองค์ประกอบ (Factor Loading) และค่าดัชนีทดสอบประสิทธิภาพ ของโมเดลวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของแบบทดสอบวัดคุณ ลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง (n = 550)	125
2 ค่าเมตริกซ์ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการเทียบความกลมกลืน	127
3 จำนวนและร้อยละของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา (n = 550)	129
4 ค่าสถิติพื้นฐานของคะแนนคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระ ในการขายตรง รายด้านและโดยรวม (n = 550)	130
5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้ ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน ของความเบ้และความโด่งของคะแนนคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของ ผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง (n = 550)	131
6 เปรียบเทียบคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงก่อน และหลังการเข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา (n = 550)	133
7 ค่าดัชนี IOC ของแบบวัดจากการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ	178
8 ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (r) ของแบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของ ผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง	181
9 ค่าความเชื่อมั่นรายด้านและรวม (α) ของแบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง	184
10 ค่าดัชนี IOC ของโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ตามทฤษฎีการให้ คำปรึกษา เพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการ ขายตรง	200

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ...	15
2 กรอบแนวคิดในการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระ ในการขายตรงโดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา	16
3 แผนภูมิการขายตรงแบบขั้นเดียว	26
4 แผนภูมิการขายตรงแบบหลายขั้น	28
5 ลักษณะการเรียงลำดับ	99
6 ขั้นตอนการศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการ ขายตรง	106
7 ขั้นตอนการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการ ขายตรง	115
8 กราฟคิวพล็อต (Q – Plot) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างค่าความคลาดเคลื่อน กับค่าควอนไทล์ปกติ หลังการปรับโมเดล	128
9 การแจกแจงคะแนนรายด้านของคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่าย อิสระในการขายตรงของกลุ่มตัวอย่าง ($n = 550$)	132
10 เส้นภาพการเปรียบเทียบของคะแนนคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่าย อิสระในการขายตรงก่อนและหลังเข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา	134

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 ได้ให้ความหมายของการขายตรงไว้ว่า ขายตรง หมายถึง การทำตลาดสินค้าหรือสถานบริการในลักษณะของการนำเสนอขายต่อผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัยหรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภค หรือของผู้อื่นหรือสถานที่อื่นที่มีใช้สถานประกอบการค้าเป็นปกติธุระ โดยผ่านตัวแทนขายตรง หรือผู้จำหน่ายอิสระชั้นเดียวหรือหลายชั้น แต่ไม่รวมถึงนิติกรรมที่กำหนดในกฎกระทรวง (คำอธิบาย พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง. 2545: 9) นอกจากนี้การขายตรง (Direct Selling) ยังเป็นการขายสินค้าที่ผู้ขายจะติดต่อเสนอสินค้าให้กับผู้บริโภค โดยไม่ผ่านคนกลางหรือร้านค้าคนกลางและจำเป็นต้องมีการให้บริการและแนะนำวิธีการใช้ที่ถูกต้องและได้ผล เช่น การสาธิตการนวดหน้า แต่งหน้าแล้วจึงนำเสนอสินค้า หรือการสาธิตวิธีรับประทานอาหารเสริมพร้อมกับโปรแกรมลดน้ำหนักที่จัดให้ ซึ่งจะทำให้เกิดการซื้อต่อเนื่องตามมาในระยะยาว (วิยุทธ์ ฉายะยันตร์และคณะ. 2543: 6 - 7)

การขายตรงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบธุรกิจการตลาดและการขาย ซึ่งเบเคอร์ (Peterson & Wotruba. 1996: 2 ; อ้างอิงจาก Baker. 1984) ได้กล่าวไว้ถึงความสำคัญของการขายตรงไว้ว่า การขายตรงเป็นการขายที่ใช้การสื่อสาร 2 ทาง คือ ผู้ขายสามารถรับรู้ปฏิกิริยาของลูกค้าว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจหรือความชอบในสินค้า หรือบริการมากน้อยแค่ไหน มีการออกแบบหรือปรับปรุงข้อมูลให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าแต่ละราย ผู้ขายและลูกค้าได้มีโอกาสสื่อสารแลกเปลี่ยนความคิดเห็น หากมีความสงสัยไม่เข้าใจในสินค้าหรือบริการทำให้ลูกค้ามีโอกาสซักถามผู้ขาย ที่ผู้ขายสามารถอธิบายในรายละเอียดได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้นและผู้ขายสามารถรับรู้ปฏิกิริยา ความรู้สึก และความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการนั้นได้ในทันที และนิคเกิลส์ (Nickels. 1976: 298 - 299) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการขายตรงว่า ลูกค้าเป้าหมายมีความต้องการที่แตกต่างกัน และในบางครั้งลูกค้าก็มีความผูกพันกับสินค้าอื่นมาก่อนจนไม่สามารถใช้วิธีไหนมาชักจูงได้มากไปกว่า การขายโดยบุคคล ที่สามารถช่วยให้ลูกค้าได้เปิดใจและยอมรับสินค้ามากกว่าวิธีการอื่นๆ

วิยุทธ์ ฉายะยันตร์ (2543:15 - 16) ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อดีของการขายตรงว่าเป็นระบบที่ดีที่สุด ที่ทำให้ลูกค้าได้เห็น ได้สัมผัส ได้เข้าใจถึงคุณประโยชน์ของการใช้สินค้า มีเวลาไตร่ตรอง และผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงมีโอกาสดำเนินการได้ตามสมควร จึงทำให้การขายในระบบนี้เป็นการขายที่ถูกต้อง ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ ซึ่งสามารถได้รับการบริการที่ดี ทราบวิธีใช้สินค้า ข้อดี ข้อเสีย ข้อควรระวังต่าง ๆ อีกทั้งยังสะดวก ประหยัดทั้งเวลาและจำนวนเงิน สามารถสร้างความมั่นใจในตัวผู้ผลิตมากขึ้น ในคุณภาพของสินค้า เพราะสามารถได้เห็นจริงตามที่มีการสาธิต รวมถึงความเชื่อถือในตัวของผู้เสนอสินค้าและยังมีการรับประกันคุณภาพสินค้าด้วย ส่วนข้อดี

ของการขายตรงในแง่ของผู้ประกอบการ ได้แก่ เป็นการลงทุนที่ใช้น้อยกว่าการขายแบบอื่น ๆ เนื่องจากไม่จำเป็นต้องว่าจ้างพนักงานขายประจำ สามารถลดต้นทุนในเรื่องของการบริหารสินค้าคงคลัง เนื่องจากสามารถกำหนดแผนการจัดจำหน่าย การเจริญเติบโตของสินค้าแต่ละตัว ทำให้ไม่มีความเสี่ยงมากจนเกินไป และการขายตรงทำให้ผู้ประกอบการไม่มีคู่แข่ง ณ จุดขาย เพราะมีเพียงผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงแต่ละรายนำสินค้าของตนไปสาธิตให้ลูกค้าในขณะนั้น อีกทั้งยังไม่จำเป็นต้องมีค่าใช้จ่ายในด้านการโฆษณา เพราะเป็นการจำหน่ายโดยตรงถึงตัวผู้บริโภค

สำหรับการขายตรงในประเทศไทยเกิดขึ้นเมื่อประมาณ 30 ปีมาแล้ว โดยบริษัทผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภค (Consumer Product) ได้จัดหน่วยขายตามบ้านไปพบลูกค้าถึงที่บ้านของลูกค้าหรือที่ เรียกว่า House to House Sales โดยใช้กลุ่มแม่บ้านระดับชาวบ้านทำหน้าที่นำสินค้าประเภทของใช้ประจำในครัวเรือนต่าง ๆ เช่น ผงซักฟอก สบู่ ยาสีฟัน เครื่องสำอาง เครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น ไปจำหน่ายให้กับผู้บริโภคถึงที่บ้านในวันเสาร์ - อาทิตย์ โดยเจ้าของสินค้าจะมีรถบรรทุกขนาดเล็กพร้อมสินค้าและทีมขายตระเวนไปจอดตามจุดขายต่าง ๆ ที่ได้วางแผนไว้ล่วงหน้า หน่วยขายตามบ้านนี้จะขายสินค้าในราคาที่ถูกลงกว่าปกติ โดยใช้กลยุทธ์การขายสินค้าหลายอย่างรวมกัน หรือสินค้าอย่างเดียวกันหลายชิ้นพร้อมส่วนลดเป็นสิ่งจูงใจผู้บริโภค (วิญญู ฉายะยันตร์ และคณะ. 2543: 6 – 7)

ต่อมาในระยะหลัง ๆ ผู้ประกอบการคนไทยที่ผลิตสินค้าไทยก็หันมาใช้ในการจัดจำหน่ายในระบบการขายตรง โดยการประยุกต์จากระบบของบริษัทต่างประเทศจนประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก โดยที่ระบบการขายตรงที่ดำเนินธุรกิจอยู่ในปัจจุบันที่ได้รับความนิยมมากที่สุดมีอยู่ 2 ระบบด้วยกันคือ ระบบการขายตรงแบบชั้นเดียว (Single Level Marketing) และการขายตรงแบบหลายชั้น (Multi Level Marketing) ดังที่ ไพโรจน์ อาจารย์ภา (2546: 59) ได้ให้รายละเอียดไว้ ดังนี้ การขายตรงชั้นเดียว หมายถึง การขายโดยผ่านตัวแทนขายสินค้าจากผู้ประกอบธุรกิจขายตรงนำไปขายต่อให้ผู้บริโภค ตัวแทนขายจะได้รับผลตอบแทนจากการขายจากส่วนต่างของราคาขายปลีกกับราคาขายส่ง และการขายตรงแบบหลายชั้น หมายถึง การขายโดยผู้จำหน่ายอิสระซื้อสินค้าจากผู้ประกอบธุรกิจขายตรงนำไปขายปลีกให้ผู้บริโภคและขายส่งให้ผู้จำหน่ายอิสระในทีมขายเพื่อขายสินค้าให้กับผู้บริโภค ผู้จำหน่ายอิสระสามารถสร้างและบริหารทีมการขายของตนเองโดยการชักชวนสมาชิกใหม่เข้าร่วมงาน ซึ่งผู้จำหน่ายอิสระจะได้รับผลตอบแทนจากยอดขายของผู้จำหน่ายอิสระที่ชักชวนกันเข้ามาและจากยอดขายทั้งกลุ่มด้วย

สำหรับการขายตรงแบบชั้นเดียวจะมีรูปแบบการขายที่แตกต่างกันไปตามนโยบายของแต่ละบริษัท พนักงานขายของบริษัทจะได้รับค่าคอมมิชชั่น ซึ่งหมายถึง ค่าตอบแทนของพนักงานขายโดยคิดเป็นเปอร์เซ็นต์จากการขายสินค้า (ศิริวรรณ ลัญจนาพันธ์ และเจริญ โชไชย. 2532: 48) และธุรกิจการขายตรงแบบนี้จะมีแผนการขายที่เน้นลักษณะ “ตัวถึงตัว” และจะต้องมีการขายสินค้าจริง เก็บเงินจริง ส่งสินค้าจริงและใช้สินค้าจริง พนักงานขายที่เข้าสู่ระบบนี้จะต้องได้รับการฝึกอบรมอย่างดี และเน้นความรู้ในด้านของสินค้า และการนำเสนอการขายพร้อมบริการที่ดีอยู่เสมอจากผู้จัดการเขต รายได้ดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับยอดขายจริง ความสามารถและเวลาที่ทุ่มเทให้กับงาน

สามารถทำงานได้ทั้งเต็มเวลาและเป็นรายได้เสริม บริษัทเจ้าของสินค้าสามารถที่จะควบคุมทั้งจำนวนสมาชิกและวิธีการทำงานของสมาชิกได้อย่างใกล้ชิด เพราะผู้จัดการเขตที่ได้รับการแต่งตั้งจากบริษัทจะรับนโยบายของบริษัทในเรื่องของการถ่ายทอดความรู้ในการขายและในเรื่องของผลิตภัณฑ์ วิธีการเขียนใบสั่งซื้อ การใช้แคตตาล็อกเพื่อส่งเสริมการขาย (สิทธิพร สถาพรธนพัฒน์. 2541: 84 - 86) ทำให้การขายตรงแบบชั้นเดียว ไม่ซับซ้อนยุ่งยากสำหรับพนักงานขายที่จะก้าวขึ้นมาเป็นผู้บริหารทีมขายและเสริมสร้างทีมขายให้เจริญก้าวหน้าต่อไป ซึ่งขณะนี้บริษัทมิสทีนเป็นผู้นำ โดยผลประกอบการสิ้นสุดในรอบปี 2547 เป็นไปตามเป้าหมาย มีอัตราการเจริญเติบโตร้อยละ 11 จากปี พ.ศ. 2546 ส่วนจำนวนสมาชิกของมิสทีนที่สมัครใหม่ตั้งแต่เดือนมกราคม-ธันวาคม มีประมาณ 620,000 คน ซึ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ทำรายได้มากที่สุดให้กับมิสทีน คือ กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง คิดเป็นร้อยละ 34 (LEADER TIME MAGAZINE. (2548, มกราคม). 5(50):)

การขายตรงอีกระบบหนึ่ง คือ การขายตรงแบบหลายชั้น มีการเจริญเติบโตที่รวดเร็วเป็นอย่างมากโดย เนื่องจากความแปลกใหม่ แผนการตลาดที่จูงใจเป็นอย่างยิ่ง ทำให้ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง โดยในช่วงปี พ.ศ. 2540 - 2543 ถือเป็นช่วงที่มีอัตราการเจริญเติบโตอย่างสูงมาก และมีอัตราการเติบโตมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงที่สภาวะแวดล้อมภายนอกทางเศรษฐกิจของประเทศกำลังประสบปัญหาซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดโอกาสการเข้ามาสู่ตลาดของธุรกิจประเภทนี้ อาทิ ในปีพ.ศ. 2540 บริษัท แอมเวย์มียอดขายอยู่ในระดับ 4,800 ล้านบาท ถือว่าเป็นยอดขายที่อยู่ในระดับสูงสุด แต่ในปีเดียวกันนี้ประเทศไทยประสบกับภาวะเศรษฐกิจถดถอยจนถึงปีพ.ศ. 2543 โดยมีรายงานทางสถิตินิติบุคคลที่เลิกกิจการของกรมทะเบียนการค้ากระทรวงพาณิชย์พบว่า จำนวนบริษัทจำกัด ห้างหุ้นส่วนจำกัด และห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคลที่เลิกกิจการในรอบ 10 เดือน ตั้งแต่เดือน มกราคม ถึง เดือนตุลาคม ปีพ.ศ. 2543 มีจำนวนมากถึง 4,444 ราย (หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ. 2543: 10 - 13) ในสถานการณ์เช่นนี้ส่งผลกระทบให้ประชาชนส่วนมากมีรายได้น้อยลงและส่วนหนึ่งถึงขั้นตกงาน ความต้องการหาอาชีพใหม่หรืออาชีพเสริมจึงมีเพิ่มขึ้น เพื่อเพิ่มรายได้ให้เพียงพอกับความต้องการ ซึ่งการขายตรงก็เป็นทางเลือกที่ประชาชนให้ความสนใจเป็นอย่างมาก ด้วยความง่ายในการเข้าสู่ธุรกิจที่ง่ายไม่ยุ่งยากสลับซับซ้อนสามารถเลือกที่จะทำเป็นอาชีพเสริม หรืออาชีพหลักได้ในทันทีที่ต้องการ อีกทั้งยังมีองค์กรการขายตรง ให้เลือกมากมายตามความพอใจและเหมาะสมกับแต่ละคน และประการสำคัญคือการจูงใจด้วยผลตอบแทนและผลประโยชน์อย่างอื่นอีกมากมาย ล้วนทำให้ธุรกิจการขายตรง โดยเฉพาะการขายตรงแบบหลายชั้นมีการขยายตัวเป็นอย่างมาก พิจารณาจากมูลค่าตลาดที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องจากปี พ.ศ. 2540 ที่มียอดขายจำหน่ายประมาณ 16,000 ล้านบาท ขยับไปถึงระดับ 20,000 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2543 และ 27,000 ล้านบาทในปี 2545 (เอกสารประกอบการสัมมนา สำนักวิจัยเอแบคโพลล์. 2545: 4) สอดคล้องกับ ไนซ์เบ็ตต์ (ไพโรจน์ จันทรานิมิ; อ้างอิงจาก Nisbet. 2542: คำนำ) ได้เขียนไว้ในหนังสือ “เมกาเทรนด์” (Megatrend) ว่าในศตวรรษที่ 21 ภูมิภาคทางเอเชียจะเป็นแหล่งและโอกาสของการลงทุน รวมทั้งจะมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินชีวิตเป็นอย่างมาก ซึ่งก็คือธุรกิจเครือข่ายหรือธุรกิจการขายตรงแบบหลายชั้นนั่นเอง

นอกจากแนวโน้มการขยายของธุรกิจการขายตรงนอกจากจะเป็นตัวชี้วัดถึงความสำเร็จของธุรกิจขายตรงแล้ว ยังมีความสัมพันธ์เชิงแปรผันกับจำนวนผู้ที่เข้าสู่ธุรกิจขายตรงทั้งในลักษณะทำเป็นอาชีพหลัก และอาชีพเสริม โดยผลการสำรวจของสำนักวิจัยเอแบคโพลล์ (เอกสารประกอบการสัมมนา สำนักวิจัยเอแบคโพลล์. 2545: 5) พบว่า ในปี 2545 มีจำนวนผู้ที่อยู่ในธุรกิจขายตรงในฐานะผู้จำหน่ายอิสระสูงถึงประมาณ 2 ล้านคน

ผลการสำรวจจากนิตยสารไคเรคินิวส์ (2543: 41 - 42) พบว่า เหตุผลของการประกอบอาชีพการขายตรงคือต้องการเพิ่มรายได้ถึง ร้อยละ 32 นอกจากนี้การขายตรงยังมีลักษณะพิเศษอีกหลายประการที่จูงใจให้ประชาชนจำนวนมากปรารถนาที่จะเข้าสู่อาชีพนี้ อาทิ การขายตรงเป็นการทำงานที่มีอิสระในการบริหารเวลาทำงานของตนเอง มีรายได้ตอบแทนความขยันอย่างคุ้มค่าเหนื่อย มีโอกาสเจริญก้าวหน้าทางอาชีพไปสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้นอย่างรวดเร็ว มีโอกาสพัฒนาตนเองให้มีความรู้ความสามารถมากขึ้น ฉลาดขึ้น เข้มแข็งมากขึ้น และเป็นผู้กว้างขวางจากการได้รู้จักผู้คนมากมายหลากหลายวงการ นอกจากนี้ในการทำงานขายตรงยังมีปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นเฉพาะหน้าในการขายให้ผู้ประกอบอาชีพการขายตรงหรือที่มักเรียกกันในธุรกิจการขายตรงว่า “ผู้จำหน่ายอิสระ” ได้แก่ ปัญหานั้นอย่างรวดเร็วด้วยตัวเอง ลักษณะงานจึงมีความหลากหลาย ทำหาย เหมาะสำหรับผู้ที่มีความนิยมชมชอบในความรักอิสระ และชอบที่จะใช้ความคิดสร้างสรรค์ของตนเอง

การขายตรงนับเป็นทางเลือกของการสร้างธุรกิจยุคใหม่ที่ลงทุนต่ำ ไม่มีอัตราเสี่ยงต่อความล้มเหลวเหมือนธุรกิจอื่น ๆ แต่ในขณะที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายก็เกิดธุรกิจมิจฉาชีพในคราบของธุรกิจขายตรงหลายชั้นตามมาโดยเป็นไปในลักษณะของแชร์ลูกโซ่ สร้างความเสียหายให้แก่ผู้ที่รู้เท่าไม่ถึงการณ์เป็นจำนวนมากโดยกฎหมายที่มีอยู่ยังไม่ครอบคลุมได้เพียงพอ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภคจึงมีแนวคิดที่จะร่างกฎหมายขายตรงขึ้นเพื่อเอาผิดต่อผู้ประกอบการที่ฉวยโอกาสและเพื่อเป็นการคุ้มครองผู้บริโภค ซึ่งผ่านขั้นตอนต่างๆ ใช้เวลากว่า 6 ปี กฎหมายจึงผ่านสภาผู้แทนราษฎรและในที่สุดได้มีประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2545 ที่ผ่านมามีผลบังคับใช้ในวันที่ 29 สิงหาคม พ.ศ. 2545 (บุญสม อัครธรรมกุล. 2545: คำนำ) เพื่อเป็นเสมือนแนวทางที่ถูกต้องให้ผู้ประกอบการรวมถึงผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงได้ทำการศึกษาและทำความเข้าใจให้ถูกต้องเพื่อเป็นบรรทัดฐานเดียวกัน ซึ่งมีบริษัทที่ดำเนินธุรกิจขายตรงที่แสดงความจำนงเพื่อจดทะเบียนอย่างถูกต้องมากถึง 349 บริษัท (สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. 2546: 2)

อย่างไรก็ตามเป็นที่ยอมโดยทั่วไปว่า นอกจากองค์การการขายที่มั่นคงถูกต้องตามพระราชบัญญัติขายตรง รวมถึงคุณภาพสินค้า ราคาสินค้าที่ยุติธรรมแล้ว นักขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงถือเป็นองค์ประกอบสำคัญอีกประการหนึ่ง ที่ถือว่าสำคัญที่สุดที่จะเป็นดัชนีชี้วัดถึงความสำเร็จในการทำธุรกิจขายตรง เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ต้องติดต่อสัมพันธ์กับผู้คนเป็นจำนวนมาก ดังนั้น นักขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระที่ต้องการความสำเร็จในอาชีพนี้ควรมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ต่าง ๆ ที่จะช่วยให้ประสบความสำเร็จในธุรกิจนี้ ดังที่ นลินี ไพบูลย์ ประธานกรรมการบริหารบริษัท

กิฟฟารีน สกายไลน์นี่ดี จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่มีระบบการจัดจำหน่ายสินค้าขายตรงแบบหลายชั้น ภายใต้ยี่ห้อ กิฟฟารีน ได้ให้ทัศนะว่า คุณลักษณะของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงมีความสำคัญอย่างสูงต่อความสำเร็จในการทำธุรกิจขายตรง เริ่มตั้งแต่ความรู้ความเข้าใจในธุรกิจการขายตรง ความรู้ในผลิตภัณฑ์ การมีมนุษยสัมพันธ์กับลูกค้าหรือทีมงานเป็นอย่างดี การมีบุคลิกภาพที่โดดเด่น เป็นที่ยอมรับ การมีความวิริยะอุตสาหะและความรับผิดชอบในการทำงาน การใช้ทักษะในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้ดี มีการบริการหลังการขายที่ดีเพื่อการซื้อซ้ำในครั้งต่อไป รวมถึงความต้องการ ในการก้าวหน้า มีเป้าหมายที่เด่นชัดและที่สำคัญคือความเชื่อมั่นในจรรยาบรรณ คุณธรรมในการทำงาน (นลินี ไพบูลย์. 2547: สัมภาษณ์)

ทัศนะเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจการขายตรงดังกล่าวสอดคล้อง กับ แอนเดอร์สัน และ เวลเลอร์ (Anderson. 1980; & Vellor. 1983: 19) ที่กล่าวว่า บุคลิกภาพของ นักขายตรงมีผลต่อการปฏิบัติงาน การเป็นนักขายที่ดี จะต้องเป็นผู้ที่เปิดเผย เป็นมิตรอย่างจริงใจ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความปรารถนาที่จะพบผู้คน เต็มใจที่จะสนับสนุนผู้อื่น มีความมานะบากบั่น ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคต่างๆในการทำงาน ตลอดจนมีความต้องการที่จะเอาชนะบุคลิกภาพอันเป็น คุณลักษณะดังกล่าว เหล่านี้ล้วนมีความสำคัญต่อความสำเร็จในการขายเป็นอย่างมาก

นอกจากนี้สำนักวิจัยเอแบคโพลล์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (เอแบคโพลล์. 2546: 35) ได้ทำการสำรวจทัศนคติและประสบการณ์การบริโภคสินค้าในระบบขายตรง เกี่ยวกับภาพลักษณ์ ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในเขตกรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และจังหวัดเป้าหมาย 8 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ นครสวรรค์ ขอนแก่น นครราชสีมา อุทัย เพชรบุรี ชลบุรี และสงขลา กลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 3,028 คน โดยกลุ่มตัวอย่างสามารถแสดงความคิดเห็น ความรู้สึกได้มากกว่า 1 ข้อ ผลการสำรวจพบว่าภาพลักษณ์ที่ไม่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ได้แก่ การสร้างแรงกดดันให้ซื้อสินค้า หรือสมัครสมาชิกคิดเป็น ร้อยละ 48.4 มีบุคลิกภาพที่ไม่น่าเชื่อถือ มีการโฆษณาเกินความเป็นจริงร้อยละ 44.0 ขายสินค้าแล้วไม่รับผิดชอบเวลาสินค้านั้นมีปัญหา ร้อยละ 41.9 ไม่รู้กาลเทศะหรือเวลาที่เหมาะสมในการขายสินค้า ร้อยละ 39.1 ไม่มีการติดตามผล การใช้สินค้า ร้อยละ 32.6 ไม่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อย่างแท้จริง ร้อยละ 23.7 ตอบคำถามจาก สิ่งที่บริษัทเตรียมให้โดยขาดความเข้าใจที่แท้จริง ร้อยละ 20.5 และ ไม่มีภาพลักษณ์ในทางที่ไม่ดี เลย 24.2

จากประเด็นปัญหาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ที่ไม่ดีของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงถือเป็น ความสำคัญที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับคุณลักษณะของนักขายที่ต้องการการประสบความสำเร็จในธุรกิจ ขายตรง เป็นเหตุให้องค์กรธุรกิจขายตรงส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมผู้จำหน่ายอิสระ ของตนเองอย่างเต็มที่และสม่ำเสมอ (วิจิต พรจะเด็ด และ จินตนา พรจะเด็ด. 2542 : 155) โดยมุ่ง ให้ข้อมูลความรู้ที่ตรงตามความต้องการของสมาชิกผู้จำหน่ายอิสระ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (กฤษณะ กฤตมโนรณ. 2541: 157) แต่ปัญหาสำคัญประการหนึ่งก็คือ องค์กรต่างๆ ยังขาดความรู้ ความเข้าใจ ในหลักการของการฝึกอบรมเกี่ยวกับกระบวนการ ขั้นตอน และสาระสำคัญของการ ฝึกอบรม เพราะส่วนใหญ่แล้วจะเป็นการเน้น การสร้างฝัน สร้างแรงจูงใจ ให้ผู้จำหน่ายเกิดความ

ทะเยอทะยาน แต่ขาดความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาตนเอง อีกทั้งยังขาดเนื้อหาที่เน้นการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์และรูปแบบในการขายตรงที่ชัดเจน (ชาติศิริ อักษรประเสริฐ. 2540: 125 – 126) นอกจากนี้ รูปแบบการอบรมยังคงจำกัดส่วนมากใช้การบรรยายโดยอ้างอิงจาก ประสบการณ์ และแนวคิดของวิทยากร แม้ว่าจะช่วยพัฒนาบุคลิกภาพ ทักษะ และพฤติกรรมของนักขายตรงได้บ้างไม่มากนักน้อย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความรู้ ความสามารถของผู้จำหน่ายอิสระ หรือนักขายตรง ที่สามารถจะนำความรู้เหล่านั้นไปประยุกต์ใช้กับการขายตรงต่อไป แต่ยังไม่ปรากฏว่า มีบุคคลหรือหน่วยงานใดที่นำหลักการทางจิตวิทยาการให้คำปรึกษาไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินการจัดฝึกอบรมเพื่อพัฒนาให้เกิดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ตลอดทั้งไม่ปรากฏว่ามีเครื่องมือที่ใช้วัด คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงด้วย

ด้วยเหตุผลดังกล่าวนี้ ผู้วิจัยในฐานะที่มีประสบการณ์โดยตรงกับการขายตรง เป็นผู้บริหารทีมขายและปัจจุบันเป็นวิทยากรที่บรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง โดยเฉพาะเป็นวิทยากรประจำที่บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 จนถึงปัจจุบัน จึงมีความประสงค์ที่จะสร้างแบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ตลอดทั้งศึกษาและพัฒนาคุณลักษณะของผู้จำหน่ายอิสระที่พึงประสงค์ โดยการฝึกอบรมที่นำหลักการทางจิตวิทยา โดยเน้นจิตวิทยาการให้คำปรึกษามาประยุกต์ใช้ ให้แก่ผู้จำหน่ายอิสระในระบบขายตรงแบบหลายชั้น (Multi Level Selling หรือ Multi Level Marketing) เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาบุคลากรในวงการธุรกิจขายตรงต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง
2. เพื่อเปรียบเทียบคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการการขายตรงก่อน

และหลังเข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

ความสำคัญของการวิจัย

ผลการวิจัยการศึกษาและพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในครั้งนี้ จะทำให้ทราบถึง คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงและผลของการพัฒนาคุณลักษณะดังกล่าวโดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อวงการธุรกิจขายตรงต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็น ผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงของบริษัท กิฟฟารีน

สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด ซึ่งเป็นองค์กร การขายตรงแบบหลายชั้น จำหน่ายสินค้า ในกลุ่มของผลิตภัณฑ์เสริมความงาม กลุ่มของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร กลุ่มของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร และ กลุ่มของผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือน ที่มีระดับตำแหน่ง โกลด์สตาร์ เมอร์คิวรี จูปีเตอร์ วินัส แซทเทิร์น จำนวน 127,844 คน

2. กลุ่มตัวอย่างได้แก่

2.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ได้แก่ ผู้จำหน่ายอิสระของบริษัทกิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด ในระดับตำแหน่ง โกลด์สตาร์ เมอร์คิวรี จูปีเตอร์ วินัส และ แซทเทิร์นจำนวน 550 คนที่ได้มาจากการสุ่มอย่างง่ายจากประชากร

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ได้แก่ ผู้จำหน่ายอิสระของบริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัดในระดับตำแหน่ง โกลด์สตาร์ เมอร์คิวรี จูปีเตอร์ วินัส และ แซทเทิร์น จำนวน 20 คน ที่ได้มาจากกลุ่มตัวอย่างในข้อ 2.1 ที่มีคะแนนคุณลักษณะที่พึงประสงค์น้อยที่สุดในกลุ่มขึ้นไปและสมัครใจเข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

นิยามศัพท์เฉพาะ

นิยามศัพท์เฉพาะของการวิจัยเรื่อง การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยามีดังนี้

1. คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง หมายถึง ลักษณะที่ผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงแสดงออก ที่เป็นที่ยอมรับและพึงพอใจของผู้ซื้อ ประกอบด้วยคุณลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

1.1 มนุษยสัมพันธ์ที่ดี หมายถึง ความสามารถในการแสดงออกด้วยความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลอื่น โดยแสดงออกทั้งในด้านวัจนภาษาและอวัจนภาษา ได้แก่ การแสดงออกด้วยการยิ้มแย้ม แจ่มใส รู้จัก ทักทายผู้อื่น มีความปรารถนาดี ไม่ดูถูกผู้อื่น รู้จักยอมรับ ยกย่อง ให้เกียรติผู้อื่นด้วยความจริงใจ และมีน้ำใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่และช่วยเหลือผู้อื่น

1.2 บุคลิกภาพที่ดี หมายถึง ลักษณะเฉพาะตน ที่เป็นผลรวมของพฤติกรรมทั้งหมดที่แสดงออกมาก่อนให้เกิดความประทับใจแก่ผู้พบเห็น ได้แก่ ลักษณะของท่าที การแสดงออกด้วยความสุภาพอ่อนน้อมถ่อมตน มีความคล่องแคล่ว เชื่อมมั่นในตนเอง มีการควบคุมอารมณ์ที่ดี เป็นผู้ฟังที่ดีมีมารยาท และ มีการแต่งกายที่ดูดีมีความเหมาะสมกับกาลเทศะ

1.3 ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน หมายถึง การแสดงออกถึงการรับผิดชอบ และ

รับชอบในการกระทำทั้งต่อตนเองและผู้อื่นในการปฏิบัติงาน ยอมรับผลของการกระทำของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นผลดีหรือไม่ ได้แก่ ความตั้งใจทำงานให้สำเร็จตามเป้าหมายในเวลาที่กำหนด โดยไม่ปล่อยปละละเลย หรือทำให้เกิดการค้างคั่งในการทำงานที่ยังไม่เสร็จ มีความพร้อมที่จะปรับปรุงแก้ไขความผิดพลาดต่าง ๆ มีการบริหารเวลา บริหารทีมงานและให้ความสำคัญในการบริการลูกค้าให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

1.4 ความขยันหมั่นเพียร หมายถึง การแสดงออกของผู้จำหน่ายอิสระที่แสดงให้เห็นว่า ไม่เกียจคร้าน ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ได้แก่ ความกระตือรือร้นในการทำงาน ไม่แสดงออกด้วยความเบื่อหน่าย พยายามปฏิบัติงานอย่างเป็นปกติ สม่าเสมอเพื่อสร้างผลงานออกมาอย่างต่อเนื่องไม่ขาดระยะไม่ปล่อยเวลาให้ล่วงเลยโดยไม่กระทำให้เป็นประโยชน์

1.5 ความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า หมายถึง ความสามารถในการเผชิญกับปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างมีสติ ไตร่ตรองอย่างรอบคอบและเป็นระบบ ได้แก่ พิจารณาว่าปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นคือปัญหาอะไร รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัญหานั้นๆ กำหนดแนวทางในการแก้ปัญหาและเลือกแนวทางที่เหมาะสมที่สุดที่จะนำมาใช้ในการแก้ปัญหา

1.6 คุณธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติงาน หมายถึง ลักษณะที่แสดงออกถึงจิตใจที่ดีงาม โดยแสดงออกให้เห็นเป็นรูปธรรมได้อย่างชัดเจน ได้แก่ การใช้ถ้อยคำ คำพูดและการกระทำด้วยความซื่อตรง ไม่โกหก ไม่คดโกง ไม่เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนแต่เพียงอย่างเดียว มีหลักธรรมประจำใจโดยนำมาประยุกต์ใช้กับการทำงานได้เป็นอย่างดี

1.7 ความก้าวหน้าและพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง หมายถึง คุณลักษณะของผู้จำหน่ายอิสระที่มีเป้าหมายในตนเองอย่างเด่นชัด และพร้อมที่จะพัฒนาตนเองในทุก ๆ ด้าน เพื่อก้าวไปสู่เป้าหมายนั้น ๆ ได้แก่ การพิจารณาถึงจุดอ่อน หรือ ข้อบกพร่องของตนเองในการปฏิบัติงานว่ามีสิ่งใดที่ยังขาดความสมบูรณ์ เพื่อหาทางพัฒนาแก้ไข ปรับปรุง ให้ตนเองมีความรู้ความสามารถมากยิ่งขึ้น และการแสวงหาความรู้ในด้านอื่น ๆ เพิ่มเติม เพื่อเป็นการเสริมสร้างศักยภาพของตนเองให้มีทักษะความชำนาญมากขึ้นกว่าเดิม เพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับการขายตรงเพื่อความเจริญก้าวหน้าในชีวิตการทำงาน

2. การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง หมายถึง วิธีการในการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง เพื่อมุ่งหวังในการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีของการแสดงออกหรือการปฏิบัติตนของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงอันเป็นลักษณะที่พึงประสงค์ของลูกค้าและบุคคลแวดล้อมอื่น ๆ โดยการประยุกต์ทฤษฎีและเทคนิคต่าง ๆ ทางจิตวิทยา โดยเน้นจิตวิทยาการให้คำปรึกษามาใช้ในการฝึกอบรมโดยมีขั้นตอน ดังนี้

2.1 ขั้นเริ่มต้น ผู้วิจัยสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับผู้เข้ารับการฝึกอบรม เพื่อสร้างความไว้วางใจ ความอบอุ่น และยอมรับผู้วิจัย

2.2 ขั้นดำเนินการฝึกอบรม ผู้วิจัยพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง โดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาโดยการประยุกต์กับทฤษฎีและเทคนิคต่าง ๆ ตาม

หลักจิตวิทยาการให้คำปรึกษา ดังนี้

2.2.1 การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดี โดยใช้ทฤษฎีการวิเคราะห์การติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Transactional Analysis) ประกอบด้วยเทคนิคการวิเคราะห์โครงสร้างของบุคลิกภาพและการวิเคราะห์การติดต่อสื่อสาร เริ่มจากการให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้รู้จักการวิเคราะห์โครงสร้างของบุคลิกภาพของตนเองด้วยแบบสอบถาม PAC (Parent – Adult – Child) และพัฒนาการมีมนุษยสัมพันธ์ในการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล ด้วยการอธิบายให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเข้าใจถึงลักษณะการติดต่อสื่อสาร 3 ลักษณะ ได้แก่ การสื่อสารที่สอดคล้องกัน (Complementary Transaction) การสื่อสารแบบขัดกัน (Crossed Transaction) และการสื่อสารแบบซ่อนเร้น (Ultterior Transaction) หลังจากนั้นให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาฝึกปฏิบัติโดยการแสดงบทบาทสมมติตามสถานการณ์ที่ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยากำหนดขึ้น

2.2.2 การพัฒนาคุณลักษณะของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้านบุคลิกภาพที่ดี โดยใช้เทคนิคการระดมสมองและเทคนิคการใช้ตัวแบบ เริ่มจากการแบ่งผู้เข้ารับการฝึกอบรมเป็น 2 กลุ่มเพื่อการระดมสมองเกี่ยวกับการมีบุคลิกภาพที่ดีว่าควรมีลักษณะอย่างไร แล้วให้ตัวแทนแต่ละกลุ่มนำเสนอผลของการระดมสมอง และผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้ดูตัวแบบที่เป็นภาพยนตร์เกี่ยวกับการมีบุคลิกภาพที่ดีภายหลังได้รับการปรับปรุง

2.2.3 การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้านความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน โดยใช้ทฤษฎีการเผชิญความจริง (Reality Therapy) ตามระบบ WDEP System ย่อมาจาก W (Wants) หมายถึง การสำรวจความต้องการของตนเอง D (Direction and Doing) หมายถึง ระดับขั้นของทิศทางและการกระทำ E (Evaluation) หมายถึง ระดับขั้นของการประเมินผลในสิ่งที่เปลี่ยนแปลงไปและกำลังกระทำอยู่ในปัจจุบัน P (Planning and Commitment) หมายถึง ขั้นตอนของการกำหนดแผนปฏิบัติการและเป็นการให้คำมั่นว่าจะปฏิบัติตามแผนที่กำหนดไว้ได้ โดยเริ่มจากผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาทำแบบประเมิน WDEP เพื่อทราบถึงระดับของความรับผิดชอบในตนเอง และหลังจากที่ประเมินผลจากการทำแบบประเมินดังกล่าวแล้ว ผู้วิจัยอธิบายถึงทฤษฎีการเผชิญความจริงและวิธีการนำ WDEP System มาใช้เพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้านความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน

2.2.4 การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้านความขยันหมั่นเพียร โดยใช้ทฤษฎีการเผชิญความจริง (Reality Therapy) ประกอบด้วยเทคนิคการวางแผนในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและเทคนิคในการติดตาม และประเมินผลพฤติกรรม ของผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา เริ่มจากผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้ตระหนักรู้ในตนเองเกี่ยวกับความขยันหมั่นเพียร ด้วยการเขียนถึงพฤติกรรมที่เกี่ยวกับความขยันหมั่นเพียรว่า ที่ผ่านมาเป็นอย่างไร ส่งผลอย่างไรกับชีวิตในปัจจุบัน และถามถึงความรู้สึกว่ามีความพึงพอใจหรือไม่ ต้องการให้มีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ ถ้าต้องการปรับเปลี่ยนจะอย่างไร พร้อมทั้งให้กำหนด

เป้าหมายในระยะสั้นที่จะต้องทำ และผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา อธิบายถึงการวางแผนในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของแต่ละคน เพื่อให้ทุกคนได้รับทราบและเป็นสักขีพยาน หลังจากนั้นผู้วิจัยกำหนดวันที่จะรายงานผลการปฏิบัติของแต่ละคน

2.2.5 การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า โดยใช้ทฤษฎีการบำบัดด้วยเหตุผล อารมณ์ และพฤติกรรม (Rational Emotive Behavior Therapy : REBT) เริ่มจากการที่ผู้วิจัยได้ยกตัวอย่างของปัญหาขึ้นมาและให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาตอบคำถามว่า คิดอย่างไร รู้สึกอย่างไรและจะทำอย่างไรที่จะแก้ปัญหา นั้น หลังจากนั้นผู้วิจัยอธิบายถึงความสัมพันธ์ของปัญหากับการแก้ปัญหา ตามทฤษฎี REBT ว่ามาจากอารมณ์และเหตุผลที่เกิดมาจากความเชื่อของบุคคล ทั้งที่เป็นความเชื่อที่มีเหตุผล และความเชื่อที่ไม่มีเหตุผล และเมื่อผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ได้ทำความเข้าใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงให้ตนเองมีความเชื่อที่มีเหตุผล ตามกระบวนการของทฤษฎีแล้ว ให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้แก้ปัญหาเดิมโดยใช้แนวทางของ REBT

2.2.6 การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้านคุณธรรมและจริยธรรม โดยใช้ทฤษฎีหลักธรรมตามแนวพุทธศาสตร์ เริ่มจากการให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับผู้จำหน่ายอิสระที่ประสบความสำเร็จโดยเป็นผู้ที่มีคุณธรรมและจริยธรรม พร้อมทั้งผู้จำหน่ายอิสระที่ขาดคุณธรรมและจริยธรรม เพื่อเป็นการเปรียบเทียบกัน หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ทำการสอนด้วยการอธิบายถึงคุณธรรมและจริยธรรมในด้านความซื่อสัตย์ ซื่อตรง ซึ่งเป็นธรรมะสำหรับการดำรงชีวิตของฆราวาส เรียกว่า ฆราวาสธรรม 4 ได้แก่ สัจจะ ทมะ ขันติ และจาคะ รวมถึงหลักการของสังคหวัตถุ 4 ได้แก่ ทาน ปิยวาจา อตถจริยา และสมานัตตดา หลังจากนั้นผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาแสดงบทบาทสมมติ โดยมีการแสดงบทบาท 2 บทบาท คือ การเป็นผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงที่มีคุณธรรมและจริยธรรม และบทบาทของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงที่ไม่มีคุณธรรมและจริยธรรม

2.2.7 การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้านความก้าวหน้า และพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง โดยใช้ทฤษฎีการให้คำปรึกษาแบบภวนิยม (Existentialism) ด้วยวิธีการให้คำปรึกษากลุ่ม เริ่มจากการที่ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาประเมินตนเองในด้าน จุดอ่อนหรือข้อบกพร่องของแต่ละคนในการปฏิบัติงานว่ามีอะไรบ้าง ส่งผลต่อการปฏิบัติงานและความก้าวหน้าในชีวิตการทำงานอย่างไรบ้าง และผู้วิจัยใช้คำถามเพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้จินตนาการถึงการแก้ไขจุดบกพร่องของตนเอง หลังจากนั้นผู้วิจัยใช้เทคนิคการให้คำปรึกษากลุ่มเพื่อให้สมาชิกในกลุ่มได้ รู้จักแสดงความคิดเห็นสำหรับวิธีการในการแสวงหาความรู้ในด้านอื่นๆเพิ่มเติมเพื่อเป็นการเสริมสร้างศักยภาพของแต่ละคนให้มีทักษะความชำนาญในการเป็นผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงมากกว่าเดิม และในขณะเดียวกันก็เป็นการแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระเต็มที่พร้อมทั้งรู้จักที่จะยอมรับฟังและสนับสนุนความคิดเห็นของผู้อื่นด้วย

2.3 ขั้นสรุป

2.3.1 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาร่วมกันอภิปรายเกี่ยวกับความคิด ความรู้สึก และประสบการณ์ที่ได้รับเพื่อการเปลี่ยนแปลงในความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมที่ต้องการปรับเปลี่ยน

2.3.2 ผู้วิจัยสรุปประเด็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

2.3.3 ผู้วิจัยนัดหมาย วัน เวลา สถานที่ ในการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาในแต่ละครั้ง ผู้วิจัยกำหนดการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง จำนวน 9 ครั้ง ดังนี้

ครั้งที่ 1 เรื่อง การปฐมนิเทศ และความสำคัญของการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

ขั้นเริ่มต้น

1. ผู้วิจัยแนะนำตนเอง พร้อมทั้งชี้แจงวัตถุประสงค์ในการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

2. ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้แนะนำตนเองเพื่อสร้างความคุ้นเคยพร้อมทั้งการซักถามเพิ่มเติม

3. ผู้วิจัยแนะนำโครงการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ตารางเวลาในแต่ละครั้ง และรายละเอียดต่าง ๆ พร้อมทั้งชี้แจงวัตถุประสงค์ในการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

ขั้นดำเนินการ ผู้วิจัยใช้เทคนิคการระดมสมองเพื่อรับทราบความเห็นของผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง และเทคนิคการใช้กรณีศึกษา

ขั้นสรุป

1. ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาสรุปถึงการสร้างความคุ้นเคยและสัมพันธภาพ

2. การสร้างความคุ้นเคยและสัมพันธภาพระหว่างผู้วิจัยและผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงที่เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

3. วัตถุประสงค์ วิธีการ กฎระเบียบของการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยารวมถึงบทบาท หน้าที่ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงที่เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา และผู้วิจัย ตลอดจนวัน เวลา และสถานที่ในการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

ครั้งที่ 2 เรื่อง การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

ขั้นเริ่มต้น

1. ผู้วิจัยทบทวนและติดตามผลสิ่งที่กล่าวไปครั้งก่อน

2. ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีว่ามีลักษณะอย่างไรและมีความสำคัญมากน้อยเพียงใดกับการเป็นผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

ขั้นตอนการ ผู้วิจัยใช้ทฤษฎีการวิเคราะห์การติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Transactional Analysis : TA) โดยใช้เทคนิค การวิเคราะห์โครงสร้างของบุคลิกภาพและการวิเคราะห์การติดต่อสื่อสาร

ขั้นสรุป ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้สรุปถึงโครงสร้างของบุคลิกภาพ และการวิเคราะห์การติดต่อสื่อสารมาใช้ เพื่อให้เกิดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และผู้วิจัยกล่าวสรุปเพิ่มเติม และตอบข้อซักถาม

ครั้งที่ 3 เรื่อง การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ในด้านบุคลิกภาพที่ดี

ขั้นเริ่มต้น

1. ผู้วิจัยทบทวนและติดตามผลสิ่งที่กล่าวไปในการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาครั้งก่อน

2. ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับบุคลิกภาพที่ดีว่า มีความสำคัญอย่างไรกับการเป็นผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

ขั้นตอนการ ผู้วิจัยใช้เทคนิค

1. การระดมสมอง เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้มีการคิดอย่างมีอิสระและมีความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับบุคลิกภาพที่ดี ว่าควรมีลักษณะอย่างไรและมีความสำคัญมากน้อยเพียงใด

2. การใช้ตัวแบบเพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเกิดการเรียนรู้ที่ได้เห็นจากตัวแบบและปฏิบัติตามตัวแบบในด้านบุคลิกภาพที่ดี

3. การใช้สถานการณ์จำลอง เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาฝึกปฏิบัติเกี่ยวกับ

3.1 การแสดงออกด้วยความอ่อนน้อมถ่อมตน

3.2 มีความคล่องแคล่ว

3.3 ความเชื่อมั่นในตนเอง

3.4 การควบคุมอารมณ์ที่ดี

3.5 การเป็นผู้ฟังที่มีมารยาท

3.6 การแต่งกายที่ดูดีมีความเหมาะสมกับกาลเทศะ

ขั้นสรุป ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ได้สรุปถึง การมีบุคลิกภาพที่ดีว่าจะมีคุณลักษณะอย่างไร และผู้วิจัยสรุปเพิ่มเติมพร้อมทั้งตอบข้อซักถาม

ครั้งที่ 4 เรื่อง การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้านความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน

ขั้นเริ่มต้น

1. ผู้วิจัยทบทวนและติดตามผลสิ่งที่กล่าวไปครั้งก่อน
2. ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานว่ามีความสำคัญอย่างไรกับการเป็นผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

ขั้นตอนการ ผู้วิจัยใช้ทฤษฎีการเผชิญความจริง (Reality Therapy) โดยใช้เทคนิค WDEP System เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในด้านความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน

ขั้นสรุป ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้สรุปเกี่ยวกับวิธีการนำ WDEP System มาใช้กับความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน และผู้วิจัยกล่าวสรุปเพิ่มเติมและตอบข้อซักถาม

ครั้งที่ 5 เรื่อง การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้านความขยันหมั่นเพียร

ขั้นเริ่มต้น

1. ผู้วิจัยทบทวนและติดตามผลสิ่งที่กล่าวไปครั้งก่อน
2. ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของการมีความขยันหมั่นเพียรในการขายตรง

ขั้นตอนการ ผู้วิจัยใช้ทฤษฎีการเผชิญความจริง (Reality Therapy) โดยใช้เทคนิคการวางแผนในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและเทคนิคในการติดตามและประเมินผลพฤติกรรมของผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

ขั้นสรุป ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้สรุปถึงประเด็นของความขยันหมั่นเพียรกับหลักของความจริง หลักของความรับผิดชอบ หลักของความถูกต้อง ว่ามีความสัมพันธ์อย่างไร มีผลต่อการพัฒนาตนเองให้มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในด้านความขยันหมั่นเพียรได้อย่างไร และผู้วิจัยกล่าวเพิ่มเติมและตอบข้อซักถาม

ครั้งที่ 6 เรื่อง การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า

ขั้นเริ่มต้น

1. ผู้วิจัยทบทวนและติดตามผลสิ่งที่กล่าวไปครั้งก่อน
2. ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าว่ามีความสำคัญอย่างไรกับการเป็นผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

ขั้นตอนการ ผู้วิจัยใช้ทฤษฎีบำบัดด้วยเหตุผล อารมณ์และพฤติกรรม (Rational Emotive Behavior Therapy : REBT)

ขั้นสรุป ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้สรุปถึงความสัมพันธ์ของเหตุผลและอารมณ์และความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าและผู้วิจัยกล่าวสรุปเพิ่มเติม พร้อมทั้งตอบข้อซักถาม

ครั้งที่ 7 เรื่อง การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้านคุณธรรมและจริยธรรม

ขั้นเริ่มต้น

1. ผู้วิจัยทบทวนและติดตามผลสิ่งที่กล่าวไปครั้งก่อน
2. ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณธรรมและจริยธรรมว่ามีความสำคัญอย่างไรกับการเป็นผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

ขั้นดำเนินการ ผู้วิจัยใช้ทฤษฎีหลักธรรมตามแนวพุทธศาสตร์โดยใช้เทคนิคการสอน บทบาทสมมติ และการอภิปราย

ขั้นสรุป ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา สรุปถึงคุณธรรม และจริยธรรมที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการทำงาน และเกิดประโยชน์ต่อตนเองอย่างเต็มที่ และผู้วิจัยกล่าวสรุปเพิ่มเติม พร้อมทั้งตอบข้อซักถาม

ครั้งที่ 8 เรื่อง การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้านความก้าวหน้าและพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง

ขั้นเริ่มต้น

1. ผู้วิจัยทบทวนและติดตามผลสิ่งที่กล่าวไปครั้งก่อน
2. ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความก้าวหน้าและพร้อมที่จะพัฒนาตนเองว่ามีความสำคัญอย่างไรกับการเป็นผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

ขั้นดำเนินการ ผู้วิจัยใช้ทฤษฎีการให้คำปรึกษาแบบภวนิยม(Existentialism) โดยการให้คำปรึกษากลุ่ม

ขั้นสรุป ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ได้สรุปถึงประโยชน์ของการค้นหาจุดอ่อนหรือข้อบกพร่องและวิธีการต่าง ๆ ในการแสวงหาความรู้ เพื่อพัฒนาศักยภาพและทักษะความชำนาญให้มากขึ้นกว่าเดิมและผู้วิจัยกล่าวสรุปเพิ่มเติม พร้อมทั้งตอบข้อซักถาม

ผลของการใช้ประยุกต์ทฤษฎีการให้คำปรึกษาและเทคนิคต่าง ๆ จะช่วยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาตระหนักถึงคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของการเป็นผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงว่า เป็นสิ่งที่สำคัญยิ่งที่จะช่วยให้การขายตรงประสบความสำเร็จและจะช่วยให้ผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงรู้จักคิดและปรับเปลี่ยนความคิด ความรู้สึก และแสดงพฤติกรรมได้สอดคล้องกับการเป็นผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงได้อย่างเหมาะสมยิ่งขึ้น

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

1. การศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง โดยการสร้างแบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง และหาคุณภาพของแบบวัดดังกล่าวก่อนนำไปใช้วัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดของการศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ดังแสดงในภาพประกอบ 1

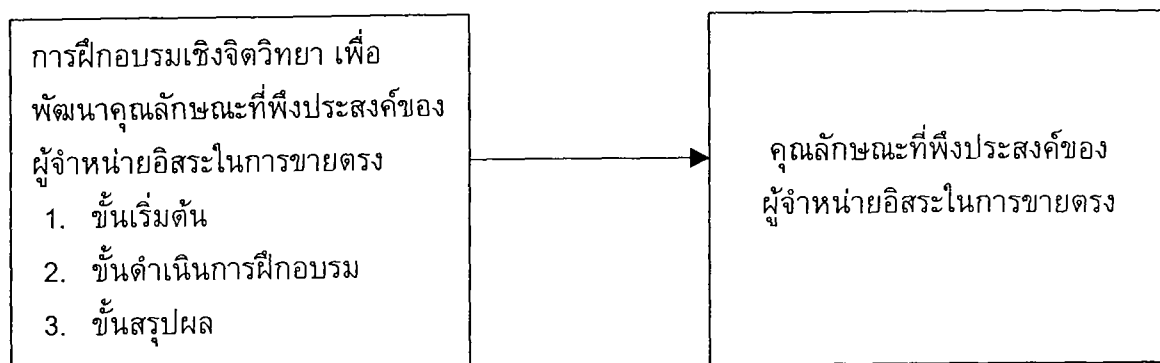
คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ได้แก่

1. ด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
2. ด้านบุคลิกภาพที่ดี
3. ด้านความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน
4. ด้านความขยันหมั่นเพียร
5. ด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า
6. ด้านคุณธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติงาน
7. ด้านความก้าวหน้าและพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง

ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดของคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

2. การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา โดยกำหนดกรอบแนวคิดในการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาตามแนวคิดของทฤษฎีทางจิตวิทยาการให้คำปรึกษา ซึ่งได้แก่ ทฤษฎีการวิเคราะห์สัมพันธภาพระหว่างบุคคล ทฤษฎีการเผชิญความจริง ทฤษฎีบำบัดด้วยเหตุผล อารมณ์และพฤติกรรม ทฤษฎีการให้คำปรึกษาแบบภวนิยม และทฤษฎีการให้คำปรึกษาตามแนวพุทธศาสตร์

ในการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพประกอบ 2 กรอบแนวคิดในการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

สมมติฐานของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานไว้ดังนี้
ผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงที่เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในการขายตรงเพิ่มขึ้น

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามลำดับ ดังนี้

1. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการขายตรง
 - 1.1 ความหมายของการขายตรง
 - 1.2 ความสำคัญของการขายตรง
 - 1.3 องค์ประกอบของการขายตรง
 - 1.4 รูปแบบของการขายตรง
 - 1.5 ลักษณะของการขายตรง
 - 1.6 แผนการตลาดของการขายตรง
 - 1.7 ข้อดีของธุรกิจการขายตรง
2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง
 - 2.1 ความหมายของคุณลักษณะที่พึงประสงค์
 - 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง
3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง
 - 3.1 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรม
 - 3.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรม
 - 3.3 ทฤษฎีและเทคนิคต่าง ๆ ในการให้คำปรึกษา
 - 3.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีและเทคนิคต่าง ๆ ในการให้คำปรึกษา
4. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการสนทนากลุ่ม
5. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

1. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการขายตรง

1.1 ความหมายของการขายตรง

คำนิยามของคำว่า “การขายตรง” ที่บัญญัติขึ้นโดยสมาพันธ์การขายโดยตรงแห่งโลก (World Federation of Direct Selling Associations หรือ WFDSA) และสมาคมการขายโดยตรง (ไทย) หรือ Thai Direct Selling Association (สมาคมการขายโดยตรง (ไทย). อ้างอิงจาก อุษณีย์ จิตตะปาโล และ นุตประวีณ์ เลิศกาญจนวัติ. 176) ได้ให้ความหมายว่า

การขายตรง หมายถึง การทำตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคในลักษณะของการนำเสนอขายตรงผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค หรือที่อยู่อาศัยของผู้อื่น ณ ที่ทำงานของผู้บริโภค หรือที่อยู่อาศัยของผู้อื่น ทั้งนี้การขายตรงใช้การอธิบายหรือการสาธิตสินค้าเป็นกลยุทธ์หลักในการขายเสนอขาย

วิยุทธ์ ฉายะยันตร์ และคณะ (2543: 5) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การขายตรง เป็นบริษัทจัดจำหน่ายที่ใช้คนเป็นช่องทางขายโดยตรงให้กับผู้บริโภค และเป็นการขายสินค้าแบบที่ผู้ซื้ออยู่กับที่ ซึ่งผู้ขายจะนำสินค้าหรือรายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับสินค้าไปเสนอให้กับผู้ซื้อถึงบ้านหรือที่ทำงานโดยผู้ขายตั้งใจหรือเจาะจงไปลูกค้าคนนั้น ๆ

อาภาภรณ์ โชติกเสถียร (2542: 11) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การขายตรง คือ การขายสินค้าที่ผู้ขายเป็นผู้เสนอขายให้กับผู้ซื้อ ซึ่งผู้ซื้อในที่นี้หมายถึง ผู้ใช้หรือผู้บริโภคสินค้านั้น ๆ โดยไม่ต้องผ่านคนกลางไม่ว่าจะเป็นระดับใดก็ตาม ก็คือ จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคโดยตรงเลย ซึ่งสินค้าที่ได้จัดให้มีการขายตรงก็มีอยู่หลายชนิดทั้งเครื่องอุปโภคและบริโภค เช่น หนังสือ เครื่องสำอาง เครื่องใช้ในครัวเรือน ฯลฯ เป็นต้น ซึ่งส่วนใหญ่จำเป็นต้องมีการสาธิตสินค้าให้กับผู้บริโภคดูก่อนการเสนอขาย เป็นต้น

นิเวศน์ ธรรมะ (2541: 2) การขายตรงคือการทำธุรกิจการค้าโดยใช้ช่องทางการจำหน่ายระดับศูนย์ ซึ่งเป็นช่องทางสั้นที่สุดจากผู้ผลิตสู่กลุ่มเป้าหมาย

สุรศักดิ์ ศิวนาวินทร์ (2541: 15) กล่าวถึงการขายตรงไว้ว่า เป็นการขายแบบตั้งใจไปนำเสนอหรือขายโดยตรง เนื่องจากบางครั้งสินค้าบางอย่างเป็นสินค้าที่ขายยาก จำเป็นต้องมีคำอธิบายด้วยนักขายอิสระมาทำหน้าที่ขายสินค้าชนิดนี้โดยตรง

กล่าวโดยสรุปได้ว่า การขายตรงหมายถึง การขายหรือการนำเสนอสินค้าที่ผู้ขายนำไปเสนอหรือขายโดยตรงให้กับผู้ซื้อหรือผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่พำนักอาศัย หรือสถานที่ทำงานโดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง เป็นการตั้งใจไปหาลูกค้าหรือผู้มุ่งหวังนั้นเพื่อนำเสนอ สาธิต อธิบาย เพื่อจูงใจให้เกิดการซื้อขายเป็นการเฉพาะเจาะจง โดยมีการเตรียมการล่วงหน้าไว้อย่างดีแล้ว

1.2 ความสำคัญของการขายตรง

สถานการณ์ปัจจุบัน พฤติกรรมผู้บริโภคนิยมที่จะไปเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายครบทุกประเภท ในสถานที่เดียวกันซึ่งเรียกว่า One – stop shopping การขายโดยใช้พนักงานขายในสถานที่ดังกล่าว สามารถที่จะกระตุ้นลูกค้าทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าได้เร็วยิ่งขึ้น

นอกจากนั้น สภาวะทางเศรษฐกิจที่มีการเปลี่ยนแปลง จะมีส่วนสัมพันธ์กับการขายของธุรกิจอย่างมาก ซึ่งกิจกรรมการขายก็เป็นส่วนสำคัญของกิจการที่ช่วยให้เกิดรายได้ (กำไร) หากสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำก็จะมีผลกระทบต่อการดำเนินงานและการขาย เช่น ลดต้นทุนที่เกิดจากค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมขนส่ง ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพต่ำ หรือค่าใช้จ่ายที่เกิดจากตัวกลางทางการตลาด เช่น ส่วนลด การค้า ระยะเวลาการให้สินเชื่อ หรืออาจแก้ไขโดยการเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจเป็นรูปแบบการขายตรง โดยอาศัยพนักงานขายทำให้เกิดยอดขายและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเนื่องจากพนักงานขายสามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย และให้รายละเอียดสินค้าได้ชัดเจน พร้อมทั้งจัดปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากความไม่เข้าใจของลูกค้าได้ดี ในสภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำผู้บริโภคจะให้ความสนใจในการตัดสินใจซื้อสินค้ามากขึ้น และจะซื้อสินค้าที่มีความจำเป็นเท่านั้น ฉะนั้นการขายสินค้าในปัจจุบันจึงมีความยากยิ่งขึ้นจึงต้องอาศัยเทคนิคการขายโดยใช้พนักงานขายแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันไปตามประเภทของสินค้า และยังช่วยลดต้นทุนที่เกิดจากการโฆษณาโดยอาศัยพนักงานขาย (สมพิศ เล็กเฟื่องฟู, 2541: 3)

1.2.1 ความสำคัญของการขายตรงต่อลูกค้า

1.2.1.1 ลูกค้าตัดสินใจได้อย่างเชื่อมั่น เพราะได้เห็นวิธีการเสนอขายสินค้า ทำให้ทราบถึงวิธีการใช้ เลือกสินค้าได้เหมาะสมกับตนเอง

1.2.1.2 ประหยัดเวลาในการเลือกซื้อ เพราะพนักงานนำสินค้ามาเสนอขายในสถานที่ที่ลูกค้าสะดวก และติดต่อสอบถาม รายละเอียดจากพนักงานขายได้ตลอดเวลา

1.2.1.3 มีโอกาสในการเลือกซื้อสินค้าจากพนักงานขายที่ตนเองพึงพอใจในบุคลิกภาพ มีความไว้วางใจได้ รักในงานอาชีพขาย ยินดี เต็มใจ จริ่งใจในการให้บริการ

1.2.1.4 ผู้บริโภคมีโอกาสได้ทดลองใช้สินค้าก่อน เพราะถ้าไม่พอใจในคุณภาพมีการรับประกันคืนเงิน ในข้อนี้มีความสำคัญไม่น้อยกว่าข้ออื่น เพราะถ้าเป็นผลิตภัณฑ์อาหารเสริม การที่ลูกค้าจะเกิดอาการแพ้เป็นไปได้เป็นรายกรณี

1.2.2 ความสำคัญของการขายตรงต่อผู้ประกอบการ

1.2.2.1 ประหยัดค่าลงทุน อาคารสถานที่ อุปกรณ์สำนักงาน พนักงานประจำในบางส่วน

1.2.2.2 ไม่มีคู่แข่ง ณ จุดขาย ราคาสินค้าแตกต่างกัน เพราะคุณภาพและบริการ ซึ่งไม่สามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้โดยตรง

1.2.2.3 มีโอกาสขยายธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว ไม่มีข้อจำกัดเรื่องสถานที่ การเก็บ สินค้าคงคลังห้องจัดแสดงสินค้า

1.2.3 ความสำคัญของการขายตรงต่อพนักงานขาย

1.2.3.1 มีโอกาสสร้างความมั่นคงให้ตนเองได้

1.2.3.2 ได้พัฒนาตนเอง ด้านความรู้ ความสามารถ ความมีมนุษยสัมพันธ์

1.2.3.3 มีโอกาสได้ช่วยเหลือคนอื่นให้มีรายได้ และมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น จาก

รายได้ในการขายสินค้า

สมชาติ กิจยรรยง (2538: 32 – 33) การขายตรงมีความสำคัญ ทั้งตัวลูกค้า ผู้ประกอบการและนักขายตรง จึงทำให้ถนนสายนี้เป็นที่น่าสนใจ ท้าทายให้ก้าวเข้าไปสัมผัส ถนนสายนี้ แต่ละที่แต่ละแห่งมีระบบงานสายงานที่แตกต่างกันออกไป และแต่เมื่อทุกคนบรรลุ วัตถุประสงค์ก็จะมีรางวัลเป็นผลประโยชน์ และความสุขจากการทำงาน

1.3 องค์ประกอบของการขายตรง

แก้วกัญญ์ แจ่มจรัส (2542: 5) กล่าวถึงองค์ประกอบของการขายตรงว่าประกอบด้วย สินค้า ผู้ขายตรง บริษัทขายตรง

1.3.1 สินค้า ลักษณะสินค้าที่จำหน่ายในระบบขายตรงจะมีลักษณะคล้ายคลึงกัน เช่น เครื่องสำอาง เครื่องประดับ น้ำมันเครื่อง ของใช้ในครัวเรือน และผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ซึ่งผู้จำหน่ายแต่ละรายพยายามสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าด้วยวิธีการจัดจำหน่ายและผลตอบแทนที่ได้รับ

1.3.2 ผู้ขายตรง บุคคลซึ่งเป็นสมาชิกของระบบการจัดจำหน่ายของบริษัทผู้ประกอบ ธุรกิจขายตรง ผู้ขายตรงอาจเป็นตัวแทนการค้าอิสระ ผู้รับสัมปทานสิทธิการขายหรือที่คล้ายคลึงกัน สมาพันธ์การขายตรงแห่งโลก (WFDSA. 1999b) ได้แบ่งลักษณะของผู้ขายตรงออกเป็น 4 ลักษณะ ดังนี้

1.3.2.1 ผู้ขายตรงที่สมัครเป็นสมาชิกของบริษัทเพื่อซื้อสินค้าไว้ใช้เอง (Wholesale or Discount Buyer) เนื่องจากการสมัครเป็นสมาชิกจะซื้อสินค้าได้ในราคาถูกกว่าท้องตลาด

1.3.2.2 ผู้ขายตรงที่สมัครเป็นสมาชิกของบริษัทในระยะสั้นๆ โดยมีวัตถุประสงค์ ในการหารายได้เพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง (Short – Term or Specific Objective) เช่น ต้องการเงินเพื่อไปท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดประจำปีหรือในโอกาสพิเศษอื่นๆ

1.3.3.3 ผู้ขายตรงที่สมัครเป็นสมาชิก เพื่อต้องการหารายได้เสริม โดยทำเป็นงานเสริม นอกเหนือจากการทำงานประจำ (Part – Time Supplemental Income)

1.3.3.4 ผู้ขายตรงที่ทำงานขายตรงเป็นหลักอาชีพ โดยทำงานขายตรงอย่างน้อย 30 ชั่วโมงต่อ 1 สัปดาห์

ผู้ขายตรงมีหน้าที่หลักคือ การกระจายสินค้าจากบริษัทไปยังผู้บริโภคโดยตรง ผู้ขายตรงจะได้รับผลตอบแทนหลักในรูปแบบต่างๆ ของราคาขายปลีกให้กับผู้บริโภคกับต้นทุน สินค้าที่ซื้อมาจากบริษัท ซึ่งจะอยู่ที่อัตราร้อยละ 25 – 50 และสำหรับแผนการขายตรงแบบ หลายชั้นผู้ขายตรง ยังมีหน้าที่อีกประการหนึ่งก็คือ การขยายเครือข่ายทีมงานขายที่เรียกว่า การสปอนเซอร์ (Sponsor) หรือการรีคูลท์ (Recruit) ซึ่งหมายถึง การที่ผู้ขายตรงแนะนำโอกาสทาง ธุรกิจและชักชวนให้บุคคลอื่นมาสมัครเป็นผู้ขายตรงของบริษัทโดยผู้ขายตรงรายใหม่จะอยู่ในทีมขาย ของตน (อมรเทพ ดีโรจนวงศ์. 2538: 32)

1.3.3 บริษัทขายตรง หมายถึง บริษัทที่ดำเนินธุรกิจขายตรง โดยใช้องค์กรขายตรงเป็นเครื่องมือในการทำตลาดสินค้า ภายใต้เครื่องหมายการค้า หรือเครื่องหมายการบริการ หรือสัญลักษณ์อื่นๆ ของบริษัท (สมาคมการขายโดยตรง (ไทย). 2541: 2)

องค์ประกอบของการขายตรงทั้ง 3 ประการ เป็นปัจจัยที่จะเอื้ออำนวยให้ธุรกิจขายตรงประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคลากรทางด้านการขายตรงที่มีประสิทธิภาพ ต้องมีจุดหมายแน่วแน่ในการทำงาน มีทัศนคติที่ดีต่ออาชีพการขายดังที่ อมรเทพ ดีโรจนวงศ์ (2538 : 108) กล่าวไว้ว่า นักขายที่ไม่รักอาชีพขายจะมีความอดทนต่อการเป็นนักขายไปไม่ได้ นักขายที่รังเกียจลูกค้า จะสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าไม่ได้ พนักงานที่ด่าบริษัทอยู่ทุกวัน จะหาความเจริญในการงานไม่ได้ เจ้านายที่ไร้หัวใจต่อลูกน้องจะไม่มีคนทำงานให้อย่างเต็มอกเต็มใจ

1.4 รูปแบบของการขายตรง

ธุรกิจขายตรงโดยทั่วไปแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบการขายตรงแบบชั้นเดียว (Direct Selling Single Level) และรูปแบบการขายตรงแบบหลายชั้น (Direct Selling – Multi Level) ดังนี้ (สมพิศ เล็กเฟื่องฟู. 2541: 28 – 32)

1.4.1 รูปแบบการขายตรงแบบชั้นเดียว (Direct Selling Single Level) เป็นรูปแบบที่มีลักษณะโครงสร้างไม่สลับซับซ้อน เข้าใจได้ง่าย สำหรับตัวแทนขาย หรือบุคคลที่จะก้าวขึ้นสู่ตำแหน่งบริหารหรือเสริมสร้างทีมงานขาย ลักษณะของรูปแบบการขายตรงแบบชั้นเดียว มีดังนี้

1.4.1.1 รายได้ประจำ ผู้บริหารที่มียามีรายได้จากค่าจ้างหรือเงินเดือนเป็นรายได้ประจำ

1.4.1.2 ความแตกต่าง ผู้บริหารที่มียามีฐานรายได้แตกต่างกันจากจำนวนรายได้ตามจำนวนคนในทีมงานขาย เป้าหมายหรือทีมงานที่แตกต่างกันออกไป ผู้บริหารที่มียามีรายได้จากเงินเดือนและยอดขายของทีมงานเป็นสำคัญ

1.4.1.3 ค่าบริหาร ผู้บริหารที่มียามีรายได้ค่าบริหารที่มียามีในอัตราเปอร์เซ็นต์ที่แน่นอนระหว่าง 3 – 10 เปอร์เซ็นต์ สำหรับทีมงานขายของตนจากหน่วยการขายระหว่าง 1 – 6 หน่วย เมื่อมีลูกหลานหรือทีมงาน ในสังกัดเกิดขึ้น

1.4.1.4 การส่งเสริมการขาย ผู้บริหารที่มียามีจะได้รับผลประโยชน์จากรางวัลส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ เช่น รถยนต์ประจำตำแหน่ง รางวัลการแข่งขัน การเดินทางท่องเที่ยว เครื่องประดับ ตลอดจนของใช้ในบ้าน เป็นต้น

1.4.1.5 สิทธิพิเศษ ผู้บริหารที่มียามีได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ เช่น การอนุมัติเบิกจ่าย การยืมสินค้าให้ทีมงานขาย การรับรองหรือคำประกันบุคคลในทีมงานขาย เป็นต้น

1.4.1.6 การเข้าร่วมประชุม ในทางปฏิบัติผู้บริหารงานขาย จะต้องเข้าร่วมประชุมทุกครั้ง บางกิจการหากผู้บริหารการขายขาดการประชุม จะถูกหักผลประโยชน์

กล่าวโดยสรุป รูปแบบการขายตรงแบบชั้นเดียว ตัวแทนขายจะต้องปฏิบัติ คือ ซื้อหรือนำสินค้าจากกิจการ เพื่อนำไปขายต่อให้กับลูกค้า โดยที่ตัวแทนขายจะต้องปฏิบัติงานด้าน

การขาย พร้อมทั้งให้บริการแก่ลูกค้า เป็นไปตามระเบียบข้อบังคับขององค์กรนั้นกิจกรรม ส่วนรายได้หรือค่าตอบแทนการขาย จะได้รับอย่างเต็มที่ ไม่ต้องแบ่งปันผลประโยชน์ให้กับบุคคลอื่น ซึ่งขึ้นอยู่กับยอดขาย หากยอดขายสูง รายได้ของตัวแทนขายจะสูงตามไปด้วย

1.4.2 รูปแบบการขายตรงแบบหลายชั้น (Direct Selling – Multi Level) การขายตรงแบบหลายชั้น เป็นรูปแบบการขายตรงที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด เพราะการขายตรงแบบหลายชั้นมีความแตกต่างกับการขายตรงแบบชั้นเดียวที่ใช้ความพยายามในการขายสินค้าให้ได้เท่านั้น แต่การขายตรงแบบหลายชั้นเป็นการขายที่มีประสิทธิภาพอย่างมากเนื่องจาก เกิดจากประสบการณ์ของตัวแทนขายที่เคยใช้สินค้านั้นแล้วได้ผลตามที่คาดหวัง จนเกิดความพึงพอใจ ทำให้เกิดความเชื่อมั่นต่อสินค้า จนมีความรู้สึกต้องการที่จะแนะนำให้บุคคลที่ใกล้ชิด เช่น เพื่อนฝูง ญาติมิตร หรือบุคคลที่รู้จักได้มีโอกาสใช้สินค้า และได้รับประโยชน์เช่นเดียวกับตนเอง หากบุคคลเหล่านั้นใช้สินค้าแล้วได้รับผลก็จะแนะนำให้บุคคลอื่นๆ ต่อไป การแนะนำแบบปากต่อปากเช่นนี้ จะทำให้ลูกค้า เปลี่ยนฐานะเป็นตัวแทนขายไปในที่สุด ซึ่งจะเพิ่มจำนวนขึ้นได้เป็นอย่างดี ธุรกิจการขายตรงแบบหลายชั้นจึงต้องมีการจัดตั้งที่รัดกุมเพราะเป็นสิ่งที่สำคัญที่จะทำให้ธุรกิจเจริญเติบโตได้อย่างเต็มที่ ซึ่งลักษณะของรูปแบบการขายตรงแบบหลายชั้น มีดังนี้

1.4.2.1 เป็นบุคคลที่เคยใช้สินค้า ตัวแทนขายจะต้องเป็นบุคคลที่เคยใช้สินค้าที่ตนเองนำเสนอขาย มีความเชื่อมั่นว่าสินค้าเหล่านั้นมีคุณภาพดีเยี่ยม

1.4.2.2 มีระดับตำแหน่งงาน ผู้บริหารที่มขายจะต้องเริ่มต้นจากระดับล่างก่อน โดยเป็นตัวแทนขายแล้วสร้างความสำเร็จของงานเพื่อขึ้นสู่ตำแหน่งบริหาร มีรายได้จากค่านายหน้าสัดส่วนของยอดขายส่วนตัวหรือของสมาชิกในกลุ่มของตน

1.4.2.3 ไม่มีรายได้ประจำ ผู้บริหารที่มงานขายโดยเฉพาะผู้บริหารบางกลุ่มไม่มีเงินเดือนประจำ ไม่มีเป้าหมายจากกิจการของตน แต่ผู้บริหารกลุ่มจะต้องวางแผนสร้างความเจริญเติบโตให้กับตนเองพร้อมทั้งทีมงานด้วยระบบการตลาดที่เหมาะสม

1.4.2.4 ทำหน้าที่ชักชวน ตัวแทนขายหรือผู้จำหน่ายอิสระจะทำหน้าที่ชักชวนลูกค้าให้กลายเป็นตัวแทนขายเป็นสมาชิกหรือลูกทีม ดังนั้นลูกทีมจึงเปรียบเสมือนลูกค้า ส่วนสมาชิกก็คือตัวแทนขาย การขายตรงรูปแบบนี้ ตัวแทนขายจึงทำหน้าที่ขายสินค้าพร้อมกับชักชวนลูกค้าให้เป็นลูกทีมใกล้ชิดที่สุด

1.4.2.5 มีแผนการตลาด การขายตรงแบบหลายชั้นต้องมีโครงสร้างที่เป็นประโยชน์ที่เรียกว่า แผนการตลาด ในช่วง 10 – 15 เปอร์เซ็นต์โดยประมาณ ให้กับสมาชิกหรือตัวแทนขาย รวมทั้งผู้บริหารงานขายตามระดับต่างๆ เฉลี่ยแล้วไม่ต่ำกว่า 5 ระดับ

1.4.2.6 มีอิสระ ตัวแทนขายจะมีอิสระในการปฏิบัติงาน พร้อมทั้งได้รับความช่วยเหลือจากผู้บริหารที่มขายเกี่ยวกับการให้คำแนะนำและการแก้ไขปัญหา

แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการขายตรงแบบหลายชั้น คือ การแนะนำลูกค้าให้เปลี่ยนมาเป็นตัวแทนขาย เพื่อให้ได้รับประโยชน์จากการใช้สินค้านั้น รวมทั้งมีรายได้จากการขายสินค้า

เหล่านั้นด้วย

กล่าวโดยสรุป รูปแบบการขายตรงแบบหลายชั้น ตัวแทนขายจะต้องปฏิบัติดังต่อไปนี้

1. ตัวแทนขายจะซื้อสินค้าจากกิจการเพื่อนำไปขายปลีก ให้กับลูกค้าและขายส่งให้กับทีมงานขาย
2. ตัวแทนขายจะต้องปฏิบัติงานด้านการขาย รวมทั้งให้บริการกับลูกค้าและทีมงานขาย
3. ตัวแทนขายจะต้องสร้างทีมงานขายของตนเอง ด้วยการชักชวนลูกค้าหรือญาติมิตร ผู้ชดใกล้ที่เคยใช้สินค้าเหล่านี้มาแล้วให้เป็นทีมงานขาย
4. ตัวแทนขายจะต้องสร้างยอดขาย เพราะรายได้ของตัวแทนขายแต่ละคนจะขึ้นอยู่กับยอดขายของตนเอง รวมกับยอดขายของทีมงานขายที่อยู่ภายใต้การบังคับบัญชาของแต่ละกลุ่มเป็นสำคัญ

1.5 ลักษณะของการขายตรง

การขายปลีกนั้นสามารถทำได้หลายวิธี ซึ่งการขายตรงเป็นรูปแบบหนึ่งของการขายปลีก แต่อย่างไรก็ตาม การขายตรงมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากการขายปลีกทั่วไปดังนี้

(วิมิศร นองสุวรรณ. 2542: 24 – 25) ; (ปนัดดา บุญวิวัฒน์. 2543: 44)

1. ธุรกิจการขายตรงจะต้องใช้บุคคลเป็นผู้ขายเท่านั้น
2. ธุรกิจการขายตรงไม่มีขีดจำกัดในเรื่องของเวลาในการขายสินค้าของพนักงานขาย
3. ต้องมีการนำเสนอการขายด้วยวาจาต่อหน้าผู้บริโภค โดยผู้ขายตรงต้องแสดงการสาธิตหรือใช้การอธิบายประกอบ
4. การขายไม่ได้เกิดขึ้น ณ สถานที่ประกอบธุรกิจตามปกติของผู้ขาย
5. เป็นการขายที่ไม่มีหน้าร้าน หรือร้านค้า
6. การโฆษณาจะกระทำโดยตัวแทนขายตรงมากกว่าการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ
7. โดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคซื้อสินค้าขายตรงเพราะความสามารถของผู้ขาย หรือความคุ้นเคยของพนักงานขายและผู้บริโภคที่มีต่อกัน
8. สินค้าที่ขายในธุรกิจการขายตรงควรเป็นสินค้าที่มีมาตรฐานและคุณภาพ เนื่องจากลูกค้าสามารถทดสอบ หรือได้เห็นการสาธิตสินค้าก่อนการซื้อ

นอกจากนี้ รัชนี้ แก่นกำจร (2544: 31) ได้กล่าวถึง ลักษณะของการขายตรงไว้ว่า

ลักษณะของการขายตรงต้องประกอบไปด้วย

1. ไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลาจะทำงานขายเมื่อใดก็ได้ ไม่ว่าจะเป็นวันหยุด วันธรรมดา หรือตอนเย็น ตอนค่ำก็ได้
2. สินค้าของการขายตรงส่วนใหญ่ ผู้ขายต้องทำการสาธิต พร้อมทั้งการอธิบายด้วยตนเองทุกครั้ง
3. การขายตรงมักจะใช้พนักงานขาย หรือผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ช่วยประชาสัมพันธ์มากกว่าการลงโฆษณาสินค้าทางสื่อต่างๆ แต่ในปัจจุบันก็มีการใช้การโฆษณาสินค้า

ทางสื่อต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น

4. ลูกค้าจะซื้อสินค้าเพราะความสนิทสนมคุ้นเคย กับพนักงานขายหรือผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงเป็นการส่วนตัวมากกว่า

5. การตัดสินใจซื้อของลูกค้า ส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นหลังจากได้มีการทดลองใช้หรือทดสอบว่ามีคุณภาพดีเป็นสินค้าที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานจริง

6. พนักงานขาย หรือผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงมีโอกาsk้าวหน้าในหลาย ๆ ทาง ได้แก่ ทางการเงิน ความก้าวหน้า ชื่อเสียง เกียรติยศ รางวัลชีวิต และความปรารถนาในชีวิตสูงสุด

1.6 แผนการตลาดในการขายตรง

ในธุรกิจขายตรงนั้น รูปแบบการจัดองค์กร การแบ่งจำนวนระดับของสมาชิก และรูปแบบการจ่ายผลตอบแทนมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกันไป ซึ่งในทางธุรกิจเรียกว่า “แผนการขาย” หรือ “แผนการตลาด” สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ ธุรกิจที่ใช้แผนการขายตรงแบบชั้นเดียว และธุรกิจขายตรงที่ใช้แผนการขายตรงแบบหลายชั้น ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.6.1 แผนการขายตรงแบบชั้นเดียว

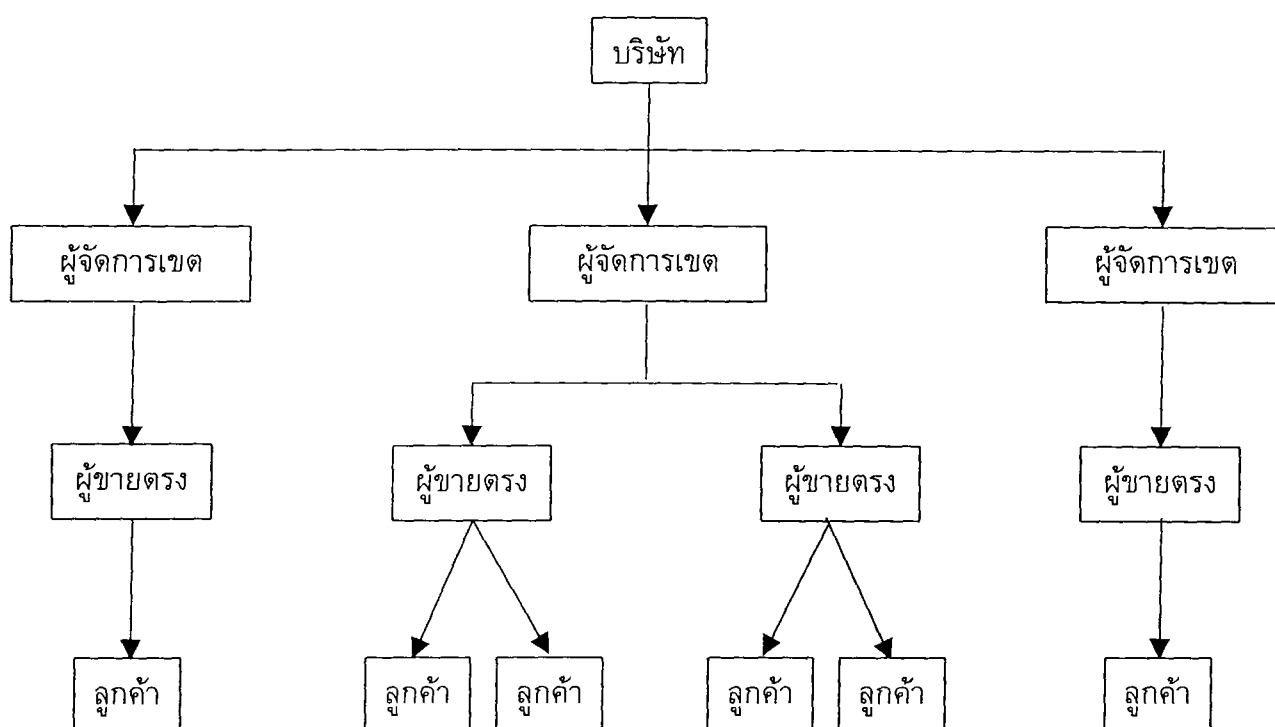
เป็นแผนการขายที่พนักงานขายจะซื้อสินค้าจากบริษัทแล้วนำไปขายต่อแก่ผู้บริโภคโดยตรง ซึ่งรูปแบบการขายอาจใช้การเคาะประตูบ้านหรือวิธีการจัดงานสังสรรค์ (Party Selling) หรือรูปแบบอื่นๆ แล้วแต่นโยบายของแต่ละบริษัท (สุทธิกรณ ลิขน้อย. 2537: 16) พนักงานขายทำงานด้านการขายพร้อมทั้งให้บริการแก่ผู้บริโภคโดยจะได้รับค่าตอบแทนเป็นผลกำไรจากการขายปลีก และเงินเดือนหรือคอมมิชชั่น ซึ่งหมายถึงค่าตอบแทนของพนักงานขายโดยคิดเป็นอัตราร้อยละจากการขายสินค้า (ศิริวรรณ ลัญชันนทร์ ; และ เจริญ โชไชย. 2532: 48)

วิธีการดำเนินธุรกิจของแผนการขายตรงแบบชั้นเดียวนี้ ทางบริษัทจะมอบหมายให้ผู้จัดการประจำเขตซึ่งเป็นพนักงานของบริษัทรับสมัครพนักงานขายจากการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ของบริษัท ตลอดจนการหารายชื่อบุคคลที่ใกล้ชิดของพนักงานขาย โดยผู้จัดการเขตจะมีหน้าที่ชักจูงให้มาเป็นพนักงานขายของบริษัท และดูแลพนักงานขายในเขตที่รับผิดชอบโดยตรง ผู้จัดการเขต 1 คน สามารถมีพนักงานขายในความดูแลได้ไม่จำกัดจำนวน (ปนัดดา บุญวิวัฒน์. 2543: 46)

โดยปกติทางผู้จัดการเขตจะต้องแสวงหาและแต่งตั้งผู้สมัครที่เข้ามาเป็นพนักงานขายอยู่ตลอดเวลาเพื่อทดแทนพนักงานขายที่ถูกถอนชื่อออกเนื่องจากขาดส่งใบสั่งซื้อสินค้าให้กับทางบริษัทมากกว่า 3 รอบจำหน่าย หรือตามที่บริษัทนั้นๆ จะกำหนด ซึ่งคำว่า “รอบจำหน่าย” หมายถึงรอบระยะเวลาของการจำหน่ายสินค้าในรอบระยะเวลาหนึ่ง โดยทั่วไปหนึ่งรอบจำหน่ายจะเป็นระยะเวลา 3 สัปดาห์ เท่ากับหนึ่งปีมีรอบจำหน่ายจำนวน 18 รอบ หมายความว่า สินค้าที่ขายในหนึ่งปีจะมี 18 ชุด ชุดละ 1 รอบจำหน่าย กล่าวคือ เริ่มกระบวนการตั้งแต่คัดเลือกสินค้าส่งถึงมือพนักงานขายแล้วนำไปเสนอขายกับลูกค้า จากนั้นพนักงานขายจะส่งใบสั่งซื้อเข้ามาที่บริษัทถือเป็นระยะหนึ่งรอบจำหน่าย (ปนัดดา บุญวิวัฒน์. 2543: 46)

พนักงานขายจะไม่มีหน้าที่ในการหาสมาชิก มีหน้าที่เพียงขายสินค้าและให้บริการเท่านั้น การชักชวนพนักงานขายรายใหม่เข้ามาร่วมงานเป็นหน้าที่ของบริษัท (ประชาชาติธุรกิจ. 2540: 51) ดังนั้นพนักงานขายในระบบนี้จึงไม่มีสายงาน หรือลูกทีมเป็นของตนเองและไม่มีสิทธิได้ผลประโยชน์จากการขายของพนักงานขายคนอื่น ๆ บริษัทที่ใช้แผนการขายตรงแบบชั้นเดียวมีหลายบริษัท เช่น บริษัท เอวอน คอสเมติกส์ จำกัด บริษัท เบทเตอร์เวย์ (ประเทศไทย) จำกัด เป็นต้น (วิมิตร นองสุวรรณ. 2542: 10)

ธุรกิจการขายตรงเช่นนี้จะมีแผนการขายที่เน้นลักษณะตัวถึงตัว และจะต้องมีการขายสินค้าจริง เก็บเงินจริง และส่งสินค้าจริง พนักงานขายที่เข้าสู่ระบบนี้จะต้องได้รับการฝึกอบรมอย่างดี และเน้นความรู้ในด้านของสินค้าและการนำเสนอการขายพร้อมบริการที่ดีอยู่เสมอจากผู้จัดการเขต พนักงานขายสามารถทำงานได้ทั้งเต็มเวลาและเป็นรายได้เสริม แต่จุดด้อยของการขายตรงแบบใช้การตลาดชั้นเดียวคือ โอกาสการสร้างรายได้จะน้อยกว่าการขายตรงแบบใช้การตลาดหลายชั้น เนื่องจากไม่มีค่าตำแหน่ง หรือค่าบริการ ดังนั้นรายได้จะดีหรือไม่จึงขึ้นอยู่กับยอดขายจริง ความสามารถ และเวลาที่ทุ่มเทให้กับงานบริษัทเจ้าของสินค้า สามารถที่จะควบคุมทั้งจำนวนสมาชิก และวิธีการทำงานของสมาชิกได้อย่างใกล้ชิด เพราะผู้จัดการเขตที่ได้รับแต่งตั้งจากบริษัทจะรับนโยบายของบริษัทในเรื่องของการถ่ายทอดความรู้ในการขายและในเรื่องของผลิตภัณฑ์ วิธีการเขียนใบสั่งซื้อ การใช้แคตตาล็อกเพื่อส่งเสริมการขาย (สิทธิชัย สถาพรชนพัฒน์. 2541: 84 – 86) ซึ่งแผนการตลาดขายตรงแบบชั้นเดียวสามารถเขียนเป็นแผนภูมิ ดังแสดงในภาพประกอบ 3



ภาพประกอบ 3 แผนภูมิการขายตรงแบบชั้นเดียว

ที่มา : วิมิตร นองสุวรรณ. 2542: 11

จากแผนภูมิการขายตรงแบบชั้นเดียว สามารถอธิบายถึงที่มาของผลประโยชน์ ได้ดังนี้

1. การขายสินค้า หรือบริการ

การขายสินค้า หรือบริการ ซึ่งผู้ผลิตได้ผลิตขึ้นมาไปยังผู้บริโภคโดยพนักงานขาย ถือเป็นหัวใจสำคัญของการขายตรงเพราะธุรกิจขายตรงจะดำรงอยู่ได้ต้องอาศัยกำไรจากการขายสินค้าให้แก่ผู้บริโภค

2. การสปอนเซอร์พนักงานขายคนอื่น

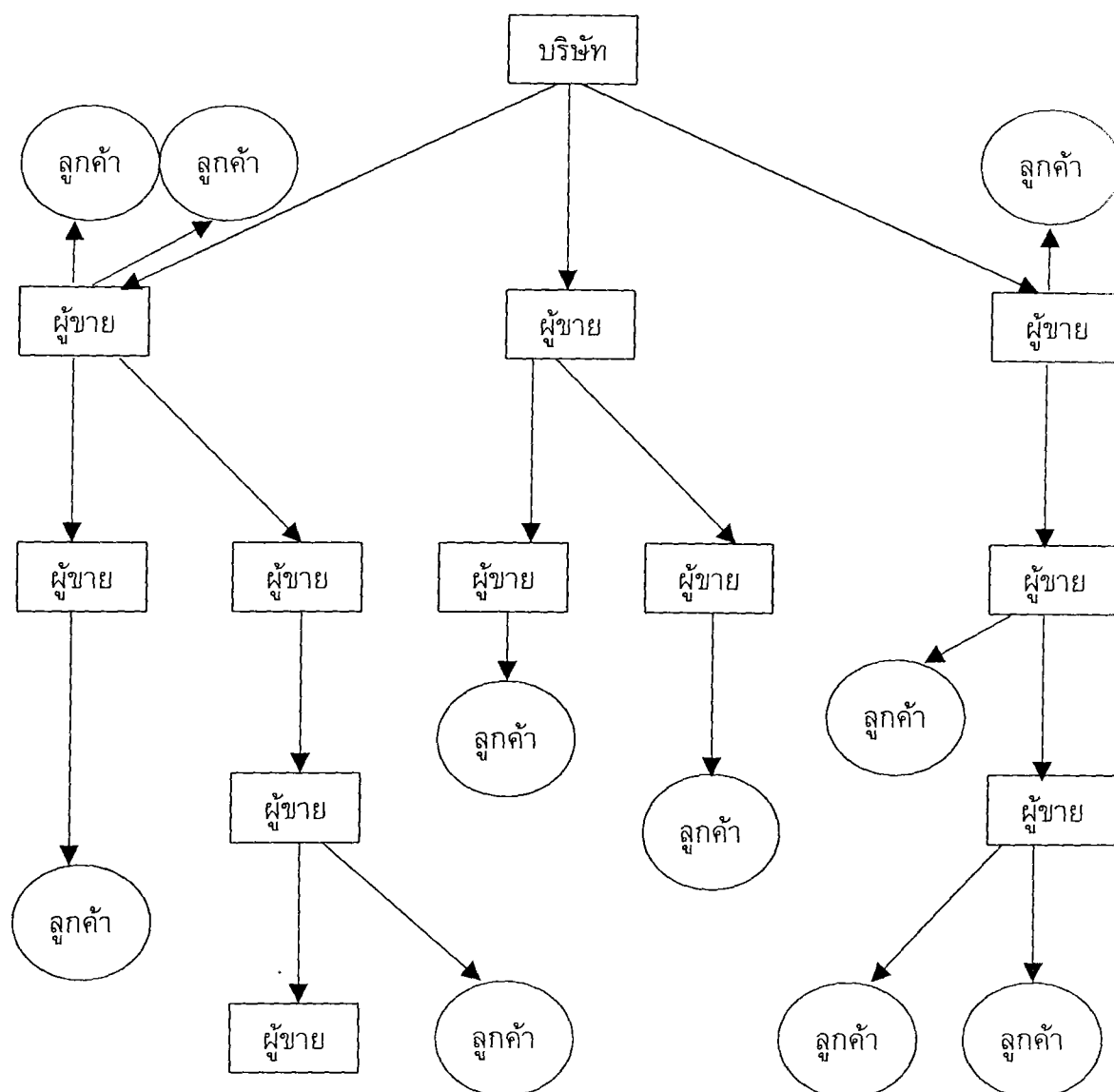
การที่พนักงานขายแนะนำธุรกิจและให้แนวทางในการดำเนินธุรกิจแก่พนักงานขายรายใหม่ (ธานี ปิติสุข. 2535: 17) ถือเป็นการสร้างองค์กรให้กว้างขวางขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการเพิ่มยอดขายสินค้าให้มากขึ้น เพราะจำนวนพนักงานขายที่มากขึ้นสามารถที่จะเข้าถึงผู้บริโภคและครอบคลุมพื้นที่การขายได้มากกว่าการมีพนักงานขายจำนวนน้อย และในขณะเดียวกันผู้ที่สมัครเป็นพนักงานขายของบริษัทส่วนมากจะเป็นผู้บริโภคในผลิตภัณฑ์นั้นๆ มาแล้ว ซึ่งสอดคล้องกับปรัชญาพื้นฐานของแผนการขายแบบนี้ที่พยายามทำให้ผู้บริโภคกลายเป็นพนักงานขาย

1.6.2 แผนการขายตรงแบบหลายชั้น

เป็นแผนการขายที่ประกอบด้วยลำดับชั้นของพนักงานขายหนึ่งลำดับชั้นหรือมากกว่าพนักงานขายแต่ละชั้นได้รับผลตอบแทนบางส่วนจากยอดขายปลีกของบุคคลที่เขาเป็นผู้นำเข้าสู่แผนการขายการตลาดซึ่งบุคคลที่สมัครเข้ามาเป็นพนักงานขายต้องผ่านการอบรมการขาย การกระตุ้นการซื้อสินค้าหรือสนับสนุนการใช้สินค้าของผู้บริโภค ค่าคอมมิชชั่นหรือผลกำไรที่เพิ่มขึ้น อยู่กับการขายของพนักงานขายที่อยู่ในทีมทั้งหลายในการขายสินค้าให้แก่ผู้บริโภค (Herrman D. 1988: 406) ซึ่งสามารถสรุปเป็นรายละเอียดได้ดังนี้ (วิมิตร นองสุวรรณ. 2542: 12 – 13)

1. ผู้ขายตรงไม่ได้เป็นลูกจ้างของบริษัททุกคนจะเป็นผู้จำหน่ายอิสระ ซื้อสินค้าจากบริษัทแล้วนำไปขายปลีกให้ลูกค้า
2. ลูกค้าที่ซื้อสินค้าสามารถเข้ามาเป็นผู้ขายได้ในเวลาเดียวกัน
3. ผู้ขายตรงสามารถสร้างทีมขายของตนเองได้
4. ผู้ขายตรงทำหน้าที่ทั้งการขายและให้บริการกับลูกค้าและทีมขายของตน และสามารถชักชวนบุคคลอื่นให้เข้ามาเป็นสมาชิกร่วมทีมของตนได้ (ฝ่ายสารสนเทศศูนย์ข้อมูล มติชน. 2540: 51)
5. มีเป้าหมายในการขายสินค้าและชักชวนให้ลูกค้าสมัครเป็นสมาชิก โดยมีสินค้าและเงื่อนไขส่วนลดพิเศษเป็นเครื่องมือ
6. ตำแหน่งในองค์กรขายของผู้ขายตรง แบ่งเป็นหลายระดับชั้นขึ้นอยู่กับยอดขายและจำนวนสมาชิกในสายงาน
7. รายได้ที่ได้รับจากการขายประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ค่าตอบแทนจากการขายสินค้าหรือบริการให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งเป็นส่วนต่างของราคาสินค้าที่ผู้ขายจ่ายให้บริษัท และราคาสินค้าที่ผู้ขายได้รับจากผู้บริโภค รายได้อีกส่วนหนึ่งมาเพิ่มคือ ค่าคอมมิชชั่นหรือส่วนลดตามระดับยอดขายรวมของสินค้าหรือบริการที่มีการสั่งซื้อในทีมงานของตน หรือการได้ไปเที่ยวต่างประเทศ

แผนการขายตรงแบบหลายชั้น เป็นแผนการขายที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงในปัจจุบันไม่ว่าในต่างประเทศหรือในประเทศไทย ซึ่งในประเทศไทยบริษัทขายตรงชั้นเดียวหลายบริษัทมีแนวโน้มเปลี่ยนแผนการขายเป็นการขายตรงแบบหลายชั้น สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากเป็นแผนการขายที่สามารถเพิ่มพนักงานขายได้จำนวนมากในเวลาอันสั้น ซึ่งจะมีผลให้การกระจายตัวของสินค้าเป็นไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งแผนการขายตรงแบบหลายชั้นสามารถเขียนเป็นแผนภูมิ ดังแสดงในภาพประกอบ 4



ภาพประกอบ 4 แผนภูมิการขายตรงแบบหลายชั้น
ที่มา : วิมิตร นองสุวรรณ. 2542: 14

จากภาพประกอบ 4 แสดงถึงแผนภูมิการขายตรงแบบหลายชั้นที่บริษัทมีพนักงานขายตรงหรือผู้จำหน่ายอิสระเป็นจำนวนมากขึ้นตรงต่อบริษัท ซึ่งผู้จำหน่ายอิสระเหล่านั้นมีหน้าที่ในการขายสินค้าให้แก่ลูกค้าและสามารถสร้างเครือข่ายของตนเองได้ในเวลาเดียวกัน โดยการหาพนักงานขายใหม่เข้าร่วมทีมขายของตนเองซึ่งบริษัทจะไม่เข้าไปเกี่ยวข้อง

การดำเนินธุรกิจการขายตรงแบบหลายชั้นนี้ผู้ขายหรือผู้จำหน่ายอิสระสามารถหารายได้ได้ 3 วิธี ดังนี้ (ปนัดดา บุญวิวัฒน์. 2543: 50)

ขั้นที่ 1 ผู้จำหน่ายอิสระสามารถขายสินค้าได้ในราคาปลีกโดยซื้อมาในราคาส่ง ผู้จำหน่ายอิสระสามารถส่งซื้อสินค้าผ่านคนที่ชักนำผู้จำหน่ายอิสระเข้ามาหรือส่งโดยตรงจากบริษัท ถ้าไรที่ได้นี้มีจำนวนไม่มากเท่ากับที่ผู้จำหน่ายอิสระจะก้าวไปสู่ขั้นต่อไป

ขั้นที่ 2 ผู้จำหน่ายอิสระสามารถเพิ่มรายได้จากการชักนำบุคคลอื่นให้เข้าร่วมในทีมขายของตน เมื่อผู้จำหน่ายอิสระอยู่ในระดับนี้ ผู้จำหน่ายอิสระจะขายสินค้าเหมือนขั้นที่ 1 ไปพร้อมๆ กับชักนำคนอื่นเข้ามาร่วมทีมขาย รายได้ของผู้จำหน่ายอิสระจะเพิ่มขึ้นเพราะผู้จำหน่ายอิสระจะได้ค่าคอมมิชชั่นจากการขายสินค้าของทีมตนเอง ถึงจุดนี้ผู้จำหน่ายอิสระจะทำรายได้จากการขายของผู้จำหน่ายอิสระเองและมีรายได้จากค่าคอมมิชชั่น

ขั้นที่ 3 ผู้จำหน่ายอิสระสามารถสร้างทีมขายของตนขึ้น จากการสร้างเครือข่ายในการขายสินค้าของตน โดยการที่ผู้จำหน่ายอิสระชักนำบุคคลอื่นเข้ามาเป็นผู้จำหน่ายอิสระ แล้วผู้จำหน่ายอิสระที่ตนชักชวนมานั้นได้ขายสินค้าและชักชวนบุคคลอื่นเข้ามาเป็นผู้จำหน่ายอิสระต่อไป เมื่อผู้จำหน่ายอิสระสามารถสร้างและขยายทีมขายของตนเองไปอย่างกว้างขวาง จนทำให้ตนเองขึ้นสู่ระดับผู้บริหารของทีมขายนั้นๆ โดยบริษัทจะจัดลำดับของระดับผู้บริหารให้แก่ผู้จำหน่ายอิสระจากยอดขายของทีมและการเจริญเติบโตของทีมซึ่งจะมีผลประโยชน์ที่แตกต่างกันตามแต่บริษัทจะกำหนด และผู้จำหน่ายอิสระในระดับที่เป็นผู้บริหารนั้นจะต้องทำให้คนที่ถูกชักชวนเข้ามาเป็นผู้จำหน่ายอิสระในทีมมีความสามารถที่จะเลื่อนขึ้นสู่ระดับผู้บริหารเช่นกัน และคนคนนั้นจะสร้างทีมขายของตนเองและดำเนินงานทางธุรกิจแบบเดียวกันไปเรื่อยๆ แบบไม่มีที่สิ้นสุดตราบเท่าที่บริษัทยังคงผลิตสินค้าป้อนเข้าสู่ตลาดโดยผ่านผู้จำหน่ายอิสระเหล่านี้ และสินค้านั้นยังคงเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค

1.7 ข้อดีของธุรกิจการขายตรง

วิทยุทธ์ ฉายะยันตร์ และคณะ (2543: 15) ได้กล่าวถึงข้อดีของธุรกิจการขายตรงไว้ว่า ข้อดีที่เป็นส่วนพิเศษสุดของระบบนี้คือ ลูกค้าได้เห็น ได้สัมผัส ได้เข้าใจถึงคุณสมบัติของสินค้า มีเวลาไตร่ตรอง และผู้จำหน่ายตรงมีโอกาสดำเนินการที่ตามสมควร จึงทำให้การขายระบบนี้เป็นการขายที่ถูกต้อง ลูกค้าได้รับความพึงพอใจไม่ต้องเสียใจที่ได้ตัดสินใจซื้อไปในภายหลัง ซึ่งในประเด็นของข้อดี แยกได้เป็น 3 ประเด็นคือ

1. ข้อดีในมุมมองลูกค้า ที่ชอบซื้อของระบบขายตรง
 - 1.1 ได้รับบริการที่ดี เช่น บริการจัดส่งถึงบ้าน บริการหลังการขาย
 - 1.2 วิธีการเสนอสินค้า ทำให้ได้ทราบวิธีใช้ ข้อดี ข้อเสีย ข้อควรระวังของสินค้า
 - 1.3 สะดวก ประหยัดทั้งเวลา และเงิน
 - 1.4 ความมั่นใจในตัวผู้ผลิตมากขึ้น
 - 1.5 คุณภาพของสินค้าดีจริงตามที่พิสูจน์ให้เห็นจากการสาธิต
 - 1.6 มีความเชื่อถือในตัวผู้เสนอสินค้า
 - 1.7 มีการรับประกันคุณภาพสินค้า

2. ข้อดีในมุมมองของผู้ประกอบการในการขายตรง

2.1 การลงทุน การลงทุนที่จำเป็นสำหรับการประกอบกิจการขายตรง ได้แก่ ลงทุนในอาคารประกอบการ อุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน ต้องมีพนักงานประจำเพื่อทำเอกสารเกี่ยวกับการขายและเอกสารด้านบัญชีตามที่ราชการกำหนด แต่ไม่จำเป็นต้องว่าจ้างพนักงานขายประจำ อีกทั้งยังไม่ต้องลงทุนในการเลือกหาหน้าร้านในทำเลที่ดี จึงช่วยลดเงินทุนที่ต้องใช้ในการเริ่มดำเนินการไปได้มาก

2.2 การบริหารสินค้าคงคลัง ไม่มีความเสี่ยงเกินไป เนื่องจากสามารถกำหนดแผนการจัดจำหน่าย การเจริญเติบโตของสินค้าแต่ละตัว ส่วนใหญ่ในวงการขายตรงนี้ผู้ประกอบการจะเป็นผู้กำหนดปริมาณสินค้าคงคลังของตนเอง มิใช่ผู้บริโภคนำเป็นผู้กำหนดแต่ฝ่ายเดียว ธุรกิจสินค้าประเภทอุปโภคบริโภคส่วนใหญ่จะมีอัตราหมุนเวียนสินค้าไม่เกิน 15 วัน ส่วนสินค้าอื่น ๆ จะเก็บสินค้าคงคลังไว้มากกว่า

2.3 ไม่มีคู่แข่ง ณ จุดขาย เพราะจะมีเพียงผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงแต่ละรายนำสินค้าของตนไปสาธิตให้ลูกค้าในขณะนั้น

2.4 ไม่จำเป็นต้องมีค่าใช้จ่ายด้านโฆษณา ซึ่งนับเป็นภาระหนักของฝ่ายการตลาด และยังเป็นการยากที่จะคาดคะเนผลตอบแทนที่แน่นอนในการตัดสินใจลงทุนโฆษณาแต่ละครั้งแต่ในธุรกิจการขายตรง ผู้จำหน่ายอิสระเป็นผู้ช่วยโฆษณาให้ถึงตัวผู้บริโภคโดยตรง โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมแต่อย่างใด

2.5 การตั้งราคา ไม่มีปัญหาที่จะต้องแข่งขันเปรียบเทียบราคากับคู่ต่อสู้ทุกรุ่นแรงเหมือนสินค้าประเภทอุปโภคบริโภคในตลาดขายปลีก

3. ข้อดีสำหรับผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงเอง ได้แก่

3.1 ลงทุนต่ำ และมีอิสรภาพในการทำงานสูง

3.2 มีการพัฒนาศักยภาพในการขายของตนเองตลอดเวลา

3.3 มีรายได้ที่ดีไม่มีข้อจำกัด ขึ้นอยู่กับความสามารถของตนเอง

3.4 ได้รับประสบการณ์ในการขายอยู่ตลอดเวลา

3.5 เป็นการสร้างมนุษยสัมพันธ์ทั้งกับผู้มุ่งหวังและในทีมงานของตนเอง

3.6 สามารถกำหนดเป้าหมายในชีวิตและวิธีที่จะดำเนินไปถึงเป้าหมายนั้นได้

3.7 ได้รับการยกย่องจากบุคคลทั่วไปในการก้าวขึ้นสู่ตำแหน่งที่สูงด้วยความ

สามารถของตนเอง

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

2.1 ความหมายของคุณลักษณะที่พึงประสงค์

คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง (หรือนักขาย) มีผู้เชี่ยวชาญในวงการขายได้ให้แนวคิดไว้หลายประการคือ

แจ๊คสัน และ ฮิสลิช (Jackson; & Hisrich. 1996: 287 – 290) ได้กล่าวว่า พนักงานขายที่จะประสบความสำเร็จประกอบด้วยคุณสมบัติหลัก ดังนี้

1. คุณสมบัติด้านบุคลิกภาพ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของพนักงานขายที่ประสบความสำเร็จ ลักษณะบุคลิกภาพดังกล่าว ได้แก่ การมีวินัยในตนเอง (Self-discipline) ความฉลาด (Intelligence) การมีความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) มีความยืดหยุ่น (Flexibility) การรู้จักปรับตัว (Adaptability) มีแรงจูงใจในตนเอง (Self motivated) มีความอดทน (Persistent) มีท่าทางสง่างาม (Personable) และไว้วางใจได้ (Dependable)

2. คุณสมบัติด้านศิลปะการขาย พนักงานขายควรมีความรู้พื้นฐานในด้านศิลปะการขายและต้องพัฒนาทักษะอื่น ๆ ที่ช่วยในการขาย เช่น ทักษะด้านการสื่อสาร (Communication Skills) ทักษะด้านการวิเคราะห์ (Analytical Skills) ทักษะด้านการจัดการ (Organization Skills) และทักษะด้านการบริหารเวลา (Time Management Skills)

3. คุณสมบัติทางด้านความรู้ คือ มีความรู้ในตัวสินค้า (Product Knowledge) ความรู้ ความเข้าใจในตัวลูกค้า (Customer Knowledge) ความรู้เกี่ยวกับคู่แข่ง (Knowledge of the Competitor) และความรู้เกี่ยวกับบริษัท (Knowledge of Company)

คอตเลอร์ (Kotler. 1991: 661) กล่าวถึงคุณลักษณะ 2 ประการที่เป็นเกณฑ์ที่จะใช้ในการทำนายผลการปฏิบัติงานของพนักงานได้ คือต้องมีคุณสมบัติพื้นฐาน 2 ประการคือ ความสามารถในการรับรู้ลึกของลูกค้ำ และความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะทำการขายของพนักงานขาย

แลง (เร็กซ์คิตส์ ปานเจริญ. 2531 ; อ้างอิงจาก Lang. 1988: 9) กล่าวถึงบุคลิกภาพนักขายที่ประสบความสำเร็จดังนี้ มองโลกในแง่ดี มีปณิธานที่จะทำงานอย่างจริงจัง เป็นนักจูงใจ น่าไว้วางใจ น่าสนใจ และกระตือรือร้น

เซอร์ซิลล์ ฟอร์ด และ วอคเคอร์ (Churchil; Ford; & Walker. 1987: 340 – 341) กล่าวว่า บุคลิกภาพของ พนักงานขายที่มีคุณลักษณะบุคลิกภาพแบบกล้าแสดงออก และชอบเข้าสังคม รวมทั้งมีบุคลิกภาพที่มั่นคง มีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จมากกว่า เพราะพวกเขาสามารถทำความสนิทสนมคุ้นเคยกับลูกค้าได้ดีกว่าพนักงานขายที่ไม่ชอบเข้าสังคม ความสนิทสนมนั้นจะทำให้พวกเขาทราบความต้องการของลูกค้า และอาจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าด้วย พนักงานขายที่มีบุคลิกภาพแบบบังคับผู้อื่นได้ กล่าวคือ มีลักษณะของการให้ความสำคัญกับตนเองสูง ชอบครอบงำผู้อื่น และมีความปรารถนาที่จะประสบความสำเร็จ จะดำเนินการขายได้ดีเช่นกัน เพราะพวกเขาจะพยายามที่จะดำเนินการขายอย่างประชิดตัวกับลูกค้า และ เซอร์ซิลล์ ฟอร์ด และ

วอคเคอร์ (มุขณีย์ ยมาภัย. 2537: 38 ; อ้างอิงจาก Churchill; Ford; & Walker. 1987: 340-341) กล่าวว่า รวมทั้งพนักงานขายที่มีคุณภาพแบบเห็นอกเห็นใจผู้อื่นก็มีความสามารถในการขายด้วย เนื่องจากพวกเขาจะมีความละเอียดอ่อนต่อความต้องการของลูกค้า และมีความยืดหยุ่นในการเสนอสินค้าที่เข้ากับปัญหาของลูกค้าแต่ละคน

เวลเลอร์ (เจลิมพงษ์ จิรรัตน์. 2524 ; อ้างอิงจาก Vellor. 1983: 19) กล่าวถึง บุคลิกภาพ ของนักขายที่ประสบความสำเร็จดังนี้ แสดงความเป็นมิตรอย่างจริงใจ เชื่อสัตย์ อดทน มานะบากบั่น ไม่หวั่นกลัว และไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค

ไฮส์ (Hise. 1980) ได้กล่าวถึง คุณสมบัติสำหรับการประสบความสำเร็จ ในอาชีพ การขายนั้น ประกอบด้วย 4 ส่วนสำคัญ คือ

1. การศึกษา (Education) ปัจจุบันพบว่า พนักงานขายที่ประสบความสำเร็จส่วนมากต้องมีการศึกษาในระดับวิทยาลัย ซึ่งส่วนมากจะได้รับปริญญา 2 ปี หรือ 4 ปี แต่ยังเป็นเรื่องที่ไม่ยืนยัน แต่เรื่องที่มีความเกี่ยวข้องกับอาชีพการขายมากกว่าคือ สาขาเอกที่เรียน ซึ่งพบว่า พนักงานขายที่จบสาขาที่เกี่ยวข้องกับการขาย หรือการตลาดจะเหมาะกับอาชีพการขายมากกว่า เพราะมีพื้นฐานในด้านเทคนิคที่จำเป็นในการขาย

2. คุณลักษณะส่วนบุคคล พบว่า พนักงานขายที่มีประสิทธิภาพจะเป็นคนที่มีการสื่อสารที่ดี จริงใจ มีกิริยามารยาทที่สามารถเชื่อถือได้ มีความกระตือรือร้น มีความเชื่อมั่น และมีการแต่งกายที่เหมาะสม ซึ่งพนักงานขายที่แต่งงานแล้ว จะมีแนวโน้มที่ทำได้ดีกว่าคนโสด

3. บุคลิกภาพ เชื่อว่า ปัจจัยทางบุคลิกภาพมีความจำเป็นต่อความสำเร็จในการขาย ซึ่งพบว่า พนักงานขายที่ประสบความสำเร็จมักมีบุคลิกภาพเป็นแบบชอบกังวล มีความรู้สึกไวต่อบุคคลอื่น มีความรู้สึกไวต่อความต้องการของบุคคลอื่น ไม่ชอบการเสี่ยง มีความมั่นคง มีจินตนาการ และมีความปรารถนาความเจริญก้าวหน้า

4. นิสัยและประสบการณ์ในการทำงาน ซึ่งพบว่าพนักงานขายที่ประสบความสำเร็จ มักมีนิสัยชอบการทำงานที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็ว มีความสามารถในการสรุปและการแสดงการใช้หรือค่านิยมต่อสินค้า โดยที่พนักงานที่มีประสิทธิภาพมักผ่านประสบการณ์ในการทำงานมาแล้ว

สไตน์แคมป์ (Steinkamp. 1970: 120) กล่าวว่า คุณสมบัติทางบุคลิกภาพบางอย่าง อาจเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดในการพิจารณารับสมัครตำแหน่งพนักงานขาย ลักษณะบางประการของผู้สมัครนั้นจะปรากฏให้เห็นระหว่างการสัมภาษณ์ครั้งแรก ส่วนคุณลักษณะอื่นๆ นั้นสามารถสังเกตได้จากแบบทดสอบทางจิตวิทยา การตรวจสอบ และการสัมภาษณ์เพิ่มเติมครั้งที่ 2 การขาดคุณสมบัติที่ชัดเจนของพนักงานขายสามารถตัดออกได้ทันทีในตอนต้น และอาจเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการตัดสินใจในความก้าวหน้า และความสำเร็จของพนักงานขายแต่ละคนด้วย

ฮอลแลนด์ (Holland. 1966: 32 – 33) ได้กล่าวถึง ผู้ประสบความสำเร็จทางเศรษฐกิจ โดยการประกอบอาชีพประเภทอาชีพประเภทงานจัดการและค้าขายไว้ว่า เป็นผู้ที่ มีลักษณะดังนี้ คือ ชอบการผจญภัย ชอบเป็นจุดเด่นมีความกระตือรือร้น มีความมุ่งหวังในความสำเร็จ ชอบมีอำนาจ

เหนือผู้อื่น ชักชวนเก่ง พูดเก่ง ชอบแสดงตัว มีความเชื่อมั่นในตนเอง ชอบเล่นกีฬา ชอบพูดในที่สาธารณะ เข้าสังคมได้ดี อารมณ์แจ่มใส อารมณ์มั่นคง กล้าซักถาม กระปรี้กระเปร่า และคล่องแคล่วว่องไว

สุพจน์ หมูโยธา (2542: 5) กล่าวถึง บุคลิกภาพของนักขายที่ประสบความสำเร็จดังนี้ แสดงความเป็นมิตรอย่างจริงใจ ซื่อสัตย์ อุดหนุน มานะบากบั่นไม่หวั่นกลัว และไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค

นิเวศน์ ธรรมะ (2541: 103) กล่าวถึง ลักษณะการสร้างภาพพจน์ของพนักงานขายดังนี้

1. ควรยิ้มแย้มแจ่มใสด้วยน้ำใสใจจริง ปราศจากการเสแสร้งทุกครั้งที่เข้าพบลูกค้า
2. มีความสุภาพอ่อนน้อม ยกมือไหว้พร้อมกล่าวคำสุภาพ “สวัสดีค่ะ” “สวัสดีครับ” รู้จักไหว้ตามธรรมเนียมไทยไว้เสมอๆ เมื่อพบผู้ใหญ่
3. แสดงความมีน้ำใจ รู้จักเอาใจใส่ผู้อื่น รู้จักเอาใส่ด้านการบริการ พร้อมแนะนำช่วยเหลือตามแต่โอกาส ข้อควรระวังสำหรับพนักงาน อย่าลดราคาแข่งขันเพื่อแย่งลูกค้า หรือเอาใจใส่ และอย่าถามไถ่เพียงเพื่อความอยากรู้อยากเห็น
4. แต่งกายสะอาด เหมาะสม โดยการดูแลเสื้อผ้า ทรงผม เล็บมือให้สะอาด ปราศจาก กลิ่นตัว กลิ่นปาก รวมไปถึงเครื่องมือ เครื่องใช้ในการขายก็ต้องสะอาดด้วย
5. มีความทรงจำรายชื่ลูกค้าได้ดี ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจว่าไม่ลืมลูกค้า
6. แบ่งเวลาให้เหมาะสม ระหว่างเวลางานกับเวลาส่วนตัว
7. วางแผนการทำงานในแต่ละวันว่าจะทำอะไรก่อน หลัง เช่น หารายชื่อเข้าพบเพื่อเสนอขาย บริการลูกค้า
8. ต้องหารายชื่ลูกค้ารายใหม่ มีการติดตามลูกค้า การเยี่ยมเยียน การส่งสินค้า การนัดหมาย และการบริการที่ดี
9. สร้างมนุษยสัมพันธ์กับคนทุกประเภททุกอาชีพ สามารถพูดคุยเป็นเพื่อนกับลูกค้าได้แทบทุกเรื่อง
10. รู้จักพูด คือรู้ว่าเรื่องใดควรพูดและไม่ควรพูด
11. รู้จักฟัง การเป็นนักขายที่ดีไม่ใช่เอาแต่พูดแต่เพียงอย่างเดียว

อุษณีย์ จิตตะปาโล และ นุตประวีณ์ เลิศกาญจน์วดี (2541: 154 – 155) ได้กล่าวถึง คุณลักษณะของนักขายตรงที่ประสบความสำเร็จ ไว้ว่า นักขายตรงที่ประสบความสำเร็จจะต้องมีความมั่นใจในตนเอง ไม่กลัวความล้มเหลวผิดพลาด ต้องไม่มีข้ออ้างหรือข้อแก้ตัวสำหรับความล้มเหลว ต้องสามารถแก้ไขจุดอ่อนหรือข้อบกพร่องของตนเอง มีความรับผิดชอบต่อนตนเอง ต่อลูกค้า ต่อทีมงาน ในคำพูด คำมั่นสัญญา ซึ่งหมายถึงการบริหารทีมงานให้มีประสิทธิภาพด้วย ต้องเป็นผู้ที่มีความอดทน อดกลั้น ขยันขันแข็ง มีความอ่อนน้อมถ่อมตนต่อผู้อื่น โดยไม่สร้างปัญหาให้ตนเอง พร้อมทั้งมีความรัก ความก้าวหน้าที่จะแสวงหาความสำเร็จด้วยการตั้งเป้าหมาย และความมุ่งมั่นอย่างแท้จริง รวมถึงการมองทุกอย่างในแง่ดี ด้วยทัศนคติที่ดี การอุทิศตัวที่ดี ด้วยการเป็น

นักบุกเบิก และการมีจิตใจเป็นผู้ให้ที่ดี

วารินทร์ สิ้นสูงสุด (2539: 106) กล่าวถึง บุคลิกภาพของพนักงานขาย ได้แก่ ความสุภาพ และร่าเริง (Courtesy and Cheerfulness) ความร่วมมือ (Cooperation) รักและสนใจคนอื่น (Liking for and Interesting People) ความซื่อสัตย์ (Honesty) ความแนบเนียนและยับยั้งชั่งใจ (Tact and Poise)

สมชาติ กิจยรรยง (2538: 44 – 46) กล่าวถึง ลักษณะของผู้ที่ประสบผลสำเร็จในงานขายดังนี้

1. มีทัศนคติที่ดีต่อสินค้าที่ตนเองขาย ต่อบริษัทที่ตนเองร่วมงาน
2. มีความกระตือรือร้น ขยัน อดทน ไม่รอให้ให้บุญหล่นทับ ไม่เคยปรากฏว่ามีพนักงานคนใดในโลกที่นั่งอยู่เฉยๆ แล้วขายได้ นักขายที่ประสบความสำเร็จจะจุดประกายแห่งความกระตือรือร้นในการเข้าพบและเสนอขายเสมอ
3. มีความซื่อสัตย์สุจริตต่อลูกค้า ต่อเพื่อนร่วมงาน และต่อบริษัท
4. มีความเชื่อมั่น นักขายที่ดีและมีความสามารถนั้นจะต้องมีความเชื่อมั่นในตนเอง กล้าพูดกล้าคิด และกล้าลงมือทำ จะต้องทำความเชื่อมั่นในสินค้าที่ตนเองขายว่าสินค้านั้น อำนวยประโยชน์ให้แก่ลูกค้าได้จริง และต้องมีความเชื่อมั่นในระบบการทำงาน นโยบายของฝ่ายขาย และเชื่อว่า “เราทำได้”
5. มีบุคลิกภาพที่ดี แต่งกายสะอาด เรียบร้อย ไม่แต่งตัวจนดูรุงรังเกินไป
6. มีไหวพริบดี ปฏิภาณไหวพริบของนักขายในการเจรจาต่อรองระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเป็นสิ่งที่สำคัญที่จะช่วยให้ลูกค้าเข้าใจ และเห็นใจได้เหมือนกัน สิ่งนี้จะได้มาจากการฝึกฝนบ่อยๆ
7. มีการพัฒนาอยู่เสมอ สิ่งนี้เกิดจากการออกขายมากๆ ออกพบลูกค้าบ่อยๆ พร้อมทั้งหมั่นประชุมกับหัวหน้าทีมหรือบริษัท ซึ่งจะทราบถึงเทคนิคการทำงานที่ดีขึ้น
8. เข้ากับคนได้ดี งานที่ทำจะต้องพบปะกับผู้คน นักขายที่ดีต้องมีอารมณ์ดี ยิ้มแย้มง่าย มีมนุษยสัมพันธ์ ประดูหัวใจของลูกค้าจะเปิดรับตัวผู้ขายหรือไม่ขึ้นอยู่กับความสุภาพ บุคลิกและความสามารถปรับตัวเข้ากับคนได้
9. มีความสุภาพ ขอให้นึกถึงคำว่า “ไปรู้จักลา มารู้จักไหว” ไว้เสมอ ในการเข้าพบหรือลาจาก ขอให้อ่อนน้อมถ่อมตน อย่าคุยโวโอ้อวด อย่ายกตนข่มท่าน
10. รู้จักพูดจา แทบทุกอาชีพต้องใช้ปากพูด แต่อาชีพที่ต้องใช้ปากมากที่สุดคืออาชีพของการเป็นนักขาย ขอให้พูดให้ลูกค้าฟังเข้าใจสบายหู ทำให้ลูกค้าดูสบายตา แล้วให้ลูกค้าสบายใจเมื่อได้สนทนาด้วย

สมศิริ แทนปั่น (2538: 5 – 7) กล่าวถึง คุณสมบัติของพนักงานขายและคุณสมบัติของนักขายที่ธุรกิจต้องการว่าควรมีลักษณะดังนี้

คุณสมบัติของนักขายที่ดี ควรมีลักษณะดังนี้

1. มีความรักในอาชีพ ภาคภูมิใจในอาชีพของตน
2. มีความรู้มีความสามารถในการวิเคราะห์คน วิเคราะห์สถานการณ์ทางการขายได้

3. มีความซื่อสัตย์ต่อตนเอง ต่อลูกค้า และต่อกิจการ
4. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ พยายามใช้เทคนิคการขายใหม่ๆ มาใช้ในการ

เสนอขาย

5. มีความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงานขาย เพื่อความก้าวหน้า
6. มีความเชื่อมั่นในตัวเอง
7. มีความชอบที่จะติดต่อกับบุคคลอื่นๆ
8. มีความรับผิดชอบในงาน ทำงานอย่างเต็มความสามารถ

คุณสมบัติของนายนักขายที่ธุรกิจต้องการ ควรมีลักษณะดังนี้

1. มีความรู้ ความสามารถที่จะทำงานภายใต้สถานการณ์ต่างๆ ได้ดี
2. มีความมั่นใจในตนเอง มีบุคลิกภาพที่เหมาะสมกับอาชีพขาย
3. มีความซื่อสัตย์สุจริต รักษาผลประโยชน์ของกิจการด้วยความจริงใจ
4. มีความพร้อมในอาชีพขาย ไหวพริบดี สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่าง

แนบเนียน

5. มีความรับผิดชอบในการทำงาน ขยันขันแข็งต่อการทำงาน และมีประวัติการ

ทำงานดี

6. มีความสามารถในการมองเห็นว่างานที่ปฏิบัติอยู่นั้นจะส่งผลอย่างไรในระยะยาว
7. เป็นคนตรงต่อเวลา เห็นเวลาเป็นสิ่งมีคุณค่า และรู้จักบริหารเวลา
8. พร้อมที่จะถูกวิจารณ์ และยอมรับคำวิจารณ์ที่มีเหตุผลด้วยความยินดี
9. มีความทะเยอทะยานที่จะผลักดันตนเองให้ก้าวหน้าอย่างมีเหตุผล
10. มีบุคลิกภาพดี สุขภาพอนามัยสมบูรณ์ แต่งกายสะอาดเรียบร้อย
11. มีมนุษยสัมพันธ์กับบุคคลอื่นตลอดเวลา รู้จักกาลเทศะ อดทน อดกลั้นต่อ

สถานการณ์ต่างๆ ได้ดี

12. มีความสามารถในการทำตนให้เข้ากับผู้อื่น และจูงใจผู้อื่นด้วยการเป็นตัว

อย่างที่ดี

บุปผา ไส้รักษา (2537: 52 – 55) ได้กล่าวถึงบุคลิกภาพที่จำเป็นสำหรับนักขาย และบุคลิกภาพของนักขายที่ดี ไว้ดังนี้

บุคลิกภาพที่จำเป็นสำหรับนักขาย ประกอบด้วยปัจจัย 4 ประการคือ

และลูกค้า

1. มีความรู้ในเรื่องเกี่ยวกับตนเอง เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ เกี่ยวกับกิจการ
2. มีทัศนคติที่ดีต่อวิชาชีพ
3. มีทักษะความชำนาญ
4. มีนิสัยอดทน อดทน และความพยายามสูง

บุคลิกภาพของนักขายที่ดี ควรมีลักษณะดังนี้

1. ซื่อสัตย์สุจริต
2. ความจริงใจ
3. ความแนบเนียน
4. ความยับยั้งชั่งใจ
5. ความจำดี
6. ไหวพริบดี
7. ความสามารถ

นอกจากนั้น บุปผา ไส้รักษา (2537: 58 – 59) ยังกล่าวถึง คุณสมบัติของนักขายที่ธุรกิจต้องการ ลูกค้าต้องการ และ คุณลักษณะที่ดีของนักขาย ไว้ดังนี้

1. มีความขยันหมั่นเพียร อดทนในการทำงาน มีความทะเยอทะยานต่อความก้าวหน้า

2. ต้องเป็นบุคคลที่ตรงต่อเวลา
3. มีความรักในการขายและเชื่อมั่นในสินค้าที่ตนขายอยู่
4. มีความซื่อสัตย์สุจริต
5. มีบุคลิกภาพที่ดี
6. มีความรับผิดชอบในการทำงาน และมีประวัติการทำงานดี
7. มีความประพฤติเรียบร้อย และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
8. มีความรู้ความสามารถ มีความคิดริเริ่มหมั่นหาความรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ
9. มีไหวพริบดี เจลียวฉลาด และแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้

คุณสมบัติของพนักงานขายที่ลูกค้าต้องการ มีลักษณะดังนี้

1. มีความซื่อสัตย์ รับผิดชอบและรักผลประโยชน์ของลูกค้า
2. มีความรอบรู้ในสินค้า
3. ได้รับบริการที่ดี
4. มีความตั้งใจจริงกับลูกค้า
5. เอาใจใส่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ
6. เป็นบุคคลที่ตรงเวลา
7. มีบุคลิกภาพที่ดี

คุณลักษณะที่ดีของนักขาย มีลักษณะดังนี้

1. มีความมั่นคง จิตใจไม่รวนเร
2. มีความคิดริเริ่ม กล้าได้กล้าเสีย
3. ความเป็นประชาธิปไตย
4. มีความไว้วางใจ มีความซื่อสัตย์ต่อตนเองและผู้อื่น
5. มีความมานะพยายาม และแสวงหาความรู้อยู่เสมอ
6. มีความรับผิดชอบในงาน
7. มีความทะเยอทะยานและกระตือรือร้น
8. มีความสามารถเป็นของตนเอง
9. มีความชอบที่จะติดต่อกับคน

สุริขนา วิวัฒนาชาติ (2535: 166 – 167) กล่าวถึงลักษณะโดยทั่วไปของพนักงานขาย ที่ควรจะต้องมีเพื่อความสำเร็จในการทำงานได้แก่

1. ลักษณะทางด้านกายภาพ ได้แก่ เพศ อายุ ความสูง รูปร่างหน้าตา ความสามารถทางด้านสติปัญญา เช่น เชาวนไหวพริบทั่วไป ความคล่องแคล่วในการพูดจา ความสามารถด้านคำนวณ ประสบการณ์ด้านการขาย การศึกษา อื่นๆ

2. คุณสมบัติด้านบุคลิกภาพ เช่น ความสามารถเข้าใจผู้อื่น ความเข้มแข็ง ความกระตือรือร้น ความต้องการความสำเร็จ สามารถเข้าวงสังคมได้ดีนอกจากนี้พนักงานขายควรต้องมีสุขภาพร่างกายแข็งแรง แต่งกายสุภาพเรียบร้อย น้ำเสียงดีมีความเชื่อมั่นในตนเอง มีความริเริ่มและปรับตัวเองได้ดีลักษณะที่จะทำให้ประสบความสำเร็จ ลักษณะของพนักงานขายที่ดี ซึ่งจะประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพพนักงานขายนั้น ได้แก่

1. สามารถวางแผนและปฏิบัติตามแผนนั้น
2. เป็นนักพูดและนักฟังที่ดี
3. มีความรอบรู้เกี่ยวกับสินค้าที่ขาย ลูกค้า คู่แข่งขัน และเทคนิคการขาย

เป็นอย่างดี

4. มีความรับผิดชอบ ขยัน ซื่อสัตย์ และตรงต่อเวลา
5. มีความสามารถในการจูงใจผู้อื่น
6. หมั่นหาความรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงาน
7. มีความทรงจำดี ช่างสังเกต
8. สามารถควบคุมตนเองได้ดี ปรับตัวเองให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมได้ตลอดเวลา
9. มีความเชื่อมั่นในตนเอง เข้มแข็ง อดทน
10. มีความทะเยอทะยาน

สำอาน งามวิชา (2525: 108 – 116) ได้กล่าวถึง บุคลิกภาพที่พึงประสงค์ของพนักงานขายดังนี้

1. คุณลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ ความสะอาดเรียบร้อยของร่างกาย เสื้อผ้า และการวางท่า กิริยาท่าทาง ความสมบูรณ์ของสุขภาพ เสียงพูด
2. คุณลักษณะทางจิตใจ ได้แก่ การมองโลกในแง่ดี ความกระตือรือร้น ความมั่นใจ ความจริงใจ ความตั้งใจจริง ความเป็นที่เชื่อถือและพึ่งพาได้ การมีความคิดริเริ่ม การมีจินตนาการ ความปราดเปรื่องทางสมอง การรู้จักควบคุมตนเอง ความกล้า การบรรลุนิติภาวะ
3. คุณลักษณะทางสังคม ได้แก่ ความเป็นมิตรต่อผู้อื่น ความมีเสน่ห์ในสังคม ความสามารถในการสนทนา การวางแผนไม่ประหวั่นพรั่นพรึง

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

2.2.1 งานวิจัยในต่างประเทศ

เซมัวร์ (Seymour. 1994: 27 – 31) เขียนไว้ว่า แม้ว่าการคัดเลือกพนักงานขายโดยใช้แบบทดสอบบุคลิกภาพจะไม่แพร่หลาย แต่จากปรากฏการณ์ต่างๆ สนับสนุนให้มีการนำแบบทดสอบบุคลิกภาพมาใช้ในการคัดเลือกพนักงานขาย บุคลิกภาพของพนักงานขายที่น่าสนใจในการคัดเลือกพนักงานมีอยู่ 5 ด้าน คือ ความหว้นไหวทางอารมณ์ (Neuroticism) การเปิดเผยแสดงตัว (Extroversion) การยอมรับประสบการณ์ใหม่ (Openness to Experience) ความอ่อนโยนผ่อนตาม (Agreeableness) และความรู้ผิดชอบ (Conscientiousness) ในขณะที่นักวิจัยคนอื่นศึกษาบุคลิกภาพกับความสำเร็จของพนักงานขาย พบว่าบุคลิกภาพ 6 ด้าน ได้แก่ ความผูกพัน (Affiliation) ความมีอำนาจ (Potency) ความต้องการประสบความสำเร็จ (Achievement) การรู้จักปรับตัว (Adjustment) ความฉลาด (Intelligence) และควบคุมชะตาตนเอง (Locus of Control) โดยสรุปการเลือกใช้แบบทดสอบบุคลิกภาพด้านอื่นๆ ขึ้นอยู่กับตำแหน่งงานของพนักงานขายแต่ละประเภทนั่นเอง

บาร์ริค และ เมาร์ท (Barrick; & Mount. 1993: 111 – 118) ศึกษาบทบาทของความเป็นอิสระในงาน และความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพ 5 ลักษณะ กับผลการปฏิบัติงาน (ซึ่งประเมินโดยผู้บังคับบัญชา) บุคลิกภาพ 5 ลักษณะ ได้แก่

1. บุคลิกภาพแบบแสดงตัว (Extroversion) ได้แก่ ชอบเข้าสังคม ช่างพูด ช่างแสดงออก
2. บุคลิกภาพแบบยินยอมผ่อนตาม (Agreeableness) ได้แก่ การให้ความร่วมมือ และความน่าไว้วางใจ
3. บุคลิกภาพแบบรู้ชอบ (Conscientiousness) ได้แก่ มีความรับผิดชอบ กล้ายินหยัด และต้องการประสบความสำเร็จ
4. บุคลิกภาพแบบมั่นคงทางอารมณ์ (Emotional Stability) ได้แก่ มีความในใจตนเอง ไม่วิตกกังวล และทนต่อแรงกดดัน
5. บุคลิกภาพแบบยอมรับประสบการณ์ใหม่ (Openness to Experience) ได้แก่ ความอ่อนไหวแบบศิลปิน มีจินตนาการและมีความฉลาด

โดยการศึกษาผู้จัดการ 146 คน พบว่า บุคลิกภาพแบบแสดงตัว (Extraversion) และบุคลิกภาพแบบรับรู้ผิดชอบ (Conscientiousness) มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญ บุคลิกภาพแบบรับรู้ผลชอบและบุคลิกภาพแบบแสดงตัว มีความสำคัญสำหรับผู้จัดการที่ทำงานอย่างอิสระ ส่วนบุคลิกภาพแบบยินยอมผ่อนตาม จะมีมากในงานที่มีลักษณะอิสระ

เยล (Yale. 1990: 4203) ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพของพนักงานขาย และผลการปฏิบัติงาน รวมทั้งตัวแปรที่มีผลต่อการปฏิบัติงานขาย ได้แก่ แรงจูงใจ การรับรู้ บทบาท และความถนัดในการขาย พบว่า บุคลิกภาพเป็นตัวทำนายที่ดีที่สุด ซึ่งมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับผลการปฏิบัติงาน บุคลิกภาพนี้ประกอบด้วยบุคลิกภาพ 3 คุณลักษณะ คือ ความเชื่อมั่นในตนเอง (Self-confidence) ความสามารถในการขาย (Selling Competency) และความสามารถในการจัดการ (Managerial Ability) ซึ่งความสามารถในการจัดการนี้มีความสัมพันธ์มากที่สุดกับผลการปฏิบัติงาน

บราวน์ (Brown. 1990: 198) ศึกษาถึง บุคลิกภาพ การรับรู้ในบทบาท เพศ ประสิทธิภาพ และความพยายาม ประสิทธิภาพ รวมทั้งผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายตรง ซึ่งตัวแปรด้านบุคลิกภาพนั้น ศึกษารวมถึงองค์ประกอบของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ได้แก่ องค์ประกอบด้าน การแข่งขัน (Competitiveness) การมุ่งงาน (Work Orientation) และการมีอำนาจ (Mastery) สำหรับตัวแปรด้านการรับรู้ในบทบาทนั้น ประกอบด้วย บทบาทความคลุมเครือ (Role Ambiguity) และบทบาทความขัดแย้ง (Role Conflict) ผลการศึกษาพบว่า 1) ความพยายามและผลการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กันสูงกว่าความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิผล และผลการปฏิบัติงานในกลุ่มของพนักงานขายตรงเพศหญิง และสำหรับกลุ่มของพนักงานขายตรง เพศชาย ลักษณะของความสัมพันธ์ของตัวแปรดังกล่าว เป็นในทางกลับกัน 2) ประสิทธิภาพ และผลการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์สูงกว่าความสัมพันธ์ระหว่างความพยายาม และผลการปฏิบัติงานในกลุ่มของพนักงานขายตรงที่มีประสิทธิภาพ 3) บุคลิกภาพส่งผลที่แตกต่างกันระหว่างกลุ่ม 4) บุคลิกภาพแบบ Competitiveness สามารถทำนายความพยายามและประสิทธิผลได้ 5) ประสิทธิภาพและประสิทธิผลมีความสัมพันธ์กันในกลุ่มของพนักงานขายตรงเพศชาย และกลุ่มของพนักงานขายที่มีประสิทธิภาพ ในขณะที่พนักงานขายตรงเพศหญิง และพนักงานขายที่ไม่มีประสิทธิภาพมีความสัมพันธ์กันกับความพยายามในการขาย 6) พนักงานขายตรงเพศชาย มีผลการปฏิบัติงานแตกต่างจากพนักงานขายตรงเพศหญิง และ 7) พนักงานขายตรงที่มีประสิทธิภาพ มีผลการปฏิบัติงานแตกต่างจากพนักงานขายที่ไม่มีประสิทธิภาพ

ลีออน และคณะ (Leong; et al. 1989: 164 – 178) ได้ศึกษาเกี่ยวกับพื้นฐานความรู้ และประสิทธิผลของพนักงานขาย โดยวิเคราะห์จากไปประเมินผลการปฏิบัติงาน พบว่า พนักงานขายที่มีประสิทธิผลแตกต่างกัน จะมีความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติงานในแต่ละสถานการณ์ ตลอดจนมีความสามารถในการจัดการขายที่เกิดจากประสบการณ์ และระดับของความรู้แตกต่างกัน

เอเซอร์รอดต์ (Axelrod. 1989: 11 – 13) ได้ศึกษาพนักงานขายดีเด่น พบว่า การประสบความสำเร็จของพนักงานขายเหล่านั้นขึ้นอยู่กับความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) และ

ทัศนคติ (Attitude) เมื่อทั้ง 3 สิ่งนี้สมดุล ผลที่เกิดขึ้นจะเป็นไปในทาง สร้างสรรค์ ทัศนคติต่อตนเอง และผู้อื่น เป็นสิ่งที่มีผลมากที่สุดต่อผลการปฏิบัติงาน รายได้ ความพึงพอใจ พนักงานที่ประสบความสำเร็จจะชอบตนเอง และมีทัศนคติที่ดี มีทัศนคติทางบวกต่องานที่ทำ ต่อเป้าหมายองค์กรที่ตระหนักในเรื่องนี้ ควรให้การฝึกอบรม เพื่อให้พนักงานขายมีทัศนคติในทางบวกต่อตนเอง ต่องานที่ตนทำ จะลดอัตราการออกจากงานเพิ่มผลกำไรให้บริษัทได้

แลง (เร็กซ์คัลด์ ปานเจริญ. 2531 ; อ้างอิงจาก Lang. 1988: 9) กล่าวถึง บุคลิกภาพนักขายที่ประสบความสำเร็จ ดังนี้ คือ การมองโลกในแง่ดี มีปณิธานที่จะทำงานอย่างจริงจัง เป็นนักงูใจ ใ่วางใจ น่าสนใจ และกระตือรือร้น

โฮลส์ (Holst. 1988: 132 – 136) กล่าวว่า พนักงานขายที่ขายเก่งที่สุดไม่ใช่ผู้จัดการฝ่ายขายที่ดีที่สุด ความแตกต่างระหว่างพนักงานขายที่เก่งและผู้จัดการฝ่ายขายที่เก่งในอนาคตนั้นขึ้นอยู่กับลักษณะส่วนตัวทางด้านมนุษยสัมพันธ์ กล่าวคือผู้ที่มีลักษณะเปิดเผย (Extrovert) จะเป็นพวกที่ชอบเข้าสังคม มักจะรู้สึกสบาย ๆ ในสถานการณ์การขายที่ผู้ซื้อตัดสินใจซื้อด้วยอารมณ์ พวกที่มีลักษณะเปิดเผยนี้ เมื่อถูกเลื่อนตำแหน่งเป็นผู้จัดการฝ่ายขายจะทำงานอย่างปกติธรรมดา ไม่โดดเด่น ผิดกับพนักงานที่มีบุคลิกแบบเก็บตัว (Introvert) ที่ถูกเลื่อนตำแหน่งขึ้นมาเป็นผู้จัดการฝ่ายขาย จะมีการวิเคราะห์สถานการณ์อย่างระมัดระวัง พวกบุคลิกภาพแบบเก็บตัว (Introvert) จะเหมาะกับงานที่เป็นสินค้าทำเงินเป็นตัวหลักของบริษัท และจะทำงานได้ดีกว่าในตำแหน่งผู้บริหารระดับสูง พนักงานขายที่มีบุคลิกภาพแบบเก็บตัว ถ้ามีสติปัญญาฉลาด มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ มีภาพลักษณ์ของตนเองที่ดี (Self-Image) และมีความนับถือตนเอง (Self-Esteem) จะเป็นบุคคลที่ประสบความสำเร็จ และช่วยให้ผู้อื่นประสบความสำเร็จได้ ซึ่งเหมาะสมที่จะเติบโตไปสู่ระดับผู้จัดการฝ่ายขายที่ดี

ซาเกอร์ และ เฟอริส (Sager; & Ferris. 1986: 319 – 324) ได้ศึกษาอิทธิพลของบุคลิกภาพที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานขาย โดยศึกษาในกลุ่มพนักงานขายจำนวน 96 คน พบว่า บุคลิกภาพของพนักงานขายที่มีผลต่อการปฏิบัติงานดี คือพนักงานขายที่มีบุคลิกภาพที่อบอุ่น มีลักษณะสบาย ๆ และให้ความร่วมมือ นอกจากนี้ควรมีลักษณะที่เข้าใจสภาพจิตใจของผู้อื่น (Empathic) ชอบสังคมและชอบค้นหาสิ่งที่ดีกว่า

เวลเลอร์ (เฉลิมพงษ์ จิระรัตน์. 2524 ; อ้างอิงจาก Vellor. 1983: 19) กล่าวถึงบุคลิกภาพของนักขายที่ประสบความสำเร็จคือดังนี้ แสดงความเป็นมิตรอย่างจริงใจ ซื่อสัตย์ อดทน มานะบากบั่น ไม่หวั่นกลัว และไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค

แจ๊คสัน (Jackson. 1983: 226) ศึกษาประสิทธิผลการทำงานขายในมิติของผลสัมฤทธิ์ของการพัฒนาทางด้านความถนัด (Aptitude) และบุคลิกภาพทางสังคม ที่ประกอบด้วยพฤติกรรมต่างๆ อันส่งผลต่อกิจกรรมด้านการขายของแต่ละบุคคล ซึ่งนอกจากจะเป็นมิติที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมในกิจกรรมการขายแล้วยังรวมถึงกิจกรรมที่ไม่เกี่ยวข้องกับการขายด้วย อันส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ากับองค์กรการขายในระยะยาว ผลการศึกษาพบว่าประสิทธิผลในการทำงานขายในมิติของ “ผลสัมฤทธิ์ของการพัฒนาทางอาชีพการขาย ของตัวแทนขาย (Professional

Development) เป็นผลสัมฤทธิ์จากการพัฒนาปรับปรุงคุณลักษณะบางประการของตัวแทนขายที่เกี่ยวข้องกับความเชี่ยวชาญในการทำงานขาย ประกอบด้วย

1. ทักษะ (skill) ในการขาย ได้แก่ ทักษะในการเสนอขาย การติดต่อสื่อสาร การใช้คำพูด ท่าทีกับการปรากฏตัว การบริหารเวลา ฯลฯ
2. ความรู้ ได้แก่ ความแตกฉานในสิ่งที่ขาย การมีความรู้เกี่ยวกับการขาย การแข่งขัน การวางแผนนโยบายขององค์กรการขาย ฯลฯ
3. ทักษะที่มีต่ออาชีพการขาย และการยอมรับผูกพันกับอาชีพ

แอนเดอร์สัน (Anderson. 1980: 54) เสนอว่าตัวกระตุ้นภายใน (Self-Monitoring) ของพนักงานขาย ที่มีบทบาทต่อความสำเร็จของพนักงานขาย ได้แก่ ทักษะในการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ความสามารถในการสร้างความไว้วางใจจากลูกค้า ความสามารถปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อม ประสาทสัมผัส ที่แม่นยำ และตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า ตัวกระตุ้นภายในนี้เป็นสิ่งที่มีอยู่ในคนในระดับมากน้อยต่างกัน

เลมอนท์ และ ลันด์สตรอม (Lamont; & Lundstrom. 1977 : 517 – 592) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพปัจจัยส่วนบุคคลและผลการปฏิบัติงานขายสินค้าอุตสาหกรรม พบว่ามีตัวแปรในการทำนายผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย ได้แก่ บุคลิกภาพแบบมุ่งงาน มีนิสัยอดทนในการทำงาน (Endurance) บุคลิกภาพต้องการการยอมรับนับถือในสังคม (Social Recognition) และบุคลิกภาพแบบเข้าใจสภาพจิตใจของผู้อื่น (Empathy) บุคลิกภาพแบบมีความมั่นคงทางอารมณ์ เข้มแข็ง (Ego Strength) มีความสัมพันธ์ต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายในเชิงบวก

นิคเกิลส์ (Nickels. 1976: 298 – 299) ให้ความสำคัญของการขายโดยตรงว่าเหมาะสมกว่าการขายโดยวิธีการตลาดแบบอื่นๆ ในสถานการณ์ต่างๆ 5 ประการคือ

1. ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายไม่สนใจในผลิตภัณฑ์จะขาย และวิธีอื่นในการขายก็ไม่เหมาะสมสำหรับผลิตภัณฑ์นั้น
2. รูปแบบของการค้นหาข้อมูลของลูกค้าเป้าหมายเป็นอุปสรรคต่อการใช้วิธีอื่น ที่จะนำสินค้าไปยังลูกค้า
3. วัตถุประสงค์ของลูกค้าเป้าหมายมีความเฉพาะเจาะจงและแตกต่างกันออกไปจนกระทั่งไม่สามารถใช้วิธีการใดวิธีหนึ่งได้
4. จำนวนลูกค้าเป้าหมายมีจำกัด และแต่ละรายก็มีรายการซื้อที่แตกต่างกันออกไป
5. ลูกค้าเป้าหมายมีความผูกพันกับสินค้าอื่นมาก่อนจนไม่สามารถใช้วิธีไหนมาชักจูงได้ การขายโดยบุคคลสามารถช่วยให้ลูกค้าเปิดใจและยอมรับสินค้ามากกว่าวิธีอื่นๆ

สมาคมการบริหารการขายและการตลาดแห่งลอสแอนเจลิส (Los Angeles) ได้ร่วมมือกับบริษัทที่ปรึกษาทางด้านจิตวิทยา และคณะกรรมการวิจัยด้านการวางแผนและการบริหารทำการวิจัยเรื่อง “พนักงานขายดีเด่น” (Star Salesman) โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อช่วยผู้จัดการ

ฝ่ายขายในการปรับปรุงกระบวนการคัดเลือกพนักงานขาย กำหนดลักษณะพฤติกรรมของพนักงานขายดีเด่น การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษากลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นพนักงานขายจำนวน 97 คน จากบริษัท 60 แห่ง ผลปรากฏว่า พนักงานขายที่ประสบความสำเร็จมีลักษณะ คล่องแคล่ว เก่ง และชาญฉลาด เป็นพนักงานขายที่ไม่ให้ใครอยู่เหนือกว่า เหนือกว่าพวกเขา และเป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบ ยืนยันแข็งขันในการทำงาน มีเป้าหมายของตนเองที่ชัดเจน และมีความพยายามเพื่อให้ได้ หรือบรรลุเป้าหมายของตน มีวุฒิภาวะ มีความมั่นคงทางอารมณ์ นอกเหนือจากนี้ไม่พบว่า บุคลิกภาพแบบเก็บตัว (Introvert) จะเป็นลักษณะที่ทำให้พนักงานขายประสบความสำเร็จ (Steinkamp. 1970 : 10-15)

ฮอลแลนด์ (Holland. 1966: 32 – 33) ได้กล่าวถึงผู้ประสบความสำเร็จทางเศรษฐกิจ โดยการประกอบอาชีพประเภทงานจัดการและค้าขาย ไว้ว่าเป็นผู้ที่มีลักษณะดังนี้ ชอบการผจญภัย ชอบเป็นจุดเด่น มีความกระตือรือร้น มีความมุ่งมั่นในความสำเร็จ ชอบมีอำนาจเหนือผู้อื่น ชักชวน เก่ง พูดเก่ง ชอบแสดงตัว มีความเชื่อมั่นในตนเอง ชอบเล่นกีฬา ชอบพูดในที่สาธารณะ เข้าสังคมได้ดี อารมณ์แจ่มใส อารมณ์มั่นคง กล้าซักถาม กระปรี้กระเปร่า คล่องแคล่ว ว่องไว

เมอร์เลนด้า และ คลาร์ค (Merenda; & Clarke. 1959: 360 – 366) ได้ศึกษา บุคลิกภาพและประวัติส่วนตัว ในการประสบความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต โดยใช้แบบวัด Activity Vector Analysis (AVA) ประกอบด้วยการวัดบุคลิกภาพด้านความก้าวร้าว Aggressiveness) การเข้าสังคม (Socialability) การควบคุมอารมณ์ (Emotional Control) และการปรับตัวเข้าสังคม (Social Ability) ซึ่งตัวแทนที่ประสบความสำเร็จมีบุคลิกด้านความก้าวร้าว และการเข้าสังคมสูงกว่า ตัวแทนที่ไม่ประสบความสำเร็จอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อย่างไรก็ตาม เมอร์เลนด้า และ คลาร์ค ยังได้นำเสนอสิ่งที่ค้นพบเพิ่มเติมด้วยว่า ปัจจัยต่างๆ ที่พบว่า มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในอาชีพการขายเหล่านี้ แท้จริงแล้วยังมีความสัมพันธ์ระหว่างกันอย่างซับซ้อน หรืออีกนัยหนึ่ง ปัจจัยเหล่านี้ไม่ได้เป็นอิสระจากกันแต่มีความสัมพันธ์ระหว่างกัน (มีผลต่อกันเอง) ในรูปแบบและความเข้มข้นที่หลากหลาย ดังนั้นกล่าวได้ว่า ตัวแทนขายที่จะประสบความสำเร็จในการขายได้นั้น จะเกิดขึ้นจากองค์ประกอบหรือปัจจัยหลายประการผสมผสานกัน ซึ่งที่ถูกลำดับถึงคือปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคล ผสมผสานกับปัจจัย และกระบวนการขององค์กร และปัจจัยพิเศษอีกประการหนึ่งซึ่งมีบทบาทต่อการศึกษาประสิทธิผลในการทำงานขายโดยเฉพาะคือ แนวความคิดเกี่ยวกับ “การนิยามอัตตะให้เป็นจริง” อันเป็นกระบวนการที่บุคคลใดๆ ถูกคาดหวังทางพฤติกรรมจากบุคคลอื่นๆ ในกระบวนการติดต่อสื่อสาร และความคาดหวังนั้นมีอิทธิพลต่อบุคคลอื่นได้จริง

พวกเขายังกล่าวต่อไปว่า การขายที่ขาดการพัฒนาปัจจัยเหล่านี้ ทำให้ผู้ทำงานขายไม่สามารถทำงานของเขาได้อย่างเต็มที่ ตัวอย่างเช่น หากตัวแทนขายมีความสามารถรับรู้บทบาทว่าเขาควรทำงานอย่างไรแต่ขาดการกระตุ้นจูงใจ การทำงานขายของผู้ขายก็อาจจะไม่สามารถประสบความสำเร็จได้

2.2.2 งานวิจัยในประเทศ

บุญญา ผิวแดง (2545: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต บริษัท อยุรยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิต มี 2 ปัจจัย คือ วุฒิการศึกษา และฐานะทางเศรษฐกิจ ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ทางบวก กับประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มี 6 ปัจจัย ได้แก่ บุคลิกภาพ ทักษะต้องงานขาย สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิต กับสมาชิกในครอบครัว สถานที่ทำงาน และอุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวก สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับเพื่อนร่วมงาน และ สัมพันธภาพระหว่างตัวแทนประกันชีวิตกับผู้บังคับบัญชา

อุบลรัตน์ ไพบรียี (2545: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาคุณลักษณะของพนักงานขายตรงผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ตามทัศนะของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ใน 5 ด้าน คือ ด้านความกระตือรือร้น ด้านความจงรักภักดี ด้านความเชื่อมั่นในตนเอง ด้านความรักในอาชีพขาย และด้านความมีมนุษยสัมพันธ์ และเปรียบเทียบคุณลักษณะของพนักงานขายตรงผลิตภัณฑ์เสริมอาหารตามทัศนะของผู้บริโภค จำแนกตามเพศ ระดับอายุ อาชีพ รายได้ พบว่า

1. ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นว่า พนักงานขายตรงมีคุณลักษณะด้านความกระตือรือร้น ด้านความจงรักภักดี ด้านความเชื่อมั่นในตนเอง ด้านความรักในอาชีพขาย และด้านความมีมนุษยสัมพันธ์ โดยรวม และรายด้านอยู่ในระดับมาก
2. ผู้บริโภคเพศชาย และหญิงมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของพนักงานขายตรงโดยรวม และรายด้านแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
3. ผู้บริโภคที่มีระดับอายุต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของพนักงานขายตรง โดยรวม และรายด้านแตกต่างกัน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
4. ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของพนักงานขายตรง โดยรวม และรายด้านแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ
5. ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของพนักงานขายตรงโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความจงรักภักดี ด้านความเชื่อมั่นในตนเอง ด้านความมีมนุษยสัมพันธ์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านความกระตือรือร้น และความรักในอาชีพ แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

นิศารัฐ ธิติวรเวศม์ (2542: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาถึงการวิเคราะห์องค์ประกอบบุคลิกภาพของผู้ขายตรงที่ประสบผลสำเร็จ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ เป็นผู้ขายตรงที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์แอมเวย์ ที่ประสบผลสำเร็จระดับ 9% ขึ้นไป ซึ่งเลือกมาโดยการสุ่มแบบเจาะจง จำนวน 206 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับบุคลิกภาพของผู้ขายตรงที่ประสบผลสำเร็จ จำนวน 80 ข้อ เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ มีค่าความ

เชื่อมั่น เท่ากับ 0.95 และ ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบด้วยโปรแกรม SPSS for Windows Release 7.5.1 จากการสกัดองค์ประกอบด้วยวิธีส่วนประกอบสำคัญ (Principal Component Analysis) และหมุนแกนแบบมุมฉาก (Orthogonal Rotation) โดยวิธีแวนแมกซ์ (Varimax Method) ได้องค์ประกอบ 7 องค์ประกอบ ได้แก่ ความซื่อตรง และคงเส้นคงวา วุฒิภาวะทางอารมณ์ ขอบสังคม เชื้อมั่นในตนเอง มีวิจารณ์ญาณ กล้าตัดสินใจ และกระตือรือร้น

ปราณี พรณวิเชียร (2540: 67) ได้กล่าวถึง บุคลิกภาพของพนักงานขาย กับการประสบความสำเร็จในการขาย โดยศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานขายรถยนต์แห่งหนึ่งในสหรัฐอเมริกา เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ว่าบุคลิกภาพส่งผลต่อการประสบความสำเร็จในการขาย จากการศึกษาพบว่า บุคลิกภาพของพนักงานขายรถยนต์มีความสัมพันธ์กับการประสบความสำเร็จในการขายรถยนต์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

อมร ถาวรมาศ (2537: 38) ได้กล่าวถึง คุณสมบัติของนักขาย หรือ พนักงานขาย ผู้ประสบความสำเร็จว่า จะต้องมีความจริงใจ มีความกระตือรือร้น กระฉับกระเฉง ว่องไว มีความรอบรู้และสนใจในสิ่งรอบด้าน ความเป็นมิตร ยินดีที่จะช่วยเหลือผู้อื่น บุคลิกภาพน่าเชื่อถือทั้งกาย วาจา ใจ มีความเข้าใจหรือความละเอียดอ่อน (Empathy หรือ Sensibility) และมีความต้องการเอาชนะ หรือมีความมุ่งมั่นเฉพาะตัว (Ego Drive หรือ Self Motivation)

3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเพื่อพัฒนา

คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

3.1 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรม

3.1.1 การฝึกอบรมตามความหมายจากสารานุกรมศัพท์ทางจิตวิทยา หมายถึง ระบบที่จะจัดกระบวนการฝึกปฏิบัติไว้อย่างชัดเจนเป็นพิเศษ โดยมุ่งที่จะเพิ่มหรือรักษาศักยภาพสูงสุดของความแข็งแกร่งทางร่างกาย การใช้ร่างกายและสมรรถภาพทางสมอง และความทุ่มเทใจให้กับงาน (สุพล พยอมแย้ม. 2541 : 246; อ้างอิงจาก Amod; and Meili. 1980)

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2544: 211 – 212 ; อ้างอิงจาก Parker; Seiler; & Ulschak) ปาร์เกอร์ เสนอแนวความคิดในการฝึกอบรมในรูปของกระบวนการ โดยมีกระบวนการพิจารณาความจำเป็นในการฝึกอบรม จัดทำจุดมุ่งหมายในการฝึกอบรม สร้างหลักสูตรการฝึกอบรม ออกแบบคัดเลือกวิธีการฝึกอบรม วางแผนการประเมินผล จัดการวัดผลและดำเนินการฝึกอบรม

เสนาะ ดิเฮอร์ (2543: 95) กล่าวว่า การฝึกอบรม หมายถึง กระบวนการที่จัดขึ้นเพื่อให้บุคคลได้เรียนรู้ และมีความชำนาญเพื่อวัตถุประสงค์อย่างหนึ่ง โดยมุ่งให้คนได้รู้เรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ และเพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมของคนไปในทางที่ต้องการ

วิจิตร อาวะกุล (2540: 1) กล่าวว่า การฝึกอบรม คือ การปิดฝุ่น เช็ดถู เคาะสนิม ทาสีใหม่ เพื่อปรับปรุงเปลี่ยนแปลงคนจากคนเดิมให้เป็นคนใหม่ ที่มีประสิทธิภาพและค้ำค้ำยขึ้น เป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้บริหารมืออาชีพต้องจัดทำ เพราะทรัพยากรบุคคลเป็นทรัพยากรที่มีค่าที่สุดของ

องค์การเพื่อให้หน่วยงานของตนเป็นหน่วยงานอาชีพ ที่ต้องแข่งขันเพื่อชื่อเสียงมีคุณภาพก้าวหน้ามีความทันสมัย และที่สำคัญ คือ ทำกำไรให้กับหน่วยงานเพิ่มมากขึ้นเท่าที่ควรจะเป็นไปได้

พัฒนา สุขประเสริฐ (2540: 4) กล่าวว่า การฝึกอบรม หมายถึง กระบวนการสำคัญที่จะช่วยพัฒนาหรือฝึกฝนเจ้าหน้าที่หรือบุคลากรใหม่ที่จะเข้าทำงานหรือที่ปฏิบัติงานประจำอยู่แล้วในหน่วยงาน ให้มีความรู้ความสามารถ ทักษะหรือความชำนาญ ตลอดจนประสบการณ์ให้เหมาะสมกับการทำงาน รวมถึงก่อให้เกิดความรู้สึก เช่น ทัศนคติหรือเจตคติที่ดีต่อการปฏิบัติงาน อันจะส่งผลให้บุคลากรแต่ละคนในหน่วยงาน หรือองค์การมีความสามารถเฉพาะตัวสูงขึ้น มีประสิทธิภาพในการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี ทำให้หน่วยงานหรือองค์การมีประสิทธิผลและประสิทธิภาพที่ดีขึ้น

ฐิระ ประवालพุกษ์ (2538: 4) กล่าวว่า การฝึกอบรม หมายถึง กระบวนการเพิ่มพูนความรู้ทักษะของผู้เข้ารับการฝึกอบรม ให้สามารถปฏิบัติหน้าที่ให้เกิดประสิทธิภาพ ระยะเวลาที่ใช้จะเป็นช่วงสั้น หลักสูตรจัดเน้นให้ปฏิบัติงานเฉพาะทางได้ ลักษณะการฝึกอบรมอาจทำได้หลายลักษณะตามนโยบายและความต้องการขององค์การ

ทองฟู ศิริวงศ์ (2536: 7) กล่าวว่า การฝึกอบรม คือ

1. เป็นกระบวนการที่จัดขึ้นเพื่อพัฒนาบุคลากร
2. เป็นการเพิ่มพูนความถนัด (Skill) เพิ่มพูนความรู้ (Knowledge) เพิ่มพูนทัศนคติ (Attitude) เพิ่มพูนความเข้าใจ (Understanding)
3. พัฒนานิสัยการทำงานให้ถูกต้อง
4. เพิ่มพูนประสิทธิภาพในการทำงาน
5. เป็นกระบวนการที่มีระเบียบและระบบเพื่อเพิ่มพูน และก่อให้เกิดผลสำเร็จขององค์การ

จากความหมายของการฝึกอบรมข้างต้น สรุปได้ว่า การฝึกอบรม หมายถึง กระบวนการที่สามารถเพิ่มพูนและพัฒนาทักษะความชำนาญในด้านต่าง ๆ ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์หนึ่งเพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในตัวบุคคลในอันที่จะส่งผลให้บุคลากรแต่ละคนในหน่วยงานหรือองค์การมีศักยภาพในการปฏิบัติงาน มีความรู้ ความสามารถเฉพาะตัวสูงขึ้น และมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี

3.1.2 ความจำเป็นในการฝึกอบรม

วิจิตร อาวะกุล (2540: 25 – 27) พะยอม วงศ์สารศรี (2542: 147)

ธีรยุทธ พึ่งเกียรติ และ สุรพล สุขะพรหม (2543: 97) ได้กล่าวถึงความจำเป็นในการฝึกอบรมไว้ดังนี้

1. พนักงานใหม่ที่เข้ามาทำงานจะมีเพียงความรู้ก่อนการทำงาน ซึ่งได้ศึกษาเล่าเรียนมาจากโรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัย แต่ยังไม่อยู่ในสภาพที่จะปฏิบัติงานในองค์การที่มีประสิทธิภาพได้ ต้องมีการสอนงาน อบรมงานเพื่อปรับความรู้ที่เรียนมาให้สามารถนำมาใช้ปฏิบัติงานในองค์การได้ เพราะไม่มีสถาบันการศึกษาใดๆ ที่สามารถผลิตคนให้มีความสามารถที่จะทำงานในองค์การต่างๆ ได้ทันที และองค์การเองก็มีลักษณะงานเฉพาะตัว มีแบบแผน พนักงานใหม่ที่รับเข้ามาบางครั้งอาจได้รับการคัดเลือกเพราะมีคุณสมบัติที่งานต้องการ แต่อาจจะปฏิบัติงานได้ไม่ถึงระดับ

มาตรฐานที่วางไว้ จึงต้องฝึกอบรมพนักงานของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นองค์กรขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ ให้มีสภาพการปฏิบัติงานที่เหมือนกัน มีพฤติกรรม ทักษะ ทักษะ ในรูปแบบที่องค์กรต้องการหรือพึงประสงค์

2. เพื่อการเปลี่ยนแปลงก้าวหน้าและมีชื่อเสียงขององค์กร ทำให้องค์กรมีความสมบูรณ์และพร้อมที่จะดำรงอยู่ท่ามกลางการแข่งขัน การเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของเจ้าหน้าที่พนักงานจากการจัดการฝึกอบรมที่เข้มข้น และมีประสิทธิภาพเป็นประจำ ทันสมัย ทันเหตุการณ์อยู่เสมอ

3. องค์กรจะดำรงคงอยู่ จะต้องมีความเจริญก้าวหน้า ขยายกิจการทั้งการขาย การผลิต การบริการเติบโตกว้างขวาง องค์กรต้องสร้างคนที่มีความรู้ ความสามารถออกไปประจำรับภาระหน้าที่การงาน ตามสาขางานที่ขยายออกไป จึงจำเป็นต้องสร้างบุคคลให้มีความรู้ความสามารถเพื่อทดแทนเพิ่มเติมและเจ้าประจำตามตำแหน่งต่าง ๆ ตามขนาดของงานที่ขยายออกไป องค์กรต้องเตรียมคนเอาไว้ เพื่อรับการเลื่อนตำแหน่ง โยกย้าย ลาออก องค์กรจึงต้องพร้อมในการฝึกอบรมและพัฒนา

4. ปัจจุบันสังคมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในทุกๆ ด้าน ไม่เชื่องช้าเหมือนสมัยก่อน ไม่ว่าจะเป็นด้านสังคม การเมือง เศรษฐกิจ ฯลฯ โดยเฉพาะด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เป็นผลให้มีการเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงานตลอดเวลา องค์กรมีความสลับซับซ้อน บุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องจึงจำเป็นต้องได้รับการอบรมให้มีความรู้ ความสามารถในการปรับตัว ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงตัวให้เข้ากับสมัยสังคม ชุมชนที่เปลี่ยนแปลงไป

ด้านวิทยาการใหม่ๆ เครื่องมือ เครื่องจักรใหม่ๆ ที่นำมาใช้ในการขยายการผลิตและบริการ ฯลฯ จำเป็นต้องมีการฝึกอบรมและพัฒนาบุคคล เพื่อให้พนักงานมีความสามารถที่จะใช้เครื่องมืออย่างมีความสามารถและประสิทธิภาพสูง เพราะเครื่องมือบางอย่างมีราคาแพงมากจะใช้วิธีหัดเอง ลองผิดลองถูก ตามยถากรรมไม่ได้ ต้องฝึกอบรมให้ถูกวิธี

แต่ถ้าไม่มีการพัฒนาบุคลากรให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงอาจมีผลกระทบต่อธุรกิจได้ เช่น บุคลากรในฝ่ายผลิต ช่างซ่อม ฝ่ายขาย ฯลฯ ขาดการเรียนรู้ หรือขาดการอบรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่นำมาใช้ในองค์กร อาจทำให้ระดับการผลิตลดต่ำลง หรือจำเป็นต้องหยุดการผลิตชั่วคราว ซึ่งจะก่อให้เกิดความเสียหายอย่างมากต่อองค์กร หรือในการณีสินค้าตัวใหม่ ถ้าพนักงานไม่มีความรู้ในสินค้านั้นก็อาจจะไม่สามารถแข่งขันหรือเจาะสู่ตลาดได้

5. พนักงาน เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในองค์กรมาเป็นเวลานาน แม้แต่เดิมจะมีความรู้ ความชำนาญ มีความสามารถในขณะหนึ่งเพียงใด แต่เมื่ออยู่กับที่กับงานนานๆ จะเกิดความจำเจ เมื่อয়লা হেন্যোহন্য য়োত়ো ত়োত়ো ซึ่งเป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่ไม่มีการเพิ่มเติม เคลื่อนไหว ด้านความรู้ ขวัญ กำลังใจ จำเป็นที่องค์กรต้องจัดให้เข้ารับการเข้าสัมมนา เข้าประชุม เข้ารับการอบรม ฯลฯ ในระยะที่เหมาะสมปีละครั้งเป็นอย่างน้อย เป็นลักษณะการอบรม เพื่อการพัฒนาที่เรียกว่า การปัดฝุ่น (Brush Up) หรือเคาะสนิม เป็นครั้งคราว เพื่อเป็นการกระตุ้น บำรุงขวัญในการทำงานที่กำลังท้อถอยลดลง ให้กลับกระฉับกระเฉงขึ้น เป็นการสร้างบรรยากาศภายในองค์กรให้มีชีวิตจิตใจ

บรรยากาศสดใส เพื่อประสิทธิภาพของการอยู่และทำงานร่วมกันในองค์กร

6. องค์กรต้องวางแผนพัฒนาตำแหน่งของเจ้าหน้าที่พนักงานที่จะฝึกอบรมพนักงานให้ทำประโยชน์ให้กับองค์กรให้เต็มที่ เช่น งานที่ต้องใช้ความรู้ ความสามารถพิเศษ งานเทคนิควิชาการที่ยากๆ หรือแม้งานด้านบริหาร ซึ่งต้องใช้เวลาในการเตรียมคนและฝึกอบรม เป็นเวลานานกว่าคนนั้นจะทำงานได้ดี ไม่เกิดผลเสียหาย การฝึกอบรมประเภทนี้ต้องจัดต่อเนื่องกัน อย่างมีแผน และมีระบบ จึงจะบรรลุผล

7. นโยบายใหม่ ถึงแม้ว่านโยบายโดยทั่วไปจะไม่เปลี่ยนแปลงรุนแรง แต่การออกเพียงหนังสือเวียนหรือประกาศ อาจไม่เพียงพอในการบังคับใช้ให้เกิดผล การฝึกอบรมจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นต้องมาเสริม

8. เมื่อองค์กรมีความสลับซับซ้อนย่อมเกิดปัญหาและข้อบกพร่องในการบริหารงานควรจัดการแก้ไขปรับปรุงอย่างเร่งด่วน ปัญหาต่างๆ เหล่านี้ ได้แก่ ผลการทำงานตกต่ำ ผู้ปฏิบัติงานมีความตั้งใจทำงานน้อย อุบัติเหตุเกิดขึ้นบ่อยครั้งจนผิดปกติ มีการลา กิจ ลาป่วย และขาดงานมาก ค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติงานสูงกว่าปกติ งานไม่เสร็จสิ้นตามกำหนด ล่าช้าเสียเวลามาก เกินควร เป็นต้น การฝึกอบรมจะช่วยขจัดปัญหาต่างๆ ให้ลดน้อยลงหรือหมดไป อุปสรรคและความยุ่งยากในการทำงาน ส่วนหนึ่งจะมีสาเหตุมาจากการที่องค์กรนั้นไม่มีการฝึกอบรมบุคลากรของตน

3.1.3 ขั้นตอนของการฝึกอบรม

โกลด์สไตน์ (Goldstein, 1993: 165) ได้กำหนดขั้นตอนของการฝึกอบรมอย่างเป็นระบบไว้ 6 ขั้นตอน ดังนี้

1. การวิเคราะห์ความต้องการหรือความจำเป็นในการฝึกอบรม (Needs Assessment) ประกอบไปด้วยการวิเคราะห์

1.1 การวิเคราะห์องค์กร (Organization Analysis)

1.2 การวิเคราะห์ภาระกิจ ความรู้ ทักษะและความสามารถ (Task and Knowledge Skill and Ability Analysis)

1.3 การวิเคราะห์บุคคล (Person Analysis)

2. การกำหนดวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรม (Instructional Objectives)

3. การคัดเลือกและการออกแบบโครงการฝึกอบรม (Selection and Design of Instructional Programs)

4. การพัฒนาเกณฑ์ในการประเมินผลการฝึกอบรม (Development of Criteria)

5. การจัดการฝึกอบรม (Training)

6. การประเมินผล (Evaluation)

กระบวนการจัดการฝึกอบรมอย่างเป็นระบบ เมื่อได้ดำเนินการขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ความต้องการหรือความจำเป็นในการฝึกอบรมเรียบร้อยแล้ว เราก็นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ในขั้นตอนที่ 1 มากำหนดวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรมซึ่งควรเป็นวัตถุประสงค์เชิง

พฤติกรรมที่ควรจะมี ความชัดเจน กระชับ และสามารถวัดได้ (Carnevale, Gainer, & Meltzer.1990 อ้างอิงจาก ชูชัย สมितिไกร. 2544: 142) ในขั้นตอนที่ 2 และเมื่อกำหนดวัตถุประสงค์หลัก ๆ ของ การฝึกอบรมได้แล้ว ก็มาถึงขั้นตอนที่ 3 การคัดเลือกและการออกแบบการฝึกอบรม

3.1.4 การออกแบบการฝึกอบรม

การออกแบบการฝึกอบรม มีความคิดพื้นฐานจากแนวทางการพัฒนารูปแบบการ ฝึกอบรมของ American Telephone and Telegraph Company (AT&T) และนำมาปรับใช้ให้ เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของวัฒนธรรมองค์กร แนวคิดการออกแบบการฝึกอบรมนำเสนอ 2 ประเด็นหลักที่สำคัญคือ ภาพรวมของการออกแบบการฝึกอบรม และหลักการเรียนรู้ของผู้ใหญ่ (อภิสิทธิ์ เวทยนุกูล. 2543)

ชูชัย สมितिไกร (2544: 140) ได้กล่าวถึง การออกแบบ และพัฒนาโครงการ ฝึกอบรม ประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ ที่สำคัญ 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. การกำหนดวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรม สามารถจำแนกได้เป็น 3 ระดับ
 - 1.1 วัตถุประสงค์ของหลักสูตร
 - 1.2 วัตถุประสงค์ของหมวดวิชา
 - 1.3 วัตถุประสงค์ของรายวิชา
2. การกำหนดเนื้อหาของหลักสูตร ประกอบด้วย
 - 2.1 การจัดเตรียมโครงสร้างของหลักสูตร
 - 2.2 การสร้างแผนการเรียน
 - 2.3 การจัดวางเนื้อหาวิชา
3. การกำหนดระยะเวลาของการฝึกอบรม ประกอบด้วย
 - 3.1 การกำหนดระยะเวลาทั้งหมดของการฝึกอบรม
 - 3.2 การแบ่งสรรเวลา
4. การเลือกใช้วิธีการฝึกอบรม ประกอบด้วย
 - 4.1 วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม
 - 4.2 ภูมิหลังของผู้รับการอบรม
 - 4.3 การปฏิบัติงานจริง
5. การกำหนดวิธีการประเมินผล

วารินทร์ อักษรนำ (2544: 23) ที่ปรึกษาและวิทยากรสถาบันโพธิ์แสงเกิล เทรนนิ่ง ได้กล่าวถึง การออกแบบฝึกอบรมว่าจะต้องคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้

1. สนองความต้องการขององค์กร โดยออกแบบให้สอดคล้องกับ
 - 1.1 คน
 - 1.2 งาน
 - 1.3 ปัญหาที่เกิดขึ้นในองค์กร
 - 1.4 ความพึงพอใจ

2. ออกแบบหลักสูตร กิจกรรมและการถ่ายทอด ให้เหมาะสม
 - 2.1 ไม่นักวิชาการ
 - 2.2 ไม่นั้นแต่กิจกรรม
 - 2.3 ไม่นิยมทอล์คโชว์
 - 2.4 สนใจเรื่องการถ่ายทอดอย่างมีสีสัน
3. ออกแบบการติดตามผล นำเสนอเป็นเอกสารอย่างชัดเจน
 - 3.1 หลังจากอบรมแล้วได้อะไรบ้าง
 - 3.2 คนที่ได้รับการอบรมได้พัฒนาอะไรบ้าง
 - 3.3 มีแนวคิดและข้อเสนอแนะ
 - 3.4 ติดตามผลเป็นระยะ ๆ 3 เดือน 6 เดือน 1 ปี
 - 3.5 นำเสนอโครงสร้างการบริหารที่จะสนับสนุน
 - 3.6 นำเสนอแนวทางก้าวหน้าของบุคคล
 - 3.7 นำเสนอการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
 - 3.8 เป็นที่ปรึกษาอย่างต่อเนื่อง

พิชัย ลิขิตพัฒน์ไพบูลย์ (2543: 87) ให้ความหมายในการออกแบบฝึกอบรมไว้ว่าเป็นการสร้างหลักสูตรฝึกอบรม คัดเลือกวิธีสอน วิธีสังเคราะห์หลักสูตร การจัดลำดับของเนื้อหาวิชาของหลักสูตร การประเมินผล และการออกแบบหลักสูตรฝึกอบรมใหม่

ชัยยงค์ พรหมวงศ์ และ เปรี๊ยะ ภูมิ (2537: 64) ให้ความหมายไว้ว่า “การออกแบบการฝึกอบรม” หมายถึง การวางแผนและกำหนดกิจกรรมใด ๆ ที่เป็นองค์ประกอบหรือส่วนของระบบฝึกอบรม เพื่อให้อยู่ในตำแหน่ง และลำดับขั้นตอนที่จะทำให้การอบรมดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ

3.1.5 ขั้นตอนของการฝึกอบรม

โกลด์สไตน์ (Goldstein. 1993: 54 – 61) ได้กำหนดขั้นตอนของการฝึกอบรมอย่างเป็นระบบไว้ 6 ขั้นตอนดังนี้

1. การวิเคราะห์ความต้องการหรือความจำเป็นในการฝึกอบรม (Needs Assessment) ประกอบด้วย การวิเคราะห์ 3 ส่วน คือ
 2. การวิเคราะห์องค์กร (Organization Analysis)
 3. การวิเคราะห์ภารกิจ ความรู้ ทักษะและความสามารถ (Task Knowledge Skill and Ability Analysis)
 4. การวิเคราะห์บุคคล (Person Analysis)
 5. การกำหนดวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรม (Instructional Objectives)
 6. การคัดเลือกและการออกแบบโครงการฝึกอบรม (Selection and Design of Instructional Programs)

7. การพัฒนาเกณฑ์ในการประเมินผลการฝึกอบรม (Development of Criteria)

8. การจัดการฝึกอบรม (Training)

9. การประเมินผล (Evaluation)

กระบวนการจัดการฝึกอบรมอย่างเป็นระบบเมื่อได้ดำเนินการ ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ความต้องการหรือความจำเป็นในการฝึกอบรมเรียบร้อยแล้ว ต้องนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์มากำหนดวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรมในขั้นตอนที่ 2 และเมื่อกำหนดวัตถุประสงค์หลัก ๆ ของการฝึกอบรมได้แล้ว จึงดำเนินการขั้นตอนที่ 3 คัดเลือกและออกแบบโครงการฝึกอบรม การออกแบบและการพัฒนาโครงการฝึกอบรม จึงเป็นขั้นตอนที่สำคัญขั้นตอนหนึ่งของกระบวนการจัดการฝึกอบรม เมื่อมีการวิเคราะห์ความต้องการในการฝึกอบรมแล้ว เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขพฤติกรรมของบุคคลจึงต้องมีการออกแบบและพัฒนาโครงการฝึกอบรมให้มีความเหมาะสม และตอบสนองวัตถุประสงค์ในการอบรมได้ ซึ่ง ไชร์เลห์ เฟรเชอร์ (Shirle Flectcher. 1977: 77) ได้ให้เหตุผลในการออกแบบฝึกอบรมไว้ว่า

1. เป็นความต้องการพัฒนาบุคลากร
2. เป็นการแก้ปัญหา สภาพของงาน ผลงาน หรือพัฒนาบุคคล
3. เป็นความต้องการที่จะแนะนำสำหรับทำงานใหม่ วิธีปฏิบัติใหม่ หรือเครื่องมือใหม่
4. เป็นการช่วยเหลือบุคคลในการเผชิญกับความเปลี่ยนแปลง
5. เป็นการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น
6. เป็นการแนะนำบุคลากรใหม่ในองค์กร
7. เป็นการพัฒนาทักษะ ความรู้ การกระทำ ผลงานใหม่ในองค์กร
8. เป็นเรื่องของกฎหมาย ความปลอดภัย ข้อเรียกร้อง

ในการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำวิธีการฝึกอบรมมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับทฤษฎีและเทคนิคต่าง ๆ ในการให้คำปรึกษาเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

3.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรม

3.2.1 งานวิจัยในต่างประเทศ

สไตเบอร์ (Steiber. 1991) ได้ศึกษาปัจจัยการพัฒนาคุณภาพงานฝึกอบรม ที่มุ่งพัฒนาในด้านทักษะการติดต่อสื่อสาร การฝึกอบรมที่เป็นกระบวนการ และการฝึกอบรมทางสถิติในงานด้านบุคคล โดยออกแบบสอบถามไปยังบริษัทต่าง ๆ ที่เป็นมืออาชีพในการฝึกอบรม จากการสุ่มเลือกจำนวน 1,500 บริษัท ซึ่งมีพนักงานอย่างน้อย 4,000 คน มีประเด็นสำคัญ 4 ประการในเรื่องคุณภาพ คือ คุณภาพของบริการแบบมืออาชีพ การประเมินประสิทธิภาพของหลักสูตร โดยประเมิน 4 ด้าน (ความรู้ ความเข้าใจ ทักษะ และทัศนคติ) และประเด็นสุดท้าย คือ มีวิธีการพัฒนาคุณภาพงาน

ฝึกอบรม จากการใช้การวิเคราะห์สมการถดถอย (Multiple Regression) พบว่า ประสิทธิภาพของงานฝึกอบรมที่มีคุณภาพนั้น ต้องได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารในระหว่างกระบวนการฝึกอบรม การเสริมแรงให้แก่ทักษะที่พัฒนาขึ้น และสัมพันธ์กับการประเมินผลการปฏิบัติงานด้วย

เวสส์ (วรกัญญา สันติธรรม. 2539: 50 ; อ้างอิงจาก Weiss. 1985: 322)

ได้ศึกษาผลของโปรแกรมการฝึกอบรม การสื่อสารที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริหารการศึกษา กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารการศึกษาในขณะนั้น จำนวน 28 คน แบ่งเป็นสองกลุ่ม กลุ่มทดลองได้รับการฝึกการสื่อสารระหว่างบุคคล และการสื่อสารในสาธารณชน ส่วนกลุ่มควบคุมไม่ได้จัดการกระทำใด ๆ การศึกษาครั้งนี้ใช้การประเมินผลหลังจากการทดลอง ผลการทดลองพบว่า ไม่มีหลักฐานทางสถิติที่จะมาสนับสนุนว่า ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารการศึกษาที่ได้รับการฝึกการสื่อสารระหว่างบุคคล และการสื่อสารในสาธารณชน จะทำให้การสื่อสารได้ดีกว่ากลุ่มควบคุม ซึ่งไม่ได้รับการฝึก

คาร์เตอร์ (โฌมเพ็ญ สนธยานนท์. 2527: 34 ; อ้างอิงจาก Carter. 1985: 420)

ได้ศึกษาประสิทธิภาพ และความเป็นไปได้ที่อาจกระทำได้ (Feasibility) ของการฝึกอบรมทักษะการสื่อสารระหว่างบุคคลระยะสั้นให้แก่ลูกจ้างขององค์การของรัฐ (Federal Organization) จำนวน 711 คน โดยใช้หลักสูตรการฝึกอบรม จำนวน 2 วันครึ่ง ในการศึกษาครั้งนี้ เขาได้ตรวจสอบถึงขีดความสามารถในการสื่อสารก่อนฝึก และที่เพิ่มขึ้นหลังการฝึกอบรมของกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่ม ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มทดลองมีคะแนนสูงกว่ากลุ่มควบคุม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และจากแบบสอบถามปลายเปิดยังพบว่า การฝึกครั้งนี้ ได้รับการยอมรับจากผู้ฝึกในระดับสูง

คูเกอร์ และ เชอร์เซีย (Cooke; & Cherchia. 1976: 464 – 467) ได้ศึกษาผลของการฝึกอบรมทักษะการเป็นผู้นำเพื่อน และการไม่ได้ฝึกทักษะการเป็นผู้นำเพื่อนเพื่อพัฒนาทักษะการสื่อสาร กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ที่ครูเป็นผู้คัดเลือกเพื่อทำหน้าที่เป็นผู้นำเพื่อนจำนวน 60 คน ชาย 28 คน และหญิง 32 คน แบ่งออกเป็นกลุ่มทดลอง คือ ผู้นำกลุ่มที่ได้รับการฝึกอบรมทักษะการสื่อสาร จำนวน 40 คน และกลุ่มควบคุม คือ ผู้นำกลุ่มที่ไม่ได้รับการฝึกอบรมทักษะการสื่อสารจำนวน 20 คน ผู้นำกลุ่มทั้งหมด 60 คน ทำหน้าที่เป็นผู้นำกลุ่มให้กับนักเรียนคนอื่น ๆ จำนวน 625 คน โดยแบ่งออกเป็นกลุ่ม ๆ ละ 8 – 12 คน แต่ละกลุ่มมีผู้นำ 1 คน เครื่องมือที่ใช้วัด คือ Index of Communication และมาตรวัดการตอบสนองของคาร์คัพฟี ซึ่งวัดจากการฟังเทปบันทึกเสียงที่ผู้นำกลุ่มได้บันทึกที่กระหว่างให้การช่วยเหลือสมาชิกกลุ่ม ผลการศึกษา พบว่า คะแนนเฉลี่ยจากการวัดทักษะการสื่อสาร และมาตรวัดการตอบสนองจากเทปบันทึกเสียงระหว่างกลุ่มทดลอง และกลุ่มควบคุมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นว่า ผู้นำกลุ่มที่ได้รับการฝึกอบรมทักษะการสื่อสารมีความสามารถในการเอื้ออำนวยกลุ่มสูงกว่า ผู้นำกลุ่มที่ไม่ได้รับการฝึกอบรมทักษะการสื่อสาร

3.2.2 งานวิจัยในประเทศ

สมาลี อำไพรัตน์ (2546: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการติดตามผลโครงการฝึกอบรมพนักงานขาย เรื่อง “การก้าวสู่การเป็นพนักงานขายที่มีประสิทธิภาพ” ของบริษัท เฮกเกอร์ บราเดอร์ จำกัด พบว่า 1) พนักงานขายที่ได้รับการอบรมมีความรู้ อยู่ในระดับดี 2) พนักงานขายมีความพึงพอใจต่อโครงการฝึกอบรม ในด้านการจัดการ การนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ และด้านวิทยากรอยู่ในระดับมาก ส่วนระยะเวลาอยู่ในระดับปานกลาง 3) ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้เข้าอบรมเกี่ยวกับความรู้ที่จำเป็นในการปฏิบัติงานตามความสำคัญ 3 ลำดับ คือ ความรู้เกี่ยวกับบริษัท และสินค้าของบริษัท ความรู้เรื่องการตลาด และการจัดซื้อโต้แย้งของลูกค้า ส่วนหัวข้อวิชาที่ควรจัดเพิ่มในหลักสูตร คือ เทคนิคการจัดคู่แข่งขัน การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และตอบข้อโต้แย้ง และศิลปะการจูงใจ และการชนะใจลูกค้า สำหรับด้านการจัดกิจกรรมควรจัดอบรมอย่างต่อเนื่อง ใช้กลุ่มสัมพันธ์ นำวิทยากรที่เกี่ยวข้องกับการผลิตมาบรรยาย และตอบปัญหาเกี่ยวกับสินค้า และหมุนเวียนวิทยากรผู้ที่มีความรู้ และมีประสบการณ์ในการขายทั้งภายในและภายนอกหน่วยงานมาให้ความรู้

พิมพา หิรัญกิตติ (2545) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารการตลาดขายตรงแบบหลายชั้นของนักธุรกิจอิสระของบริษัทแอมเวย์ ผลจากการวิจัย พบว่า ส่วนใหญ่นักธุรกิจอิสระของบริษัท แอมเวย์ ส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิง และอยู่ในชนชั้นปานกลาง ส่วนเหตุผลของนักธุรกิจอิสระที่มีต่อการทำธุรกิจกับบริษัทแอมเวย์ คือ ความพอใจในสินค้า รองลงมา คือ มีธุรกิจเป็นของตนเอง และมีความประทับใจในบริษัท นักธุรกิจอิสระส่วนใหญ่ จะออกไปพบกับลูกค้าทุกสัปดาห์ ๆ และ 10 คน โดยมีจำนวนนักธุรกิจอิสระในกลุ่มองค์กรเฉลี่ย 84 คน และนักธุรกิจอิสระที่มี เพศ อายุ ที่แตกต่างกัน มีการบริหารการตลาดแบบขายตรงหลายชั้นในด้านการหาลูกค้าใหม่ การขยายทีมงาน และการสร้างทีมงานที่ไม่แตกต่างกัน อาชีพที่แตกต่างกัน มีผลในด้านการหาลูกค้าใหม่ที่แตกต่างกัน รายได้ (รายได้ที่ทำควบคู่กับรายได้ของนักธุรกิจอิสระ) ที่แตกต่างกัน มีการบริหารการตลาดแบบขายตรงหลายชั้นในด้านการหาลูกค้าใหม่ โดยเริ่มจากญาติพี่น้อง จากสโมสรนักเรียนเก่า และจากสมาคมการค้า การขยายทีมงาน และการสร้างทีมงานที่แตกต่างกัน ระยะเวลาการทำธุรกิจ ลักษณะการดำเนินธุรกิจ และยอดจำหน่ายส่วนตัว ที่แตกต่างกัน มีการบริหารการตลาดแบบขายตรงหลายชั้นในด้านต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน ส่วนผลตอบแทนในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน มีการบริหารการตลาดแบบขายตรงหลายชั้นในด้านต่าง ๆ ที่ไม่แตกต่างกัน และสิ่งที่ได้เรียนรู้จากการทำธุรกิจนี้ ส่วนใหญ่พบว่า สร้างความเชื่อมั่นให้กับตนเอง โดยทำงานอย่างมีเป้าหมาย และมีรายได้เพิ่มขึ้น และสิ่งที่ช่วยให้ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่ ด้านประสบการณ์ในการค้นหาลูกค้า คือการออกไปพบลูกค้า สาธิตสินค้าอย่างต่อเนื่อง และชักชวนเข้าอบรมที่ศูนย์ ด้านการสร้างทีมงาน คือ การสร้างสายสัมพันธ์การทำงาน และการทำงานเป็นทีม ส่วนความคิดเห็นส่วนใหญ่ ไม่ต้องการให้บริษัทแอมเวย์ปรับปรุงด้านใด ๆ เพราะมีการใช้แผนการตลาดที่ดีอยู่แล้ว และนักธุรกิจอิสระเองก็มีความเชื่อมั่นในบริษัท และเห็นว่า การดำเนินธุรกิจมีความยุติธรรมแล้ว

นอกจากเรื่องบริหารคลังสินค้า เพื่อไม่ให้สินค้าขาดตลาด

สิริลักษณ์ พงศ์นาวัน (2544: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาและพัฒนาบุคลากรของพนักงานขายของบริษัท ซีอาร์ซี ครีเอชั่น จำกัด (มหาชน) เพื่อศึกษาบุคลิกภาพของพนักงานขาย และเพื่อเปรียบเทียบบุคลิกภาพของพนักงานขาย ก่อนและหลังเข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย จำนวน 139 คน พบว่า บุคลิกภาพของพนักงานขายที่ประเมินโดยหัวหน้าแผนก และพนักงานขายประเมินตนเองด้านรูปร่างหน้าตา ด้านการแต่งกาย ด้านกิริยาท่าทาง ด้านการใช้ถ้อยคำในการบริการ ด้านการแสดงความสนใจเอาใจใส่ และด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า อยู่ในเกณฑ์ดี โดยค่าเฉลี่ยของบุคลิกภาพรายด้าน มีค่าอยู่ระหว่าง 3.50 – 4.07 ยกเว้น บุคลิกภาพด้านความมั่นใจในการให้บริการลูกค้า อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง คือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.24 – 3.42 และ พนักงานขายที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพมีบุคลิกภาพดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ชำนาญ ทองทิพย์ (2542: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาผลการฝึกอบรมหลักสูตรศิลปะการขายที่มีต่อความรู้ที่จำเป็นในการขาย และพฤติกรรมในการทำงานของพนักงานขาย บริษัท รongเท้าบาจาแห่งประเทศไทย จำกัด (มหาชน) และเพื่อศึกษาเปรียบเทียบผลการฝึกอบรมที่มีต่อความรู้ที่จำเป็นในการขาย และพฤติกรรมในการทำงานของพนักงานขายที่ได้รับการฝึกอบรม และพนักงานขายที่ไม่ได้รับการฝึกอบรมที่มีข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกัน พบว่า พนักงานขายที่ได้รับการฝึกอบรม และไม่ได้รับการฝึกอบรม มีความรู้ที่จำเป็นในการขาย หลังการฝึกอบรม และระยะติดตามผล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และ .01 ตามลำดับ โดยที่พนักงานขายที่ได้รับการฝึกอบรม และไม่ได้รับการฝึกอบรม มีพฤติกรรมในการทำงานไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และพนักงานขายที่ได้รับการฝึกอบรม และพนักงานขายที่ไม่ได้รับการฝึกอบรม ที่มีข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกันไม่มีอิทธิพลต่อความรู้ที่จำเป็นในการขาย ทั้งหลังการฝึกอบรม และระยะติดตามผล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่เมื่ออธิบายร่วมกับตัวแปรส่วนบุคคลเฉพาะด้านประวัติการฝึกอบรม พบว่า มีอิทธิพลต่อความรู้ที่จำเป็นในการขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

นพศักดิ์ จิตสกุลชัยเดช (2541) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การตลาดขายตรงแบบหลายชั้นของธุรกิจ เครื่องสำอางในประเทศไทย โดยได้นำกรณีศึกษาตัวอย่างจาก บริษัท แอมเวย์ ประเทศไทย จำกัด และบริษัท นูสกิน เพอร์ซันแนลแคร์ (ประเทศไทย) จำกัด ผลการศึกษา พบว่า จุดแข็งที่ทำให้ธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น สามารถเป็นที่นิยมมากขึ้นในปัจจุบัน เนื่องมาจากความสามารถในการบริหารของผู้บริหารที่มีประสบการณ์สูง ทั้งในด้านการดำเนินงาน และการวางแผนการตลาด รวมทั้งผลตอบแทนที่ตัวแทนได้รับ สามารถสร้างแรงจูงใจในการพยายามขายสินค้า แต่จุดอ่อน คือ การขาดความเชื่อถือจากลูกค้าอย่างเต็มที่ และตัวแทนจำหน่ายสินค้ามีอยู่มากมายจนไม่สามารถควบคุมได้อย่างทั่วถึง แต่ธุรกิจนี้ก็ยังมีโอกาสเติบโตในอนาคตได้อีกมาก เนื่องจากผลิตภัณฑ์เสริมความงามเป็นความต้องการของมนุษย์ทุกคน และคนไทยก็ยอมรับพฤติกรรมการซื้อขายแบบตัวต่อตัวมากขึ้น แต่อุปสรรคที่สำคัญบางประการของธุรกิจนี้ คือ คู่แข่งขัน ค่อนข้างจะมีความ

แข็งแกร่งมากในตลาดขายตรงแบบหลายชั้น ดังนั้น การจะเข้าไปแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด จึงทำได้ค่อนข้างลำบาก

เบญจมาศ ยิ่งยวด (2541) ได้ศึกษาเรื่อง บทบาทของการฝึกอบรมต่อธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น โดยมีจุดมุ่งหมายในการวิจัย เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่มีต่อการเข้าร่วมทีมงานตัวแทนจำหน่าย ลักษณะการทำงาน และผลตอบแทนที่ได้รับ เพื่อใช้ในการวางแผน และปรับปรุงทีมงาน และบริหารทีมงานให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งใช้กลุ่มตัวอย่างจากบริษัท แอมเวย์ ประเทศไทย จำกัด บริษัท ทุนทรี-เมติคส์ อินเตอร์เนชั่นแนล (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท สุพรีเดอร์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ผลจากการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของทีมงานตัวแทนจำหน่ายที่ให้ความสำคัญมากที่สุด คือ การฝึกอบรม เพื่อมาใช้ในการบริหาร และแรงจูงใจในการทำงานของตัวแทน คือ การที่มีตัวสินค้าเป็นที่น่าเชื่อถือ ส่วนใหญ่ตัวแทนจะทำงานในลักษณะของอาชีพเสริม เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับตนเอง และครอบครัว เพราะมีอิสระทางด้านความคิด และเวลา และปัญหาที่สำคัญ คือ การที่มีจำนวนคู่แข่งมาก และตัวแทนส่วนใหญ่ขาดเป้าหมาย และความตั้งใจในการทำงาน

วรกัญญา สันติธรรม (2539: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาผลของฝึกอบรมที่มีต่อความรู้ที่จำเป็นในการขาย ขวัญในการปฏิบัติงานและอัตราการลาออกจากงาน เพื่อ 1) ศึกษาเปรียบเทียบความรู้ที่จำเป็นในการขาย ขวัญในการปฏิบัติงาน และอัตราการลาออกจากงาน ระหว่างพนักงานขายที่ได้รับการฝึกอบรมกับพนักงานขายที่ไม่ได้รับการฝึกอบรม 2) ศึกษาเปรียบเทียบความรู้ที่จำเป็นในการขาย ขวัญในการปฏิบัติงาน ก่อนการฝึกอบรม และหลังการฝึกอบรม และเปรียบเทียบอัตราการลาออกจากงาน หลังการฝึกอบรมของพนักงานขายที่มีข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกัน พบว่า พนักงานขายที่ได้รับการฝึกอบรม มีความแตกต่างพนักงานขายที่ไม่ได้รับการฝึกอบรม ดังนี้

1. ความรู้ที่จำเป็นในการขายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
2. ไม่พบว่า ขวัญในการปฏิบัติงาน และอัตราการลาออกจากงานแตกต่างกัน

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3. เปรียบเทียบก่อนการฝึกอบรม ไม่พบว่าพนักงานขายที่มีลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีความรู้ที่จำเป็นในการขายแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีเพียงพนักงานขายที่มีระดับการศึกษา และระยะทางจากที่พักถึงที่ทำงานแตกต่างกันเท่านั้น ที่มีขวัญในการปฏิบัติงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. หลังจากฝึกอบรมผ่านไป 3 เดือน พบว่า พนักงานขายที่มีอายุแตกต่างกัน เท่านั้น ที่มีความรู้ที่จำเป็นในการขายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และพนักงานขายที่มีระยะทางจากที่พักถึงที่ทำงานแตกต่างกันเท่านั้นที่มีขวัญในการปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. เปรียบเทียบหลังจากการฝึกอบรมผ่านไป 3 เดือน ไม่พบว่าพนักงานขายที่มีลักษณะข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกัน ที่ได้รับการฝึกอบรม และไม่ได้รับการฝึกอบรม มีอัตราการลาออกจากงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3.3 ทฤษฎีและเทคนิคต่าง ๆ ในการให้คำปรึกษา

3.3.1 ทฤษฎีการให้คำปรึกษาแบบวิเคราะห์สัมพันธ์ภาพ

3.3.1.1 ความเป็นมา

อีริค เลนเนาร์ด เบิร์น (Eric Lennard Berne) จิตแพทย์ชาวแคนาดาได้ศึกษาเรื่องราวต่าง ๆ ทั้งทางจิตเวช และจิตวิทยา โดยเฉพาะอย่างยิ่งจิตวิทยาว่าด้วยสัมพันธ์ภาพระหว่างบุคคล (The Psychology of Human Relationship) ตลอดทั้งวิธีการบำบัดรักษาเป็นกลุ่ม (Group Therapy) ที่เน้นการวิเคราะห์ติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์. 2545 : 60)

เบิร์น ได้ก่อตั้ง และพัฒนาทฤษฎีการให้คำปรึกษาแบบวิเคราะห์การติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Transactional Analysis) (วัชร ทรัพย์มี. 2533: 123) โดยมีแนวคิดเบื้องต้นว่า มนุษย์เป็นบุคคลที่มีค่า บุคลิกภาพและชีวิตส่วนตัว สามารถปรับปรุงได้ด้วยการเปิดเผยตนที่แท้จริงออกมา หรือค้นให้พบถึงความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy) บุคคลที่มีความเป็นตัวของตัวเอง จะแสดงพฤติกรรมออกมาอย่างธรรมชาติ มีเหตุผล น่าเชื่อถือ และเป็นที่น่าไว้วางใจได้ โดยพิจารณาถึงบุคคลอื่นที่จะต้องเข้ามาเกี่ยวข้องกับตัว (พงษ์พันธ์ พงษ์โสภา. 2525: 133)

3.3.1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับธรรมชาติมนุษย์ของทฤษฎีการให้คำปรึกษาแบบวิเคราะห์สัมพันธ์ภาพ

เบิร์น (Corey. 1991: 266, 447 ; อ้างอิงจาก Berne. 1964) ผู้วางรากฐานทฤษฎีการให้คำปรึกษาแบบวิเคราะห์สัมพันธ์ภาพ กล่าวถึง ธรรมชาติมนุษย์ไว้ดังนี้

1. มนุษย์มีคุณค่า มีหน้าที่รับผิดชอบต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจของตนเอง และแม้ว่าเขาจะได้รับอิทธิพลจากการอบรมเลี้ยงดู และประสบการณ์จากเขารว้ย แต่หากไม่ยอมตกเป็นทาสของอดีต เขาก็จะมีความเป็นตัวของตัวเอง สามารถตัดสินใจเลือกวิถีชีวิตที่เหมาะสมกับตัวเองได้
2. มนุษย์สามารถที่จะเข้าใจการตัดสินใจ และการกระทำในอดีตของตนเองได้ สามารถตัดสินใจใหม่ เลือกแนวทางใหม่ สามารถเปลี่ยนแปลงแบบแผนนิสัยของตนเอง สามารถตั้งเป้าหมาย และมีพฤติกรรมได้
3. มนุษย์มีความสามารถที่จะกำหนดชะตาชีวิตของตนเองได้ มีความสามารถที่จะเลือกทางชีวิต แบบแผนพฤติกรรมและนิสัยของตนเอง สามารถเลือกหรือปรับเปลี่ยนเป้าหมายและพฤติกรรมของตนเอง ตลอดทั้งสามารถตัดสินใจใหม่ พร้อมทั้งจะเลือกกำหนดวิถีชีวิตใหม่ที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อการดำรงอยู่ในแต่ละช่วงชีวิต

แม้ว่ามนุษย์มีศักยภาพที่จะเลือกสิ่งที่ตนปรารถนา แต่สิ่งที่ได้ตกลงใจเลือกแล้ว ก็ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ ตัดสินใจใหม่ได้ แต่การตัดสินใจใหม่นี้อาจได้รับอิทธิพลจากการคาดหวัง

และการเรียกร้องจากบุคคลอื่นที่มีความสำคัญต่อชีวิตของเขา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงวัยเด็ก ซึ่งจะส่งผลต่อบุคลิกภาพของบุคคลนั้นในวัยต่อมาทำให้เขาขาดความเชื่อมั่นในตนเอง เกิดความท้อถอย ต้องพึ่งพาคนอื่น อย่างไรก็ตามทฤษฎีการให้คำปรึกษาแบบวิเคราะห์สัมพันธ์ภาพ เชื่อว่ามนุษย์เป็นบุคคลที่มีคุณค่า และเชื่อว่าบุคลิกภาพและชีวิตส่วนตัวของแต่ละบุคคลสามารถปรับปรุงได้ เพื่อช่วยให้บุคคลนั้นสามารถค้นพบความเป็นตัวของตัวเอง และเกิดการตระหนักรู้ ตลอดทั้งมีสภาวะตัวตนที่เหมาะสมและสามารถขจัดปัญหาในการติดต่อสัมพันธ์กับบุคคลอื่น

3.3.1.3 เป้าหมายของทฤษฎีการให้คำปรึกษาแบบวิเคราะห์สัมพันธ์ภาพ

ทฤษฎีการให้คำปรึกษาแบบวิเคราะห์สัมพันธ์ภาพเชื่อว่า ผู้รับบริการเป็นผู้ที่มีคุณค่า และเชื่อว่าบุคลิกภาพและชีวิตส่วนตัวของผู้รับบริการสามารถปรับปรุงได้ ดังนั้น เป้าหมายสูงสุดของการให้คำปรึกษาแบบวิเคราะห์สัมพันธ์ภาพคือ เพื่อช่วยให้ผู้รับบริการสามารถค้นพบความเป็นตัวของตัวเอง และมีอิสระจากการควบคุมของประสบการณ์ที่ได้รับแต่เยาว์วัย สำหรับผู้ที่มีความเป็นตัวของตัวเองอย่างแท้จริงนั้นจะต้องมีลักษณะดังนี้ (Corey. 1991: 273, 450)

1. ตระหนักรู้และเข้าใจตนเอง และสิ่งแวดล้อมตรงตามความเป็นจริง และพร้อมที่จะเผชิญกับสิ่งที่เกิดขึ้นในชีวิต

2. มีความเป็นธรรมชาติ สามารถแสดงความรู้สึกได้อย่างแท้จริง มีความยืดหยุ่น ยอมรับความจริง และมีความรับผิดชอบ

3. มีความใกล้ชิดสนิทสนม สามารถให้และรับความรักจากผู้อื่น สามารถติดต่อสัมพันธ์ภาพกับผู้อื่นได้อย่างอย่างสนิทสนมและมีความจริงใจ

ส่วนเป้าหมายเฉพาะของการให้คำปรึกษาแบบวิเคราะห์สัมพันธ์ภาพคือ เพื่อช่วยให้ผู้รับบริการสามารถขจัดความยุ่งยากสับสนในชีวิต ให้มีชีวิตอย่างราบรื่นได้ โดย

1. ช่วยให้ผู้บริการหลุดพ้นจากการมีบุคลิกภาพที่ไม่เหมาะสม ซึ่งเกิดจากการถูกแทรกแซงจากสภาวะความเป็นผู้ใหญ่ หรือสภาวะความเป็นพ่อแม่ หรือสภาวะความเป็นเด็ก หรือเกิดจากความเลอะเลือนของสภาวะความเป็นผู้ใหญ่

2. ช่วยให้ผู้บริการหลุดพ้นจากการมีบุคลิกภาพไม่เหมาะสม ซึ่งเกิดจากการปิดกั้นสภาวะบุคลิกภาพแต่ละสภาวะ โดยสามารถเปลี่ยนจากสภาวะตัวตน (Ego State) หนึ่งไปสู่อีกสภาวะตัวตนหนึ่งได้อย่างเหมาะสม

3. ช่วยให้ผู้บริการหลุดพ้นจากทรรณะชีวิตหรือตำแหน่งชีวิต (Life Position) ที่ไม่เหมาะสม มาสู่ทรรณะหรือตำแหน่งชีวิตแบบ “ฉันก็ดี – เธอก็ดี” (I am OK – You are OK)

4. ช่วยให้ผู้บริการมีความเป็นตัวของตัวเอง รู้จักคิดอย่างมีเหตุผล และเข้าใจตัวเองตรงตามความเป็นจริง

5. ปรับโครงสร้างบุคลิกภาพของผู้รับบริการ เพื่อให้หลุดพ้นจากปัญหาต่างๆ ในชีวิต

3.3.1.4 แนวปฏิบัติการให้คำปรึกษาของทฤษฎีการให้คำปรึกษาแบบ

วิเคราะห์สัมพันธภาพ

ประกอบด้วย ขั้นตอนและเทคนิคในการให้คำปรึกษา (Corey. 1991: 275 – 281; Gilliland; James; & Bowman. 1994: 191 – 201) ดังนี้

1. ขั้นตอนของการให้คำปรึกษาแบบวิเคราะห์สัมพันธภาพ ในขั้นเริ่มต้นการให้คำปรึกษาผู้ให้คำปรึกษาจะสร้างสัมพันธภาพกับผู้รับบริการปรึกษา ศึกษารายละเอียดต่างๆ ของประเด็นปัญหาของผู้รับบริการ แล้วจึงดำเนินการให้คำปรึกษาตามขั้นตอนต่อไปนี้

1.1 การวิเคราะห์โครงสร้างบุคลิกภาพ (Structural Analysis) โครงสร้างของบุคลิกภาพประกอบด้วย 3 ส่วน คือ สภาวะความเป็นพ่อแม่ สภาวะความเป็นผู้ใหญ่ และสภาวะความเป็นเด็ก ทั้ง 3 สภาวะนี้ต่างลักษณะแตกต่างกัน การวิเคราะห์โครงสร้างบุคลิกภาพนี้จะทำให้ผู้รับบริการได้เข้าใจสภาวะตัวตนต่างๆ ของเขา ได้เข้าใจลักษณะพฤติกรรมที่ตนแสดงออกตลอดทั้งลักษณะบุคลิกภาพของบุคคลนั้น หากผู้รับบริการยึดมั่นเกินไปในสภาวะตัวตนใดสภาวะตัวตนหนึ่ง หรือถูกแทรกแซงจากสภาวะตัวตนอื่นๆ และหากสามารถแก้ไขและปรับโครงสร้างของบุคลิกภาพได้แล้ว ก็จะช่วยให้ผู้รับบริการสามารถใช้สภาวะตัวตนของตนได้สอดคล้องกับความเป็นจริง อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2 การวิเคราะห์การสื่อสารสัมพันธ์ระหว่างบุคคล หรือการวิเคราะห์รูปแบบของสัมพันธภาพ (Transactional Analysis) รูปแบบสัมพันธภาพแบ่งเป็น 3 รูปแบบ คือ สัมพันธภาพ แบบถ้อยที่ถ้อยอาศัยหรือสอดคล้องกัน (Complementary Transaction) สัมพันธภาพแบบขัดแย้งกัน (Crossed Transaction) และสัมพันธภาพแบบเคลือบแฝงหรือซ่อนเร้นความรู้สึกที่แท้จริง (Ulterior Transaction) ซึ่งเป็นหน้าที่ของผู้ให้คำปรึกษาที่จะช่วยให้ผู้รับบริการได้รู้จักรูปแบบของสัมพันธภาพ และข้อดีข้อเสียของแต่ละรูปแบบที่เกี่ยวข้องกับสัมพันธภาพระหว่างบุคคล

1.3 การวิเคราะห์เกม (Game Analysis) เกมเป็นรูปแบบของการติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เป็นการติดต่อสัมพันธ์แบบผิวและเป็นกิจกรรมทางสังคม ที่ให้โอกาสผู้คนที่ได้พบปะสังสรรค์ได้ความสนุกสนาน หรือเพื่อฆ่าเวลา แต่เกมทางจิตวิทยา (Psychological Game) จากการเล่นเกม ซึ่งสิ่งตอบแทนจากการเล่นเกมไม่จำเป็นต้องเป็นวัตถุสิ่งของ แต่อาจจะเป็นความรู้ทางบวกหรือทางลบก็ได้ ส่วนมากแล้ว การเล่นเกมทางจิตวิทยานั้น เป็นวิธีการที่บุคคลพยายามคาดหวังผลประโยชน์จากบุคคลอื่นหรือจากผู้ที่เขามาร่วมเล่นเกมด้วย เช่น เพื่อให้ได้รับการใส่ใจที่ตนพอใจ แต่ผลลัพธ์ของการเล่นเกมทางจิตวิทยา มักจะจบลงด้วยความโกรธ ความเคียดแค้น ความเศร้า ความกลัว หรืออาจจบลงด้วยการฆ่าตัวตาย

1.4 การวิเคราะห์ทัศนนะชีวิต (Life Position) หรือตำแหน่งชีวิต ทัศนนะชีวิต หมายถึง เจตคติที่บุคคลที่มีตนเองหรือบุคคลอื่นทั้งแง่บวกและแง่ลบ บุคคลใดมีทัศนนะชีวิตอย่างไร จะมีพื้นฐานมาจากผลของการเข้าใจตนเอง ความรู้สึกที่มีต่อตนเองและบุคคลอื่น และสภาพแวดล้อมตั้งแต่ยังเด็กของบุคคลนั้น ทัศนนะชีวิตแบ่งเป็น 4 รูปแบบ คือ

ฉันก็ดี – เธอก็ดี (I'm OK – You're OK)

ฉันนั้นดี – เธอชั่วย (I'm OK – You're not OK)

ฉันชั่วย – เธอ นั้นดี (I'm not OK – You're OK)

ฉันชั่วย – เธอก็ชั่วย (I'm not OK – You're not OK)

ในการให้บริการปรึกษา ผู้ให้คำปรึกษาปรารถนาให้ผู้รับบริการมีทัศนคติแบบ ฉันก็ดี – เธอก็ดี โดยคาดหวังให้ผู้รับบริการยอมรับและเข้าใจตนเองตามความเป็นจริง เห็นคุณค่าในตนเองและผู้อื่น เมื่อประสบปัญหา ก็พยายามหาทางแก้ไขปัญหานั้นๆ

1.5 การใส่ใจ (Stroke) เป็นการกระทำหรือการแสดงออกของบุคคลหนึ่งที่มีต่อบุคคลหนึ่ง หากมีการแสดงออกด้วยความจริงใจยอมรับกันอย่างไม่มีเงื่อนไข มีความเอื้ออาทรต่อกัน ก็จะทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน การแสดงออกดังกล่าวเป็นการใส่ใจทางบวก ส่วนการใส่ใจทางลบนั้นจะทำให้ผู้รับเกิดความไม่สบายใจ แต่กระนั้นก็ตามการได้รับการใส่ใจทางลบ ก็ยังดีกว่าไม่ได้รับการใส่ใจใดๆ ทั้งสิ้น

จากขั้นตอนต่างๆ ของการให้คำปรึกษารวมทั้งขั้นตอนการให้คำปรึกษาจะช่วยให้ผู้รับบริการตระหนักรู้และเข้าใจตนเองและสิ่งแวดล้อมตามความเป็นจริง สามารถแสดงความรู้สึกได้อย่างแท้จริง ยอมรับความจริง มีความยืดหยุ่น มีความรับผิดชอบ มีความใกล้ชิดสนิทสนม สามารถติดต่อสัมพันธ์กับผู้อื่นได้อย่างสนิทสนมยิ่งขึ้น และสามารถช่วยขจัดความยุ่งยาก สับสนในชีวิต สามารถให้และรับความรักจากผู้อื่นได้ และมีชีวิตที่ราบรื่นได้

2. เทคนิคในการให้คำปรึกษาแบบวิเคราะห์สัมพันธภาพ ได้แก่

2.1 การซักถาม (Interrogation) โดยผู้ให้คำปรึกษาจะซักถามเฉพาะข้อมูลที่สำคัญๆ เพราะการซักถามเป็นเทคนิคที่มีลักษณะเชิงบังคับกับผู้รับบริการให้ตอบ จึงควรต้องระมัดระวัง

2.2 การระบุบ่งชี้ (Specification) ถึงสิ่งที่ฝังอยู่ในจิตใจของผู้รับบริการ โดยผู้รับบริการจะสื่อข้อความหรือสะท้อนความรู้สึกเกี่ยวกับสิ่งที่ผู้รับบริการพูดหรือแสดงออก เพื่อให้ผู้รับบริการสามารถเข้าใจเรื่องราวของตนเองได้ถูกต้องยิ่งขึ้น

2.3 การเผชิญ (Confrontation) หรือการยืนยันความไม่สอดคล้องของพฤติกรรม การแสดงออก หรือความรู้สึกของผู้รับบริการ

2.4 การอธิบาย (Explanation) โดยผู้ให้คำปรึกษาจะต้องสื่อสารโดยใช้ถ้อยคำที่ชัดเจน ไม่คลุมเครือ เพื่อให้ผู้รับบริการเข้าใจพฤติกรรมของตนเองได้ถูกต้อง ชัดเจนขึ้น

2.5 การยกตัวอย่างประกอบการอธิบาย (Illustration) โดยการยกตัวอย่างอุทาหรณ์หรือเกร็ดเล็กๆ น้อยๆ มีแง่มุมที่เด่นชัด และเป็นไปในเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้ผู้รับบริการเข้าใจรายละเอียดของเรื่องราวของตนเองและเรื่องราวที่เกี่ยวข้อง

2.6 การยืนยัน (Confirmation) เรื่องราว ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้รับบริการ เพื่อการแก้ไขพฤติกรรมที่เป็นปัญหาหรือเพื่อการเสริมแรงให้แก่ผู้รับบริการ

2.7 การตีความ (Interpretation) จะช่วยให้ผู้รับบริการเข้าใจเหตุผลหรืออิทธิพลที่อยู่เบื้องหลังของพฤติกรรมหรือการแสดงพฤติกรรมของผู้รับบริการ

2.8 การก่อรูปเพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรม (Crystallization) จะเกิดขึ้นเมื่อผู้รับบริการสามารถใช้สภาวะของความเป็นผู้ใหญ่ได้สอดคล้องกับสภาพที่เป็นจริง โดยผู้รับบริการเล่นเกมหรือใช้เกมต่างๆ เพื่อที่จะได้รับความใส่ใจ

ผลของการใช้เทคนิคต่างๆ จะช่วยให้ผู้รับบริการเข้าใจบุคลิกภาพ ความเป็นตัวของตัวเอง และการดำเนินชีวิตได้ดียิ่งขึ้น

3.3.2 ทฤษฎีการให้คำปรึกษาแบบเผชิญความจริง

3.3.2.1 ความเป็นมา

วิลเลียม กลาสเซอร์ (William Glasser) จิตแพทย์ชาวอเมริกันเป็นผู้เริ่มวิธีการให้การปรึกษาแบบเผชิญความจริง (Reality Approach To Counseling) เกิดเมื่อ ค.ศ. 1925 ที่เมืองคลีฟแลนด์ (Cleveland) รัฐโอไฮโอ (Ohio) จบปริญญาตรีทางวิศวกรรมเคมี ปริญญาโททางจิตคลินิก นอกจากนี้เขายังได้เรียนในสาขาแพทยศาสตร์ สำเร็จการศึกษาแพทยศาสตรบัณฑิต ปี ค.ศ. 1957 กลาสเซอร์ ได้รับตำแหน่งหัวหน้าจิตแพทย์ประจำสถาบันยิวอาชญากรในรัฐแคลิฟอร์เนีย กลาสเซอร์ ได้พัฒนาวิธีการของเขาโดยเน้นการฝึกให้เด็กมีความรับผิดชอบให้วางโครงการที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของตนเอง และสัญญาว่าจะดำเนินการตามโครงการนั้น เขาจะไม่ยอมรับข้อแก้ตัวใดๆ ทั้งสิ้นของเด็กถ้าไม่ปฏิบัติตามสัญญา แต่พยายามหลีกเลี่ยงการลงโทษเด็กผลปรากฏว่าวิธีการนี้ได้ผลดี

กลาสเซอร์ ได้เสนอแนวทางของทฤษฎีไว้ในหนังสือที่เขาเขียนขึ้น 2 เล่ม คือ "สุขภาพจิตหรือความเจ็บป่วยของจิต" (Mental Health or Mental Illness) ในปีค.ศ. 1961 และ "การบำบัดด้วยความจริง" (Reality Therapy ; A New Approach to Psychiatry) ปีค.ศ. 1965 ซึ่งหนังสือเล่มนี้เองที่ทำให้ทฤษฎีของเขาเป็นที่ยอมรับ

3.3.2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับธรรมชาติมนุษย์ของทฤษฎีการให้คำปรึกษาแบบเผชิญความจริง

กลาสเซอร์ (Corey. 1996: 260 – 261; อ้างอิงจาก Glasser. 1992) ได้ให้ทฤษฎีเกี่ยวกับธรรมชาติมนุษย์ ดังนี้

1. มนุษย์ต้องการจะมีเอกลักษณ์แห่งความสำเร็จ ต้องการแสดงพฤติกรรมที่มีความรับผิดชอบและมีความสัมพันธ์ที่มีความหมายกับผู้อื่น

2. ความต้องการมีเอกลักษณ์ เป็นความต้องการของบุคคลที่จะรับรู้ตัวตนเรานั้นมีความแตกต่างจากบุคคลอื่น ความมีเอกลักษณ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

2.1 เอกลักษณ์แห่งความสำเร็จ เป็นลักษณะที่บุคคลกำหนดหรือมองเห็นว่า ตนมีความสามารถที่จะตอบสนองความต้องการของตนเอง มีคุณค่า และมีความสำคัญ

ต่อตนเองและผู้อื่น มีพลังในการจัดการสภาพแวดล้อม มีความรับผิดชอบ เชื่อมั่นในการดำเนินชีวิตของตนเอง และมีสัมพันธภาพที่ดีกับบุคคลที่เกี่ยวข้อง

2.2 เอกลักษณ์แห่งความล้มเหลว เป็นลักษณะที่บุคคลรู้สึกว่าคุณเองไร้ความสามารถไม่มีพลังที่จะทำสิ่งต่างๆ ได้อย่างประสบความสำเร็จ ไม่มีคุณค่า ไม่มีความหวังในการดำเนินชีวิตที่ดีกว่า ปลดปล่อยสภาพแวดล้อมหรือบุคคลอื่นมีอิทธิพลและควบคุมชีวิต

3. แรงจูงใจที่ทำให้บุคคลกระทำหรือมีพฤติกรรมต่างๆ นั้น ถูกผลักดันมาจากความต้องการเบื้องต้น 2 ประการของบุคคลนั่นเอง คือ

3.1 ความต้องการที่จะรักบุคคลอื่น และความต้องการที่จะได้รับความรักจาก บุคคลอื่นๆ

3.2 ความต้องการที่จะรู้สึกว่า ตนเองมีคุณค่าและความรู้สึกที่คนอื่นมองว่าตนมีคุณค่า

ความต้องการทั้ง 2 ประการนี้ มีความเกี่ยวข้องกัน บุคคลที่ได้รับการพอใจจากความต้องการอย่างหนึ่ง มักจะมีแนวโน้มที่จะได้รับความพอใจกับความต้องการอีกอย่างหนึ่ง การได้มาซึ่งความต้องการทั้ง 2 ประการนี้จะทำให้นักศึกษารู้สึกว่า ตนเองมีคุณค่าและพยายามรักษามาตรฐาน พฤติกรรมให้อยู่ในลักษณะที่เป็นที่พอใจ

ความแตกต่างในการตอบสนองความต้องการเหล่านี้ ประเมินได้จากความสัมพันธ์เกี่ยวข้องที่บุคคลมีต่อผู้อื่น เป็นสิ่งที่ทำให้บุคคลแต่ละคนพัฒนาความเป็นตัวของตัวเอง และกำหนดเอกลักษณ์ของตนเอง ซึ่งอาจจะเป็นเอกลักษณ์แห่งความสำเร็จ หรือเอกลักษณ์แห่งความล้มเหลว

3.3.2.3 เป้าหมายของทฤษฎีการให้คำปรึกษาแบบเผชิญความจริง

การให้คำปรึกษาแบบเผชิญความจริง เป็นการให้คำปรึกษาที่เน้นพฤติกรรมปัจจุบัน และความรับผิดชอบของผู้รับบริการ ให้ผู้รับบริการยอมรับพลังของตนเองที่จะปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของตนเอง วางโครงการที่จะปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของตนเอง และพร้อมที่จะปฏิบัติตามโครงการนั้น ๆ (Corey. 1996: 263 – 264; อ้างอิงจาก Glasser. 1989, 1992)

ดังนั้น เป้าหมายของการให้คำปรึกษาแบบเผชิญความจริง จึงมุ่งเน้นที่จะช่วยให้ผู้รับบริการ

1. มีความเป็นตัวของตัวเอง รู้จักและเข้าใจตนเอง มีความรับผิดชอบ (Responsibility) ที่จะตอบสนองความต้องการของตนเอง กล้าเผชิญความจริง พิจารณาสິงต่าง ๆ ตามที่เป็นจริง (Reality) สามารถประเมินพฤติกรรมหรือการกระทำใด ๆ ที่แสดงว่า ถูกต้องหรือไม่ถูกต้อง (Right of Wrong) โดยจะต้องรู้จักพิจารณาสິงถูก สິงผิด เพราะการประเมินพฤติกรรมจะเป็นแรงกระตุ้นให้ผู้รับบริการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมไปสู่แนวทางใหม่ที่ถูกต้อง

2. รับผิดชอบที่จะแก้ปัญหา และมีทักษะในการคิดแก้ปัญหา สนับสนุนให้วางโครงการอนาคตและมุ่งมั่นที่จะดำเนินการตามโครงการที่วางไว้

3. สามารถช่วยเหลือตัวเอง สามารถพิจารณาได้ว่า อะไรถูก อะไรผิด สิ่งใดควรกระทำ หรือพึงละเว้น

4. ค้นพบทางเลือกที่จะไปสู่เป้าหมายชีวิตด้วยตนเอง เพื่อสนองความต้องการของตนเองอย่างมีประสิทธิภาพ โดยไม่กระทบกระเทือนสิทธิของผู้อื่น

5. ตระหนักในคุณค่าของตนเอง โดยรู้จักวิธีสร้างสัมพันธภาพกับบุคคลอื่น รู้จักให้และรับความรักความผูกพันผู้อื่น เพื่อให้เกิดความรู้สึกว่าตนมีค่า

กล่าวโดยสรุป เมื่อเปรียบเทียบเป้าหมายของการให้คำปรึกษาแต่ละทฤษฎี จะเห็นว่า แต่ละทฤษฎีต่างต้องการให้ความช่วยเหลือผู้รับบริการและเข้าใจตนเองให้ดียิ่งขึ้น รับผิดชอบต่อชีวิตของตนเอง เรียนรู้ที่จะปรับเปลี่ยนความคิด ความรู้สึก ตลอดทั้งพฤติกรรมต่าง ๆ ที่เป็นอุปสรรคในการดำเนินชีวิตของตนเอง เรียนรู้ที่จะปรับเปลี่ยนความคิด ความรู้สึก ตลอดทั้งพฤติกรรมต่าง ๆ ที่เป็นอุปสรรคในการดำเนินชีวิตของตนเอง พร้อมทั้งจะขจัดความยุ่งยากสับสนในชีวิต ให้มีชีวิตที่ราบรื่น หลุดพ้นจากบ่วงปัญหาต่าง ๆ โดยใช้ สติ ปัญญา และกำลังใจของตนเอง

3.3.2.4 แนวปฏิบัติการให้คำปรึกษาแบบเผชิญความจริง ประกอบด้วย ขั้นตอนและเทคนิคในการให้คำปรึกษา ดังนี้

1. ขั้นตอนการให้คำปรึกษาแบบเผชิญความจริง ในขั้นแรกของการให้คำปรึกษา ผู้ให้คำปรึกษาจะให้ความสำคัญกับการสร้างสัมพันธภาพ ผู้ให้คำปรึกษาจะต้องสนใจ ใส่ใจให้การยอมรับบริการด้วยความอบอุ่น เปิดเผย และเต็มใจแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ตลอดทั้งสร้างความเชื่อถือให้ผู้รับบริการเห็น และแสดงความห่วงใยผู้รับบริการ หลังจากนั้นจึงดำเนินการตามขั้นตอนของการให้คำปรึกษาแบบเผชิญความจริง ดังนี้ (Glasser; & Wubbolding. 1995; อ้างอิงจาก Corey. 1996: 267 - 271)

1.1 สำรวจความต้องการ (Wants) ของผู้รับบริการ โดยการถามผู้รับบริการว่า "คุณต้องการอะไร" ผู้ให้คำปรึกษาจะตั้งคำถามเพื่อกระตุ้นให้ผู้รับบริการได้คิด ได้ไตร่ตรองถึงสิ่งที่เขาปรารถนาได้เปิดเผยโลกส่วนตัว ตลอดทั้งมีโอกาสได้รับรู้ สัมผัส และสำรวจทุก ๆ แง่มุมของชีวิต รวมทั้งสิ่งที่เขาต้องการจากครอบครัว เพื่อ งาน และสิ่งที่เขาคาดหวังในชีวิต

1.2 สำรวจทิศทางหรือแนวทางและการปฏิบัติ (Direction and Doing) ของผู้รับบริการเนื่องจาก การให้คำปรึกษาแบบเผชิญความจริง ให้ความสำคัญกับพฤติกรรมปัจจุบันของผู้รับบริการแม้ว่า แกสเซอร์ จะยืนยันว่า ความคับข้องใจในอดีตไม่ใช่สาระสำคัญแต่ประการใด และไม่มีวิถีทางใดที่จะขจัดความคับข้องใจนั้น ๆ ให้หมดสิ้นไปได้ แต่สิ่งที่จะต้องทำในขณะนี้ต่างหาก ที่จะช่วยให้ผู้รับบริการเลือกวิถีทาง หรือแนวทางที่จะตอบสนองความต้องการที่พึงพอใจของตนเองได้มากขึ้น

ดังนั้น ในช่วงแรกๆ ของการให้คำปรึกษา จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะสนทนาโต้ตอบกับผู้รับบริการให้ครอบคลุมแนวทางในการดำรงชีวิตของเขา ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ที่เขาไปหรือสิ่งที่เขาทำ การสำรวจนี้จะป็นขั้นเริ่มต้นที่จะนำไปสู่การประเมินในขั้นต่อไปว่า สิ่งต่างๆ

สามารถที่จะนำไปสู่ทิศทางที่พึงประสงค์หรือไม่ โดยผู้ให้คำปรึกษาจะเป็นกระจกสะท้อนให้กับผู้รับบริการ พร้อมทั้งถามผู้รับบริการว่า “ในตอนนี้คุณมองเห็นอะไรในตัวคุณเองบ้าง และคุณมองเห็นอะไรในตัวคุณในอนาคตบ้าง” คำถามนี้จะช่วยให้ผู้รับบริการได้สำรวจและสัมผัสกับชีวิตของตนเอง ทำให้เกิดความกระจำแจ้งขึ้น

การให้การปรึกษาแบบเผชิญความจริง จะให้ความสนใจที่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในภาพรวมในปัจจุบัน (Current Total Behavior) มิใช่เพียงเปลี่ยนแต่เจตคติและความรู้สึกเท่านั้น แม้ว่าในระหว่างการให้คำปรึกษาผู้รับบริการจะระบายความรู้สึกออกมา แต่ความรู้สึกนั้นจะบังเกิดผลหากเชื่อมโยงกับสิ่งที่ผู้รับบริการกำลังทำในขณะนั้น เช่น “เมื่อมีใครขบถตดหน้า ผู้ขับก็จะตกใจ แล้วก็จะเหยียบเบรคทันที” ดังนั้น เป้าหมายประการหนึ่งของการให้คำปรึกษาแบบเผชิญความจริงคือต้องการให้ผู้รับบริการได้ตระหนักรู้ในการกระทำของตนเองและพฤติกรรมในภาพรวมของตนเอง เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ตลอดทั้งเพื่อพัฒนาภาพพจน์ที่ดีของตนเองต่อไป

1.3 การประเมิน (Evaluation) โดยให้ผู้รับบริการประเมินพฤติกรรมของตนเองในปัจจุบันว่า สมหวังในสิ่งที่ต้องการหรือไม่ และพฤติกรรมนั้นจะนำไปสู่ทิศทางที่ผู้บริการต้องการหรือไม่

1.4 การวางแผน (Planning) และการทำสัญญาผูกมัด (Commitment) ที่จะปฏิบัติตามแผนเพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ในขั้นนี้เมื่อผู้รับบริการตัดสินใจแล้วว่า อะไรคือสิ่งที่เขาต้องการจะเปลี่ยนแปลง ขั้นต่อไปผู้ให้คำปรึกษา และผู้รับบริการจะวางแผนร่วมกันเพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเป้าหมาย แล้วผู้ให้คำปรึกษาจะให้ผู้รับบริการทำสัญญาผูกมัดตนเองในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ถ้าผู้รับบริการสามารถทำตามข้อตกลงหรือสัญญาได้ แสดงให้เห็นว่า เขามีความสามารถที่จะตอบสนองความต้องการของเขาเอง เห็นความสำคัญและคุณค่าของตนเอง มีความรับผิดชอบ และเชื่อมั่นในการกระทำของตนเอง ซึ่งบ่งบอกถึงการมีเอกลักษณ์แห่งความสำเร็จ

2. เทคนิคในการให้คำปรึกษาแบบเผชิญความจริง เทคนิคในการให้คำปรึกษาแบบเผชิญความจริง ได้แก่ (Corey. 1996: 469 ; อ้างอิงจาก Wubbolding. 1998 b)

2.1 การมีศิลปะในการตั้งคำถาม ทั้งนี้เพราะว่า การให้คำปรึกษาแบบเผชิญความจริงใช้การตั้งคำถามมากกว่าการให้คำปรึกษาแบบอื่น ๆ ทั้งนี้ เพื่อรวบรวมข้อมูลที่เป็นโลกส่วนตัวของผู้รับบริการ รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกระทำของผู้รับบริการ ตลอดทั้งแนวทางในการดำเนินชีวิตของผู้รับบริการ

2.2 เทคนิคในการวางแผนในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้รับบริการ

2.3 เทคนิคในการติดตามและประเมินผลพฤติกรรมของผู้รับบริการ

2.4 เทคนิคการใช้อารมณ์ขัน โดยใช้ถ้อยคำให้ถูกกาลเทศะ

จากการเปรียบเทียบแนวปฏิบัติการให้คำปรึกษาของแต่ละทฤษฎี สรุปได้ว่า ขั้นตอนที่สำคัญ ๆ ในการให้คำปรึกษาของแต่ละทฤษฎี ประกอบด้วย 3 ขั้นตอนคือ

ขั้นตอนแรก คือ เริ่มต้นการให้คำปรึกษา ในขั้นนี้ ผู้ให้คำปรึกษาของทุก ๆ ทฤษฎีการให้คำปรึกษา จะให้ความสำคัญกับการสร้างสัมพันธภาพกับผู้รับบริการ ผู้ให้คำปรึกษาจะต้องสนใจ ใส่ใจ ให้การยอมรับผู้รับบริการด้วยความอบอุ่น สร้างความเชื่อถือให้ผู้รับบริการเห็นและมีความเอื้ออาทรต่อผู้รับบริการ ตลอดทั้งในขั้นเริ่มต้นการให้คำปรึกษา ผู้ให้คำปรึกษาจะต้องชี้แจงวัตถุประสงค์ของการให้คำปรึกษา บทบาทหน้าที่ของผู้ให้คำปรึกษาและผู้รับบริการ และ จรรยาบรรณในการให้คำปรึกษาของผู้ให้คำปรึกษา ตลอดทั้ง ติดตามผลการให้คำปรึกษาตั้งแต่การพบครั้งที่ 2 เป็นต้นไป

ขั้นตอนที่ 2 คือ ขั้นตอนการให้คำปรึกษา ในขั้นนี้ ผู้ให้คำปรึกษา อาจจะมีขั้นตอนในการให้คำปรึกษาโดยกำหนดลำดับขั้นตอนย่อย ๆ ให้สอดคล้องกับขั้นตอนในการให้คำปรึกษาของแต่ละทฤษฎี และในขั้นตอนนี้ผู้ให้คำปรึกษา จะประยุกต์ใช้เทคนิคต่าง ๆ ในการให้คำปรึกษาให้สอดคล้องกับประเด็นปัญหาของผู้รับบริการ และให้สอดคล้องกับเทคนิคของการให้คำปรึกษาของทฤษฎีนั้น ๆ โดยแต่ละทฤษฎีต่างมีเทคนิคที่นำมาใช้แตกต่างกันไป

ขั้นตอนที่ 3 คือ ขั้นตอนการให้คำปรึกษา ในการให้คำปรึกษาแต่ละครั้ง ก่อนจะยุติการให้คำปรึกษาในครั้งนั้น ๆ ผู้ให้คำปรึกษาจะต้องเปิดโอกาสให้ผู้รับบริการสรุปผลของการให้คำปรึกษาและซักถามประเด็นปัญหาที่ผู้รับบริการยังสงสัยหรือค้างคาใจ ตลอดทั้งแนวทางที่ผู้รับบริการพร้อมที่จะนำไปปฏิบัติต่อไป นอกจากนี้ ผู้ให้คำปรึกษาควรจะสรุปผลของการให้คำปรึกษาในครั้งนั้น ๆ เพิ่มเติม พร้อมทั้งนัดหมาย วัน เวลา สถานที่ ในการให้คำปรึกษาในครั้งต่อไป

ส่วนเทคนิคในการให้คำปรึกษานั้น แต่ละทฤษฎีต่างมีจุดเน้นในการใช้เทคนิคแตกต่างกัน ซึ่งผู้ให้คำปรึกษาจะต้องมีประสบการณ์ในการใช้เทคนิคต่าง ๆ โดยการเรียนรู้ และฝึกปฏิบัติจากผู้ที่มีความสามารถในการใช้เทคนิคนั้น ๆ ก่อนจะนำไปใช้กับผู้รับบริการต่อไป

3.3.3 ทฤษฎีการให้คำปรึกษาแบบพิจารณาเหตุผล อารมณ์ และพฤติกรรม

3.3.3.1 ความเป็นมา

เอลลิส (Albert Ellis) นักจิตวิทยาคลินิกชาวอเมริกันเจ้าของทฤษฎีการให้คำปรึกษาแบบ RET เกิดเมื่อปี ค.ศ. 1913 ที่เมือง Pittsburgh มลรัฐ Pennsylvania ประเทศสหรัฐอเมริกา Ellis ได้ทำหน้าที่เป็นอาจารย์สอนในมหาวิทยาลัย Rutgers University และ New York University รวมทั้งยังทำหน้าที่ในด้านการบำบัดเกี่ยวกับปัญหาชีวิตสมรส ปัญหาครอบครัว และปัญหาเกี่ยวกับเพศสัมพันธ์ ที่หน่วยงานด้านสุขภาพจิตอีกหลายแห่ง

ในปี ค.ศ. 1955 Ellis ได้พัฒนาวิธีการให้คำปรึกษาแบบพิจารณาเหตุผล และอารมณ์ โดยนำแนวคิดของจิตวิทยากลุ่มมนุษยนิยม กลุ่มปรัชญานิยม และกลุ่มพฤติกรรมนิยมมาผสมผสานเข้าด้วยกัน Ellis เคยเป็นนักจิตวิทยาคลินิกซึ่งใช้วิธีการทางจิตวิเคราะห์ และมีความเชื่อว่าปัญหาด้านอารมณ์ ความรู้สึกหลายรูปแบบ เป็นผลอันเกิดมาจากรูปแบบของการคิดที่ไร้เหตุผล รูปแบบการคิดที่ไร้เหตุผลเหล่านี้อาจก่อตัวตั้งแต่เมื่อครั้งยังอยู่ในวัยเด็ก และได้รับการเสริมแรงจากผู้ที่มิชอบบทต่อชีวิต รวมทั้งจากวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมบุคคลที่มีปัญหาด้านอารมณ์ความรู้สึกจึง

มักจะสร้างระบบความคิด ความเชื่อ ซึ่งจะนำไปสู่การเฝ้าบอกตนเองอย่างไรเหตุผล และสิ่งนี้เองจะมีผลเกี่ยวโยงความรู้สึก และพฤติกรรมทำให้กลายเป็นคนที่ไร้เหตุผลต่อไป (พงษ์พันธ์ พงษ์โสภา. 2543: 73)

3.3.3.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับธรรมชาติมนุษย์ของทฤษฎีการให้คำปรึกษาแบบพิจารณาเหตุผล อารมณ์ และพฤติกรรม

คอเรย์ (Corey. 1996: 320 – 321) ได้ให้ทฤษฎีเกี่ยวกับธรรมชาติมนุษย์ดังนี้

1. มนุษย์เกิดมาพร้อมกับพลังความสามารถที่จะคิดอย่างสมเหตุสมผล (Rational) หรือคิดอย่างตรงไปตรงมา (Straight) มีความโน้มเอียงที่จะมีเหตุผล รักตนเอง และอยากพัฒนาตนเอง แต่บางขณะอาจเกิดการพ่ายแพ้ตนเอง หรือทอดย หลิกเลียงที่จะใช้ความคิดที่รอบคอบ เพราะคำนึงถึงแต่อารมณ์ ความรู้สึก และความพอใจของตนเอง จึงทำให้คิดไม่รอบคอบ คิดอย่างไรสมเหตุสมผล (Irrational) หรือคิดคดโกง (Crooked) อย่างไรก็ตามสิ่งที่มนุษย์ได้เก็บสะสมไว้ในอดีตหรือได้เรียนรู้มา ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง ความคิด คำพูด การติดต่อสื่อสารกับผู้อื่น ความสุข ความรักการพัฒนาตนเอง และการที่จะรู้จักและเข้าใจตนเอง ตลอดจนทั้งความเป็นตัวของตัวเอง ทำให้มนุษย์มีใจโน้มเอียงที่จะคิด รู้สึกไปตามประสบการณ์ที่สะสมไว้
 2. มนุษย์มีความโน้มเอียงที่คิดจะทำลายตัวเอง คิดหกลีง หน่วงเหนี่ยวตนเอง ผลัดวันประกันพรุ่ง ชักช้า รื้อร ทำสิ่งที่ผิดพลาดซ้ำแล้วซ้ำอีก คิดเชื่องมลาย ไม่มีความอดทน อดกลั้น ต้องการสมบูรณ์แบบ ดำเนินตนเอง และไม่เป็นตัวของตนเอง อย่างไรก็ตาม ตามความเป็นจริงมนุษย์ทุกคนมีโอกาสผิดพลาด ล้มเหลว ผู้ให้คำปรึกษาตามทฤษฎีการให้คำปรึกษาแบบพิจารณาเหตุผลและอารมณ์จึงมุ่งที่จะช่วยให้ทุก ๆ คนยอมรับว่า เราเป็นปุถุชนที่มีโอกาสทำผิดพลาดได้ตลอดเวลา แต่ในขณะเดียวกันก็สามารถเรียนรู้ที่จะอยู่ได้ด้วยตนเองอย่างสงบสุข สามารถที่จะพัฒนา เจริญเติบโต และมีความเป็นตัวของตัวเองได้
 3. เนื่องจากความคิดมีอิทธิพลมากต่ออารมณ์ พฤติกรรมหรือการกระทำของแต่ละบุคคล การที่บุคคลเกิดปัญหาทางอารมณ์ และมีพฤติกรรมที่เบี่ยงเบนไป มีสาเหตุมาจากบุคคลมีความเชื่อ หรือ ความคิดที่ไร้เหตุผล ซึ่งผู้ให้คำปรึกษาตามทฤษฎีการให้คำปรึกษาแบบพิจารณาเหตุผลและอารมณ์พยายามจะช่วยให้ผู้รับบริการได้ปรับปรุงชีวิตของตนเอง โดยใช้กระบวนการทางปัญญา
 4. มนุษย์มักวางเงื่อนไขให้ตนเองรู้สึกไม่สบายใจ หรือมีปัญหา โดยการพูดหรือบอกตนเองซ้ำซากด้วยความเชื่อที่ผิด ๆ เสมอบุคคลที่มีปัญหามักจะเป็นคนที่ให้เหตุผลต่าง ๆ ในทางลบ อ้างสาเหตุของพฤติกรรมว่า เกิดจากบุคคลอื่นและสิ่งแวดล้อม ถ้าเขาเปลี่ยนวิธีการให้เหตุผลใหม่ อาจจะทำให้รู้สึกสบายใจขึ้น และแสดงพฤติกรรมในทางที่พึงประสงค์ได้ดีขึ้นด้วย
- นอกจากนี้ เอลลิสและไตรเดน (Sharf. 2000: 335 – 336 ; อ้างอิงจาก Ellis; & Dryden. 1997) ได้ให้ทฤษฎีเกี่ยวกับธรรมชาติมนุษย์ว่า มนุษย์จะแสวงหาความพึงพอใจและ

หลีกเลี่ยงความเจ็บปวด หรือสิ่งที่ทำให้ปวดร้าวหรือทำให้เสียใจ (Seeking Pleasure and Avoiding Pain) ให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ดังนั้นเป้าหมายที่สำคัญในชีวิตคือ ความเพลิดเพลิน ความสนุกสนาน (Enjoyment is a Major Goal in Life) แนวคิดดังกล่าวนี้ไม่ได้หมายความว่า มนุษย์ไม่มีความรับผิดชอบ ซึ่งตามความเป็นจริงแล้ว มนุษย์มีความรับผิดชอบต่อสิ่งที่คิด ที่กระทำ และผลที่จะเกิดขึ้นตามมา

อย่างไรก็ตามสิ่งที่มนุษย์คิด เชื่อ และกระทำนั้น อาจสืบเนื่องมาจากความคิด ความเชื่อที่ไม่สมเหตุสมผล ความคิดความเชื่อที่ปฏิบัติสืบต่อกันมา ทำให้ต้องยอมรับความเชื่อ นั้น ๆ อย่างไม่มีเงื่อนไข (Unconditional Self Acceptance) ซึ่งบางคนก็ยอมรับได้ แต่บางคนก็ไม่สามารถยอมรับหรือปฏิบัติตามได้ จึงก่อให้เกิดความรู้สึกผิด ความวิตกกังวล จิตใจหดหู่ ซึมเศร้า หรือมีความบกพร่องทางจิตบางประการเกิดขึ้น

3.3.3.3 เป้าหมายของทฤษฎีการให้คำปรึกษาแบบพิจารณาเหตุผล อารมณ์ และพฤติกรรม

จากแนวคิดที่ว่า “ความคิดความเชื่อที่ไม่สมเหตุสมผลเป็นสาเหตุให้เกิดอารมณ์แปรปรวน” หรืออาจกล่าวได้ว่า “อารมณ์แปรปรวน (Emotional Disturbances) เกิดจากความคิดที่ไม่สมเหตุสมผล และความคิดทำลายตนเอง หรือ เกิดจากการเรียกร้องต้องการว่าชีวิตนี้ น่าจะ “ต้อง” “ควร” และ “น่าจะ” ต่าง ๆ กันไป หรือเกิดจากการคิดถึงแต่ความพ่ายแพ้ของตนเอง คิดตกย้ำซ้ำ ๆ ด้วยประโยคที่ไม่สมเหตุสมผล จึงทำให้เกิดอารมณ์แปรปรวนและยังคงติดค้างอยู่กับจิตใจของบุคคลนั้น ซึ่งเอลลิส (Corey. 1996: 323 ; อ้างอิงจาก Ellis. 1979 b) ได้ย้าว่า “สิ่งที่คุณรู้สึกส่วนใหญ่ เป็นไปตามสิ่งที่คุณคิด” (You Mainly Feel the Way You Think) ดังนั้น เป้าหมายของทฤษฎีการให้คำปรึกษาแบบพิจารณาเหตุผล อารมณ์ และพฤติกรรม ได้แก่

เป้าหมายที่ 1 มุ่งเน้นการบรรเทา หรือลดทอนอารมณ์แปรปรวน และพฤติกรรมทำลายตัวเอง (Minimizing Their Emotional Disturbances and Self-Defeating Behaviors) ของ ผู้รับบริการ เพื่อให้ผู้รับบริการสามารถใช้ชีวิตอยู่บนรากฐานความเป็นจริง และปฏิบัติได้จริง

เป้าหมายที่ 2 ลดการตำหนิตัวเองหรือผู้อื่น (Reducing a Tendency for Blaming Oneself or Others) เมื่อเกิดสิ่งผิดพลาดขึ้นในชีวิต และเรียนรู้ที่จะเผชิญกับอุปสรรคปัญหาในอนาคต

เป้าหมายที่ 3 จากความคิดที่ว่า อารมณ์ไม่เป็นสุข และพฤติกรรมเบี่ยงเบนของบุคคล มีสาเหตุมาจากความเชื่อความคิด การรับรู้ และตีความหมายต่อตนเองและสิ่งแวดล้อมอย่างไม่มีเหตุผล ไม่ตรงกับความเป็นจริง ดังนั้น เป้าหมายของการให้คำปรึกษาอีกประการหนึ่ง จึงเป็นไปได้เพื่อลดการทำลายตนเอง ช่วยให้ผู้รับบริการมีปรัชญาชีวิตที่เป็นจริง ด้วยการช่วยให้ผู้รับบริการมีความคิด การแสดงออกอย่างมีเหตุผล เพราะนอกจากจะช่วยให้ผู้รับบริการแก้ปัญหาเฉพาะกรณีแล้ว ยังมุ่งเน้นที่จะช่วยให้ผู้รับบริการเกิดความเข้าใจตนเอง ตรวจสอบค่านิยมพื้นฐานของ

ตนเองอย่างพินิจพิจารณาจนสามารถค้นพบแก่นความคิดที่ไร้เหตุผลของตนได้ จากนั้นก็เปลี่ยนความคิดนั้นให้กลายเป็นความคิดที่มีเหตุผล เพื่อให้สามารถแก้ไขปัญหของตนเองได้ในอนาคต

ผู้ให้คำปรึกษา ควรช่วยให้ผู้รับบริการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงตัวเอง เพื่อให้มีสุขภาพจิตดีขึ้น อย่าให้ความคิดที่ไร้เหตุผลเกิดขึ้นบ่อย เพราะหากก่อตัวขึ้นบ่อย และเพิ่มความรุนแรงขึ้น ก็จะทำให้เกิดปัญหาขึ้นเรื่อย ๆ โดยควรช่วยให้ผู้รับบริการ

1. ให้ความสนใจตนเองและผู้อื่น
2. มีความรับผิดชอบต่อชีวิตของตนเอง สามารถปฏิบัติงานหรือแก้ปัญหาด้วยตนเอง พยายามช่วยตนเองก่อนที่จะขอความช่วยเหลือจากผู้อื่น
3. มีเป้าหมายชีวิต
4. มีความอดทนอดกลั้น
5. มีความยืดหยุ่นในทางความคิด เปิดรับความคิดและแลกเปลี่ยนความคิดกับบุคคลต่าง ๆ รวมทั้งยอมรับความแตกต่างระหว่างบุคคล
6. เปิดเผยยอมรับการเปลี่ยนแปลง ยอมรับเกี่ยวกับความไม่แน่นอน ไม่ยึดมั่นถือมั่นและเมื่อเกิดความเปลี่ยนแปลงใด ๆ ขึ้น ก็ไม่ควรหวั่นไหวเกินกว่าเหตุ
7. รู้จักคิดอย่างมีเป้าหมาย มีเหตุผล และมีหลักการ และสามารถนำหลักของความมีเหตุผลมาปรับใช้
8. รู้จักใช้วิจารณ์ญาณ และพิจารณาเหตุการณ์หรือเรื่องราวต่าง ๆ อย่างรอบคอบ
9. กล้าเสี่ยง กล้าตัดสินใจ และยอมรับความเสี่ยงในการตัดสินใจ
10. ยอมรับตนเอง ยอมรับในสิ่งที่ตนเองมีหรือเป็นอยู่ และยอมรับนับถือตนเอง ตลอดทั้งรับผิดชอบต่อชีวิตของตนเอง

3.3.3.4 แนวปฏิบัติการให้คำปรึกษาของทฤษฎีการให้การปรึกษาแบบเหตุผล อารมณ์ และพฤติกรรม ประกอบด้วย ขั้นตอนและเทคนิคในการให้คำปรึกษาดังต่อไปนี้ (Corey, 1996: 324 – 326; อ้างอิงจาก Ellis, 1995)

1. ขั้นตอนการให้คำปรึกษาแบบเหตุผล อารมณ์ และพฤติกรรม มีขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้ ผู้รับบริการไว้วางใจในบทบาทของผู้ให้คำปรึกษา พร้อมทั้งพูดคุยอย่างมีอิสระและคิดแก้ไขปัญหานั้น จากนั้นจึงนำไปสู่การระบุปัญหา และกำหนดเป้าหมายของการให้คำปรึกษา โดยให้ผู้รับบริการระบุความคิด ความเชื่อ ความรู้สึก และการกระทำที่เขาต้องการและสิ่งที่ไม่ต้องการ แล้วผู้ให้คำปรึกษาอาจถามผู้รับบริการว่า ผู้รับบริการ “ต้องการปรับเปลี่ยนความคิด ความรู้สึก หรือการกระทำอะไรให้แตกต่างจากที่เป็นอยู่ในปัจจุบันนี้บ้าง” ต่อจากนั้น ผู้ให้คำปรึกษาจึงอธิบายให้ผู้รับบริการได้ทราบแนวทางในการให้คำปรึกษา โดยเริ่มดำเนินการให้คำปรึกษาตามขั้นตอนดังนี้
- ขั้นตอนแรก** คือ ผู้ให้คำปรึกษาจะบอกหรือชี้ให้ผู้เข้ารับบริการได้ทราบว่า เขามีความคิดที่ไม่สมเหตุสมผล ที่ชอบคิดแต่ว่า “ควรจะเป็น” “น่าจะเป็น” “ต้องเป็น”

โดยให้ผู้รับบริการเรียนรู้ที่จะแยกแยะความเชื่อที่ไม่สมเหตุสมผลออกจากความเชื่อที่มีเหตุผล และเพื่อให้ผู้รับบริการตระหนักรู้ในเรื่องดังกล่าว ผู้ให้คำปรึกษาก็จะเริ่มต้นด้วยการกระตุ้น โน้มน้าว ให้กำลังใจ ให้การสนับสนุน หรือบางครั้งก็ต้องชี้นำผู้รับบริการให้ทำในสิ่งที่เขาจะความเชื่อที่ไม่สมเหตุสมผลเหล่านั้น

ในขั้นตอนนี้ ผู้รับบริการจะเข้าใจว่า การไม่มีเหตุผล การคิด-เชื่ออย่างไม่สมเหตุสมผลของตนเองเป็นอย่างไร และเพราะเหตุใดเขาจึงเป็นคนไม่มีเหตุผล รวมทั้งเขาจะเริ่มเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างความคิดที่ไม่มีเหตุผลกับความทุกข์ หรืออารมณ์ที่ผิดปกติที่เกิดขึ้น

ขั้นตอนที่ 2 คือ การทำให้ผู้รับบริการเกิดสติรู้ตัว (Awareness) โดยผู้ให้คำปรึกษาช่วยให้ผู้รับบริการตระหนักว่า ความทุกข์หรืออารมณ์แปรปรวนของเขานั้นเกิดจากความคิดที่ไม่สมเหตุสมผล และการตอกย้ำทำลายตนเองและความคิดนั้น จะทำให้เขาว่างเปล่าให้กับตนเองว่า “ตนมีทุกข์” มิใช่เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทำให้เขามีทุกข์

ในขั้นตอนนี้ 2 นี้ ผู้รับบริการเพียงแต่เกิดสติ สำนึกในความคิดและความรู้สึกที่ไม่สมเหตุสมผลเท่านั้น

ขั้นตอนที่ 3 คือ การช่วยให้ผู้รับบริการปรับเปลี่ยนความคิด (Helping Client Modify Thinking) และกำจัดหรือละทิ้งความคิดที่ไม่สมเหตุสมผลออกไป

ในขั้นตอนนี้ ผู้ให้บริการต้องทราบว่า ความเชื่อที่คิดทำลายตัวนี้เอง มักฝังรากลึกมานาน จึงยากที่ผู้รับบริการจะเปลี่ยนแปลงด้วยตนเองได้ ผู้ให้คำปรึกษาจึงต้องช่วยให้ผู้รับบริการเข้าใจความจริงของการดำเนินตนเอง กล่าวโทษและทำลายตนเองว่า มีกระบวนการอย่างไร

ขั้นตอนที่ 4 คือ การท้าทาย (Challenge) โดยท้าทายผู้รับบริการให้พัฒนาปรัชญาชีวิตอย่างสมเหตุสมผล (To Develop a Rational Philosophy of Life) เพื่อว่าในอนาคตจะได้ไม่กลับไปเป็นเหยื่อของความคิดความเชื่อที่ไม่สมเหตุสมผลอีก โดยให้ผู้รับบริการได้พิจารณาถึง ความคิดอันไร้เหตุผลกับความจริงในชีวิตโดยยึดหลักปรัชญา จะทำให้ผู้รับบริการยอมรับความจริงนั้น และหลุดจากความเชื่อหรือความคิดไร้เหตุผลนั้น

สิ่งสำคัญ คือ ผู้ให้บริการจะต้องอธิบายให้เห็นถึงแก่นแท้ของความคิดที่ไม่สมเหตุสมผลว่า อยู่ตรงไหน และสอนผู้รับบริการให้รู้จักว่า จะนำความคิดความเชื่อและทัศนคติที่สมเหตุสมผลเข้าไปแทนที่ได้อย่างไร และหากว่า สิ่งที่อธิบายนั้น เป็นไปตามหลักวิทยาศาสตร์ สามารถพิสูจน์ได้ และหากผู้รับบริการเข้าใจ และมีความมานะพยายาม อารมณ์แปรปรวนของผู้รับบริการก็จะมีโอกาสลดน้อยลง

ขั้นตอนที่ 5 การกำหนดงานหรือกิจกรรมให้ทำเป็นการบ้าน (Homework Assignment) เพื่อให้การเปลี่ยนแปลงอารมณ์ เจตคติ และการกระทำของผู้รับบริการพัฒนาไปในทิศทางบวก เมื่อผู้รับบริการตกลงที่จะทำการบ้าน หรือพร้อมที่จะนำไปปฏิบัติแล้ว ในครั้งถัดไปของการให้คำปรึกษาก็จะต้องประเมินความก้าวหน้า กระบวนการดังกล่าวนี้ จะทำให้ผู้รับบริการได้เรียนรู้การปรับเปลี่ยนความคิดแบบทำลายตัวเองไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในช่วงสุดท้ายของการให้คำปรึกษา ผู้ให้คำปรึกษาจะให้ผู้รับบริการ ทบทวนประเมินความก้าวหน้าของตนเอง ให้รู้จักการวางแผนและกำหนดแนวทางในการจัดการกับ ปัญหาที่เผชิญอยู่ หรือที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต

2. เทคนิคในการให้คำปรึกษาแบบเหตุผล อารมณ์ และพฤติกรรม ผู้ให้ คำปรึกษาแบบเหตุผลอารมณ์และพฤติกรรมสามารถใช้เทคนิคได้หลากหลาย เทคนิควิธีที่ใช้กัน ส่วนมากคือ การให้ผู้รับบริการรู้จักคิดหาเหตุผล และการชี้แนะ (Cognitive and Directive) โดยผู้ให้ คำปรึกษาจะโน้มน้าว ชักจูง เน้นที่การให้ความรู้ จะสอนผู้รับบริการโดยตรงไปตรงมา ให้สามารถ มองเห็นความจริงและความมีเหตุผล และผู้ให้คำปรึกษาจะชี้ให้เห็นอดีตและปัจจุบันของผู้รับบริการ ว่า อดีตทำให้ผู้รับบริการสับสนไม่สบายใจอย่างไร เพื่อให้ผู้รับบริการยอมรับความจริงนั้น อันจะทำให้ เกิดการพัฒนาตนไปสู่ความคิดที่มีเหตุผล อารมณ์เหมาะสมและพฤติกรรมที่เหมาะสมถูกต้อง ดังนั้น เทคนิคที่ใช้ได้แก่ (Nelson-Jones. 1998: 278 – 287); (Corey. 1996: 328 – 332)

เทคนิคที่ 1 เทคนิคทางความคิดหรือวิธีทางความคิด (Cognitive Methods) เป็นเทคนิคในการปรับความคิดให้เหตุผล โดยให้ความสำคัญที่

- 1.1 การคิด (Thinking)
- 1.2 การโต้แย้งกับความคิดที่ไม่สมเหตุสมผล (Disputing Irrational Beliefs)
- 1.3 การอภิปราย หรือถกเถียงกัน (Debating)
- 1.4 การท้าทายให้ลองทำดู (Challenging)
- 1.5 การตีความ (Interpreting)
- 1.6 การอธิบาย (Explaining)
- 1.7 การสอน (Teaching)
- 1.8 การให้คิดเป็นงานบ้าน (Cognitive Homework)
- 1.9 การปรับเปลี่ยนการใช้ถ้อยคำ (Changing One's Language)
- 1.10 การรู้จักใช้อารมณ์ขัน (Use of Humor)

เทคนิคที่ 2 เทคนิคหรือวิธีทางอารมณ์ (Emotive Techniques) เป็น เทคนิคในการปรับอารมณ์อย่างเหมาะสม ซึ่งได้แก่

- 2.1 การยอมรับอย่างไม่มีเงื่อนไข (Unconditional Acceptance)
- 2.2 การแสดงบทบาทสมมติ การเลียนแบบ และการจินตนาการแบบ เหตุผล อารมณ์ (Rational-emotive Role Playing, Modeling and Imagery)
- 2.3 การลดความรู้สึกละอายใจโดยการฝึกหัดผู้รับบริการให้เผชิญกับ ความรู้สึกนั้นโดยตรง หรือการหักล้างความละอายใจ (Shame-Attacking Exercise)
- 2.4 การใช้พลังและความแข็งแกร่ง (Use of Force and Vigor) โดย การฝึกให้มีพลังอำนาจ สามารถโต้เถียงกับความเชื่อที่ไม่สมเหตุสมผลของตนเองอย่างแข็งขัน เพื่อ ให้เกิดตระหนักรู้เข้าไปถึงอารมณ์

เทคนิคที่ 3 เทคนิคทางพฤติกรรม (Behavioral Technique) เป็นเทคนิคที่ใช้ในการฝึกพฤติกรรมให้เหมาะสม โดยใช้วิธีการต่าง ๆ ของพฤติกรรมบำบัด เช่น การวางเงื่อนไข ผลกรรมหรือผลของการกระทำ การควบคุมตนเอง การลดความรู้สึกอ่อนไหวอย่างเป็นระบบ การผ่อนคลาย และการเลียนแบบ ตลอดจนการกำหนดหรือมอบหมายกิจกรรมให้ไปฝึกปฏิบัติที่บ้าน

ผลของการใช้เทคนิคต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น จะทำให้ผู้รับบริการเข้าใจยิ่งขึ้นว่า ความเชื่อที่ไม่สมเหตุสมผลส่งผลในแง่ลบอย่างไร และนำไปสู่การเกิดอารมณ์และพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมอย่างไร ผู้รับบริการจะมีโอกาส ทบทวน สำรวจตนเองว่า เพราะเหตุใด (Why) เขาจึงยังยึดติดกับความเชื่อผิด ๆ เหล่านั้น แทนที่จะปลดปล่อยความคิดความเชื่อเหล่านั้นไป

3.3.4 ทฤษฎีการให้คำปรึกษาแบบภวนิยม (Existentialism)

3.3.4.1 ความเป็นมา

ทฤษฎีการให้คำปรึกษาแบบภวนิยม เป็นทฤษฎีการให้คำปรึกษาที่ใช้แก้ปัญหาสำหรับผู้ที่มีทุกข์ระดับอารมณ์และความรู้สึกโดยตั้งอยู่บนรากฐานว่า ความหมายของความเป็นมนุษย์คืออะไร เป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับปรัชญาที่ว่าความหมายของชีวิตคืออะไร ทฤษฎี Existentialism นี้ นับเป็นกระแสที่ 3 ในวงการจิตวิทยาและการให้คำปรึกษา เป็นการตอบโต้ทฤษฎีจิตวิทยาวิเคราะห์และพฤติกรรมนิยม ผู้ให้คำปรึกษา Existentialism นี้ยืนยันที่จะไม่ตัดสินมนุษย์ จุดสนใจของผู้ให้คำปรึกษาทฤษฎีนี้ อยู่ในเงื่อนไขของความเป็นมนุษย์ซึ่งรวมถึงความสามารถที่จะมีสติเป็นของตนเอง มีอิสระในการเลือกตัดสินใจในโชคชะตาของตนเอง แต่จะต้องรับผิดชอบต่อผลที่เกิดขึ้นจากการตัดสินใจ อีกทั้งวิธีการดำเนินชีวิตของบุคคลที่เป็นไปอย่างไร้ความหมายอันแตกต่างไปจากผู้อื่น ก็เป็นจุดสนใจของทฤษฎี เช่นกัน ทฤษฎีนี้เชื่อว่าพัฒนาการทางบุคลิกภาพของคนปกติขึ้นอยู่กับลักษณะของแต่ละคน ความรู้สึกที่บุคคลมีต่อตนเองพัฒนามาจากสภาพความเป็นทารก ความคิดหลักของมนุษย์ ได้แก่ ข้อกำหนดที่จะต้องปฏิบัติของตนเอง และความต้องการที่จะก้าวไปข้างหน้าอันเป็นความต้องการที่จะแสดงออก หรือต้องการจะเป็นอะไรสักอย่างใด ซึ่งเป็นวิธีการที่มีทิศทางในอนาคตและเน้นที่การมีสติก่อนที่จะลงมือทำการใด ๆ บุคคลสำคัญในทฤษฎีการให้คำปรึกษาแบบภวนิยม นี้ได้แก่ บินส์แวนเกอร์ เมย์ แฟรงค์ (Binswanger, May และ Frankl)

บินส์แวนเกอร์ (Binswanger) เป็นจิตแพทย์สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยซูริค เป็นลูกศิษย์ของ Jung และเป็นแพทย์ฝึกหัดภายใต้การดูแลของ Bleuler เป็นจิตแพทย์คนแรกที่น่าแนวคิดของปรัชญาของภวนิยม ไปผนวกใช้กับจิตวิเคราะห์ เพื่อวิเคราะห์และแปลความหมายบุคลิกภาพของมนุษย์ บินส์แวนเกอร์ (Binswanger) วิเคราะห์บุคลิกภาพของบุคคลจากสัมพันธภาพที่เขามีต่อบุคคลอื่น และสัมพันธภาพเหล่านั้นทำให้บุคคลเข้าใจตนเองอย่างไรการดำเนินชีวิตของมนุษย์ต้องมีปฏิสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับบุคคลอื่น ดังนั้น สภาพความมีอยู่ (Existence) ของมนุษย์จึงเกี่ยวข้องกับสัมพันธกับสังคม

เมย์ (May) เป็นนักจิตวิทยาชาวอเมริกันที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันดีอย่างยิ่งได้ริเริ่มจิตบำบัดแบบภวนิยม ขึ้นในอเมริกา ตลอดจนได้พยายามเผยแพร่ความคิดและวิธีการบำบัด

ดังกล่าว โดยใช้งานเขียนเป็นสื่อกลางไว้มากมาย ซึ่งเมย์ (May) เป็นทั้งผู้เขียนบทความ และบรรณาธิการของหนังสือเรื่องภาวะชีวิต (Existence)

แฟรงเคิล (Frankl) เป็นผู้นำในการบำบัดแบบ Logotherapy โดยทั่วไป Logos หมายถึงวาตะ (Speech) หรือเหตุผล (Reason) แต่ แฟรงเคิล (Frankl) ให้คำจำกัดความว่าเป็นความหมาย (Meaning) โดย แฟรงเคิล (Frankl) ปฏิเสธความเชื่อตามทฤษฎีจิตวิเคราะห์ที่ว่ามนุษย์มีแรงขับของสัญชาตญาณทางเพศ ปฏิเสธความคิดเห็นของ จุง (Jung) เกี่ยวกับบุคลิกภาพแบบต่าง ๆ และไม่ยอมรับความคิดเห็นของนักจิตวิทยากลุ่มพฤติกรรมนิยมที่เชื่อในทฤษฎีการวางเงื่อนไข ที่มองมนุษย์เหมือนเครื่องจักร สำหรับ แฟรงเคิล (Frankl) เชื่อว่าการแสวงหาความหมายในชีวิตเป็นความรับผิดชอบสูงสุดของมนุษย์ และเป็นกระบวนการในระดับสติปัญญามากกว่าในระดับสัญชาตญาณความหมายชีวิตของแต่ละบุคคลมีลักษณะเป็นเอกภาพ (Uniqueness) ซึ่งขึ้นอยู่กับตัวบุคคล ความมีอยู่ของเขาในสถานการณ์และเวลานั้น ๆ ไม่สามารถที่จะกำหนดเป็นบรรทัดฐานเดียวกันได้ (พงษ์พันธ์ พงษ์โสภา. 2543 : 103 – 104)

3.3.4.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับธรรมชาติมนุษย์ของทฤษฎีการให้คำปรึกษาแบบภวนิยม

แฟรงเคิล (Corey. 1996: 171 – 172; อ้างอิงจาก Frankl. 1963: 121, 164) และเมย์ (Sharf. 2000: 170–179; อ้างอิงจาก May. 1992) ได้ให้ทฤษฎีเกี่ยวกับธรรมชาติมนุษย์อย่างสอดคล้องกัน ดังนี้

1. มนุษย์มีคุณค่า มีเอกลักษณ์หรือลักษณะเฉพาะของตนเอง มีอิสระ มีเสรีภาพในการเลือกกระทำหรือไม่กระทำ และมีความรับผิดชอบ
2. มนุษย์มีศักยภาพที่จะตระหนักรู้ตนเอง คือ รับรู้เกี่ยวกับตนเอง รับรู้ถึงอันตรายและการคุกคามจากภายนอก หรือสิ่งที่เกิดขึ้นกับตนเอง
3. มนุษย์มีเสรีภาพในการเลือกตัดสินใจชีวิตของตนเอง และรับผิดชอบต่อการกระทำ และสิ่งที่เกิดขึ้นกับตน
4. มนุษย์แสวงหา ค้นหาความหมายของชีวิต โดยไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค ค้นหา และสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตน โดยใช้ความกล้าที่จะเป็น กล้าที่จะมีชีวิตอยู่ด้วยตัวเองตามลำพัง สามารถดำรงชีวิตอย่างที่ต้องการอย่างแท้จริง และมีความเข้มแข็งในการมองโลก
5. มนุษย์มีลักษณะของความวิตกกังวล โดยมีความรู้สึกว่าจะต้องพยายามต่อต้านสิ่งที่จะมาทำลายการดำรงอยู่ของตน มนุษย์ต้องเรียนรู้ที่จะเผชิญกับความวิตกกังวลหรือความรู้สึกผิด เพราะความวิตกกังวลเปรียบเสมือนเงื่อนไขในการดำรงชีวิต ความวิตกกังวลที่ไม่มากเกินไป จะเป็นแรงจูงใจให้บุคคลเกิดการเปลี่ยนแปลง มีอิทธิพลต่อความเจริญของชีวิต ในทางตรงกันข้าม ความวิตกกังวลที่มีมากเกินไป จะทำให้วุ่นวายใจ สับสน ขาดความกระตือรือร้น ย่อท้อต่ออุปสรรค ท้อถอยในชีวิต และไม่เห็นคุณค่าในชีวิต

3.3.4.3 เป้าหมายของทฤษฎีการให้คำปรึกษาแบบภวนิยม

การให้คำปรึกษาแบบภวนิยมพัฒนามาจากหลายแนวคิดของนักภวนิยม บางแนวคิดอาจจะแตกต่าง ขัดแย้ง หรือสอดคล้องกัน อย่างไรก็ตามนักภวนิยมแต่ละคนต่างให้ความสำคัญกับศักดิ์ศรีและคุณค่าของมนุษย์ เสรีภาพ การเลือก และความรับผิดชอบของแต่ละบุคคล

นอกจากนี้ นักภวนิยมมองว่าปัญหาของมนุษย์เกิดจากการที่มนุษย์ไม่สามารถใช้เสรีภาพที่ตนมีอยู่อย่างเต็มที่ ไม่ตระหนักในคุณค่า และการมีอยู่ของตน รวมทั้งหลีกเลี่ยงการรับผิดชอบต่อตนเองและสิ่งที่เกิดขึ้นกับตน ปัญหาเหล่านี้ทำให้มนุษย์ดำเนินชีวิตด้วยความรู้สึกสิ้นหวัง ท้อแท้ และไม่เห็นคุณค่าในตนเอง

ดังนั้น เป้าหมายของการให้คำปรึกษาแบบภวนิยมจึงเน้นที่การช่วยเหลือให้ผู้รับบริการมีความรับผิดชอบต่อตนเอง และช่วยให้ผู้รับบริการค้นหา และพัฒนาความหมายในชีวิตโดย (Corey. 1996: 172 – 181; อ้างอิงจาก May; & Yalom. 1995)

1. ช่วยให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงเสรีภาพในการเลือก (Freedom of Choice) สามารถใช้เสรีภาพของตนในการเลือกสิ่งต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมกับมีความรับผิดชอบต่อสิ่งที่ตนเลือก (Freedom and Responsibility) ว่าจะส่งผลต่อการดำรงอยู่ของตนอย่างไร
2. ช่วยให้ผู้รับบริการมีศักยภาพที่จะตระหนักรู้ในความเป็นตัวเอง (Capacity for Self Awareness)
3. ช่วยให้ผู้รับบริการได้ค้นหาความหมาย จุดหมาย ค่านิยม และเป้าหมายในชีวิต (The Search for meaning, Purpose, Value and Goals)
4. ช่วยให้ผู้รับบริการค้นพบเอกลักษณ์ของตน และสร้างสัมพันธ์ภาพที่มีความหมายกับบุคคลอื่น (Discovering One's Identity and Establishing Meaningful Relationships with Others)
5. ช่วยให้ผู้รับบริการตระหนักว่า ความวิตกกังวลเปรียบเสมือนเงื่อนไขในการดำรงชีวิต (Anxiety as A Condition of Living) โดยเห็นว่าในการดำรงชีวิตนั้นบุคคลย่อมเกิด ความวิตกกังวลขึ้นได้ ความวิตกกังวลที่ไม่มากเกินไปจะเป็นแรงจูงใจ ให้บุคคลเกิดการเปลี่ยนแปลงในทางตรงกันข้าม ความวิตกกังวลที่มีมากเกินไป จะทำให้บุคคลรู้สึกเหนื่อยหน่าย
6. ช่วยให้ผู้รับบริการสามารถตระหนักถึงความตายและความไม่มีอยู่ หรือไม่ดำรงอยู่ (Awareness of Death and Nonbeing) โดยให้ตระหนักว่า ความตายเป็นสิ่งสำคัญในการ ค้นหาความหมายและจุดหมายในชีวิต การเผชิญกับความตายด้วยการวิเคราะห์พิจารณาจะนำมาสู่ การมีชีวิต ให้สามารถยอมรับว่า ความตายเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ เมื่อบุคคลใดตระหนักถึงความตายอย่างแท้จริง จะทำให้สามารถดำเนินชีวิตในแต่ละวันอย่างเข้มแข็ง และมีกำลังใจอย่างเต็มที่เท่าที่จะเป็นไปได้ โดยตัดสิ่งต่าง ๆ ที่ไม่มีความสำคัญออกไป การปฏิเสธความตายเป็นการแสดงว่า บุคคลนั้นรับผิดชอบต่อชีวิตของตนเองเพียงเล็กน้อย ดำเนินชีวิตอย่างว่างเปล่า ไม่มีจุดมุ่งหมายในชีวิต

7. ช่วยให้ผู้รับบริการมีชีวิตอยู่กับปัจจุบัน “ที่นี่และขณะนี้ (Here and Now)” โดยให้ผู้รับบริการตระหนักว่า การกระทำที่ผู้รับบริการประพฤติปฏิบัติและความรู้สึกที่ผู้รับบริการรู้สึกในปัจจุบันเท่านั้น แสดงถึงการดำรงอยู่ (Being) ส่วนอดีตนั้นไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ อนาคตก็เป็นสิ่งที่ยังมาไม่ถึง

3.3.4.4 แนวปฏิบัติการให้คำปรึกษาของทฤษฎีการให้คำปรึกษาแบบ
กวนิยม ประกอบด้วย ขั้นตอนและเทคนิคในการให้คำปรึกษา ดังต่อไปนี้ (Baldwin. 1987;
อ้างอิงจาก Corey. 1996: 185)

1. ขั้นตอนการให้คำปรึกษาแบบกวนิยม (The Initial Phase) ในขั้นนี้ ผู้ให้คำปรึกษาจะให้ความช่วยเหลือผู้รับบริการในการทำความกระจ่างเกี่ยวกับความเชื่อในการมองโลก การค้นหาความหมายของภาวะชีวิตหรือความรู้สึกของการมีชีวิตในปัจจุบัน (Existence) โดยให้ผู้รับบริการสำรวจตรวจสอบค่านิยมและความเชื่อของตนเอง รับรู้ และตระหนักถึงความมีอยู่หรือการดำรงอยู่ของตนเอง ทั้งนี้เพื่อให้ผู้รับบริการได้รู้จักตัวเองได้ตระหนักถึงความเป็นตัวของตัวเอง ได้ค้นหาความหมาย และเป้าหมายในชีวิต

อย่างไรก็ตาม เป็นสิ่งที่ยากยิ่งที่ผู้เข้ารับบริการจะปฏิบัติเพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าวทั้งนี้เพราะว่า เมื่อผู้รับบริการมาขอรับบริการปรึกษา ผู้รับบริการส่วนมากต้องการได้รับความช่วยเหลือจากผู้ให้คำปรึกษา ให้ช่วยแก้ปัญหา โดยปัญหาของผู้รับบริการนั้น ส่วนมากจะเป็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับบุคคลอื่น หรือสถานการณ์ต่าง ๆ ที่แวดล้อม เช่น ผู้รับบริการอาจจะเสนอปัญหาว่า “ทำไมคนอื่นเขาคิดอย่างนั้น แสดงอาการอย่างนั้น” ซึ่งทำให้ ผู้รับบริการไม่สบายใจหรือทุกข์ใจ หรือ อาจจะเสนอว่า “คน ๆ นั้น ทำไมไม่รับผิดชอบกับการกระทำของตน ที่มาท้าวทักชีวิตของผู้รับบริการ “ทำให้ผู้รับบริการคิดมากและรู้สึกเหนื่อยหน่ายต่อชีวิต”

จะเห็นได้ว่า ปัญหาของผู้รับบริการส่วนใหญ่เป็นปัญหาที่ผู้รับบริการรับรู้ว่าจะเกิดขึ้นจากบุคคลอื่น สาเหตุเป็นเพราะบุคคลอื่น ในกรณีดังกล่าวนี้ ผู้ให้คำปรึกษาจะต้องใช้เทคนิคต่าง ๆ เช่นการสะท้อนความรู้สึก การใช้คำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้รับบริการได้สัมผัสกับความรู้สึกที่แท้จริงของตนเองเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น และกระจ่างในเรื่องราวต่าง ๆ เหล่านั้นมากยิ่งขึ้น

ในขั้นตอนนี้ ผู้ให้คำปรึกษาจำเป็นจะต้องช่วยให้ผู้รับบริการได้มองเห็นว่า ปัจจัยต่าง ๆ หรือวิถีชีวิตในอดีต เป็นอุปสรรคหรือปิดกั้นโอกาสในปัจจุบันของเขามากน้อยเพียงใด

ขั้นตอนที่ 2 คือ ระยะตอนกลางของการให้คำปรึกษา (The Middle Phase) ในขั้นนี้ ผู้ให้คำปรึกษาจะกระตุ้นให้ผู้รับบริการสำรวจ ค้นหา สิ่งที่มีคุณค่าในตัวเองในปัจจุบัน เพื่อให้ทราบว่า ขณะนี้ตัวเองเป็นอย่างไร จะตัดสินใจว่า จะดำรงชีวิตอย่างไร จะมีชีวิตในปัจจุบันอย่างไร มีคุณค่าได้อย่างไร และชีวิตอนาคตจะเป็นเช่นใด

เมื่อผู้รับบริการได้สำรวจตนเองแล้ว ก็ให้เขาได้กำหนดทางเลือกของตัวเอง ชั่งน้ำหนักระหว่างทางเลือกต่าง ๆ พิจารณาผลของทางเลือกที่เลือกกว่าจะมีผลเกิดขึ้นตามมาอย่างไร ก่อนจะตัดสินใจเลือก ซึ่งกระบวนการนี้จะนำไปสู่การรับรู้มิติใหม่ของชีวิต ทำให้มีความเข้าใจลึกซึ้ง

เกี่ยวกับมิติใหม่ของชีวิตมากขึ้น (New Insights) และพร้อมที่จะปรับเปลี่ยนค่านิยมและเจตคติที่มีต่อสิ่งต่างๆ ใหม่ทำให้เข้าใจตัวเองมากยิ่งขึ้น

ขั้นตอนสุดท้ายของการให้คำปรึกษา (The Final Phase) ในขั้นตอนนี้ ผู้ให้คำปรึกษาช่วยให้ผู้รับบริการได้ค้นพบแนวทางที่มีเป้าหมาย และมีคุณค่าสำหรับตัวเองให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ให้เขาได้นำสิ่งที่เขาได้เรียนรู้เกี่ยวกับตนเองไปปฏิบัติในการดำเนินชีวิต ซึ่งเป็นเป้าหมายของการให้คำปรึกษาแบบภวนิยมนี้ ก็ต้องการให้ผู้รับบริการได้เลือกสิ่งที่มีคุณค่าให้แก่ตนเอง และรับผิดชอบต่อการดำเนินชีวิตของตนเอง ตลอดทั้งเพื่อให้ผู้รับบริการได้รับรู้ว่า เขามีศักยภาพและความเข้มแข็งที่จะดำเนินชีวิตอย่างมีจุดหมาย

2. เทคนิคการให้คำปรึกษาแบบภวนิยม การให้คำปรึกษาแบบภวนิยม จะเน้นถึงสัมพันธภาพและคุณภาพของสัมพันธภาพของการให้คำปรึกษา จะให้ความสำคัญและเน้นถึงความเข้าใจเป็นอันดับแรก ส่วนเทคนิคนั้นเป็นอันดับที่ 2 รองลงมา ผู้ให้คำปรึกษาแบบภวนิยมจะเลือกใช้เทคนิคของทฤษฎีการให้คำปรึกษาแบบอื่นๆ เท่าที่จำเป็น สิ่งที่สำคัญคือ ผู้ให้คำปรึกษาจะต้องมีเจตคติที่ดีต่อผู้รับบริการ มีศรัทธา และเชื่อมั่นในความสามารถของผู้รับบริการ และเชื่อว่าผู้รับบริการสามารถเลือกทางชีวิตของตนเองได้และรับผิดชอบต่อการดำรงชีวิต ของตนเอง เพียงแต่ให้ผู้ให้คำปรึกษาจะเป็นผู้คอยกระตุ้นให้สำรวจตรวจสอบ ให้รู้จักทางเลือก เพิ่มการตระหนักรู้ ให้กำลังใจแก่ผู้เข้ารับบริการด้วยความจริงใจ เข้าใจอย่างเห็นอกเห็นใจ แม้ว่า ในบางกรณีอาจจำเป็นต้องใช้เทคนิคการเผชิญ ก็เพื่อต้องการให้ผู้รับบริการตระหนักรู้ในเรื่องนั้น ๆ มากยิ่งขึ้น

สรุปได้ว่า ผู้ให้คำปรึกษาแบบภวนิยมนั้น ส่วนมากจะเลือกใช้เทคนิคบางเทคนิคของทฤษฎีการให้คำปรึกษาแบบอื่น ๆ โดยคำนึงถึงเรื่องราว สภาพปัญหา และตัวผู้รับบริการเป็นสำคัญ เทคนิคที่นำมาใช้ส่วนมากได้แก่ การสะท้อนความรู้สึก การใช้คำถามปลายเปิด การเผชิญ การทำให้กระจ่าง การให้กำลังใจ การเชื่อมโยงอย่างเสรี การลดความรู้สึกอ่อนไหวอย่างเป็นระบบ (Systematic Desensitization) หรือการจัดความรู้สึกหวาดวิตกอย่างเป็นระบบ และการปรับโครงสร้างความคิดใหม่ (Cognitive Restructure)

3.3.5 ทฤษฎีการให้คำปรึกษาตามแนวพุทธศาสตร์

3.3.5.1 ความเป็นมา

ประชากรมากกว่า 500 ล้านคนทั่วโลกนับถือพุทธศาสนา พุทธศาสนาเป็นหลักคำสอนของพระพุทธเจ้า ซึ่งสอนเกี่ยวกับความจริงของธรรมชาติรวมทั้งชีวิต และในประเทศไทย ประชากรส่วนใหญ่ นับถือพุทธศาสนา วิถีชีวิตของคนไทยได้ประโยชน์จากพุทธศาสนามายาวนาน พระพุทธศาสนาที่คนไทยส่วนใหญ่นับถือ เรียกว่า พระพุทธศาสนาแบบเถรวาท หรือบางที่ก็ถูกเรียกว่า หินยาน ซึ่งตั้งอยู่บนฐานของคำสอนที่รักษามาในพระไตรปิฎกภาษาบาลีของเถรวาท ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันว่าเป็นคำสอนดั้งเดิมแท้ของพระพุทธเจ้า เก่าแก่ที่สุดเท่าที่จะสืบหาได้แล้วรักษาสืบต่อกันมาอย่างเคร่งครัด

พระพุทธศาสนามี 2 นิกาย คือ เถรวาท กับ มหายาน พระพุทธศาสนาแบบ มหายาน นับถือในประเทศแถบเอเชียภาคเหนือ ได้แก่ ภูฏาน เกาหลี มองโกเลีย เป็นต้น รวมทั้ง ทิเบต ซึ่งไม่ยอมเรียกตนว่ามหายาน แต่เรียกตนเองว่า วัชรยาน กลายเป็น 3 นิกาย อย่างไรก็ตาม การนำหลักธรรมคำสอนและแนวปฏิบัติของพุทธศาสนาแบบเถรวาทที่คนไทยส่วนใหญ่นับถือมา เป็นแนวทางในการให้การปรึกษาแก่ผู้เข้ารับการศึกษาที่พุทธศาสนิกชน ย่อมก่อประโยชน์อย่าง อเนกอนันต์ เพราะหลักธรรมของพุทธศาสนาแบบเถรวาท นอกจากจะเป็นคำสอนดั้งเดิมแท้ของ พระพุทธเจ้าเท่าที่สืบหารักษากันมาได้แล้ว หลักธรรมคำสอนดังกล่าวยังมีส่วนที่เป็นปริยัติ ปฏิบัติ และปฏิเวธ และเป็นหลักธรรมคำสอนที่คนไทยคุ้นชินไม่แปลกแยกจากวิถีชีวิตตามวัฒนธรรมและ ภูมิปัญญาไทยที่อิงอยู่กับพุทธศาสนาแบบเถรวาทสืบต่อมายาวนาน (อาภา จันทรสกุล.2545 : 106)

ข้อที่สำคัญที่สุดคือพุทธศาสนาแบบเถรวาท เน้นเป้าหมายที่สำคัญคือ การพัฒนา ปัญญา ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์อย่างแท้จริงยังยืนต่อชีวิตคนไทยและสังคมไทย

3.3.5.2 เป้าหมายของการพัฒนาคนตามแนวพุทธศาสตร์ ก็คือ อิศรภาพ หรือความหลุดพ้น (วิมุตติ) ได้แก่ ความปลอดโปร่ง เป็นอิสระ ภาวะที่พ้นจากความบีบคั้น ขัดข้อง พ้นจากทุกข์ ภาวะที่เป็นไทแก่ตัว ซึ่งทำให้พร้อมที่จะทำ (และไม่ทำ) การใดๆ ได้ตามที่ต้องการหรือ เห็นสมควรอย่างอิสระ สำหรับอิสรภาพนี้ พระเทพเวที (ประยุทธ์ ปยุตโต. 2532: 113 – 115) ได้ อธิบายไว้ 4 ด้าน สรุปได้ดังนี้ คือ

อิสรภาพทางกาย หรือ เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า อิสรภาพพื้นฐานของชีวิต ได้แก่ อิสรภาพของกาย ที่ปลอดพ้นจากการบีบคั้นเบียดเบียนในทางธรรมชาติ หรือสภาพแวดล้อมทาง กายภาพ เช่น โรคภัยไข้เจ็บ การมีปัจจัย 4 เพียงพอที่จะหลุดพ้นจากความยากจนแร้นแค้น ขาดแคลน ไม่มีภัยธรรมชาติเบียดเบียนหรือมีแต่พอจะป้องกันแก้ไขได้ ตลอดจนการรู้จักใช้ เทคโนโลยีอย่างถูกต้องเป็นคุณประโยชน์

อิสรภาพทางสังคม หรือเกี่ยวกับศีล คือความปลอดพ้นจากการบีบคั้นเบียดเบียน กันระหว่างมนุษย์ พ้นจากความอยุติธรรม การเอารัดเอาเปรียบ การข่มเหงแย่งชิง มีอาชีวะ คือ อาชีพที่ประกอบได้โดยสุจริต ดำรงชีวิตอย่างโปร่งใส ไม่ว่างงาน พึ่งตนได้ รวมไปถึงความหลุดพ้น จากความบีบคั้นในการใช้สติปัญญา สามารถแสดงออกซึ่งความคิดเห็นอันเป็นผลแห่งสติปัญญานั้น โดยเสรีซึ่งสัมพันธ์กับอิสรภาพทางปัญญาในข้อสุดท้ายด้วย

อิสรภาพทางจิตใจ เช่นว่า มีจิตใจที่มีคุณธรรม มีความเข้มแข็งมั่นคง ไม่หวั่นไหว ด้วยโลกธรรม ไม่ถูกกิเลสและความทุกข์บีบคั้นครอบงำ ไม่มีความโศก ปราศจากความขุ่นมัว เศร้าหมอง เบิกบาน เป็นสุข

อิสรภาพทางปัญญา คือ ภาวะที่มีการรับรู้ถูกต้องตามความเป็นจริง ไม่ เอนเอียงด้วยอคติ รู้จักคิด คิดเป็นด้วยโยนิโสมนสิการ มีความคิดวินิจฉัยที่บริสุทธิ์ไม่เป็นทาสของ กิเลส ใช้ปัญญาคิดการต่างๆโดยบริสุทธิ์ใจไม่มีเงื่อนไขหรือกิเลสเคลือบแฝง ตลอดจนรู้แจ้ง สัจธรรมถึงขั้นหลุดพ้นจากความทุกข์ อันเกี่ยวเนื่องกันกับอิสรภาพทางจิตใจ

อิสรภาพทั้ง 4 ด้านนี้แบ่งได้เป็น 2 พวก คือ ประเภทภายนอกกับภายใน ซึ่งต้องเข้าใจความสัมพันธ์กันทั้งสองด้าน อิสรภาพภายในของบุคคลกับภายนอกนั้นสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ถ้าด้านภายในคนเรามีจิตใจไม่สบาย มีความทุกข์ก็ดี หรือมีกิเลสครอบงำก็ดี อิสรภาพด้านภายนอกก็จะเกิดปัญหาตามมา หรือถ้าอิสรภาพภายนอกไม่ดี เช่น มีความขาดแคลนปัจจัย 4 เป็นต้น มันก็จะส่งผลกระทบมาถึงด้านภายในทำให้ไม่สามารถจะทำการพัฒนาจิตใจของตนได้อย่างเต็มที่ เช่น คนผู้อยู่ในที่ที่เกิดสงคราม เป็นต้น จะมีเวลาที่ไหนมาทำสมาธิ หรือจะทำจิตใจให้ปลอดโปร่งผ่องใสก็เป็นไปได้อายาก หรือถ้าภายในไม่มีอิสรภาพทางปัญญา คิดการต่างๆโดยมีความปรารถนาส่วนตัว แอบแฝง หรือคิดบิดเบือนไปตามความยึดมั่นส่วนตัว ไม่ยอมรับฟังความคิดเห็นของกันและกัน อิสรภาพทางสังคมในด้านการแสดงความคิดเห็นหรือใช้ผลของสติปัญญา ก็ย่อมเป็นไปได้อายาก ดังนั้น เป็นต้น เพราะฉะนั้น อิสรภาพและสันติสุขทั้งภายนอกและภายในนี้จึงมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

3.3.5.3 เทคนิคและวิธีการให้คำปรึกษาตามแนวพุทธศาสตร์

สำหรับเทคนิค และวิธีการให้คำปรึกษาตามแนวพุทธศาสตร์ จะอธิบายโดยเชื่อมโยงกับลำดับขั้นของการให้คำปรึกษาตามแบบอริยสัจ

ขั้นที่ 1 การเป็นกัลยาณมิตรและการกำหนดรู้ปัญหา ผู้ให้คำปรึกษาซึ่งมีบุคลิก ลักษณะของกัลยาณมิตร และมีคุณสมบัติภายในของพรหมวิหาร แสดงความใส่ใจ สนใจ ผู้เข้ารับคำปรึกษาด้วย การเป็นผู้ฟังที่ดี รับฟังปัญหา ฟังความรู้สึกนึกคิดที่ผู้รับคำปรึกษาสื่อมาทั้งทางวาจาและน้ำเสียง รวมทั้งสังเกตภาษาท่าทางของผู้รับคำปรึกษาด้วยความใส่ใจ มีเมตตา กรุณา เพื่อสร้างสัมพันธภาพที่ดีและก่อให้เกิดความรู้สึกรอบอุ่น นำไว้วางใจแก่ผู้รับคำปรึกษา เมื่อถึงจังหวะที่ควรพูดสื่อสารให้ผู้รับคำปรึกษาทราบว่าผู้ให้คำปรึกษาเข้าใจเรื่องราวที่เขาเล่ามา รวมทั้งเข้าใจในความรู้สึกนึกคิดของเขา ก็ใช้ทักษะการทำให้กระจำ พูดให้ชัดเจนเข้าใจง่าย ในการช่วยให้ผู้รับคำปรึกษาเข้าใจปัญหา กำหนดรู้ปัญหา ผู้ให้คำปรึกษาพิจารณาใช้เทคนิคต่างๆ ดังต่อไปนี้ การถามด้วยคำถามปลายเปิด ปลายปิด การสนับสนุน การทวนสาระ การสรุป การสะท้อนความรู้สึก การเผชิญหน้า การสะท้อนความหมาย การนำ การระบุผลที่ตามมา การแปลความ การเปิดเผยตนเอง การแนะนำ การให้ข้อมูล การอธิบายทั้งแบบทั่วไปและการอธิบายเปรียบเทียบกับอุปมาอุปไมย การสอน การให้ข้อมูลย้อนกลับ การสรุปสิ่งที่เกี่ยวข้อง ตามจังหวะที่เหมาะสม

ขั้นที่ 2 การสืบสาวเหตุแห่งปัญหา ผู้ให้คำปรึกษาใช้เทคนิคต่างๆ ที่กล่าวมาแล้วในขั้นที่ 1 ตามจังหวะที่เหมาะสม เช่น ใช้วิธีถามนำในประเด็นที่ผู้ให้คำปรึกษาเห็นว่ามีความสำคัญจะช่วยให้ผู้รับคำปรึกษาคิดพิจารณาถึงเหตุแห่งปัญหาที่เขาเผชิญอยู่ รวมทั้งผู้ให้คำปรึกษาฟังอย่างใส่ใจและสังเกตเพื่อการเก็บรายละเอียดของข้อมูลต่างๆ เพื่อช่วยพิจารณาตรวจสอบว่าผู้รับคำปรึกษาขาดหรือด้อยในองค์ประกอบ 6 ประการของการพัฒนาตนในข้อใดบ้าง เขาจึงติดขัดอยู่ รวมทั้งอะไรบ้างที่เป็นสาเหตุแห่งปัญหาของเขา และช่วยให้ผู้รับคำปรึกษาพิจารณาตรวจสอบทำความเข้าใจถึงประเด็นที่เขาติดขัดด้วยตัวเองไปด้วย รวมทั้งสาเหตุที่เป็นปัญหาของเขา ซึ่งจะต้องแก้ไข กำจัดหรือทำให้หมดไป

ขั้นที่ 3 การระบุเป้าหมายให้ชัด ผู้ให้คำปรึกษาใช้เทคนิคต่างๆ ดังกล่าวมาแล้วในขั้นที่ 1 ตามจังหวะที่เหมาะสม ช่วยให้ผู้เข้ารับคำปรึกษากำหนดเป้าหมายให้ชัดเจนทั้งเป้าหมายในการแก้ไขปัญหาที่มีอยู่ และเป้าหมายของการพัฒนาตนเองเพื่อให้ได้ประโยชน์อย่างน้อย 2 ระดับ รวมทั้งการวางเป้าหมายในการปฏิบัติเพื่อพัฒนาตนเองยิ่งๆขึ้นไป จนได้ประโยชน์ในระดับที่ 3 คือประโยชน์สูงสุด

ขั้นที่ 4 การจัดวางวิธีการแก้ปัญหาและปฏิบัติเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ผู้ให้คำปรึกษาใช้เทคนิคต่างๆ ดังกล่าวมาแล้วข้างต้นในข้อ 1. ตามจังหวะที่เหมาะสม โดยเฉพาะใช้เทคนิคที่สำคัญสำหรับขั้นนี้ คือ การสอน การอธิบายทั้งแบบทั่วไปและการอธิบายเปรียบเทียบด้วยอุปมาอุปไมย การแนะนำ การให้ข้อมูล เกี่ยวกับวิธีการแก้ปัญหาและวิธีการพัฒนาตนเองตามแบบไตรสิกขา คือ พัฒนาดนตามแนวทางของทางสายกลางที่ประกอบด้วย ด้านพฤติกรรม (ศีล) จิต (สมาธิ) และปัญญา (โยนิโสมนสิการ) หรือวิธีการปฏิบัติพัฒนาดนตามองค์ธรรมทั้ง 8 ของมรรคสำหรับวิธีการพัฒนาดนด้านพฤติกรรม ผู้ให้การปรึกษาช่วยให้ผู้รับคำปรึกษาฝึกความประพฤติทางกายวาจา และอาชีวะ ตามแนวทางของอริยศีลสิกขา โดยเริ่มฝึกตนด้วยศีล 5 ก่อนเป็นอย่างน้อย แล้วฝึกตนให้มีสมาธิอาชีวะ คือ ประกอบอาชีวะสุจริต

3.3.5.4 การฝึกอบรมบุคลากรเชิงจริยธรรม

การฝึกอบรมบุคลากรเชิงจริยธรรม (ปิ่น มุกขนัด. 2518: 49 – 51) หมายถึง การอบรมบุคลากรเพื่อให้เกิดผลเชิงจริยธรรมตามหลักคำสอนทางศาสนา โดยมีเป้าหมายในการฝึกอบรม ดังนี้

1. ทำให้มนุษย์สามารถปกครองตนเองได้ เนื้อแท้ของจริยธรรมทางศาสนา คือ สอนให้มนุษย์ดูแลตนเอง เร่งรัดให้ตนเองทำดี ทางโลกสอนให้มนุษย์ปกครองผู้อื่น ให้มีวิธีดูแลผู้อื่น เช่น วิชากฎหมาย เป็นต้น แต่โดยวิธีการทางศาสนาแล้ว จะทำให้มนุษย์ทุกคนรับผิดชอบตนเอง ไม่ทำความผิดทั้งต่อหน้าและลับหลัง เต็มใจจะละเว้นความชั่ว กระทำแต่ความดี แม้จะไม่มีใครยกย่องชมเชย เป็นเรื่องของมโนสำนึกโดยเฉพาะ ไม่ต้องการบังคับขู่เข็ญกระทำการใดๆ
2. ทำให้ผู้ปฏิบัติเป็นคนดี ให้มีความรู้ ความคิดที่ดีงาม เป็นคนมีความกตัญญูกตเวที ซื่อสัตย์สุจริต เมตตากรุณา อันเป็นพลังที่จะทำให้มนุษย์มีความสุขและความเจริญก้าวหน้า
3. ทำให้สังคมมนุษย์ดีขึ้น เนื่องจากมนุษย์มีความสัมพันธ์ต่อกันและกัน ทำงานร่วมกัน อยู่ร่วมกันในฐานะต่างๆ เมื่อต่างฝ่ายได้ทำตามหลักคำสอนทางศาสนาได้อย่างถูกต้อง จะก่อให้เกิดความไว้วางใจกันได้ระหว่างมนุษย์ด้วยกัน

3.3.6 เทคนิคต่าง ๆ ที่ประยุกต์ใช้กับทฤษฎีการให้คำปรึกษา

3.3.6.1 เทคนิคการระดมสมอง มีความหมายและหลักในการระดมสมอง

3.3.6.1.1 ความหมาย

ออสบอร์น (Gilhooly. 1982: 135 ; อ้างอิงจาก Osborn. 1953) ได้ให้ความหมายของการระดมสมองว่า เป็นวิธีที่ตั้งใจจะใช้ในการแก้ปัญหาและเพิ่มผลผลิตทางการคิด รอลินสัน (Rawlinson. 1981: 35) ได้ให้คำจำกัดความของการระดมสมองไว้ว่า การระดมสมองจะอยู่ในเทคนิคของความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ทำให้เกิดความคิด การระดมสมองต้องการการหยุดพักการตัดสินใจชั่วคราวและยอมรับความคิดแม้ว่าจะเป็นความคิดที่โง่ก็ตาม

เครือศรี วิเศษสุวรรณภูมิ (2543: 43) ได้กล่าวว่า การระดมสมองเป็นรูปแบบการจัดกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ปรึกษาหารือกันสมาชิกแต่ละคนสามารถแสดงความคิดเห็นของตนเองได้เต็มที่ จากนั้นจึงหาข้อยุติโดยการประสานความคิดทุกคนเข้าด้วยกัน

ประสาธ อิศรปรีดา (2532 ข: 12) กล่าวว่า ออสบอร์น ซึ่งเป็นผู้คิดวิธีนี้ เชื่อว่าความคิดดีๆ จำนวนมากของบุคคลจะถูกเก็บไว้และเขาจะไม่แสดงความคิดเห็นเหล่านั้นออกมา เนื่องจากกลัวผู้อื่นจะวิพากษ์วิจารณ์ ฉะนั้นกลวิธีการระดมความคิดนี้ จะไม่เริ่มด้วยการวิพากษ์วิจารณ์ ในสิ่งที่สมาชิกในกลุ่มคิดขึ้นว่าเป็นสิ่งที่ดีหรือไม่ถูกต้องหรือไม่ หากแต่จะพยายามกระตุ้นให้ทุกคนคิดให้มากที่สุดเสียก่อนแล้วจึงจะมีการประเมินและสังเคราะห์แนวความคิดเหล่านั้นในภายหลัง

ประชุม รอดประเสริฐ (2528: 295 – 296) กล่าวว่า การระดมสมอง (Brainstorming) นั้น เป็นวิธีการที่พัฒนาขึ้นโดย อเล็ก เอฟ ออสบอร์น (Alex F. Osborn) ในปี ค.ศ. 1938 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการได้มาซึ่งแนวความคิดในการแก้ปัญหาให้มากที่สุด กล่าวคือเมื่อมีปัญหาหนึ่งปัญหาใดก็จัดให้มีการช่วยกันแสดงความคิดเห็น (ใช้สมอง) เพื่อหาหนทางในการแก้ปัญหา การระดมสมองนับได้ว่าเป็นวิธีการแก้ปัญหาที่นิยมใช้กันมากที่สุด เพราะการระดมสมองแสดงถึงการแก้ปัญหาร่วมกัน และทุกคนมีความพึงพอใจต่อการแก้ปัญหานั้น การระดมสมองมีกฎที่สำคัญ 4 ประการคือ

ประการที่ 1 การแสดงความคิดเห็นจะต้องมีความเป็นกลาง กล่าวคือการวิพากษ์วิจารณ์ หรือการประเมินความคิดเห็นของผู้อื่นภายในกลุ่มจะต้องอยู่ในลักษณะที่ก่อให้เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และเป็นบรรยากาศที่ดี

ประการที่ 2 ต้องรับความคิดเห็นอันรุนแรงอย่างเสรี กล่าวคือ การแสดงความคิดเห็นที่รุนแรงย่อมนำมา ซึ่งความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ที่มักชี้เฉพาะ ซึ่งเหตุและผล อย่างชัดเจน และเป็นการช่วยเน้นถึงน้ำหนักของปัญหา

ประการที่ 3 ต้อนรับปริมาณและความหลากหลายของความคิดเห็น เพราะยังมีการแสดงออกซึ่งความคิดเห็นมากเท่าใดย่อมนำมาซึ่งวิถีทางในการแก้ปัญหาที่ดีและมีเหตุผลมากเพียงนั้น

ประการที่ 4 หาทางที่จะผสมผสานและปรับปรุงแนวความคิดเข้าด้วยกัน เพราะความคิดเห็นที่ผสมผสานแล้วย่อมเป็นความริเริ่มความคิดสร้างสรรค์ที่ดี และอาจกลายเป็นความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ใหม่

การระดมพลังสมองจะได้ผลดีที่สุด ถ้าบุคคลในกลุ่มมีจำนวนระหว่าง 5 – 7 คน จากการวิจัยพบว่า การระดมสมองโดยกลุ่มจะสามารถทำให้เกิดแนวความคิดต่างๆ ในการแก้ปัญหา มากกว่าการคิดเพียงคนเดียวร้อยละ 65 – 93 การระดมสมองอาจสั้นแค่เพียง 5 นาที หรืออาจยาวนานกว่าหนึ่งชั่วโมง หรือหนึ่งวัน แล้วแต่ลักษณะ และความยากง่ายของปัญหา อาจมีการเตรียมอุปกรณ์ต่างๆ เพิ่มเติมด้วย ทั้งนี้เพื่อให้สามารถเก็บแนวคิด หรือรายละเอียดการอภิปรายทั้งหมดต่อมา นโปเลียน (2535 : 103 – 104) กล่าวว่า อเล็กซ์ เอฟ ออสบอร์นเป็นผู้ก่อแรงบันดาลใจให้คนรู้จักใช้ความคิดในทางสร้างสรรค์ ออสบอร์นได้อธิบายวิธีการ “ระดมความคิด” ไว้ว่า “การระดมความคิด” เป็นวิธีง่าย ๆ ที่ออสบอร์นได้พัฒนาปรับปรุงให้ได้ผลเป็นอย่างดี โดยคนสองคนหรือมากกว่านั้นร่วมกันใช้จินตนาการ เพื่อให้เกิดความคิด ซึ่งแวบขึ้นจากจิตเหนือสำนึกของแต่ละคน ไปสู่จิตเหนือสำนึกของซึ่งกันและกันเพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาคับปัญหาหนึ่งโดยเฉพาะ ซึ่งเป็นปัญหาที่คนทั้งกลุ่มนี้ได้ตระหนักดีว่าคืออะไร ความคิดเห็นจะถูกเขียนลงบนกระดานอย่างฉับพลันทันที เมื่อมันมากระทบจิตของแต่ละคน และไม่ยอมให้มี การวิพากษ์วิจารณ์หรือตกลงใจ จนกว่าความคิดเห็นทั้งหลายได้เขียนลงบนกระดานหมดแล้ว หลังจากนั้นความคิดเห็นต่าง ๆ เหล่านั้นก็ถูกวิเคราะห์ ถกเถียงและตัดสินใจเพื่อกำหนดคุณค่าและแนวทางปฏิบัติต่อไปและออสบอร์น (Rickard. 1990: 95) ได้กล่าวว่า การระดมสมองนั้นเป็นวิธีการที่ง่ายมากในการรวบรวมข้อมูลต่างๆ ในการทำการศึกษาปัญหาอีกด้วย

นาคยา ภัทรแสงไทย (2527: 203) ได้อธิบายความหมายของการระดมสมองไว้ว่า การระดมสมอง (Brainstorming) เป็นเทคนิคอีกอย่างหนึ่งในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของอเล็กซ์ ออสบอร์น (Alex Osborn) เพื่อการรวบรวมทางเลือกต่างๆ โดยการให้บุคคลจตุรรายการความคิดต่างๆ ที่ผ่านเข้ามาในสมอง โดยไม่คำนึงถึงการประเมินความคิดเหล่านั้น เน้นที่ปริมาณของความคิดมากกว่าคุณภาพของความคิดเหล่านั้น หลังจากที่ได้รวบรวมความคิดต่างๆ ได้มากพอแล้วจึงจะประเมินความคิดเหล่านั้น เลือกเอาความคิดที่ดีที่สุด

3.3.6.1.2 หลักในการระดมสมอง

อารี พันธุ์ณี (2534: 89) ได้เสนอหลักในการระดมสมองไว้ดังต่อไปนี้

หลักการที่ 1 ประวิงการตัดสินใจ เมื่อบุคคลเสนอความคิดขึ้นมาจะไม่มีการวิพากษ์วิจารณ์ หรือตัดสินความคิดใดๆทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นความคิดเห็นว่าดีมีคุณภาพ หรืออาจจะมีประโยชน์น้อยก็ตาม การตัดสินใจจะยังไม่กระทำในตอนเริ่มต้นคิด

หลักการที่ 2 อีสาระทางความคิด บุคคลมีอิสระที่จะคิดหาคำตอบ หรือเสนอความคิด ความคิดยิ่งแปลกแตกต่างจากผู้อื่นยิ่งเป็นความคิดที่ดีเพราะความคิดแปลกอาจนำไปสู่ความคิดริเริ่ม

หลักการที่ 3 ปริมาณความคิด บุคคลยิ่งคิดได้มากได้เร็วยิ่งเป็นที่ต้องการส่งเสริมและกระตุ้นให้บุคคล คิดได้มากๆ

จรัญ สุวดี (2534: 57 – 59) ได้เสนอขั้นตอนการนำวิธีระดมสมองไปใช้ในการเรียนการสอนไว้ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 “ถามเด็กว่า เขาคิดว่าการระดมพลังสมองหมายความว่าอย่างไร” เด็กจะตอบอะไรก็ได้แล้วแต่เขา แต่เขาก็ไวพจน์ที่รู้ว่า “การระดมพลังสมอง” คือการระดมความคิดหรือผลิตความคิดออกมาจากสมองให้ได้มากๆ

ขั้นตอนที่ 2 อภิปรายกฎเกณฑ์อย่างสั้นๆ เขียนกฎเกณฑ์ไว้บนแผ่นกระดาษติดข้างฝาให้เด็กเห็น

ขั้นตอนที่ 3 ดกลงกับเด็กเรื่องการบันทึกความคิดว่าจะทำอย่างไร จะใช้เทปบันทึก หรือใช้คนบันทึกสักหนึ่งหรือสองคน การที่จะใช้เทปสักก็เครื่องหรือคนบันทึกก็คน ขึ้นอยู่กับขนาดของกลุ่ม บางที่อาจให้นักเรียนชั้นโตกว่าเป็นผู้บันทึกให้เด็กชั้นเล็ก ข้อสำคัญควรให้ผู้บันทึกเข้าใจว่าตัวสะกด ความสะอาดยังไม่สำคัญ ในตอนนี้ความสำคัญอยู่ที่การบันทึกได้เร็ว บางที่ใช้การวาดภาพอาจจะดีกว่าตัวหนังสือด้วยซ้ำไป

ขั้นตอนที่ 4 ครูเป็นผู้เริ่มต้นให้หัวข้อและความคิดเป็นคนแรกแล้ว กำหนดเวลาระดมพลังสมองว่ากี่นาที เวลาน้อย หรือเวลามากขึ้นอยู่กับหัวข้ออภิปราย

ขั้นตอนที่ 5 ถ้าทำในกลุ่มขนาดเล็ก (4 – 6 คน) และมีหลายกลุ่ม ผู้บันทึกหรือผู้รายงานสามารถรายงานสิ่งที่บันทึกต่อกลุ่มได้ทันที

ขั้นตอนที่ 6 ถ้าระดมสมองทั้งชั้นเรียน ครูอาจต้องเป็นคนบันทึกเอง และต้องทำงานในช่วงนี้ให้ไวที่สุด แล้วต่อไปสนับสนุนให้เด็กอีกหลายๆ คนผลัดกันมาช่วย

3.3.6.2 เทคนิคแม่แบบ

3.3.6.2.1 ความหมาย

แม่แบบหรือตัวแบบ (Models) หมายถึง สิ่งที่เป็นแบบอย่างที่ดีถือเป็นบรรทัดฐาน เป็นแบบหรือให้เห็นเพื่อเป็นแนวทางในการเปรียบเทียบและเป็นแบบอย่างในการเลียนแบบ (ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์. 2530: 61)

3.3.6.2.2 ความหมายของการใช้เทคนิคแม่แบบ (Modeling Technique)

การใช้เทคนิคแม่แบบ เป็นกลวิธีในการสร้างหรือสอนพฤติกรรมใหม่วิธีหนึ่ง โดยผู้สังเกตหรือผู้ที่ประสงค์จะเลียนแบบสังเกตพฤติกรรมจากตัวแบบที่ผู้สังเกตหรือผู้ที่ประสงค์จะเลียนแบบสนใจ (Bandura. 1963: 99 – 108) การเรียนรู้ของเด็กส่วนใหญ่เกิดจากการทำตามผู้อื่น ดังนั้นเด็กจะเรียนรู้จากแม่แบบโดยแม่แบบจะทำหน้าที่เป็นสิ่งเร้าและเป็นสื่อกลางให้ผู้เรียนสังเกต

และเลียนแบบพฤติกรรมที่เป็นเป้าหมาย ซึ่งกระบวนการเรียนรู้โดยการสังเกตเป็นวิธีการเรียนรู้แบบพื้นฐานที่ให้ประโยชน์กว้างขวางและมีข้อดีอยู่หลายประการ คือช่วยให้ผู้เรียนเรียนรู้โมทัศน์ที่ซับซ้อนหรือยาก ๆ ได้ดีและรวดเร็ว (Patterson. 1974 :138 – 139)

3.3.6.2.3 ประเภทของเทคนิคแม่แบบ

แบนดูรา (Bandura. 1977: 40 – 51) แบ่งแม่แบบไว้ 2 ชนิด คือ แม่แบบที่มีชีวิต และแม่แบบที่เป็นสัญลักษณ์ โดยเสนอแม่แบบได้ 2 วิธี คือ

วิธีที่ 1 การเสนอแม่แบบที่มีชีวิต (Live Model) การเสนอแม่แบบวิธีนี้ เป็นการให้ผู้สังเกตได้เห็นแม่แบบในสภาพการณ์จริง ซึ่งมีข้อดีคือ แม่แบบสามารถเพิ่มเติมหรือปรับปรุง พฤติกรรมเพื่อให้การแสดงพฤติกรรมชัดเจน หรือเหมาะสมกับสภาพการณ์มากขึ้นการเสนอแม่แบบวิธีนี้ช่วยให้ผู้สังเกตเกิดความสนใจในแม่แบบและลอกเลียนแบบพฤติกรรมของแม่แบบได้ดีกว่าการเสนอแม่แบบวิธีอื่น (Bandura. 1969: 178 – 186) แต่การเสนอแม่แบบวิธีนี้ต้องระมัดระวังเรื่องการควบคุมพฤติกรรม เพราะอาจมีเหตุการณ์ที่ไม่ได้คาดไว้ล่วงหน้าเกิดขึ้นทำให้แม่แบบไม่ได้รับพฤติกรรมที่พึงพอใจตามที่ควรจะได้รับ

วิธีที่ 2 การเสนอแม่แบบในรูปสัญลักษณ์ (Symbolic Model) การเสนอแม่แบบลักษณะนี้ได้แก่ การเสนอแม่แบบจากภาพยนตร์ เทปบันทึกภาพ สไลด์ หนังสือ หุ่นกระบอก หรือการ์ตูน ฯลฯ ซึ่งเตรียมเรื่องราวของแม่แบบไว้เรียบร้อยแล้วทำให้มีผลดีในการที่จะเน้นจุดสำคัญของการแสดง และสามารถควบคุมพฤติกรรมและผลกระทบของแม่แบบได้ ทั้งยังเก็บไว้ใช้ในการให้ตัวแบบครั้งต่อไปได้ และใช้ได้ทั้งบุคคลเดียวหรือกลุ่มบุคคลได้

3.3.6.2.4 หลักในการดำเนินการใช้ตัวแบบ

สมโภชน์ เอี่ยมสุภาษิต (2528: 408) กล่าวถึง หลักการที่ใช้ตัวแบบในการเสริมสร้างพฤติกรรมให้มีประสิทธิภาพ ดังนี้

หลักการที่ 1 ต้องกำหนดพฤติกรรมที่ต้องการจะให้ตัวแบบแสดงเพื่อให้บุคคลสังเกตและลอกเลียนแบบให้ชัดเจน

หลักการที่ 2 ความชัดเจนของพฤติกรรมนั้นจะต้องหมายถึง การสังเกตเห็นได้ วัดได้ โดยใช้คนตั้งแต่ 2 คน สามารถสังเกตและวัดได้ตรงกัน

หลักการที่ 3 จะต้องแน่ใจได้ว่าพฤติกรรมที่ตัวแบบแสดงนั้น อยู่ภายในระดับความสามารถของเด็ก มิฉะนั้นจะก่อให้เกิดความคับข้องใจในการเรียนรู้

หลักการที่ 4 จะต้องแน่ใจว่า พฤติกรรมที่จะให้บุคคลเลียนแบบนั้น สามารถแยกออกเป็นพฤติกรรมย่อย ๆ ได้ แล้วให้ตัวแบบปฏิบัติตามทีละพฤติกรรมพร้อมทั้งแสดงพฤติกรรมนั้นประกอบด้วย ซึ่งการทำเช่นนี้จะทำให้การลอกเลียนแบบเกิดขึ้นได้ง่าย

หลักการที่ 5 จะต้องแน่ใจว่าผู้สังเกตตั้งใจสังเกตพฤติกรรมของตัวแบบอย่างแท้จริง (มอง หรือ ฟัง) อาจใช้สัญญาณที่เป็นคำพูดแก่ผู้สังเกตก่อน เพื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจ

หลักการที่ 6 จะต้องแน่ใจว่าพฤติกรรมที่ตัวแบบแสดงออกนั้นชัดเจน และกระทำอย่างสม่ำเสมอ

หลักการที่ 7 เมื่อผู้สังเกตเลียนแบบพฤติกรรมของตัวแบบถูกต้องแล้ว หรือใกล้เคียงแล้วผู้เลียนแบบจะต้องได้รับการเสริมแรงทันที

หลักการที่ 8 การเสริมแรงที่ให้กับผู้เลียนแบบหรือผู้สังเกตนั้นจะต้องใช้ตัวเสริมแรงที่มีประสิทธิภาพ

หลักการที่ 9 ผู้ดำเนินโปรแกรมจะต้องไม่ควบคุมความสนใจของผู้สังเกตตัวแบบด้วยวิธีที่รุนแรง เช่น ดี หรือ ดุด่า เป็นต้น

หลักการที่ 10 ควรมีการรวบรวมข้อมูลที่แสดงถึงความก้าวหน้าของผู้สังเกตด้วย เพราะจะทำให้ผู้สังเกตรู้ว่าตนเองก้าวหน้าจริง

หลักการที่ 11 ในกรณีที่ผู้สังเกตไม่สามารถเลียนแบบพฤติกรรมของตัวแบบได้อาจใช้การชี้แนะช่วยด้วย เพราะจะทำให้เรียนรู้ได้เร็วขึ้น

หลักการที่ 12 ในการเสนอตัวแบบนั้น เมื่อตัวแบบแสดงพฤติกรรม ควรมีการเสริมแรงแก่ตัวแบบด้วย เพื่อเป็นการจูงใจให้ผู้สังเกตอยากเลียนแบบมากขึ้น

หลักการที่ 13 ควรเลือกตัวแบบที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับผู้สังเกต พร้อมทั้งให้มีความเด่นตลอดจนสามารถแสดงพฤติกรรมที่จะให้ลอกเลียนแบบได้อย่างคล่องแคล่วด้วย

แบลคแมน และ ซิลเบอร์แมน (Blackman; & Silberman. 1975: 55 – 56) เสนอแนะเกณฑ์ที่สำคัญเพื่อจะนำข้อค้นพบเหล่านี้มาประยุกต์ใช้ 4 ประการ คือ

ประการที่ 1 กำหนดพฤติกรรมที่ต้องการให้เกิดแก่ผู้เรียน

ประการที่ 2 แม่แบบที่เหมาะสมแสดงตัวอย่างพฤติกรรมนั้นให้ผู้เรียนเห็น

ประการที่ 3 ให้การเสริมแรงแก่แม่แบบเมื่อแสดงพฤติกรรมที่ต้องการ

ประการที่ 4 ให้การเสริมแรงแก่ผู้เรียนเมื่อแสดงพฤติกรรมที่ต้องการตามอย่างแม่แบบ

วัชร ทรัพย์มี (2525: 212 – 213) ได้ให้ข้อสรุปเกี่ยวกับกลวิธีเรียนรู้จากแม่แบบไว้ดังนี้ คือ

ข้อสรุปที่ 1 ให้ผู้รับบริการเรียนรู้พฤติกรรมใหม่จากการสังเกตพฤติกรรมของแม่แบบจะช่วยให้ผู้รับบริการเรียนรู้ทักษะในการก่อให้เกิดพฤติกรรมใหม่

ข้อสรุปที่ 2 ผู้รับบริการอาจจะรับรู้มาก่อนแล้วถึงวิธีการที่แนะนำมาสู่พฤติกรรมที่พึงปรารถนาแต่ยังไม่ได้ทำ หรือคาดว่าจะทำไม่ได้ การสังเกตพฤติกรรมแม่แบบจะช่วยกระตุ้นให้ผู้บริการแสดงพฤติกรรมที่เรียนรู้แล้ว

ข้อสรุปที่ 3 แม่แบบจะต้องมีลักษณะที่น่าสนใจ เพื่อเป็นแรงจูงใจหรือส่งเสริมให้ผู้รับบริการเลียนแบบ

ข้อสรุปที่ 4 หลังจากผู้รับบริการสังเกตพฤติกรรมของแม่แบบแล้ว ผู้รับบริการจะจดจำ พฤติกรรมแม่แบบไว้ในความทรงจำ เพื่อนำไปแสดงในอนาคต

ข้อสรุปที่ 5 หลังจากผู้รับบริการสังเกตพฤติกรรมของแม่แบบแล้ว ให้โอกาสผู้รับบริการฝึกฝนพฤติกรรมนั้น และผู้ควบคุมจะต้องเป็นผู้ให้ผลย้อนกลับ และการฝึกนั้นอาจจะทำในสถานการณ์สมมุติก่อน

3.3.6.2.5 วิธีการให้แม่แบบหรือตัวแบบ

ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์ (2530: 61 – 62) กล่าวถึง วิธีการให้ตัวแบบ โดยเสนอตัวแบบที่มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ เพื่อให้ผู้สังเกตหรือผู้ประสงค์จะเลียนแบบจากตัวแบบนั้นสังเกตพฤติกรรม ตลอดทั้งกิจกรรมต่าง ๆ ของตัวแบบ ผลจากการสังเกตจะทำให้บุคคลนั้นเลียนแบบพฤติกรรมของตัวแบบ หรือเกิดพฤติกรรมใหม่ ๆ ที่พึงประสงค์วิธีการให้ตัวแบบอย่างมีประสิทธิภาพ จะต้องพิจารณาองค์ประกอบต่อไปนี้

องค์ประกอบที่ 1 การคัดเลือกตัวแบบ

1.1 ตัวแบบจะต้องมีชื่อเสียง มีความน่าเชื่อถือและเป็นตัวแบบที่ได้รับการคัดเลือกแล้วว่าเป็นตัวอย่างที่ดี เหมาะสม และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ซึ่งจะทำให้ผู้เลียนแบบมั่นใจที่จะเลียนแบบจากตัวแบบนั้นมากยิ่งขึ้น

1.2 ตัวแบบและผู้เลียนแบบหรือผู้สังเกต ควรจะมีความคล้ายคลึงกันมีคุณลักษณะหรือคุณสมบัติร่วมกัน ซึ่งจะช่วยให้ดึงดูดความสนใจของผู้สังเกต และจะช่วยให้ประสิทธิภาพของการเลียนแบบสูงขึ้น เช่น อยู่ในวัยเดียวกัน เป็นเพื่อนกัน ฯลฯ

1.3 ลักษณะของกิจกรรมที่เลียนแบบ ควรจะเป็นกิจกรรมที่ไม่สลับซับซ้อน เพราะการเลียนแบบจะเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ดึงดูดความสนใจของผู้สังเกตหรือผู้เลียนแบบและจะทำให้เลียนแบบได้ง่ายขึ้น

องค์ประกอบที่ 2 วิธีการให้ตัวแบบ

2.1 ควรจะเสนอตัวแบบควบคู่กับการเสริมแรง โดยจะต้องให้แรงเสริมแก่ ตัวแบบและให้แรงเสริมแก่ผู้สังเกตหรือผู้เลียนแบบ เพื่อสามารถแสดงพฤติกรรมที่พึงประสงค์ได้เช่นเดียวกับตัวแบบหรือแสดงพฤติกรรมใหม่ ๆ ได้อย่างเหมาะสม

2.2 ควรจะเสนอตัวแบบควบคู่กับสิ่งเร้าที่จำแนกความแตกต่าง โดยสิ่งเร้าที่จำแนกความแตกต่างนี้จะทำหน้าที่เป็นสัญญาณบอกให้อินทรีย์รู้ว่า ถ้าแสดงพฤติกรรมที่พึงประสงค์แล้วจะได้รับการเสริมแรงซึ่งจะช่วยให้การเลียนแบบเกิดขึ้นอย่างคงทนและมีประสิทธิภาพ

2.3 ควรจะเสนอตัวแบบควบคู่กับสิ่งเร้าที่จำแนกความแตกต่าง การเสริมแรงทางบวก และการให้ข้อมูลย้อนกลับที่ถูกต้อง (Corrective Feedback)

ลักษณะของตัวแบบ ลักษณะของผู้สังเกต และผลกรรมที่เกิดขึ้นกับตัวแบบมีอิทธิพลต่อการเลียนแบบ

แบนดูรา กล่าวถึง ลักษณะตัวแบบที่ดึงดูดความสนใจของผู้สังเกต ดังนี้ (ปรีชา วิหคโต. 2533: 668; อ้างอิงจาก Bandura. 1986: 51 – 70)

ลักษณะที่ 1 ความเด่นชัดของตัวแบบ ตัวแบบใดที่มีลักษณะแปลก เด่น ชัดเจน จะดึงดูด ความสนใจได้มากกว่าตัวแบบที่มีลักษณะพื้น ๆ หรือ ธรรมดา

ลักษณะที่ 2 ความรู้สึกชอบของผู้สังเกตที่มีต่อตัวแบบ ผู้สังเกตจะใส่ใจต่อตัวแบบที่รู้สึกชอบมากกว่าตัวแบบที่ผู้สังเกตไม่ชอบ ดังนั้น บิดา มารดา ครู เพื่อนสนิท ผู้ที่มีความรู้ความชำนาญ ผู้มีชื่อเสียง ดารา ผู้มีอำนาจหรือผู้ที่เป็นที่นิยมในสังคมจะดึงดูดความสนใจได้มาก

ลักษณะที่ 3 ความซับซ้อนของพฤติกรรม ตัวแบบที่แสดงพฤติกรรม ซับซ้อนมาก จะทำให้ผู้สังเกตใส่ใจน้อยกว่าตัวแบบที่แสดงพฤติกรรมซับซ้อนน้อย ดังนั้นการเสนอตัวแบบจึงต้องไม่ซับซ้อนจนเกินไป และแสดงอย่างเป็นขั้นตอนตามลำดับจึงดึงดูดความสนใจได้สูง

ลักษณะที่ 4 จำนวนตัวแบบ จำนวนตัวแบบหลายคนแสดงตัวแบบหลากหลาย จะเรียกความสนใจได้สูง

ลักษณะที่ 5 ประโยชน์ต่อผู้สังเกต ตัวแบบที่แสดงพฤติกรรมที่เป็นประโยชน์ หรือมีคุณค่าต่อผู้สังเกต จะเรียกความสนใจได้สูง ได้แก่ ตัวแบบที่แสดงพฤติกรรมแล้วเกิดพฤติกรรมทางบวกตามธรรมชาติของผู้สังเกต ผู้สังเกตจะเลียนแบบพฤติกรรมนั้น และจะหลีกเลี่ยงไม่เลียนแบบเมื่อเห็นว่าเกิดพฤติกรรมทางลบ

3.3.6.2.6 อิทธิพลของแม่แบบที่มีต่อผู้สังเกต

แบนดูรา (Bandura. 1977: 41 – 45) ให้ข้อสรุปเกี่ยวกับอิทธิพลของแม่แบบที่มีต่อผู้สังเกตดังนี้ คือ

1. การสร้างพฤติกรรมใหม่ เมื่อผู้สังเกตได้เห็นการกระทำของแม่แบบ ซึ่งไม่เคยพบเห็นมาก่อน ผู้สังเกตจะรวบรวมรูปแบบของการกระทำใหม่นี้ในรูปของสัญลักษณ์ และถ่ายทอดออกมาเป็นพฤติกรรมใหม่
2. การสร้างกฎเกณฑ์หรือหลักการใหม่ จะเกิดขึ้นในสภาพการณ์ที่ผู้สังเกตเห็นการกระทำของแม่แบบในลักษณะต่าง ๆ เช่น การตัดสินใจ รูปแบบทางภาษา เป็นต้น จากนั้นผู้สังเกตจะทดสอบการกระทำตามแม่แบบภายใต้สภาพการณ์ต่าง ๆ และถ้าการตอบสนองส่งผลทางบวก ผู้สังเกตก็จะรวบรวมรูปแบบ ลักษณะของแม่แบบในรูปต่างๆ แล้วนำมาสร้างเป็นกฎเกณฑ์หรือหลักการใหม่
3. การสอนความคิดและพฤติกรรมสร้างสรรค์ แม่แบบจะช่วยสนับสนุนการพัฒนาเชิงสร้างสรรค์ เพราะเมื่อมนุษย์เห็นแม่แบบกระทำพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่ง

ก็อาจใช้ประสบการณ์ต่าง ๆ ที่มีอยู่ประกอบการกระทำของแม่แบบมาพัฒนาเป็นความคิดหรือพฤติกรรมใหม่ขึ้นมา อย่างไรก็ตามยังมีข้อจำกัดสำหรับแม่แบบเชิงสร้างสรรค์ ถ้ามีประสิทธิภาพไม่เพียงพอหรือผู้สังเกตมีทักษะจำกัด พฤติกรรมสร้างสรรค์จะไม่มีอิทธิพลเพียงพอที่จะให้ผู้สังเกตกระทำตาม

4. การยับยั้งการกระทำและการลดความหวั่นเกรงที่จะกระทำ การที่ได้เห็นแม่แบบถูกลงโทษ ผู้สังเกตมีแนวโน้มที่จะไม่กระทำตามแม่แบบนั้น แต่ในทางตรงกันข้ามถ้าได้เห็นแม่แบบทำพฤติกรรมที่ไม่ถูกต้องและถูกห้ามปราม แล้วไม่มีผลกระทบใด ๆ ตามมา ผู้สังเกตก็มีแนวโน้มที่จะกระทำตามแบบ

5. การส่งเสริมการกระทำ แม่แบบจะมีอิทธิพลต่อการส่งเสริมการกระทำทั้งที่เป็นทางบวกและทางลบ ถ้าผู้สังเกตได้เห็นแม่แบบแสดงพฤติกรรมหนึ่งและได้รับรางวัลผู้สังเกตมีแนวโน้มที่จะกระทำตามมากขึ้น ในทำนองเดียวกันถ้าผู้สังเกตได้เห็นแม่แบบที่แสดงความก้าวร้าวและได้รับการยกย่องว่าเป็นสิ่งที่ดี ผู้สังเกตมีแนวโน้มที่จะกระทำตามมากขึ้น เช่นกัน ดังนั้นการเสนอแม่แบบในสังคมจำเป็นต้องมีความระมัดระวังอย่างยิ่ง เพราะอาจจะมีผลต่อการเพิ่มพฤติกรรมทางลบได้

6. ทางด้านอารมณ์ แม่แบบนอกจากจะส่งผลต่อการกระทำตามแม่แบบแล้วยังมีผลต่ออารมณ์ของผู้สังเกตให้รุนแรงเพิ่มขึ้นอีกและกระตุ้นให้เกิดอารมณ์คล้ายตามไปด้วย

7. การเอื้ออำนวยให้เกิดการกระทำตามแม่แบบ การกระทำใดที่คนให้คุณค่าและมีความชื่นชอบอยู่เสมอ การกระทำนั้นของแม่แบบจะทำให้ผู้สังเกตกระทำได้โดยเร็วและกระทำตามได้ง่าย นอกจากนี้เมื่อคนสามารถกระทำตามแม่แบบได้เร็วจะทำให้เกิดการแผ่ขยายจากสังคมหนึ่งไปสู่สังคมหนึ่งได้โดยเร็วด้วย ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการมีแม่แบบนอกจากจะทำให้ผู้สังเกตมีความเปลี่ยนแปลงภายในตนเองแล้ว ยังทำให้สังคมนั้น ๆ มีการเปลี่ยนแปลงด้วย

เมื่อพิจารณาอิทธิพลของแม่แบบที่มีต่อผู้สังเกต จึงสรุปได้ว่า เมื่อสังเกตการกระทำของแม่แบบแล้ว ผู้สังเกตจะรวบรวมรูปแบบเป็นสัญลักษณ์ จากนั้นจะนำมาสร้างหลักการ กฎเกณฑ์ หรือพฤติกรรมใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของตัวเอง นอกจากนั้นแม่แบบยังช่วยสนับสนุนการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ การส่งเสริมการกระทำ การยับยั้งการกระทำและส่งผลต่ออารมณ์ ทำให้ผู้สังเกตมีการเปลี่ยนแปลงภายในตนเอง อันจะส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมอีกด้วย

3.3.6.2.7 ข้อดีและข้อจำกัดของวิธีการให้ตัวแบบ

ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์ (2530: 69) กล่าวถึงข้อดี และข้อจำกัดของวิธีการให้ตัวแบบ ดังนี้

ประการที่ 1 ข้อดีของวิธีการให้ตัวแบบ

1.1 จะทำให้ความถี่ของพฤติกรรมเป้าหมาย หรือพฤติกรรมที่พึงประสงค์ค่อย ๆ เกิดขึ้น และค่อย ๆ มีความถี่สูงขึ้นและจะคงทนถาวรยิ่งขึ้น เมื่อให้การเสริมแรงแก่อินทรีย์หลังจากที่อินทรีย์สามารถเลียนแบบ หรือแสดงพฤติกรรมที่พึงประสงค์เช่นเดียวกับตัวแบบ หรือเกิดพฤติกรรมใหม่ ๆ ได้อย่างเหมาะสม

1.2 จะทำให้ผู้สังเกตหรือผู้เลียนแบบเกิดพฤติกรรมใหม่ที่ไม่เคยทำมาก่อน

1.3 จะช่วยเพิ่มพฤติกรรมที่พึงประสงค์หรือระงับพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของผู้สังเกตหรือผู้เลียนแบบ

1.4 ช่วยเอื้ออำนวยให้พฤติกรรมของผู้สังเกตหรือผู้เลียนแบบที่เคยเรียนรู้มาก่อนแล้วมีแนวโน้มที่จะแสดงออกมา

ประการที่ 2 ข้อจำกัดของวิธีการให้ตัวแบบ

2.1 การให้ตัวแบบอย่างเดียวในการสร้างหรือสอนพฤติกรรมใหม่ อาจทำให้พฤติกรรมใหม่ที่พึงประสงค์เกิดได้ช้า ด้วยเหตุนี้ควรให้ตัวแบบควบคู่กับการเสริมแรงทางบวกการให้ข้อมูลย้อนกลับและสิ่งเร้าที่จำแนกความแตกต่าง เพื่อให้พฤติกรรมที่พึงประสงค์ที่ต้องการจะสร้างหรือสอนนั้นเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว

2.2 ผู้คัดเลือกตัวแบบตลอดทั้งกิจกรรมที่จะให้เลียนแบบต้องตระหนักถึงความสำคัญของตัวแบบและกิจกรรม มิฉะนั้นจะทำให้เสียเวลาในการทดลองโดยไร้ประโยชน์

3.3.6.2.8 การสร้างแม่แบบเพื่อการเลียนแบบ

การเลียนแบบของเด็กเป็นการเริ่มต้นของพัฒนาการทางบุคลิกภาพ ตัวแบบต่าง ๆ ที่เด็กได้มาจะประกอบกันเข้าเป็นบุคคล หรือตัวของเขาเองในอนาคตถ้าเด็กโชคดีได้รับตัวแบบที่ดีมาก่อน แต่ถ้ารับสิ่งที่ไม่ดีหรือตัวแบบไม่ดีที่น่าสนใจมากกว่าก็จะทำตามสิ่งนั้น ดังนั้น ตัวแบบที่ปล่อยผ่านมาสู่เด็กควรจะเป็นแบบที่ดี ซึ่งตัวแบบที่ดีจะมีอิทธิพลที่จะสร้างบุคลิกภาพที่ดีให้แก่เด็กต่อไป (สวนา พรพัทธกุล. 2525: 2 – 7)

ตัวแบบอาจสร้างขึ้นได้โดยใช้คำพูด การเขียน การแสดงด้วยภาพหรืออาจใช้ร่วมกันทั้งภาษาและภาพ การแสดงด้วยภาพอาจสร้างตัวแบบในลักษณะของภาพยนตร์ โทรทัศน์และโสตทัศนวัสดุอื่น ๆ โสตทัศนวัสดุเหล่านี้จะเป็นสื่อที่สำคัญในการช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง และจะเป็นประสบการณ์ที่ช่วยให้เด็กเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในทางที่ต้องการ (Bandura; & Walter. 1963 : 47 – 49)

ในปัจจุบันสื่อมวลชนประเภทโสตทัศนียภาพมีอิทธิพลต่อรูปแบบของพฤติกรรมทางสังคมของมนุษย์มาก เพราะชีวิตมนุษย์ต้องเกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลา และการสื่อสารโดยทางคำพูดมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลน้อยกว่าการสื่อสารโดยใช้โสตทัศนูปกรณ์โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านการศึกษา หรือการฝึกอบรมต่าง ๆ เทปโทรทัศน์เป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดสิ่งต่าง ๆ ให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

3.3.6.3 เทคนิคการให้คำปรึกษากลุ่ม

3.3.6.3.1 ความหมาย

การให้คำปรึกษากลุ่มมีความแตกต่างจากการให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคล โดยมีนักจิตวิทยาหลายท่านให้ความหมายไว้ต่าง ๆ ดังนี้

กอว์ริยส์ และ บราวน์ (Gawrys; & Brown. 1970: 21) กล่าวว่า การให้คำปรึกษากลุ่ม หมายถึง การสร้างกระบวนการเพื่อให้เกิดบรรยากาศที่อบอุ่น มีการยอมรับ และเปิดโอกาสให้สมาชิกภายในกลุ่มได้ทดสอบ ตรวจสอบ และเลือกวิธีการแก้ปัญหาที่ดีที่สุดสำหรับสมาชิกทุกคนในกลุ่ม จุดประสงค์ของกลุ่มกำหนดขึ้นจากสมาชิกในกลุ่ม โดยมีจุดสนใจและปัญหาร่วมกัน

มาห์เลอร์ (Mahler. 1969: 9 – 10) กล่าวว่า การให้คำปรึกษากลุ่ม หมายถึง วิธีการที่เน้นความสัมพันธ์ของสมาชิกที่มีต่อกันตลอดเวลา สมาชิกในกลุ่มจะทำงานร่วมกันกับผู้ให้คำปรึกษาที่ได้รับการฝึกฝนแล้ว โดยจะร่วมกันสำรวจปัญหาและความรู้สึกของกันและกันแล้ว สมาชิกทุกคนหาทางแก้ไขปรับปรุงเพื่อพัฒนาตนเอง

เชอร์ทเซอร์ และ สโตน (Shertzer; & Stone. 1968: 448 – 449) กล่าวว่า การให้คำปรึกษากลุ่ม หมายถึง การที่บุคคลมีความต้องการตรงกันที่จะปรับปรุงตนเองหรือแก้ปัญหา ร่วมกัน ด้วยการปรึกษาหารือร่วมกันเป็นกลุ่ม โดยมีผู้ให้คำปรึกษาร่วมอยู่ด้วย เน้นกลุ่มเป็นศูนย์กลาง สมาชิกในกลุ่มมีโอกาสแสดงความคิด ความรู้สึก และยังได้รับความคิด ความรู้สึกของผู้อื่น และได้ตระหนักว่าผู้อื่นมีปัญหาเช่นเดียวกัน การให้คำปรึกษากลุ่มทำให้สมาชิกแต่ละคนเกิดความรู้สึกภูมิใจว่าตนเองสามารถให้ข้อคิดอันเป็นประโยชน์แก่กลุ่มได้

เคลแมน (Kelman. 1963: 399 – 432) กล่าวว่า การให้คำปรึกษากลุ่ม หมายถึง วิธีการที่ทำให้ผู้รับคำปรึกษาไม่รู้สึกโดดเดี่ยว ได้รู้จักตนเอง รู้จักปรับตัวและพัฒนาตนเอง กล้าแสดงความรู้สึกที่แท้จริง เกิดความรู้สึกผิดชอบในตนเอง แก้ปัญหาด้วยตนเอง เป็นการฝึกทักษะในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งเจตคติและพฤติกรรมของตนเอง และสามารถนำทักษะที่ได้จากกลุ่มไปปรับปรุงตนเอง

ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์ (2534: 180) กล่าวว่า การให้คำปรึกษากลุ่ม หมายถึง กระบวนการของกลุ่มบุคคลที่มีปัญหา หรือความต้องการคล้าย ๆ กัน มาปรึกษาหารือ ร่วมกัน โดยมีผู้ให้คำปรึกษาซึ่งมีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ทางการให้คำปรึกษาร่วมให้ความช่วยเหลือหรือร่วมให้คำปรึกษา

คมเพชร จิตรศุภกุล (2521: 90) กล่าวว่า การให้คำปรึกษากลุ่มต่างจากการให้คำปรึกษารายบุคคล คือ สมาชิกทุกคนมีหน้าที่มาช่วยกันแก้ปัญหาภายในกลุ่ม อีกทั้งการให้คำปรึกษากลุ่มเหมาะสมสำหรับสมาชิกที่ปกติเท่านั้น

จากการให้ความหมายของผู้ทรงคุณวุฒิทั้งในต่างประเทศ และในประเทศที่ได้ให้ความหมายของการให้คำปรึกษากลุ่มไว้ พอสรุปได้ว่า การให้คำปรึกษากลุ่ม หมายถึง กระบวนการช่วยเหลือบุคคลเป็นกลุ่ม โดยเข้าร่วมกลุ่มด้วยความสมัครใจ และมีปัญหาคล้ายคลึงกัน มีการปรึกษาหารือร่วมกัน โดยมีผู้ให้คำปรึกษาที่มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ทางการให้คำปรึกษาร่วมให้ข้อเสนอแนะแนวทางในการแก้ปัญหา และเป็นผู้เอื้ออำนวยให้บรรยากาศของกลุ่มมีความอบอุ่นปลอดภัย เป็นกันเอง และไว้วางใจได้

3.3.6.3.2 จุดมุ่งหมายของการให้คำปรึกษากลุ่ม

คอเรีย (Corey. 1985: 7) กล่าวถึงจุดมุ่งหมายของการให้คำปรึกษากลุ่มดังนี้

1. เพื่อเรียนรู้ในการให้ความไว้วางใจต่อตนเองและผู้อื่น
2. เพื่อให้รู้จักตนเองได้ดียิ่งขึ้นและพัฒนาเอกลักษณ์ของตนเอง
3. เพื่อทราบถึงความต้องการและปัญหาของสมาชิกอื่นๆ ที่คล้ายคลึงกัน
4. เพื่อเพิ่มพูนการยอมรับตนเอง ความเชื่อมั่นในตนเอง การเคารพตนเองในการที่จะพัฒนาตนเองและการแก้ไขความขัดแย้งที่เกิดขึ้น
5. เพื่อค้นหาทางเลือกต่างๆที่จะจัดการกับปัญหา เพื่อให้เกิดการพัฒนาตนเองและการแก้ไขความขัดแย้งที่เกิดขึ้น
6. เพื่อเพิ่มพูนความสามารถในการนำตนเอง ความเป็นตัวของตัวเองและความรับผิดชอบที่มีต่อตนเอง และผู้อื่น
7. เพื่อเพิ่มการตระหนักรู้ในการเลือกสิ่งต่างๆของตนเองและสามารถเลือกได้อย่างฉลาด
8. เพื่อการวางแผนอย่างเฉพาะเจาะจงที่จะลงมือปฏิบัติในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบางอย่างให้เหมาะสม และกำหนดข้อตกลงกับตนเองที่จะดำเนินการตามแผนนั้นๆ ให้บรรลุวัตถุประสงค์
9. เพื่อเรียนรู้ทักษะในการเข้าสังคมให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
10. เพื่อพัฒนาความไวในการเรียนรู้ต่อความต้องการและความรู้สึกของผู้อื่นได้มากยิ่งขึ้น
11. เพื่อเรียนรู้ที่จะเผชิญหน้ากับผู้อื่นด้วยความเอาใจใส่ ความสนใจ ความบริสุทธิ์ใจ และความตรงไปตรงมา

12. เพื่อหลีกเลี่ยงจากการกระทำตามความคาดหวังของผู้อื่น และเรียนรู้ที่จะดำเนินชีวิตอยู่โดยการปฏิบัติตามความคาดหวังของตนเองมากยิ่งขึ้น

13. เพื่อสร้างความชัดเจนในค่านิยมของตนเอง และสามารถตัดสินใจได้ว่าค่านิยมนั้นๆเหมาะสมกับตนเองอย่างไร

เคลแมน (Kelman. 1963: 399 – 432) กล่าวถึง จุดมุ่งหมายของการให้คำปรึกษากลุ่ม ดังนี้

1. ทำให้บุคคลไม่รู้สึกโดดเดี่ยว
2. ทำให้บุคคลรู้จักตนเองและยอมรับตนเอง
3. ช่วยให้ผู้บุคคลรู้จักปรับตัวและพัฒนาตนเอง
4. ทำให้เป็นตัวของตัวเองและกล้าแสดงความรู้สึกรู้สึกที่แท้จริง
5. ทำให้เกิดความรับผิดชอบในตนเองและแก้ปัญหาของตนเอง
6. เป็นการฝึกทักษะในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น
7. ช่วยให้ผู้บุคคลเปลี่ยนเจตคติ และพฤติกรรม และนำทักษะ และ

แนวคิดที่ได้จากกลุ่มไปปรับปรุงตนเองในชีวิตประจำวัน

ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์ (2529: 180) กล่าวถึง จุดมุ่งหมายของการให้คำปรึกษากลุ่มไว้ ดังนี้

1. เพื่อช่วยให้สมาชิกแต่ละคนในกลุ่มรู้จักและเข้าใจตนเอง
2. เพื่อช่วยให้สมาชิกได้พัฒนาการยอมรับตนเอง และรู้สึกว่าคุณค่า

มีคุณค่า

3. เพื่อช่วยให้สมาชิกแต่ละคนได้พัฒนาวิธีการต่างๆที่จะช่วยให้งานตามขั้นพัฒนาการของตนเป็นไปอย่างเหมาะสม

4. เพื่อช่วยให้สมาชิกแต่ละคนพัฒนาแนวทางการแก้ปัญหาของตนเอง และสามารถตัดสินใจแก้ปัญหาที่ประสบได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. เพื่อให้สมาชิกแต่ละคนพัฒนาความเข้าใจเกี่ยวกับความต้องการและความรู้สึกของบุคคลอื่น ตระหนักถึงบทบาทและความรับผิดชอบของตนเองในการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น และเรียนรู้ที่จะมีปฏิสัมพันธ์กับสมาชิกภายในกลุ่ม

6. เพื่อส่งเสริมการสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างมวลสมาชิกให้มีความรักความสามัคคีกัน

จากเอกสารข้างต้นจึงสรุปได้ว่า จุดมุ่งหมายของการให้คำปรึกษากลุ่ม คือ เพื่อให้บุคคลรู้จักตนเองและยอมรับตนเองเป็นตัวของตัวเองและกล้าแสดงความรู้สึกที่แท้จริง สามารถสร้างสัมพันธ์กับผู้อื่น พัฒนาความไวในการเรียนรู้ต่อความต้องการของผู้อื่นมากขึ้น เรียนรู้ที่จะมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นด้วยความใส่ใจ สนใจ บริสุทธิ์ใจ และตรงไปตรงมา เพื่อช่วยให้สมาชิกแต่ละคนพัฒนาแนวทางการแก้ปัญหาของตนเอง และสามารถตัดสินใจแก้ปัญหาที่ประสบได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.3.6.3.3 ประโยชน์และคุณค่าของการให้คำปรึกษากลุ่ม

แกซดา (Gazda. 1967: 306 – 307) ได้กล่าวถึงประโยชน์และคุณค่าของการให้คำปรึกษากลุ่ม ดังนี้

1. สมาชิกในกลุ่มได้พบว่าสมาชิกในกลุ่มคนอื่นๆก็มีปัญหาเช่นเดียวกับเขา
2. การยอมรับการสนับสนุนจากสมาชิกภายในกลุ่มจะกระตุ้นให้สมาชิกในกลุ่มยอมรับที่จะเผชิญกับปัญหาของเขา
3. สมาชิกมีโอกาที่จะเรียนรู้วิธีการแก้ปัญหาของสมาชิกคนอื่นด้วยการสังเกต
4. สมาชิกแสดงพฤติกรรม และความรู้สึกของตนตลอดจนเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของได้จากการที่ตระหนักถึงความปลอดภัย ความไว้วางใจสมาชิกคนอื่นภายในกลุ่ม
5. สมาชิกเรียนรู้ที่จะมีการให้และรับความช่วยเหลือตามบทบาทของตนภายในกลุ่ม
6. การให้การปรึกษากลุ่ม มักจะทำให้สมาชิกในกลุ่มต้องการที่จะได้รับความช่วยเหลือเป็นรายบุคคล
7. บรรยากาศแห่งความเป็นกันเองในกลุ่ม ทำให้สมาชิกเกิดความรู้สึกว่าเป็นครอบครัวเดียวกัน ทำให้นำไปสู่การเปิดเผยปัญหาทางครอบครัว
8. การให้คำปรึกษากลุ่มได้ผลมากสำหรับวัยรุ่น ซึ่งเป็นวัยที่แสวงหาเอกลักษณ์ของตนและต้องการการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน
9. การที่ผู้ให้คำปรึกษาได้พบปะกับสมาชิกหลายคนในเวลาเดียวกัน เป็นการช่วยประหยัดเวลา และเปิดโอกาส แก่ผู้ให้การศึกษาได้ใช้เวลาสำหรับบุคคลอื่นๆ ได้ทั่วถึงยิ่งขึ้น

จากประโยชน์และคุณค่าของการให้คำปรึกษากลุ่มดังกล่าว สรุปได้ว่า การให้คำปรึกษากลุ่มใช้ได้ผลมากกับกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งเป็นวัยที่แสวงหาเอกลักษณ์ของตน และต้องการ การยอมรับจากกลุ่มเพื่อน ผู้ให้คำปรึกษาได้พบปะสมาชิกหลายคนในเวลาเดียวกัน ทำให้ช่วยประหยัดเวลา บรรยากาศของกลุ่มทำให้สมาชิกเกิดความรู้สึกเป็นกันเอง ปลอดภัย ไว้วางใจสมาชิกคนอื่นภายในกลุ่ม สมาชิกมีโอกาได้แสดงความคิด ความรู้สึกและพฤติกรรม และทดลองพฤติกรรมบางอย่างตลอดจนสามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของเขาให้เหมาะสมได้

3.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีและเทคนิคต่าง ๆ ในการให้คำปรึกษา

3.4.1 งานวิจัยในต่างประเทศ

สตอลล์ (Stoltz. 1997: 1) ได้ศึกษาความสามารถในการเผชิญอุปสรรคของพนักงานบริษัท Deloitte & Touche, LLP. (D&T) ในสหรัฐอเมริกา กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานใหม่จำนวน 124 คน การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของความสามารถในการเผชิญอุปสรรคกับผลการปฏิบัติงานภายในบริษัท เพื่อพัฒนาผลการปฏิบัติงานของพนักงานใหม่ด้วยโปรแกรมการฝึกอบรมความสามารถในการเผชิญอุปสรรค และเพื่อศึกษาคนที่มีความสามารถในการเผชิญอุปสรรคสูงมีแนวโน้มในการเลื่อนตำแหน่งก่อน ซึ่งผลการศึกษาพบว่า คะแนนความสามารถในการเผชิญอุปสรรคของพนักงานใหม่ของ D&T มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานในทางบวก และเป็นตัวทำนายของผลการปฏิบัติงาน และการเลื่อนตำแหน่งที่ D&T คนที่มีความสามารถในการเผชิญอุปสรรคสูงกว่าเลื่อนตำแหน่งเร็วกว่าคนที่มีความสามารถในการเผชิญอุปสรรคต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ผลของการฝึกอบรมความสามารถในการเผชิญอุปสรรค ทำให้พนักงานใหม่มีผลการปฏิบัติงานดีขึ้น มีโอกาสได้รับการเลื่อนตำแหน่งมากขึ้น

สตอลล์ (Stoltz. 1997: 1 – 2) ได้ศึกษาความสามารถในการเผชิญอุปสรรคของพนักงาน บริษัท Diversified Collection Service, Inc. (DCS) ที่สหรัฐอเมริกา กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานจำนวน 450 คน เพื่อสำรวจความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการเผชิญอุปสรรคกับผลการปฏิบัติงานภายใน DCS และเพื่อพัฒนาความสามารถในการเผชิญอุปสรรคของพนักงานด้วยการฝึกอบรม (Lead) ผลของการศึกษาพบว่าความสามารถในการเผชิญอุปสรรคมีความสัมพันธ์สูงมากกับผลการปฏิบัติงานภายใน DCS นอกจากนี้การศึกษายังเปิดเผยว่า การฝึกอบรมความสามารถในการเผชิญอุปสรรคให้กับพนักงานนั้นสามารถยกระดับความสามารถในการเผชิญอุปสรรคให้เพิ่มขึ้น พร้อมทั้งมีผลการปฏิบัติที่ดีขึ้นด้วย

แฮร์ลิส (Harris. 1992) ได้ศึกษาผลของการบำบัดแบบเผชิญความจริงที่มีต่อพฤติกรรมด้านความรับผิดชอบ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 28 คน แบ่งเป็นกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม กลุ่มละ 14 คน โดยกลุ่มทดลองได้รับการบำบัดแบบเผชิญความจริง กลุ่มควบคุมได้รับวิธีให้ความรู้ ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดตัวทำนายพฤติกรรมที่มีความรับผิดชอบ ได้แก่ ความรู้สึกเห็นคุณค่าในตนเอง การควบคุมตนเอง และการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ จากผลการวิจัยพบว่า นักเรียนกลุ่มทดลองที่ได้รับการบำบัดแบบเผชิญความจริงมีความรู้สึกเห็นคุณค่าในตนเองสูงขึ้น สามารถแยกแยะได้ว่าพฤติกรรมใดเป็นพฤติกรรมที่มีความรับผิดชอบ และพฤติกรรมใดเป็นพฤติกรรมที่ขาดความรับผิดชอบ

มาร์เตนส์ และ แอนน์ (Martens; & Ann. 1992: 72) ทำการทดลองเพื่อเปรียบเทียบผลจากการดำเนินการ 3 วิธี คือ 1) การใช้ตัวแบบทางพุทธิปัญญา (Cognitive Modeling) 2) การใช้ตัวแบบพฤติกรรม (Behavior Modeling) 3) ไม่ให้การฝึกอบรมเลย (No Training) เพื่อ

ฝึกอบรมเรื่องการปฏิบัติงานแบบ In-Basket (มีหลายภารกิจและหลายงานคละกัน ให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมจัดลำดับงานและเลือกปฏิบัติงานเอง) และเรื่องการรับรู้ความสามารถตนเอง (Self-Efficacy) โดยใช้นักศึกษาอาสาสมัครเข้าร่วมโครงการจำนวน 36 คน ผลจากการทดลองพบว่า ในเรื่องการปฏิบัติงานแบบ In-basket กลุ่มที่ผ่านการฝึกอบรมโดยใช้ตัวแบบพฤติกรรมมีผลการปฏิบัติงานสูงกว่ากลุ่มที่ไม่ให้การฝึกอบรมอย่างมีนัยสำคัญ แต่กลุ่มที่ใช้ตัวแบบทางพุทธิปัญญามีผลการปฏิบัติงานที่ไม่แตกต่างจากกลุ่มที่ไม่ได้รับการฝึกอบรมเลย และไม่มี ความแตกต่างของผลการปฏิบัติงานระหว่างกลุ่มที่ใช้ตัวแบบทางพุทธิปัญญากับกลุ่มที่ใช้ตัวแบบทางพฤติกรรมด้วย ส่วนในประเด็นของการรับรู้ความสามารถของตนเองนั้น ไม่พบความแตกต่างระหว่าง 3 กลุ่มเลย

เมคคิบบิน (Mekhibbin. 1989: 189) ได้ศึกษาผลของการเข้ากลุ่มแบบพิจารณาเหตุผล และอารมณ์ ที่มีต่อการปรับตัวด้านต่าง ๆ ในโรงเรียนสำหรับเด็กที่ด้อยความสามารถ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 12 คน เป็นนักเรียนที่ด้อยความสามารถในเรื่องการเรียนรู้บทบาทการวางตัวในสังคม การไม่เห็นคุณค่าของตัวเอง การทดลองแบ่งกลุ่มออกเป็นกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม กลุ่มทดลองได้เข้ากลุ่มแบบพิจารณาเหตุผลและอารมณ์ได้รับการบรรยาย การเล่นเกม การอภิปราย การกำหนดงานให้ทำ รวมทั้งการออกกำลังกาย เพื่อคลายความเครียด และนอกจากนี้ก็ได้เรียนรู้เกี่ยวกับการใช้ชีวิต การวางตัวในสถานการณ์ต่าง ๆ ผลการศึกษาพบว่า นักเรียนในกลุ่มทดลอง มีความสามารถที่จะเรียน มีความจำ สามารถใช้ความคิดอย่างเหมาะสม มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนดีขึ้น มีพฤติกรรมทางการเรียนดีขึ้น สามารถมีปฏิสัมพันธ์กับคนในสังคมได้ดีขึ้น

แอ็คเซลเซน-บี และ ซโจเดน-โป (Axelssen-B; & Sjoden-Po. 1989: 29 – 39) ได้ทำการศึกษาคุณภาพชีวิตของผู้ป่วยมะเร็งและคู่ครองขณะให้การรักษาระดับประคับประคองที่บ้าน และกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเป็นผู้ป่วยมะเร็งที่ไม่สามารถรักษาได้แล้วจำนวน 37 คน โดยผู้ป่วยเหล่านี้ได้รับการรักษาระดับประคับประคองที่บ้าน ให้ใช้ชีวิตในช่วงสุดท้ายอยู่กับคู่ครองของตนเอง และได้ทำการประเมินคุณภาพชีวิตในช่วงเวลาดังกล่าว พบว่ากลุ่มผู้ป่วยที่มีชีวิตในช่วง 6 สัปดาห์สุดท้ายซึ่งอยู่ในภาวะที่มีอาการปวดคงที่ตลอดเวลาจะมีความสามารถในการทำสิ่งต่าง ๆ ความเข้มแข็งทางด้านร่างกาย คุณภาพชีวิต และความมุ่งหมายในชีวิต อยู่ในระดับต่ำสุด ซึ่งยังพบว่าความวิตกกังวลของคู่ครองมากกว่าผู้ป่วยในเรื่องของการที่ต้องมีชีวิตอยู่โดยขาดคู่ครอง มีความวิตกกังวลสูง ละเลยสุขภาพและการแต่งกายของตนเอง ซึ่งจากการศึกษาพบว่าการค้นหาความหมายในชีวิตให้เข้าใจ ภาวะการมีอยู่ของตนเองจะทำให้ผู้ป่วยและคู่ครองใช้ชีวิตอย่างมีคุณภาพในช่วงเวลาแห่งการรักษาระดับประคับประคอง

มีโต, พาร์เนส และ รีส (Gikhooly. 1982b: 136 ; อ้างอิงจาก Meadow; Parnes; & Reese. 1959) ได้ศึกษาเปรียบเทียบผลของการสอนโดยวิธีการระดมสมองกับการสอนตามปกติ โดยให้งานเป็นการให้ใช้ความคิด คำถามมี 2 ข้อ คือให้บอกประโยชน์ของไม้กวาด และไม้แขวนเสื้อ ผลการศึกษาพบว่า การสอนโดยวิธีการระดมสมองสามารถคิดคำตอบที่ดีได้มากกว่า การสอนตามปกติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คลาร์ก (Clark. 1982: 886) ได้ศึกษา ผลของการฝึกการวิเคราะห์สัมพันธภาพ

ระหว่างบุคคลที่มีต่อการพัฒนาการสื่อสารระหว่างบุคคล ของผู้บริหารโรงเรียนในมลรัฐหลุยเซียน่า สหรัฐอเมริกา โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มทดลอง จำนวน 50 คน กลุ่มควบคุม 50 คน กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มจะได้รับการทดสอบก่อนและหลังการทดลอง ด้วยแบบสำรวจ "Interpersonal Inventory" หรือ ICI ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มทดลองที่ได้รับการฝึกอบรมการวิเคราะห์การติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ได้คะแนนการสื่อสารระหว่างบุคคลสูงกว่ากลุ่มควบคุมที่ไม่ได้รับการฝึกอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

วิลเลียม (William. 1979) ได้ศึกษาผลของการให้คำปรึกษาแบบกลุ่มที่มีต่อความรับผิดชอบต่อตนเองและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โดยให้มีการฝึกซ้อมบทบาท และการวิเคราะห์วิจารณ์ตนเอง กลุ่มตัวอย่าง เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา จำนวน 10 คน จากเซอร์เวพอร์ท (Servepport) ในรัฐหลุยเซียน่า นักเรียนมีฐานะทางเศรษฐกิจต่างกัน โดยแบ่งออกเป็นกลุ่มควบคุม กลุ่มทดลอง กลุ่มละ 5 คน กลุ่มทดลองจะให้การให้คำปรึกษาแบบกลุ่ม สัปดาห์ละ 2 ครั้ง ครั้งละ 45 นาที เป็นเวลา 5 สัปดาห์ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มทดลองมีความรับผิดชอบสูงกว่ากลุ่มควบคุมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

บาร์น (Barnes. 1977: 5920 – A) ศึกษาผลของการให้การศึกษาแบบกลุ่มที่มีต่อ อัตมโนทัศน์และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนชั้นประถมศึกษาตอนต้นของชาวเม็กซิกันและชาวอเมริกัน จำนวน 58 คน ผลการศึกษาพบว่า นักเรียนที่ได้รับการให้การศึกษาแบบกลุ่มมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้นกว่า นักเรียนที่ไม่ได้รับการให้การศึกษาแบบกลุ่ม

อินทรกำเนิด (Intarakumnerd. 1976: 1405) ได้ศึกษาผลของการฝึกอบรมการวิเคราะห์สัมพันธ์ภาพระหว่างบุคคล เพื่อพัฒนาอัตมโนทัศน์ของนักศึกษาไทยมหาวิทยาลัยในมลรัฐมิสซิสซิปปี สหรัฐอเมริกา โดยแบ่งเป็นกลุ่มทดลอง และกลุ่มควบคุมกลุ่มละ 25 คน กลุ่มทดลองได้รับการฝึกอบรมการวิเคราะห์ การติดต่อสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลสัปดาห์ละ 2 ครั้ง ใช้เวลาในการฝึกอบรมผลการศึกษาพบว่า นักศึกษากลุ่มทดลองที่ได้รับการฝึกอบรมการวิเคราะห์การติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีคะแนนอัตมโนทัศน์สูงกว่ากลุ่มควบคุม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

แซมมูเดิลวีส (Sammudlewiese. 1975: 2645 – A) ได้ศึกษาผลของการให้การศึกษาแบบกลุ่ม แก่นักเรียนที่มีพฤติกรรมที่เป็นปัญหา ผลการศึกษาพบว่า นักเรียนที่ได้รับการปรึกษาแบบกลุ่มมีพฤติกรรมที่เป็นปัญหาดลดลง

วูดวาร์ด (Woodward. 1975: 5045) ได้ศึกษาผลของการฝึกอบรมการวิเคราะห์สัมพันธ์ภาพระหว่างบุคคลที่มีต่อการพัฒนาการปรับตัวทางสังคม อัตมโนทัศน์ (Self Concept) และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ของนักเรียนระดับชั้น 6 ที่มีระดับสติปัญญาต่างกัน โดยแบ่งเป็นกลุ่มทดลอง 3 กลุ่ม กลุ่มละ 30 คน กลุ่มควบคุม 3 กลุ่ม กลุ่มละ 30 คน ในกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมก็แบ่งเป็นกลุ่มที่มีระดับสติปัญญา สูง กลาง และต่ำ กลุ่มทดลองได้รับการฝึกอบรมการวิเคราะห์การติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคล 2 ครั้งต่อสัปดาห์ ต่อเนื่องกันเป็นระยะเวลา 8 สัปดาห์ โดยใช้ "Ta For Kids" เป็นเครื่องมือในการฝึกอบรม และใช้วิธีการทำข้อตกลงจากภาวะบุคลิกภาพแบบผู้ใหญ่เป็นแนวทาง

ในการบำบัดรักษา ส่วนนักเรียนในกลุ่มควบคุมไม่ได้รับการฝึก ผลการศึกษาพบว่า นักเรียนที่ได้รับการฝึกอบรมการวิเคราะห์การติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคล กลุ่มที่มีระดับสติปัญญา สูง กลาง และต่ำ ได้คะแนนความสามารถในการปรับตัวทางสังคมและอัตมโนทัศน์สูงกว่านักเรียนกลุ่มควบคุมที่ไม่ได้รับการฝึก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนนั้นมีเพียงกลุ่มทดลองที่มีระดับสติปัญญาสูงและต่ำเท่านั้น ที่ได้คะแนนสูงกว่ากลุ่มควบคุม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

มิลตัน (Milton. 1974 : 458 – 461) ได้ศึกษาการให้ปรึกษาตามทฤษฎีเหตุผล – อารมณ์ที่มีต่อการเอาชนะความคิดที่เป็นอุปสรรคต่อการเรียน กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 2 จำนวน 10 คน ที่มีความเชื่อและทัศนคติที่ไม่ดีต่อการเรียน ไม่มีแรงจูงใจในการเรียน นักศึกษาที่เข้าร่วมการทดลองจะมาด้วยความสมัครใจ และจะได้รับ 1 หน่วยกิต สำหรับการเข้าร่วมโครงการ กลุ่มตัวอย่างได้รับการให้คำปรึกษาจำนวน 8 ครั้ง ๆ ละ 90 นาที เป็นเวลา 4 สัปดาห์ ผลปรากฏว่า นักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการ มีทัศนคติในการเรียนดีขึ้น และมีเกรดเฉลี่ยสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

มิดลาร์สกี และคนอื่น ๆ (Midlarsky; et al. 1973: 321 – 328) ศึกษาผลของ ตัวแบบและรางวัลต่อการฝึกฝนพฤติกรรมเอื้อเฟื้อ กลุ่มตัวอย่างเป็นเด็กหญิง เกรด 6 จำนวน 72 คน ให้เห็นตัวแบบ 3 ชนิด ได้แก่ ตัวแบบที่เอื้อเฟื้อ ตัวแบบที่เป็นกลางและตัวแบบที่ละโมภ ผู้วิจัย สร้างสถานการณ์ให้ผู้ทดลองเล่นเกมอย่างหนึ่ง เมื่อเล่นชนะจะได้รับรางวัลเป็นสิ่งที่ของซึ่งมีค่า เท่ากับเงิน 4 เซนต์หลายชิ้น เมื่อผู้ทดลองแสดงพฤติกรรมเอื้อเฟื้อตามที่ต้องการ ผู้ทดลองก็ให้รางวัลเป็นคำพูดยกย่อง ผลการทดลองปรากฏว่าตัวแบบและรางวัลที่เป็นคำพูดยกย่อง มีอิทธิพล อย่างยิ่งต่อการปลูกฝังพฤติกรรมเอื้อเฟื้อ

พาร์เกอร์ (Parker. 28294 – A) ได้ศึกษาผลของการฝึกมนุษยสัมพันธ์ที่มีต่อ ความภาคภูมิใจในตนเอง (Self – Esteem) และทักษะการติดต่อสื่อสารของนักเรียนเกรด 4 โดยใช้ กลุ่มตัวอย่าง 120 คน แบ่งกลุ่ม ๆ 30 คน แยกเป็นกลุ่มทดลอง 2 กลุ่ม กลุ่มควบคุม 2 กลุ่ม กลุ่มทดลองได้รับการฝึกมนุษยสัมพันธ์สัปดาห์ละ 2 ครั้ง ครั้งละ 30 นาที เป็นเวลา 8 สัปดาห์ติดต่อกัน กิจกรรมที่ใช้ในการฝึกมี 16 กิจกรรม ส่วนกลุ่มทดลองไม่ได้รับการฝึก ผลการวิจัยปรากฏว่า ไม่พบ ความแตกต่างระหว่างกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม แต่พบว่ากลุ่มทดลองมีคะแนนด้านความภูมิใจในตนเอง และทักษะการติดต่อสื่อสารเพิ่มขึ้น

เฮตควิสต์ และ เวินโฮลด์ (Hedquist; & Weinhold. 1971: 237 – 242) ศึกษาผล ของการให้การปรึกษากลุ่ม เพื่อลดความวิตกกังวลและความไม่กล้าแสดงออกทางสังคม ผลการ ศึกษาพบว่า การให้การปรึกษาแบบกลุ่ม สามารถช่วยลดความวิตกกังวลและความไม่กล้าแสดงออก ทางสังคมได้อย่างมีนัยสำคัญ

เกลส (Glaess. 1966: 113 – A) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลในหอพักหญิงของวิทยาลัย กลุ่มทดลองจำนวน 9 คน ถูกเลือกโดยเพื่อนโดยใช้วิธี

สังคมมิติ และจะเป็นผู้ร่วมงานในหอพัก เป็นผู้ริเริ่มดำเนินโปรแกรมต่าง ๆ ในหอพัก ส่วนกลุ่มควบคุมจำนวน 9 คน เลือกโดยการลงมติจากเพื่อน กลุ่มทดลองได้รับโปรแกรมซึ่งสร้างขึ้นเพื่อให้มีความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบุคคล ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มทดลองมีการเพิ่มในด้านความเป็นมิตร ทักทายกันในด้านบวกต่อเพื่อน มีความพอใจในการใช้ชีวิตปีสุดท้ายในวิทยาลัย การมีส่วนร่วมในกลุ่มใหญ่ และการแสดงถึงบุคลิกที่ไม่คุ้นเคยกับบุคคลอื่นลดลง

3.4.2 งานวิจัยในประเทศ

เด่นดวง วราเวทย์ (2529: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาผลของการให้คำปรึกษาเป็นกลุ่ม เน้นทฤษฎีการพิจารณาเหตุผล – อารมณ์ เพื่อปรับเปลี่ยนมโนภาพเกี่ยวกับตนเองด้านส่วนรวมและในแต่ละด้าน คือด้านวิชาการ ด้านการปรับตัวทางอารมณ์ และด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2529 วิทยาลัยครูอุดรดิตถ์ จำนวน 16 คน แบ่งออกเป็นกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมกลุ่มละ 8 คน กลุ่มทดลองได้รับการให้คำปรึกษาเป็นกลุ่มเน้นทฤษฎีการพิจารณาเหตุผล – อารมณ์ จำนวน 12 ครั้ง ครั้งละ 1 ชั่วโมง หรือ 1 ชั่วโมง 30 นาที เป็นเวลา 1 เดือนครึ่ง ส่วนกลุ่มทดลองไม่ได้รับการฝึกแต่อย่างใด ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษาที่ได้รับการให้คำปรึกษาเป็นกลุ่มเน้นทฤษฎีการพิจารณาเหตุผล – อารมณ์มีผลต่อการปรับเปลี่ยนมโนภาพเกี่ยวกับตนเอง ทั้งด้านส่วนรวม ด้านวิชาการ ด้านการปรับตัวทางอารมณ์ และด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลแตกต่างจากนักศึกษาที่ไม่ได้รับการให้คำปรึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

อัจฉนา ศรีสุรพล (2535: 64) ได้ศึกษาผลของการฝึกการวิเคราะห์การติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับกลุ่มสัมพันธ์ที่ต่อมนุษยสัมพันธ์ ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ภายหลังจากการฝึกการวิเคราะห์การติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคล นักศึกษามีมนุษยสัมพันธ์เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4. เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

4.1 แนวคิดและความเป็นมาของการสนทนากลุ่ม

การสนทนากลุ่ม เป็นวิธีการศึกษาวิจัยแบบหนึ่งของการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการวิจัย เพื่อให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับความนึกคิด จิตใจ และพฤติกรรมของมนุษย์ รวมทั้งการวิจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนั้นๆ และยังทำให้ทราบถึงปฏิกิริยาของบุคคลที่มีต่อสิ่งเร้า คำถามในวงสนทนากลุ่ม จะเป็นคำถามที่ถามถึงความรู้สึก การตัดสินใจ การให้เหตุผล แรงจูงใจ หรือสถานการณ์ต่าง ๆ การสนทนากลุ่มมีลักษณะเป็นการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันอย่างกว้างขวางของผู้เข้าร่วมสนทนากันเองและกับนักวิจัย การสนทนามีความเป็นอิสระในการแสดงความคิดเห็น ตลอดจนการโต้แย้งปัญหาหรือหัวข้อของการสนทนาถูกกำหนดโดยนักวิจัย หรือผู้สนใจทำการศึกษาในเรื่องนั้นๆ แล้วเลือกสรรบุคคลที่คิดว่าสามารถให้คำถามในเรื่องที่สนใจได้ตรงประเด็นที่สุดเข้าร่วมในการสนทนา (วีรสิทธิ์ สิทธิไตรย์ และ โยธิน แสงวงศ์. 2536: 1 ; ภาณี วงษ์เอก. 2541: 253)

ภาณี วงษ์เอก (2531: 353) กล่าวว่า ในการศึกษาเชิงคุณภาพทั่วไปนั้น วิธีการสนทนากลุ่มที่รู้จัก และเรียกกันมีอยู่ 2 วิธี คือ การสัมภาษณ์แบบเจาะจง (Focused Interview) และการสนทนากลุ่มแบบธรรมชาติ (Group Discussion) ส่วนการสนทนากลุ่มนั้นจะมีลักษณะแตกต่างกันออกไป ซึ่งในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการสนทนากลุ่มมาเป็นแนวทางในการศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

การสนทนากลุ่ม ได้เริ่มเข้ามาสู่วงวิชาการ เมื่อประมาณ พ.ศ. 2522 เนื่องจากในแวดวงวิชาการได้ให้ความสนใจกับการศึกษาวิธีนี้ ซึ่งเห็นว่า เป็นเทคนิคการวิจัยประยุกต์ที่มีประโยชน์มาก จึงได้เริ่มนำเอามาใช้ด้วยวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน เช่น The U.S. National Cancer Institute's Branch ใช้การศึกษาวิจัยแบบสนทนากลุ่ม เพื่อเป็นเทคนิคในการทดสอบโครงการให้การศึกษากับประชาชน ในเรื่องการป้องกันโรคมะเร็ง The U.S. National Heart, Lung and Blood Institute ใช้เพื่อเป็นแนวทางสำหรับทำโครงการให้ความรู้แก่ประชาชนเกี่ยวกับอันตราย และวิธีการป้องกันความดันโลหิตสูง UNICEF ใช้เป็นงานวิจัยประยุกต์ส่วนหนึ่งที่จะให้ได้ข้อมูลระดับลึกเกี่ยวกับทัศนคติของประชาชน และพฤติกรรมอันเกี่ยวข้องกับการเลี้ยงลูกด้วยนมในประเทศที่กำลังพัฒนา ในการศึกษาเกี่ยวกับการวางแผนครอบครัวที่เม็กซิโก ได้ใช้เทคนิคนี้เพื่อหาข้อมูลการพัฒนาโครงการขยายตลาดผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการคุมกำเนิด ส่วนในการศึกษาเรื่องการวางแผนครอบครัวในเขตเมืองของอินโดนีเซีย ใช้การจัดสนทนากลุ่มเพื่อเป็นก้าวแรกในการที่จะเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อการวิจัยแบบสำรวจในขั้นต่อไป (ภาณี วงษ์เอก. 2541: 344-345; อ้างอิงจาก Schearer. 1981) นอกจากนี้โครงการ "Focus Group Research on the Determinants of Fertility in Southern Thailand"

4.2 ความหมายของการสนทนากลุ่ม

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2544: 240 – 241) ได้ให้ความหมายของการสนทนากลุ่ม ไว้ว่าเป็นวิธีการเก็บข้อมูล โดยใช้วิธีนี้เก็บข้อมูล และจะนัดหมายผู้ให้ข้อมูลประชุมร่วมกัน ณ ที่แห่งใดแห่งหนึ่ง เพื่อการซักถามเก็บข้อมูลต่าง ๆ ตามที่ต้องการ ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมดจะต้องเป็นบุคคลที่เกี่ยวข้องการแสดงความคิดเห็นหรือการซักถามจะเป็นไปในลักษณะของการสนทนา ผู้ให้ข้อมูลทุกคนควรได้รับการบอกกล่าวชักจูงว่าตนมีความสำคัญและความสามารถในการแสดงความคิดเห็น การให้ความคิดเห็นเป็นไปอย่างอิสระเสรีและไม่กระทบกระเทือนทำให้เสียประโยชน์ใด ๆ

วีรสิทธิ์ สิทธิไตรย์ และ โยธิน แสงวดี (2536: 2 – 3) ได้ให้ความหมายของการสนทนากลุ่มไว้ว่าเป็นการรวบรวมข้อมูลจากการนั่งสนทนากับผู้ให้ข้อมูล (Key Informants) เป็นกลุ่ม ซึ่งผู้ร่วมสนทนากลุ่มนี้จะได้มาจากการเลือกสรรตามหลักเกณฑ์ที่นักวิจัยกำหนดไว้ว่าจะเป็นผู้ที่สามารถให้คำตอบตรงประเด็นและสามารถตอบวัตถุประสงค์ที่สนใจศึกษามากที่สุด

4.3 ขนาดของกลุ่มที่ร่วมสนทนา

วีรสิทธิ์ สิทธิไตรย์ และ โยธิน แสงดี (2536: 2 – 3) กล่าวว่า การสนทนากลุ่มได้กำหนดหลักเกณฑ์ไว้ว่า ผู้ที่จะเข้าร่วมกลุ่มนั้นจะต้องมีลักษณะคล้าย ๆ กันในหลาย ๆ ด้าน (Homogenous) นอกจากนี้กลุ่มสนทนาควรจะต้องมากกว่า 3 – 4 คน ทั้งนี้เพราะว่ากลุ่มที่นักวิจัยจะทำการสนทนาแบบรวบรวมข้อมูลนี้ ไม่ใช่เป็นกลุ่มที่เกิดขึ้นจากธรรมชาติ แต่เป็นการรวมกลุ่มให้เกิดขึ้นแล้วทำบรรยากาศในวงสนทนาให้เป็นธรรมชาติ และสร้างสรรคให้เกิดการเสวนากันในลักษณะที่เป็นการพูดคุยกัน แสดงความคิดเห็นทั้งสองสอดคล้องและเป็นการโต้แย้ง ดังนั้นถ้าสมาชิกกลุ่มเพียง 3-4 คน ก็จะไม่เกิดการโต้แย้งหรือการแสดงความคิดเห็นเท่าที่ควรเพราะเป็นกลุ่มเล็กเกินไป ประกอบกับเป็นการจัดตั้งกลุ่ม นักวิจัยและสมาชิกกลุ่มยังไม่คุ้นเคยกัน การโต้แย้งหรือการเสนอแนวคิดต่าง ๆ ก็อาจจะเกิดขึ้นได้น้อย ดังนั้น กลุ่มนักคิดทางวิจัยธุรกิจการตลาดและนักวิจัยทางสังคมศาสตร์ที่นำวิธีการสนทนากลุ่มย่อยมาใช้ จึงนำหลักการของนักจิตวิทยาสังคมและนักจิตวิทยาคลินิกที่ใช้ในการทดลองศึกษาการโต้แย้งของคนเป็นกลุ่มว่ากลุ่มคนที่มีขนาดระหว่าง 7-8 คนนี้ เป็นกลุ่มที่มีลักษณะการตอบโต้และโต้แย้งกันดีที่สุดในขนาดกลุ่มที่ก่อให้เกิดการสนทนาที่มีลักษณะเปิดกว้างที่จะให้ผู้ร่วมสนทนาทุกคนไม่อายและแต่ละคนวิพากษ์วิจารณ์ได้ดีที่สุด เป็นกลุ่มคนกำลังเหมาะในการจุดประเด็นซักถามนั่นเอง

โธมัส (Thomas. 2000: 3) กล่าวว่า ขนาดของกลุ่มผู้ที่ให้ข้อมูลหรือผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม ควรมีจำนวนระหว่าง 7 – 10 คน ส่วนไบร์แมน (Bryman. 2001: 341) กล่าวว่า ขนาดของกลุ่ม ผู้ที่ให้ข้อมูล หรือผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มควรมีจำนวนระหว่าง 6 – 10 คน

วิจิตรพร หล่อสุวรรณกุล (2544: 130) ได้กำหนดจำนวนผู้ให้ข้อมูลหลักในการสนทนากลุ่มศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานที่ใช้ในการพัฒนาหลักสูตรด้วยการเลือกแบบเจาะจงจำนวน 10 คน

ดังนั้นกลุ่มของวงสนทนาจึงประกอบด้วยผู้เข้าร่วมสนทนา 7 – 8 คน ซึ่งนับว่าเป็นขนาดที่กำลังเหมาะที่จะก่อให้เกิดการถกประเด็นปัญหาและการเสวนากลุ่ม ถ้าหากกลุ่มมีขนาดใหญ่กว่านี้เป็น 9 – 12 คน ก็จะมีลักษณะเป็นกลุ่มใหญ่ และในวงสนทนาอาจจะมีการแบ่งกลุ่มย่อยหันหน้าเข้าสนทนากันเอง ซึ่งจะลำบากในการนั่งสนทนาเป็นกลุ่มและยากต่อการสรุปประเด็นปัญหาหรือวิเคราะห์ข้อมูล

4.4 หลักการจัดสนทนากลุ่ม

หลักที่สำคัญคือ ผู้ที่ให้ข้อมูล หรือผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่ม (ยกเว้นผู้วิจัย) จะต้องเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับเรื่องที่จะศึกษานั้น และทุกคนจะต้องเข้ามาด้วยความสมัครใจพร้อมที่จะให้ข้อมูลข้อเท็จจริงตามประสบการณ์และความคิดเห็นของตน (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. 2544: 241)

4.5 การเตรียมการก่อนการจัดกลุ่มสนทนา

การกำหนดหัวข้อประเด็นและแนวคำถามที่จะใช้ในการจัดกลุ่มสนทนาผู้วิจัยได้กำหนดหัวข้อประเด็น และแนวคำถามจากวัตถุประสงค์ในการวิจัย และปัญหาในการวิจัยออกมาเป็นร่าง

แนวคำตอบย่อย แล้วนำคำถามย่อยที่ร่างไว้มาเรียบเรียงเป็นข้อคำถาม จัดลำดับและผูกเป็นเรื่องราว เพื่อนำการสนทนาให้เป็นขั้นตอน และจัดลำดับความคิดให้เป็นหมวดหมู่หรือหัวข้อใหญ่ เช่น หมวดคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ซึ่งเป็นหมวดหมู่ของคำถามที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง เป็นต้น

การเตรียมบุคลากรในการจัดกลุ่มสนทนา ผู้วิจัยได้เตรียมบุคลากรในการร่วมกันจัดกลุ่มสนทนา ดังนี้

1. ผู้ดำเนินการสนทนา (Moderator) ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการสนทนาในการจัดกลุ่มสนทนาด้วยตนเอง เนื่องจากผู้วิจัยเป็นผู้ที่ได้ศึกษาแนวคิดและภูมิหลังเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง จนเข้าใจปัญหาและแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา และได้ผ่านประสบการณ์ในการจัดสนทนากลุ่มกับผู้จำหน่ายอิสระ หรือนักขายพอสสมควร ตลอดจนมีประสบการณ์ในการเป็นผู้ให้คำปรึกษาแก่ผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง รวมทั้งนักขายในธุรกิจต่าง ๆ มานานพอสมควร ทำให้สามารถที่จะควบคุมประเด็นการสนทนากลุ่มได้ สามารถกระตุ้นให้สมาชิกกลุ่มอธิบายความรู้สึกในประเด็นที่ซักถามได้ว่ามีความเห็นหรือมีทักษะอย่างไร พร้อมทั้งสามารถคิดวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับเพื่อเชื่อมโยงหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลนั้นกับข้อมูลอื่นที่ได้รับคำตอบมาก่อน

2. ผู้บันทึกคำสนทนา (Note-taker) คือ ผู้ที่ทำหน้าที่บันทึกคำพูดทุกคำพูดในการสนทนากลุ่มให้ได้มากที่สุด รวมทั้งบันทึกการทำทางของสมาชิกผู้เข้าร่วมกลุ่มสนทนาเพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัยที่จะนำมาใช้ประกอบการศึกษาถึงบรรยากาศของการจัดกลุ่มสนทนาในแต่ละครั้ง เพื่อเป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์ข้อมูลจากคำพูดและท่าทางของผู้ร่วมสนทนากลุ่ม นอกจากนี้ผู้บันทึกคำสนทนาต้องทำหน้าที่ผู้ช่วยดำเนินการสนทนา โดยเป็นผู้คอยเตือนผู้ดำเนินการสนทนาให้ถามบางคำถามที่ละเอียดหรือลืมนถามหรือถามซ้ำไป โดยก่อนเริ่มการจัดกลุ่มสนทนา ผู้บันทึกคำสนทนากลุ่มจะเขียนแผนผังการนั่งสนทนากลุ่มให้ผู้ดำเนินการสนทนากลุ่ม เพื่อให้ผู้ดำเนินการสนทนากลุ่มและผู้บันทึกคำสนทนากลุ่มได้ทราบว่า สมาชิกกลุ่มคนใดนั่งตรงไหนและผู้ร่วมสนทนากลุ่มที่นั่งในตำแหน่งต่าง ๆ นั้นชื่ออะไร เพื่อช่วยให้การดำเนินการจัดกลุ่มสนทนาเป็นไปด้วยบรรยากาศที่ดี และผู้บันทึกคำสนทนากลุ่มก็สามารถจะบันทึกคำสนทนากลุ่มได้ง่ายขึ้น ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ขอความร่วมมือจากผู้ช่วยผู้วิจัยที่มีประสบการณ์ในการเป็นผู้บันทึกคำสนทนาในการสนทนากลุ่ม และเคยทำงานภาคสนามมาแล้ว เป็นผู้บันทึกคำสนทนา

3. เจ้าหน้าที่บริการทั่วไป (Provider) เป็นบุคคลที่คอยเอื้ออำนวย และให้ความสะดวกแก่ผู้ที่อยู่ในกลุ่มสนทนา โดยการบริการน้ำดื่ม อาหารว่าง บันทึกเทป เปลี่ยนเทป ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ขอความร่วมมือจากผู้ช่วยผู้วิจัยที่มีประสบการณ์ในการเป็นเจ้าหน้าที่บริการทั่วไปในการจัดกลุ่มสนทนา และเคยทำงานภาคสนามมาแล้ว เป็นผู้ให้บริการทั่วไป

4. การเตรียมอุปกรณ์ในการรวบรวมข้อมูลในการจัดกลุ่มสนทนาอุปกรณ์ในการรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ คือ เทปบันทึกเสียง เพราะในการจัดกลุ่มสนทนานั้นตลอดเวลาของการสนทนาจะมีการถกประเด็นของปัญหา มีการโต้แย้ง เป็นกระแสความคิดเห็นที่สวนกันไปมาหลายเสียงหลาย

ความคิดเห็น บางครั้งมีการพูดพร้อมกันหลายคน หรือมีถกเถียงโต้ตอบกันรวดเร็ว ซึ่งผู้จัดบันทึกคำสนทนาจะบันทึกไม่ทัน จึงต้องบันทึกเสียงเอาไว้ นอกจากเทปบันทึกข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยได้เตรียมวัสดุ อุปกรณ์ ที่ใช้ในการเก็บข้อมูลการจัดกลุ่มสนทนาต่อไปนี้ เช่น ดินสอ ปากกา ยางลบ กระดาษ ฯลฯ

5. สถานที่จัดกลุ่มสนทนา ผู้วิจัยเลือกสถานที่ที่จัดกลุ่มสนทนาที่สะดวกสำหรับสมาชิกทุกคนมากที่สุดและเป็นพื้นที่ที่สมาชิกคุ้นเคย บรรยากาศเงียบ อากาศถ่ายเทได้ดี ไม่มีเสียงรบกวน และสามารถกันผู้ที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องให้ออกไปจากพื้นที่ที่ใช้ในการจัดกลุ่มสนทนาได้

6. ระยะเวลาที่ใช้ในการจัดกลุ่มสนทนา ผู้วิจัยใช้เวลาในการจัดกลุ่มสนทนาประมาณ 1.30 ชั่วโมง

7. การกำหนดบุคคลที่เข้าร่วมการสนทนา การจัดกลุ่มสนทนาในการวิจัยครั้งนี้ สมาชิกประกอบด้วยบุคคลที่ถือได้ว่าเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น จำนวนทั้งสิ้น 10 คน

4.6 ขั้นตอนในการจัดสนทนากลุ่ม

ในการจัดสนทนากลุ่มควรมีขั้นตอนดังนี้ (ภาณี วงษ์เอก. 2536: 403 – 404)

1. เลือกบุคคลที่จะให้เข้าร่วมสนทนากลุ่มด้วยแบบฟอร์มที่เตรียมไว้ตามขนาดของกลุ่มที่ต้องการโดยทั่ว ๆ ไปควรจะประมาณ 6-12 คน เพราะหัวข้อบางหัวข้อที่ยากหรือไม่น่าสนใจสำหรับผู้สนทนาในกลุ่ม จะทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถจุดประเด็นที่เร้าให้เกิดการสนทนาได้อย่างมีประสิทธิภาพ และปฏิบัติโต้ตอบกันในระหว่างผู้สนทนาเองก็จะแสดงออกไม่เต็มที่ ถ้าหากเกิน 12 คนแล้ว ผู้เข้าร่วมสนทนาทุกคนก็จะมีโอกาสแสดงความคิดเห็นของตนเอง และเป็นการยากแก่ผู้ดำเนินการสนทนาในการที่จะชักนำให้กลุ่มนั้นหันเหเข้ามาสู่ประเด็นที่ต้องการ

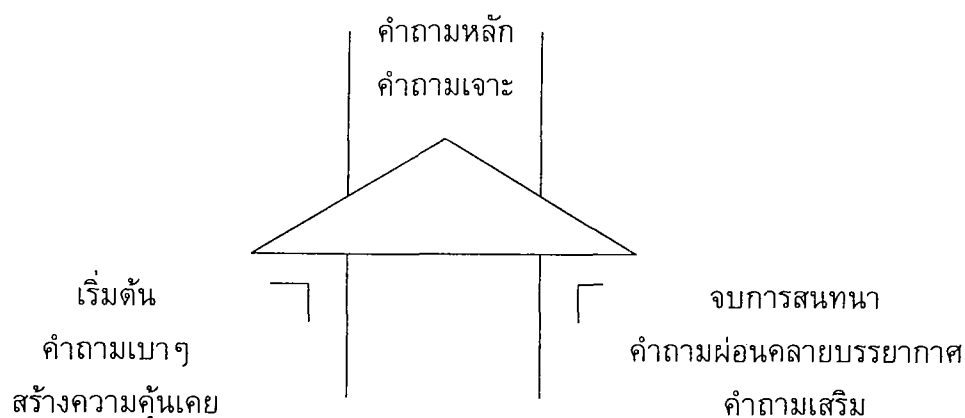
2. เมื่อได้บุคคลที่เข้าข่ายแล้ว คณะผู้วิจัย ผู้ดำเนินการสนทนา ผู้บันทึก (ผู้ช่วย) จะเป็นผู้นำผู้เข้าร่วมกลุ่มสนทนาไปพร้อมกัน ณ สถานที่ที่จัดให้มีการสนทนากลุ่ม

3. ผู้ดำเนินการสนทนาแนะนำคณะผู้วิจัยอีกครั้ง และบอกจุดมุ่งหมายในการสนทนาด้วย พร้อมทั้งสร้างบรรยากาศแห่งความเป็นกันเอง โดยเชิญให้รับประทานอาหารว่างและเครื่องดื่ม และขอความยินยอมจากกลุ่มสนทนาโดยของบันทึกเสียงสนทนา ควรชี้แจงให้ทราบจุดมุ่งหมายในการบันทึกเสียงและการจดบันทึก และเปิดโอกาสให้ซักถามคณะผู้วิจัยก่อนเพื่อสร้างความไว้วางใจ

4. เริ่มการสนทนาโดยยึดแนวทางการสนทนาที่มีอยู่เป็นหลัก แต่ดูความเหมาะสมสามารถยืดหยุ่นได้แล้วแต่สถานการณ์กลุ่มพาไป อย่างไรก็ตาม ต้องคำนึงถึงว่าครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการแล้วหรือยัง ผู้ดำเนินการสนทนาควรจะประมาณระยะเวลาที่จะใช้ในแต่ละประเด็นเอาไว้ด้วย เพื่อไม่ให้เสียเวลามากไปกับบางหัวข้อแต่ทั้งนี้ผู้ดำเนินการสนทนาจะต้องไม่ทำให้ผู้เข้าร่วมกลุ่มมีความรู้สึกถูกรบกวนเมื่อแน่ใจว่าได้เนื้อหาตามที่ต้องการในแนวทางการสนทนาแล้ว จบการสนทนาด้วยการเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมสนทนาซักถามข้อข้องใจอีกครั้งเพื่อเป็นการตอบข้อสงสัยในเรื่องที่สนทนามาทั้งหมด

5. แจกของสมนาคุณเพื่อเป็นการแสดงความขอบคุณต่อผู้เข้าร่วมสนทนาวิธีการสร้างแนวคำถามและการกำหนดประเด็นปัญหา

วีรสิทธิ์ สิทธิไตรย์ และ โยธิน แสงวดี (2536: 4) กล่าวว่า การเขียนแนวคำถามทำได้หลายวิธี เช่น อาจจะกำหนดเป็นประเด็นแล้วแปลงประเด็นหนึ่ง ๆ เป็นคำถามหลายคำถามที่จะนำคำตอบไปสรุปให้ตรงกับแต่ละประเด็นนั้นได้ หรืออาจจะทำโดยการกำหนดตัวแปรและร่างสมมติฐาน และนำมาสร้างเป็นคำถามที่สามารถตอบวัตถุประสงค์ในการศึกษาได้ชัดเจนที่สุดนั่นเอง นั่นก็คือ นำวัตถุประสงค์ของการวิจัยในแต่ละข้อไปจำแนกเป็นประเด็นหรือสมมติฐานหลัก แล้วสร้างเป็นคำถามย่อย ๆ โดยมีหลักเกณฑ์ว่าคำถามแต่ละคำถามหรือแต่ละชุด ต้องตั้งอยู่บนสมมติฐานย่อย หรือข้อคิดทางทฤษฎีหนึ่ง ๆ ทำนองว่า ทำไมเป็นอย่างนี้ เพราะอะไร ทำไม อย่างไร การเขียนคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาอย่างนี้ เพื่อที่จะให้ได้คำตอบออกมาในเชิงเป็นเหตุเป็นผลนั่นเอง



ภาพประกอบ 5 ลักษณะการเรียงลำดับ

ที่มา : วีรสิทธิ์ สิทธิไตรย์ และ โยธิน แสงวดี (2536)

การเรียงแนวคำถามในการจัดสนทนากลุ่ม ควรจะมีการเรียงคำถามจากคำถามที่เป็นเรื่องทั่วไป เบา ๆ ง่ายต่อความเข้าใจ และสร้างบรรยากาศให้คุ้นเคยกันระหว่างนักวิจัยกับผู้เข้าร่วมสนทนาแล้วจึงวกเข้าสู่คำถามหลัก หรือคำถามประเด็นหลักของการศึกษาแล้วจึงไปจบลงที่คำถามเบา ๆ อีกครั้งหนึ่ง เพื่อผ่อนคลายบรรยากาศในการสนทนาเพราะจะเป็นการผ่อนคลายความคิด และสร้างบรรยากาศให้เป็นกันเองในวงสนทนามากยิ่งขึ้น ในช่วงท้ายนี้เองอาจเติมคำถามเสริมเข้าไปได้ แต่ต้องไม่เป็นคำถามที่ยาวหรือจำนวนคำถามมากเกินไป คำถามเสริมนี้อาจจะเป็นคำถามที่ไม่ได้เตรียมไปก่อน แต่เป็นคำถามในเรื่องที่ปรากฏขึ้นมาระหว่างสนทนาแล้ว เป็นเรื่องที่คุณดำเนิน

การอภิปรายเห็นว่าถ้าถามให้ได้คำตอบชัดเจนมากจะช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์และได้รับความรู้ในเรื่องที่ศึกษาอย่างมากยิ่งขึ้น ดังแสดงในภาพประกอบ 5

ในวงสนทนากลุ่มการที่ผู้ร่วมสนทนา มีปฏิริยาโต้ตอบกันระดับสูงในระหว่างการสนทนาจะเป็นสิ่งเร้าให้เกิดการสนทนาในระดับลึกยิ่งขึ้น หรือเข้มข้นยิ่งขึ้นในแต่ละประเด็นด้วยวิธีดังกล่าวนี้จึงมีส่วนทำให้นักวิจัยสามารถหยั่งรู้ถึงสาเหตุเบื้องหลังพฤติกรรมต่าง ๆ โดยผู้ร่วมสนทนาไม่รู้ตัวสิ่งที่ได้มานั้นเป็นสิ่งที่ได้มาด้วยวิธีการใช้แบบสำรวจข้อมูล เพราะในวงสนทนาในกลุ่มนักวิจัยจะต้องคอยวิเคราะห์สถานการณ์และข้อมูลในกลุ่มบุคคลที่ถูกกระตุ้นนั้นด้วย แล้วสร้างประเด็นคำถามใหม่ ๆ ย้อนกลับต่อไปเรื่อย ๆ จนกว่าจะได้คำตอบที่ดีมีเหตุผลชัดเจนและรายละเอียดมากที่สุด

4.7 การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ขณะที่ศึกษาข้อมูล ผู้วิจัยได้ประมวลผลข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลควบคู่กันไปกับการศึกษาข้อมูล โดยการฟังข้อมูลจากเทปบันทึกเสียงซ้ำหลังจากการจัดสนทนากลุ่ม และจัดกลุ่มข้อมูลออกมาทันทีที่ศึกษาข้อมูลเสร็จ เพื่อเป็นแนวทางในการจัดกลุ่มสนทนาต่อไป จนสามารถเก็บข้อมูลได้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์การวิจัยและปัญหาในการวิจัยที่ต้องการศึกษา จึงหยุดการศึกษาข้อมูลหลังจากเก็บข้อมูลแล้วผู้วิจัยจะได้ประมวลผลข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่อไป

4.8 ความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของข้อมูล

การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ผู้วิจัยได้ดำเนินการสนทนากลุ่ม โดยคำนึงถึงความถูกต้องและความเชื่อถือได้ของการสนทนากลุ่ม การสนทนากลุ่มนับเป็นวิธีใหม่ของการเก็บข้อมูลในการศึกษาเชิงคุณภาพที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการวิจัยประเมินทัศนคติของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ

เบญญา ยอดดำเนิน-แอ็ดติง (2541: 84) กล่าวว่า การสนทนากลุ่มจะช่วยให้เกิดความถูกต้องและเชื่อถือได้ของข้อมูล จะต้องคำนึงถึงหลัก 4 ประการ ดังนี้

ประการที่ 1 ในการศึกษาควรเลือกบุคคลที่มีลักษณะพื้นฐานที่คล้ายคลึงกัน (Homogeneous Group) ซึ่งเป็นวิธีการในการศึกษาข้อมูลตามระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพที่พลวัตของกลุ่ม (Group Dynamic) จะเป็นสิ่งกระตุ้นให้แต่ละคนในกลุ่มแสดงความคิดเห็นและทัศนะของตนออกมาอย่างเปิดเผยและจริงใจ โดยการสนทนากลุ่มแต่ละกลุ่มประกอบด้วยสมาชิกกลุ่มกลุ่มละ 8 คน ซึ่งผู้วิจัยจะจงเลือกมาเข้าร่วมกลุ่ม จะต้องมีคุณลักษณะพื้นฐานที่คล้ายคลึงกัน เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกลุ่มสนทนามีความรู้สึกละอายใจที่จะแสดงความคิดเห็นของตนในกลุ่ม ลักษณะของแนวคำถามที่ถามถึงความรู้สึก ฐานในการคิด การตัดสินใจ การใช้เหตุผล แรงจูงใจหรือสถานการณ์ต่าง ๆ ตลอดจนความประทับใจในขณะสนทนากัน โดยความคิดเห็นของคน ๆ หนึ่งในกลุ่ม อาจจะไปกระตุ้นให้คนอื่น ๆ ในกลุ่มพูดและแสดงความคิดเห็นของตนเองออกมา

ประการที่ 2 ผู้ดำเนินการสนทนา คือ ผู้ดำเนินการสนทนา ต้องมีความสามารถในการถามคำถาม และกำกับการสนทนาให้เป็นไปตามแนวทางของหัวข้อที่จะศึกษา เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนตรงกับประเด็นที่จะศึกษาและละเอียดที่สุดในเวลาที่กำหนด สามารถที่จะควบคุมประเด็นการสนทนากลุ่มได้ สามารถชักจูงให้สมาชิกกลุ่มอธิบายความรู้สึกในประเด็นที่ซักถามได้ว่ามีความคิดเห็นหรือมีทัศนะอย่างไร พร้อมทั้งสามารถวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับ เพื่อเชื่อมโยงหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลนั้นกับข้อมูลอื่นที่ได้รับคำตอบมาก่อน ผู้ดำเนินการสนทนาจะเป็นผู้แยกประเด็นคำถามให้เป็นรายละเอียดที่จะซักถามและสร้างความต่อเนื่องในการสนทนากลุ่ม รวมทั้งสร้างบรรยากาศการสนทนากลุ่มให้เป็นกันเอง ไม่ตึงเครียด เพื่อผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มรู้สึกเป็นอิสระที่จะแสดงความคิดเห็นและร่วมในการสนทนากลุ่มอย่างเต็มที่ ซึ่งจะทำให้ผู้ร่วมสนทนากลุ่มเข้าใจและสามารถตอบคำถามได้ตรงประเด็น

ประการที่ 3 สถานที่และบรรยากาศสำหรับการสนทนากลุ่ม ควรเป็นสถานที่ที่สะดวกสำหรับสมาชิกทุกคนมากที่สุดและเป็นพื้นที่ที่สมาชิกกลุ่มคุ้นเคย บรรยากาศเงียบเป็นอิสระ ปราศจากการรบกวนจากภายนอก

ประการที่ 4 ความเป็นกลางของผู้เก็บข้อมูลและผู้ให้ข้อมูล ผู้ที่จะทำหน้าที่ประเมินและวิเคราะห์ข้อมูลได้ดีที่สุดนั้น ควรเป็นผู้ดำเนินการสนทนาหรือผู้ที่อยู่ร่วมในการสนทนาอย่างใกล้ชิด มิฉะนั้นแล้วอาจได้ข้อสรุปที่ขาดความถูกต้องแม่นยำ เพราะขาดความเข้าใจในเนื้อเรื่องและบรรยากาศในขณะการสนทนา

5. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

นงลักษณ์ วิรัชชัย (2542: 150 – 151) ได้กล่าวถึง วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโดยใช้โปรแกรมสำเร็จลิสเรล (LISREL) เริ่มใช้แทนการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจกันมากขึ้น เพราะการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ มีรูปแบบวิธีการวิเคราะห์หลากหลายและได้ผลการวิเคราะห์ที่ไม่สอดคล้องกัน นอกจากนี้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจมีข้อด้อยเบื้องต้นที่เข้มงวดและไม่ตรงตามความเป็นจริง จุดอ่อนของการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจนี้ ลองค์ (Long, 1983: 89) เสนอว่า ถ้าทำได้นักวิจัยไม่ควรใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ

วัตถุประสงค์ของการใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันมี 3 ประการ ประการแรกใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน เพื่อตรวจสอบทฤษฎีที่ใช้เป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์องค์ประกอบ ประการที่สองใช้เพื่อสำรวจและระบุองค์ประกอบ และประการที่สามใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างตัวแปรใหม่

ส่วนขั้นตอนการใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันมี 4 ขั้นตอน คือ การเตรียมเมทริกซ์สหสัมพันธ์ การสกัดองค์ประกอบขั้นต้น การหมุนแกนและการสร้างสเกลองค์ประกอบ ในขั้นการเตรียมเมทริกซ์สหสัมพันธ์หรือเตรียมข้อมูลสำหรับวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ต้องกำหนดข้อมูลจำเพาะของโมเดล และระบุความเป็นไปได้ค่าเดียวของโมเดลก่อนวิเคราะห์ข้อมูลใน

ขั้นการสกัดองค์ประกอบและหมุนแกนเป็นการทำงานของคอมพิวเตอร์ และในขั้นสุดท้าย คือ การสร้างสเกลองค์ประกอบนั้น

หลักการวิเคราะห์โมเดลลิสเรล คือ การตรวจสอบความกลมกลืนระหว่างโมเดลลิสเรลที่เป็นสมมติฐานวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ การเปรียบเทียบใช้เมทริกซ์ความแปรปรวนร่วม เป็นตัวเกณฑ์ในการเปรียบเทียบ โดยนำเมทริกซ์ความแปรปรวน – ความแปรปรวนร่วมที่คำนวณได้จากกลุ่มตัวอย่างอันเป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ มาเทียบกับเมทริกซ์ความแปรปรวนร่วมที่ถูกสร้างขึ้นจากพารามิเตอร์ที่ประมาณค่าได้จากโมเดลลิสเรลที่เป็นสมมติฐานวิจัย ถ้าเมทริกซ์ทั้งสองมีค่าใกล้เคียงกันหมายความว่า โมเดลลิสเรลที่เป็นสมมติฐานมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เนื่องจากเมทริกซ์ที่เป็นฟังก์ชันของค่าพารามิเตอร์ ดังนั้นการประมาณค่าพารามิเตอร์จึงใช้หลักการวิเคราะห์เปรียบเทียบความกลมกลืนระหว่างเมทริกซ์ดังกล่าวเป็นเงื่อนไขในการประมาณค่าพารามิเตอร์ ซึ่งการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันด้วยโปรแกรมลิสเรลโดยใช้วิธีความเป็นไปได้สูงสุด (Maximum Likelihood : ML) ค่าประมาณที่ได้มีความคงเส้นคงวา มีประสิทธิภาพและเป็นอิสระจากมาตรวัด (นงลักษณ์ วิรัชชัย. 2542: 48 – 52; อ้างอิงจาก Joreskog; Sorbom. 1989: 16 – 20; Bollen. 1989: 104 – 121, 333 – 349; Long. 1983: 56 – 61; Saris; & Stronkhorst. 1984: 168 – 174) คือ

การตรวจสอบความเที่ยงตรงของโมเดลลิสเรลที่เป็นสมมติฐานวิจัยหรือการประเมินผลความถูกต้องของโมเดล หรือการตรวจสอบความกลมกลืนระหว่างข้อมูลเชิงประจักษ์กับโมเดล โปรแกรมเลสเรล 8.30 ให้ค่าสถิติที่ช่วยตรวจสอบความเที่ยงตรงของโมเดลรวม 5 วิธี (Joreskog; & Sorbom. 1999: 23 – 28; Long. 1983: 61 – 64; Bollen. 1989: 256 – 281, 335 – 338) ดังนี้

1. ใช้ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานและสหสัมพันธ์ของค่าประมาณพารามิเตอร์ (Standard Errors and Correlation of Estimates) ถ้าค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานและสหสัมพันธ์ของค่าประมาณพารามิเตอร์ที่คำนวณได้ไม่มีนัยสำคัญ แสดงว่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานมีขนาดเล็กและรูปแบบการวิจัยไม่ผิดพลาด
2. ใช้ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณและสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (Multiple Correlation and Coefficients of Determination) ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณและสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ที่ได้ควรมีค่าเข้าใกล้หนึ่ง แสดงว่ารูปแบบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์
3. ใช้ค่าสถิติวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit Measures) ค่าสถิติในกลุ่มนี้ใช้ตรวจสอบความเที่ยงตรงของรูปแบบเป็นภาพรวมทั้งรูปแบบ ไม่ใช่เป็นการตรวจสอบเฉพาะค่าพารามิเตอร์แต่ละตัวเหมือนสองวิธีแรก นอกจากนี้ยังใช้ประโยชน์ในการเปรียบเทียบรูปแบบที่แตกต่างกันสองรูปแบบว่ารูปแบบใดมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากกว่ากัน การใช้ค่าสถิติวัดระดับความกลมกลืนนี้มี 6 ประเภท ประเภทที่ 1 ใช้ทดสอบสมมติฐานทางสถิติว่าฟังก์ชัน ความกลมกลืนมีค่าเป็นศูนย์ การคำนวณค่าไค – สแควร์ คำนวณจากผลคูณขององศาอิสระกับค่าของฟังก์ชันความกลมกลืน ถ้าค่าไค – สแควร์มีค่าสูงมาก แสดงว่าฟังก์ชันความ

กลมกลืนมีค่า แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือ โมเดลอิสระไม่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ถ้าค่าไค – สแควร์มีค่าต่ำมาก ยิ่งมีค่าใกล้มากเท่าไร แสดงว่า โมเดลอิสระสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งซาลิสและสตรอนคอร์ส (Sarlis; & Stronkorst. 1984 : 200) เสนอว่า ค่าไค – สแควร์ ควรมีค่าเท่ากับองศาอิสระสำหรับโมเดลที่มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ประเภทที่ 2 ดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (Goodness of Fit Index : GFI) ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (GFI) มีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 ถ้าค่าดัชนี GFI เข้าใกล้ 1.00 แสดงว่ารูปแบบการวิจัยนั้นมีความสอดคล้องหรือกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ประเภทที่ 3 ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index : AGFI) เมื่อนำค่าดัชนี GFI มาปรับแก้แล้วเนื่องมาจากการปรับรูปแบบตามจำนวนตัวแปรได้ค่า AGFI ดังนั้นค่าดัชนี AGFI จึงมีคุณสมบัติเหมือนดัชนี GFI ประเภทที่ 4 ดัชนีรากของกำลังสองเฉลี่ยของเศษ (Root Mean Squared Residual : RMR) เป็นดัชนีที่ใช้เปรียบเทียบระดับความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของรูปแบบสองรูปแบบเฉพาะกรณีที่เป็นกรณีเปรียบเทียบโดยใช้ข้อมูลชุดเดียวกัน ในขณะที่ดัชนี GFI และ AGFI สามารถใช้เปรียบเทียบได้ทั้งกรณีข้อมูลชุดเดียวกัน และข้อมูลต่างชุดกัน ดัชนี RMR บอกขนาดของเศษที่เหลือโดยเฉลี่ยจากการเปรียบเทียบระดับความกลมกลืนของรูปแบบสองรูปแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ค่าของดัชนี RMR ยิ่งเข้าใกล้ศูนย์ แสดงว่า รูปแบบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ประเภทที่ 5 ดัชนีเปรียบเทียบระดับความกลมกลืน (Comparative Fit Index : CFI) ดัชนี CFI ที่มีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 ค่าดัชนี CFI ที่เข้าใกล้ 1 แสดงว่าโมเดลมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และประเภทที่ 6 ดัชนีค่ารากกำลังสองเฉลี่ยของค่าความแตกต่างโดยประมาณ (Root Mean Square Error of Approximation : RMSEA) เป็นสถิติที่พัฒนามาจากความเชื่อที่ว่า ข้อตกลงเบื้องต้นของค่าไค – สแควร์ ที่ว่าโมเดลการวิจัยมีความเที่ยงตรงนั้นไม่สอดคล้องกับความเป็นจริง เพราะการเพิ่มจำนวนพารามิเตอร์อิสระทำให้ค่าสถิติมีค่าลดลง เนื่องจากค่าสถิติไค – สแควร์ ขึ้นอยู่กับค่าองศาความอิสระ (df) ดังนั้น จึงปรับปรุงสูตรการคำนวณโดยคิดค่าฟังก์ชันความแตกต่างจากประชากรต่อหน่วยองศาอิสระ อันเป็นที่มาของดัชนีค่ารากกำลังสองเฉลี่ยของค่าความแตกต่างโดยประมาณ

4. การวิเคราะห์เศษหรือความคลาดเคลื่อน (Analysis of Residuals) เป็นการวิเคราะห์ความสอดคล้องที่ควรวิเคราะห์ควบคู่กับดัชนีตัวอื่น ๆ ซึ่งวิธีการวิเคราะห์ที่เกี่ยวข้องกับความคลาดเคลื่อน มี 2 แบบ ได้แก่ แบบที่ 1 เมตริกซ์ความคลาดเคลื่อนในการเปรียบเทียบความกลมกลืน (Fitted Residuals Matrix) หมายถึง ค่าความคลาดเคลื่อนทั้งในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน โดยค่าความคลาดเคลื่อนในรูปคะแนนมาตรฐาน คือ ผลหารระหว่างค่าความคลาดเคลื่อนกับค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของความคลาดเคลื่อนนั้น ถ้ารูปแบบมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูล ค่าความคลาดเคลื่อนในรูปคะแนนมาตรฐานไม่ควรมีค่าเกิน 2.00 ถ้ายังมีค่าเกิน 2.00 ต้องปรับรูปแบบการวิจัย แบบที่ 2 คิวพล็อต (Q – Plot) เป็นกราฟแสดงความสัมพันธ์ระหว่างค่าความคลาดเคลื่อนกับค่า ควอนไทล์ปกติ (Normal Quantiles) ถ้าได้กราฟมีความชันมากกว่าเส้นทะแยงมุม แสดงว่า รูปแบบมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

5. ดัชนีดัดแปรรูปแบบ (Model Modification Index) ดัชนีตัวนี้มีประโยชน์ในการตัดสินใจปรับรูปแบบการวิจัยให้ดีขึ้นได้ ดัชนีดัดแปรรูปแบบเป็นค่าสถิติเฉพาะสำหรับพารามิเตอร์แต่ละตัวมีค่าเท่ากับค่าใด – สแควร์ที่ลดลงเมื่อกำหนดให้พารามิเตอร์ตัวนั้นเป็นพารามิเตอร์อิสระหรือผ่อนคลายข้อกำหนดเงื่อนไขบังคับของพารามิเตอร์นั้น ดังนั้นเมื่อผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏว่า ค่าดัชนีดัดแปรรูปแบบมีค่าที่ไม่เข้าใกล้ศูนย์แสดงว่า รูปแบบนั้นยังสามารถเปลี่ยนแปลงรูปแบบได้อีก

เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมลิสเรลแล้ว นำผลมาสร้างสเกลองค์ประกอบและแปลความหมายผลการวิเคราะห์ ซึ่งในโปรแกรมลิสเรลมีส่วนที่แตกต่างจากผลการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม SPSS คือ

1. ผลจาก SPSS ไม่มีการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติของเมทริกซ์ LX ซึ่งเป็นค่าประมาณพารามิเตอร์น้ำหนักองค์ประกอบพร้อมด้วยค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานและค่าสถิติ t
2. เมทริกซ์ PH ซึ่งเป็นเมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบ กรณีที่กำหนดให้องค์ประกอบเป็นอิสระต่อกัน ค่าพารามิเตอร์นอกแนวทแยงในเมทริกซ์ PH จะมีค่าเป็นศูนย์ทั้งหมด
3. เมทริกซ์ TD ซึ่งเป็นเมทริกซ์ความแปรปรวน – ความแปรปรวนร่วมของความคลาดเคลื่อน และค่ากำลังสองของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ ในกรณีที่ความคลาดเคลื่อนไม่สัมพันธ์กัน เมทริกซ์ TD จะเป็นเมทริกซ์แนวทแยงและค่าพารามิเตอร์กับค่ากำลังสองของสัมประสิทธิ์พหุคูณจะมีค่าเป็นหนึ่ง นอกจากนี้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณยังบอกค่าความเที่ยงตรงของตัวแปรด้วย
4. ค่าดัชนีตรวจสอบความเที่ยงตรงของโมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันแบบต่าง ๆ รวมทั้งการวิเคราะห์เศษเหลือและกราฟของเศษเหลืออยู่ในรูปของคะแนนมาตรฐานด้วย ค่าดัชนีวัดได้ด้วยค่าใด – สแควร์ควรจะมีค่าต่ำและเส้นกราฟของเศษ ในรูปคะแนนมาตรฐานกับควอนไทล์ปกติ จะมีความชันกว่าเส้นทแยงมุมจึงสรุปได้ว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์
5. เมทริกซ์คะแนนองค์ประกอบ ซึ่งเป็นเมทริกซ์ของค่าสัมประสิทธิ์ที่ต้องนำไปสร้างสเกลองค์ประกอบต่อไป

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การวิจัยครั้งนี้ มีความมุ่งหมาย เพื่อศึกษา และพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของ
ผู้นำ อีสาระในการขายตรงโดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ผู้วิจัยได้ดำเนินการในด้านต่างๆ
ดังนี้

1. การกำหนดประชากร และกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินการวิจัย
3. ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้นำอีสาระในการ
ขายตรง

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้นำอีสาระในการ
ขายตรงโดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นผู้จำหน่ายอีสาระในการขายตรงของบริษัท
กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด ซึ่งเป็นองค์กร การขายตรงแบบหลายชั้น จำหน่ายสินค้า ใน
กลุ่มของผลิตภัณฑ์เสริมความงาม กลุ่มของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร กลุ่มของผลิตภัณฑ์ทางการ
เกษตร และ กลุ่มของผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือน ที่มีระดับตำแหน่ง โกลด์สตาร์ เมอร์คิวรี
จูปีเตอร์ วินัส แซทเทิร์น จำนวน 127,844 คน

2. กลุ่มตัวอย่างได้แก่

2.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอีสาระ
ในการขายตรง ได้แก่ ผู้จำหน่ายอีสาระของบริษัทกิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด ในระดับ
ตำแหน่งโกลด์สตาร์ เมอร์คิวรี จูปีเตอร์ วินัส และ แซทเทิร์นจำนวน 550 คนที่ได้มาจากการสุ่ม
อย่างง่ายจากประชากร

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอีสาระ
ในการขายตรงได้แก่ ผู้จำหน่ายอีสาระของบริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัดในระดับ
ตำแหน่งโกลด์สตาร์ เมอร์คิวรี จูปีเตอร์ วินัส และ แซทเทิร์น จำนวน 20 คน ที่ได้มาจากกลุ่ม
ตัวอย่างใน ข้อ 2.1 ที่มีคะแนนคุณลักษณะที่พึงประสงค์น้อยที่สุดในกลุ่มขึ้นไปและสมัครใจ
เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีดังนี้

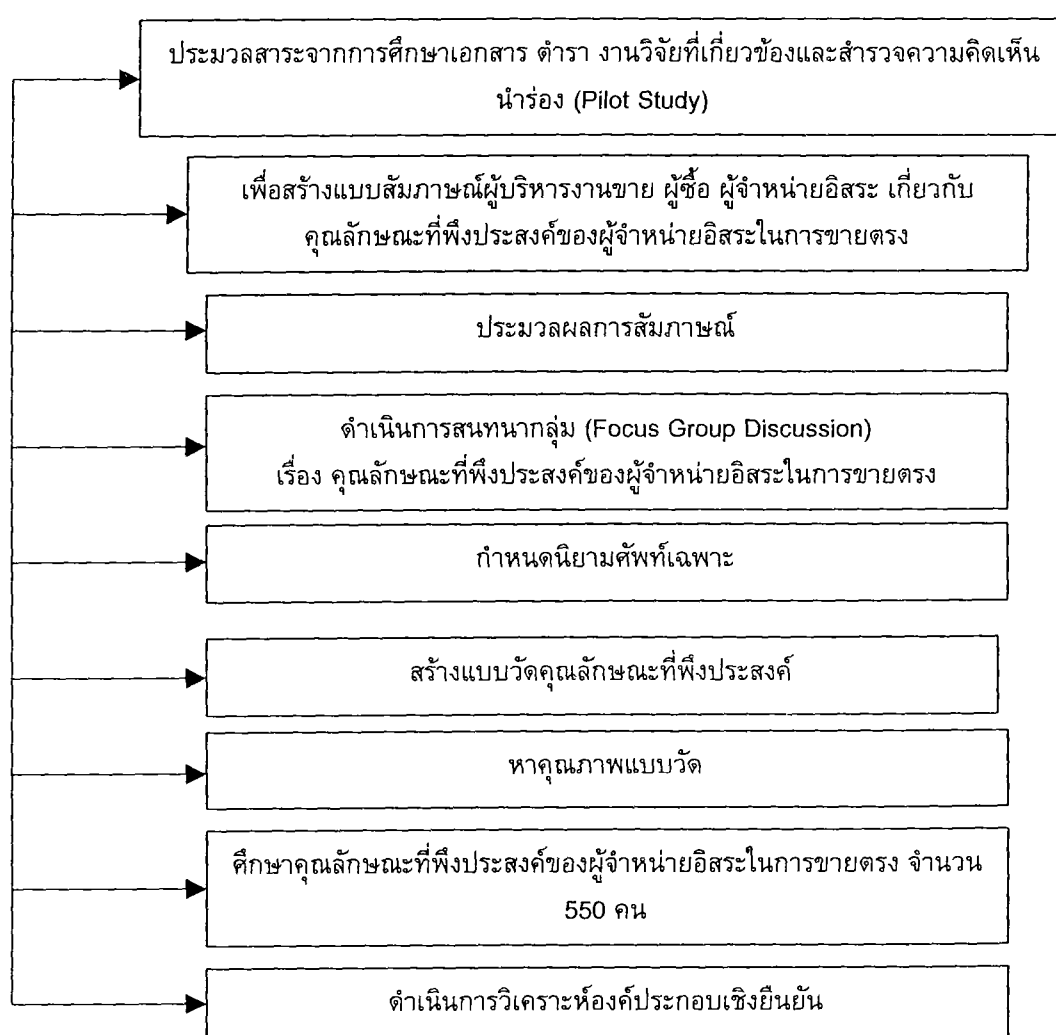
1. แบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง
2. โปรแกรมการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

โดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย

การดำเนินงานตามขั้นตอนการศึกษาและการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง มี 2 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง มีขั้นตอนดังนี้



ภาพประกอบ 6 ขั้นตอนการศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

จากภาพประกอบ 6 สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ประมวลสาระจากการศึกษาเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และสำรวจความคิดเห็นนำร่อง (Pilot Study) ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง โดยใช้คำถามปลายเปิด เพื่อนำมาสร้างแบบสัมภาษณ์ผู้บริหารงานขาย ผู้ซื้อ ผู้จำหน่ายอิสระเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง
2. สร้างแบบสัมภาษณ์เพื่อสำรวจความคิดเห็นผู้บริหารงานขาย ผู้ซื้อ ผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงว่าควรครอบคลุมในเรื่องใดบ้าง
3. ประมวลผลการสัมภาษณ์ที่ได้จากผู้บริหารงานขาย ผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงมาเขียนเป็นกรอบแนวคิดที่เกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงเพื่อใช้ในการสนทนากลุ่ม
4. ดำเนินการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง
5. กำหนดนิยามศัพท์เฉพาะของคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงและเขียนแบบสอบถาม
6. สร้างแบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ แบบ Rating Scale 5 ระดับ จำนวน 8 – 10 ข้อ คำถามในแต่ละคุณลักษณะ
7. หาคูณภาพแบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดย
 - 7.1 หาคความเที่ยงตรงเชิงพินิจ (Face Validity)
 - 7.2 การหาค่าอำนาจจำแนกของแบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง
 - 7.3 หาค่าความเชื่อมั่นของแบบวัด
8. นำแบบวัดไปใช้เพื่อศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ซึ่งเป็นผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงของบริษัทกฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด ที่อยู่ในระดับตำแหน่ง โกลด์สตาร์ เมอร์คิวรี จูปีเตอร์ วินัส และแซทเทิร์น จำนวน 550 คน
9. ดำเนินการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

การดำเนินการสร้างแบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระ ในการขายตรง

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างตามลำดับ ดังนี้

1. การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

การสนทนากลุ่มเกี่ยวกับองค์ประกอบของคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ผู้วิจัยดำเนินการโดยมีลำดับขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ศึกษาเอกสาร ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง เพื่อหากรอบคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

ขั้นที่ 2 สืบค้นความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง โดยใช้คำถามปลายเปิดหาคำตอบเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงว่าควรมีลักษณะครอบคลุมในด้านใดบ้าง

ขั้นที่ 3 ผู้วิจัยเขียนกรอบเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง โดยนำข้อมูลที่ได้จากเอกสาร และผลการสำรวจในข้อ 1 และ 2 มาเขียนเป็นกรอบ เกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการสนทนากลุ่ม ซึ่งประกอบไปด้วย

- 3.1 มนุษยสัมพันธ์
- 3.2 ความมั่นใจในตนเอง
- 3.3 บุคลิกภาพที่ดี
- 3.4 ความสามารถในการขาย
- 3.5 ความขยันหมั่นเพียรและความรับผิดชอบในการทำงาน
- 3.6 การพัฒนาปรับปรุงตนเอง
- 3.7 การตั้งเป้าหมาย
- 3.8 ความสามารถในการแก้ปัญหา
- 3.9 คุณธรรมและจริยธรรมในอาชีพ
- 3.10 ความรู้ความเข้าใจในสินค้า

ขั้นที่ 4 ดำเนินการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เกี่ยวกับองค์ประกอบของคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มเป็นผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านการขายตรง และเป็นผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในระดับสูงถึงสูงสุดของบริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิค จำกัด จำนวน 10 คน (ภาคผนวก ก) เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ในหัวข้อเรื่อง “คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง” ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดการสนทนากลุ่มโดยคำนึงถึงความ

ถูกต้องและความเชื่อถือได้ของการจัดสนทนากลุ่ม การสนทนากลุ่มเป็นวิธีหนึ่งของการเก็บข้อมูลในการศึกษาเชิงคุณภาพที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการวิจัยประเมินทัศนคติของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ การสนทนากลุ่มจะช่วยให้เกิดความถูกต้องและเชื่อถือได้ของข้อมูลซึ่งจะต้องคำนึงถึงหลัก 4 ประการ (เบญจา ยอดดำเนิน – แอ็ดดิกซ์. 2541: 84) ดังนี้

4.1 ในการศึกษา ควรเลือกบุคคลที่มีลักษณะพื้นฐานที่คล้ายคลึงกัน (Homogeneous Group) ซึ่งเป็นวิธีการในการศึกษาข้อมูลตามระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพที่พลวัตของกลุ่ม (Group Dynamic) ซึ่งเป็นสิ่งกระตุ้นให้แต่ละคนในกลุ่มแสดงความคิดเห็นและทัศนคติของตนออกมาอย่างเปิดเผยและจริงใจ โดยการจัดสนทนากลุ่มแต่ละกลุ่มประกอบด้วยสมาชิกกลุ่ม กลุ่มละ 8 คน ซึ่งผู้วิจัยจะจงเลือกเข้ามาร่วมกลุ่ม จะต้องมีความรู้ลักษณะพื้นฐานที่คล้ายคลึงกัน (Homogeneous) เพื่อให้ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มมีความรู้สึกสบายใจที่จะแสดงทัศนคติของตนในกลุ่ม ลักษณะของคำถามที่ถามถึงความรู้สึก ภูมิหลังในการคิด การตัดสินใจ การใช้เหตุผล แรงจูงใจหรือสถานการณ์ต่าง ๆ ตลอดจนความประทับใจในขณะสนทนากัน โดยความคิดเห็นของคน ๆ หนึ่งในกลุ่ม อาจจะไปกระตุ้นให้คนอื่น ๆ ในกลุ่มพูดและแสดงความคิดเห็นของตนออกมา

4.2 ผู้ดำเนินการสนทนากลุ่ม (Moderator) ต้องมีความสามารถในการตั้งคำถามและกำกับการสนทนาให้เป็นไปตามแนวทางของหัวข้อที่จะศึกษา เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนตรงกับประเด็นที่จะศึกษาและละเอียดที่สุดในเวลาที่กำหนด สามารถที่จะควบคุมประเด็นในการสนทนากลุ่มได้ สามารถชักจูงให้สมาชิกกลุ่มอธิบายความรู้สึกในประเด็นที่ซักถามได้ว่ามีความคิดเห็นหรือมีทัศนคติอย่างไร พร้อมทั้งสามารถทำการคิดวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับ เพื่อเชื่อมโยงหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลนั้นกับข้อมูลอื่นที่ได้รับคำตอบมาก่อน ผู้ดำเนินการสนทนากลุ่มจะเป็นผู้แยกประเด็นคำถามให้เป็นรายละเอียดที่จะซักถามและสร้างความต่อเนื่องในการสนทนากลุ่ม รวมทั้งสร้างบรรยากาศการสนทนากลุ่มให้เป็นกันเอง ไม่ตึงเครียด เพื่อให้ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มรู้สึกเป็นอิสระที่จะแสดงความคิดเห็นและร่วมในการสนทนากลุ่มอย่างเต็มที่ ซึ่งจะทำให้ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มเข้าใจและสามารถตอบคำถามได้ตรงประเด็น

4.3 สถานที่และบรรยากาศสำหรับการจัดสนทนากลุ่ม ควรเป็นสถานที่ที่สะดวกสำหรับสมาชิกทุกคนมากที่สุดและเป็นพื้นที่ที่สมาชิกกลุ่มคุ้นเคย บรรยากาศเงียบเป็นอิสระ ปราศจากการรบกวนจากภายนอก

4.4 ความเป็นกลางของผู้เก็บข้อมูลและผู้ให้ข้อมูล ผู้ที่จะทำหน้าที่ประเมินและวิเคราะห์ข้อมูลได้ดีที่สุดนั้น ควรเป็นผู้ดำเนินการสนทนากลุ่มหรือผู้ที่อยู่ร่วมในการสนทนากลุ่มอย่างใกล้ชิด มิฉะนั้นแล้วอาจได้ข้อสรุปที่ขาดความถูกต้องแม่นยำ เพราะขาดความเข้าใจในเรื่องและบรรยากาศในขณะการสนทนากลุ่ม

ขั้นที่ 5 ผู้วิจัยในข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มมาดำเนินการสรุปวิเคราะห์ เพื่อเขียนนิยามศัพท์เฉพาะผลของการสนทนากลุ่มสรุปได้ดังนี้

5.1 คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง หมายถึง ลักษณะที่แสดงออก อันเป็นลักษณะเฉพาะประจำตัวของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงที่เป็นที่ยอมรับด้วยความพึงพอใจต่อผู้ซื้อ โดยจำแนกออกเป็นคุณลักษณะดังนี้

5.1.1 มนุษยสัมพันธ์ที่ดี หมายถึง ความสามารถในการแสดงออก ด้วยความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลอื่น โดยแสดงออกทั้งในด้านวัจนภาษาและอวัจนภาษา ได้แก่ การแสดงออกด้วยการยิ้มแย้ม แจ่มใส รู้จัก ทักทายผู้อื่น มีความปรารถนาดี ไม่ดูถูกผู้อื่น รู้จัก ยอมรับ ยกย่อง ให้เกียรติผู้อื่นด้วยความจริงใจ และมีน้ำใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ช่วยเหลือผู้อื่น

5.1.2 บุคลิกภาพที่ดี หมายถึง ลักษณะเฉพาะตน ที่เป็นผลรวมของ พฤติกรรมทั้งหมด ที่แสดงออกมาก่อให้เกิดความประทับใจแก่ผู้พบเห็น ได้แก่ ลักษณะของท่าที การแสดงออก ด้วยความสุภาพอ่อนน้อมถ่อมตน มีความคล่องแคล่ว เชื่อมมั่นในตนเอง มีการ ควบคุมอารมณ์ที่ดี เป็นผู้ฟังที่ดีมีมารยาท และ มีการแต่งกายที่ดูดีมีความเหมาะสมกับกาลเทศะ

5.1.3 ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน หมายถึง การแสดงออกถึง การที่รับผิดชอบและรับชอบในการกระทำทั้งต่อตนเองและผู้อื่นในการปฏิบัติงาน ยอมรับผลของการ กระทำของตนเองไม่ว่าจะเป็นผลดีหรือไม่ ได้แก่ ความตั้งใจทำงานให้สำเร็จตามเป้าหมายใน เวลาที่กำหนด โดยไม่ปล่อยปละละเลย หรือทำให้เกิดการค้างคั่งในการทำงานที่ยังไม่เสร็จ มี ความพร้อมที่จะปรับปรุงแก้ไขความผิดพลาดต่าง ๆ มีการบริหารเวลา บริหารทีมงานและให้ ความสำคัญในการบริการลูกค้าให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5.1.4 ความขยันหมั่นเพียร หมายถึง การแสดงออกของผู้จำหน่าย อิสระที่แสดงให้เห็นว่า ไม่เกียจคร้าน ไม่ย่อท้อ ต่ออุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ได้แก่ ความ กระตือรือร้นในการทำงาน ไม่มีการแสดงออกด้วยความเบื่อหน่าย พยายามปฏิบัติงานอย่างเป็น ปกติ สม่ำเสมอเพื่อสร้างผลงานออกมาอย่างต่อเนื่องไม่ขาดระยะไม่ปล่อยเวลาให้ล่วงเลยโดยไม่ กระทำสิ่งใดให้เป็นประโยชน์

5.1.5 ความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า หมายถึง ความ สามารถในการเผชิญกับปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างมีสติ ไตร่ตรองอย่างรอบคอบและเป็นระบบ ได้แก่ พิจารณาว่าปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นคือปัญหาอะไร รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัญหานั้นๆ กำหนดแนวทางในการแก้ปัญหา เลือกแนวทางที่เหมาะสมที่สุดที่จะนำมาใช้ในการแก้ปัญหา

5.1.6 คุณธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติงาน หมายถึง ลักษณะที่ดี ที่แสดงออกให้เห็นถึงจิตใจที่ดีงาม โดยแสดงออกให้เห็นเป็นรูปธรรมได้อย่างชัดเจน ได้แก่ การ แสดงออกถึงคำพูดและการกระทำด้วยความซื่อตรง ไม่โกหก ไม่คดโกง ไม่เห็นแก่ประโยชน์ ส่วนตนแต่เพียงอย่างเดียว มีหลักธรรมประจำใจ โดยนำมาประยุกต์ใช้กับการทำงานได้เป็น อย่างดี

5.1.7 ความก้าวหน้าและพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง หมายถึง

คุณลักษณะของผู้จำหน่ายอิสระที่มีเป้าหมายในตนเองอย่างเด่นชัด และพร้อมที่จะพัฒนาตนเองในทุก ๆ ด้าน เพื่อก้าวไปสู่เป้าหมายนั้น ๆ ได้แก่ การพิจารณาถึงจุดอ่อน หรือ ข้อบกพร่องของตนเองในการปฏิบัติงานว่ามีสิ่งใดที่ยังขาดความสมบูรณ์ เพื่อหาทางพัฒนาแก้ไข ปรับปรุงให้ตนเองมีความรู้ความสามารถมากยิ่งขึ้น และการแสวงหาความรู้ในด้านอื่น ๆ เพิ่มเติม เพื่อเป็นการเสริมสร้างศักยภาพของตนเองให้มีทักษะความชำนาญมากขึ้นกว่าเดิม เพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับการขายตรงเพื่อความเจริญก้าวหน้าในชีวิตการทำงาน

2. แบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

แบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีลำดับดังนี้

ขั้นที่ 1 ศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และองค์ประกอบของ

คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงที่ได้จากการสัมภาษณ์ มาเขียนนิยามศัพท์เฉพาะ

ขั้นที่ 2 ดำเนินการสร้างแบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงตามนิยามศัพท์เฉพาะ ซึ่งลักษณะของแบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเป็นแบบมาตราประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 7 ด้าน รวมทั้งหมด 90 ข้อ

ขั้นที่ 3 นำแบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงที่ผู้วิจัยสร้างเสร็จแล้วจำนวน 90 ข้อ ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 คน ได้แก่ รองศาสตราจารย์ ดร.สุทินันท์ พรหมสุวรรณ รองศาสตราจารย์ ดร.ธำรงค์ศิลป์ เจียรตระกูล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทนา วงษ์อินทร์ ดร.นารี สุทธิปริดา และ ดร.กรรณกาญจน์ ณ นครพนม ตรวจสอบคุณภาพเบื้องต้นด้านความเที่ยงตรงเชิงพิณิจ (Face Validity) เพื่อคัดเลือกและปรับปรุงข้อความให้สอดคล้องกับนิยามที่กำหนดไว้ โดยข้อความทั้งหมดต้องมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับหรือมากกว่า .50 และที่ผู้ทรงคุณวุฒิได้เสนอแนะให้ปรับปรุงข้อความบางข้อความ ผู้วิจัยได้ทำการปรับปรุงข้อความตามที่คุณวุฒิได้เสนอแนะ จำนวน 87 ข้อ ได้ค่า IOC อยู่ระหว่าง .6 – 1.0

ขั้นที่ 4 นำแบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงจำนวน 87 ข้อ ที่ได้รับการตรวจของผู้ทรงคุณวุฒิไปทดลอง (Try out) กับผู้จำหน่ายอิสระจำนวน 80 คน เพื่อหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อของแบบวัด โดยการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถามกับคะแนนรวม (Item – Total Correlation) แล้วคัดเลือกข้อที่ค่าตั้งแต่ .18 ขึ้นไป ได้จำนวนข้อคำถาม จำนวน 74 ข้อ มีค่าระหว่าง .18 - .51

ขั้นที่ 5 นำแบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง จำนวน 74 ข้อ ตามที่คัดเลือกไว้ในขั้นที่ 4 มาหาความเชื่อมั่นของแบบวัด โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของครอนบาค ปรากฏว่าได้ค่าความเชื่อมั่นรายด้านอยู่ระหว่าง .7057 - .7905 และรวมทั้งฉบับเท่ากับ .9129

ขั้นที่ 6 วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน เพื่อแสดงหลักฐานความเที่ยงตรงตามโครงสร้างของแบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ผลการวิเคราะห์พบว่า องค์ประกอบของคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงทั้ง 7 ด้านมีอิทธิพลต่อโครงสร้างของคุณลักษณะดังกล่าวในระดับค่อนข้างมาก (ดังข้อมูลแสดงในตาราง 1 – 2)

ตัวอย่าง แบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

คำชี้แจง ให้ท่านทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องหลังคำถามตามความคิด ความรู้สึก และการแสดงออกที่แท้จริงของท่าน

คุณลักษณะ	จริงมาก	ส่วนใหญ่ที่สุด	จริงพอจริง	จริงเพียงประมาณ	ไม่จริงเลยเล็กน้อย
ด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดี					
1. เมื่อพบลูกค้า ข้าพเจ้าจะยิ้มและเข้าไปทักทาย					
2. ข้าพเจ้าไม่เคยดูถูกดูแคลนเพื่อนร่วมทีมที่ไม่มีความสามารถ					
3. ข้าพเจ้าสามารถยอมรับเพื่อนร่วมทีมได้แม้เขาจะมีข้อบกพร่องบางอย่าง ..					
ด้านบุคลิกภาพที่ดี					
1. ข้าพเจ้ากล่าวขอบคุณทุกครั้ง ไม่ว่าลูกค้า จะซื้อหรือไม่ก็ตาม					
2. ข้าพเจ้าฝึกพูดเกี่ยวกับการนำเสนอสินค้าแก่ลูกค้าเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับตนเอง					
3. แม้ว่าลูกค้าพูดไม่ดีกับข้าพเจ้าๆ ก็ยังแสดงกิริยาท่าทางอย่างสุภาพ					

ตัวอย่าง (ต่อ) แบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

คุณลักษณะ	จริงมาก	ส่วนใหญ่ ที่สุด	จริง พอจริง	จริงเพียง ประมาณ	ไม่จริงเลย เล็กน้อย
ด้านความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน					
1. ข้าพเจ้าไม่ลังเลในการให้บริการลูกค้า					
2. ข้าพเจ้ามีเป้าหมายในการทำงาน					
3. เมื่อข้าพเจ้ามีปัญหาในการทำงาน ข้าพเจ้าจะปรึกษาแม่ที่มั่นที่					
ด้านความขยันหมั่นเพียร					
1. เพื่อน ๆ ชอบว่าข้าพเจ้าว่าไม่ค่อยสนใจในการทำงาน					
2. เมื่อข้าพเจ้านัดลูกค้า ข้าพเจ้าจะไปถึงบ้านลูกค้าก่อนเวลาเสมอ					
3. ข้าพเจ้าไม่ลังเลที่จะไปพบลูกค้าไม่ว่าจะอยู่ไกลแค่ไหนก็ตาม					
ด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า					
1. การรวบรวมข้อมูลเพื่อจะแก้ปัญหาใดปัญหาหนึ่ง เป็นการเสียเวลาอย่างมาก					
2. ข้าพเจ้าคิดว่าเมื่อมีการเกิดปัญหาขึ้น ควรจะกำหนดแนวทางในการแก้ปัญหา					
3. ข้าพเจ้าเชื่อว่าไม่มีทางใดที่จะเหมาะสมที่สุดในการแก้ปัญหา					

ตัวอย่าง (ต่อ) แบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

คุณลักษณะ	จริงมาก	ส่วนใหญ่ที่สุด	จริงพอจริง	จริงเพียงประมาณ	ไม่จริงเลยเล็กน้อย
ด้านคุณธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติงาน					
1. ข้าพเจ้าเห็นด้วยกับคำกล่าวที่ว่า “ซื้อเกินไม่หมด คดเกินไม่นาน”					
2. แม้ว่าฐานะของข้าพเจ้าไม่ร่ำรวย ข้าพเจ้าก็ไม่คดโกงใคร					
3. ก่อนที่ข้าพเจ้าจะพูดหรือกระทำสิ่งใดข้าพเจ้าจะเอาใจเขามาใส่ใจเรา					
ด้านความก้าวหน้า และพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง					
1. หากทำงานไม่สำเร็จ ข้าพเจ้าจะค้นหาสาเหตุที่					
2. ข้าพเจ้าขอบคุณทุกคนที่ชี้แนะข้อบกพร่องให้ข้าพเจ้า					
3. ข้าพเจ้าคิดว่าทุกคนสามารถเป็นสุดยอดนักขายได้ ถ้าพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง					

เกณฑ์ในการให้คะแนน

ข้อความทางบวก

จริงมากที่สุด	ให้คะแนน	5 คะแนน
ส่วนใหญ่จริง	ให้คะแนน	4 คะแนน
จริงพอประมาณ	ให้คะแนน	3 คะแนน
จริงเพียงเล็กน้อย	ให้คะแนน	2 คะแนน
ไม่จริงเลย	ให้คะแนน	1 คะแนน

ข้อความทางลบ

จริงมากที่สุด	ให้คะแนน	1 คะแนน
ส่วนใหญ่จริง	ให้คะแนน	2 คะแนน
จริงพอประมาณ	ให้คะแนน	3 คะแนน
จริงเพียงเล็กน้อย	ให้คะแนน	4 คะแนน
ไม่จริงเลย	ให้คะแนน	5 คะแนน

เกณฑ์การแปลความหมาย มีดังนี้

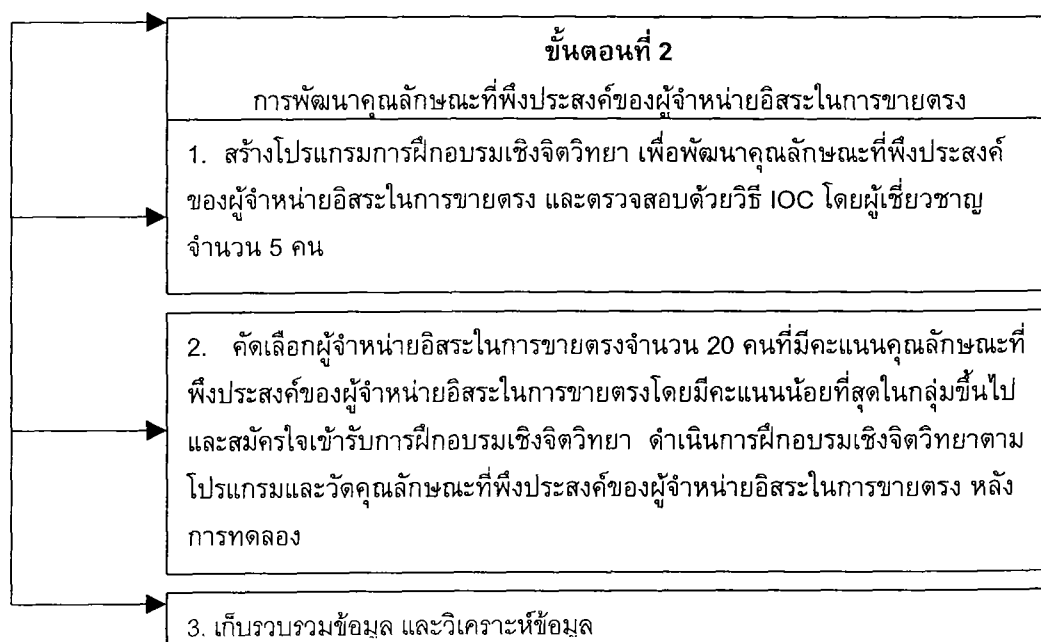
เกณฑ์การแปลความหมายคะแนนเฉลี่ยรายชื่อของคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงรายด้าน และ โดยรวม

คะแนน

แปลความหมาย

4.50 – 5.00	มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงมากที่สุด
3.50 – 4.49	มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงมาก
2.50 – 3.49	มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงปานกลาง
1.50 – 2.49	มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงน้อย
1.00 – 1.49	มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงน้อยที่สุด

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง
โดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา



ภาพประกอบ 7 ขั้นตอนการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยามีขั้นตอนรายละเอียด ดังนี้

1. สร้างโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาตามทฤษฎีการให้คำปรึกษาเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในแต่ละคุณลักษณะ และตรวจสอบด้วยวิธี IOC โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน โดยผู้วิจัยเป็นผู้สร้างโปรแกรมให้สอดคล้องกับองค์ประกอบและครอบคลุมนิยามศัพท์เฉพาะ

การสร้างโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงมีขั้นตอน ดังนี้

1.1 ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง และการพัฒนาโดยการฝึกอบรมที่ประยุกต์ทฤษฎีการให้คำปรึกษาและเทคนิคต่าง ๆ เกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

1.2 สร้างโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา เพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยการประยุกต์ทฤษฎี และเทคนิคต่าง ๆ ในการให้คำปรึกษามาใช้กับการฝึกอบรมให้สอดคล้องกับตัวแปรตามที่ต้องการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในแต่ละด้าน ทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ด้าน มนุษยสัมพันธ์ที่ดี ด้านบุคลิกภาพที่ดี ด้านความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน ด้านความขยันหมั่นเพียร ด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ด้านคุณธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติงาน และด้านความก้าวหน้าและพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง

1.3 นำโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน ได้แก่ รองศาสตราจารย์ ดร.สุทินันท์ พรหมสุวรรณ รองศาสตราจารย์ ดร.ธำรงศิลป์ เจียรตระกูล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทนา วงษ์อินทร์ ดร.นารี สุทธิปริดา และ ดร.กรรองกาญจน์ ณ นครพนม ตรวจสอบโปรแกรมการฝึกอบรมให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัย โดยโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงต้องมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับหรือมากกว่า .50 ซึ่งค่า IOC ของโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาตามทฤษฎีการให้คำปรึกษาเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง มีค่าเท่ากับ 1.00

1.4 นำโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงจำนวน 9 คน ในวันที่ 20 – 22 พฤศจิกายน 2547 และนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมกับเนื้อหาในการฝึกอบรม รวมถึงวิธีการดำเนินการและระยะเวลาที่ใช้ในการทดลองก่อนนำไปใช้ในการวิจัยต่อไป

1.5 นำโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงดำเนินการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาให้แก่ผู้จำหน่ายอิสระในการ

ขายตรงจำนวน 20 คน ที่ได้มาจากกลุ่มตัวอย่างมีคะแนนคุณลักษณะที่พึงประสงค์น้อยที่สุดในกลุ่มขึ้นไปและสมัครใจเข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

2. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ภายหลังการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัย การศึกษาลักษณะคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ผู้วิจัยดำเนินการตามลำดับขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ติดต่อบัณฑิตวิทยาลัย เพื่อทำหนังสือขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลไปยังผู้บริหารหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการเก็บรวบรวมข้อมูล
2. ทำหนังสือส่งถึงผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงพร้อมแบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างตอบแล้วส่งกลับคืน
3. รวบรวมข้อมูลเพื่อนำไปวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป
4. ในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยจะเป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง และนำข้อมูลมาวิเคราะห์

แบบแผนการทดลอง

การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยเชิงทดลอง ผู้วิจัยให้แบบแผนการทดลองแบบมีการทดสอบก่อนและหลังการทดลอง (One – Group – Pretest – Posttest Design) ซึ่งมีแบบแผนการทดลองดังนี้

$$O_1 \quad \text{-----} \quad X \quad \text{-----} \quad O_2$$

เมื่อ	X	แทน	การจัดกระทำทดลองพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในสังคมไทยโดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา
	O_1	แทน	การทดสอบก่อนการทดลองพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง
	O_2	แทน	การทดสอบหลังการทดลองการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลทำโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS for Window ดังนี้

1. วิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานความเบ้ ความโด่ง ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานความโด่ง
2. แสดงหลักฐานความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยการแสดงค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item Objective Congruence) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับนิยามเชิงปฏิบัติการ
3. วิเคราะห์ค่าอำนาจจำแนกแบบวัดรายข้อ โดยแสดงค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation)
4. แสดงหลักฐานความเชื่อมั่นของแบบวัด โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์ของความสอดคล้องภายในแบบแอลฟา (α - Coefficient)
5. แสดงหลักฐานความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของแบบวัด โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis)
6. วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงก่อนและหลังการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาโดยใช้ t-test for Dependent Samples

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. หาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่
 - 1.1 ค่าเฉลี่ย (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2528: 71)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

เมื่อ $\bar{X}$ แทน ค่าเฉลี่ยของคะแนน
 $\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 N แทน จำนวน

1.2 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) (ล้วน สายยศ และ
อังคณา สายยศ. 2528: 77)

$$SD = \sqrt{\frac{N\sum X^2 - (\sum X)^2}{N(N-1)}}$$

เมื่อ S แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
 $\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 $\sum x^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
 N แทน จำนวนนักเรียนในกลุ่มตัวอย่าง
 $N - 1$ แทน จำนวนตัวแปรอิสระ (Degrees of Freedom)

2. สถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพของเครื่องมือ

2.1 การหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์ของแบบวัด
 (Item – objective – Congruency : IOC) การคำนวณหาค่า IOC โดยใช้สูตรดังนี้
 (บุญเชิด ภิญโญนนตพงษ์. 2521: 9)

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC แทน ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อทดสอบกับนิยาม
 เชิงปฏิบัติการ
 R แทน ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ
 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดตรงจุดประสงค์ให้ค่า +1
 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดตรงจุดประสงค์ให้ค่า 0
 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามไม่ตรงจุดประสงค์ให้ค่า -1
 $\sum R$ แทน ผลรวมคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด
 N แทน จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ
 ค่า IOC ที่มีค่า 0.5 ขึ้นไปแสดงว่า แบบวัดหรือข้อคำถามเป็น
 ตัวแทนจุดประสงค์ของแบบวัดนั้น

2.2 การวิเคราะห์ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของข้อคำถามกับคะแนนรวมจากข้ออื่น ๆ ที่เหลือทั้งหมด โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) ซึ่งมีสูตรดังนี้ (บุญเชิด ภิญโญนนตพงษ์. 2521: 84)

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[N\sum x^2 - (\sum x)^2][N\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

เมื่อ r_{xy} แทน ค่าอำนาจจำแนกรายข้อของแบบวัด

N แทน จำนวนคนในกลุ่ม

X แทน คะแนนของข้อคำถาม

Y แทน คะแนนผลรวมของข้ออื่น ๆ ที่เหลือทุกข้อ

2.3 การแสดงหลักฐานความเชื่อมั่น คำนวณโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) มีสูตรในการคำนวณ ดังนี้ (บุญเชิด ภิญโญนนตพงษ์. 2521: 131)

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_x^2} \right]$$

เมื่อ α แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัด

K แทน จำนวนข้อของแบบวัด

S_i^2 แทน ค่าความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

S_x^2 แทน ค่าความแปรปรวนของคะแนนรวมทั้งฉบับของแบบวัด

2.4 การหาความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างคำนวณโดยวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

3. สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน

3.1 เปรียบเทียบความแตกต่างก่อนและหลังการเข้ารับการฝึกอบรมตาม
โปรแกรมการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง โดยการหาค่า
t – test for Dependent Samples (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2546: 193)

$$t = \frac{\sum D}{\sqrt{\frac{n \sum D^2 - (\sum D)^2}{n-1}}}$$

เมื่อ t แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t – distribution
n แทน จำนวนคู่ของข้อมูล
D แทน ผลต่างของคะแนนแต่ละคู่

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ในการวิเคราะห์และแปลผล

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ในการวิเคราะห์และแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ST	แทน	คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง
H	แทน	คุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
P	แทน	คุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านบุคลิกภาพที่ดี
R	แทน	คุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน
D	แทน	คุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านความขยันหมั่นเพียร
A	แทน	คุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า
M	แทน	คุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านคุณธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติงาน
I	แทน	คุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านความก้าวหน้าและพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง
H ₁	แทน	ส่วนที่ 1 ของการแบ่งครึ่งข้อคำถามคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
H ₂	แทน	ส่วนที่ 2 ของการแบ่งครึ่งข้อคำถามคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
P ₁	แทน	ส่วนที่ 1 ของการแบ่งครึ่งข้อคำถามคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านบุคลิกภาพที่ดี
P ₂	แทน	ส่วนที่ 2 ของการแบ่งครึ่งข้อคำถามคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านบุคลิกภาพที่ดี
R ₁	แทน	ส่วนที่ 1 ของการแบ่งครึ่งข้อคำถามคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน
R ₂	แทน	ส่วนที่ 2 ของการแบ่งครึ่งข้อคำถามคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน
D ₁	แทน	ส่วนที่ 1 ของการแบ่งครึ่งข้อคำถามคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านความขยันหมั่นเพียร
D ₂	แทน	ส่วนที่ 2 ของการแบ่งครึ่งข้อคำถามคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านความขยันหมั่นเพียร

A_1	แทน	ส่วนที่ 1 ของการแบ่งครึ่งข้อความคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้าน ความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า
A_2	แทน	ส่วนที่ 2 ของการแบ่งครึ่งข้อความคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้าน ความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า
M_1	แทน	ส่วนที่ 1 ของการแบ่งครึ่งข้อความคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้าน คุณธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติงาน
M_2	แทน	ส่วนที่ 2 ของการแบ่งครึ่งข้อความคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้าน คุณธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติงาน
I_1	แทน	ส่วนที่ 1 ของการแบ่งครึ่งข้อความคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้าน ความก้าวหน้าและพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง
I_2	แทน	ส่วนที่ 2 ของการแบ่งครึ่งข้อความคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้าน ความก้าวหน้าและพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง
Min	แทน	ค่าต่ำสุดของคะแนน
Max	แทน	ค่าสูงสุดของคะแนน
M	แทน	ค่าเฉลี่ย
SD	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
SK	แทน	ความเบ้ของคะแนน
KU	แทน	ความโด่งของคะแนน
SE_m	แทน	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการวัด
SE_{SK}	แทน	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของความเบ้
E_{KU}	แทน	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของความโด่ง
df	แทน	ระดับชั้นความอิสระ
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ที่พิจารณา ใน t – Distribution
χ^2	แทน	ค่าสถิติไค – สแควร์
p	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
GFI	แทน	ดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง
AGFI	แทน	ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องที่ปรับแก้แล้ว
CFI	แทน	ดัชนีความสอดคล้องเปรียบเทียบ
RMR	แทน	ดัชนีรากของกำลังสองเฉลี่ยของเศษ
RMSEA	แทน	ค่ารากที่สองของความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่า
n	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
K	แทน	จำนวนข้อของแบบวัด
**	แทน	ค่าสถิติทดสอบที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

* แทน ค่าสถิติทดสอบที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 การแสดงหลักฐานความเที่ยงตรงตามโครงสร้างของแบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

ตอนที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา

ตอนที่ 3 ค่าสถิติพื้นฐานของคะแนนคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

ตอนที่ 4 การเปรียบเทียบคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ก่อนและหลังการเข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

การวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การแสดงหลักฐานความเที่ยงตรงตามโครงสร้างของแบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

การแสดงผลหลักฐานความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของแบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) โดยผู้วิจัยได้นำคะแนนคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ในแต่ละด้านมาแบ่งครึ่งแบบวัดออกเป็นด้านละ 2 ส่วน รวม 14 ด้านย่อย หลังจากนั้นนำคะแนนของ 14 ด้านย่อย ตามที่ผู้วิจัยกำหนด ไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ดังแสดงใน ตาราง 1 – 2

ตาราง 1 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) และค่าดัชนีทดสอบประสิทธิภาพของ
โมเดลวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของแบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่าย
อิสระในการขายตรง (n=550)

องค์ประกอบของคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง		ด้าน ย่อย	น้ำหนักองค์ ประกอบ	SE	t
1. มนุษยสัมพันธ์ที่ดี	(H)	H ₁	.5672	.1394	9.4791**
		H ₂	.4830	.1659	8.9392**
2. บุคลิกภาพที่ดี	(P)	P ₁	.6588	.1634	12.5983**
		P ₂	.4592	.2085	9.6267**
3. ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน	I	R ₁	.6455	.1284	13.8102**
		R ₂	.5588	.1278	12.1838**
4. ความขยันหมั่นเพียร	(D)	D ₁	.8396	.1510	21.3845**
		D ₂	.7680	.1416	19.3663**
5. ความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า	(A)	A ₁	.4915	.1475	10.2110**
		A ₂	.6715	.1287	12.8917**
6. คุณธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติงาน	(M)	M ₁	.7600	.1454	15.0398**
		M ₂	.6516	.1626	13.5155**
7. ความก้าวหน้าและพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง	(I)	I ₁	.7760	.1091	16.1752**
		I ₂	.5996	.0855	13.0505**
Chi-square (χ^2) = 28.3061 df = 28 P = .4483					
GFI = .9927 CFI = .9998 RMR = .0154					
AGFI = .9726 RMSEA (90%) < .05 = .0044					

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตาราง 1 พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดี(H) ด้านย่อย H₁และ H₂ มีค่าเท่ากับ .5672 และ .4830 ตามลำดับ น้ำหนักองค์ประกอบด้านบุคลิกภาพที่ดี (P) ด้านย่อย P₁และ P₂ มีค่าเท่ากับ .6588 และ .4592 ตามลำดับ น้ำหนักองค์ประกอบด้านความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน (R) ด้านย่อย R₁และ R₂ มีค่าเท่ากับ .6455 และ .5588 ตามลำดับ น้ำหนักองค์ประกอบด้านความขยันหมั่นเพียร (D)

ด้านย่อย D_1 และ D_2 มีค่าเท่ากับ .8396 และ .7680 ตามลำดับ น้ำหนักองค์ประกอบด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า (A) ด้านย่อย A_1 และ A_2 มีค่าเท่ากับ .4915 และ .6715 ตามลำดับ น้ำหนักองค์ประกอบด้านคุณธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติงาน (M) ด้านย่อย M_1 และ M_2 มีค่าเท่ากับ .7600 และ .6516 ตามลำดับ น้ำหนักองค์ประกอบด้านความก้าวหน้า และพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง (I) ด้านย่อย I_1 และ I_2 มีค่าเท่ากับ .7760 และ .5996 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทุกค่าแสดงว่าองค์ประกอบของคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงทั้ง 7 ด้าน มีอิทธิพลต่อโครงสร้างของคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในการขายตรงในระดับค่อนข้างมาก

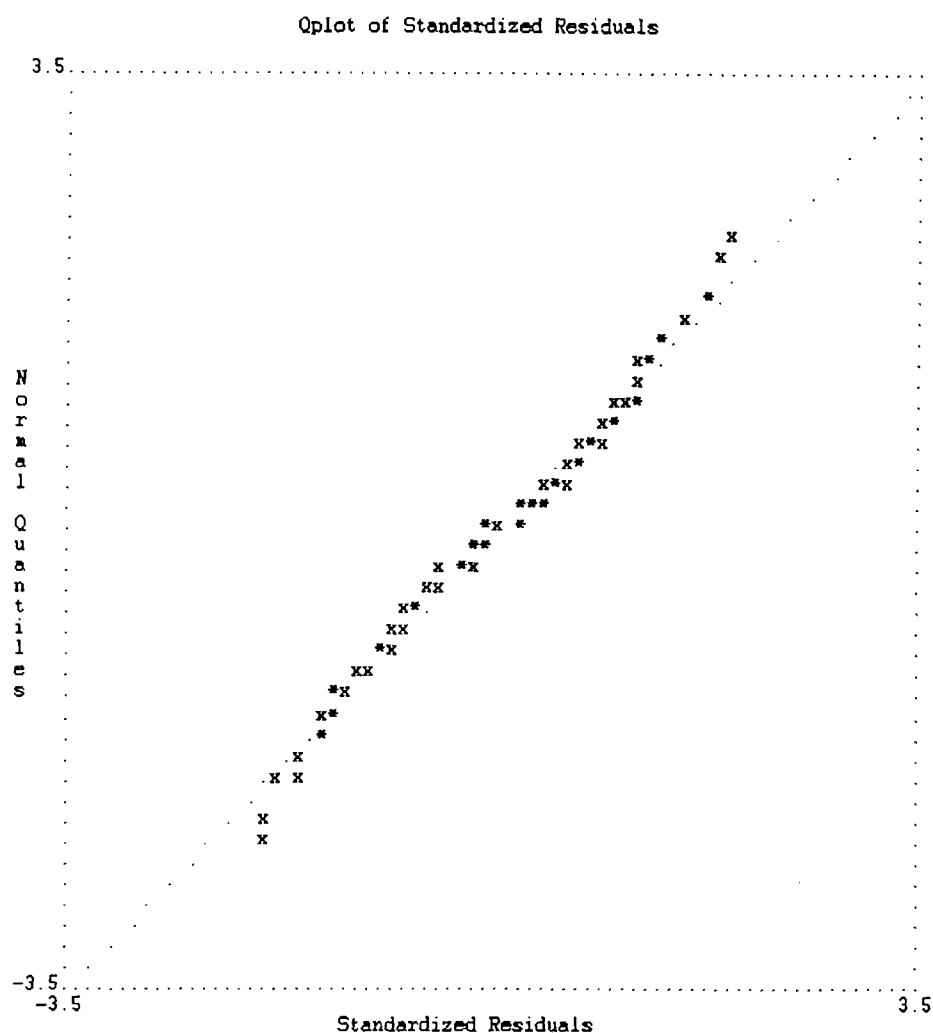
ผลการทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลที่ปรับแก้แล้วมีค่า χ^2 เท่ากับ 28.3061 ค่านัยสำคัญทางสถิติ (P) เท่ากับ .4483 จะเห็นได้ว่าค่า χ^2 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งแปลความหมายได้ว่าข้อมูลเชิงประจักษ์มีความสอดคล้องกับโมเดลโครงสร้างของผู้วิจัย เมื่อพิจารณาค่าไค – สแควร์สัมพันธ์ (Relative Chi – Square) พบว่ามีค่าเท่ากับ 1.0109 (28.30361/28) ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 2.00 แสดงว่าโมเดลโครงสร้างมีลักษณะสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ในส่วนการพิจารณาคัดขี้นความสอดคล้องอื่นๆ ได้แก่ GFI, AGFI, CFI, RMR และ RMSEA ซึ่งมีค่าเท่ากับ .9927, .9726, .9998, .0154 และ .0044 ตามลำดับ ซึ่งค่าที่ได้ทั้งหมดอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ เนื่องจากค่า GFI, AGFI, CFI เข้าใกล้ 1.00 ค่า RMR เข้าใกล้ 0 และค่า RMSEA (90%) < .05 แสดงว่า โมเดลโครงสร้างของแบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงของผู้วิจัยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดีขึ้นกว่าโมเดลก่อนการปรับแก้ จึงสรุปได้ว่าโครงสร้างของคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงที่ได้จากการวิเคราะห์ในครั้งนี้ประกอบด้วย 7 องค์ประกอบจริง

ตาราง 2 ค่าเมตริกซ์ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการเทียบความกลมกลืน (n=550)

คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่าย		ด้าน	H ₁	H ₂	P ₁	P ₂	R ₁	R ₂	D ₁	D ₂	A ₁	A ₂	M ₁	M ₂	I ₁	I ₂
อิสระในการขายตรง		ย่อย														
1. มนุษยสัมพันธ์ที่ดี	(H)	H ₁	-7830													
		H ₂	-8874	-5624												
2. บุคลิกภาพที่ดี	(P)	P ₁	3298	9754	-5457											
		P ₂	-12959	7178	-4859	1.2077										
3. ความรับผิดชอบในการปฏิบัติ	(R)	R ₁	1.1945	-1.1068	1.8215	-6994	-1.1024									
		R ₂	-5974	-4587	-1.5843	.6335	-1.2122	.9568								
4. ความซื่อสัตย์สุจริต	(D)	D ₁	1.9575	-6819	-9074	.7474	-5155	.6836	-1.1173							
		D ₂	-1630	-5315	-1.2587	.8238	-1.8148	1.9107	-1.3782	-						
5. ความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า	(A)	A ₁	-0264	1.1671	.2217	1.0292	-6681	1.3011	.1928	1.2138	1.1537					
		A ₂	-1.8987	1.5915	-.7437	.4915	.5092	-.1823	-.2510	-.4247	.4657	-				
6. คุณธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติ งาน	(M)	M ₁	-8074	-1.2690	-.0969	-.7887	.0234	.2244	.4566	.6419	-.6052	.7214	.7469			
		M ₂	.9177	.8563	1.0190	.0879	-.8430	.5923	-.9487	.3817	-.1856	-.3850	-.6780	.2671		
7. ความก้าวหน้าและพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง	(I)	I ₁	-1.2812	-1.5335	-.5847	-1.8433	.6585	-.7731	-.0215	1.2852	-1.0250	.8791	.6153	-1.4016	.0773	
		I ₂	.6189	1.3833	.4398	1.0637	-.1092	1.3614	-1.4200	1.7492	.9268	-.8263	-.0321	1.2033	-.2756	-.3909

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตาราง 2 พบว่าแบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงที่แบ่งครั้งข้อคำถามออกเป็นด้านละ 2 ส่วน ในแต่ละด้านมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน ของความแปรปรวนตั้งแต่ -1.8987 ถึง 1.9575 ซึ่งเป็นค่าที่ต่ำกว่า 2.00 แสดงว่าโมเดลโครงสร้างของผู้วิจัย สามารถอธิบายความแปรปรวนระหว่างตัวแปรได้ดี (นัยสำคัญ 2542 : 54) และสามารถพิจารณาจากภาพประกอบ 8 ดังนี้

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตาราง 2 ผู้วิจัยได้นำเสนอเป็นเส้นกราฟแสดงความสัมพันธ์ระหว่างค่าความคลาดเคลื่อนกับค่าควอนไทล์ปกติ (Q-Plot of Standardized Residuals) ซึ่งจุดใน Q-Plot นี้เป็นจุดที่ตัดกันระหว่างความคลาดเคลื่อนมาตรฐานกับค่าควอนไทล์ปกติ โดยมีเส้นทแยงมุมแสดงให้เห็นถึงความคลาดเอียงที่มีค่าเท่ากับ 1 ดังแสดงในภาพประกอบ 8



ภาพประกอบ 8 กราฟคิวพล็อต (Q – Plot) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างค่าความคลาดเคลื่อนกับค่าควอนไทล์ปกติ หลังการปรับโมเดล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามภาพประกอบ 8 พบว่า เส้นกราฟที่ลากผ่าน X และ * นั้น มีความลาดเอียงมากกว่า 1 กล่าวคือ เส้นกราฟมีความชันมากกว่าเส้นทแยงมุมอันเป็นเกณฑ์เปรียบเทียบ แสดงว่า โมเดลโครงสร้างของผู้วิจัยก่อให้เกิดความคลาดเคลื่อนไม่มากนัก ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า โมเดลโครงสร้างของผู้วิจัยมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตอนที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา ดังแสดงในตาราง 3

ตาราง 3 จำนวนและร้อยละของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำแนก
ตาม เพศ อายุ และระดับการศึกษา (n=550)

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 เพศชาย	181	32.91
1.2 เพศหญิง	369	67.09
รวม	550	100
2. อายุ		
2.1 ตั้งแต่ 25 ปี ลงมา	93	16.91
2.2 26 - 30 ปี	122	22.18
2.3 31 - 35 ปี	111	20.18
2.4 36 - 40 ปี	87	15.82
2.5 41 ปีขึ้นไป	137	24.91
รวม	550	100
2. ระดับการศึกษา		
2.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	439	79.82
2.2 ปริญญาตรี	106	19.27
2.3 สูงกว่าปริญญาตรี	5	.91
รวม	550	100

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตาราง 3 พบว่า ผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ที่เป็นกลุ่ม
ตัวอย่าง ส่วนมากเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 67.09 มีอายุตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไปมากที่สุด คิด
เป็นร้อยละ 24.91 และส่วนมากมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 79.82

ตอนที่ 3 ค่าสถิติพื้นฐานของคะแนนคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำคะแนนคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 550 คน มาหาค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน ค่าความเบ้ ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของความเบ้ ค่าความโด่ง ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของความโด่ง ดังแสดงใน ตาราง 4

ตาราง 4 ค่าสถิติพื้นฐานของคะแนนคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง รายด้านและโดยรวม (n = 550)

คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่าย อิสระในการขายตรง		K	Max	Min	M _{รายด้าน}	SD _{รายด้าน}
1. มนุษยสัมพันธ์ที่ดี	(H)	8	40	12	33.16	4.31
2. บุคลิกภาพที่ดี	(P)	12	60	30	47.48	6.09
3. ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน	(R)	10	50	27	43.42	4.55
4. ความขยันหมั่นเพียร	(D)	13	65	33	52.63	6.72
5. ความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า	(A)	9	45	23	35.91	4.54
6. คุณธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติงาน	(M)	13	65	40	58.69	5.40
7. ความก้าวหน้าและพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง	(I)	9	45	20	41.10	3.54
โดยรวม	(ST)	74	370	224	312.41	25.81

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตาราง 4 พบว่า คะแนนคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง มีคะแนนรวมสูงสุดเท่ากับ 370 คะแนน และคะแนนสูงสุดของด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ด้านบุคลิกภาพที่ดี ด้านความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน ด้านความขยันหมั่นเพียร ด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ด้านคุณธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติงาน และด้านความก้าวหน้าและพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง มีค่าเท่ากับ 40, 60, 50, 65, 45, 65 และ 45 ตามลำดับ ส่วนคะแนนรวมต่ำสุดเท่ากับ 224 คะแนน และมีคะแนนต่ำสุดของด้านมนุษยสัมพันธ์ ด้านบุคลิกภาพที่ดี ด้านความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน ด้านความขยันหมั่นเพียร ด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ด้านคุณธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติงาน และด้านความก้าวหน้าและพร้อมที่จะพัฒนาตนเองมีค่าเท่ากับ 12, 30, 27, 33, 23, 40 และ 20 ตามลำดับ

สำหรับคะแนนคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยรวมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 312.41 และมีคะแนนเฉลี่ยของด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ด้านบุคลิกภาพที่ดี ด้านความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน ด้านความขยันหมั่นเพียร ด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ด้านคุณธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติงาน และด้านความก้าวหน้าและพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง มีค่าเท่ากับ 33.16, 47.48, 43.42, 52.63, 35.91, 58.69 และ 41.10 ตามลำดับ

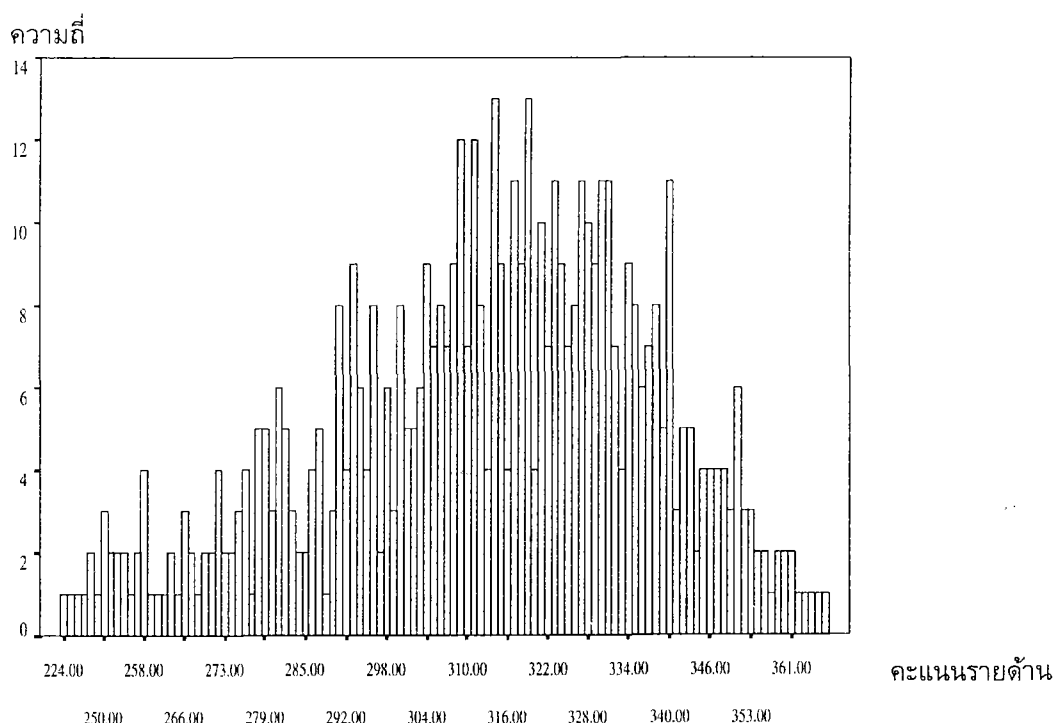
ตาราง 5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้ ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของ
ความเบ้ ความโค้งของคะแนนคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง
(n = 550)

คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง	M _{รายข้อ}	SD _{รายข้อ}	SK	SE _{SK}	KU	SE _{KU}	แปลผล
1. มนุษยสัมพันธ์ที่ดี	4.14	.54	-.793	.104	.849	.208	มาก
2. บุคลิกภาพที่ดี	3.96	.51	-.416	.104	-.165	.208	มาก
3. ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน	4.34	.45	-.756	.104	.375	.208	มาก
4. ความขยันหมั่นเพียร	4.05	.52	-.382	.104	-.251	.208	มาก
5. ความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า	3.99	.50	-.150	.104	-.368	.208	มาก
6. คุณธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติงาน	4.51	.41	-1.048	.104	.969	.208	มากที่สุด
7. ความก้าวหน้าและพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง	4.57	.39	-1.476	.104	3.508	.208	มากที่สุด
โดยรวม	4.22	.35	-.578	.104	.205	.208	มาก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตาราง 5 พบว่า คะแนนคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ส่วนคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านความก้าวหน้าและพร้อมที่จะพัฒนาตนเองมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดและมีค่าเฉลี่ยสูงสุดโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 หากมองลงมา ได้แก่ คุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านคุณธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติงาน ด้านความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน ด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ด้านความขยันหมั่นเพียร ด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และด้านบุคลิกภาพที่ดี โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51, 4.34, 4.14, 4.05, 3.99 และ 3.96 ตามลำดับ ส่วนการกระจายของคะแนนซึ่งพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง .35 - .54

ค่าความเบ้ของคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง โดยรวมเท่ากับ -.578 ส่วนความเบ้ของคะแนน ด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ด้านบุคลิกภาพที่ดี ด้านความ

รับผิดชอบในการปฏิบัติงาน ด้านความขยันหมั่นเพียร ด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ด้านคุณธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติงาน และ ด้านการมีความก้าวหน้าพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง โดยมีค่าเท่ากับ $-.793, -.416, -.756, -.382, -.150, -1.048$ และ -1.476 ตามลำดับ ส่วนความโด่งของคุณลักษณะที่พึงประสงค์โดยรวมมีค่าเท่ากับ $.205$ ส่วนความโด่ง ด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ด้านบุคลิกภาพที่ดี ด้านความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน ด้านความขยันหมั่นเพียร ด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ด้านคุณธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติงาน และด้านความก้าวหน้าและพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง โดยมีค่าเท่ากับ $.849, -.165, .375, -.251, -.368, .969$ และ 3.508 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของความเบ้ และความโด่งของคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง โดยรวมมีค่าเท่ากับ $.104$ และ $.208$ ตามลำดับ ซึ่งมีค่าไม่เกิน 2.00 หรือไม่้อย -2.00 แสดงว่ามีลักษณะการแจกแจงเป็นโค้งปกติ (อวยพร เรื่องตระกูล. 2545: 116 ; อ้างอิงจาก SPSS 8.0. 1989) ดังแสดงในภาพประกอบ 9



ภาพประกอบ 9 การแจกแจงคะแนนรายด้านของคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงของกลุ่มตัวอย่าง ($n = 550$)

ตอนที่ 4 การเปรียบเทียบคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงก่อนและหลังการเข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

การวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยเปรียบเทียบคะแนนคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงของผู้ที่เข้ารับการอบรมก่อนและหลังเข้ารับการอบรม โดยใช้ t – test for Dependent Samples ดังแสดงในตาราง 6 และภาพประกอบ 10

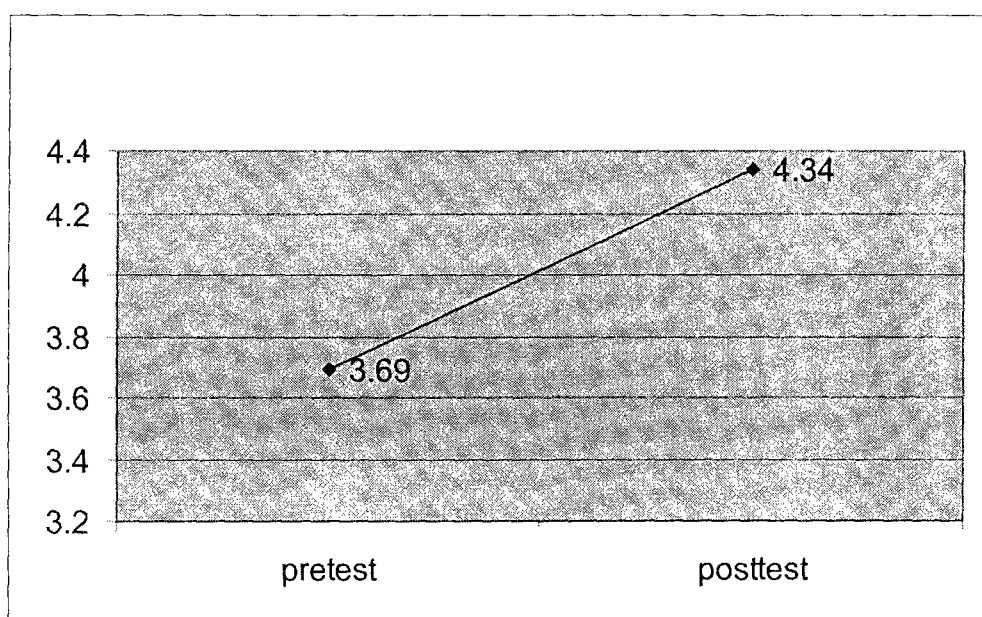
ตาราง 6 เปรียบเทียบคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงก่อนและหลังการเข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา (n = 20)

คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง	การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา	M	SD	แปลผล	T
1. ด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	ก่อนการฝึกอบรม	3.56	.68	มาก	5.25**
	หลังการฝึกอบรม	4.50	.40	มาก	
2. ด้านบุคลิกภาพที่ดี	ก่อนการฝึกอบรม	3.44	.39	ปานกลาง	2.49*
	หลังการฝึกอบรม	3.77	.30	มาก	
3. ด้านความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน	ก่อนการฝึกอบรม	3.73	.43	มาก	6.21**
	หลังการฝึกอบรม	4.50	.30	มาก	
4. ด้านความขยันหมั่นเพียร	ก่อนการฝึกอบรม	3.46	.47	ปานกลาง	5.43**
	หลังการฝึกอบรม	4.23	.36	มาก	
5. ด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า	ก่อนการฝึกอบรม	3.49	.48	ปานกลาง	3.90**
	หลังการฝึกอบรม	3.96	.33	มาก	
6. ด้านคุณธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติงาน	ก่อนการฝึกอบรม	4.03	.53	มาก	4.40**
	หลังการฝึกอบรม	4.70	.23	มากที่สุด	
7. ด้านความก้าวหน้าพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง	ก่อนการฝึกอบรม	4.12	.43	มาก	6.16**
	หลังการฝึกอบรม	4.81	.19	มากที่สุด	
โดยรวม	ก่อนการฝึกอบรม	3.69	.27	มาก	7.56**
	หลังการฝึกอบรม	4.34	.19	มาก	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตาราง 6 พบว่า คุณลักษณะที่พึงประสงค์โดยรวมของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงก่อนและหลังที่เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนคุณลักษณะที่พึงประสงค์รายด้านซึ่ง ได้แก่ ด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ด้านความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน ด้านความขยันหมั่นเพียร ด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ด้านคุณธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติงานและด้านความก้าวหน้าและพร้อมที่จะพัฒนาตนเองอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นกว่าก่อนการเข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และด้านบุคลิกภาพที่ดีมีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นกว่าก่อนการเข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่า การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาทำให้ผู้จำหน่ายอิสระมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงเพิ่มขึ้น ดังแสดงในภาพประกอบ 10



ภาพประกอบ 10 เส้นภาพการเปรียบเทียบของคะแนนคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงก่อนและหลังเข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายในการวิจัย

ในการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง
2. เพื่อเปรียบเทียบคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงก่อน

และหลังเข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

สมมติฐานในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานไว้ดังนี้

ผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงที่เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยามีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในการขายตรงเพิ่มขึ้น

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็น ผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงของบริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด ซึ่งเป็นองค์กร การขายตรงแบบหลายชั้น จำหน่ายสินค้าในกลุ่มของผลิตภัณฑ์เสริมความงาม กลุ่มของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร กลุ่มของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร และกลุ่มของผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือน ที่มีระดับตำแหน่ง โกลด์สตาร์ เมอร์คิวรี จูปีเตอร์ วินัส และ แซทเทิร์น จำนวน 127,844 คน

2. กลุ่มตัวอย่างได้แก่

2.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ได้แก่ ผู้จำหน่ายอิสระของบริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด ในระดับตำแหน่งโกลด์สตาร์ เมอร์คิวรี จูปีเตอร์ วินัส และ แซทเทิร์นจำนวน 550 คนที่ได้มาจากการสุ่มอย่างง่ายจากประชากร

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงได้แก่ ผู้จำหน่ายอิสระของบริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัดในระดับตำแหน่งโกลด์สตาร์ เมอร์คิวรี จูปีเตอร์ วินัส และ แซทเทิร์น จำนวน 20 คน ที่ได้มาจากกลุ่มตัวอย่างในข้อ 2.1 ที่มีคะแนนคุณลักษณะที่พึงประสงค์น้อยที่สุดในกลุ่มขึ้นไปและสมัครใจเข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

ตัวแปรที่ศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง
2. ตัวแปรตาม ได้แก่ คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง โดยการใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีดังนี้

1. แบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง
2. โปรแกรมการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง โดยการใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

การดำเนินการสร้างเครื่องมือ

1. แบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

ขั้นที่ 1 ศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และองค์ประกอบของคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

ขั้นที่ 2 ดำเนินการสร้างแบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงตามนิยามศัพท์เฉพาะ ซึ่งลักษณะของแบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเป็นแบบมาตรประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 7 ด้าน รวมทั้งหมด 90 ข้อ

ขั้นที่ 3 นำแบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงที่ผู้วิจัยสร้างเสร็จแล้วจำนวน 90 ข้อ ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 คน ได้แก่ รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ รองศาสตราจารย์ ดร.ธำรงค์ ปิยะตระกูล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทนา วงษ์อินทร์ ดร.นารี สุทธิปรีดา และ ดร.กรรณกาญจน์ ณ นครพนม ตรวจสอบคุณภาพ เบื้องต้นด้านความเที่ยงตรงเชิงพิณิจ (Face Validity) เพื่อคัดเลือกและปรับปรุงข้อความให้สอดคล้องกับนิยามที่กำหนดไว้ โดยข้อความทั้งหมดต้องมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับหรือมากกว่า .50 และที่ผู้ทรงคุณวุฒิได้เสนอแนะให้ปรับปรุงข้อความบางข้อความ ผู้วิจัยได้ทำการปรับปรุงข้อความตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิได้เสนอแนะ จำนวน 87 ข้อ ได้ค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.6 - 1.0

ขั้นที่ 4 นำแบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงจำนวน 87 ข้อ ที่ได้รับการตรวจของผู้ทรงคุณวุฒิไปทดลอง (Try out) กับผู้จำหน่ายอิสระจำนวน 80 คน เพื่อหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อของแบบวัด โดยการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถามกับคะแนนรวม (Item - Total Correlation) แล้วคัดเลือกข้อที่ค่าตั้งแต่ 0.18 ขึ้นไป ได้จำนวนข้อคำถาม จำนวน 74 ข้อ มีค่าระหว่าง .18 - .51

ขั้นที่ 5 นำแบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง จำนวน 74 ข้อ ตามที่คัดเลือกไว้ในขั้นที่ 4 มาหาความเชื่อมั่นของแบบวัด โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ของครอนบาค พบว่า ค่าความเชื่อมั่นรายด้านอยู่ระหว่าง .7057 - .7905 และรวมทั้งฉบับเท่ากับ .9129

ขั้นที่ 6 วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน เพื่อแสดงหลักฐานความเที่ยงตรงตามโครงสร้างของแบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ผลการวิเคราะห์พบว่า องค์ประกอบของคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ทั้ง 7 ด้านมีอิทธิพลต่อโครงสร้างของคุณลักษณะดังกล่าวในระดับค่อนข้างมาก (ดังแสดงในตาราง 1- 2)

2. การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

การสร้างโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาตามทฤษฎีการให้คำปรึกษาเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในแต่ละคุณลักษณะ และตรวจสอบด้วยวิธี IOC โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน โดยผู้วิจัยเป็นผู้สร้างโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาให้สอดคล้องกับองค์ประกอบและครอบคลุมนิยามศัพท์เฉพาะ โดยมีขั้นตอนดังนี้

2.1 ศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง และการพัฒนาโดยการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาที่ประยุกต์ทฤษฎีการให้คำปรึกษาและเทคนิคต่าง ๆ เกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

2.2 สร้างโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง โดยการประยุกต์ทฤษฎี และเทคนิคต่าง ๆ ในการให้คำปรึกษามาใช้กับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ให้สอดคล้องกับตัวแปรตามที่ต้องการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในแต่ละด้านทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ด้านบุคลิกภาพที่ดี ด้านความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน ด้านความขยันหมั่นเพียร ด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ด้านคุณธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติงาน และด้านความก้าวหน้าและพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง

2.3 นำโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน ได้แก่ รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ รองศาสตราจารย์ ดร.ธำรงค์ศิลป์ เจียรตระกูล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทนา วงษ์อินทร์ ดร.นารี สุทธิปรีดา ดร.กรรณกาญจน์ ณ นครพนม ตรวจสอบโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัย โดยโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ทั้งหมดต้องมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับหรือมากกว่า .50 ซึ่งโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาของ การวิจัยครั้งนี้มีค่า IOC เท่ากับ 1.00

2.4 นำโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไข แล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงจำนวน 9 คน ในวันที่ 20 – 22 พฤศจิกายน 2547 และนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมกับเนื้อหาในการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยารวมถึงวิธีการดำเนินการ และระยะเวลาที่ใช้ในการทดลองก่อนนำไปใช้ในการวิจัยต่อไป

2.5 นำโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ดำเนินการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาให้แก่ผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงจำนวน 20 คน ที่มีคะแนนคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยมีคะแนนน้อยที่สุดในกลุ่มขึ้นไป และสมัครใจเข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ตั้งแต่วันที่ 16 ธันวาคม – 23 ธันวาคม 2547

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัย การศึกษาคุณลักษณะคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ผู้วิจัยดำเนินการตามลำดับขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ติดต่อบัณฑิตวิทยาลัย เพื่อทำหนังสือขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลไปยังผู้บริหารหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการเก็บรวบรวมข้อมูล
2. ทำหนังสือส่งถึงผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงพร้อมแบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างตอบแล้วส่งกลับคืน
3. ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลและดำเนินการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาด้วยตนเอง และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

แบบแผนการทดลอง

การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยเชิงทดลอง ผู้วิจัยกำหนดแบบแผนการทดลองแบบมีการทดสอบก่อนและหลังการทดลอง (One – Group – Pretest – Posttest Design) ดังนี้

$$O_1 \text{ ————— } X \text{ ————— } O_2$$

เมื่อ	X แทน	การจัดกระทำทดลองพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง โดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา
	O_1 แทน	การทดสอบก่อนการทดลองพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง
	O_2 แทน	การทดสอบหลังการทดลองการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลทำโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS for Window ดังนี้

1. วิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความเบ้ ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานความเบ้ ความโด่ง ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานความโด่ง
2. แสดงหลักฐานความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยการแสดงค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item Objective Congruence) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับนิยามเชิงปฏิบัติการ
3. วิเคราะห์ค่าอำนาจจำแนกแบบวัดรายข้อ โดยแสดงค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation)
4. แสดงหลักฐานความเชื่อมั่นของแบบวัด โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์ของความสอดคล้องภายในแบบแอลฟา (α - Coefficient)
5. แสดงหลักฐานความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของแบบวัด โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis)
6. วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงก่อนและหลังการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาโดยใช้ค่า t-test for Dependent Samples

สรุปผลการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัย ตามลำดับดังนี้

1. การแสดงหลักฐานความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของแบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน
2. การศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง
3. การเปรียบเทียบคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงก่อนและหลังการเข้าร่วมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

1. การแสดงหลักฐานความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของแบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (H) ด้านย่อย H₁ และ H₂ มีค่าเท่ากับ .5672 และ .4830 ตามลำดับ น้ำหนักองค์ประกอบด้านบุคลิกภาพที่ดี (P) ด้านย่อย P₁ และ P₂ มีค่าเท่ากับ .6588 และ .4592 ตามลำดับ น้ำหนักองค์ประกอบด้านความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน (R) ด้านย่อย R₁ และ R₂ มีค่าเท่ากับ

.6455 และ .5588 ตามลำดับ น้ำหนักองค์ประกอบด้านความขยันหมั่นเพียร (D) ด้านย่อย D_1 และ D_2 มีค่าเท่ากับ .8396 และ .7680 ตามลำดับ น้ำหนักองค์ประกอบด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า (A) ด้านย่อย A_1 และ A_2 มีค่าเท่ากับ .4915 และ .6715 ตามลำดับ น้ำหนักองค์ประกอบด้านคุณธรรม และจริยธรรมในการปฏิบัติงาน (M) ด้านย่อย M_1 และ M_2 มีค่าเท่ากับ .7600 และ .6516 ตามลำดับ น้ำหนักองค์ประกอบด้านความก้าวหน้าและพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง (I) ด้านย่อย I_1 และ I_2 มีค่าเท่ากับ .7760 และ .5996 ตามลำดับ ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทุกค่า แสดงว่าองค์ประกอบของคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงทั้ง 7 ด้าน มีอิทธิพลต่อโครงสร้างของคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ในการขายตรงในระดับค่อนข้างมาก

ผลการทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลที่ปรับแก้แล้วมีค่า χ^2 เท่ากับ 28.3061 ค่านัยสำคัญทางสถิติ (P) เท่ากับ .4483 จะเห็นได้ว่าค่า χ^2 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งแปลความหมายได้ว่าข้อมูลเชิงประจักษ์มีความสอดคล้องกับโมเดลโครงสร้างของผู้วิจัย เมื่อพิจารณาค่าไค – สแควร์สัมพัทธ์ (Relative Chi – Square) พบว่า มีค่าเท่ากับ 1.0109 (28.30361/28) ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 2.00 แสดงว่าโมเดลโครงสร้างมีลักษณะสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ในส่วนการพิจารณาค่าดัชนีความสอดคล้องอื่น ๆ ได้แก่ GFI, AGFI, CFI, RMR และ RMSEA ซึ่งมีค่าเท่ากับ .9927, .9726, .9998, .0154 และ .0044 ตามลำดับ ซึ่งค่าที่ได้ทั้งหมดอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ เนื่องจากค่า GFI, AGFI, CFI เข้าใกล้ 1.00 ค่า RMR เข้าใกล้ 0 และค่า RMSEA (90%) < .05 แสดงว่าโมเดลโครงสร้างของแบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงของผู้วิจัยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดีขึ้นกว่าโมเดลก่อนการปรับแก้ จึงสรุปได้ว่าโครงสร้างของคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงที่ได้จากการวิเคราะห์ในครั้งนี้ประกอบด้วย 7 องค์ประกอบจริง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเมตริกซ์ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการเปรียบเทียบความกลมกลืน พบว่า แบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ที่แบ่งครึ่งข้อคำถามออกเป็นด้านละ 2 ส่วน ในแต่ละด้านมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของความแปรปรวนตั้งแต่ - 1.8987 ถึง 1.9576 ซึ่งเป็นค่าที่ต่ำกว่า 2.00 แสดงว่า โมเดลโครงสร้างของผู้วิจัยสามารถอธิบายความแปรปรวนร่วมระหว่างตัวแปรได้ดี (นงลักษณ์ วิรัชชัย. 2542: 54)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลกราฟคิวพล็อต แสดงความสัมพันธ์ระหว่างค่าความคลาดเคลื่อนกับค่าควอนไทล์ปกติหลังการปรับโมเดล พบว่า เส้นกราฟที่ลากผ่าน X และ * นั้นมีความลาดเอียงมากกว่า 1 กล่าวคือ เส้นกราฟมีความชันมากกว่าเส้นทแยงมุมอันเป็นเกณฑ์เปรียบเทียบ แสดงว่า โมเดลโครงสร้างของผู้วิจัยก่อให้เกิดความคลาดเคลื่อนไม่มาก ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าโมเดลโครงสร้างของผู้วิจัยมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

2. การศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

2.1 ผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงจำนวน 550 คนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ส่วนมากเป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 67.09 เพศชายร้อยละ 32.91 มีอายุตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.91 และส่วนมากมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 79.82

2.2 คะแนนคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง จำนวน 550 คน พบว่า คะแนนคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ส่วนคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านความก้าวหน้าและพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดและมีค่าเฉลี่ยสูงสุดโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 มากรองลงมา ได้แก่ คุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านคุณธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติงาน ด้านความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน ด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ด้านความขยันหมั่นเพียร ด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และด้านบุคลิกภาพที่ดี โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51, 4.34, 4.14, 4.05, 3.99 และ 3.96 ตามลำดับ ส่วนการกระจายของคะแนน ซึ่งพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง .35 - .54

2.3 ความเบ้และความโด่งของคะแนนคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง มีค่าความเบ้โดยรวม เท่ากับ -.578 ส่วนความเบ้ของคะแนนด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ด้านบุคลิกภาพที่ดี ด้านความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน ด้านความขยันหมั่นเพียร ด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ด้านคุณธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติงาน และด้านความก้าวหน้าและพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง โดยมีค่าเท่ากับ -.793, -.416, -.756, -.382, -.150, -1.048, และ -1.476 ตามลำดับ ส่วนความโด่งของคะแนนคุณลักษณะที่พึงประสงค์โดยรวมมีค่าเท่ากับ .205 ส่วนความโด่งของคะแนนด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ด้านบุคลิกภาพที่ดี ด้านความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน ด้านความขยันหมั่นเพียร ด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ด้านคุณธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติงาน และด้านความก้าวหน้าและพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง โดยมีค่าเท่ากับ .849, -.165, .375, .251, -.368, .969 และ 3.508 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของความเบ้ และความโด่งของคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง โดยรวมมีค่าเท่ากับ .104 และ .208 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าไม่เกิน 2.00 หรือไม่น้อย -2.00 แสดงว่า มีลักษณะการแจกแจงเป็นโค้งปกติ (อวยพร เรื่องตระกูล. 2545: 116 ; อ้างอิงจาก SPSS 8.0.1989)

3. การเปรียบเทียบคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ก่อนและหลังการเข้าร่วมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

คุณลักษณะที่พึงประสงค์โดยรวมของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงก่อนและหลังที่เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วน

คุณลักษณะที่พึงประสงค์รายด้าน ซึ่งได้แก่ ด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ด้านความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน ด้านความขยันหมั่นเพียร ด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ด้านคุณธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติงาน และ ด้านความก้าวหน้าและพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง มีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นกว่าก่อนการเข้ารับฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และด้านบุคลิกภาพที่ดีมีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นกว่าก่อนการเข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาทำให้ผู้จำหน่ายอิสระมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงเพิ่มขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. ในการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษากับกลุ่มผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 550 คน ส่วนมากเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 67.09 เพศชายคิดเป็นร้อยละ 32.91 มีอายุตั้งแต่ 41 ปีขึ้นไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24.91 และส่วนมากมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 79.82

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตาราง 5 พบว่า คะแนนคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง จำนวน 550 คน พบว่า คะแนนคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยรวม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ส่วนคุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านความก้าวหน้าและพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และมีค่าเฉลี่ยสูงสุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 มากกรองลงมา ได้แก่ คุณลักษณะที่พึงประสงค์ด้านคุณธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติงาน ด้านความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน ด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ด้านความขยันหมั่นเพียร ด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และด้านบุคลิกภาพที่ดี โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51, 4.34, 4.14, 4.05, 3.99 และ 3.96 ตามลำดับ ส่วนการกระจายของคะแนน ซึ่งพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง .35 - .54

ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ ฮอลแลนด์ (Holland. 1996: 32 - 33) แลง (เริงศักดิ์ ปานเจริญ. 2531; อ้างอิงจาก Lang. 1988: 9) เวลเลอร์ (เฉลิมพงษ์ จิรวัดน์. 2531; อ้างอิงจาก Vellor. 1983: 19) สุรธนา วิวัฒนาชาติ (2535: 166 - 167) วารินทร์ สิ้นสูงสุด (2539: 106) สุพจน์ หมูโยธา (2542: 5) ที่กล่าวว่า ผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงที่จะประสบความสำเร็จได้นั้น ควรมีคุณลักษณะที่สำคัญ ดังต่อไปนี้ คือ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีความกล้าหาญ มีทัศนคติทางบวก มีบุคลิกภาพที่ดี มีความกระตือรือร้น มีความรับผิดชอบ มีความซื่อสัตย์ มีความมุ่งมั่นในความสำเร็จ ต้องการการพัฒนาตนเองอยู่เสมอ ซึ่งจากคุณลักษณะดังกล่าว มีความสอดคล้องกับผลที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา จึงสรุปได้ว่าแบบวัดคุณลักษณะที่พึง

ประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง สามารถวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงได้

2. ผลการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง พบว่า ภายหลังได้รับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์เพิ่มขึ้นในทุก ๆ ด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยคุณลักษณะที่พึงประสงค์โดยรวม มีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นและอยู่ในระดับมาก ส่วนคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในด้านความก้าวหน้าและพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง และด้านคุณธรรมและจริยธรรมมีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้น และอยู่ในระดับมากที่สุด นอกจากนี้ คุณลักษณะที่พึงประสงค์ในด้านความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน ด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ด้านความขยันหมั่นเพียร ด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และด้านบุคลิกภาพที่ดีมีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นอยู่ในระดับมาก

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ประยุกต์ทฤษฎี และเทคนิคต่าง ๆ ในการให้คำปรึกษามาประยุกต์ใช้ในการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา เพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ทั้ง 7 ด้าน โดยในการพบกันครั้งแรก ผู้วิจัยได้สร้างสัมพันธภาพให้เกิดขึ้น เพื่อความเข้าใจ อบอุนใจ ไว้วางใจ เชื่อใจ พร้อมทั้งการชี้แจงวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ในการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาอย่างละเอียด เพื่อความเข้าใจได้ถูกต้องตรงกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งประโยชน์ของการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาที่จะได้รับในครั้งนี้ ซึ่งผู้วิจัยได้สังเกตเห็นถึง ความตั้งใจในการที่จะศึกษาเรียนรู้ มีความตื่นตัว กระตือรือร้นในการเข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา สังเกตได้จากการซักถามด้วยความสนใจ การแสดงถึงความร่วมมือร่วมใจ และพันธะสัญญาในอันที่จะเข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาให้ครบทุกครั้งตามวันเวลา ที่นัดหมาย ด้วยบรรยากาศของความอบอุ่น และเป็นกันเองอย่างยิ่ง

ในขั้นตอนการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาแต่ละครั้ง ผู้วิจัย จะพิจารณาเลือกใช้ทฤษฎี และเทคนิคต่าง ๆ ในการให้คำปรึกษามาประยุกต์ใช้ในการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาให้เกิดประสิทธิภาพ และเหมาะสมมากที่สุด ด้วยกระบวนการกลั่นกรองและตรวจทานจากท่านคณะกรรมการควบคุมปริญญาโท และผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 คน ซึ่งแต่ละทฤษฎีและเทคนิคต่าง ๆ ที่นำมาใช้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในแต่ละด้าน เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเกิดการตระหนักรู้ถึงตนเอง ความสำคัญของการพัฒนาด้วยความเต็มใจ และนำไปประพฤติปฏิบัติให้บรรลุความสำเร็จตามที่ตนเองได้ตั้งเป้าหมายไว้

ผู้วิจัยพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ในด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดี โดยใช้ทฤษฎีการวิเคราะห์สัมพันธภาพระหว่างบุคคล (Transactional Analysis) ประกอบด้วยเทคนิคการวิเคราะห์โครงสร้างของบุคลิกภาพและการวิเคราะห์ การติดต่อสื่อสาร

พัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้านบุคลิกภาพที่ดีโดยใช้เทคนิคการระดมสมองและเทคนิคการใช้ตัวแบบ

พัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ในด้านความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานโดยใช้ทฤษฎีการเผชิญความจริง (Reality Therapy) ด้วยระบบ WDEP System

พัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ในด้านความขยันหมั่นเพียรโดยใช้ทฤษฎีการเผชิญความจริง (Reality Therapy) ด้วยเทคนิคการวางแผนในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม และเทคนิคในการติดตามและประเมินผลพฤติกรรม

พัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ในด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า โดยใช้ทฤษฎีการบำบัดด้วยเหตุผล อารมณ์ และพฤติกรรม (Rational Emotive Behavior Therapy : REBT)

พัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ในด้านคุณธรรมและจริยธรรมโดยใช้ทฤษฎีหลักธรรมตามแนวพุทธศาสตร์

พัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ในด้านความก้าวหน้าและพร้อมที่จะพัฒนาตนเองโดยใช้ทฤษฎีการให้คำปรึกษาแบบภวนิยม (Existentialism) โดยใช้เทคนิคการให้คำปรึกษากลุ่ม (Group Counseling)

ขั้นสรุป เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการอบรมเชิงจิตวิทยาแต่ละครั้ง ที่ผู้วิจัยจะให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ได้ร่วมกันอภิปรายแสดงความรู้สึกทัศนคติ ความคิดเห็นต่าง ๆ เกี่ยวกับการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ในแต่ละด้าน เพื่อเป็นการทบทวน แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และเป็นการแสดงออกอย่างสร้างสรรค์ในการนำเสนอข้อเสนอนี้ต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ พร้อมทั้งผู้วิจัยกล่าวสรุปเพิ่มเติม พร้อมทั้งนัดหมาย วัน เวลา และ สถานที่ในการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาครั้งต่อไป

การที่ผู้จำหน่ายอิสระที่เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยามีคุณลักษณะที่พึงประสงค์เพิ่มขึ้น ทั้งนี้เพราะว่าผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้มีโอกาสเรียนรู้จากกระบวนการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาอย่างใกล้ชิดโดยที่เป็นการฝึกอบรมที่แตกต่างจากที่เคยได้พบมา เพราะเป็นการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาที่ประยุกต์ทฤษฎีและเทคนิคต่าง ๆ ของการให้คำปรึกษามาใช้อย่างสอดคล้อง และเหมาะสมกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในแต่ละด้าน ทำให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาตื่นตัว กระตือรือร้น มีความสนใจ ตั้งใจ และมีการให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี สังเกตได้จากการตรงต่อเวลาในการเข้าห้องฝึกอบรม การแสดงความคิดเห็น การอภิปรายกลุ่ม การแสดงบทบาทสมมติ การระดมสมอง การซักถามเพิ่มเติมในประเด็นต่าง ๆ รวมถึงการรายงานผลการปฏิบัติการหลังจากที่ได้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาไปแล้วว่าสามารถนำความรู้ต่าง ๆ ไปพัฒนาให้เกิดประโยชน์ได้จริง และ เห็นเด่นชัดเป็นรูปธรรม ทำให้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาในครั้งนี้เป็นไปอย่างราบรื่น สามารถวัดผลได้และถือเป็นหลักสูตรที่สามารถพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ในองค์กรการขายตรงต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่องค์กรและผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงได้ตั้งเป้าหมายไว้ดังนี้

2.1 ผลของการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา เพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี พบว่า ผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงที่ได้รับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา มีมนุษยสัมพันธ์เพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่า ผู้วิจัยใช้ทฤษฎีการวิเคราะห์สัมพันธ์ภาพระหว่างบุคคล (Transactional Analysis) โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์โครงสร้างของบุคลิกภาพ โดยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ตอบแบบสอบถาม PAC และที่ผู้วิจัยอธิบายถึงลักษณะของโครงสร้างของบุคลิกภาพที่แบ่งเป็น 3 สภาวะ ได้แก่ สภาวะของความเป็นบิดามารดา (The Parent Ego State : P) สภาวะของความเป็นผู้ใหญ่ (The Adult Ego State : A) และสภาวะของความเป็นเด็ก (The Child Ego State = C) พร้อมทั้งให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ได้วิเคราะห์บุคลิกภาพของตนเองจากแบบสอบถาม PAC ว่าแต่ละคนมีบุคลิกลักษณะอย่างไร สมควรปรับเปลี่ยนสภาวะใดของตนเองบ้าง เพื่อให้มีความเหมาะสมในการติดต่อกับลูกค้า หรือบุคคลอื่น และในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยได้สังเกตเห็นถึงความพึงพอใจอย่างมาก ของผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาจากการที่ได้รับรู้สภาวะของตนเองว่าเป็นอย่างไร เพราะที่ผ่านมายังไม่มีการฝึกอบรมครั้งใดที่สามารถทำให้ตนเองได้ตระหนักรู้ได้อย่างชัดเจน เพื่อการพัฒนาไปสู่บุคลิกภาพหรือการปรับตัวสู่สภาวะการที่เหมาะสมได้

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้อธิบายรูปแบบในการสื่อสารทั้ง 3 ลักษณะ คือ การสื่อสารที่สอดคล้องกัน (Complementary Transaction) การสื่อสารแบบขัดแย้งกัน (Crossed Transaction) และการสื่อสารแบบซ่อนเร้น (Ultterior Transaction) โดยใช้การแสดงบทบาทสมมติตามสถานการณ์ที่กำหนดขึ้น ทำให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยามีความรู้ ความเข้าใจ เห็นภาพได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น และเกิดการตระหนักรู้ เพื่อนำไปพัฒนาให้มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ได้แก่ การยิ้มแย้มแจ่มใส รู้จักทักทายผู้อื่น มีความปรารถนาดี ไม่ดูถูก รู้จักยอมรับ ยกย่องให้เกียรติผู้อื่นด้วยความจริงใจ และมีน้ำใจ เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ช่วยเหลือผู้อื่น ซึ่งสอดคล้องกับ ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท และ สุนี เลิศแสวงกิจ (2542 : 47-49) ที่กล่าวถึงบุคลิกภาพในการขายที่จำเป็นต้องแสดงออกให้เห็นได้อย่างชัดเจน (Character Traits) มี 4 แบบได้แก่ การยิ้มแย้มแจ่มใสเป็นกันเอง ความร่าเริงแจ่มใสด้วยมารยาทที่ดี ยกย่องและให้เกียรติ การเป็นผู้มีความสุภาพอ่อนน้อมถ่อมตนและความสามารถในการพูดได้ถูกเวลา สถานที่ มีกาลเทศะ โดยหลังการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ผู้วิจัยได้เปิดโอกาสให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาแสดงความคิดเห็น และทัศนคติต่อการพัฒนาคุณลักษณะในด้านนี้ ซึ่งผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาก็สลับกันแสดงความคิดเห็น พร้อมทั้งเล่าประสบการณ์ของตนเองที่เกี่ยวข้องกับมนุษยสัมพันธ์ในการขาย แต่ประเด็นสำคัญคือ ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาทุกคนพอใจที่ได้รับรู้ตนเองว่ามีสภาวะตัวตนและบุคลิกภาพแบบใดสมควรเพิ่มหรือลดลง หรือปรับเปลี่ยนอย่างไร เพื่อการสร้างมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อบุคคลอื่น

ผลของการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาโดยใช้ทฤษฎีการวิเคราะห์การติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์โครงสร้างของบุคลิกภาพและการวิเคราะห์การติดต่อสื่อสาร

สามารถพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดีได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของคลาร์ก (Clark. 1982: 886) ซึ่งนำการศึกษาผลของการฝึกการวิเคราะห์การติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ของผู้บริหารโรงเรียนในมลรัฐหลุยส์เซียนา สหรัฐอเมริกาจำนวน 100 คน แบ่งเป็นกลุ่มทดลอง 50 คน และกลุ่มควบคุม 50 คน พบว่า กลุ่มทดลองที่ได้รับการฝึกอบรมการวิเคราะห์การติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีคะแนนสูงกว่ากลุ่มที่ไม่ได้รับการฝึกอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และจอห์นสตัน (Johnston. 1985: 159) ได้ศึกษาถึงผลของการฝึกอบรมตามทฤษฎีการวิเคราะห์การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลของนักศึกษาที่อยู่ในระดับหัวหน้างาน จำนวน 52 คน แบ่งเป็นกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม โดยใช้เวลาฝึกอบรม 16 สัปดาห์ ผลการศึกษา พบว่า นักศึกษาปริญญาโทที่อยู่ในระดับหัวหน้างานที่ได้รับการฝึกอบรมตามทฤษฎีการวิเคราะห์การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล มีการสื่อสารที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงกว่ากลุ่มที่ไม่ได้รับการฝึกอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

2.2 ผลของการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา เพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้านบุคลิกภาพที่ดี พบว่าผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ที่ได้รับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยามีบุคลิกภาพที่ดีเพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่า ผู้วิจัยใช้เทคนิคการระดมสมองมาใช้ โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ให้แต่ละกลุ่มระดมสมองเกี่ยวกับการมีบุคลิกภาพที่ดีว่าควรมีลักษณะอย่างไร และมีความสำคัญมากน้อยเพียงใด แล้วให้ตัวแทนของแต่ละกลุ่ม นำเสนอผลของการระดมสมอง ซึ่งในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยทำการกระตุ้นให้สมาชิกในกลุ่มได้แสดงความคิดเห็นกันทุกคน อย่างมีอิสระไม่มีการวิพากวิจารณ์ ในสิ่งที่สมาชิกในกลุ่มคิดขึ้นว่าเป็นสิ่งที่ดีหรือถูกต้องหรือไม่ เพื่อให้เป็นไปตามที่ ออสบอร์น (ประสาธ อิศรปริดา. 2532 ข: 12 ; อ้างอิงจาก Osborn. 1964) ซึ่งเป็นผู้คิดวิธีนี้เชื่อว่าความคิดดี ๆ จำนวนมากของบุคคลจะถูกเก็บไว้ และเขาจะไม่แสดงความคิดเห็นเหล่านั้นออกมา เนื่องจากกลัวผู้อื่นวิพากวิจารณ์

จากการสังเกต การระดมสมองของผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยานั้น เป็นไปอย่างรวดเร็ว สมาชิกในกลุ่มมีการให้เกียรติซึ่งกันและกัน มีการรับฟังความคิดเห็นของแต่ละคนด้วยความตั้งใจ และเมื่อถึงช่วงของการให้ตัวแทนของแต่ละกลุ่มนำเสนอผลของการระดมสมอง ก็พบว่า แต่ละกลุ่มมีแนวคิด ประสพการณ์ที่หลากหลาย และมีความคิดสร้างสรรค์มากขึ้นที่สามารถนำไปพัฒนาบุคลิกภาพของตนเองได้ และหลังจากผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้ตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการมีบุคลิกภาพที่ดีแล้ว ผู้วิจัย ยังให้ความรู้ ความเข้าใจในการปรับปรุงบุคลิกภาพให้ดูดี มีความเหมาะสมมากกว่าเดิม และเพื่อให้เห็นภาพการพัฒนาบุคลิกภาพอย่างเด่นชัด โดยเน้นเทคนิคการใช้ตัวแบบที่เป็นภาพยนตร์ โดยให้ภาพบุคคลที่มีบุคลิกภาพที่ดี หลังจากการปรับปรุงตนเองแล้วว่ามีลักษณะอย่างไรทั้งในด้านการแต่งกาย การแต่งหน้า และท่ามให้เหมาะสมกับบุคลิกภาพของแต่ละคน พร้อมทั้งการแนะนำว่าผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ควรมีคุณลักษณะเกี่ยวกับความเชื่อมั่นในตนเอง การแสดงออกด้วยความนอบน้อม ทั้งวัจนภาษาและอวัจนภาษา ซึ่งในระหว่างการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ผู้วิจัยสังเกตว่าผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาแสดงความสนใจ ตั้งใจฟัง ตั้งใจชม ตัวแบบจาก

ภาพยนตร์ การซักถามถึงประเด็นต่าง ๆ รวมถึงการให้ความร่วมมือในช่วงของการฝึกปฏิบัติ และช่วงสุดท้ายของการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ผู้วิจัยได้กำหนดสถานการณ์จำลองขึ้น เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ได้แสดงตัวตนว่าจะทำอย่างไรกับสถานการณ์นั้น ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ได้ตระหนักถึงความสำคัญ ของการมีคุณลักษณะของการมีบุคลิกภาพที่ดี อันประกอบไปด้วย การแสดงออกด้วยความอ่อนน้อมถ่อมตน มีความคล่องแคล่ว มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีการควบคุมอารมณ์ที่ดี การเป็นผู้ฟังที่มีมารยาท และการแต่งกายที่ดี มีความเหมาะสมกับกาลเทศะ โดยในตอนท้ายของการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ผู้วิจัย ให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ได้สรุปถึงการมีบุคลิกภาพที่ดีควรจะมีคุณลักษณะอย่างไร พร้อมทั้งผู้วิจัยกล่าวสรุปเพิ่มเติม

การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาในครั้งนี้ สามารถสรุปได้ว่า เทคนิคการระดมสมอง และการใช้ตัวแบบสามารถทำให้เกิด การพัฒนาคุณลักษณะ ที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ในด้านการมีบุคลิกภาพที่ดีได้ สอดคล้อง กับงานวิจัยของ มิได้, พาร์เนสและลีส์ (Gikhooly. 1982b: 136; อ้างอิงจาก Meadow, Parnes and Reese. 1959: Journal of Applied Psychology) ได้ศึกษาเปรียบเทียบผลของการสอนโดยวิธีการระดมสมองกับการสอนตามปกติโดยให้งานเป็นการใช้ความคิด คำถามมี 2 ข้อ คือการให้บอกประโยชน์ของไม้กวาด และไม้แขวนเสื้อ ผลการศึกษา พบว่า การสอนโดยวิธีการระดมสมองสามารถคิดคำตอบที่ดีได้มากกว่า การสอนตามปกติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สำหรับเทคนิคการใช้ตัวแบบมาพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้านการมีบุคลิกภาพที่ดี ก็ถือเป็นเทคนิคด้านทางจิตวิทยาที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อผู้สังเกต โดยที่แบนดูรา (Bandura. 1968: 41 - 45) ให้ข้อสรุปไว้เกี่ยวกับอิทธิพลของแม่แบบว่า จะมีการสร้างพฤติกรรมใหม่ ๆ เมื่อผู้สังเกตได้เห็นการกระทำของแม่แบบโดยที่จะรวบรวมรูปแบบของการกระทำนี้ใหม่ในรูปของสัญลักษณ์ และถ่ายทอดออกมาเป็นพฤติกรรมใหม่ และยังมีผลต่ออารมณ์ของผู้สังเกตให้เกิดอารมณ์คล้อยตามได้ และผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์ (2530: 69) ได้กล่าวว่าข้อดีของการให้ตัวแบบจะช่วยเพิ่มพฤติกรรมที่พึงประสงค์ของผู้สังเกตรวมถึงช่วยเอื้ออำนวยให้พฤติกรรมของผู้สังเกตหรือผู้เลียนแบบที่เคยเรียนรู้มาก่อนแล้วมีแนวโน้มที่จะแสดงออกมา

ข้อสังเกตประการหนึ่งสำหรับการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้านการมีบุคลิกภาพที่ดีคือ มีการพัฒนาดีขึ้นหลังจากที่ได้รับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ในขณะที่การพัฒนาคุณลักษณะในด้านอื่น ๆ มีการพัฒนาขึ้นภายหลังได้รับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ผู้วิจัย จึงตั้งข้อสังเกตว่าการนำเทคนิคการระดมสมองและการนำตัวแบบภาพยนตร์มาใช้ ซึ่งเป็นตัวแบบที่ไม่มีชีวิต มาใช้ในการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาในเวลาที่จำกัดกับผู้เข้าฝึกอบรมที่มีพื้นฐานทางด้านความรู้ อายุการศึกษาและประสบการณ์ที่แตกต่างกันมาก อาจทำให้การรับรู้ การทำความเข้าใจและการสนใจที่จะปรับเปลี่ยนคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในด้านการมีบุคลิกภาพที่ดีน้อยกว่าการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในด้านอื่นได้

2.3 ผลของการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ในด้านความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน พบว่า ผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงที่ได้รับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยามีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานเพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้วิจัย ใช้ทฤษฎีการเผชิญความจริงมาพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในด้านความรับผิดชอบให้เกิดขึ้น กล่าวคือ ทฤษฎีการเผชิญความจริงทำให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้มีความเป็นตัวของตัวเอง รู้จักและเข้าใจตนเอง มีความรับผิดชอบต่อตนเอง สามารถช่วยเหลือตนเอง ค้นพบทางเลือกที่จะไปสู่เป้าหมายของตนเองได้ด้วยการตระหนักรู้ในคุณค่าของตนเอง (ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์. 2545: 84) ซึ่งในการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้เทคนิค WDEP System มาใช้เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นด้วยการให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาทำแบบประเมิน WDEP และสรุปผลการประเมิน หลังจากนั้น ผู้วิจัย อธิบายถึงความหมายและรายละเอียดของ WDEP System ว่าเป็นอย่างไร ได้แก่ W = Wants หมายถึง การสำรวจความต้องการของตนเอง และไตร่ตรองว่าจะทำอย่างไรต่อสิ่งที่ปรากฏนั้น ซึ่งผู้วิจัยจะเน้นสอบถามถึงเป้าหมาย และความต้องการของแต่ละคนในการทำงานด้านการขายตรง D = Direction and Doing เป็นระดับขั้นของทิศทางและการกระทำเพื่อนำไปสู่สิ่งที่ปรารถนา E = Evaluation เป็นระดับขั้นของการประเมินผลว่า สิ่งที่กำลังกระทำในปัจจุบันในการวางแผนนั้น เป็นสิ่งที่ต้องการหรือไม่ สามารถบรรลุตามความต้องการได้หรือไม่ และ P (Planning and Commitment) เป็นขั้นตอนของการกำหนดแผนเชิงปฏิบัติการและเป็นการให้คำมั่นว่าจะปฏิบัติตามแผนที่กำหนดไว้ให้ได้ โดยผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้ตอบคำถามในแต่ละระดับขั้น เพื่อเกิดการตระหนักรู้ในตนเอง และนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลง สำหรับบรรยากาศในการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา เป็นไปด้วยความอบอุ่น ตั้งใจฟัง ยกย่องให้เกียรติในความคิดของแต่ละบุคคล ทั้งนี้ เพราะเป้าหมายของแต่ละคนย่อมแตกต่างกันไป ทั้งในเรื่องการขาย การขยายทีมงาน หรือแม้กระทั่งความต้องการในการเปลี่ยนแปลงตนเองเกี่ยวกับความพยายามที่จะทำงานที่ยังค้างค้างให้สำเร็จโดยเร็ว พร้อมทั้งประเด็นของการค้นหาข้อบกพร่องของตนเองและของบุคคลอื่น เพราะบุคคลจำนวนไม่มากนักที่จะแสดงความรับผิดชอบและรับชอบการกระทำของตนเองเพื่อนำมาพัฒนาแก้ไขความผิดพลาดในอดีตที่เกิดขึ้น ทำให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาสงเกตสนานภายใต้บรรยากาศแห่งการยอมรับตนเองและได้รับกำลังใจจากบุคคลอื่นให้บรรลุความต้องการของตนเองในความพยายามที่จะปรับเปลี่ยนให้ได้

สำหรับประเด็นที่ทุกคนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการที่จะปรับพฤติกรรมในจุดที่ตนเองยังบกพร่อง เพื่อให้เกิดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในด้านความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานให้มากขึ้น คือ ความไม่ขยันหมั่นเพียร ทำให้เกิดการงานที่ค้างค้ำ การขาดความมั่นใจในตนเองในการเข้าพบลูกค้าหรือผู้มุ่งหวัง โดยเฉพาะผู้มุ่งหวังในระดับสูง รวมถึงความไม่สามารถในการจัดการบริหารเวลาได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งในด้านส่วนตัวและการทำงาน ทั้งยัง

มีความสับสนในเรื่องการแบ่งเวลาสำหรับการขาย การเยี่ยมเยียน การขยายทีมงาน การบริหารทีมงานให้มีประสิทธิภาพ และ การบริการลูกค้าให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ในขั้นสรุปผลการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้สรุปถึง การสำรวจความต้องการของตนเอง ทิศทางในการวางแผน การประเมินผล และการกำหนดแผนปฏิบัติการว่าแต่ละระดับมีความสำคัญอย่างไรสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับพฤติกรรมของแต่ละคนเพื่อให้เกิดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในด้านความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี

ดังนั้นการนำทฤษฎีการเผชิญความจริงมาประยุกต์กับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาสามารถพัฒนาให้เกิดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในด้านความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานได้สอดคล้องกับผลงานการวิจัยของ ชาง (Chang. 1995: A; 1706) ที่ได้ศึกษาเปรียบเทียบผลของการให้คำปรึกษาเป็นกลุ่มแบบเผชิญความจริง และการสอนตามทฤษฎีควบคุมที่มีต่อพฤติกรรมความรับผิดชอบและการควบคุมตนเอง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยได้หวัน แบ่งเป็นกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุม โดยกลุ่มทดลองได้รับการปรึกษาเป็นกลุ่มแบบเผชิญความจริง และกลุ่มควบคุมได้รับการสอนตามทฤษฎีควบคุม จากผลการวิจัย พบว่า นักศึกษาทั้งกลุ่มทดลองและกลุ่มควบคุมมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมด้านความรับผิดชอบและการควบคุมตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งนักศึกษากลุ่มทดลองมีคะแนนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ความรับผิดชอบและควบคุมตนเองมากกว่ากลุ่มควบคุม นอกจากนี้ผลการวิจัย พบว่า การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมความรับผิดชอบและการควบคุมตนเองเกิดขึ้นในเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และคะแนนพฤติกรรมความรับผิดชอบและการควบคุมตนเองในระยะติดตามผลสูงกว่าคะแนนในระยะหลังการทดลอง

2.4 ผลของการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ในด้านความขยันหมั่นเพียร พบว่าผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงที่ได้รับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยามีความขยันหมั่นเพียรเพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้วิจัยใช้ทฤษฎีการเผชิญความจริง ด้วยเทคนิคการวางแผนขั้นการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและเทคนิคในการติดตามและประเมินผลพฤติกรรม

การใช้ทฤษฎีการเผชิญความจริงมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาให้เกิดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในด้านความขยันหมั่นเพียรในครั้งนี้ประสบความสำเร็จอย่างมาก เนื่องจากการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาในครั้งที่ผ่านมามีให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้มีความรู้ ความเข้าใจ และการตระหนักรู้ในตนเองที่จะปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของตนเองให้ดียิ่งขึ้น อันเป็นเสมือนการปูพื้นฐานให้เข้าสู่การพัฒนาในคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในครั้งนี้ โดยที่ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้เขียนและพิจารณาถึงพฤติกรรมที่เกี่ยวกับความขยันหมั่นเพียรในอดีตที่ผ่านมาว่าเป็นอย่างไร ส่งผลอย่างไรกับชีวิตปัจจุบัน พบว่า ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเกือบทุกคนไม่ค่อยพอใจกับพฤติกรรมของตนเอง ในด้านความขยันหมั่นเพียรมากนัก ส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานไม่ดีเท่าที่ควร ผลตอบแทนหรือผลประโยชน์

ที่ได้รับจึงไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ ผู้วิจัยจึงให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาพิจารณาถึงการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ในด้านความขยันหมั่นเพียรในประเด็นของ ความกระตือรือร้นในการทำงาน ไม่มีการแสดงออกด้วยความเบื่อหน่าย พยายามปฏิบัติงานอย่างเป็นปกติ สม่่าเสมอ สร้างผลงานออกมาอย่างต่อเนื่องไม่ขาดระยะ รวมถึงการไม่ปล่อยเวลาให้ล่วงเลยไป โดยไม่กระทำสิ่งใดให้เป็นประโยชน์ ซึ่งผู้วิจัยสังเกตว่า ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยามีการยอมรับและเห็นด้วยว่าหากมีการเปลี่ยนแปลงให้ตนเองมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ดังกล่าว จะสามารถทำให้ตนเองประสบความสำเร็จในอาชีพการขายตรงตามที่ได้ตั้งใจไว้

ผู้วิจัยจึงนำเสนอการวางแผนขั้นตอนการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม โดยการให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้ตั้งเป้าหมายระยะสั้นว่าตนเองต้องการที่จะทำอะไร วางแผนอย่างไร ให้สำเร็จตามเป้าหมายนั้นภายใน 4 วันแล้วทุกคนต้องกลับมารายงานให้ที่ประชุมได้รับทราบว่าได้ทำตามเป้าหมายที่วางไว้หรือไม่ ซึ่งหลังจากที่ทุกคนเขียนเป้าหมายระยะสั้นแล้ว ต้องนำเสนอต่อผู้วิจัย และผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาคนอื่น ๆ โดยการสลับกันนำเสนอ ทำให้บรรยากาศในการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาสนุกสนาน ตื่นเต้นกับการตั้งเป้าหมายของแต่ละคน มีการประมอให้กำลังใจ และการนำเสนอเพิ่มเติมในเป้าหมายของบางคนเป็นระยะ ๆ พร้อมทั้งการใช้เทคนิคการเสริมแรงทางบวกจากผู้วิจัย ที่แสดงความเชื่อมั่นว่าทุกคนต้องทำได้สำเร็จ

จากการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาส่วนมากสามารถปฏิบัติตามเป้าหมายที่วางไว้ได้ ซึ่งส่วนใหญ่คือ ความพยายามด้วยความขยันหมั่นเพียรเพื่อเพิ่มยอดขายให้มากขึ้น รวมถึงความพยายามในการหาสมาชิกใหม่เพิ่มขึ้น มีผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาบางคนเท่านั้นที่ยังไม่สามารถบรรลุผลตามที่ได้วางแผนไว้ เนื่องจากอุปสรรคบางประการ แต่ก็นำเสนอว่า ได้พยายามอย่างเต็มที่แล้วและรู้สึกได้ถึงพฤติกรรมด้านความขยันของตนเองพัฒนาดีขึ้นไปจากเดิมมาก

จึงสรุปได้ว่าการใช้ทฤษฎีเผชิญความจริง ด้วยเทคนิคการวางแผนขั้นตอนการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและเทคนิคในการติดตามและประเมินผลพฤติกรรมสามารถพัฒนาให้เกิดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้านความขยันหมั่นเพียรได้

2.5 ผลของการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ในด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า พบว่าผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ที่ได้รับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยามีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้วิจัยใช้ทฤษฎีการบำบัดด้วยเหตุผล อารมณ์ และพฤติกรรม (Rational Emotive Behavior Therapy : REBT)

การที่ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยามีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าสูงขึ้น เนื่องจากทฤษฎีการบำบัดด้วยเหตุผล อารมณ์ และพฤติกรรมเน้นที่การเผชิญกับปัญหาที่แท้จริง หาทางแก้ปัญหานั้น ๆ ให้ตรงจุด เรียนรู้พฤติกรรมที่สมเหตุสมผล รู้จักใช้วิจารณ์ญาณ และพิจารณาเหตุการณ์หรือเรื่องราวต่าง ๆ อย่างรอบคอบ สามารถหลุดพ้นจากบ่วงปัญหาโดยใช้ สติ ปัญญา และกำลังใจของตนเอง

(ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์. 2545: 182)

ในการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาในครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งเน้นให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยารับทราบถึงการตระหนักรู้ในปัญหาและการแก้ปัญหาเฉพาะหน้านั้น ด้วยการยกตัวอย่างปัญหามา และให้ตอบว่า คิดอย่างไร รู้สึกอย่างไรและจะอย่างไรเกี่ยวกับปัญหานั้น ซึ่งผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาก็จะตอบคำถามดังกล่าวตามความคิด ความรู้สึก และตามประสบการณ์ที่ผ่านมา จากนั้น ผู้วิจัยจึงอธิบายเพิ่มเติมถึง หลักการของความคิดที่สมเหตุสมผล และความคิดที่ไม่สมเหตุสมผล ที่สามารถเกิดขึ้นได้กับมนุษย์ทุกคน ในขณะที่ทฤษฎีการบำบัดด้วยเหตุผล อารมณ์ และพฤติกรรมจะชี้ให้เห็นถึงผลต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมากจากความเชื่อไม่ใช่เกิดจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ในขั้นตอนที่ ผู้วิจัยจะอธิบายถึงหลักทฤษฎี A-B-C คือ A (Activating Event) หมายถึงเหตุการณ์ที่มากระตุ้น B (Belief) หมายถึง ความเชื่อ ซึ่งมีทั้งความเชื่อที่สมเหตุสมผล และความเชื่อที่ไม่สมเหตุสมผล C (Emotional and Behavioral Consequence) หมายถึงผลที่เกิดขึ้นทางอารมณ์และ/หรือพฤติกรรมของบุคคล และ D (Disputing Intervention) หมายถึง การแทรกแซงด้วยการโต้แย้ง หรืออภิปราย E(Effect) หมายถึง ผลและ F (New Feeling) หมายถึง ความรู้สึกใหม่ เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเกิดความรู้ ความเข้าใจต่อปัญหาที่เกิดขึ้น หลังจากนั้น ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ได้ฝึกปฏิบัติการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าสำหรับปัญหาเดิม โดยใช้ทฤษฎี การบำบัดด้วยเหตุผล อารมณ์ และพฤติกรรม ผลที่พบก็คือ ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยามีมุมมองใหม่ มีการพิจารณาปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างมีสติรอบคอบมากขึ้น และการแก้ปัญหาก็เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาในครั้งนี้ คือ เกิดทักษะในการพิจารณาว่าปัญหาที่เกิดขึ้นนั้น คือปัญหาอะไร การรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัญหานั้น ๆ การกำหนดแนวทางในการแก้ปัญหา และการเลือกแนวทางที่เหมาะสมที่สุดที่จะนำมาใช้ในการแก้ปัญหา

จากการสังเกตในการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาในครั้งนี้ ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยามีความพึงพอใจที่ได้รับความรู้ใหม่ ๆ ในเรื่องของการเปลี่ยนความเชื่อที่ไม่สมเหตุสมผล เป็นความเชื่อที่สมเหตุสมผล แตกต่างจากก่อนการเข้ารับการฝึกอบรมที่ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาบอกว่ามีทัศนคติในการมองปัญหาต่าง ๆ ไม่ดีนัก ส่งผลให้ขาดสติในการพิจารณาปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ผลที่ได้จึงไม่เป็นไปตามที่ปรารถนา แต่เมื่อได้รับการเรียนรู้แล้วทำให้มีแนวทางนำไปพัฒนาให้ตนเองมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้มากขึ้นกว่าเดิม ผู้วิจัย จึงสามารถสรุปได้ว่า การนำทฤษฎีการบำบัดด้วย เหตุผล อารมณ์ และพฤติกรรม มาใช้กับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาสามารถพัฒนาให้ผู้จำหน่วยอิสระในการขายตรงมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ มิลตัน (Milton. 1974: 458 – 461) ที่ได้ศึกษาการให้ปรึกษาตามทฤษฎีเหตุผล – อารมณ์ที่มีต่อการเอาชนะความคิดที่เป็นอุปสรรคต่อการเรียน กลุ่มตัวอย่าง เป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 2 จำนวน 10 คน ที่มีความเชื่อและทัศนคติที่ไม่ดีต่อการเรียน ไม่มีแรงจูงใจในการเรียน นักศึกษาที่เข้าร่วมการทดลองจะมาด้วยความสมัครใจ และจะได้รับ 1 หน่วยกิต

สำหรับการเข้าร่วมโครงการ กลุ่มตัวอย่างได้รับการให้คำปรึกษาจำนวน 8 ครั้ง ๆ ละ 90 นาที เป็นเวลา 4 สัปดาห์ ผลปรากฏว่า นักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการ มีทัศนคติในการเรียนดีขึ้น และมีเกรดเฉลี่ยสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และ สตอลท์ (Stoltz. 1997: 1 - 2) ที่ได้ศึกษาความสามารถในการเผชิญอุปสรรคของพนักงาน บริษัท Diversified Collection Service, Inc. (DCS) ที่สหรัฐอเมริกา กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงาน จำนวน 450 คน เพื่อสำรวจความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการเผชิญอุปสรรคกับผลการปฏิบัติงานของบริษัท DCS ผลของการศึกษาพบว่า ความสามารถในการเผชิญอุปสรรคมีความสัมพันธ์สูงมากกับผลการปฏิบัติงานของบริษัท DCS นอกจากนี้ สตอลท์ ได้เสนอผลการศึกษาว่า เมื่อฝึกอบรมความสามารถในการเผชิญอุปสรรคให้กับพนักงาน พนักงานมีความสามารถในการเผชิญอุปสรรคเพิ่มขึ้น พร้อมทั้งมีผลการปฏิบัติที่ดีขึ้นด้วย

2.6 ผลของการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ในด้านคุณธรรมและจริยธรรม พบว่า ผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงที่ได้รับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยามีคุณธรรมและจริยธรรมเพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่า ผู้วิจัย ใช้ทฤษฎีหลักธรรมตามแนวพุทธศาสตร์ การที่ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยามีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในด้านคุณธรรมและจริยธรรมสูงขึ้นเนื่องจากทฤษฎีหลักธรรมตามแนวพุทธศาสตร์ มุ่งเน้นที่การนำเอาสาระของพุทธธรรม ซึ่งเป็นหลักคำสอนในการพัฒนามนุษย์ มาบำบัดให้บุคคลได้สำรวจตัวเอง ในด้านความคิด ความเชื่อ ความรู้สึกและพฤติกรรมเพื่อนำไปสู่การรู้จักตนเองตามความเป็นจริง (อาภา จันทรสกุล. 2545: 107) ทำให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาสามารถตระหนักรู้ และตัดสินใจพัฒนาตนเองให้มีคุณธรรมและจริยธรรมมากขึ้นกว่าเดิม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเป็นผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ที่เป็นธุรกิจที่ต้องเกี่ยวข้องกับโดยตรง การนำเอาคุณธรรมและจริยธรรมมาใช้ให้เกิดประโยชน์กับตนเอง องค์กรและผู้อื่น อย่างสูงสุด เป็นผลให้เกิดจรรยาบรรณ ที่มีความหมายว่า "ประมวลความประพฤติที่ผู้ประกอบวิชาชีพและฐานะของสมาชิกผู้อยู่ในวิชาชีพและเป็นแนวทางให้สมาชิกถือปฏิบัติให้มีคุณธรรมและจริยธรรม อาจเขียนเป็นลายลักษณ์อักษรหรือไม่ก็ได้" (ราชบัณฑิตยสถาน. 2525: 212) ซึ่งจรรยาบรรณธุรกิจขายตรงมีวัตถุประสงค์เพื่อ ปกป้องคุ้มครองและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค อีกทั้งเพื่อส่งเสริมการแข่งขันอย่างยุติธรรมในขอบเขตของธุรกิจการค้าเสรีและเพื่อยกระดับภาพพจน์ของธุรกิจการขายตรงในสายตาของสาธารณะชนทั่วไป

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยเน้นถึงหลักธรรมในเรื่องของฉราวาสธรรม ได้แก่ สัจจะ ทมะ ขันติ จาคะ ซึ่งเป็นธรรมะที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับอาชีพการขายตรงได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะในด้านของความซื่อสัตย์ และการมีจรรยาบรรณในวิชาชีพ และ สังคหวัตถุ 4 ได้แก่ ทาน ปิยวาจา อตถจริยา สมานัตตตา และหลักในเรื่องของ การพิจารณาเหตุและผลตามหลักธรรมในพระพุทธศาสนา เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้ตระหนักถึง ความสำคัญของการนำแนวคิดทางด้านพุทธศาสตร์มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในชีวิต และผู้วิจัยได้ให้ผู้เข้ารับการ

ฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาปฏิบัติ โดยการแสดงบทบาทสมมติ โดยมี 2 บทบาท คือ บทบาทสมมติของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงที่มีคุณธรรมและจริยธรรม ซื่อสัตย์ ไม่คดโกง ไม่เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตน และมีธรรมะประจำใจ และบทบาทสมมติของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงที่ขาดคุณธรรมและจริยธรรม ไม่มีความซื่อสัตย์มีความคดโกง คิดแต่ประโยชน์ส่วนตน และขาดหลักธรรมในการดำรงชีวิต และเมื่อเสร็จสิ้นการแสดงบทบาทสมมติ ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้อภิปรายแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณธรรมและจริยธรรมว่าจะส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินชีวิตและการปฏิบัติงาน ผลที่ได้ก็คือผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาทุกคนมีความเห็นสอดคล้องต้องกันว่า การนำเอาคุณธรรม และจริยธรรมมาใช้ในการดำเนินชีวิตและการปฏิบัติงานในฐานะผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงมีความสำคัญและความจำเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะการนำหลักธรรมตามแนวพุทธศาสตร์ มาพัฒนาให้เกิดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในด้านคุณธรรมและจริยธรรม อันได้แก่ การแสดงออกถึงคำพูดหรือการกระทำด้วยความซื่อตรงไม่โกหก ไม่คดโกง ไม่เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนเพียงอย่างเดียวและมีหลักธรรมประจำใจ โดยนำมาประยุกต์ใช้กับการทำงานเป็นอย่างดี แต่มีข้อสังเกตคือผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยามีความตั้งใจ มีความเชื่อและพร้อมที่จะนำหลักธรรมตามแนวพุทธศาสตร์ไปพัฒนาตนเองแต่มีได้มุ่งเป้าหมายสูงสุดทางศาสนาแต่อย่างใด อาจเป็นเพราะเวลาอันจำกัด การรับรู้ในรายละเอียดต่าง ๆ ต้องใช้เวลาในการศึกษาประเด็นต่าง ๆ อีกมาก อย่างไรก็ตาม ด้วยเหตุผลข้างต้นทำให้ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่าทฤษฎีหลักธรรมตามแนวพุทธศาสตร์ สามารถนำมาพัฒนาให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาซึ่งเป็นผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ในด้านคุณธรรมและจริยธรรมสูงขึ้น ได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ โกศล เพ็ชรวงษ์ (2543: บทคัดย่อ) ที่ได้ศึกษาถึง พระพุทธศาสนากับการพัฒนาตน ศึกษาเฉพาะกรณีผู้เข้ารับการฝึกอบรมตามหลักสูตร “เตรียมผู้บริหารการศึกษา” ของสถาบันพัฒนาผู้บริหารการศึกษา วัดไร่ขิง กระทรวงศึกษาธิการ พบว่า ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความเชื่อ และศรัทธาที่จะปฏิบัติตามหลักคำสอนนี้ โดยเน้นประโยชน์ในปัจจุบัน เพื่อให้การปฏิบัติงานในหน้าที่มีประสิทธิภาพ และสามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้อย่างปกติสุข

2.7 ผลของการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้านความก้าวหน้าและพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง พบว่าผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงที่ได้รับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยามีความก้าวหน้าและพร้อมที่จะพัฒนาตนเองเพิ่มสูงขึ้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้วิจัยใช้ทฤษฎีแบบภวนิยม (Existentialism) ด้วยการให้คำปรึกษากลุ่ม (Group Counseling)

เนื่องจากทฤษฎีการให้คำปรึกษาแบบภวนิยม มุ่งเน้นให้บุคคลเกิดความรับผิดชอบต่องานตนเอง มีอิสระในการค้นหาและพัฒนาความหมายในชีวิต กล้าเผชิญต่อปรากฏการณ์ที่เป็นจริง ได้ค้นพบเอกลักษณ์ที่แท้จริงของตนเอง สามารถมีชีวิตอยู่กับปัจจุบัน “ที่นี่และขณะนี้” ส่วนอดีตนั้นไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ และอนาคตก็เป็นสิ่งที่ยังมาไม่ถึง (ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์. 2545 : 183) สอดคล้องกับงานวิจัยของ แอ็คเซลเซน และ ซโจนเดน (Axelssen & Sjørdan. 1988:

29 - 39) ที่ได้ศึกษาคุณภาพชีวิตของผู้ป่วยมะเร็งและครอบครัวขณะให้การรักษาแบบ
ประคับประคอง ที่บ้านจำนวน 37 คน พบว่า การค้นหาความหมายในชีวิตให้เข้าใจในภาวะการ
มีอยู่ของตนเองจะทำให้ผู้ป่วยและครอบครัวใช้ชีวิตได้อย่างมีคุณภาพในช่วงเวลาแห่งการรักษาแบบ
ประคับประคอง

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังนำเทคนิคของการให้คำปรึกษากลุ่ม (Group Counseling) มา
ประยุกต์ใช้เพื่อวัตถุประสงค์ให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาไม่รู้สึกโดดเดี่ยว รู้จักตนเอง
และยอมรับตนเอง รู้จักปรับตัวและพัฒนาตนเอง กล้าแสดงความรู้สึกที่แท้จริง มีความคิด
สร้างสรรค์ และสามารถเปลี่ยนเจตคติและพฤติกรรมได้ (Kelman. 1963: 399 - 432) ทำให้
ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ซึ่งมีพื้นฐานต้องการการพัฒนาตนเองอยู่แล้วได้ตระหนักรู้
เพิ่มขึ้น ถึงความสำคัญและวิธีการต่าง ๆ ในการพัฒนาตนเอง สืบเนื่องจากการแสดงความคิดเห็น
อย่างเป็นอิสระของสมาชิกในกลุ่มและการแสดงถึงความร่วมมือ ร่วมใจ ยกย่อง ให้เกียรติ รู้จัก
รับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นด้วยความตั้งใจ ทำให้บรรยากาศเป็นไปอย่างสนุกสนาน ราบรื่น
เป็นไปตามกระบวนการกลุ่ม มีการเสริมแรงทางบวกด้วยการแสดงถึงการเห็นด้วย และให้
กำลังใจซึ่งกันและกันเป็นอย่างดี และในตอนช่วงท้ายของการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ผู้วิจัย
ได้ให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาสรุถึงคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ในด้านความก้าวหน้า
และพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง โดยสามารถสรุปได้ว่า ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาต้องการ
ที่จะพัฒนาตนเองโดยเร็วที่สุด จากการพิจารณาถึงจุดอ่อนหรือข้อบกพร่องของตนเองในการ
ปฏิบัติงาน พร้อมทั้งการแก้ไขและปรับปรุงตนเองให้มีความรู้ความสามารถมากยิ่งขึ้น รวมถึง
การแสวงหาความรู้ในด้านอื่น ๆ เพิ่มเติมเพื่อเสริมสร้างศักยภาพของตนเองให้มีทักษะความ
ชำนาญมากขึ้นกว่าเดิม อาทิ การแสวงหาความรู้ในด้านการอ่านหนังสือเกี่ยวกับศิลปะการขาย
การฝึกปฏิบัติ การพูดต่อหน้าที่ชุมชน เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจในตนเอง การเข้าหลักสูตร
ฝึกอบรม การเป็นผู้นำทีมงาน การปรับปรุงตนเองเรื่องการสอนงาน หน่วยงานให้ลูกทีม การ
ฝึกความฉลาดทางอารมณ์ การพัฒนาบุคลิกภาพให้มีความเหมาะสมกับสถานการณ์ต่าง ๆ
รวมถึงการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัย สามารถสรุปได้ว่า ทฤษฎีการให้คำปรึกษาแบบภวนิยมโดย
ใช้การให้คำปรึกษากลุ่ม สามารถพัฒนาผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาที่เป็นผู้จำหน่ายอิสระ
ในการขายตรงให้เกิดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในด้านมีความก้าวหน้าและพร้อมที่จะพัฒนา
ตนเองได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวกับการให้คำปรึกษากลุ่มของ แซมมูเดิลวิส
(Sammudlewiese. 1975: 2645 – A) ได้ศึกษาผลของการให้การรักษาแบบกลุ่มแก่นักเรียน
ที่มีพฤติกรรมที่เป็นปัญหา ผลการศึกษาพบว่า นักเรียนที่ได้รับการรักษาแบบกลุ่มมีพฤติกรรม
ที่เป็นปัญหาลดลง

กล่าวโดยสรุป ผลของการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา สามารถพัฒนาคุณลักษณะที่พึง
ประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยมาใช้

แบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง และโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา โดยประยุกต์ทฤษฎีและเทคนิคต่าง ๆ ในการให้คำปรึกษามาใช้ สามารถนำไปปรับใช้ตามความเหมาะสมดังนี้

1.1 แบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง สามารถนำไปใช้ได้กับพนักงานขายขององค์กรธุรกิจการขายตรง แต่ก่อนจะนำไปใช้ต้องศึกษาในรายละเอียดของแบบวัด วิธีการใช้และการแปลความหมาย ตลอดจนปรับปรุงให้สอดคล้องกับกลุ่มประชากรเป้าหมายที่จะนำแบบวัดนี้ไปใช้

1.2 โปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงนั้น ผู้ที่จะนำโปรแกรมดังกล่าวไปใช้จะต้องศึกษาอย่างละเอียดก่อนที่จะนำไปใช้ และจะต้องมีความรู้ความเข้าใจวัตถุประสงค์ กระบวนการฝึกอบรม วิธีการฝึกอบรมต่าง ๆ และมีประสบการณ์ในการฝึกอบรมเกี่ยวกับทฤษฎีและเทคนิคต่าง ๆ ในการให้คำปรึกษา นอกจากนี้ ยังต้องศึกษาและปรับเปลี่ยนโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยานี้ ให้เหมาะสมกับกลุ่มของผู้ที่จะเข้ารับการฝึกอบรม ตลอดจนแก้ไขเนื้อหาเรื่องเวลาในการฝึกอบรมด้วย เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงที่สุดในการดำเนินการ

1.3 ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาและพัฒนาผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงของบริษัทฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด ที่เป็นธุรกิจของคนไทย มีการดำเนินกิจการและมีวัฒนธรรมขององค์กรเป็นแบบไทย ๆ และมีลักษณะเฉพาะในการบริหารองค์กร ดังนั้น ก่อนที่จะนำแบบวัดและโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาไปใช้ จำเป็นต้องศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับองค์กรนั้น ๆ ว่าเป็นองค์กรของคนไทยหรือต่างชาติ หรือเป็นการร่วมทุน ซึ่งอาจมีความแตกต่างกันในเรื่องของธรรมชาติ สังคม วัฒนธรรมและรูปแบบในการบริหารงานขององค์กร ทั้งนี้เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในการพัฒนาผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงให้มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยขอเสนอแนะดังนี้

2.1 ควรติดตามผลกลุ่มผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงที่เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาในครั้งนี้ ว่าคุณลักษณะที่พึงประสงค์ที่เกิดขึ้นเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใด เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนารูปแบบและวิธีการใหม่ ๆ ในการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น

2.2 โปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาในครั้งนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาในกลุ่มอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ หัวหน้างานสามารถนำโปรแกรมการฝึกอบรมนี้ไปใช้กับการพัฒนาผู้บังคับบัญชาให้มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ได้ ทั้งนี้อาจปรับ

รูปแบบและเนื้อหาและวิธีการต่าง ๆ ในการฝึกอบรมโดยให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ตลอดทั้งธรรมชาติของผู้เข้ารับการฝึกอบรมด้วย

2.3 ควรมีการสร้างแบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบุคลากรกลุ่มอื่น ๆ เช่น พนักงานขาย หรือตำแหน่งที่เกี่ยวข้องกับการขาย การตลาดของแต่ละองค์กร เพื่อนำแบบวัดนั้น ๆ ไปใช้คัดเลือกบุคลากรในตำแหน่งงานนั้น ๆ

2.4 ควรศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ซึ่งได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพ ประสบการณ์ เจตคติ แรงจูงใจ ความฉลาดทางอารมณ์ และความสามารถในการเผชิญปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กฤษณะ กฤตมโนรณ. (2541). การสร้างและบริหารทีมงานขาย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: พี.เอ.ลีฟวิ่ง.
- กัญญ์ แจ่มจรัส. (2542). โครงสร้างตลาดและกลยุทธ์การตลาดของการขายตรง. วิทยานิพนธ์ วท.ม. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- กาญจน์ แก้วทอง. (2523). การใช้เทคนิคแม่แบบเพื่อเปลี่ยนมโนภาพแห่งตนของเด็กวัยรุ่น ในสถานสงเคราะห์บ้านศรีธรรมราช. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- กิดานันท์ ชำนาญเวช. (2537). ผู้หญิงกับการยุติการตั้งครรภ์ที่ไม่พึงปรารถนา : ร่างกายของเรา สิทธิของเรา. ใน: เอกสารโครงการสัมมนาเพื่อการวิจัย เรื่อง วิกฤติการทำแท้ง : แนวคิดและการวิจัยทางสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์. 1-14.
- โกศล เพ็ชรวงษ์. (2543). พระพุทธศาสนากับการพัฒนาตนเอง. วิทยานิพนธ์ (ศาสนาเปรียบเทียบ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร.
- + ขวัญเรือน อัครศักดิ์. (2543). ผลของการปรึกษาเชิงจิตวิทยาแบบกลุ่มตามแนวคิดพุทธจิตวิทยาต่อการพัฒนาวิธีคิดตามแนวปัญญาและกลวิธีการเผชิญปัญหาของนักเรียนมัธยมศึกษาที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่ำและมีกลวิธีการเผชิญปัญหาลำบาก. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (จิตวิทยาการศึกษาและการแนะแนว). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร
- คมเพชร ฉัตรสุกุล. (2530). กิจกรรมกลุ่มในโรงเรียน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เครือศรี วิเศษสุวรรณภูมิ. (2536, กันยายน – ธันวาคม). สอนชีววิทยาเพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์. 15(3): 43.
- จริย์ สุวดี. (2534). กล้าคิดกล้าเผชิญ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- จักรกฤษณ์ สำราญใจ. (2527). ระดมสมอง : การเรียนเชิงสร้างสรรค์. ใน: รวมบทความการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของเด็ก. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- โถมเพ็ญ สนธยานนท์. (2527). การติดตามผลการฝึกอบรมของผู้บังคับบัญชาระดับกลาง หลักสูตรการบริหาร เพื่อพัฒนาองค์การของโรงงานยาสูบ กระทรวงการคลัง. วิทยานิพนธ์. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ชัยยงค์ พรหมวงศ์ และ เปื้อง ภูมิ. (2537). ประมวลสาระชุดวิชาเทคโนโลยีและการสื่อสาร การอบรม. นนทบุรี: สุโขทัยธรรมมาธิราช.

12/2/2564

- ชาติศิริ อักษรประเสริฐ. (2540). เน็ตเวิร์ก มาร์เก็ตติ้ง. กรุงเทพฯ: ไชเบอร์ บุ๊ค เน็ตเวิร์กพับลิชชิ่ง.
- ชำนาญ ทองทิพย์. (2542). ผลการฝึกอบรมหลักสูตรศิลปการขายและพฤติกรรมในการทำงานของพนักงานขาย บริษัท รองเท้าบาจาแห่งประเทศไทย จำกัด (มหาชน). ปริญญาโท วน.ม. (จิตวิทยาอุตสาหกรรม). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ชูชัย สมितिไกร. (2544). การฝึกอบรมบุคลากรในองค์กร. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชูศรี วงศ์รัตน. (2546). แบบแผนการทดลองและสถิติ. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: เทพเนรมิตรการพิมพ์.
- เชิดศักดิ์ โฆวาสินธุ์. (2520). การวัดทัศนคติและบุคลิกภาพ. กรุงเทพฯ: สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- ฐานเศรษฐกิจ. (2543). 2 ทศวรรษ เศรษฐกิจไทย. กรุงเทพฯ: ฐานเศรษฐกิจ.
- จิระ ประवालพุก. (2538). การพัฒนาบุคคลและการฝึกอบรม. กรุงเทพฯ: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจ.
- ณัฐธิดา สัมหล่อ. (2542). การใช้การปรึกษากลุ่มแบบพุทธจิตวิทยาเพื่อลดความวิตกกังวลในการสอบเข้าศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาและเพื่อพัฒนาวิธีคิดตามแนวโยนิโสมนสิการสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (จิตวิทยาการศึกษาและการแนะแนว). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ดวงเดือน พันธุมนาวิน และ เพ็ญแข ประจันปัจฉิม. (2520). จริยธรรมของเยาวชนไทย. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท และ สุณี เลิศแสวงกิจ. (2542). การจัดการขาย. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: วังอักษร.
- เด่นดวง วราเวทย์. (2529). ผลการให้คำปรึกษาเป็นกลุ่มเน้นทฤษฎีการพิจารณาเหตุผลอารมณ์เพื่อปรับเปลี่ยนมโนภาพเกี่ยวกับตนเอง. ปริญญาโท กศม. (จิตวิทยาการแนะแนว). พิษณุโลก: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ พิษณุโลก. ถ่ายเอกสาร.
- ทองฟู ศิริวงศ์. (2536). การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร. พิมพ์ครั้งที่ 2. ภาควิชาการจัดการคณะบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธานี ปิตุสุข. (2535). การตลาดขายตรงแบบหลายชั้น. กรุงเทพฯ: ปักบุค.
- ธีรยุทธ พึ่งเที่ยร และ สุรพล สุยะพรหม. (2543). การบริหารงานบุคคลและวิชาความถนัดเชิงวิเคราะห์. กรุงเทพฯ: สุตรไฟศาล.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2542). โมเดลลิสเรล : สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- นโปเลียน ฮิลล์. (2535). *กลวิธีสร้างพลังคิดสร้างสรรค์*. บุญย์ รัตนปัญญา แปลและเรียบเรียง. กรุงเทพฯ: สายส่งสุขภาพใจ.
- นพศักดิ์ จิตสกุลชัยเดช. (2541). *กลยุทธ์การตลาดขายตรงแบบหลายชั้นของธุรกิจเครื่องสำอางในประเทศไทย*. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- นาดยา ภัทรแสงไทย. (2527). *การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์*. ใน: เอกสารรวมบทความ *การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของเด็ก*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นิภา เลิศลือชาชัย. (2533). *ผลของการบำบัดแบบพิจารณาเหตุผลและอารมณ์ที่มีต่อความวิตกกังวลในการสอบของนักศึกษาเลขานุการ*. วิทยานิพนธ์ ค.ม. (จิตวิทยาการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- นิเวศน์ ธรรมมะ. (2541). *หนังสือเรียนการขายตรง ตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ พ.ศ. 2538*. กรุงเทพฯ: กรมอาชีวศึกษา.
- นิตารัฐ ชิติวรเวชม์. (2542). *การวิเคราะห์องค์ประกอบบุคลิกภาพของผู้ขายตรงที่ประสบผลสำเร็จ*. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- บุญเชิด ภิญญอนันตพงษ์. (2521). *การวัดและประเมินผลการศึกษา : ทฤษฎีและการประยุกต์*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาพื้นฐานการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- บุญลือ ทองอยู่. (2527). *ความคิดสร้างสรรค์*. ใน: เอกสารรวมบทความ *การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของเด็ก*. กรุงเทพฯ: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- บุญสม อัครธรรมกุล. (2545). *คำนำ*. กรุงเทพฯ: ไทเรลส์วิชั่น.
- บุปผา ไส้รักษา. (2537). *บุคลิกภาพนักขาย*. กรุงเทพฯ: ศูนย์รวมหนังสือกรุงเทพ.
- เบญจมาศ ยิ่งยวด. (2541). *บทบาทของการฝึกอบรมต่อธุรกิจขายตรงแบบหลายชั้น การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- เบญจา ยอดดำเนิน – แอ๊ดดิเกิ้ลและคณะ. (2541). *การศึกษาเชิงคุณภาพ : เทคนิคการวิจัยภาคสนาม*. นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ปนัดดา บุญวิวัฒน์. (2543). *ปัญหาจริยธรรมของธุรกิจการขายตรง กรณีศึกษาทัศนคติของผู้บริหารพนักงานขายและผู้บริโภค*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2540). *ทำเนียบนักธุรกิจรุ่นใหม่*. กรุงเทพฯ: ประชาชาติธุรกิจ.
- ประทุม รอดประเสริฐ. (2528). *นโยบายและการวางแผนหลักการและทฤษฎี*. กรุงเทพฯ: เนติกุล.

- ประภาส ณ พิบูล. (2537). ผลของการให้คำปรึกษาตามทฤษฎีการใช้เหตุผล – อารมณ์ต่อทัศนคติความเป็นหญิงของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 โรงเรียนดำรงราษฎร์สงเคราะห์ จังหวัดเชียงราย. ปรินญาณิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาการแนะแนว). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ประสาธ อิศรปรีดา. (2532). รายงานการวิจัยการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ด้วยกระบวนการฝึก. มหาสารคาม: อภิชาติ.
- ประเสริฐศรี เอื้อนครินทร์. (2524). การทดลองใช้เทคนิคแม่แบบเพื่อพัฒนาจริยธรรมด้านความซื่อสัตย์. ปรินญาณิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ปราณี พรรณวิเชียร. (2540, มกราคม). เมื่อผู้หญิงเล่นบทบาทบริหาร. วารสารเพิ่มผลผลิต. 30(5): 9-11
- ปรีชา วิหคโต. (2540). การเรียนรู้และการปรับพฤติกรรม. เอกสารการสอนชุดวิชาจิตวิทยาและสังคมวิทยาพื้นฐานเพื่อการแนะแนว หน่วยที่ 13. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2544). จิตวิทยาการบริหารบุคคล. กรุงเทพฯ: ศูนย์สื่อสาร.
- ปิ่น มุกทุกันต์. (2518). บันทึกกรรม. กรุงเทพฯ: พับลิเคชั่น เซนเตอร์.
- บุญญา ศิวแดง. (2545). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการขายของตัวแทนประกันชีวิตบริษัท ออยุธยา อลิอันซ์ ซี.พี. ประกันชีวิตจำกัด(มหาชน). ปรินญาณิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์. (2530). การปรับพฤติกรรม. กรุงเทพฯ: โครงการส่งเสริมการแต่งตั้งคณาจารย์มหาวิทยาลัย.
- . (2545). ทฤษฎีและแนวปฏิบัติในการให้คำปรึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 1. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- มุขณีย์ ยมาภัย. (2537). ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพ ความรู้ด้านการขาย แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย. วิทยานิพนธ์ วท.ม. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ฝ่ายสารสนเทศศูนย์ข้อมูลมติชน. (2540, พฤศจิกายน 24-26). ข่ายตรงยุคโลกาภิวัตน์. ประชาชาติธุรกิจ: 51.
- พงษ์พันธ์ พงษ์โสภา. (2525). ทฤษฎีและเทคนิคให้คำปรึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- พนัส หันนาคินทร์. 2523. แนวทางพัฒนาจริยธรรมไทย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์การศาสนา.
- พยอม วงศ์สารศรี. (2542). การบริหารทรัพยากรมนุษย์. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.

พระเทพเวที (ประยูรต์ ปยุตโต). (2531). *ธรรมานุชีวิต พุทธจริยธรรมเพื่อชีวิตที่ดีงาม*.

พิมพ์ครั้งที่ 37. กรุงเทพฯ: บริษัทอมรินทร์ พริ้นติ้ง กรุ๊ป จำกัด.

พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต). (2543). *ความคิดแหล่งสำคัญของการศึกษา*. พิมพ์ครั้งที่ 2.

กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มูลนิธิพุทธธรรม.

พระมหาปรีชาพล ตียนันท์. (2535). *การศึกษาวิเคราะห์บทบาทของสงฆ์ในการใช้หลัก*

พุทธธรรมให้คำปรึกษาเพื่อแก้ปัญหาชีวิตแก่ศาสนิกชนในสังคมปัจจุบัน : ศึกษาเฉพาะ

กรณีพระสงฆ์ที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ อ.ม. (ศาสนาเปรียบเทียบ

กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร.

พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง. (2545). *คำอธิบายพระราชบัญญัติขายตรงและ*

ตลาดแบบตรง. กรุงเทพฯ: ไตเรคส์ วิชั่น.

พัฒนา สุขประเสริฐ. (2540). *กลยุทธ์ในการฝึกอบรม*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

พิชัย ลีพิพัฒน์ไพบูลย์. (2543). *ผู้จัดการฝึกอบรมมืออาชีพ*. กรุงเทพฯ: ส.ส.ท.

พิมพ์ หิรัญกิตติ. (2545). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารการตลาดขายตรงหลายชั้นของ*

นักธุรกิจอิสระ. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

ไพโรจน์ จันทรนิมิ. (2542). *คนจนรุ่นสุดท้าย*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มาสเตอร์เจอรันัล.

ไพโรจน์ อาจรัक्षा. (2546). *คำอธิบายกฎหมายขายตรงและตลาดแบบตรง*. กรุงเทพฯ:

วิญญูชน.

ภาณี วงษ์เอก. (2541). *การศึกษาเชิงคุณภาพ : เทคนิคภาคสนาม*. นครปฐม: มหาวิทยาลัย

มหิดล.

ราชินี แก่นกำจร. (2544). *การบริหารธุรกิจขายตรง*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์นิมิตร.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2526). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525*. พิมพ์ครั้งที่ 2.

กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.

เรีงศักดิ์ ปานเจริญ. (2531). *คุณก็เป็นได้ นักขายชั้นยอด*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

เรียม ศรีทอง. (2540). *มนุษย์สัมพันธ์*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ฝ่ายเอกสารและตำรา

สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.

ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. (2528). *หลักการวิจัยการศึกษา*. กรุงเทพฯ: บริษัทศึกษาพร.

ลีดเดอร์ทาม. (2548). 5(50). กรุงเทพฯ: บริษัท สุรพิมพ์ จำกัด.

แลง, เจ ดับบลิว. (2531). *คุณก็เป็นได้ นักขายชั้นยอด*. เรีงศักดิ์ ปานเจริญ แปลและเรียบเรียง.

กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

วรกัญญา สันติธรรม. (2539). *ผลการฝึกอบรมที่มีต่อความรู้ที่จำเป็นในการขายขวัญใน*

การปฏิบัติงานและอัตราการลาออกจากงาน. ปรินญาณพนธ์. กรุงเทพฯ:

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

- วัชร ทรัพย์มี. (2525). *ทฤษฎีและกระบวนการให้คำปรึกษา*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาจิตวิทยา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- . (2533). *วรรณกรรมเกี่ยวกับพฤติกรรมเด็กและการแนะแนวระดับประถมศึกษา*. ใน: *เอกสารการสอนชุดวิชาวรรณกรรมประถมศึกษา หน่วยที่ 14*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วัชร ฐะคำ. (2524). *จิตวิทยาแนะแนวและให้คำปรึกษา*. กรุงเทพฯ: หน่วยศึกษานิเทศน์ กรมการฝึกหัดครู.
- วารินทร์ สิ้นสูงสุด. (2539). *ศิลปการขาย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สายใจ.
- วารินทร์ อักษรนำ. (2544). *คู่มือการสร้างและการใช้เกม ประกอบการอบรม*. กรุงเทพฯ: บัคแบงก์.
- วิจิตร อาวะกุล. (2540). *การฝึกอบรม*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิจิตรพร หล่อสุวรรณกุล. (2544). *การพัฒนาหลักสูตรเสริมเพื่อพัฒนาทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณในกระบวนการพยาบาล*. ปรินซ์นิพนธ์ กศด. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- วิเชษฐ์ ตระการชาติ. (ม.ป.ป.). *ยอดนักขายจ้าวยุทธจักร โจ จิราร์ด = How to Sell Yourself by Joe Girard*. กรุงเทพฯ: สโสมสรนักราย.
- วิฑิต พรจะเด็ด และ จินตนา พรจะเด็ด. (2542). *มโหรีแห่งชีวิต : เส้นทางสู่มงกุฎ*. กรุงเทพฯ: ยู-บอส คอร์ปอเรชั่น.
- วิมิตร นองสุวรรณ. (2542). *ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจขายตรง*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิยุทธ์ ฉายะยันตร์ และคณะ. (2543). *การขายตรง*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วังอักษร.
- วีรสิทธิ์ สิทธิไตรย์ และ โยธิน แสงดี. (2536). *การสนทนากลุ่ม : เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพ*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สมาคมวิจัยเชิงคุณภาพแห่งประเทศไทย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เวลเลอร์ เอลเบอร์. (2524). *จิตวิทยายอดนักขาย*. เอลิมพงษ์ จิระรัตน์ แปลและเรียบเรียง. กรุงเทพฯ: ม.ป.ท.
- ศศิวิมล สุขบท และคณะ. (2541). *การขายตรงในรูปแบบการตลาดหลายชั้น*. ในเอกสารงานวิจัย.
- ศิริวรรณ ลัญชานนท์ และ เจริญ โชไชย. (2532). *ศัพท์การตลาดและศัพท์การขาย*. กรุงเทพฯ: มิตรสัมพันธ์กราฟฟิคอาร์ต.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2535). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: วิสิทธิ์พัฒนา จำกัด.
- สถิต กองคำ. (2540). *มนุษย์สัมพันธ์สำหรับผู้บริหาร*. นครราชสีมา: สมศักดิ์การพิมพ์.

- สมจิตร์ เกิดปรางค์. (2543). *การนำศิลปะมาใช้ในกระบวนการกลุ่มเพื่อพัฒนาการเห็นคุณค่าในตนเองของนักศึกษาวิทยาลัยเกษตรและเทคโนโลยีสุพรรณบุรี*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (จิตวิทยาการศึกษาและการแนะแนว). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- สมชาติ กิจยรรยง. (2538). *ลุย! ธุรกิจขายตรง*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา.
- สมประสงค์ ชัยโณม. (2532). *ผลของการใช้วิธีระดมสมองที่มีต่อการคิดแก้ปัญหาแบบอเนกนัยของเด็กปฐมวัย*. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (การศึกษาปฐมวัย). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สมพิศ เล็กเฟื่องฟู. (2541). *หนังสือแบบเรียนวิชาการขายตรง*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เอมพันธ์ จำกัด.
- สมโภชน์ เอี่ยมสุภาษิต. (2528). *การปรับพฤติกรรม*. กรุงเทพฯ: พีรพัฒนา.
- สมศิริ แทนปั้น. (2538). *การส่งเสริมการขาย*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- สมาคมการขายตรงโลก. (2543, 25 ตุลาคม). *ผลการสำรวจพลังการขายแห่งชาติของสมาคมการขายตรงโลก*. นิตยสาร *ไดเร็คส์ นิวส์*. 41-42.
- สมิต อาชวนิจุล. (2535). *การพัฒนาตนเอง ภาค 2*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ดอกหญ้า.
- สร้อยตระกูล (ติวานนท์) อรรถมานะ. (2541). *พฤติกรรมองค์การทฤษฎีและการประยุกต์*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สวนา พรพัฒน์กุล. (2525). *อิทธิพลของตัวแบบที่มีต่อการพัฒนาทางด้านความคิดและการเรียนรู้ทางสังคมของเด็กไทย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สาโรช บัวศรี. (2523). *จริยธรรมไทยในสังคมปัจจุบัน*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์การศาสนา.
- สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. (2547). *ทำเนียบธุรกิจขายตรงไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักงานฯ.
- สำนักวิจัยเอแบคโพลล์. (2546). *โครงการสำรวจทัศนคติ พฤติกรรมการบริโภค และข้อมูลสำคัญของธุรกิจขายตรง กรณีศึกษาพื้นที่กรุงเทพฯ ปริมณฑล และ 8 จังหวัดเป้าหมาย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ.
- ลำอรงค์ งามวิชา. (2525). *การส่งเสริมการขาย*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- สิทธิชัย สถาพรชนพัฒน์. (2541). *คู่มือมนุษย์(ตงาน)*. กรุงเทพฯ: มิติชน.
- สิริลักษณ์ พงศ์นาวิน. (2544). *การศึกษาและพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขายของบริษัทซีอาร์ซี ครีเอชั่น จำกัด (มหาชน)*. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาการแนะแนว). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2544). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ: เฟื่องฟ้าพรินติ้ง.

- สุทธิกรณ ลิขน้อย. (2537). *มาตรการทางกฎหมายอาญาในการควบคุมการขายตรง*.
วิทยานิพนธ์ ค.ม. (จิตวิทยาการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- สุโท เจริญสุข. (2519). *จิตวิทยาการศึกษา*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ แพร์พิตยา.
- สุพจน์ หมูโยธา. (2542). *การสร้างแบบวัดบุคลิกภาพความเป็นนักขายของนักเรียนระดับ
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ชั้นปีที่ 3 สังกัดกรมอาชีวศึกษา ในจังหวัดขอนแก่น*.
ปริญญาณิพนธ์ กศ.ม. มหาสารคาม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
ถ่ายเอกสาร.
- สุพัตรา สุภาพ. (2525). *สังคมและวัฒนธรรมไทย : ค่านิยม สังคม ครอบครัวศาสนา ประเพณี*.
กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- สุมาลี อำไพรัตน์. (2546). *การติดตามผลโครงการฝึกอบรมพนักงานขาย เรื่อง “การก้าวสู่การ
เป็นพนักงานขายที่มีประสิทธิภาพ” ของบริษัท เฮกเกอร์ บราเดอร์ จำกัด*.
ปริญญาณิพนธ์ ศศ.ม. (เทคโนโลยีการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- สุพล พยอมแย้ม. (2541). *จิตวิทยาอุตสาหกรรม*. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุศักดิ์ ศิวะนาวิทร์. (2541). *เส้นทางสู่ความสำเร็จในการทำธุรกิจ เอ็มแอลเอ็ม แบบไทย ๆ*.
กรุงเทพฯ: เม็ดสีการพิมพ์.
- สุรัชนา วิวัฒนาชาติ และคณะ. (2535). *การบริหารการขายและการจัดจำหน่าย*. พิมพ์ครั้งที่ 6.
นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สุรัฐ ศิลปอนันต์. (2541). *พฤติกรรมศาสตร์*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการประณ
ศึกษาแห่งชาติ.
- เสนาะ ดิยาวี. (2543). *การบริหารงานบุคคล*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์.
- โสมนัส ม่วงสว่าง. (2536). *ผลของการให้คำปรึกษาแบบกลุ่มตามแนวพุทธศาสตร์ที่มีต่อ
มโนภาพแห่งตนของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 4*. ปริญญาณิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยา
การแนะแนว). พิษณุโลก: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร. ถ่ายเอกสาร.
- อภิรักษ์ เวทยนุกูล. (2543). *ลักษณะบุคลิกภาพของผู้บริหารสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษา
โดยใช้เครื่องมือ Myers-Briggs Type Indicator*. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาผู้บริหาร
การศึกษา.
- อมร ถาวรมาศ. (2537). *คลินิกหมอนักขาย*. กรุงเทพฯ: นามอักษรการพิมพ์.
- อมรเทพ ดีโรจน์วงศ์. (2538). *เราเป็นที่หนึ่ง : เส้นทางสู่ความเป็นที่หนึ่งในธุรกิจเครื่องสำอางค์*.
กรุงเทพฯ: เบตเตอร์เวย์ (ประเทศไทย) จำกัด.

- อวยพร เรืองตระกูล. (2545, มกราคม-เมษายน). การพัฒนาและวิเคราะห์คุณภาพของวิธีการวัดคะแนนพัฒนาการตามทฤษฎีการทดสอบแบบดั้งเดิมและทฤษฎีการตอบสนองข้อสอบ. *วิธีวิทยาการวิจัย*. 15: 116 – 127.
- อัจนา ศรีสุรพล. (2535). ผลของการฝึกการวิเคราะห์การติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคล กับกลุ่มสัมพันธ์ที่มีต่อมนุษยสัมพันธ์ของนักศึกษาชั้นปีที่ 1 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต กรุงเทพมหานคร. ปรินุญานินพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- อาภา จันทรสกุล. (2545). ทฤษฎีและแนวปฏิบัติในการให้คำปรึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 1. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- อาภาภรณ์ โชติกเสถียร. (2542). ก้าวสู่ความสำเร็จในธุรกิจ MLM. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์บุ๊กเบงค์.
- อารมณ สุทธิ. (2537). พฤติกรรมเชิงจริยธรรมของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดกรมสามัญศึกษา เขตการศึกษา 7. พิษณุโลก: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร. ถ่ายเอกสาร.
- อารี พันธุ์ณี. (2534). บุคลิกภาพและการปรับตัวในการทำงาน. *โครงการบริหารธุรกิจภาคสมทบ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อุทัยทิพย์ จันทรเพ็ญ. (2539). ผลของการปรึกษาเชิงจิตวิทยาแนวโลกอสต่อการเพิ่มความเข้มแข็งในการมองโลกของผู้ติดยา. ปรินุญานินพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- อุบลรัตน์ ไวปรีชี. (2545). คุณลักษณะของพนักงานขายตรงผลิตภัณฑ์เสริมอาหารตามทัศนะของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. ปรินุญานินพนธ์ กศ.ม. (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร. ถ่ายเอกสาร.
- อุษณีย์ จิตตะปาโล. (2541). การขายตรง. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จิตรวัดน์.
- อุษณีย์ ทองสหธรรม. (2538). ผลของการให้คำปรึกษาเป็นกลุ่มแบบเผชิญความจริงเพื่อลดความวิตกกังวลในการสอบเพื่อศึกษาต่อของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนนารีกุล จังหวัดอุบลราชธานี. ปรินุญานินพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาการแนะแนว). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- อุษณีย์ สุนทรโรทก. (2539). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของตัวแทนประกันชีวิต ศึกษาเฉพาะกรณี บริษัทกรุงเทพประกันชีวิต จำกัด. ปรินุญานินพนธ์ ศ.ศ.บ. (จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

- Anderson, L.A. (1980). *Quality Assurance for Physiotherapists*. Zetland, NSW : The Australian Council on Healthcare Standards.
- Axelrod, Mitchell. (1989, October). Sales : Winning the Inner Game. *National Underwriter (Life/Health/Financial/Service)*. 93: 11 – 13.
- Axelssen, B; & Sjordan, Po. (1988, January). *Quality of Life of Cancer Patients and Their Spouses in Palliative Home Care*. *Palliat – Med*. 12(1): 29 –39.
- Backman, Garth J.; & Siberman Adaeph. (1975). *Modification of Adolescent Behavior*. California: Wardsworth Publishing Company, Inc.
- Bandura, Albert. (1977). *Social Learning Theory*. Englewood Cliffs. New jersey : Prentice-Hall.
- Bandura, Albert.; & Menlove, F.L. (1968). Factors Determining Vicarious Extinction of Avoidance Behavior Through Symbolic Modeling. *Journal of Personality and Social Psychology*. 8 : 99-108.
- Barnes, Leona Walters. (1977, April). The Effect of Group Counseling on the Self Concept Achievement of Primary Grade Mexican American Pupils. *Dissertation Abstracts International*. 38: 5920 – A.
- Barrick, M.R; & Mount, M.K. (1993, 4 October). Autonomy as A Moderator of Relationships Between the Big Five Personality Dimensions and Job Performance. *Journal of Applied Psychology*. 11(4): 111-113.
- 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(2.): 2458 – A.
- Bryman, A. (2001). *Social Research Methods*. New York: Oxford University Press, Inc.
- Chang, Patricia L. (1995). *Somatic Gene Therapy*. Boca Raton, FL.: CRC Press.
- Churchill, Gilbert A.Jr.; Ford, Neil M.; Walker, Orville C.Jr. (1987). *Sales Force Management*. 2nd ed. Tokyo: Toppan Company, Limited.
- Clark, Barbare Del. (1982, December). The Influence of Transactional Analysis Training on Communication Skills. *Dissertation Abstracts International*. 43(6): 1886-A.
- Cooker, P.; & Cherchia, P. (1976, May). Effect of Communications Skill Training on High School Students Ability to Function as Peer Group Facilitator. *Journal of Counseling Psychology*. 23 (5): 464-467.
- Corey, G. (1996). *Theory and Practice of Counseling and Psychotherapy*. California: Brooks/Cole, Publishing Company.

- Dick, Lean Dell. (1974). A Study of Meditation in the Service of Counseling. *Dissertation Abstract International*. 3(2): 4037.
- Edens, Robert Nanning. (1996, July). Effects of Teaching Control Theory and Reality Therapy as and Approach to Reducing Disruptive Behaviors in Middle School Physical Education. *Dissertation Abstracts International*. 57(01): 149.
- Gallupe. R. Brent.; Cooper, William H.; Grise, Mary-Liz.; Bastianutti, Iana M. (1994, February). Blocking Electronic Brainstorms. *Dissertation Abstracts international-A*. (CD-ROM) 79 (1): 1994. Available : NISC ; Dissertation Abstracts (1993 – September).
- Gawrys, John Jr.; & Bruce, Brown O. (1970). *Group Guidance and Counseling in the Schools*. New York: McGraw – Hill Book Co.
- Gazda, G.M.; Duncan, J.A.; & Meadows, M.E. (1967). Group Counseling and Group Procedures : Reported of A Survey. *Counselor Education and Supervision*. 6: 305-310.
- Gilhooly, K.J. (1982). *Directed Undirected and Creative*. New York: A Subsidiary of Harcourt Brace Jovanovich.
- Glaess, Herman Lewis. (1966, July). Developing Interpersonal Relations in A College Girls Dormitory. *Dissertation Abstracts*. 27(1): 113 – A – 114 – A.
- Goldstein, I.L.; (1993). *Training in Organization : Need Assessment, Development and Evaluation*. Monterey, CA : Brooks.
- Good, Carter V. (1973). *Dictionary of Education*. 3rd ed. New York: Mc Graw–Hill, Inc.
- Graham, John R. (1989, November). Getting Over the Fear of sales. *National Underwriter*. 93(39): 42-43.
- Harris, M.A.C. (1992). Effects of Reality/Control Theory on Predictors of Responsible Behavior of Junior High-school Students in An Adolescent Pregnancy Prevention Program. *Dissertation Abstracts International*.
- Hedquist, Francis J.; & Weinhold, Barry K. (1970, May). Behavior Group Counseling. With Socially Anxious and Unassertive College Student. *Journal of Counselling Psychology*. 17: 237–242.
- Herrman, D. (1988). *Profile of a Fuller Brush Saleman in Selling: Principle and Praticce*. Singapore: B & Jo Enterprise.
- Hise, R.1. (1980). *Effective Salesmanship*. Hinsdale, St.Louis: The Dryden Press.
- Holland, John L. (1966). *The Psychology of Vocation Choice. in A Theory of Personality Types and Model Environment*. Mass: Blaisdell.

- Holst, Svend. (1988, 3 Quarter). What Makes A Good Sales Manager? *Industrial Marketing Digest*. 13: 132 –136.
- Intarakumnerd, Tanom. (1976, September). The Effects of Transaction Analysis on the Self-Concept of Thai Students Who Are Enrolled in Mississippi. *Dissertation Abstracts International*. 37(3): 60-62.
- Jackson, Donald. (1983). *Nonverbal Communication with Patients : Back to the Human Touch / Marion Nesbitt Blondis*. New York : John Wiley.
- Jackson, R.W. & Hisrich, R.D. (1996). *Sales and Sales Management*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Johnston, Christin Ann. (1985). *The Effects of Training in Transactional Analysis Upon The Interpersonal Communication Transactions of Graduate Students In Supervision (Ego States, Productive, Non-Productive)*. New Jersey: Rutgers.
- Joreskog, K. G.; & Sorborn, D. (1999). *Lisrel 8 : New Statistical Features*. Chicago: Scientific Software International, Inc.
- Kelman, H.C. (1963, April). The Role of the Group in the Induction of Therapeutic Change. *International Journal of Group Psychotherapy*. 13(5): 399 – 432.
- Kotler, P. (1991). *Market Management : Analysis Planning Implementation and Control* 7th ed. New York: Prentice – Hill , Inc.
- Lamont, L.M. & Lundstrom, W.J. (1977, November). Identifying Successful Industrial Salesmen by Personality and Personal Characteristics. *Journal of Marketing Research*. 14: 517 – 529.
- Lang, E. (1988). *The Role of Active Elements in the Oxidation Behaviour of High Temperature Metals and Alloys*. New York: Elsevier Applied Science.
- Leong, Siew Meng; Busch, Paul S.; John, Deborah Roedder. (1989, May). Knowledge Bases and Salesperson Effectiveness : A Script – Theoretic Analysis. *Journal of Marketing Research*. 26(1): 164-178.
- Long, J.S. (1989). *Confirmatory Factor Analysis*. Beverly Hills: Sage Publishing, Inc.
- Macomic, N.; et al. (1991, June). R.E.T in the College Classroom. *Journal Article*. 76(6): 90-83.
- Mahler, Charence A. (1969). *Group Counseling in Schools*. Boston: Houghton Miffling Company.
- Makkibbin, Mary Leach. (1989). *Rational-Emotive Education for Underproducing Gifted Children : Effects on School*. New York: McGraw-Hill Book Company.

- Martens, Carey Ann. (1992). *The Effects of Cognitive and Behavior Modeling on In-Basket Performance and Self-Efficacy Beliefs*. California: California State University, Long Beach.
- Meadow, Karen S. (1994, January). The Effect of Synectics Training on Gifted and Nongifted Kindergarten Students. *Dissertation Abstracts international – A*. (CD-ROM). 18(1): 1994. Available : NISC ; Dissertation Abstracts (1993 – September).
- Merenda, Peter F.; & Clarke, Water V. (1959). The Predictive Efficiency of Temperament Characteristic and Personal Success of Life Insurance Agents. *Journal of Applied Psychology*. 43 : 360-366.
- Midlarsky, B.; Bryan, H. James; & Brickman, P. (1973). Aversive Approval : Interactive Effects of Modeling and Reinforcement on Altruistic Behavior. *Child Development*. 44: 321-328.
- Milton, H. Tayler. (1974). *A Rational – Emotive Workshop on Overcoming Study Blocks*. South Carolina: Ainstone College in Gaffney.
- Nelson, Richard. (1998). *Introduction to Counselling skills*. London: SAGE 2000.
- Nickels, W.G. (1976). *Marketing Communications and Promotion*. Ohio: Grid.
- Osborn, Alex F. (1964). *How to Become More Creative 101 Reward Ways to Development Your Potential Talent*. New York: Charles Scribner's sons.
- Parker, M. Elizabeth. (1983, March). Effects of Relations Groups on Fourth Grade Children's Self – Esteem and Communication Skills. *Dissertation Abstracts International*. 43(9) : 2894 – A.
- Paul, Gordon W. & Worthing, Parker. (1970, July). A Student Assessment of Selling. *Journal of Business*. 5(10): 57 – 65.
- Peterson, R.A; & Wotraba, T.R. (1996). "What is Direct Selling-Definition, Perspectives, and Research Agenda. *Journal of Personal Selling & Sales Management*. 10(4): 1-16.
- Rawlinson, J. Geoffrey. (1981). *Creative Thinking and Brainstorming*. Hants: Gower.
- Rickard, Todor. (1990). *Creativity and Problem Solving at Work..* Vermont: Galliard Printers.
- Roberts, W. Thomas. (1994). *A Systems Perspective of Parenting*. California: Brooks/Cole.

- Sager, J.K.; & Ferris, G.R. (1986, November). Personality and Salesforce Selection in the Pharmaceutical Industry. *Industrial Marketing Management*. 12(7): 319-324.
- Samudlewiese, Edward. (1975, November). The Effects of Critical Thinking and Group Counseling upon Behavior Problem Students. *Dissertation Abstracts International*. 36(5): 2645 – A.
- Saris, Nils-Erik. (1984). *International Federation of Clinical Chemistry Recommendations and Related Documents*. Berlin: W. de Gruyter.
- Seymour, Adler. (1994). Personality Tests for Salesforces Selection : Worth FreshLook. *Review of Business*. 16(7): 27-31.
- Sharf, Richard S. (2000). *Theories of Psychotherapy and Counseling Concepts and Cases*. Belmont, California: Wadsworth / Thomson Learning.
- Shertzer, Bruce; & Stone, Shelley C. (1968). *Group Counseling Fundamentals of Counseling*. New York: Houghton Miffling Company.
- Shirley, Fletcher. (1977). *Designing Competence – Based Training*. London : Stirling.
- Smith, Ronald E.; Sarason, Irwin G.; & Sarason, Barbara R. (1982). *Psychology: The Frontiers of Behavior*. New York: Harper and Row.
- Steinkamp, W.H. (1970). *How to Sell and Market Industrial Product*. Philadelphia: Hilton Book, Inc.
- Stieber, William George. (1991). Implementation Characteristics of Effective Quality Improvement Training : A Descriptive Study. *Unpublished Dissertation of Tempel University*.
- Stoltz, P.G. (1997). *Adversity Quotient*. New York: Harper Collins.
- . (2000). *Adversity Quotient*. The Management – Human Resources. New York: Harper Collins.
- Thomus, L.G. (2000). *Moderating Focus Group*. California: Sage Publishing, Inc.
- Williams, Holt Essie. (1979). The Effects of Behavioral Group Counseling Using Self Verbalization on the Self-Responsibility Different Addessents. *Dissertation Abstracts International*.
- Woal, Theodore S. (1964, May). A Project in Group Counseling in Junior High School. *The Personal and Guidance Journal*. 43(9): 661 – 663.
- Woodward, Roy Brown. (1975, February). The Effects of Transaction Analysis on the Self-Concepts, Social Adjustment, and Grade Point Averages of Intellectually Advantaged, Intellectually Normal, and Intellectually Disadvantaged Sixth Grade Students. *Dissertation Abstracts International*. 38(8): 41-45.

Yale, W. (1990) "Examination of the Relationship between Entrepreneurial Personality, Other Determinants of Job Performance, and Job Performance of Salespeople in Taiwan," *Dissertation Abstracts International*. 51 (8) : 4203 – A.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ

**รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิผู้ตรวจแบบวัดและโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา
เพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง**

1. รองศาสตราจารย์ ดร.สุทินันท์ พรหมสุวรรณ
คณบดีวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
2. รองศาสตราจารย์ ดร.ธำรงค์ศิลป์ เจียรตระกูล
รองประธานสาขาวิชาพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทนา วงษ์อินทร์
อาจารย์ประจำคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
4. ดร.นารี สุทธิปรีดา
รองกรรมการผู้จัดการ บริษัทกิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิต์ จำกัด
5. ดร.กรองกาญจน์ ณ นครพนม
ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล บริษัท ไอ ที วัน จำกัด

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิที่เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม

1. นายวีระยุทธ ละออเอี่ยม
 ผู้บริหารระดับ Diamond Grand Paradise
 บริษัทกิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด
2. นางสาวอัง ละออเอี่ยม
 ผู้บริหารระดับ Diamond Grand Paradise
 บริษัทกิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด
3. นางเรณู สุวรรณชัย
 ผู้บริหารระดับ Diamond Grand Paradise
 บริษัทกิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด
4. นางจามรี มธุรพจน์
 ผู้บริหารระดับ Grand Paradise
 บริษัทกิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด
5. นางปนัดดา ศิลา
 ผู้บริหารระดับ Grand Paradise
 บริษัทกิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด
6. นางศุภร ธิญญาวาส
 ผู้บริหารระดับ Diamond Grand Paradise
 บริษัทกิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด
7. นายพงศ์พัส อุดนาพรหม
 ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาทรัพยากรและสมาชิก
 บริษัทกิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด
8. นางพิมพ์กานต์ ศรีพลัง
 ผู้บริหารระดับ Grand Paradise
 บริษัทกิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด
9. นายจำรัส ศิลา
 ผู้บริหารระดับ Grand Paradise
 บริษัทกิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด
10. นายพีรเชษฐ์ ศรีพลัง
 ผู้บริหารระดับ Grand Paradise
 บริษัทกิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด

ภาคผนวก ข

ค่าดัชนี IOC ของแบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของ
ผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

ตาราง 7 ค่าดัชนี IOC ของแบบวัดจากการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ

ข้อ	คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					ค่าดัชนี ค่า IOC	หมายเหตุ
	คนที่1	คนที่2	คนที่3	คนที่4	คนที่5		
1	1	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
2	1	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
3	1	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
4	1	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
5	1	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
6	1	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
7	1	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
8	1	1	0	1	1	0.80	คัดเลือกไว้
9	-1	0	1	1	1	0.40	ปรับปรุง
10	1	0	1	1	1	0.80	คัดเลือกไว้
11	1	0	1	1	1	0.80	คัดเลือกไว้
12	-1	0	1	1	-1	0.00	ปรับปรุง
13	1	0	-1	1	1	0.40	ปรับปรุง
14	-1	0	1	1	-1	0.00	ปรับปรุง
15	1	0	1	1	1	0.80	คัดเลือกไว้
16	1	0	1	1	1	0.80	คัดเลือกไว้
17	1	0	1	1	1	0.80	คัดเลือกไว้
18	-1	0	1	1	-1	0.00	ปรับปรุง
19	1	0	-1	1	0	0.20	ปรับปรุง
20	1	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
21	1	0	1	1	1	0.80	คัดเลือกไว้
22	1	1	1	1	0	0.80	คัดเลือกไว้
23	1	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
24	1	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
25	1	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
26	1	1	1	1	0	0.80	คัดเลือกไว้
27	1	1	1	1	0	0.80	คัดเลือกไว้

ตาราง 7 (ต่อ)

ข้อ	คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					ค่าดัชนี ค่า IOC	หมายเหตุ
	คนที่1	คนที่2	คนที่3	คนที่4	คนที่5		
28	1	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
29	1	1	-1	1	1	0.60	คัดเลือกไว้
30	1	1	0	1	0	0.60	คัดเลือกไว้
31	1	0	1	1	0	0.60	คัดเลือกไว้
32	1	0	1	1	0	0.60	คัดเลือกไว้
33	1	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
34	1	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
35	1	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
36	1	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
37	1	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
38	1	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
39	1	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
40	1	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
41	1	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
42	-1	1	0	1	1	0.40	ปรับปรุง
43	1	0	1	1	0	0.60	คัดเลือกไว้
44	1	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
45	-1	1	1	1	0	0.40	ปรับปรุง
46	1	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
47	-1	0	1	1	1	0.40	ปรับปรุง
48	1	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
49	1	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
50	1	0	1	1	1	0.80	คัดเลือกไว้
51	1	1	0	1	0	0.60	คัดเลือกไว้
52	1	1	1	1	0	0.80	คัดเลือกไว้
53	1	0	1	1	1	0.80	คัดเลือกไว้
54	-1	1	1	1	0	0.40	ปรับปรุง

ตาราง 7 (ต่อ)

ข้อ	คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ					ค่าดัชนี ค่า IOC	หมายเหตุ
	คนที่1	คนที่2	คนที่3	คนที่4	คนที่5		
55	1	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
56	1	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
57	1	0	1	1	1	0.80	คัดเลือกไว้
58	1	0	1	1	1	0.80	คัดเลือกไว้
59	-1	1	1	1	0	0.40	ปรับปรุง
60	1	0	1	1	1	0.80	คัดเลือกไว้
61	1	0	1	1	1	0.80	คัดเลือกไว้
62	-1	1	1	1	0	0.40	ปรับปรุง
63	1	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
64	1	0	1	1	1	0.80	คัดเลือกไว้
65	1	1	1	1	0	0.80	คัดเลือกไว้
66	-1	1	1	1	0	0.40	ปรับปรุง
67	1	0	1	1	1	0.80	คัดเลือกไว้
68	1	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
69	1	0	1	1	1	0.80	คัดเลือกไว้
70	1	0	1	1	1	0.80	คัดเลือกไว้
71	1	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
72	1	0	1	1	1	0.80	คัดเลือกไว้
73	1	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้
74	1	1	1	1	1	1.00	คัดเลือกไว้

ตาราง 8 ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (r) ของแบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่าย
อิสระในการขายตรง

ข้อที่	ค่า r	การพิจารณา
ด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดี		
1	.30	คัดเลือกไว้
2	.33	คัดเลือกไว้
3	.36	คัดเลือกไว้
4	.21	คัดเลือกไว้
5	.18	คัดเลือกไว้
6	.27	คัดเลือกไว้
7	.31	คัดเลือกไว้
8	.25	คัดเลือกไว้
ด้านบุคลิกภาพที่ดี		
9	.25	คัดเลือกไว้
10	.31	คัดเลือกไว้
11	.39	คัดเลือกไว้
12	.37	คัดเลือกไว้
13	.41	คัดเลือกไว้
14	.18	คัดเลือกไว้
15	.34	คัดเลือกไว้
16	.25	คัดเลือกไว้
17	.29	คัดเลือกไว้
18	.39	คัดเลือกไว้
19	.35	คัดเลือกไว้
20	.30	คัดเลือกไว้
ด้านความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน		
21	.34	คัดเลือกไว้
22	.41	คัดเลือกไว้
23	.37	คัดเลือกไว้
24	.48	คัดเลือกไว้
25	.53	คัดเลือกไว้
26	.38	คัดเลือกไว้

ตาราง 8 (ต่อ)

ข้อที่	ค่า r	การพิจารณา
27	.28	คัดเลือกไว้
28	.36	คัดเลือกไว้
29	.34	คัดเลือกไว้
30	.37	คัดเลือกไว้
ด้านความขยันหมั่นเพียร		
31	.18	คัดเลือกไว้
32	.36	คัดเลือกไว้
33	.29	คัดเลือกไว้
34	.25	คัดเลือกไว้
35	.35	คัดเลือกไว้
36	.33	คัดเลือกไว้
37	.43	คัดเลือกไว้
38	.41	คัดเลือกไว้
39	.51	คัดเลือกไว้
40	.47	คัดเลือกไว้
41	.48	คัดเลือกไว้
42	.22	คัดเลือกไว้
43	.46	คัดเลือกไว้
ด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า		
44	.23	คัดเลือกไว้
45	.33	คัดเลือกไว้
46	.29	คัดเลือกไว้
47	.22	คัดเลือกไว้
48	.34	คัดเลือกไว้
49	.32	คัดเลือกไว้
50	.51	คัดเลือกไว้
51	.43	คัดเลือกไว้
52	.40	คัดเลือกไว้

ตาราง 8 (ต่อ)

ข้อที่	ค่า r	การพิจารณา
ด้านคุณธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติงาน		
53	.24	คัดเลือกไว้
54	.26	คัดเลือกไว้
55	.36	คัดเลือกไว้
56	.47	คัดเลือกไว้
67	.37	คัดเลือกไว้
68	.35	คัดเลือกไว้
69	.34	คัดเลือกไว้
60	.24	คัดเลือกไว้
61	.35	คัดเลือกไว้
62	.36	คัดเลือกไว้
63	.24	คัดเลือกไว้
64	.31	คัดเลือกไว้
65	.35	คัดเลือกไว้
ด้านความก้าวหน้าและพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง		
66	.51	คัดเลือกไว้
67	.43	คัดเลือกไว้
68	.27	คัดเลือกไว้
69	.39	คัดเลือกไว้
70	.26	คัดเลือกไว้
71	.34	คัดเลือกไว้
72	.35	คัดเลือกไว้
73	.21	คัดเลือกไว้
74	.21	คัดเลือกไว้

ตาราง 9 ค่าความเชื่อมั่นรายด้านและรวม (α) ของแบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้
 จำหน่ายอิสระในการขายตรง

คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง	ค่าความเชื่อมั่น (α)
1. ด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	.7742
2. ด้านบุคลิกภาพที่ดี	.7463
3. ด้านความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน	.7277
4. ด้านความขยันหมั่นเพียร	.7905
5. ด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า	.7057
6. ด้านคุณธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติงาน	.7695
7. ด้านความก้าวหน้าและพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง	.7682
รวมทุกด้าน	.9129

ภาคผนวก ค

แบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง
และเฉลยคำตอบแบบวัดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของ
ผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

แบบวัดเพื่อการวิจัย

เรื่อง คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

เรียน ผู้จำหน่ายอิสระขายตรงทุกท่าน

แบบวัดฉบับนี้ เป็นแบบวัดเพื่อการวิจัยเรื่องคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ซึ่งประกอบไปด้วยข้อคำถามที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง จำนวน 74 ข้อ ผู้วิจัยขอความร่วมมือทุกท่านได้ตอบคำถามตามสภาพความรู้สึกที่แท้จริงของท่าน เพื่อประโยชน์ในการนำผลการวิจัยมาพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของ

ผู้จำหน่ายอิสระขายตรงต่อไป

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านเป็นอย่างดี
จึงขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

โอภาส กิจกำแหง

นิสิตปริญญาเอก จิตวิทยาการให้คำปรึกษา

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง ประธานกรรมการบริหาร

บริษัท แพลทตินัม มีเดีย จำกัด

แบบวัดฉบับนี้แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบวัด

ตอนที่ 2 คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบวัด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ☒ ลงใน ☐ หรือเติมข้อความ ตรงกับความจริงของท่าน

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
2. อายุ ปี
3. ระดับการศึกษา ☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรี ☐ สูงกว่าปริญญาตรี

ตอนที่ 2 คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

คำชี้แจง ให้ท่านทำเครื่องหมาย ลงในช่องหลังคำถามตามความคิด ความรู้สึก และการแสดงออกที่แท้จริงของท่าน

จริงที่สุด	หมายถึง	ข้อความนั้นสอดคล้องกับความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่านมากที่สุด
ส่วนใหญ่จริง	หมายถึง	ข้อความนั้นสอดคล้องกับความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่านเป็นส่วนใหญ่
จริงพอประมาณ	หมายถึง	ข้อความนั้นสอดคล้องกับความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่านพอประมาณ
จริงเพียงเล็กน้อย	หมายถึง	ข้อความนั้นสอดคล้องกับความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่านเพียงเล็กน้อย
ไม่จริงเลย	หมายถึง	ข้อความนั้นไม่สอดคล้องกับความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่านเลย

ตัวอย่างการตอบ

ข้อความ	จริง มากที่สุด	ส่วนใหญ่ จริง	จริงพอ ประมาณ	จริงเพียง เล็กน้อย	ไม่จริงเลย
ข้าพเจ้ารู้สึกสนุกและมีความสุขทุกครั้ง ที่ได้นำเสนอสินค้า		✓			

จากตัวอย่าง ถ้าข้อความดังกล่าวข้างต้น ส่วนใหญ่จริง สำหรับตัวท่าน ให้ทำ
เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องส่วนใหญ่จริง

ข้อความ	จริงมากที่สุด	ส่วนใหญ่จริง	จริงพอประมาณ	จริงเพียงเล็กน้อย	ไม่จริงเลย
1. เมื่อพบลูกค้า ข้าพเจ้าจะยิ้มและเข้าไปทักทาย					
2. ข้าพเจ้าไม่เคยดูถูกดูแคลนเพื่อนร่วมทีมที่ไม่มีความสามารถ					
3. ข้าพเจ้าสามารถยอมรับเพื่อนร่วมทีมได้แม้เขาจะมีข้อบกพร่องบางอย่าง					
4. เมื่อเพื่อนร่วมงานของข้าพเจ้ามีปัญหาข้าพเจ้าก็ไม่ลังเลที่จะให้ความช่วยเหลือ					
5. เมื่อมีใครมาขอความช่วยเหลือถ้าข้าพเจ้าสามารถช่วยได้ ข้าพเจ้าก็จะช่วย					
6. หากข้าพเจ้าขายสินค้าไม่ได้ ข้าพเจ้าก็จะรู้สึกหงุดหงิด และไม่ยิ้มแย้มแจ่มใสกับลูกค้าเหมือนตอนแรกที่พบ					
7. เวลาเพื่อนแนะนำให้รู้จักสมาชิกใหม่ ข้าพเจ้ารู้สึกอึดอัดใจ ไม่รู้ว่าจะพูดอะไรกับเขา					
8. ข้าพเจ้าไม่กล้าบอกให้ลูกทีมของข้าพเจ้ารู้ว่าข้าพเจ้าหวังดีต่อเขา					
9. ข้าพเจ้ากล่าวขอบคุณทุกครั้ง ไม่ว่าลูกค้า จะซื้อหรือไม่ก็ตาม					
10. ข้าพเจ้าฝึกพูดเกี่ยวกับการนำเสนอสินค้าแก่ลูกค้าเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับตนเอง					
11. แม้ว่าลูกค้าพูดไม่ดีกับข้าพเจ้า ๑ ก็ยังแสดงกิริยาท่าทางอย่างสุภาพ					
12. ถึงแม้ข้าพเจ้าต้องตอบคำถามซ้ำกันหลายๆ หน ข้าพเจ้าก็ยินดีเพื่อให้ลูกค้าเข้าใจและพอใจ					
13. ลูกค้ามักชื่นชมการแต่งกายของข้าพเจ้าว่ามีรสนิยม มีความเหมาะสมกับกาลเทศะ					
14. ข้าพเจ้าให้ความเคารพลูกค้าที่มีความรู้ สูงกว่าข้าพเจ้าเท่านั้น					
15. ข้าพเจ้าจะปฏิบัติงานการขายได้รวดเร็วมากกว่าปกติ หากมีผลประโยชน์ที่มากพอ					

ข้อความ	จริงมากที่สุด	ส่วนใหญ่จริง	จริงพอประมาณ	จริงเพียงเล็กน้อย	ไม่จริงเลย
16. ข้าพเจ้าคิดว่าความคล่องแคล่วว่องไวเป็นบุคลิกส่วนบุคคลไม่สามารถพัฒนาได้					
17. ข้าพเจ้ารู้สึกอึดอัดใจ เมื่อพบลูกค้าที่มีฐานะและตำแหน่งสูง ๆ					
18. บางครั้งเวลาสนทนากับลูกค้า ข้าพเจ้าก็ไม่ค่อยมั่นใจในตนเอง					
19. ข้าพเจ้าหุดหงิดถ้าลูกค้าถามแล้ว ถามอีกแล้ว ไม่ซื้อสินค้า					
20. บางครั้งข้าพเจ้าก็แต่งกายตามใจตนเองโดยไม่สนใจว่าจะเหมาะสมกับสถานที่ ที่ไปพบลูกค้าหรือไม่					
21. ข้าพเจ้าไม่ลังเลในการให้บริการลูกค้า					
22. ข้าพเจ้ามีเป้าหมายในการทำงาน					
23. เมื่อข้าพเจ้ามีปัญหาในการทำงานข้าพเจ้าจะปรึกษาแม่ที่มั่นที่					
24. หากทำงานผิดพลาด ข้าพเจ้าก็พร้อมที่จะปรับปรุงแก้ไข					
25. ข้าพเจ้ารู้ว่าควรจะทำอะไรก่อนหลัง ทำให้สามารถทำงานได้สำเร็จตามเป้าหมาย					
26. ข้าพเจ้าให้ความสำคัญในการพัฒนาการทำงานของลูกค้า					
27. ข้าพเจ้าภูมิใจมาก หากทีมงานของข้าพเจ้ามีความสามัคคีกัน					
28. ข้าพเจ้าทำงานให้หมดไปวัน ๆ โดยไม่คำนึงถึงผลเสียที่จะตามมา					
29. บางครั้งข้าพเจ้าไม่ยอมทำงาน ปลดปล่อยงานค้างคั่ง					
30. บางครั้งข้าพเจ้ารู้สึกหงุดหงิดหากต้องให้บริการลูกค้าที่ซื้อสินค้าจำนวนน้อย					
31. เพื่อน ๆ ชอบว่าข้าพเจ้าว่าไม่ค่อยสนใจในการทำงาน					

ข้อความ	จริงมากที่สุด	ส่วนใหญ่จริง	จริงพอประมาณ	จริงเพียงเล็กน้อย	ไม่จริงเลย
32. เมื่อข้าพเจ้านัดลูกค้า ข้าพเจ้าจะไปถึงบ้านลูกค้าก่อนเวลาเสมอ					
33. ข้าพเจ้าไม่ลังเลที่จะไปพบลูกค้าไม่ว่าจะอยู่ไกลแค่ไหนก็ตาม					
34. ภารกิจที่ข้าพเจ้าต้องทำให้ได้ทุกวันคือการหารายชื่อลูกค้ารายใหม่ๆ และติดต่อเพื่อขอพบลูกค้าเพื่อการขาย					
35. นอกเหนือจากการหาลูกค้าใหม่ ๆ แล้ว ข้าพเจ้าก็ติดต่อเยี่ยมเยียนลูกค้าเก่าด้วย					
36. แม้ว่าข้าพเจ้าจะเหนื่อย แต่ข้าพเจ้าก็ไม่ท้อถอย					
37. ข้าพเจ้ายินดียิ่งยิ่งที่จะไปนำเสนอขายสินค้า แม้ว่าจะขายได้ปริมาณไม่มากก็ตาม					
38. ข้าพเจ้าพยายามไม่ปล่อยให้อุดขายตกไปกว่าที่ผ่านมาอย่างเด็ดขาด					
39. ข้าพเจ้าพยายามทำงานด้านการขายอย่างต่อเนื่องแม้จะมีอุปสรรคมากมายก็ตาม					
40. แม้ว่าจะรู้สึกอ่อนล้าในการขายแล้วข้าพเจ้ามักจะบอกตนเองว่า “ขอลองอีกสักรายเถอะ”					
41. ข้าพเจ้าไม่เคยปล่อยเวลาให้ผ่านไปโดยเปล่าประโยชน์					
42. ข้าพเจ้าสนใจจะทำงานเฉพาะงานที่ชอบเท่านั้น					
43. ข้าพเจ้ารู้สึกเบื่อหน่ายกับการบริหารทีมงาน					
44. การรวบรวมข้อมูลเพื่อจะแก้ปัญหาใดปัญหาหนึ่ง เป็นการเสียเวลาอย่างมาก					
45. ข้าพเจ้าคิดว่าเมื่อมีการเกิดปัญหาขึ้น ควรจะกำหนดแนวทางในการแก้ปัญหา					
46. ข้าพเจ้าเชื่อว่าไม่มีทางใดที่จะเหมาะสมที่สุดในการแก้ปัญหา					

ข้อความ	จริงมากที่สุด	ส่วนใหญ่จริง	จริงพอประมาณ	จริงเพียงเล็กน้อย	ไม่จริงเลย
47. ข้าพเจ้าคิดว่าแนวทางการแก้ปัญหาที่ดีที่สุด คือ พิจารณาไตร่ตรองวิธีที่จะแก้ปัญหานั้นให้รอบคอบที่สุด					
48. แม้ว่าข้าพเจ้าตัดสินใจเลือกแนวทางในการแก้ปัญหาบางปัญหาแล้ว แต่ข้าพเจ้าก็ยังไม่มั่นใจว่าจะนำไปใช้ได้เหมาะสมหรือไม่					
49. เมื่อต้องเผชิญปัญหาใหม่ ๆ ข้าพเจ้าจะรู้สึกท้อแท้และสิ้นหวัง					
50. เวลามีปัญหาข้าพเจ้ามักจะตั้งสติก่อน แล้วจึงพิจารณาว่าปัญหานั้นคืออะไร					
51. ข้าพเจ้าจะรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับปัญหา และนำมาประกอบในการแก้ปัญหา					
52. เวลาเกิดปัญหาข้าพเจ้าจะพยายามคิดหาทางแก้ปัญหาไว้หลาย ๆ วิธี					
53. ข้าพเจ้าเห็นด้วยกับคำกล่าวที่ว่า "ช็อกกินไม่หมด คดกินไม่นาน"					
54. แม้ว่าฐานะของข้าพเจ้าไม่ร่ำรวย ข้าพเจ้าก็ไม่คดโกงใคร					
55. ก่อนที่ข้าพเจ้าจะพูดหรือกระทำการใดข้าพเจ้าจะเอาใจเขามาใส่ใจเรา					
56. ข้าพเจ้าพยายามทำทุกวิถีทาง เพื่อให้ทีมงานประสบความสำเร็จ					
57. ข้าพเจ้าคิดว่าทุกคนควรเห็นแก่ประโยชน์ของส่วนรวม					
58. ข้าพเจ้าเชื่อมั่นในผลของการกระทำว่าทำดีหรือชั่วก็ต้องได้รับผลอย่างนั้น					
59. ข้าพเจ้ารู้สึกสุขใจทุกครั้งหากสามารถทำให้ผู้อื่นพ้นทุกข์ได้					
60. หากการกระทำของข้าพเจ้าทำให้ผู้อื่นเดือดร้อน ข้าพเจ้าก็จะรู้สึกละอายใจและรู้สึกผิด					

ข้อความ	จริงมากที่สุด	ส่วนใหญ่จริง	จริงพอประมาณ	จริงเพียงเล็กน้อย	ไม่จริงเลย
61. ข้าพเจ้าปฏิบัติตามคำสอนของศาสนาที่ข้าพเจ้ายึดมั่น					
62. ในการทำงานข้าพเจ้าระลึกถึงบุญคุณของแม่ทิมของข้าพเจ้าเสมอ ที่ช่วยแนะนำธุรกิจนี้ให้กับข้าพเจ้า					
63. บางครั้งข้าพเจ้าก็คิดว่า ความซื่อสัตย์ทำให้ธุรกิจนี้รวยช้า					
64. ข้าพเจ้ามักจะคำนึงถึงผลประโยชน์ของตนเองมากกว่าของคนอื่น					
65. เมื่อมีความขัดแย้งกับผู้อื่น ข้าพเจ้าจะเข้าข้างตนเองก่อนเสมอ					
66. หากทำงานไม่สำเร็จ ข้าพเจ้าจะค้นหาสาเหตุมันทันที					
67. ข้าพเจ้าขอบคุณทุกคนที่ชี้แนะข้อบกพร่องให้ข้าพเจ้า					
68. ข้าพเจ้าคิดว่าทุกคนสามารถเป็นสุดยอดนักขายได้ ถ้าพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง					
69. เมื่อข้าพเจ้าได้เรียนรู้วิธีการใหม่ๆ ในการขาย ข้าพเจ้าจะนำไปทดลองปฏิบัติ					
70. ข้าพเจ้าคิดว่า "ทักษะ" ต่าง ๆ ต้องได้จากการฝึกฝนอย่างสม่ำเสมอ					
71. ข้าพเจ้าชอบแสวงหาความรู้ที่แปลกใหม่ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับการทำงาน					
72. ข้าพเจ้าคิดว่าการเรียนรู้คือโอกาสสร้างความก้าวหน้าให้กับชีวิต					
73. หากข้าพเจ้าทำงานไม่สำเร็จ ข้าพเจ้าจะโทษผู้อื่น หรือสิ่งอื่นทันที					
74. ข้าพเจ้าคิดว่าไม่จำเป็นต้องพิจารณาข้อบกพร่องหรือจุดอ่อนของตนเอง					

ข้อความ	จริงมากที่สุด	ส่วนใหญ่จริง	จริงพอประมาณ	จริงเพียงเล็กน้อย	ไม่จริงเลย
1. เมื่อพบลูกค้า ข้าพเจ้าจะยิ้มและเข้าไปทักทาย	5	4	3	2	1
2. ข้าพเจ้าไม่เคยดูถูกดูแคลนเพื่อนร่วมทีมที่ไม่มีความสามารถ	5	4	3	2	1
3. ข้าพเจ้าสามารถยอมรับเพื่อนร่วมทีมได้แม้เขาจะมีข้อบกพร่องบางอย่าง	5	4	3	2	1
4. เมื่อเพื่อนร่วมงานของข้าพเจ้ามีปัญหาข้าพเจ้าก็ไม่ลังเลที่จะให้ความช่วยเหลือ	5	4	3	2	1
5. เมื่อมีใครมาขอความช่วยเหลือถ้าข้าพเจ้าสามารถช่วยได้ ข้าพเจ้าก็จะช่วย	5	4	3	2	1
6. หากข้าพเจ้าขายสินค้าไม่ได้ ข้าพเจ้าก็จะรู้สึกหงุดหงิด และไม่ยิ้มแย้มแจ่มใสกับลูกค้าเหมือนตอนแรกที่พบ	1	2	3	4	5
7. เวลาเพื่อนแนะนำให้อ่านหนังสือใหม่ ข้าพเจ้ารู้สึกอึดอัดใจ ไม่รู้ว่าจะพูดอะไรกับเขา	1	2	3	4	5
8. ข้าพเจ้าไม่กล้าบอกให้ลูกทีมของข้าพเจ้ารู้ว่าข้าพเจ้าหวังดีต่อเขา	1	2	3	4	5
9. ข้าพเจ้ากล่าวขอบคุณทุกครั้ง ไม่ว่าลูกค้า จะซื้อหรือไม่ก็ตาม	5	4	3	2	1
10. ข้าพเจ้าฝึกพูดเกี่ยวกับการนำเสนอสินค้าแก่ลูกค้าเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับตนเอง	5	4	3	2	1
11. แม้ว่าลูกค้าพูดไม่ดีกับข้าพเจ้า ใดๆ ก็ยังแสดงกิริยาท่าทางอย่างสุภาพ	5	4	3	2	1
12. ถึงแม้ข้าพเจ้าต้องตอบคำถามซ้ำกันหลายๆ หน ข้าพเจ้าก็ยินดีเพื่อให้ลูกค้าเข้าใจและพอใจ	5	4	3	2	1
13. ลูกค้ามักชื่นชมการแต่งกายของข้าพเจ้าว่ามีรสนิยม มีความเหมาะสมกับกาลเทศะ	5	4	3	2	1
14. ข้าพเจ้าให้ความเคารพลูกค้าที่มีความรู้ สูงกว่าข้าพเจ้าเท่านั้น	1	2	3	4	5
15. ข้าพเจ้าจะปฏิบัติงานการขายได้รวดเร็วมากกว่าปกติ หากมีผลประโยชน์ที่มากพอ	1	2	3	4	5

ข้อความ	จริงมากที่สุด	ส่วนใหญ่จริง	จริงพอประมาณ	จริงเพียงเล็กน้อย	ไม่จริงเลย
16. ข้าพเจ้าคิดว่าความคล่องแคล่วว่องไวเป็นบุคลิกส่วนบุคคลไม่สามารถพัฒนาได้	1	2	3	4	5
17. ข้าพเจ้ารู้สึกอึดอัดใจ เมื่อพบลูกค้าที่มีฐานะและตำแหน่งสูง ๆ	1	2	3	4	5
18. บางครั้งเวลาสนทนากับลูกค้า ข้าพเจ้าก็ไม่ค่อยมั่นใจในตนเอง	1	2	3	4	5
19. ข้าพเจ้าหงุดหงิดถ้าลูกค้าถามแล้ว ถามอีกแล้ว ไม่ซื้อสินค้า	1	2	3	4	5
20. บางครั้งข้าพเจ้าก็แต่งกายตามใจตนเองโดยไม่สนใจว่าจะเหมาะสมกับสถานที่ ที่ไปพบลูกค้าหรือไม่	1	2	3	4	5
21. ข้าพเจ้าไม่ลังเลในการให้บริการลูกค้า	5	4	3	2	1
22. ข้าพเจ้ามีเป้าหมายในการทำงาน	5	4	3	2	1
23. เมื่อข้าพเจ้ามีปัญหาในการทำงานข้าพเจ้าจะปรึกษาแม่พิมพ์ทันที	5	4	3	2	1
24. หากงานผิดพลาด ข้าพเจ้าก็พร้อมที่จะปรับปรุงแก้ไข	5	4	3	2	1
25. ข้าพเจ้ารู้ว่าควรจะทำก่อนอะไรก่อนหลัง ทำให้สามารถทำงานได้สำเร็จตามเป้าหมาย	5	4	3	2	1
26. ข้าพเจ้าให้ความสำคัญในการพัฒนาการทำงานของลูกทีม	5	4	3	2	1
27. ข้าพเจ้าภูมิใจมาก หากทีมงานของข้าพเจ้ามีความสามัคคีกัน	5	4	3	2	1
28. ข้าพเจ้าทำงานให้หมดไปวัน ๆ โดยไม่คำนึงถึงผลเสียที่จะตามมา	1	2	3	4	5
29. บางครั้งข้าพเจ้าไม่ชอบทำงาน ปล่อยให้งานค้างคั่ง	1	2	3	4	5
30. บางครั้งข้าพเจ้ารู้สึกหงุดหงิดหากต้องให้บริการลูกค้าที่ซื้อสินค้าจำนวนน้อย	1	2	3	4	5
31. เพื่อน ๆ ชอบว่าข้าพเจ้าว่าไม่ค่อยสนใจในการทำงาน	1	2	3	4	5

ข้อความ	จริงมากที่สุด	ส่วนใหญ่จริง	จริงพอประมาณ	จริงเพียงเล็กน้อย	ไม่จริงเลย
32. เมื่อข้าพเจ้านัดลูกค้า ข้าพเจ้าจะไปถึงบ้านลูกค้าก่อนเวลาเสมอ	5	4	3	2	1
33. ข้าพเจ้าไม่ลังเลที่จะไปพบลูกค้าไม่ว่าจะอยู่ไกลแค่ไหนก็ตาม	5	4	3	2	1
34. ภารกิจที่ข้าพเจ้าต้องทำให้ได้ทุกวันคือการหารายชื่อลูกค้ารายใหม่ๆ และติดต่อเพื่อขอพบลูกค้าเพื่อการขาย	5	4	3	2	1
35. นอกเหนือจากการหาลูกค้าใหม่ ๆ แล้ว ข้าพเจ้าก็ติดต่อเยี่ยมเยียนลูกค้าเก่าด้วย	5	4	3	2	1
36. แม้ว่าข้าพเจ้าจะเหนื่อย แต่ข้าพเจ้าก็ไม่ท้อถอย	5	4	3	2	1
37. ข้าพเจ้ายินดียิ่งที่จะไปนำเสนอขายสินค้า แม้ว่าจะขายได้ปริมาณไม่มากก็ตาม	5	4	3	2	1
38. ข้าพเจ้าพยายามไม่ปล่อยให้อดขายตกไปกว่าที่ผ่านมามากเท่าใด	5	4	3	2	1
39. ข้าพเจ้าพยายามทำงานด้านการขายอย่างต่อเนื่องแม้จะมีอุปสรรคมากมายก็ตาม	5	4	3	2	1
40. แม้ว่าจะรู้สึกอ่อนล้าในการขายแล้วข้าพเจ้ามักจะบอกตนเองว่า "ลองอีกสักรายเถอะ"	5	4	3	2	1
41. ข้าพเจ้าไม่เคยปล่อยเวลาให้ผ่านไปโดยเปล่าประโยชน์	5	4	3	2	1
42. ข้าพเจ้าสนใจจะทำงานเฉพาะงานที่ชอบเท่านั้น	1	2	3	4	5
43. ข้าพเจ้ารู้สึกเบื่อหน่ายกับการบริหารทีมงาน	1	2	3	4	5
44. การรวบรวมข้อมูลเพื่อจะแก้ปัญหาใดปัญหาหนึ่ง เป็นการเสียเวลาอย่างมาก	1	2	3	4	5
45. ข้าพเจ้าคิดว่าเมื่อมีการเกิดปัญหขึ้น ควรจะกำหนดแนวทางในการแก้ปัญหา	5	4	3	2	1
46. ข้าพเจ้าเชื่อว่าไม่มีทางใดที่จะเหมาะสมที่สุดใน การแก้ปัญหา	1	2	3	4	5

ข้อความ	จริงมากที่สุด	ส่วนใหญ่จริง	จริงพอประมาณ	จริงเพียงเล็กน้อย	ไม่จริงเลย
47. ข้าพเจ้าคิดว่าแนวทางการแก้ปัญหาที่ดีที่สุด คือ พิจารณาไตร่ตรองวิธีที่จะแก้ปัญหานั้นให้รอบคอบที่สุด	5	4	3	2	1
48. แม้ว่าข้าพเจ้าตัดสินใจเลือกแนวทางในการแก้ปัญหาบางปัญหาแล้ว แต่ข้าพเจ้าก็ยังไม่มั่นใจว่าจะนำไปใช้ได้เหมาะสมหรือไม่	1	2	3	4	5
49. เมื่อต้องเผชิญปัญหาใหม่ ๆ ข้าพเจ้าจะรู้สึกท้อแท้และสิ้นหวัง	1	2	3	4	5
50. เวลามีปัญหาข้าพเจ้ามักจะตั้งสติก่อน แล้วจึงพิจารณาว่าปัญหานั้นคืออะไร	5	4	3	2	1
51. ข้าพเจ้าจะรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับปัญหา และนำมาประกอบในการแก้ปัญหา	5	4	3	2	1
52. เวลาเกิดปัญหาข้าพเจ้าจะพยายามคิดหาทางแก้ปัญหาไว้มากมายวิธี	5	4	3	2	1
53. ข้าพเจ้าเห็นด้วยกับคำกล่าวที่ว่า "ชื้อกินไม่หมด คดกินไม่นาน"	5	4	3	2	1
54. แม้ว่าฐานะของข้าพเจ้าไม่ร่ำรวย ข้าพเจ้าก็ไม่คดโกงใคร	5	4	3	2	1
55. ก่อนที่ข้าพเจ้าจะพูดหรือกระทำการสิ่งใดข้าพเจ้าจะเอาใจเขามาใส่ใจเรา	5	4	3	2	1
56. ข้าพเจ้าพยายามทำทุกวิถีทาง เพื่อให้ทีมงานประสบความสำเร็จ	5	4	3	2	1
57. ข้าพเจ้าคิดว่าทุกคนควรเห็นแก่ประโยชน์ของส่วนรวม	5	4	3	2	1
58. ข้าพเจ้าเชื่อมั่นในผลของการกระทำที่ดีหรือชั่วก็ต้องได้รับผลอย่างนั้น	5	4	3	2	1
59. ข้าพเจ้ารู้สึกสุขใจทุกครั้งหากสามารถทำให้ผู้อื่นพ้นทุกข์ได้	5	4	3	2	1
60. หากการกระทำของข้าพเจ้าทำให้ผู้อื่นเดือดร้อน ข้าพเจ้าก็จะรู้สึกละอายใจและรู้สึกผิด	5	4	3	2	1

ข้อความ	จริงมากที่สุด	ส่วนใหญ่จริง	จริงพอประมาณ	จริงเพียงเล็กน้อย	ไม่จริงเลย
61. ข้าพเจ้าปฏิบัติตามคำสอนของศาสนาที่ข้าพเจ้ายึดมั่น	5	4	3	2	1
62. ในการทำงานข้าพเจ้าระลึกถึงบุญคุณของแม่พิมพ์ของข้าพเจ้าเสมอ ที่ช่วยแนะนำธุรกิจนี้ให้กับข้าพเจ้า	5	4	3	2	1
63. บางครั้งข้าพเจ้าก็คิดว่า ความซื่อสัตย์ทำให้ธุรกิจนี้ร่วงช้า	1	2	3	4	5
64. ข้าพเจ้ามักจะคำนึงถึงผลประโยชน์ของตนเองมากกว่าของคนอื่น	1	2	3	4	5
65. เมื่อมีความขัดแย้งกับผู้อื่น ข้าพเจ้าจะเข้าข้างตนเองก่อนเสมอ	1	2	3	4	5
66. หากทำงานไม่สำเร็จ ข้าพเจ้าจะค้นหาสาเหตุที่นั่นทันที	5	4	3	2	1
67. ข้าพเจ้าขอบคุณทุกคนที่ซื้อและขอבקพร่องให้ข้าพเจ้า	5	4	3	2	1
68. ข้าพเจ้าคิดว่าทุกคนสามารถเป็นสุดยอดนักขายได้ ถ้าพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง	5	4	3	2	1
69. เมื่อข้าพเจ้าได้เรียนรู้วิธีการใหม่ๆ ในการขาย ข้าพเจ้าจะนำไปทดลองปฏิบัติ	5	4	3	2	1
70. ข้าพเจ้าคิดว่า "ทักษะ" ต่าง ๆ ต้องได้จากการฝึกฝนอย่างสม่ำเสมอ	5	4	3	2	1
71. ข้าพเจ้าชอบแสวงหาความรู้ที่แปลกใหม่ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับการทำงาน	5	4	3	2	1
72. ข้าพเจ้าคิดว่าการเรียนรู้คือโอกาสสร้างความก้าวหน้าให้กับชีวิต	5	4	3	2	1
73. หากข้าพเจ้าทำงานไม่สำเร็จ ข้าพเจ้าจะโทษผู้อื่น หรือสิ่งอื่นทันที	1	2	3	4	5
74. ข้าพเจ้าคิดว่าไม่จำเป็นต้องพิจารณาข้อบกพร่องหรือจุดอ่อนของตนเอง	1	2	3	4	5

ภาคผนวก ง

ค่า IOC ของผลการตรวจสอบโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา
ตามทฤษฎีการให้คำปรึกษาเพื่อพัฒนาคุณลักษณะ
ที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

ตาราง 10 ค่าดัชนี IOC ของโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ตามทฤษฎีการให้คำปรึกษา เพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

ครั้งที่	ผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ คนที่					ค่าดัชนี IOC
	1	2	3	4	5	
1	1	1	1	1	1	1
2	1	1	1	1	1	1
3	1	1	1	1	1	1
4	1	1	1	1	1	1
5	1	1	1	1	1	1

หมายเหตุ

1. สูตรการวิเคราะห์ IOC $\sum \frac{r}{n}$
2. ค่าดัชนี IOC ของโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ตามทฤษฎีการให้คำปรึกษา เพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง มีค่าเท่ากับ 1.00

ภาคผนวก จ

รายละเอียดของโปรแกรมการพัฒนาคูณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระ
ในการขายตรง โดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	ทฤษฎีและเทคนิค	วิธีดำเนินการ
1	การปฐมนิเทศและความสำคัญของการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง	1. เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ของโครงการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา 2. เพื่อสร้างความคุ้นเคยและสัมพันธภาพระหว่างผู้วิจัยและผู้จำหน่ายอิสระที่เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา 3. เพื่อให้ผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงได้รับทราบถึงโครงการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ตารางเวลาในแต่ละครั้ง รวมถึงรายละเอียดต่าง ๆ และวัตถุประสงค์ในการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา 4. เพื่อให้ผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงได้ตระหนักถึงความสำคัญในการพัฒนาให้เกิดคุณลักษณะที่พึงประสงค์	การระดมสมอง กรณีศึกษา	1. ขั้นเริ่มต้น 1.1 ผู้วิจัยแนะนำตนเอง พร้อมทั้งชี้แจงวัตถุประสงค์ในการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา 1.2 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้แนะนำตนเองเพื่อสร้างความคุ้นเคย พร้อมทั้งการซักถามเพิ่มเติม 1.3 ผู้วิจัยแนะนำโครงการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ตารางเวลาในแต่ละครั้ง และรายละเอียดต่าง ๆ พร้อมทั้งชี้แจงวัตถุประสงค์ในการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา 2. ขั้นตอนการ 2.1 ผู้วิจัยแบ่งผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเป็น 2 กลุ่ม เพื่อระดมสมองเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงว่า 2.1.1 มีความสำคัญต่อการขายตรงอย่างไร 2.1.2 ควรจะประกอบด้วยคุณลักษณะอะไรบ้าง 2.1.3 มีความสำคัญที่จะต้องพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงมากน้อยเพียงใด 2.2 ให้ตัวแทนของแต่ละกลุ่มนำเสนอผลของการระดมสมอง 2.3 ให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมนำเสนอกรณีตัวอย่างของผู้ที่มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการเป็นผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง และ

การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	ทฤษฎีและเทคนิค	วิธีดำเนินการ
1 (ต่อ)				นำเสนอต่อกลุ่ม 3. <u>ขั้นสรุป</u> ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา สรุปถึง - การสร้างความคุ้นเคยและสัมพันธภาพระหว่างผู้วิจัยและผู้จำหน่ายอิสระ ในการขายตรงที่เข้าร่วมการ ฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

รายละเอียดโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเพื่อพัฒนาคุณลักษณะ ที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ครั้งที่ 1

เรื่อง : การปฐมนิเทศและความสำคัญของการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของ
ผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

เวลา : 60 นาที

วัตถุประสงค์

1. เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ของโครงการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา
2. เพื่อสร้างความคุ้นเคยและสัมพันธภาพระหว่างผู้วิจัยและผู้จำหน่ายอิสระ
ที่เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา
3. เพื่อให้ผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงได้รับทราบถึงโครงการฝึกอบรม
เชิงจิตวิทยาตารางเวลาในแต่ละครั้ง รวมถึงรายละเอียด ต่าง ๆ และวัตถุประสงค์ในการฝึ
กอบรมเชิงจิตวิทยา
4. เพื่อให้ผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงได้ตระหนักถึงความสำคัญ ในการ
พัฒนาให้เกิดคุณลักษณะที่พึงประสงค์

อุปกรณ์

- เอกสารประกอบการอบรมครั้งที่ 1

วิธีดำเนินการ

ในการปฐมนิเทศและฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาในครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการฝึกอบรม
เชิงจิตวิทยาโดยใช้การระดมสมอง เพื่อมุ่งหวังให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้มีการสร้าง
สัมพันธภาพซึ่งกันและกัน มีความคุ้นเคย รวมถึงการได้มีอิสระทางความคิด กล้าแสดงออก และ
การใช้กรณีตัวอย่างมาให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ได้วิเคราะห์และแสดงความคิดเห็น
เพื่อการตระหนักรู้และเห็นเป็นรูปธรรมที่ชัดเจนซึ่งผู้วิจัยดำเนินการตาม ขั้นตอน ดังนี้

1. ขั้นเริ่มต้น

- 1.1 ผู้วิจัยแนะนำตนเอง พร้อมทั้งชี้แจงวัตถุประสงค์ในการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา
- 1.2 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการอบรมเชิงจิตวิทยาได้แนะนำตนเองเพื่อสร้างความ
คุ้นเคย พร้อมทั้งการซักถามเพิ่มเติม เพื่อให้รู้จักกันมากยิ่งขึ้น
- 1.3 ผู้วิจัยแนะนำโครงการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา วิธีการ กฎ ระเบียบ บทบาท

หน้าที่ของผู้วิจัย และ การเข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา รวมถึง ตารางวัน เวลา และสถานที่ ในการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

2. ขั้นตอนการ

2.1 ผู้วิจัยแบ่งผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเป็น 2 กลุ่ม ๆ ละ 10 คน เพื่อให้สมาชิกแต่ละกลุ่มระดมสมองด้วยการแสดงความคิดเห็น และ ความรู้สึกเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงว่า มีความสำคัญต่อการขายตรงอย่างไร ควรจะประกอบด้วยคุณลักษณะอะไรบ้าง และมีความสำคัญที่จะต้องพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงมากน้อยเพียงใด

2.1.1 มีความสำคัญต่อการขายตรงอย่างไร

2.1.2 ควรจะประกอบด้วยคุณลักษณะอะไรบ้าง

2.1.3 มีความสำคัญที่จะต้องพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงมากน้อยเพียงใด

2.2 ผู้วิจัยให้ตัวแทนของแต่ละกลุ่มนำเสนอผลของการระดมสมองของสมาชิกภายในกลุ่มว่าเป็นอย่างไรบ้าง พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้มีการซักถาม เพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูลมากยิ่งขึ้น

2.3 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยานำเสนอกรณีตัวอย่างของผู้ที่มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ที่ ส่งผลต่อความสำเร็จในการเป็นผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงและนำเสนอต่อกลุ่ม

3. ขั้นสรุป

ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาสรุปถึง

3.1 การสร้างความคุ้นเคยและสัมพันธภาพระหว่างผู้วิจัยและผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงที่เข้าร่วมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

3.2 วัตถุประสงค์ วิธีการ กฎระเบียบของการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา รวมถึง บทบาทหน้าที่ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงที่เข้าร่วมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา และผู้วิจัยตลอดจน วัน เวลา และสถานที่ในการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

3.3 คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงที่อยู่ในโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาในครั้งนี้ มีอะไรบ้าง และ ผู้วิจัยสรุปเพิ่มเติมของคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง มีอะไรบ้างและข้อใดบ้างที่จะนำมาพัฒนาในโครงการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาในครั้งนี้ พร้อมทั้งตอบข้อซักถาม

การประเมินผล

1. สังเกตจากการที่ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา มีความกระตือรือร้น สนใจ และให้ความร่วมมือในการเข้าร่วมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ตลอดจนการซักถามถึงประเด็นต่าง ๆ

2. ผู้วิจัยสำรวจความเข้าใจถึงวัตถุประสงค์ วิธีการ กฎระเบียบ และบทบาทหน้าที่ของผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาตลอดจน วัน เวลา และสถานที่ในการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา จากการตอบคำถามอย่างถูกต้องชัดเจนและตรงประเด็น

3. สังเกตจากการกล่าคิด กล้าแสดงออกในการระดมสมองถึงความเห็นต่าง ๆ สำหรับ คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

4. สังเกตจากการมีส่วนร่วมในการนำเสนอกรณีตัวอย่างของผู้ที่มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการเป็นผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

5. สังเกตจากการสรุปผลที่ได้จากการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาในครั้งนี้

เอกสารประกอบการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาครั้งที่ 1

การปฐมนิเทศและความสำคัญของการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

ในปัจจุบันกิจกรรมทางธุรกิจทั้งหลาย “การขายตรง” (Person to Person Selling) จัดว่า เป็นกิจกรรมทางธุรกิจที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก พิจารณาจากส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้นจากเดิมในปี พ.ศ. 2538 มียอดจำหน่ายเพียง 14,600 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 20,000 ล้านบาท ในปี 2540 โดยผลการสำรวจพลังการขายแห่งชาติของสมาคมการขายตรงโลก (World Direct Selling Association) จึงเป็นที่ยอมรับว่าธุรกิจการขายตรงเป็นธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้ สร้างความสำเร็จ สร้างความฝันให้เป็นจริงได้ แต่ไม่ใช่ทุกคนที่จะประสบความสำเร็จในธุรกิจดังกล่าว ทั้งนี้อาจเนื่องจากความแตกต่างในเรื่องของเพศ วัยวุฒิ คุณวุฒิ ทักษะคิดที่มีต่อการขายตรง และปัจจัยที่ส่งผลอีกประการหนึ่งที่สำคัญก็คือ คุณลักษณะต่างๆ ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ได้แก่ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี บุคลิกภาพ ความรับผิดชอบ ความขยันหมั่นเพียร การแก้ปัญหาเฉพาะหน้าต่างๆ การพัฒนาศักยภาพของตนเองรวมถึงการมีคุณธรรม จริยธรรมในวิชาชีพ

คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง จากการสัมภาษณ์ผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงที่ประสบความสำเร็จ ประมาณ 10 ท่าน สามารถสรุปได้ว่า คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง มีดังนี้

ลักษณะโดยทั่วไปของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงมีความคล้ายคลึงกับพนักงานขายโดยทั่วไป แต่แตกต่างกันที่ความเต็มใจ และสมัครใจในการเลือกที่จะประกอบวิชาชีพนี้ด้วยความมุ่งมั่น โดยจะต้องมีคุณลักษณะที่เด่นชัดในด้าน การมีคุณธรรม จริยธรรมประจำใจมีความซื่อสัตย์ไม่คดโกงผู้อื่น ไม่เห็นแก่ประโยชน์ของตนเพียงฝ่ายเดียว มีบุคลิกภาพที่ดี มีความมั่นใจในตนเอง ทั้งความมั่นใจในองค์กร คุณภาพของผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งจะเผชิญกับสภาวะการณ์ต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้ และมีพื้นฐานในด้านมนุษยสัมพันธ์เป็นอันดี มีความอ่อนน้อมถ่อมตน ให้เกียรติผู้อื่น มีจิตวิทยาในการสนทนาที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความจริงใจ มีความรับผิดชอบต่อ การให้พันธะสัญญากับลูกค้า พร้อมทั้งการบริการที่เป็นเลิศ เพื่อวัตถุประสงค์ของการซื้อซ้ำและบอกต่อ

วารินทร์ สิ้นสูงสุด (2539: 182) กล่าวถึง คุณลักษณะที่ดีของพนักงานขายว่า พนักงานขายที่ดีนั้น จำเป็นต้องมีคุณลักษณะเฉพาะบางประการ จากการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ แสดงผลว่า พนักงานขายที่ประสบความสำเร็จได้ง่ายและมากกว่าผู้อื่น ถ้าเขามีคุณลักษณะประจำตัวที่ดีและมีบุคลิกภาพที่ดี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าที่เสนอขาย

อาภาภรณ์ โชติเสถียร (2542: 36 – 37) กล่าวไว้ว่า ถ้าจะเป็นนักขายในระบบ MLM ควรมีบุคลิกภาพอย่างไร และมีข้อคิด ข้อแนะนำ สำหรับผู้ที่หวังจะประสบความสำเร็จในอาชีพนี้ คือ

1. มีทัศนคติในแง่บวกต่อสินค้า อาชีพและกิจการของตน รวมทั้งเชื่อว่าคุณก็สามารถอยู่ในธุรกิจนี้ได้เหมือนกับคนอื่นเขาทำ
2. มีเป้าหมายเสมอในการทำงานทั้งเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาว
3. ไปที่ละก้าว ถือคติไม่มีใครก้าวขึ้นสู่บันไดชั้นสูงได้โดยไม่เหยียบบันไดขั้นต่ำก่อน เป็นการแสวงหาความสำเร็จเป็นขั้นตอน
4. เชื่อว่าคุณทำได้ รู้จักสมอง เรียนรู้ประสบการณ์ และความสำเร็จของผู้อื่นเพื่อนำมาใช้กับตนเอง
5. มีจุดยืนที่แน่นอน ไม่คิดโยกย้ายทีมงาน หรือย้ายบริษัท มีจุดยืนในการทำงานขายไม่เห็นอาชีพการขายเป็นเพียงศาลาพักร้อน
6. ปลุกฝังนิสัยรักการขาย เริ่มวันใหม่ของการทำงานอย่างกระชุ่มกระชวย เช่น ตื่นเช้า สวมเสื้อเข้าประชุมเสมอ ออกพบลูกค้าเสมอ และบริการลูกค้าสม่ำเสมอ
7. มีความมุ่งมั่นที่จะได้รับความสำเร็จ ทำงานอย่างหนัก และทุ่มเท โดยถือคติว่างานหนัก หมายถึง ความสำเร็จ และเงินจำนวนมากเท่าที่คุณต้องการ
8. เรียนรู้และพัฒนาทีมงานเสมอ โดยคิดถึงแต่สิ่งที่ดีๆ อ่านหนังสือดีๆ เพื่อจูงใจให้เรามีความรู้ มีความคิดอ่าน มีความสามารถในการแสวงหาความสำเร็จ และอย่าดูถูกตนเองว่าไม่ดี ไม่เก่ง ไม่ฉลาดเหมือนผู้อื่น

ดังนั้นคุณลักษณะต่าง ๆ ที่พึงประสงค์ตามที่ได้กล่าวมา จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงต้องตระหนักรู้และให้ความสำคัญในการพัฒนาตนเพื่อความสำเร็จตามเป้าหมายประสงค์ดังที่ได้ตั้งไว้ โดยสามารถสรุปเป็นคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง จำนวน 7 ด้าน ดังนี้

คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ได้แก่

1. **มนุษยสัมพันธ์ที่ดี** หมายถึง ความสามารถในการแสดงออกด้วยความสัมพันธ์อันดีกับบุคคลอื่น โดยแสดงออกทั้งในด้านวัจนภาษาและอวัจนภาษา ได้แก่ การแสดงออกด้วยการยิ้มแย้ม แจ่มใส รู้จัก ทักทายผู้อื่น มีความปรารถนาดี ไม่ดูถูกผู้อื่น รู้จักยอมรับ ยกย่อง ให้เกียรติผู้อื่นด้วยความจริงใจ และมีน้ำใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ช่วยเหลือผู้อื่น
2. **บุคลิกภาพที่ดี** หมายถึง ลักษณะเฉพาะตน ที่เป็นผลรวมของพฤติกรรมทั้งหมด ที่แสดงออกมาก่อให้เกิดความประทับใจแก่ผู้พบเห็น ได้แก่ ลักษณะของท่าที การแสดงออก ด้วยสภาพอารมณ์อ่อนนุ่มถ่อมตน มีความคล่องแคล่วเชื่อมั่นในตนเอง มีการควบคุมอารมณ์ที่ดี เป็นผู้ฟังที่ดีมีมารยาท และ มีการแต่งกายที่ดูดีมีความเหมาะสมกับกาลเทศะ

3. ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน หมายถึง การแสดงออกถึงการรับผิดชอบ และรับผิดชอบต่อการทำงานทั้งต่อตนเองและผู้อื่นในการปฏิบัติงาน ยอมรับผลของการกระทำของตนเองไม่ว่าจะเป็นผลดีหรือไม่ ได้แก่ ความตั้งใจทำงานให้สำเร็จตามเป้าหมายในเวลาที่กำหนด โดยไม่ปล่อยปละละเลย หรือทำให้เกิดการคั่งค้างในการทำงานที่ยังไม่เสร็จ มีความพร้อมที่จะปรับปรุงแก้ไขความผิดพลาดต่าง ๆ มีการบริหารเวลา บริหารทีมงานและให้ความสำคัญในการบริการลูกค้าให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

4. ความขยันหมั่นเพียร หมายถึง การแสดงออกของผู้จำหน่ายอิสระที่แสดงให้เห็นว่า ไม่เกียจคร้าน ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ได้แก่ ความกระตือรือร้นในการทำงาน ไม่มีการแสดงออกด้วยความเบื่อหน่าย พยายามปฏิบัติงานอย่างเป็นปกติ สม่าเสมอ เพื่อสร้างผลงานออกมาอย่างต่อเนื่องไม่ขาดระยะไม่ปล่อยเวลาให้ล่วงเลยโดยไม่กระทำสิ่งใดให้เป็นประโยชน์

5. ความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า หมายถึง ความสามารถในการเผชิญกับปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างมีสติ ไตร่ตรองอย่างรอบคอบและเป็นระบบ ได้แก่ พิจารณาว่า ปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นคือปัญหาอะไร รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัญหานั้นๆ กำหนดแนวทางในการแก้ปัญหา เลือกแนวทางที่เหมาะสมที่สุดที่จะนำมาใช้ในการแก้ปัญหา

6. คุณธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติงาน หมายถึง ลักษณะที่ดี ที่แสดงออกให้เห็นถึงจิตใจที่ดีงาม โดยแสดงออกให้เห็นเป็นรูปธรรมได้อย่างชัดเจน ได้แก่ การแสดงออกถึงคำพูดและการกระทำด้วยความซื่อตรง ไม่โกหก ไม่คดโกง ไม่เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตน แต่เพียงอย่างเดียว มีหลักธรรมประจำใจโดยนำมาประยุกต์ใช้กับการทำงานได้เป็นอย่างดี

7. ความก้าวหน้าและพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง หมายถึง คุณลักษณะของผู้จำหน่ายอิสระที่มีเป้าหมายในตนเองอย่างเด่นชัด และพร้อมที่จะพัฒนาตนเองในทุก ๆ ด้าน เพื่อก้าวไปสู่เป้าหมายนั้น ๆ ได้แก่ การพิจารณาถึงจุดอ่อน หรือข้อบกพร่องของตนเองในการปฏิบัติงานว่ามีสิ่งใดที่ยังขาดความสมบูรณ์ เพื่อหาทางพัฒนา แก้ไข ปรับปรุง ให้ตนเองมีความรู้ความสามารถมากยิ่งขึ้น และการแสวงหาความรู้ในด้าน อื่น ๆ เพิ่มเติม เพื่อเป็นการเสริมสร้างศักยภาพของตนเองให้ให้มีทักษะความชำนาญมากขึ้นกว่าเดิม เพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับการขายตรงเพื่อความเจริญก้าวหน้าในชีวิตการทำงาน

การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	ทฤษฎีและเทคนิค	วิธีดำเนินการ
2	การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี หมายถึงความสามารถในการแสดงออกด้วยความสัมพันธ์ อันดีกับบุคคลอื่นทั้งในด้านวิชาภาษา และ อวิชาภาษา ได้แก่ การยิ้มแย้มแจ่มใส รู้จักทักทายผู้อื่น มีความปรารถนาดี ไม่ดูถูก รู้จักยอมรับยกย่องให้เกียรติผู้อื่น ด้วยความจริงใจ และมีน้ำใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่	1. เพื่อพัฒนาการรู้จักและเข้าใจโครงสร้างของบุคลิกภาพ 2. เพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ ที่ดี 3. การยิ้มแย้มแจ่มใส รู้จักทักทายผู้อื่น 4. มีความปรารถนา ดีไม่ดูถูก รู้จักยอมรับยกย่องให้เกียรติผู้อื่นด้วยความจริงใจ5. มีน้ำใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ช่วยเหลือผู้อื่น	การวิเคราะห์การติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Transactional Analysis = TA) โดย 1. วิเคราะห์โครงสร้างของบุคลิกภาพเพื่อพัฒนาความรู้ความเข้าใจในการติดต่อสัมพันธ์ของแต่ละสภาวะ เพื่อพัฒนาบุคลิกภาพของตนเองให้มีการแสดงออกที่มีมนุษยสัมพันธ์เหมาะสมกับกาลเทศะ และบุคคล 2. วิเคราะห์การติดต่อสื่อสารโดยใช้ภาษาท่าทางและภาษาถ้อยคำเพื่อพัฒนาให้เกิด 2.1 การยิ้มแย้มแจ่มใส รู้จักทักทายผู้อื่น 2.2 มีความปรารถนาดีไม่ดูถูก รู้จักยอมรับยกย่องให้เกียรติผู้อื่นด้วยความจริงใจ 2.3 มีน้ำใจ	1. ขั้นเริ่มต้น 1.1 ผู้วิจัยทบทวนและติดตามผลสิ่งที่กล่าวไปครั้งก่อน 1.2 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิง จิตวิทยาได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีว่า มีลักษณะอย่างไรและมีความสำคัญมากน้อยเพียงใดกับการเป็นผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง 2. ขั้นตอนการ ก่อนที่ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาจะมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิง จิตวิทยาจะต้อง 2.1 รู้จักการวิเคราะห์โครงสร้างของบุคลิกภาพของตนเองก่อนโดย 2.1.1 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมตอบแบบสอบถาม PAC 2.1.2 ให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาวิเคราะห์แบบสอบถามโดยผู้วิจัยอธิบายถึงลักษณะของโครงสร้างของบุคลิกภาพที่แบ่งออกเป็น 3 ส่วน เรียกว่าเป็นสภาวะของบุคคล (Ego state) แบ่งเป็น - สภาวะของความเป็นบิดามารดา (The Parent ego state = P) - สภาวะของความเป็นผู้ใหญ่ (The Adult ego state = A) - สภาวะของความเป็นเด็ก (The Child ego state = C)

การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	ทฤษฎีและเทคนิค	วิธีดำเนินการ
2 (ต่อ)			เอื้อเพื่อเผื่อแผ่ ช่วยเหลือผู้อื่น	2.1.3 ให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเขียนกราฟบุคลิกภาพของตนเอง 2.1.4 ให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาวิเคราะห์บุคลิกภาพของตนเองว่า แต่ละคนมีลักษณะอย่างไร 2.1.5 ให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาพิจารณาว่าในการเป็นผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง จะปรับเปลี่ยนสภาวะใดของตนเองบ้าง เพื่อให้มีลักษณะที่พึงประสงค์เหมาะสมกับการเป็นผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง 2.2 การพัฒนาการมีมนุษยสัมพันธ์ในด้านการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล 2.2.1 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาอภิปรายถึงลักษณะสำคัญของการติดต่อสื่อสารกับ ลูกค้ำว่าควรมีลักษณะใดบ้างแล้วให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาสรุปลักษณะสำคัญของการติดต่อสื่อสารกับลูกค้ำว่าควรจะเป็นอย่างไร 2.2.2 ผู้วิจัยอธิบายถึงลักษณะของการสื่อสารทั้ง 3 ลักษณะคือ - การสื่อสารที่สอดคล้องกัน (Complementary Transaction) - การสื่อสารแบบขัดกัน (Crossed Transaction) - การสื่อสารแบบซ่อนเร้น (Ulterior Transaction)

การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	ทฤษฎีและเทคนิค	วิธีดำเนินการ
2 (ต่อ)				2.2.3 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาฝึกปฏิบัติ การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าตาม ลักษณะของการสื่อสารทั้ง 3 ลักษณะในแต่ละขั้นตอนต่อไปนี้ โดยใช้การแสดงบทบาทสมมติตาม สถานการณ์ที่ผู้เข้ารับการฝึกอบรม กำหนดขึ้นดังนี้ 2.2.3.1. สถานการณ์ : การ พบลูกค้าครั้งแรก - การยิ้มแย้มแจ่มใส รู้จัก ทักทายลูกค้า 2.2.3.2 สถานการณ์ : การ นำเสนอสินค้า - ด้วยความปรารถนาดี ไม่ดูถูก รู้จักยอมรับ ยกย่อง ให้ เกียรติลูกค้าด้วยความจริงใจ 2.2.3.3 สถานการณ์ : การ ปิดการขาย และการเยี่ยมเยียน ลูกค้า ด้วยความมีน้ำใจเพื่อเพื่อ แฉะช่วยเหลือผู้อื่น 2.2.4 ภายหลังการฝึกปฏิบัติ แต่ละขั้นตอนผู้วิจัยเปิดโอกาสให้ผู้ เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา แสดงความคิด ความรู้สึก เกี่ยวกับ ลักษณะของการสื่อสารที่แสดงออก ว่าจะกระทบกับความรู้สึกของ ลูกค้าอย่างไรและควรจะ ปรับเปลี่ยนอะไรบ้าง 3. ขั้นสรุป ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิง จิตวิทยา ได้สรุปถึงโครงสร้างของ บุคลิกภาพและการวิเคราะห์การ ติดต่อดสื่อสารมาใช้เพื่อให้เกิด

การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	ทฤษฎีและเทคนิค	วิธีดำเนินการ
2 (ต่อ)				คุณลักษณะที่พึงประสงค์ในด้าน การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและผู้วิจัย กล่าวสรุปเพิ่มเติมและตอบข้อ ซักถาม

รายละเอียดโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเพื่อพัฒนาคุณลักษณะ ที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ครั้งที่ 2

เรื่อง : การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ในด้าน
มนุษยสัมพันธ์ที่ดี

เวลา : 4 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาการรู้จักและเข้าใจโครงสร้างของบุคลิกภาพ
2. เพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้าน
มนุษยสัมพันธ์ที่ดี

อุปกรณ์

1. กระดาษสำหรับบันทึก
2. ปากกา
3. เอกสารประกอบการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาครั้งที่ 2

วิธีดำเนินการ

1. ขั้นเริ่มต้น

1.1 ผู้วิจัยทบทวนถึงคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง
ในครั้งที่ 1

1.2 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ
ความสำคัญของการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีว่ามีลักษณะอย่างไร และมีความสำคัญมากน้อยเพียงใด
กับการเป็นผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

2. ขั้นดำเนินการ

ผู้วิจัยจะใช้ทฤษฎีการวิเคราะห์สัมพันธ์ภาพ (Transactional Analysis) มาใช้กับ
การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้านการมีมนุษยสัมพันธ์
ที่ดี โดยใช้เทคนิคต่าง ๆ ดังนี้

2.1 การวิเคราะห์โครงสร้างของบุคลิกภาพ โดย

2.1.1 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาตอบแบบวัด PAC

2.1.2 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาวิเคราะห์แบบวัดโดย

ผู้วิจัยอธิบายถึงลักษณะของโครงสร้างที่แบ่งออกเป็น 3 ส่วน หรือที่เรียกว่า เป็นสภาวะของบุคคล (Ego state) แบ่งเป็น

2.1.2.1 สภาวะของความเป็นบิดามารดา (The Parent Ego State : P)

จะประกอบไปด้วยเจตคติ ความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรม ที่บุคคลรวบรวมมาจากบิดามารดาหรือภาพพจน์ของบิดา มารดา

2.1.2.2 สภาวะของความเป็นผู้ใหญ่ (The Adult Ego State : A) เป็น

สภาวะที่บุคคลใช้เหตุผลในการพิจารณาสิ่งต่าง ๆ ตามสภาพความเป็นจริง โดยไม่มีการสัมผัสถึงอารมณ์และความรู้สึก และการใช้คำถามที่มักจะใช้ขึ้นต้นด้วยคำว่า “อะไร” “ทำไม” และ “อย่างไร” แล้วนำข้อมูลที่ได้มาพิจารณาตามความเป็นจริงและตัดสินใจไปตามข้อมูลที่ได้รับมา

2.1.2.3 สภาวะของความเป็นเด็ก (The Child Ego State : C) เป็นส่วน

หนึ่งของโครงสร้างทางบุคลิกภาพที่จะมีติดตัวบุคคลไปตลอดชีวิต ประกอบไปด้วย ความรู้สึก ความคิด และพฤติกรรมที่เป็นแบบฉบับของเด็ก ๆ จะประกอบด้วย 3 ลักษณะ คือ

2.1.2.3.1 สภาวะความเป็นเด็กโดยธรรมชาติ (The Natural Child)

เป็นส่วนของเด็กที่แท้จริง ไม่ว่าจะเป็นการแสดงออกทางด้านอารมณ์ พฤติกรรม หรือความต้องการซึ่งการแสดงออกจะเป็นไปอย่างชัดเจน

2.1.2.3.2 สภาวะความเป็นเด็กที่มีการปรับตัว (The Adapted Child)

เป็นส่วนของเด็กที่มีการปรับตัวอันเนื่องมาจาก สิ่งแวดล้อมหรือการอบรมสั่งสอนโดยบิดามารดา ญาติผู้ใหญ่ เป็นต้น

2.1.2.3.3 สภาวะความเป็นเด็กที่มีเหตุผล (The little Professor)

เป็นลักษณะที่แสดงออกโดยการนำเหตุผลเข้ามาใช้พิจารณาตัดสินใจ ดังที่ผู้ใหญ่ทั่วไปนิยมใช้กัน แต่ก็ยังเป็นเหตุผลในโลกของเด็ก

2.1.3 หลังจากผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเข้าใจในสภาวะของบุคคล

แล้วผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเขียนกราฟบุคลิกภาพของตนเอง

2.1.4 ให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาวิเคราะห์บุคลิกภาพของตนเองว่า

แต่ละคนมีลักษณะอย่างไร

2.1.5 ให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาพิจารณาว่าในการเป็นผู้จำหน่าย

อิสระในการขายตรงสมควรจะปรับเปลี่ยนสภาวะใดของตนเองบ้าง เพื่อให้มีลักษณะที่พึงประสงค์เหมาะสมกับการเป็นผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

2.2 ขั้นตอนของการพัฒนาการมีมนุษยสัมพันธ์ในด้านการติดต่อสื่อสาร ระหว่าง

บุคคล

2.2.1 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ได้อภิปรายถึง ลักษณะ

สำคัญของการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าว่า ควรมีลักษณะใดบ้าง แล้วให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาสรุปลักษณะสำคัญของการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าว่าควรจะเป็นอย่างไร

2.2.2 ผู้วิจัยอธิบายถึงลักษณะของการสื่อสารทั้ง 3 ลักษณะ คือ

2.2.2.1 การสื่อสารที่สอดคล้องกัน (Complementary Transaction)

2.2.2.2 การสื่อสารแบบขัดกันหรือสวนทางกัน (Crossed Transaction)

2.2.2.3 การสื่อสารแบบซ่อนเร้น (Ulterior Transaction)

2.2.3 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาฝึกปฏิบัติการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าตามลักษณะของการสื่อสารทั้ง 3 ลักษณะ ในแต่ละขั้นตอนต่อไปนี้ โดยการใช้การแสดงบทบาทสมมติตามสถานการณ์ที่ผู้เข้ารับการฝึกอบรมกำหนดขึ้นดังนี้

2.2.3.1 สถานการณ์ : การพบลูกค้าครั้งแรกผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงต้องมีการยิ้มแย้มแจ่มใส รู้จักทักทายลูกค้า

2.2.3.2 สถานการณ์ : การนำเสนอสินค้าผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงควรสื่อสารกับลูกค้า ด้วยความ ปรารถนาดี ไม่ดูถูกรู้จักยอมรับ ยกย่อง ให้เกียรติลูกค้าด้วยความจริงใจ

2.2.3.3 สถานการณ์ : การปิดการขายและการเยี่ยมเยียนลูกค้า ผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงแสดงความมีน้ำใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ช่วยเหลือ ลูกค้าได้เป็นอย่างดี

2.2.4 ภายหลังการฝึกปฏิบัติแต่ละขั้นตอน ผู้วิจัยเปิดโอกาสให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาแสดงความคิดเห็น ความรู้สึก เกี่ยวกับลักษณะของการสื่อสารที่แสดงออกว่าจะกระทบกับความรู้สึกของลูกค้าอย่างไรและควรปรับเปลี่ยนอะไรบ้าง

ขั้นสรุป

ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้สรุปถึงโครงสร้างของบุคลิกภาพและการวิเคราะห์การติดต่อสื่อสารมาใช้เพื่อให้เกิดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและผู้วิจัยกล่าวสรุปเพิ่มเติมและตอบข้อซักถาม

การประเมินผล

1. สังเกตจากการตอบแบบวัด PAC
2. สังเกตจากการวิเคราะห์โครงสร้างของบุคลิกภาพของผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา
3. สังเกตจากการฝึกปฏิบัติการติดต่อสื่อสาร โดยใช้การแสดงบทบาทสมมติ
4. สังเกตจากความร่วมมือ ในการแสดงความคิดเห็น ความรู้สึกและการถามคำถามในประเด็นที่เกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารเพื่อมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
5. การประเมินผลจากแบบประเมินผลของผู้วิจัย

เอกสารประกอบการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาครั้งที่ 2

การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

ด้านมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

ความหมายของมนุษยสัมพันธ์

มนุษยสัมพันธ์ เป็นศาสตร์และศิลป์ในการเข้าใจคน การครองใจคน การติดต่อสัมพันธ์กับคน โดยธรรมชาติของมนุษย์จะต้องมีการติดต่อกับบุคคลอื่น ๆ อยู่เสมอ เพราะไม่สามารถอยู่คนเดียวในโลกได้ การที่จะอยู่อย่างมีความสุขจะต้องเข้าหาสังคม รู้จักสร้างสัมพันธภาพที่ดีในการติดต่อกับผู้อื่น การศึกษาให้รู้ถึงจิตใจคนเพื่อปรับตนเองให้เป็นผู้มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลอื่น ซึ่งแต่ละคนมีบุคลิกภาพ อุปนิสัยและคุณสมบัติที่แตกต่างกัน จะต้องใช้กลวิธีที่จะทำให้เข้ากับผู้อื่นให้ได้ (ระวีวรรณ เสวตมาร. 2540: 13 – 14) เนื่องจากมนุษยสัมพันธ์เป็นเทคนิคพื้นฐานในการบริหารงานที่สำคัญของผู้บริหารทุกระดับ ไม่มีผู้บริหารคนใดประสบความสำเร็จได้เลย ถ้าไม่มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

ความหมายของมนุษยสัมพันธ์

มนุษยสัมพันธ์ (Human Relationship) ได้มีการศึกษาเกี่ยวกับมนุษยสัมพันธ์มายาวนาน และได้มีผู้ให้ความหมายไว้มากมายหลายทัศนะต่างกันดังนี้

มนุษยสัมพันธ์ หมายถึง ความสัมพันธ์ในทางสังคมระหว่างมนุษย์ ซึ่งจะก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีต่อกัน (ราชบัณฑิตยสถาน. 2526 : 612)

มนุษยสัมพันธ์ หมายถึง กระบวนการติดต่อกันเกี่ยวข้องกับสัมพันธภาพอันดีตั้งอยู่บนพื้นฐานความเข้าใจร่วมกัน การให้การยอมรับนับถือนำไปสู่ความพอใจ รักใคร่ ร่วมมือสามารถทำงานร่วมกัน จนบรรลุเป้าหมายในงานส่วนบุคคลและงานในองค์การ (เรียม ศรีทอง. 2540: 4)

มนุษยสัมพันธ์ หมายถึง พฤติกรรมในทางที่ดีของบุคคลหนึ่ง แสดงต่อคนอื่น ๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดีต่อกัน และคนอื่น ๆ เกิดความรู้สึกที่ดีตอบสนองและพร้อมที่จะร่วมมือร่วมปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจเพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์การ (สถิต กองคำ. 2540: 69)

มนุษยสัมพันธ์ หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมงาน เพื่อระดมสรรพกำลังทรัพยากรบุคคลในหน่วยงานให้ร่วมกันทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (สุรัฐ ศิลปอนันต์. 2541: 6)

จากความหมายสรุปได้ว่า มนุษยสัมพันธ์ คือ การปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความรักความรักระหว่างกันและกันมีความปรองดองกันอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข สำหรับในความหมายของการทำงาน คือ การเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดี ระหว่างบุคคลใน

องค์การเพื่อยึดโยงน้ำใจและความรู้สึกผูกพันที่ดีต่อกันกับบุคคลทุกระดับในองค์การ ก่อให้เกิดการร่วมมือร่วมใจกันทำงานให้องค์การบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

ความสัมพันธ์ของมนุษย์สัมพันธ์กับการขาย

การขาย คือ การใช้มนุษยสัมพันธ์ การขายเป็นงานที่จะต้องพบปะและติดต่อกับคนหลายประเภท คนแต่ละคน แต่ละประเภทมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน พนักงานขายจำเป็นต้องปรับตัวให้เข้ากับลูกค้าทุกประเภทโดยการศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าอย่างรอบคอบ ในงานขายส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับความสามารถของพนักงานขายในการเข้าหาลูกค้าได้ พนักงานขายจำเป็นต้องนึกถึงลูกค้าเป็นหลักในการดำเนินการขาย หรือใช้วิธีการให้ลูกค้าปรับตัวเข้าหาพนักงานขาย การขายแบบนี้ทำให้พนักงานขายทำงานผิดพลาดและประสบความล้มเหลวในการขายอย่างมาก พนักงานขายที่ดีจะต้องพยายามเข้าใจลูกค้า และใช้วิธีพูดหรือการกระทำเพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่น การเสนอขายจะดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาถึงความต้องการของลูกค้านั้นทางการขายถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญมากเมื่อพนักงานทราบถึงความต้องการของลูกค้าแล้ว ก็เสนอขายแต่สิ่งที่ลูกค้าต้องการ ขายจึงจะบรรลุถึงผลสำเร็จโดยทั้งสองฝ่ายต่างมีความพึงพอใจ กล่าวคือลูกค้าได้ซื้อสิ่งที่ตนเองต้องการ และพนักงานขายก็ได้ขายสินค้าของตนเองได้

ดังนั้นการมีมนุษยสัมพันธ์จึงเป็นเสมือนการสื่อสารสัมพันธ์ หรือการติดต่อสัมพันธ์ของบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ซึ่งความสัมพันธ์ในแต่ละครั้งผู้จำหน่ายอิสระที่ต้องพัฒนาคุณลักษณะในด้านนี้ต้องทำการวิเคราะห์ (ANALYSIS) การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล หมายถึง การพิจารณาตีความ และทำความเข้าใจเกี่ยวกับการติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคล รวมทั้งการปรับปรุงทักษะการติดต่อสัมพันธ์ เพื่อให้สัมพันธภาพระหว่างบุคคลเกิดผลในทางที่ดี และเป็นประโยชน์ยิ่งขึ้น

การสื่อสารสัมพันธ์ หรือการติดต่อสัมพันธ์เป็นการแลกเปลี่ยนความคิด ความรู้สึกระหว่างบุคคล โดยใช้คำพูดและ/หรือท่าทางในการสื่อสาร ส่วนคำว่า การวิเคราะห์ (ANALYSIS) ในที่นี้หมายถึง การพิจารณาตีความและทำความเข้าใจเกี่ยวกับติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคลรวมทั้งการปรับปรุงทักษะการติดต่อสัมพันธ์ เพื่อให้สัมพันธภาพระหว่างบุคคลเกิดผลในทางที่ดีและเป็นประโยชน์ยิ่งขึ้น

การวิเคราะห์การติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคล หมายถึง วิธีการทางจิตวิทยาที่จะช่วยให้บุคคลสามารถเข้าใจพฤติกรรมในการติดต่อสัมพันธ์สื่อสารของบุคคลอื่น โดยที่บุคคลจะเข้าใจตนเองและบุคคลอื่น ทั้งความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรม ทำให้ปฏิสัมพันธ์และติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นเป็นไปในทางที่ดี

โครงสร้างของบุคลิกภาพ

ภาวะตัวตน ที่เป็นโครงสร้างของบุคลิกภาพนั้นจำแนกเป็น 3 ส่วน คือ ภาวะความเป็นพ่อ – แม่ (Parent Ego State) ภาวะความเป็นผู้ใหญ่ (Adult Ego States) ภาวะความเป็นเด็ก (Child Ego State) และแม้ว่าคนทุกคน จะต้องมีบุคลิกภาพทั้ง 3 ส่วนนี้ แต่จะมีส่วนใดมากหรือน้อยเพียงใด หรือจะแสดงออกในภาวะใด อย่างไหนจะแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล นอกจากนี้ ภาวะทั้ง 3 ภาวะนี้ต่างตอบสนอง หรือมีปฏิกิริยาต่อสิ่งเร้าแตกต่างกัน แต่ละภาวะจะรับรู้สิ่งเร้าแตกต่างกันและจะตอบสนองตามการรับรู้ของแต่ละภาวะ และภาวะทั้ง 3 ภาวะนี้ยังมีปฏิกิริยาต่อกันและกันด้วย และความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการแสดงออกตลอดทั้งการสื่อสารระหว่างบุคคลดังนี้

1. ภาวะความเป็นพ่อ – แม่ เป็นลักษณะบุคลิกภาพที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากสิ่งที่บิดา มารดา หรือผู้เลี้ยงดูกระทำ หรือแสดงออก โดยบุคคลเหล่านี้ ล้วนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการแสดงออกของบุตรธิดาหรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง ภาวะความเป็นพ่อ – แม่นี้สามารถจำแนกได้เป็น 2 ส่วนคือ ส่วนที่หนึ่ง คือ ภาวะความเป็นพ่อ – แม่ ที่มีความเมตตา กรุณา ชอบช่วยเหลือ ทะนุถนอม ปกป้อง ค้ำจุนผู้อื่น มีความเห็นอกเห็นใจ และมีน้ำใจต่อบุคคลอื่น (Nurturing Parent) และส่วนที่สอง คือภาวะความเป็นพ่อ – แม่ ที่แสดงพฤติกรรมในลักษณะที่มีอคติ วิพากษ์วิจารณ์ ดิเตียน บังคับ ควบคุมผู้อื่นตลอดทั้งไม่ใช้เหตุผล (Prejudicial หรือ Critical หรือ Controlling Parent)

2. ภาวะความเป็นผู้ใหญ่ เป็นลักษณะบุคลิกภาพที่เกี่ยวข้องกับการรวบรวมข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริง ต่างๆ เป็นภาวะที่บุคคลใช้หลักแห่งเหตุผลในการพิจารณาสิ่งต่างๆ ตามความจริงตามข้อมูลที่เป็นจริง และตัดสินใจไปตามข้อมูลที่ได้รับนอกจากนี้ แต่ละบุคคลใช้ภาวะความเป็นผู้ใหญ่เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและเปลี่ยนความจริง ถามคำถาม แก้ปัญหา เสนอแนะ ตลอดทั้งอภิปรายสิ่งต่างๆ อย่างมีเหตุผล

3. ภาวะความเป็นเด็ก เป็นลักษณะบุคลิกภาพที่แสดงถึงความเป็นธรรมชาติเป็นความต้องการที่แท้จริงและอาจเป็นส่วนบุคลิกภาพที่ยังไม่ได้ขัดเกลา คิดอย่างไร รู้สึกอย่างไรก็แสดงออกไปตามที่คิดที่รู้สึกนั้น ภาวะความเป็นเด็กนี้จะจำแนกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่หนึ่ง คือ ลักษณะที่เป็นเด็กตามธรรมชาติมีความสนุกสนาน ร่าเริง มีเสน่ห์ ชี้อาย หรือเห็นแก่ตัว มีความต้องการหรืออยากทำอะไรก็ทำ (Natural Child) มีความเฉลียวฉลาด มีความสามารถพิเศษ หรือมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Little Professor) และส่วนที่สาม คือ ลักษณะเป็นเด็กที่ยอมปฏิบัติตามเชื่อฟังผู้อื่น ชอบฟังพาผู้อื่น ตัดสินใจไม่ค่อยเป็น พฤติกรรมต่างๆ จะอยู่ภายใต้อิทธิพลของบิดามารดา หรือผู้เลี้ยงดู (Adapted Child)

สำหรับภาวะตัวตนทั้ง 3 ภาวะ คือ ภาวะความเป็นพ่อ – แม่ ภาวะความเป็นผู้ใหญ่ และภาวะความเป็นเด็ก เขียนเป็นแผนผังโดยใช้วงกลม 3 วงสัมพันธ์กันในแนวตั้ง โดยภาวะความเป็นพ่อ – แม่ อยู่วงกลมบนสุด ภาวะความเป็นผู้ใหญ่อยู่ในวงกลมกลาง และภาวะความ

เป็นเด็กอยู่ช่วงกล่มล่างสุดสำหรับภาวะตัวแทนทั้ง 3 ภาวะนี้ เป็นภาวะของจิตใจที่สัมพันธ์กันเกี่ยวกับแบบแผนต่าง ๆ ของพฤติกรรม และเป็นโครงสร้างของบุคลิกภาพ แต่มีความแตกต่างกับโครงสร้างของบุคลิกภาพ หรือ โครงสร้างทางจิตของทฤษฎีจิตวิเคราะห์ คือ ภาวะความเป็นพ่อ – แม่ มิใช่ ซูเปอร์ อีโก้ (Superego) หรือภาวะความเป็นผู้ใหญ่มิใช่อีโก้ (Ego) และภาวะความเป็นเด็กก็มีมิใช่ ID อีกทั้งทฤษฎีการวิเคราะห์การติดต่อสื่อสาร หรือสัมพันธ์ระหว่างบุคคลจะเพ่งเล็งพฤติกรรมในส่วนของจิตสำนึกและหรือพฤติกรรมที่สังเกตได้

ทฤษฎีการวิเคราะห์การติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

ทฤษฎีบุคลิกภาพที่เกี่ยวกับการติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เป็นทฤษฎีของชีวิต หรืออาจกล่าวได้ว่า การวิเคราะห์การติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเป็นเรื่องของวิถีชีวิต หรือเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับชีวิตซึ่ง พยอม วงศ์สารศรี (2532: 58) ได้อธิบายว่า การวิเคราะห์การติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเป็นทฤษฎีที่นำมาวิเคราะห์บุคลิกภาพทางสังคม เพื่อดูความสัมพันธ์ในตัวบุคคลเดียวกัน สามารถนำมาใช้ในการบำบัดรักษาส่วนบุคคลและกลุ่ม เป็นทฤษฎีการติดต่อถ่ายทอดระหว่างบุคคลและกลุ่มคนซึ่งเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญยิ่งในทฤษฎีการวิเคราะห์การติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคล กล่าวคือ ประการแรก การแสดงทัศนะเรื่องสัมพันธ์ภาพระหว่างบุคคล อันเป็นจุดแรกในการตรวจสอบและแก้ปัญหาส่วนบุคคล ประการที่สอง การที่บุคคลแต่ละคนจะมีพัฒนาสัมพันธ์ภาพกับบุคคลอื่นได้ดี ถ้าเขาได้รับการช่วยเหลือให้เข้าใจพฤติกรรมต่าง ๆ ที่ได้แสดงออกในการติดต่อสื่อสาร

วัชร ทรัพย์มี (2533: 134) กล่าวว่า ทฤษฎีการวิเคราะห์การติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคลไม่เพียงแต่จะใช้ได้ดีกับผู้มีปัญหาเท่านั้น แม้แต่คนไม่มีปัญหาก็จะได้รับประโยชน์ในอันที่จะได้รู้จักตนเองดีขึ้น และสามารถมีสัมพันธ์ภาพที่ดีกับผู้อื่นได้ อีกทั้งแนวความคิดจากทฤษฎีการวิเคราะห์การติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคลนั้น ผู้ที่ศึกษาสามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับทฤษฎีนี้ได้ง่าย และสามารถนำความรู้ที่ได้มาปรับปรุงตนเองได้ และเป็นวิธีการทางเหตุผลในการจะเข้าใจพฤติกรรมของแต่ละบุคคล และตั้งอยู่บนสมมติฐานที่ว่าบุคคลใดก็ตามที่สามารถจะวางใจตัวเขาเองได้ คิดเพื่อตนเองได้ ตัดสินใจได้ และแสดงความรู้สึกของตนเองได้

การวิเคราะห์โครงสร้างของบุคลิกภาพ (Structural Analysis)

โครงสร้างของบุคลิกภาพซึ่งเบิร์นใช้คำว่า ภาวะตัวตน หรือภาวะอัตตา (Ego State) หมายถึง ภาวะต่าง ๆ ของจิตใจ (Mind) ที่สัมพันธ์เกี่ยวข้องกับแบบแผนต่าง ๆ ของพฤติกรรม ซึ่งตัวบุคคลแต่ละคน จะต้องประกอบด้วยบุคลิกภาพ 3 ส่วนด้วยกัน คือ ส่วนที่มีลักษณะคล้ายพ่อ – แม่ (Parent Ego State) ใช้ตัวย่อ “P” ส่วนที่มีลักษณะเป็นผู้ใหญ่ เรียกว่า ภาวะความเป็นผู้ใหญ่ (Adult Ego State) ใช้ตัวย่อ “A” และส่วนที่มีลักษณะเป็นเด็ก เรียกว่า ภาวะความเป็นเด็ก (Child Ego State) ใช้ตัวย่อ “C” และแม้ว่าคนทุกคนจะต้องมีบุคลิกภาพทั้ง 3 ส่วนรวมกัน แต่จะมีส่วนใดมากน้อยแค่ไหน หรือจะแสดงออกในภาวะใด ๆ นั้น ย่อมจะ

แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์ (2531: 101) ได้กล่าวถึงโครงสร้างบุคลิกภาพของบุคคลตามแนวคิดของเบิร์น ซึ่งเบิร์นได้แบ่งโครงสร้างบุคลิกภาพออกเป็น 3 ส่วน คือ ภาวะความเป็นพ่อแม่ (Parent Ego State) ภาวะความเป็นผู้ใหญ่ (Adult Ego State) และภาวะความเป็นเด็ก (Child Ego State) ทุกคนไม่ว่าจะเป็นเด็กหรือผู้ใหญ่ก็จะมีภาวะของบุคลิกภาพ (Ego State) ทั้ง 3 ส่วน ประกอบกัน แต่จะมีลักษณะเด่นต่างกัน จะมีมากน้อย ขึ้นอยู่กับการเรียนรู้ประสบการณ์เก่าและวิธีที่ตนตอบสนองต่อสภาพการณ์ของชีวิต บุคคลจะแสดงภาวะบุคลิกภาพที่ตนมีอยู่ออกมาในวาระและโอกาสต่างๆ กัน โดยการพูดและแสดงอาการปฏิกิริยาท่าทาง ซึ่งสามารถสังเกตและวิเคราะห์ได้ภาวะของบุคลิกภาพ ทั้ง 3 ส่วนของแต่ละบุคคล หรือที่เรียกกันย่อ ๆ ว่า P-A-C

ภาวะของบุคลิกภาพทั้ง 3 ส่วนของแต่ละบุคคลมีรายละเอียดดังนี้

1. ภาวะความเป็นพ่อ – แม่ (P) ของแต่ละบุคคล เป็นลักษณะบุคลิกภาพที่ได้รับถ่ายทอดมาจากบิดามารดา หรือผู้เลี้ยงดู โดยบิดามารดาหรือผู้เลี้ยงดู ล้วนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของแต่ละบุคคล ลักษณะที่เป็นพ่อแม่จะเป็นส่วนที่แสดงพฤติกรรมตามที่เคยได้รับการอบรมสั่งสอนจากพ่อแม่ในอดีต โดยจะถูกเก็บรักษาไว้และจะกลับมาปรากฏในพฤติกรรมของคนนั้นๆ คำพูดที่ชอบใช้ในบุคลิกภาพลักษณะที่เป็นบิดามารดา เช่น “อย่าทำ” “อย่ามัวนั่งเล่นอยู่” เมื่อบุคคลถูกควบคุมด้วยลักษณะที่เป็นพ่อแม่ เขาจะไม่พิจารณาปัญหาต่างๆ ตามสภาพข้อเท็จจริงในปัจจุบัน แต่ให้คำสอนหรือทัศนคติต่างๆ ที่ได้รับการอบรมสั่งสอนมาในอดีตเป็นตัวนำพฤติกรรม กล่าวได้ว่า ลักษณะที่เป็นพ่อแม่ เป็นผลมาจากการที่บุคคลบันทึกข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นทัศนคติ ค่านิยม กฎเกณฑ์ต่างๆ ที่พ่อแม่สั่งสอน ตลอดจนท่าทางไว้ให้ตัวเองเป็นสภาวะของผู้ที่เหนือกว่าผู้อื่นในครอบครัว ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1.1 ภาวะความเป็นพ่อ – แม่ ที่ชอบวิจารณ์ (Critical Parent) ซึ่งเรียกกันย่อๆ ว่า CP เป็นภาวะบุคคลที่มีพฤติกรรมเหมือนเป็นพ่อแม่ที่แสดงพฤติกรรมในลักษณะที่ไม่ใช่เหตุผล มีอคติ ไร้ค่า จู้จี้ ลงโทษ วิพากษ์วิจารณ์ ดิตีเยน หรือบังคับควบคุมผู้อื่น ใช้อำนาจในการออกคำสั่ง กำหนดกฎเกณฑ์ให้ปฏิบัติ ชอบว่ากล่าวตักเตือน อบรมสั่งสอน ไม่พอใจในการเปลี่ยนแปลงหรือแสดงความคิดเห็นใหม่ๆ ติดกับแบบแผนเก่าจนชิน ดัดสินการกระทำของตนเองและผู้อื่นลักษณะพ่อแม่ที่ชอบวิพากษ์วิจารณ์นี้ หากพิจารณาในอีกแง่หนึ่ง ลักษณะพ่อแม่ที่ชอบวิพากษ์วิจารณ์นี้มีประโยชน์ เพราะเป็นลักษณะที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดคุณค่าทางวัฒนธรรม และช่วยให้บุคคลตอบสนองต่อเหตุการณ์ในชีวิตประจำวันเป็นไปโดยอัตโนมัติตามความเคยชิน โดยไม่ต้องเสียเวลาไตร่ตรองไปเสียทุกเรื่อง อีกทั้งทำให้คนมีระเบียบวินัย ค่านิยมที่ต้องการปลูกฝังก็ถ่ายทอดและเก็บไว้ได้ด้วยลักษณะของบุคลิกภาพส่วนนี้

1.2 ภาวะความเป็นพ่อแม่ที่มีความเมตตากรุณา (Nurturing Parent) ซึ่งให้เรียกย่อๆ ว่า NP เป็นภาวะที่บุคคลมีพฤติกรรมเหมือนเป็นพ่อแม่ที่มีความเมตตา คอยดูแลให้การช่วยเหลือ คอยปลอบโยน คอยปกป้องและให้ความสบายทางด้านร่างกาย ทะนุถนอม ปกป้องคุ้มครองลูก เอื้ออาทรต่อทุกข์สุขทางด้านจิตใจ มีลักษณะโอบอ้อมอารี เห็นอกเห็นใจ

ให้กำลังใจ พุดเอาใจผู้อื่น บุคลิกภาพของบุคคลที่ถูกควบคุมด้วยลักษณะพ่อแม่ที่เอื้ออาหาร จะแสดงออกด้วยวาจาทำทางที่มีเมตตากรุณาต่อผู้อื่น มีความห่วงใยคอยได้ตามทุกขสข ช่วยดูแลให้ความสะดวกต่างๆ คอยปลอบโยนผู้ที่มีลักษณะพ่อแม่ที่เอื้ออาหารจะเป็นบุคคลที่อบอุ่น มีไมตรีเข้าใจผู้อื่น คอยให้คำแนะนำ แนะนำแนวทาง และเป็นที่พักพิงของผู้อื่น

2. ภาวะความเป็นผู้ใหญ่ (A) เป็นลักษณะบุคลิกภาพที่ทำงานเกี่ยวกับการรวบรวมข้อมูลต่างๆ ที่เป็นข้อเท็จจริง เป็นภาวะที่บุคคลใช้หลักแห่งเหตุผลในการพิจารณาสิ่งต่างๆ ตามความเป็นจริง จะพิจารณาสิ่งต่างๆ จากข้อมูลตามที่เป็นจริงและตัดสินใจตามข้อมูลที่ได้รับ โดยไม่คำนึงถึงอารมณ์ ความรู้สึก ดำรงชีวิตโดยใช้สติปัญญาเป็นหลัก บุคคลที่มีความเป็นผู้ใหญ่ปรากฏอย่างเด่นชัด จึงมีลักษณะของผู้ที่รู้จักตนเองตามความเป็นจริง รู้จักปรับเปลี่ยนตนเองได้อย่างสมวัยและกาลเทศะ มีความเชื่อมั่นในตนเองยึดมั่นในศีลธรรมและจรรยาบรรณของสังคม นอกจากนี้แต่ละบุคคลใช้ภาวะความเป็นผู้ใหญ่เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล แลกเปลี่ยนความจริง ถามคำถาม แก้ปัญหาและอภิปรายสิ่งต่างๆ อย่างมีเหตุผล แต่ถ้าบุคคลใดใช้ภาวะของความเป็นผู้ใหญ่อยู่เสมอ อาจทำให้เขามีบุคลิกภาพคล้ายหุ่นยนต์ที่ปราศจากอารมณ์และความรู้สึก บุคคลที่มีพัฒนาการเป็นไปตามวุฒิภาวะและรู้จักตนเองตามความเป็นจริง ลักษณะที่เป็นผู้ใหญ่ของบุคคลนั้นจะเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอจากประสบการณ์ที่เขาได้เรียนรู้ ซึ่งถ้าเปรียบเทียบกันระหว่างบุคลิกภาพทั้งสามส่วนแล้ว ลักษณะที่เป็นเด็กและลักษณะที่เป็นพ่อแม่ มักจะคงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงมากเหมือนลักษณะที่เป็นผู้ใหญ่ เพราะข้อเท็จจริงต่างๆ บุคคลเรียนรู้และต้องเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ ยิ่งกว่านั้นส่วนของลักษณะที่เป็นผู้ใหญ่จะสามารถพิจารณาใช้เหตุผลตัดสินใจบุคลิกภาพในส่วนของลักษณะที่เป็นเด็กกับลักษณะที่เป็นพ่อแม่ว่า ควรปรับปรุงเปลี่ยนแปลง แก้ไข หรือลบล้างออกไปอย่างไรบ้าง แต่ไม่ได้หมายความว่าลักษณะที่เป็นผู้ใหญ่จะทำหน้าที่เป็นผู้บงการ เพียงแต่จะพยายามใช้เหตุผลข้อมูลต่างๆ มาพยายามปรับลักษณะที่เป็นเด็ก และลักษณะที่เป็นพ่อแม่ที่บุคคลมีอยู่ในตัวให้เหมาะสม ถูกต้องตามเหตุการณ์และอยู่ในสภาวะที่สมดุล เพื่อให้บุคคลปรับตัวได้

3. ภาวะความเป็นเด็ก (C) เป็นภาวะบุคคลมีพฤติกรรมเสมือนกับยังอยู่ในวัยเด็ก มีอารมณ์ความรู้สึกที่แท้จริงอย่างไรก็แสดงออกไปตามธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็นอารมณ์ทางด้านบวกหรือลบ ลักษณะที่เป็นเด็กนี้จะมียู่ในตัวของคนทุกคน ไม่ว่าบุคคลนั้นจะอายุมากน้อยเพียงใด แต่เพียงลักษณะส่วนนี้จะมียู่มากน้อยแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล และเมื่ออายุจะมากขึ้น บุคคลก็จะไม่แสดงออกถึงลักษณะส่วนนี้มากนักเหมือนนักวัยเด็ก ลักษณะนี้เป็นส่วนของบุคลิกภาพที่ยังไม่ได้ขัดเกลา เช่น ดีใจก็กระโดดโลดเต้น มีความสดชื่นรื่นเริง เมื่อเสียใจก็ร้องไห้อย่างเปิดเผย เป็นต้น ภาวะของความเป็นเด็กยังแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วน คือ

3.1 ภาวะความเป็นเด็กเจ้าปัญญาหรือเด็กมีความคิด (Little Professor) ซึ่งเรียกกันย่อๆ ว่า LP เป็นภาวะที่บุคคลมีพฤติกรรมเสมือนเป็นเด็กที่มีความเฉลียวฉลาด มีความคิด

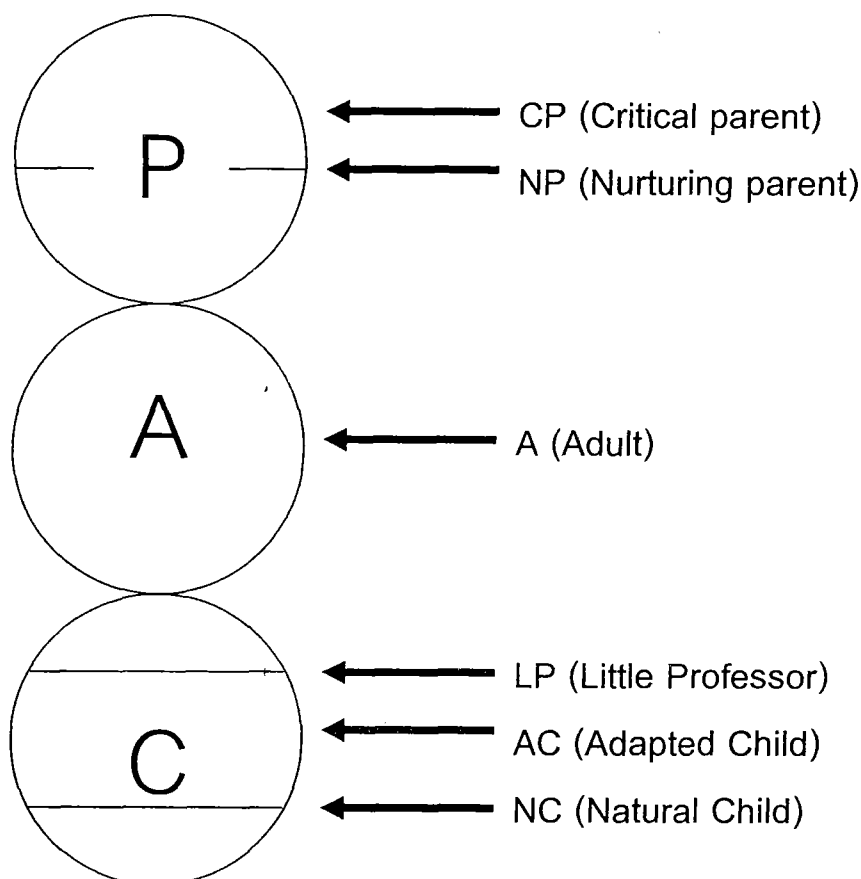
ริเริ่มสร้างสรรค์ ชอบคิดสิ่งแปลกใหม่ ประจบเพื่อใช้คน เอาใจคนเก่ง ชอบวางแผน เริ่มมีการให้ความคิดและเหตุผลคล้ายกับผู้ใหญ่ เป็นต้น ดังนั้น บุคคลที่มีภาวะของความเป็นเด็กเจ้าปัญญาอย่างเด่นชัด จึงเป็นผู้ที่รู้ว่าควรจัดการกับบางสิ่งบางอย่างด้วยวิธีการอย่างไรได้ด้วยตนเอง แม้ว่าจะยังอยู่ในขอบเขตแห่งโลกของเด็กก็ตาม

3.2 ภาวะความเป็นเด็กที่ได้รับการขัดเกลา (Adapted Child) ซึ่งเรียกกันย่อๆ ว่า AC เป็นภาวะที่บุคคลมีพฤติกรรมเหมือนเป็นเด็กที่ได้รับการขัดเกลามาแล้วตั้งแต่ครั้งยังเยาว์วัยจากการอบรมเลี้ยงดูและการอบรมสั่งสอนของพ่อแม่ ผู้ปกครอง ญาติผู้ใหญ่ และครู บุคคลที่มีสภาวะของความเป็นเด็กที่ได้รับการขัดเกลา จะมีลักษณะเป็นเด็กที่ยอมปฏิบัติตาม เชื่อฟังผู้อื่น ฟังพาผู้อื่น อาจจะเป็นผู้ที่เข้าใจสังคมได้ดี มีกิริยามารยาทเหมาะสมกับกาลเทศะ หรือในทางตรงกันข้าม อาจจะไม่มีความเป็นตัวของตัวเอง เพราะต้องคอยฟังพาผู้มีประสบการณ์สูงกว่าคอยให้คำแนะนำอยู่เรื่อยมาจนชิน ตัดสินใจไม่ค่อยเป็น พฤติกรรมต่างๆ จะอยู่ภายใต้อิทธิพลของบิดา - มารดา

3.3 ภาวะความเป็นเด็กตามธรรมชาติ (Natural Child) ซึ่งเรียกกันย่อๆ ว่า NP เป็นภาวะที่บุคคลที่มีบุคลิกลักษณะเหมือนเด็กที่ขาดการขัดเกลา ดังนั้น เมื่อมีความต้องการอะไร หรือมีอารมณ์ความรู้สึกอย่างไร ก็จะแสดงพฤติกรรมออกมาอย่างโจ่งแจ้ง ปราศจากการควบคุมตนเอง เช่น เมื่อผิดหวังหรือเสียใจก็ร้องไห้ฟูมฟายหรืออาละวาดโวยวาย ป้างป้าง เป็นต้น บุคคลที่มีภาวะของความเป็นเด็กตามธรรมชาติอย่างเด่นชัด มักจะมีลักษณะที่มีชีวิตชีวา มีความกระตือรือร้น อยากรู้ อยากเห็น และยึดตนเองเป็นศูนย์กลาง มีความสนุกสนาน ร่าเริง ขี้อาย กลัว กระโดดโลดเต้น เห็นแก่ตัว อัจฉริยญา ไม่รู้จักยับยั้งรอกอย ชอบสนุก ชอบเที่ยว ชอบเสียง ไม่แยแสว่าคนอื่นจะคิดหรือรู้สึกอย่างไร ต้องการอยากทำอะไรก็ทำ

ภาวะความเป็นเด็ก (Child Ego State) เป็นส่วนหนึ่งของบุคลิกภาพที่สำคัญของคนปกติเป็นส่วนพื้นฐานที่แต่ละคนจะสร้างอัตมโนทัศน์ (Self - Concept) ซึ่งเบิร์นได้กล่าวว่า บุคคลควรเข้าใจถึงลักษณะที่เป็นเด็กภายในตนเอง เพราะเป็นส่วนประกอบของบุคลิกภาพที่มีอยู่ในตัวบุคคลไปตลอดชีวิต ยิ่งไปกว่านั้น ส่วนนี้ยังเป็นส่วนที่มีค่ายิ่งในบุคลิกภาพของแต่ละบุคคล

โครงสร้างของบุคลิกภาพทั้ง 3 ภาวะของแต่ละบุคคล สามารถแสดงด้วยแผนผังดังนี้



แบบสำรวจบุคลิกภาพ P-A-C

คำแนะนำ

1. แบบสำรวจฉบับนี้ประกอบด้วยลักษณะต่าง ๆ 60 ลักษณะ โปรดอ่านลักษณะในแต่ละข้อและพิจารณาเลือกลักษณะที่ท่านเห็นว่าตรงกับลักษณะของความคิด ความรู้สึก การกระทำ และท่าทางที่ท่านแสดงออกในชีวิตประจำวัน
2. ให้เลือกลักษณะต่างๆ ของแต่ละกลุ่มอย่างน้อย 7 ลักษณะ โดยเขียนวงกลมล้อมรอบตัวเลขแต่ละลักษณะในแบบสำรวจ
3. ตรวจสอบคำตอบในแบบสำรวจว่าตรงกับแบบเฉลยใดบ้าง

คำเตือน

ลักษณะที่ท่านเลือกไว้นี้ เป็นส่วนหนึ่งของบุคลิกภาพเท่านั้น ท่านยังมีลักษณะที่ดี และลักษณะที่บกพร่องในตัวเองอีกมากมายหลายลักษณะ การรู้จักและเข้าใจตนเองเป็น พื้นฐานของการเริ่มต้นพัฒนาตนเอง นำไปสู่การมีสภาพชีวิตที่ดีขึ้นกว่าเดิมในการดำเนิน ชีวิตประจำวัน การติดต่อสร้างความสัมพันธ์ การทำงานร่วมกับผู้อื่น การประกอบอาชีพและ การพักผ่อน เป็นต้น ดังนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ท่านต้องใช้เวลาแก่ตัวเอง สำหรับคิดทบทวน เกี่ยวกับชีวิตของท่านเพื่อท่านจะได้รู้จักเข้าใจตนเองยิ่งขึ้น และเพื่อให้ท่านจะได้มีโอกาสพัฒนา ตนเองไปสู่สภาพชีวิตที่ดีต่อไปในอนาคต

กลุ่มที่ 1 ข้อ 1 – 20

1. เอาใจใส่ต่อความเป็นอยู่ของผู้ใกล้ชิด
2. ชอบแนะนำหรือบิบบังคับให้ผู้อื่นทำตาม
3. นึกถึงตัวเองมากกว่าผู้อื่น
4. สำรวมกิริยามารยาทเสมอ
5. เฉลียวฉลาดและอยากรู้อยากเห็น
6. ตัดสินใจตามข้อมูลที่รวบรวมมา
7. ยินยอมทำตามผู้อื่นได้ง่าย
8. มักมองโลกไม่เป็นที่พึงพอใจ
9. ควบคุมความรู้สึกและอารมณ์ได้ดี
10. รู้สึกว่าตัวเองมีอำนาจมากกว่าผู้อื่น
11. ทำงานวางแผนอย่างมีระบบ
12. คำนึงถึงความเป็นไปได้ในการดำเนินชีวิต
13. มักวางระเบียบให้ผู้อื่นปฏิบัติตาม
14. หลีกเลียงและเกียจงาน
15. มักแสดงความคิดเห็นโดยพูดว่า “ฉันเห็นว่า.....”
16. ไม่กล้าเผชิญความผิดหวัง
17. เห็นใจผู้อื่น
18. ยอมรับความผิดหวังและความเจ็บปวด
19. ตัดสินใจตามที่ตนเองคิด
20. ตี้อารมณ์และอวดดี

กลุ่มที่ 2 ข้อ 21 – 40

21. เข้าใจโลกและชีวิตอย่างฉาบฉวย
22. เข้าใจความต้องการและข้อจำกัดของตนเอง
23. เมื่อไม่พอใจใคร มักบ่นและติเตียน
24. วิพากษ์วิจารณ์ต่าง ๆ ตามความเห็นของตน
25. มีค่านิยมและอุดมการณ์ของตนเอง
26. ให้ความร่วมมือและยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่น
27. ชอบบอกคำสั่งด้วยคำว่า “ควร.....”หรือ “ต้อง.....”
28. ควบคุมความรู้สึกและอารมณ์ไม่ได้
29. อาละวาดเมื่อไม่พอใจ
30. ศึกษาและค้นคว้าเรื่องที่นำเสนอ
31. คิดว่าตัวเองทำอะไรถูกต้องเสมอ
32. ดำเนินชีวิตไปเรื่อย ๆ โดยไม่มีจุดหมาย
33. กระทำการโดยคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวม
34. เห็นคุณค่าของประสบการณ์ชีวิต
35. มีความถนัดพิเศษบางอย่าง
36. รักษาเวลาและตรงต่อเวลา
37. มีความเป็นกันเองและเป็นมิตร
38. รับผิดชอบต่อภาระหน้าที่
39. ขาดประสบการณ์ชีวิต
40. ไม่ยอมพูดเมื่อรู้สึกโกรธ

กลุ่มที่ 3 ข้อ 41 – 60

41. แต่งกายเหมาะสมกับโอกาสและหน้าที่
42. ปฏิบัติตัวตามขนบธรรมเนียมประเพณีนิยม
43. สามารถแยกความฝันออกจากความเป็นจริงได้
44. ทำอะไรไม่ถูกกาลเทศะ
45. ชอบพูดว่า “ฉันไม่แคร์.....”
46. รู้สึกต้องพึ่งผู้อื่นเสมอ
47. ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้
48. สนุกสนานรื่นเริงอยู่เสมอ
49. กล่าววาจาสุภาพอ่อนโยน
50. วางตัวเหมาะสมกับสภาพการณ์ในสังคม
51. รู้สึกมีภาระต้องรับผิดชอบหลายอย่าง

52. ตัดสินใจด้วยตนเองไม่ได้
53. ขี้ขลาด และขี้อาย
54. ชอบสั่งสอนและถ่ายทอดคุณธรรมให้ผู้อื่น
55. แก้ปัญหาโดยใช้วิจารณ์ญาณและเหตุผล
56. มีเมตตาชอบช่วยเหลือผู้อื่น
57. ดำเนินชีวิตตามความเคยชิน
58. ปกป้อง คุ่มครองผู้ที่อ่อนแอกว่า
59. เป็นตัวเองของตัวเองตามธรรมชาติ
60. ปฏิบัติตามหลักคำสอนของศาสนา

การพัฒนาตนเอง

1. พิจารณาว่า สภาวะการเป็นพ่อแม่ มีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรมในลักษณะใดบ้าง
2. พิจารณาว่า สภาวะการเป็นผู้ใหญ่ มีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรมในลักษณะใดบ้าง
3. พิจารณาว่า สภาวะการเป็นเด็ก มีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรมในลักษณะใดบ้าง
4. พยายามสร้างลักษณะที่พึงปรารถนาขึ้นในสภาพอิโกทั้ง 3 สภาวะให้มีความสมดุลกัน
5. สังเกตว่า เมื่อติดต่อสัมพันธ์กับผู้อื่น ท่านแสดงพฤติกรรมในสภาวะใดมากที่สุด
6. สร้างความรู้สึกที่ดีต่อตนเอง รู้จักยืดหยุ่น รู้จักแสดงพฤติกรรมในแต่ละสภาวะให้เหมาะสมกับเหตุการณ์
7. พยายามทำให้สภาพชีวิตมีความรื่นเริง สนุกสนานด้วยการพักผ่อน ท่องเที่ยวไปด้วยความพอใจและเต็มใจ ไม่ใช่ไปด้วยมารยาท หรือจำเป็นต้องไป

การวิเคราะห์การติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

การวิเคราะห์การติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เป็นการวิเคราะห์โดยพิจารณาสถานภาพ (Ego state) ของบุคคลเป็นหลัก ซึ่งการวิเคราะห์แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารหรือความเอาใจใส่ระหว่างบุคคลสองคน โดยมีการเข้าและการตอบสนองจากสภาวะบุคลิกภาพหนึ่งไปยังอีกบุคลิกภาพหนึ่ง หรืออาจจะยุ่งยากซับซ้อนกว่านั้น คือ สื่อสารกันจากสภาวะบุคลิกภาพมากกว่า 2 บุคลิกภาพ

ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์ (2531: 104 – 105) กล่าวว่า การวิเคราะห์การติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เป็นวิธีการที่อธิบายถึงการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลหนึ่งกับอีกบุคคลหนึ่ง โดย

บุคคลหนึ่งจะแสดงออกทางวาจา ซึ่งวาจาหรือทำที่นั้นจะส่งมาจากภาวะตัวตนของบุคคลหนึ่งสื่อไปยังภาวะตัวตนของอีกบุคคลหนึ่ง สำหรับการติดต่อสัมพันธ์นี้สามารถอธิบายได้ในรูปของสิ่งเร้าและการตอบสนองเช่น บุคคลหนึ่งจะส่งสื่อสัมพันธ์ จากภาวะความเป็นผู้ใหญ่ของตนไปยังภาวะความเป็นผู้ใหญ่ของอีกบุคคลหนึ่ง หรือจากภาวะความเป็นเด็กของบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง ส่งไปยังภาวะความเป็นผู้ใหญ่ของอีกบุคคลหนึ่ง เป็นต้น

การติดต่อหรือสื่อสัมพันธ์ทางสังคม หรือการติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคล แบ่งเป็น 2 ประเภทคือ

ประเภทที่ 1 การติดต่อสัมพันธ์กันอย่างง่าย (Simple Transaction) เป็นการติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคลจากภาวะตัวตนของบุคคลหนึ่ง ไปสู่ภาวะตัวตนของอีกบุคคลหนึ่ง แบ่งเป็น 2 รูปแบบคือ

ก. การติดต่อสัมพันธ์ที่รับกัน (Complementary Transaction)

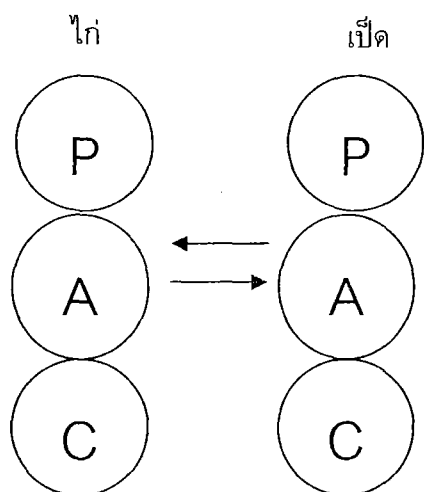
ข. การติดต่อสัมพันธ์ ที่สวนทางกัน (Cross Transaction)

ประเภทที่ 2 การติดต่อสัมพันธ์ที่แฝงความต้องการที่แท้จริง (Ultior Transaction) เป็นการติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยผู้สื่อใช้วาจาหรือพฤติกรรมอย่างหนึ่ง แต่ความมุ่งหวังที่แท้จริงของบุคคลนั้น ต้องตีความจากความหมายที่แฝงไว้ แต่ไม่ได้แสดงออกมาเพราะผู้สื่อทราบว่าจะวาจาหรือพฤติกรรมที่เขาแสดงออกมาเป็นสิ่งที่สังคมยอมรับ แต่พฤติกรรมที่เขาซ่อนไว้เป็นความต้องการที่แท้จริงที่เขาแสวงหา

รูปแบบของการติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคล สามารถแบ่งเป็นรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้

1. การติดต่อสัมพันธ์ที่รับกันหรือไม่ขัดแย้งกัน (Complementary or Parallels Transaction) การติดต่อสัมพันธ์แบบนี้จะมีลักษณะถ้อยที่ถ้อยอาศัยกัน ผู้สื่อสารคาดหวังว่าจะได้รับการตอบสนองจากบุคคลที่ตนสื่อสารอย่างไร ก็จะได้การตอบสนองตามคาดหวัง ไม่ขัดแย้งกันสัมพันธ์ภาพระหว่างบุคคลจึงเป็นไปในเชิงบวก เช่น มีมิตรไมตรีที่ดีต่อกัน ไว้ใจและเข้าใจกัน ดังนั้นสัมพันธ์ภาพระหว่างบุคคลจึงเป็นไปในเชิงบวก เช่นมีมิตรไมตรีที่ดีต่อกัน ไว้ใจและเข้าใจกัน ดังนั้นสัมพันธ์ภาพระหว่างทั้งสองฝ่ายก็จะดำเนินต่อไปได้เรื่อย ๆ อย่างราบรื่น ถ้าวิเคราะห์จากทิศทาง (Vector) ของการสื่อสาร ลูกศรจะไม่ขัดกัน ลูกศรจะขนานกันไปดังภาพประกอบ

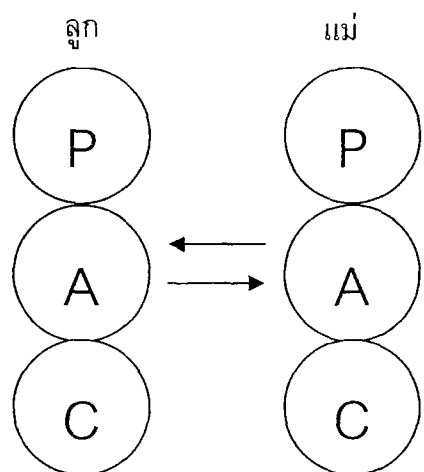
ตัวอย่างที่ 1



ไก่อ : อาทิตย์หน้าจะสอบกันแล้ว
เธออ่านหนังสือหรือยัง

เปิด : ยังเลย ต้องรีบทำรายงานที่
จะส่งวันมะรืนนี้ก่อน

ตัวอย่างที่ 2



ลูก : แม่ขา หนูขออนุญาตไปดู
หนังกับเพื่อนนะคะ

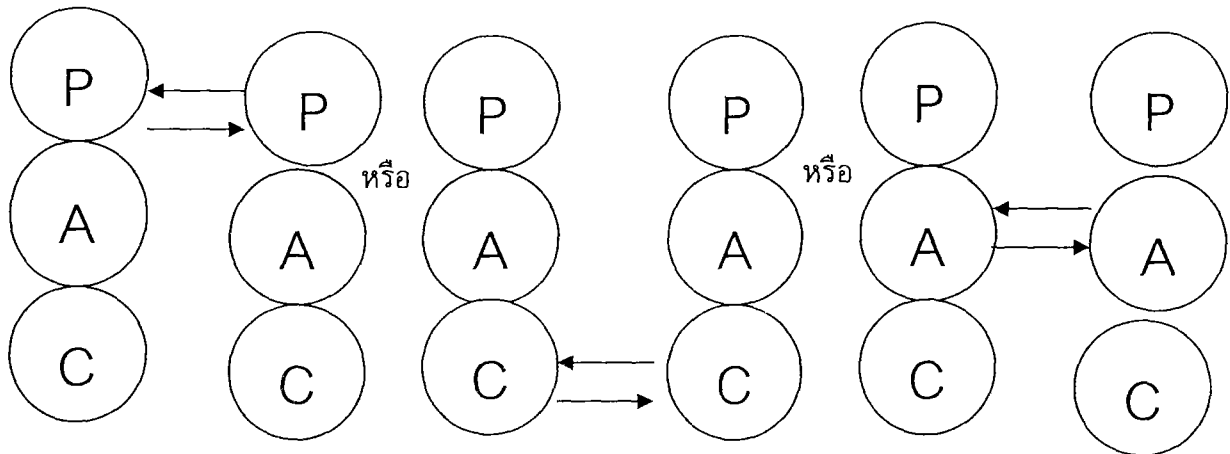
แม่ : ได้จ้ะ แล้วรีบกลับบ้าน
นะจ๊ะ

ภาพประกอบแสดงลักษณะการติดต่อสัมพันธ์แบบไม่ขัดแย้ง

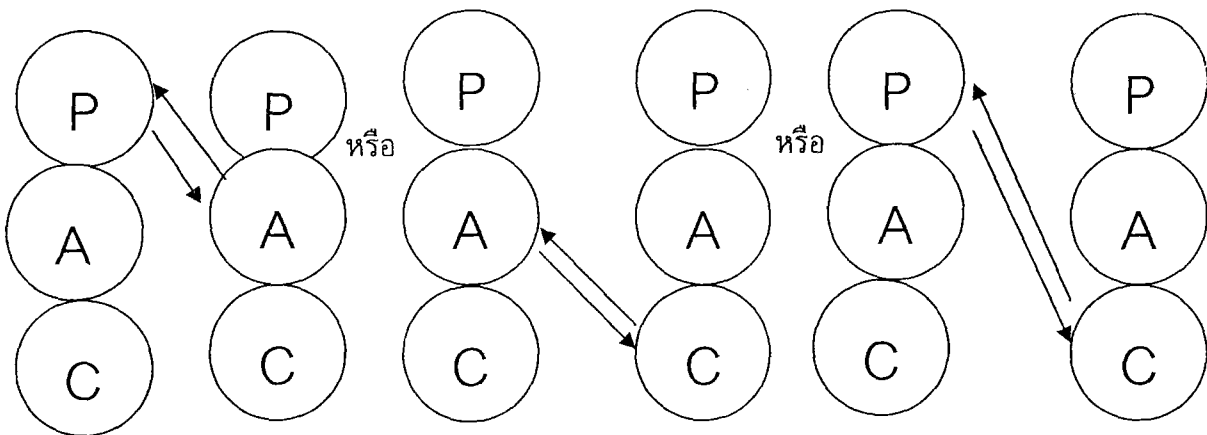
จากตัวอย่างที่ 1 แสดงให้เห็นว่า ทั้งไก่อและเปิดติดต่อสัมพันธ์กันโดยที่แต่ละฝ่ายใช้
ภาวะตัวตนแบบเดียวกัน คือแบบผู้ใหญ่

จากตัวอย่างที่ 2 แสดงให้เห็นว่า ทั้งแม่และลูกติดต่อสัมพันธ์กันโดยที่แต่ละฝ่ายใช้
ภาวะตัวตนต่างแบบกัน กล่าวคือลูกใช้บุคลิกภาพแบบพ่อแม่ที่ได้รับการขัดเกลา (AC) ในการ
ติดต่อสัมพันธ์กับแม่ในขณะที่แม่ใช้บุคลิกภาพแบบพ่อแม่ที่มีแต่ความเมตตากรุณา (NP) ในการ
โต้ตอบกับลูก

สัมพันธภาพแบบถ้อยที่ถ้อยอาศัย มีทิศทางติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เป็นลักษณะคู่ขนานกันโดยจะเกิดขึ้นในการติดต่อสัมพันธ์ซึ่งทั้งสองฝ่ายใช้ภาวะตัวตนแบบเดียวกันหรือต่างแบบกัน ดังภาพประกอบ



การใช้ภาวะตัวตนแบบเดียวกัน



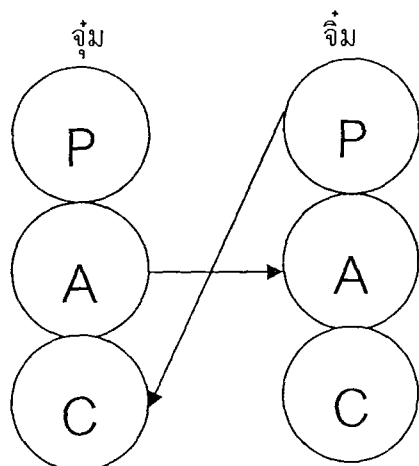
การใช้ภาวะตัวตนแบบต่างกัน

ในการติดต่อแบบถ้อยที่ถ้อยอาศัยนี้ เมื่อการติดต่อเสร็จสิ้นลง ทั้งสองฝ่ายจะเกิดความรู้สึกพึงพอใจ ประทับใจ ไม่ขุนหมองใจหรือโกรธเคืองกัน ไม่มีปัญหาติดค้างในใจ ในชีวิตประจำวันจะเป็นแบบ “บัวไม่ช้ำ น้ำไม่ขุ่น”

2. การติดต่อสัมพันธ์แบบขัดแย้ง (Cross Transaction) เป็นการติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ซึ่งฝ่ายหนึ่งไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ จึงทำให้เกิดสัมพันธภาพในเชิงลบ เกิดการขัดแย้งกันขึ้น มีข้อขัดแย้งกัน ไม่ร่วมมือกัน หรือเกิดความเข้าใจผิดกันอาจถึงขั้นทะเลาะวิวาทเป็นศัตรูกันได้ ดังนั้น เมื่อมีสัมพันธภาพแบบขัดแย้งกันเกิดขึ้น มักจะทำให้การติดต่อสัมพันธ์หยุดชะงัก ไม่สามารถดำเนินต่อไปได้ จะล้มเหลวก่อนระยะเวลาหรือก่อนที่จะ

วัตถุประสงคที่ตั้ไว้จะบรรลุความสัมพันธ์อาจเป็นไปได้เพียงช่วงสั้น ๆ เท่านั้น เพราะผู้สื่อสารไม่ได้รับการตอบสนองจากบุคคลที่ตนมีปฏิสัมพันธ์ด้วยดังที่คาดหมายไว้ ถ้าวิเคราะห์จากทิศทาง (Vector) ของการติดต่อลูกศรจะตัดข้ามกัน ดังภาพประกอบ

ตัวอย่างที่ 1

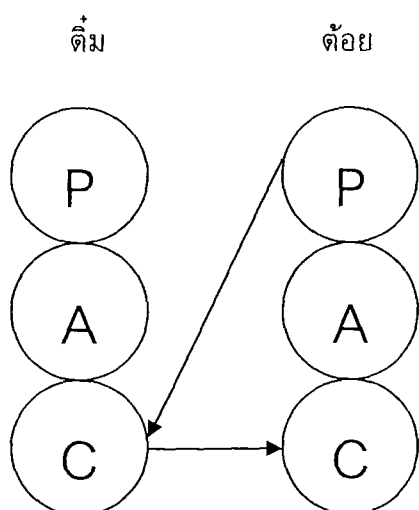


จุ่ม : เที่ยงแล้วไปทานข้าวเถอะ
จิม : เธอน่าจะทำงานให้เสร็จก่อน
ที่จะคิดเรื่องทานอาหารนะ

ภาพประกอบแสดงการติดต่อสัมพันธ์แบบขัดแย้งที่ลูกศรตัดข้าม

จากตัวอย่างที่ 1 จะเห็นได้ว่าทิศทางซึ่งแสดงการติดต่อสัมพันธ์ระหว่างจุ่มกับจิม มีลักษณะที่ตัดข้ามกัน ซึ่งมักจะทำให้การติดต่อระหว่างทั้งสองฝ่ายดำเนินไปอย่างไม่ราบรื่น

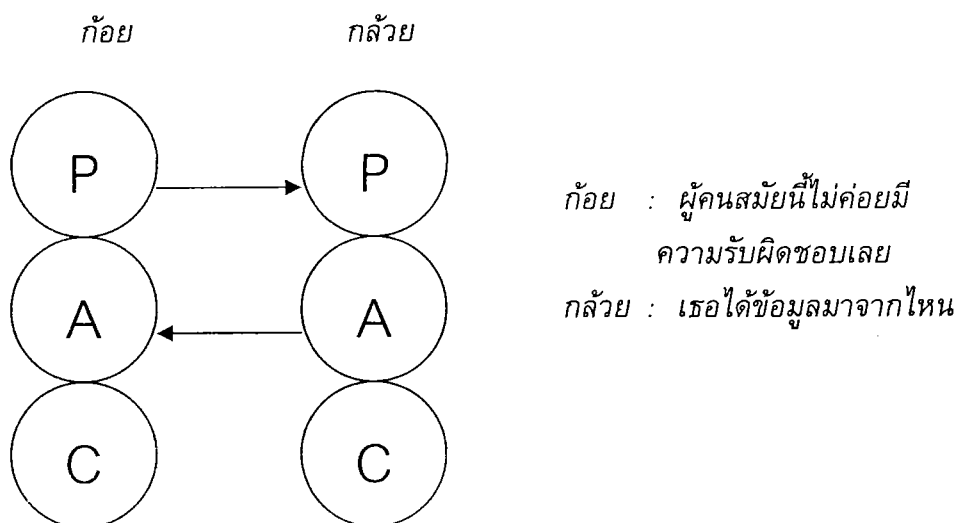
ตัวอย่างที่ 2



ติ่ม : ไปเที่ยวกันเถอะ
ต้อย : เธอต้องอ่านหนังสือเตรียม
สอบในสัปดาห์หน้า จำไม่ได้หรือ

ภาพประกอบแสดงการติดต่อสัมพันธ์แบบขัดแย้งที่ลูกศรไม่ตัดข้ามกัน

จากตัวอย่างที่ 2 ทิศทาง (ลูกศร) ไม่ได้ตัดข้ามกัน แต่เป็นการติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคลซึ่งฝ่ายหนึ่งไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ จึงเป็นลักษณะคล้าย ๆ กับ “ถามอย่าง ตอบอย่าง” หรือ “พูดกันไม่รู้เรื่อง” ซึ่งสัมพันธ์ภาพดังกล่าวนี้ มักจะนำไปสู่ความขัดแย้ง



จากตัวอย่างที่ 3 เป็นลักษณะการสื่อสารสัมพันธ์ที่ไม่สอดคล้องกัน จึงไม่ได้รับการตอบสนองตรงตามที่ต้องการคาดหวัง การติดต่อสัมพันธ์แบบขัดแย้งนี้ทำให้การสื่อสารสัมพันธ์ติดขัดสะดุด หรือบางครั้งหยุดชะงัก มักก่อให้เกิดความรู้สึกทางด้านลบ ก่อให้เกิดความยุ่งยากในการทำงานหรือการแสดงออกบ้าง แต่ก็มีประโยชน์ที่ช่วยท้าทายให้คู่สื่อสารได้ใช้ภาวะตัวตนอื่น ๆ ในการคิดหรือการแสดงออกบ้าง ไม่ใช่เพียงภาวะตัวตนเดียวตามมีตนเองเคยชินเท่านั้น เช่น ในลักษณะของเด็กที่ต้องพึ่งพาผู้อื่นอยู่เสมอ แทนที่ครูจะสื่อสารในรูปแบบของการติดต่อสัมพันธ์ที่ รั้งกัน หรือใช้ภาวะความเป็นพ่อแม่ที่มีความเมตตากรุณา ครูควรสื่อสารด้วยภาวะตัวตนอื่น ๆ แม้จะเป็นการติดต่อสัมพันธ์ที่ขัดแย้งกันก็ตาม ตัวอย่างเช่น

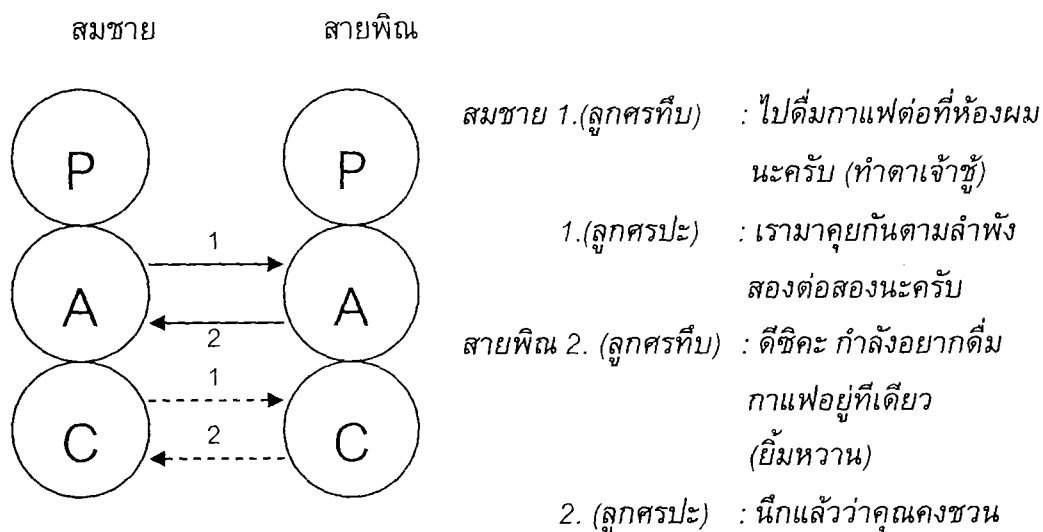
- นักเรียน : อาจารย์คะ หนูจะทำคณิตศาสตร์อย่างไรดีคะ
- ครู : ลองใช้ความสามารถของตนเองดูซิว่าจะทำอย่างไร (Adult Ego State)
- : อย่าวิตกกังวลไป มันไม่ใช่ปัญหาโลกแตกหรอกน่า (Natural Child)
- : ก่อนจะถามคนอื่น ลองคิดด้วยตนเองก่อน แล้วบอกมาซิว่า คุณจะทำปัญหานั้นอย่างไรดี (Controlling Parent)

3. การติดต่อสัมพันธ์แบบที่มีนัยเคลือบแฝง (Ulterior Transaction) เป็นการติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคลซึ่งผู้ติดต่อแสดงพฤติกรรมที่สังเกตเห็นได้อย่างหนึ่ง แต่มีความต้องการที่แท้จริงซึ่งเคลือบแฝงหรือซ่อนเร้นได้ภายในเป็นอีกอย่างหนึ่ง ซึ่งมีลักษณะคล้าย ๆ กับ “ปากอย่าง ใจอย่าง” หรือ “วาจาขัดแย้งกับท่าทาง” พฤติกรรมหรือวาจาที่เขาแสดงออกเป็นสิ่งที่สังคมยอมรับและเปิดเผยได้ เป็น Social Message ส่วนความต้องการที่แท้จริงนั้นเปิดเผยโดยตรง

ไม่ได้ แต่เป็นความต้องการที่เขาตระหนักรู้อยู่แก่ใจ เป็น Psychological Message อย่างไรก็ตาม ผู้ที่ใช้การสื่อสารสัมพันธ์ที่มีนัยเคลือบแฝงต้องการให้ผู้รับตีความด้วยนั้น ตอบสนองความต้องการในระดับจิตวิทยา(Psychological Level) ของตน การติดต่อสัมพันธ์แบบที่มีนัยเคลือบแฝง ผู้ใช้จะเป็นผู้รู้ตัว หรือนักจิตวิทยาที่มีความชำนาญในการวิเคราะห์การติดต่อสื่อสารสัมพันธ์ระหว่างบุคคล สามารถวิเคราะห์ได้โดยการสังเกตจากท่าทางและพฤติกรรมอื่น ๆ ที่แสดงออกมาซึ่งไม่สอดคล้องกับวาจาที่สื่อสารออกมา พฤติกรรมต่าง ๆ ที่ใช้ประกอบการสังเกต เช่น น้ำเสียง คำพูดที่เลือกใช้ สรรพนามที่ใช้ การพล่งปาก การแสดงออกทางสีหน้า การแสดงออกทางด้านร่างกาย เช่น ยกไหล่ การใช้มือ ประกอบคำพูด ฯลฯ

ความสัมพันธ์แบบเคลือบแฝงนั้นจำเป็นต้องใช้อยู่บ้างในสังคม เพราะมีความต้องการที่แท้จริงหลายลักษณะที่บุคคลไม่สามารถนำมาเปิดเผย หรือพูดกันอย่างตรงไปตรงมาได้ ทั้งนี้เพื่อรักษามารยาท อย่างไรก็ตาม การติดต่อสัมพันธ์แบบเคลือบแฝงจะนำไปสู่ความรู้สึกที่ไม่จริงใจ ต่อกัน หรือไม่ไว้วางใจกันระหว่างทั้งสองฝ่าย ดังภาพประกอบ

ตัวอย่างที่ 1



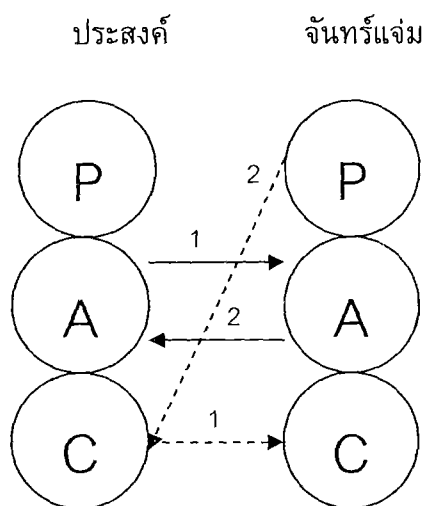
ภาพประกอบแสดงลักษณะการติดต่อสัมพันธ์ที่มีนัยเคลือบแฝงแบบไม่ชัดเจน

จากตัวอย่างที่ 1 แสดงให้เห็นว่า การติดต่อสัมพันธ์ของสมชายและสายพินมีนัยเคลือบแฝงแบบไม่ชัดเจน โดยแต่ละคนจะใช้ 2 ภาวะตัวตนในการติดต่อ เรียกว่า Duplex Transaction ลูกศรทึบแสดงถึงการติดต่อสื่อสารที่บุคคลแสดงออกโดยอาจใช้วาจาหรือมี

พฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งเป็นสิ่งที่สังคมยอมรับ(Social Message) ส่วนลูกศรประแสดงถึงความรู้สึกหรือความมุ่งหวังที่แท้จริงของบุคคลนั้น ซึ่งซ่อนเร้นหรือแอบแฝงอยู่ (Psychological Message)

ส่วนตัวอย่างที่ 2 นั้น เป็นลักษณะการติดต่อสัมพันธ์ที่มีเคลือบแฝงแบบขัดแย้ง

ตัวอย่างที่ 2



ประสงค์ 1. (ลูกศรทึบ) : ไปตีหมาแพ่ต่อที่ห้อง

ผมนะครับ (ทำตาเจ้าชู้)

1. (ลูกศรปะ) : เรามาคุยกันลำพัง

สองต่อสอง นะครับ

จันทรแจ่ม 2. (ลูกศรทึบ) : ดิฉันไม่ตีหมาแพ่คะ

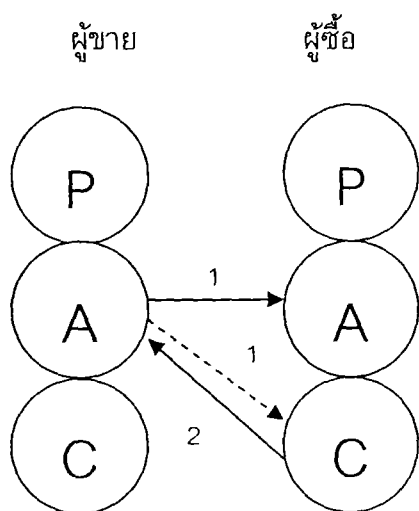
(ทำหน้าตาเฉย ไม่สบตา)

2. (ลูกศรปะ) : ฉันรู้ทันคนอย่างคุณ

อย่าพยายามเสียให้ยาก

ติดต่อสัมพันธ์ที่มีนัยเคลือบแฝงแบบขัดแย้ง

ตัวอย่างที่ 3



ผู้ชาย 1. (ลูกศรทึบ) : นี่เป็นรุ่นที่ดีที่สุดของเราแต่บาง ที่

คุณอาจอยากดูรุ่นถูก ๆ ก็ได้

(ทำหน้ายิ้ม ๆ)

1. (ลูกศรปะ) : คุณคงไม่กล้าซื้อของแพง ๆ

ดี ๆ ใช้หรอก

ผู้ชาย 2. (ลูกศรทึบ) : ฉันจะเอารุ่นนี้ล่ะ (ทำหน้าอ)

ภาพประกอบแสดงการติดต่อสัมพันธ์แบบ Angular Transaction

จากตัวอย่างที่ 3 ผู้ขายติดต่อกับผู้ซื้อโดยใช้ 2 ภาวะตัวตน และผู้ซื้อตอบสนองโดยใช้เพียงภาวะตัวตนเดียวเท่านั้น เรียกว่า Angular Transaction โดยผู้ขายติดต่อสัมพันธ์โดยใช้ข้อความที่เป็นที่ยอมรับทางสังคมจากภาวะความเป็นผู้ใหญ่ไปยังภาวะความเป็นผู้ใหญ่ของผู้ซื้อ และในขณะเดียวกันผู้ขายก็ส่งข่าวสารทางจิตวิทยา จากภาวะความเป็นผู้ใหญ่ไปตกเบ็ดภาวะความเป็นเด็กของผู้ซื้อซึ่งผู้ซื้อก็ติดเบ็ดผู้ขาย

ตามแนวทฤษฎีการวิเคราะห์การติดต่อสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การติดต่อสัมพันธ์สามารถประสบความสำเร็จได้ หากบุคคลรู้ภาวะตัวตนของตนและรู้ว่าผู้ที่เรติดต่อด้วยมีภาวะตัวตนแบบใด แล้วพยายามปรับตัวเข้าหากัน เพื่อให้เกิดการติดต่อสัมพันธ์แบบที่ไม่ขัดแย้งกัน ก็จะทำให้การติดต่อสัมพันธ์เป็นไปในทางที่ดี เกิดความพึงพอใจด้วยกันทั้งสองฝ่าย

การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	ทฤษฎีและเทคนิค	วิธีดำเนินการ
3	การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้านการมีบุคลิกภาพที่ดี หมายถึง ลักษณะเฉพาะตน ที่เป็นผลรวมของพฤติกรรมทั้งหมด ที่แสดงออกมาก่อให้เกิดความประทับใจแก่ผู้พบเห็น ได้แก่ ลักษณะของ ท่าที่ การแสดงออก ด้วยความสุภาพอ่อนน้อมถ่อมตน มีความคล่องแคล่วเชื่อมั่นในตนเอง มีการควบคุมอารมณ์ที่ดี เป็นผู้ฟังที่ดี มีมารยาท และมีการแต่งกายที่ดูดี มีความเหมาะสมกับกาลเทศะ	เพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้านการมีบุคลิกภาพที่ดี ได้แก่ ลักษณะท่าทีของ 1. การแสดงออกด้วยความอ่อนน้อมถ่อมตน 2. มีความคล่องแคล่ว 3. ความเชื่อมั่นในตนเอง 4. การควบคุมอารมณ์ที่ดี 5. การเป็นผู้ฟังที่มีมารยาท 6. การแต่งกายที่ดูดีมีความเหมาะสมกับ กาลเทศะ	1. การระดมสมองเพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้มีการคิดอย่างมีอิสระและมีความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับการมีบุคลิกภาพ ที่ดีว่าควรมีลักษณะอย่างไรและมี ความสำคัญมากน้อยเพียงใด 2. การใช้ตัวแบบเพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเกิดการเรียนรู้ที่ได้เห็นจากตัวแบบและปฏิบัติตามตัวแบบในด้าน การมีบุคลิกภาพที่ดี 3. การใช้สถานการณ์จำลองเพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ฝึกปฏิบัติเกี่ยวกับ 3.1 การแสดงออกด้วยความอ่อนน้อมถ่อมตน 3.2 มีความคล่องแคล่ว 3.3 ความเชื่อมั่น	1. ขั้นเริ่มต้น 1.1 ผู้วิจัยทบทวนและติดตามผลสิ่งที่กล่าวไปในการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาครั้งก่อน 1.2 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการมี บุคลิกภาพที่ดีว่ามีความสำคัญอย่างไรกับการเป็นผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง 2. ขั้นดำเนินการ 2.1 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาแบ่งเป็น 2 กลุ่มเพื่อระดมสมองเกี่ยวกับการมีบุคลิกภาพที่ดีว่า 2.1.1 บุคลิกภาพที่ดีควรมีลักษณะอย่างไรและมีความสำคัญมากน้อยเพียงใด 2.1.2 ให้ตัวแทนของแต่ละกลุ่มนำเสนอผลของการระดมสมอง 2.2 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาดูภาพยนต์และรูปภาพที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพที่ดีของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง 2.3 ให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้วิเคราะห์จากตัวแบบที่ได้ดูและอภิปรายถึงความสำคัญของการมีบุคลิกภาพที่ดี 2.4 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาแสดงความคิดเห็นความรู้สึก ที่มีต่อภาพยนตร์และภาพนั้น ๆ และแสดงความ

การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	ทฤษฎีและเทคนิค	วิธีดำเนินการ
3 (ต่อ)			ในตนเอง 3.4 การควบคุมอารมณ์ที่ดี 3.5 การเป็นผู้ฟังที่มีมารยาท 3.6 การแต่งกายที่ ดูดีมีความเหมาะสมกับกาลเทศะ	คิดเห็นว่า ผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงควรที่จะเพิ่มหรือลดบุคลิกภาพในด้านใดบ้าง 2.5 การใช้สถานการณ์จำลองเพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาฝึกปฏิบัติเกี่ยวกับ 2.5.1 การแสดงออกด้วย ความอ่อนน้อมถ่อมตน 2.5.2 มีความคล่องแคล่ว 2.5.3 ความเชื่อมั่นในตนเอง 2.5.4 การควบคุม อารมณ์ที่ดี 2.5.5 การเป็นผู้ฟังที่มีมารยาท 2.5.6 การแต่งกายที่ดูดีมีความเหมาะสมกับกาลเทศะ 2.6 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้แสดงความคิดเห็นจากการได้ดูการ แสดงในสถานการณ์จำลอง 3. ขั้นสรุป ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้สรุปถึงการมีบุคลิกภาพที่ดีว่าควรจะมีคุณลักษณะอย่างไร และ ผู้วิจัยสรุปเพิ่มเติมพร้อมทั้งตอบข้อซักถาม

รายละเอียดโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเพื่อพัฒนาคุณลักษณะ ที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ครั้งที่ 3

เรื่อง : การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ในด้าน
บุคลิกภาพที่ดี

เวลา : 4 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์

เพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้าน
บุคลิกภาพที่ดี ได้แก่ ลักษณะท่าทีของ

1. การแสดงออกด้วยความอ่อนน้อมถ่อมตน
2. มีความคล่องแคล่ว
3. ความเชื่อมั่นในตนเอง
4. การควบคุม อารมณ์ที่ดี
5. การเป็นผู้ฟังที่มีมารยาท
6. การแต่งกายที่ดูดีมีความเหมาะสมกับ กาลเทศะ

อุปกรณ์

1. เครื่องฉายภาพวิดิทัศน์
2. สไลด์ฉายภาพ
3. เอกสารประกอบการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาครั้งที่ 3

วิธีดำเนินการ

1. ขั้นเริ่มต้น

1.1 ผู้วิจัยทบทวนและติดตามผลสิ่งที่กล่าวไปในการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา
ครั้งก่อน

1.2 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ
บุคลิกภาพที่ดีว่ามีความสำคัญอย่างไรกับการเป็นผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

2. ขั้นดำเนินการ

ในการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ในด้าน
บุคลิกภาพที่ดี ผู้วิจัยใช้เทคนิคการระดมสมองและการใช้ตัวแบบ โดยมีขั้นตอนดังนี้

2.1 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาแบ่งเป็น 2 กลุ่มเพื่อระดม

สมองเกี่ยวกับการมีบุคลิกภาพที่ดีว่า

- 2.1.1 บุคลิกภาพที่ดีควรมีลักษณะอย่างไรและมีความสำคัญมากน้อยเพียงใด
- 2.1.2 ให้ตัวแทนของแต่ละกลุ่มนำเสนอผลของการระดมสมอง
- 2.2 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาดูภาพยนต์และรูปภาพที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพที่ดีของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง
- 2.3 ให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้วิเคราะห์จากตัวแบบที่ได้ดูและอภิปรายถึงความสำคัญของบุคลิกภาพที่ดี
- 2.4 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาแสดงความคิด ความรู้สึก ที่มีต่อภาพยนต์และภาพนั้น ๆ และแสดงความคิดเห็นว่า ผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงควรจะเพิ่มหรือลดบุคลิกภาพในด้านใดบ้าง
- 2.5 การใช้สถานการณ์จำลอง เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาฝึกปฏิบัติเกี่ยวกับ

- 2.5.1 การแสดงออกด้วยความอ่อนน้อมถ่อมตน
- 2.5.2 มีความคล่องแคล่ว
- 2.5.3 ความเชื่อมั่นในตนเอง
- 2.5.4 การควบคุม อารมณ์ที่ดี
- 2.5.5 การเป็นผู้ฟังที่มีมารยาท
- 2.5.6 การแต่งกายที่ดูดีมีความเหมาะสมกับ กาละเทศะ
- 2.6 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้แสดงความคิดเห็นจากการได้ดูการแสดงในสถานการณ์จำลอง

ขั้นสรุป

ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้สรุปถึงบุคลิกภาพที่ดีว่าควรมีคุณลักษณะอย่างไร และ ผู้วิจัยสรุปเพิ่มเติมพร้อมทั้งตอบข้อซักถาม

การประเมินผล

1. สังเกตจากความสนใจ และ ตั้งใจในการชมภาพยนต์ และรูปภาพ
 2. สังเกตจากการแสดงความคิด ความรู้สึก ที่มีต่อตัวแบบ และแสดงความคิดเห็นว่าควรจะเพิ่มหรือลดบุคลิกภาพในด้านใดบ้าง
 3. สังเกตจากความกระตือรือร้นที่จะเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพของตนเองให้ดีขึ้น
 4. สังเกตจากการแสดงออกในสถานการณ์จำลองเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์
- ในด้านการมีบุคลิกภาพที่ดี
5. การประเมินผลจากแบบประเมินผลของผู้วิจัย

เอกสารประกอบการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาครั้งที่ 3

การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ในด้านบุคลิกภาพที่ดี

บุคลิกภาพ (Personality) มาจากคำว่า Person ซึ่งมาจากคำในภาษาละตินว่า Persona หมายถึง หน้ากาก (Mask) ที่ตัวละครสวมเล่นละครหรือแสดงบนเวทีในสมัยกรีกโบราณ เพื่อแสดงบทบาทที่ถูกกำหนด บุคลิกภาพเป็นลักษณะที่บุคคลแสดงออก ซึ่งมีผลมาจากพัฒนาการในช่วงต่าง ๆ ของชีวิต ตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน และเป็นปัจจัยสำคัญอันหนึ่งที่จะกำหนดความสำเร็จ หรือความล้มเหลวในการปรับตัว หรือการติดต่อสัมพันธ์กับบุคคลและสิ่งแวดล้อม แต่ละบุคคลอาจจะมีลักษณะบุคลิกภาพที่แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับการอบรมเลี้ยงดู และสิ่งแวดล้อมที่บุคคลอาศัยอยู่

ในปัจจุบันยังไม่มีคำจำกัดความของบุคลิกภาพที่ดีที่สุดหรือถูกต้องที่สุด คำจำกัดความที่ใช้กันอยู่อย่างกว้างขวาง เป็นเพียงแต่สะท้อนถึงพฤติกรรม ที่ผู้ต้องการศึกษาให้ความสนใจเป็นด้าน ๆ ไป เช่น

เชดคักดี โฆวาสิษฐ์ (2520: 3) ให้ความหมายของบุคลิกภาพว่า เป็นลักษณะนิสัย (Traits) ที่รวมกันเป็นแบบฉบับเฉพาะตัวของแต่ละบุคคล และเป็นสิ่งที่ทำให้เห็นความแตกต่างระหว่างบุคคล ซึ่งพิจารณาได้จากรูปแบบพฤติกรรมของบุคคลนั้นที่แสดงออกหรือตอบสนอง (Interaction) ต่อสิ่งแวดล้อม

สุโท เจริญสุข (2519: 71) ได้ให้ความหมายของบุคลิกภาพไว้ว่า บุคลิกภาพหมายถึง ลักษณะส่วนรวมของบุคคล เช่น รูปร่างหน้าตา กิริยาท่าทาง อารมณ์ ความสามารถ ทักษะอุปนิสัย ความรู้สึกนึกคิดและเจตคติ

จากคำจำกัดความของบุคลิกภาพจึงได้สรุปความหมายของบุคลิกภาพว่า หมายถึง ลักษณะเฉพาะตัวของบุคคล ที่รวมคุณลักษณะทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจของบุคคล ตลอดจนถึงลักษณะกิริยาท่าทาง การแสดงออกทางอารมณ์ การปรับตัว ค่านิยม พฤติกรรมทั้งที่เปิดเผยและซ่อนเร้น ซึ่งเป็นการตอบสนองต่อสภาพการณ์และสิ่งแวดล้อม ทำให้ทราบถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล

แนวคิดเกี่ยวกับบุคลิกภาพของนักขาย

เนื่องจากผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงหรือนักขายเป็นตัวแทนของบริษัท ที่จะติดต่อสื่อสารนำข้อมูลของสินค้า และบริการให้แก่ลูกค้า หากพนักงานขายซึ่งเป็นหน้าด่านแรกของบริษัท มีบุคลิกภาพไม่เหมาะสมทั้งบุคลิกภาพภายนอกและบุคลิกภาพภายใน ลูกค้าอาจมีทัศนคติไม่ดีต่อนักขายและอาจมีผลถึงบริษัท ลูกค้าจะเกิดทัศนคติในแง่ลบต่อสินค้า หรือบริษัท ทำให้ไม่คิดจะทดลองซื้อสินค้าไปใช้ แต่ถ้าพนักงานขายมีบุคลิกภาพที่ประทับใจลูกค้า

ยิ้มแย้มแจ่มใส ลักษณะเป็นมิตร พร้อมทั้งให้บริการแก่ลูกค้าแล้ว บางครั้งลูกค้าบางรายที่ไม่คิดจะซื้อสินค้า อาจเกิดความรู้สึกที่ดีกับพนักงานขายอยากทดลองใช้สินค้า จะเห็นได้ว่าถึงแม้พนักงานขายจะมีความรู้ในตัวผลิตภัณฑ์ดีทุกอย่าง มีความชำนาญในการขาย หากขาดบุคลิกภาพที่เอื้อในการขายแล้ว ย่อมไม่ประสบความสำเร็จในงานขายได้

อมร ถาวรมาศ (2537: 38) ได้กล่าวถึง คุณสมบัติของนักขายหรือพนักงานขาย ผู้ประสบความสำเร็จว่า จะต้องมีความจริงใจ มีความกระตือรือร้น กระฉับกระเฉง ว่องไว มีความรอบรู้และสนใจในสิ่งรอบด้าน มีความเป็นมิตร ยินดีที่จะช่วยเหลือผู้อื่น บุคลิกภาพน่าเชื่อถือทั้งกาย วาจา ใจ มีความเข้าใจหรือความละเอียดอ่อน (Empathy หรือ Sensibility) และมีความเอาชนะหรือมีความมุ่งมั่นเฉพาะตัว (Ego Drive หรือ Self Motivation)

แกรแฮม (Graham. 1989: 42 – 43) ได้กล่าวว่า คนจำนวนมากไม่ได้เลือกอาชีพนักขาย เพราะพวกเขาเหล่านั้นกลัวและมีจินตนาการในแง่ลบต่องานขาย ปัญหาส่วนใหญ่ของพนักงานขาย คือ บุคลิกภาพในการขาย ซึ่งได้แก่ ความยินดีที่จะให้บริการ (The Glad-Handling) การทำงานเป็นกลุ่ม (Gregarious) และการเป็นคนเปิดเผย (Extrovert) ซึ่งบุคลิกภาพเหล่านี้ จะทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจ และมักจะซื้อสินค้ากับพนักงานขายคนนั้น พนักงานขายที่เก่งไม่ได้เกิดมาเพื่อจะเป็นพนักงานขาย (Not Born To Be Great Salespeople) แต่เกิดจากการเรียนรู้เทคนิค ศึกษาความต้องการของลูกค้าเรียนรู้ว่าลูกค้ามีความพอใจอย่างไร และติดตามอยู่เสมอ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่พนักงานขายทุกคนต้องมี

ความสำคัญของบุคลิกภาพ

บุคลิกภาพมีความสำคัญต่อบุคคลในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. เกิดความแตกต่างระหว่างบุคคล การที่บุคคลใดแตกต่างจากบุคคลอื่น จะรู้ได้ตั้งแต่อายการสังเกตจากสิ่งที่มองเห็นก่อน คือพฤติกรรมโดยเฉพาะพฤติกรรมที่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอในตัวบุคคล และพฤติกรรมดังกล่าวนี้ก็คือบุคลิกภาพทางกายของบุคคลนั้น
2. การตระหนักในเอกลักษณ์ของบุคคล บุคลิกภาพที่ทำให้แต่ละคนมีลักษณะเฉพาะที่เป็นของตนเอง และบุคลิกภาพที่เป็นเอกลักษณ์ แห่งตนเองเป็นแบบของบุคลิกภาพที่จะทำให้คนรุ่นหลัง เด็ก หรือ เยาวชน ได้ศึกษาและเลียนแบบเอกลักษณ์ดังกล่าว
3. การคาดหมายพฤติกรรมบุคลิกภาพของบุคคล ทำให้คนทั่วไปมีความคิดรวบยอดเกี่ยวกับคน ๆ นั้น และคนอื่นก็จะสามารถทำนายได้ว่า หากมีสถานการณ์บางอย่างเกิดขึ้นบุคคลนั้นน่าจะมีการตอบสนองในลักษณะใดมากที่สุด
4. ความมั่นใจการมีบุคลิกภาพที่ดีจะทำให้บุคคลที่มีความมั่นใจในการแสดงออกมากขึ้นและรู้แนวทางของการปฏิบัติที่เหมาะสมในแต่ละสถานการณ์ ดังนั้นโอกาสของการที่จะประสบความสำเร็จมีมากขึ้น และผู้เป็นเจ้าของบุคลิกภาพก็จะเกิดความมั่นใจได้มากในการแสดงออก

5. การปรับตัวให้เข้ากับผู้อื่น บุคลิกภาพมีส่วนสำคัญในการที่จะช่วยให้บุคคลสามารถปรับตัวเข้ากับบุคคลและสถานการณ์ได้ดีขึ้น รวดเร็วขึ้น การที่จะต้องปรับตัวเข้ากับผู้อื่นย่อมเกิดได้ง่าย เพราะสถานการณ์เอื้ออำนวยต่อการเกิดสัมพันธที่ดี

6. การยอมรับของกลุ่มบุคคลที่มีบุคลิกภาพดี มักจะเป็นที่ยอมรับของบุคคลทั่วไป โอกาสที่ติดต่อสัมพันธ์กับ บุคคลอื่นก็มีมากขึ้นด้วย ทำให้ได้รับความสะดวกในการปฏิบัติหน้าที่ การงานตลอดจนทำให้เกิดความมั่นคงทางจิตใจอีกด้วย

7. ความสำเร็จ บุคคลที่มีบุคลิกภาพที่ดีจะได้เปรียบบุคคลอื่นเสมอเพราะการมีบุคลิกภาพที่ดีนั้น จะทำให้ได้รับความเชื่อมั่นและศรัทธาจากผู้พบเห็นนั้นเป็นรากฐานแล้วดังนั้น การจะทำการใด ๆ ให้สำเร็จลุล่วงก็ย่อมจะง่ายขึ้น และได้نبความร่วมมือจากทุกคนมากกว่า บุคคลที่มีบุคลิกภาพที่ไม่ดี

ความสำคัญของบุคลิกภาพในงานขาย

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

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

การมีบุคลิกภาพที่ดีของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง หมายถึง ความสามารถในการแสดงออกด้วยความสัมพันธ์อันดีกับผู้อื่น โดยแสดงออกในด้านวัจนภาษาและอวัจนภาษา ได้แก่ การแสดงออกด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส รู้จักทักทายผู้อื่น มีความปรารถนาดี ไม่ดูถูกผู้อื่น รู้จักยอมรับ ยกย่อง ให้เกียรติผู้อื่นด้วยความจริงใจ และมีน้ำใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ช่วยเหลือผู้อื่น

สถานการณ์จำลอง

สมมติให้คุณคณิสสนีย์ เป็นแม่ทิมในระดับ Paradise ได้มอบหมายให้ท่านในฐานะลูกทิมที่อยู่ในระดับตำแหน่ง Gold star ไปพบท่านนายพลปรกรณ์และคุณหญิงวันเพ็ญที่บ้านพักของท่าน ในวันอาทิตย์ที่จะถึงนี้ เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์เสริมอาหารไปแนะนำให้ท่านทั้งสองตามที่ได้นัดหมายไว้ ซึ่งคุณคณิสสนีย์ได้ให้ข้อมูลเบื้องต้นว่า ท่านนายพลมีความสนใจในผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อบำรุงสุขภาพ แต่ภรรยาของท่านไม่ศรัทธาในผลิตภัณฑ์ของคนไทย และท่านมีนิสัยเจ้าระเบียบ เกลียดการไม่ตรงต่อเวลา และชอบที่จะซักถามข้อมูลและรายละเอียดอย่างตรงไปตรงมามาก่อนข้างมาก ให้ระวังในเรื่องการแสดงออกด้วย

สำหรับสถานการณ์นี้

1. ท่านจะเตรียมพร้อมอย่างไรในการเข้าพบท่านทั้งสอง
2. เมื่อเผชิญหน้ากับท่านทั้งสองท่านจะอย่างไร

หมายเหตุ

1. เวลาในการเตรียมความพร้อม 5 นาที
2. เวลาในการแสดง 8 – 10 นาที

การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	ทฤษฎีและเทคนิค	วิธีดำเนินการ
4	การพัฒนา คุณลักษณะที่พึง ประสงค์ของผู้ จำหน่ายอิสระใน การขายตรงใน ด้านความ รับผิดชอบในการ ปฏิบัติงาน หมายถึงการ แสดงออกถึงการ ที่รับผิดชอบในการ กระทำทั้งต่อ ตนเองและผู้อื่น ในการปฏิบัติงาน ยอมรับผลของ การกระทำของ ตนเองไม่ว่าจะ เป็นผลดีหรือไม่ ได้แก่ ความตั้งใจ ทำงานให้สำเร็จ ตามเป้าหมายใน เวลาที่กำหนด โดยไม่ปล่อยปละ ละเลย หรือทำให้ เกิดการคั่งค้างใน การทำงานที่ยัง ไม่เสร็จ มีความ พร้อมที่จะ ปรับปรุงแก้ไข ความผิดพลาด ต่าง ๆ การบริหาร เวลาบริหาร ทีมงานและให้	เพื่อพัฒนา คุณลักษณะที่พึง ประสงค์ของผู้ จำหน่ายอิสระใน การขายตรงในด้าน ความรับผิดชอบใน การปฏิบัติงาน ได้แก่ 1. ความตั้งใจ ทำงานให้สำเร็จ ตาม เป้าหมายใน เวลาที่กำหนด 2. ไม่ปล่อยปละ ละเลยทำให้เกิด การ คั่งค้างใน การทำงานที่ยังไม่ เสร็จ 3. มีความพร้อมที่ จะปรับปรุงแก้ไข ความผิดพลาด ต่าง ๆ 4. มีการบริหาร เวลา ที่ดี 5. มีการบริหาร ทีมงานที่มี ประสิทธิภาพ 6. ให้ความสำคัญ ในการบริการลูกค้า ให้มีประสิทธิภาพ มาก ยิ่งขึ้น	ทฤษฎีการเผชิญ ความจริง (Reality Therapy) โดยใช้เทคนิค WDEP System เพื่อนำไปสู่การ เปลี่ยนแปลงใน ด้านความ รับผิดชอบในการ ปฏิบัติงาน	1. ขั้นเริ่มต้น 1.1 ผู้วิจัยทบทวนและติดตาม ผลสิ่งที่กล่าวไปครั้งก่อน 1.2 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการ ฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาแสดงความ คิดเห็นเกี่ยวกับความรับผิดชอบ ในการปฏิบัติงานว่ามีความสำคัญ อย่างไรกับการเป็นผู้จำหน่าย อิสระในการขายตรง 2. ขั้นดำเนินการ ในการฝึกอบรมในครั้งนี้ ผู้วิจัยให้ ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ได้เรียนรู้ที่จะเผชิญความจริง เกี่ยวกับสิ่งที่เกิดขึ้นกับตนเอง โดยเฉพาะความรับผิดชอบใน การปฏิบัติงาน เพื่อมุ่งหวังในการ หาแนวทางในการปรับเปลี่ยน พฤติกรรมให้มีคุณลักษณะที่พึง ประสงค์ในด้านความรับผิดชอบ โดย 2.1 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการ ฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาทำแบบ ประเมิน WDEP และสรุปผลการ ประเมิน 2.2 ผู้วิจัยอธิบายถึงทฤษฎี การเผชิญความจริงและวิธีการ WDEP System ที่จะนำไปสู่ คุณลักษณะที่พึงประสงค์ในด้าน ความรับผิดชอบโดย 2.2.1 W (Wants) หมายถึง การสำรวจความต้องการของ ตนเอง เป็นขั้นตอนของการ ส่งเสริมให้มีการคิด การทำความเข้าใจและไตร่ตรองว่าจะทำ

การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	ทฤษฎีและเทคนิค	วิธีดำเนินการ
4 (ต่อ)	ความสำคัญใน การบริการลูกค้า ให้มี ประสิทธิภาพ มากยิ่งขึ้น			อย่างไรต่อสิ่งที่บุคคลปรารถนา ให้บรรลุถึงความต้องการนั้น 2.2.2 D (Direction and Doing) เป็นระดับขั้นของทิศทาง ในการวางแผนที่จะกระทำ แสดงออกของแต่ละบุคคลให้ เกิดขึ้นในปัจจุบัน ด้วยการ ตระหนักรู้ในตนเองในอันที่จะ กระทำในสิ่งที่ดีกว่าในอดีตที่ผ่านมา เพื่อให้ได้รับสิ่งที่ตนเอง ต้องการหรือปรารถนาไว้ 2.2.3 E (Evaluation) เป็น ระดับขั้นของการประเมินผล บุคคลว่า สิ่งที่เปลี่ยนแปลงไปและ กำลังกระทำอยู่ในปัจจุบัน เป็นสิ่ง ที่ต้องการหรือไม่ บรรลุความ สำเร็จตามที่ต้องการได้หรือไม่ เพื่อให้บุคคลได้ตัดสินใจการกระทำ ที่มีคุณภาพของตนเองว่าเป็น อย่างไร 2.2.4 P (Planning and Commitment) เป็นขั้นตอนของ การกำหนดแผนเชิงปฏิบัติการ และเป็นการให้คำมั่นว่าจะปฏิบัติ ตามแผนที่กำหนดไว้ได้ 2.3 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการ ฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้ปฏิบัติ ตามวิธีการ WDEP โดย 2.3.1 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการ ฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้ตอบ คำถามในระดับขั้นที่ 1 (Wants) โดยผู้วิจัยจะใช้คำถามว่า - “คุณตั้งเป้าหมายไว้ อย่างไรในการทำงาน” - “คุณมีความพร้อมที่จะ

การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	ทฤษฎีและเทคนิค	วิธีดำเนินการ
4 (ต่อ)				ปรับปรุง แก้ไขความผิดพลาดของตนเองหรือไม่" - "คุณมีความต้องการอย่างไร สำหรับความรับผิดชอบในด้านการบริหารเวลา การบริหารทีมงาน และการบริการลูกค้า" เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้สำรวจความต้องการในความตั้งใจทำงานให้สำเร็จตามเป้าหมายในเวลาที่กำหนด 2.3.2 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้ตอบคำถามในระดับขั้นที่2 Direction and Doing โดยผู้วิจัยจะใช้คำถามว่า - "ตอนนี้คุณจะทำอย่างไร ให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้" - "ตอนนี้ คุณจะทำอะไรกับงานที่ค้างค้ำที่ยังไม่แล้วเสร็จบ้าง" - "คุณจะปรับปรุงแก้ไขความผิดพลาดต่างๆที่เกิดขึ้น ในตอนนี้ได้อย่างไรบ้าง" - "คุณจะทำอะไรหลังจากมีการจัดสรรเวลาที่ดีแล้ว" - "คุณจะบริหารทีมงาน และบริการลูกค้าให้มีประสิทธิภาพกว่าเดิมได้อย่างไร" เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาให้ตระหนักถึงพฤติกรรมในปัจจุบัน และเรียนรู้ถึงวิธีการหรือการจัดการที่ดีกว่าในอดีตที่ผ่านมา

การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	ทฤษฎีและเทคนิค	วิธีดำเนินการ
4 (ต่อ)				2.3.3 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ตอบคำถามในระดับขั้นที่ 3 (Evaluation) โดยผู้วิจัยจะใช้คำถามว่า - “สิ่งที่คุณกำลังทำอยู่ในขณะนี้ เป็นไปเพื่อความสำเร็จตามเป้าหมายที่ต้องการ ใช่หรือไม่” - “คุณคิดว่าคุณยังมีบางอย่างที่ยังค้างคาอยู่อีกหรือไม่” - “ที่ผ่านมาคุณได้ปรับปรุงแก้ไขความผิดพลาดต่าง ๆ ของคุณ ใช่หรือไม่” - “สำหรับคุณตอนนี้ เป็นผู้ที่มีการบริหารเวลาอย่างดีเยี่ยมแล้วใช่หรือไม่” - “คุณคิดว่า การบริหารทีมงานและการบริการลูกค้ามีประสิทธิภาพแล้วใช่หรือไม่” เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้ประเมินถึงสิ่งที่กำลังทำอยู่ว่าเป็นสิ่งที่ต้องการหรือไม่ บรรลุความสำเร็จตามที่ต้องการหรือไม่และเพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้ตัดสินใจกระทำที่มีคุณภาพของตนเองว่าเป็นอย่างไร 2.3.4 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้ตอบคำถามในระดับขั้นที่ 4 Planing and Commitment โดยผู้วิจัยจะใช้ คำถามว่า “อะไร คือ สิ่งที่คุณต้องการเปลี่ยนแปลง

การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	ทฤษฎีและเทคนิค	วิธีดำเนินการ
4 (ต่อ)				และมีการวางแผน สำหรับการเปลี่ยนแปลงอย่างไรบ้าง” เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา พร้อมทั้งจะสำรวจพฤติกรรมของตนเองในด้าน - ความตั้งใจทำงานให้สำเร็จตามเป้าหมายในเวลาที่กำหนด - ไม่ปล่อยปละละเลยทำให้เกิดการ ค้างคั่งในการทำงานที่ยังไม่เสร็จ - มีความพร้อมที่จะปรับปรุงแก้ไขความผิดพลาดต่าง ๆ - มีการบริหารเวลาที่ดี - มีการบริหารทีมงานที่มีประสิทธิภาพ - ให้ความสำคัญในการบริการลูกค้าให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นและผู้วิจัยกับผู้เข้ารับการฝึกอบรมร่วมกันกำหนดแผนเชิงปฏิบัติการร่วมกัน โดยเป็นการให้คำมั่นว่าจะปฏิบัติตามแผนที่กำหนดให้ได้ตามที่ผู้เข้ารับการฝึกอบรมต้องการและต้องรายงานผลการนำไปใช้กับความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานในครั้งต่อไป 3. ขั้นสรุป ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้สรุปเกี่ยวกับวิธีการนำ WDEP System มาใช้กับความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน และผู้วิจัยกล่าวสรุปเพิ่มเติมและตอบข้อซักถาม

รายละเอียดโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเพื่อพัฒนาคุณลักษณะ ที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ครั้งที่ 4

เรื่อง : การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง
ด้านความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน

เวลา : 4 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์

เพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้าน
ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน ได้แก่

1. ความตั้งใจทำงานให้สำเร็จตามเป้าหมายในเวลาที่กำหนด
2. ไม่ปล่อยปละละเลยทำให้เกิดการค้างคั่งในการทำงานที่ยังไม่เสร็จ
3. มีความพร้อมที่จะปรับปรุงแก้ไขความผิดพลาดต่าง ๆ
4. มีการบริหารเวลาที่ดี
5. มีการบริหารทีมงานที่มีประสิทธิภาพ
6. ให้ความสำคัญในการบริการลูกค้าให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

อุปกรณ์

1. เอกสารประกอบการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาครั้งที่ 4
2. แบบประเมิน WDEP

วิธีดำเนินการ

1. ขั้นเริ่มต้น

- 1.1 ผู้วิทยาทบทวนและติดตามผลสิ่งที่กล่าวไปครั้งก่อน
- 1.2 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ

ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานว่ามีความสำคัญอย่างไรกับการเป็นผู้จำหน่ายอิสระใน
การขายตรง

2. ขั้นดำเนินการ

ในการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาในครั้งนี้ ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

ได้เรียนรู้ที่จะเผชิญความจริงเกี่ยวกับสิ่งที่เกิดขึ้นกับตนเองโดยเฉพาะความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานเพื่อมุ่งหวังในการหาแนวทางในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้มีความรับผิดชอบ คุณลักษณะที่พึงประสงค์ในด้านความรับผิดชอบ โดย

2.1 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาทำแบบประเมิน WDEP และสรุปผลการประเมิน

2.2 ผู้วิจัยอธิบายถึงทฤษฎีการเผชิญความจริงและวิธีการ WDEP System ที่จะนำไปสู่คุณลักษณะที่พึงประสงค์ในด้านความรับผิดชอบโดย

2.2.1 W (Wants) หมายถึง การสำรวจความต้องการของตนเอง เป็นขั้นตอนของการส่งเสริมให้มีการคิด การทำความเข้าใจและไตร่ตรองว่าจะทำอย่างไรต่อสิ่งที่บุคคลปรารถนาให้บรรลุถึงความต้องการนั้น

2.2.2 D (Direction and Doing) เป็นระดับขั้นของทิศทางในการวางแผนที่จะกระทำ แสดงออกของแต่ละบุคคลให้เกิดขึ้นในปัจจุบัน ด้วยการตระหนักรู้ในตนเองในอันที่จะกระทำในสิ่งที่ดีกว่าในอดีตที่ผ่านมา เพื่อให้ได้รับสิ่งที่ตนเองต้องการหรือปรารถนาไว้

2.2.3 E (Evaluation) เป็นระดับขั้นของการประเมินผลบุคคลว่า สิ่งเปลี่ยนแปลงไปและกำลังกระทำอยู่ในปัจจุบัน เป็นสิ่งที่ต้องการหรือไม่ บรรลุความสำเร็จตามที่ต้องการได้หรือไม่ เพื่อให้บุคคลได้ตัดสินใจการกระทำที่มีคุณภาพของตนเองว่าเป็นอย่างไร

2.2.4 P (Planning and Commitment) เป็นขั้นตอนของการกำหนดแผนเชิงปฏิบัติการและเป็นการให้คำมั่นว่าจะปฏิบัติตามแผน ที่กำหนดไว้ได้

2.3 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้ปฏิบัติตามวิธีการ WDEP โดย

2.3.1 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้ตอบคำถามในระดับขั้นที่ 1 (Wants) โดยผู้วิจัยจะใช้คำถามว่า

2.3.1.1 “คุณตั้งเป้าหมายไว้อย่างไรในการทำงาน”

2.3.1.2 “คุณมีความพร้อมที่จะปรับปรุงแก้ไขความผิดพลาดของตนเองหรือไม่”

2.3.1.3 “คุณมีความต้องการอย่างไร สำหรับความรับผิดชอบในด้านการบริหารเวลา การบริหารทีมงาน และการบริการลูกค้า”

เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้สำรวจความต้องการในความตั้งใจทำงานให้สำเร็จตามเป้าหมายในเวลาที่กำหนด

2.3.2 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้ตอบคำถามในระดับขั้นที่ 2 (Direction and Doing) โดยผู้วิจัยจะใช้คำถามว่า

2.3.2.1 “ตอนนี้คุณจะทำอย่างไรให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้”

2.3.2.2 “ตอนนี้ คุณจะทำอะไรกับการงานที่ค้างคั้งที่ยังไม่แล้วเสร็จบ้าง”

2.3.2.3 “คุณจะปรับปรุงแก้ไขความผิดพลาดต่างๆ ที่เกิดขึ้นในตอน

นี้ได้อย่างไรบ้าง”

2.3.2.4 “คุณจะทำอะไรหลังจากที่มีการจัดสรรเวลาที่ดีแล้ว”

2.3.2.5 “คุณจะบริหารทีมงานและบริการลูกค้าให้มีประสิทธิภาพ
กว่าแต่ก่อนได้อย่างไร”

เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาให้ตระหนักถึงพฤติกรรม
ในปัจจุบัน และเรียนรู้ถึงวิธีการหรือการจัดการที่ดีกว่าในอดีตที่ผ่านมา

2.3.3 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ตอบคำถามในระดับ
ขั้นที่ 3 (Evaluation) โดยผู้วิจัยจะใช้คำถาม

2.3.3.1 “สิ่งที่คุณกำลังทำอยู่ในขณะนี้ เป็นไปเพื่อความสำเร็จตาม
เป้าหมายที่ต้องการใช้หรือไม่”

2.3.3.2 “คุณคิดว่าคุณยังมีบางอย่างที่ยังค้างคาอยู่อีกหรือไม่”

2.3.3.3 “ที่ผ่านมาคุณได้ปรับปรุงแก้ไขความผิดพลาดต่าง ๆ ของ
คุณ ใช้หรือไม่”

2.3.3.4 “สำหรับคุณตอนนี้ เป็นผู้ที่มีการบริหารเวลาอย่างดีเยี่ยม
แล้วใช่หรือไม่”

2.3.3.5 “คุณคิดว่า การบริหารทีมงานและการบริการลูกค้ามี
ประสิทธิภาพแล้วใช่หรือไม่”

เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้ประเมินถึงสิ่งที่กำลังทำอยู่ว่า
เป็นสิ่งที่ต้องการหรือไม่บรรลุความสำเร็จตามที่ต้องการหรือไม่และเพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรม
เชิงจิตวิทยาได้ตัดสินใจการกระทำที่มีคุณภาพของตนเองว่าเป็นอย่างไร

2.3.4 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้ตอบคำถามในระดับ
ขั้นที่ 4 (Planning and Commitment) โดยผู้วิจัยจะใช้ คำถามว่า“อะไร คือ สิ่งที่คุณ
ต้องการเปลี่ยนแปลง และมีการวางแผนสำหรับการเปลี่ยนแปลงอย่างไรบ้าง” เพื่อให้ผู้เข้ารับ
การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาพร้อมที่จะสำรวจพฤติกรรมของตนเองในด้าน

2.3.4.1 ความตั้งใจทำงานให้สำเร็จตามเป้าหมายในเวลาที่กำหนด

2.3.4.2 ไม่ปล่อยปละละเลยทำให้เกิดการ ค้างค้างในการทำงานที่ยัง
ไม่เสร็จ

2.3.4.3 มีความพร้อมที่จะปรับปรุงแก้ไขความผิดพลาดต่าง ๆ

2.3.4.4 มีการบริหารเวลาที่ดี

2.3.4.5 มีการบริหารทีมงานที่มีประสิทธิภาพ

2.3.4. ให้ความสำคัญในการบริการลูกค้าให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
และผู้วิจัยกับผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาร่วมกันกำหนดแผนเชิงปฏิบัติการร่วมกัน โดย
เป็นการให้คำมั่นว่า จะปฏิบัติตามแผนที่กำหนดให้ได้ตามที่ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา
ต้องการและต้องรายงานผลการนำไปใช้กับความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานในครั้งต่อไป

ขั้นสรุป

ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ได้สรุปเกี่ยวกับวิธีการนำ WDEP System มาใช้กับความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน และผู้วิจัยกล่าวสรุปเพิ่มเติมและตอบข้อซักถาม

การประเมินผล

1. สังเกตจากการทำแบบประเมิน WDEP
2. สังเกตจากความตั้งใจ และความสนใจ ในระดับขั้นของวิธีการ WDEP System
3. สังเกตจากการตอบคำถามในแต่ละระดับขั้นของ WDEP System
4. สังเกตจากการที่ผู้วิจัยและผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยากำหนดแผนเชิง

ปฏิบัติการร่วมกัน

5. การประเมินผลจากแบบประเมินผลของผู้วิจัย

แบบประเมิน WDEP

	ใช่	ไม่ แน่ใจ	ไม่ใช่
1. ข้าพเจ้าตระหนักดีในความต้องการที่แท้จริงของตนเอง			
2. ข้าพเจ้าคิดว่าความปรารถนาของข้าพเจ้าไม่มีวันเป็นไปได้			
3. ข้าพเจ้าจะพยายามคิดและหาวิธีอยู่เสมอที่จะบรรลุความต้องการนั้นให้ได้			
4. ข้าพเจ้าเชื่อว่าเหตุการณ์ในอดีตสามารถส่งผลกระทบต่อปัจจุบันได้			
5. หากข้าพเจ้าทำผิดพลาด ข้าพเจ้าก็จะค้นหาแนวทางในการแก้ไขปัญหานั้นทันที			
6. ข้าพเจ้าคิดว่าตนเองเป็นคนที่มีการวางแผนก่อนการทำอะไรสิ่งใดทุกครั้ง			
7. ข้าพเจ้าชอบที่จะประเมินการกระทำของผู้อื่นมากกว่าของตนเอง			
8. บางครั้งการกระทำของข้าพเจ้าก็เป็นสิ่งที่ข้าพเจ้าไม่ต้องการ			
9. หลายครั้งที่ข้าพเจ้าสนใจความสนุกมากกว่าความสำเร็จ			
10. ข้าพเจ้าไม่กล้าที่จะประเมินผลงานของตนเอง			
11. ข้าพเจ้ามักทำอะไรสิ่งใดโดยที่ไม่มีการกำหนดแผนงานก่อน			
12. ข้าพเจ้ามักปฏิบัติได้ตามคำมั่นสัญญาที่ให้ไว้กับตนเอง			
13. ข้าพเจ้าไม่สามารถปฏิบัติงานตามแผนงานที่วางไว้ได้ทุกครั้ง			
14. ข้าพเจ้ารู้สึกว่าคุณค่าของตนเองยังขาดวินัยในตนเอง			

เอกสารประกอบการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาในครั้งที่ 4

การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้าน ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน

ความหมาย

ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน หมายถึง ความสามารถในการแสดงออกถึงการที่รับผิดชอบและรับผิดชอบต่อการทำงานทั้งต่อตนเองและต่อผู้อื่น ด้วยการเผชิญความจริงและสามารถที่จะประเมินค่าหรือตัดสินใจในพฤติกรรมของเขาเองด้วยความเป็นจริง พร้อมทั้งตกลงใจว่าต้องการที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมใดที่เกี่ยวกับความรับผิดชอบที่ยังบกพร่องให้เป็นพฤติกรรมที่มีความรับผิดชอบมากขึ้น (พงษ์พันธ์ พงษ์โสภา. 2543: 129)

ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง หมายถึง การแสดงออกถึงการที่รับผิดชอบและรับผิดชอบต่อการทำงานทั้งต่อตนเองและต่อผู้อื่นในการปฏิบัติงาน ยอมรับผลของการกระทำของตนเองไม่ว่าจะเป็นผลดีหรือไม่ ได้แก่ การตั้งใจทำงานให้สำเร็จตามเป้าหมายในเวลาที่กำหนด โดยไม่ปล่อยปละละเลย หรือทำให้เกิดการ ค้างคั่งในการทำงานที่ยังไม่เสร็จ มีความพร้อมที่จะปรับปรุงแก้ไขความผิดพลาดต่างๆ มีการบริหารเวลาบริหารทีมงาน และให้ความสำคัญในการบริการลูกค้าให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

1. ความตั้งใจทำงานให้สำเร็จตามเป้าหมายในเวลาที่กำหนด หมายถึง

ความสามารถที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้อย่างเด่นชัด มีการวางแผน และสามารถที่จะปฏิบัติตามแผนนั้นให้ได้สำเร็จเสร็จสิ้นอย่างสมบูรณ์ เห็นเป็นรูปธรรมได้ โดยที่เป้าหมายนั้น ต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้

- 1.1 เป็นเป้าหมายที่มีแรงจูงใจที่มากพอ
- 1.2 เป็นเป้าหมายที่สามารถเพิ่มคุณค่าของงานได้
- 1.3 เป็นเป้าหมายที่ง่ายกับการจัดลำดับ
- 1.4 เป็นเป้าหมายที่สามารถกระตุ้นให้ได้ใช้ศักยภาพของตนเองอย่างสูงสุด
- 1.5 เป็นเป้าหมายที่สามารถสร้างพลังให้เกิดขึ้นได้ในปัจจุบันทันที
- 1.6 เป็นเป้าหมายที่สามารถประเมินความคืบหน้าได้

2. ไม่ปล่อยปละละเลยทำให้เกิดการค้างคั่งในการทำงานที่ยังไม่เสร็จ หมายถึง

ผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงต้องสามารถสานงานที่ทำไว้ให้เสร็จสิ้นสมบูรณ์ โดยกระทำอย่างต่อเนื่อง ไม่ปล่อยให้เวลาผ่านไปโดยไม่เกิดประโยชน์ ไม่ละทิ้งการปฏิบัติงานกลางคัน หรือทำให้เกิดการค้างคั่งจนมีผลกระทบกับความสมบูรณ์ของงานหรือผลงานตามที่ต้องการให้เป็น

3. มีความพร้อมที่จะปรับปรุงแก้ไขความผิดพลาดต่าง ๆ หมายถึง

ความสามารถในการยอมรับผิดในความคิด ความรู้สึก หรือการกระทำที่แสดงออกที่ก่อให้เกิด

ความผิดพลาดในการปฏิบัติงาน และพร้อมที่จะยอมรับการตำหนิหรือ การแสดงความเห็นอื่นใดจากผู้อื่น เพื่อที่จะนำไปปรับปรุงให้เกิดทักษะความชำนาญและมีข้อบกพร่องน้อยกว่าเดิม

4. มีการบริหารเวลาที่ดี หมายถึง ความสามารถในการจัดการกับเวลาที่มีอยู่ได้อย่างเป็นระบบ ด้วยการรู้จักการแบ่งเวลาสำหรับแต่ละภารกิจ มีการวางแผนที่จะใช้เวลาในการทำงานแต่ละอย่างเป็นอย่างดี และรู้ว่าควรกระทำสิ่งใดก่อนหลัง โดยมีการจัดลำดับความสำคัญต่อการกระทำนั้น โดย

4.1 การรู้จักจัดลำดับความสำคัญของแต่ละภารกิจที่ต้องกระทำ

4.2 มีการวางแผนอย่างเป็นระบบเพื่อที่จะทำการกิจตามลำดับที่ได้วางแผนไว้

4.3 พยายามที่จะปฏิบัติภารกิจแต่ละอย่างให้สำเร็จเรียบร้อยภายในเวลาที่

กำหนดไว้

4.4 ต้องเป็นผู้ที่มีวินัยในตนเอง ไม่ปล่อยให้มือปสรรคขัดขวางในการปฏิบัติงาน

นั้น

4.5 รู้จักที่จะเสริมแรงทางบวกให้กับตนเอง เมื่อปฏิบัติภารกิจได้สำเร็จในเวลา

ที่กำหนดไว้

4.6 หากมีข้อบกพร่องที่ทำให้มีการใช้เวลาอย่างผิดพลาด ต้องรีบค้นหาสาเหตุ

และปรับปรุงในทันที

5. มีการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ หมายถึง ความสามารถในการจัดการกับทีมงานให้มีการพัฒนาไปในทิศทางที่ดีและยั่งยืน ด้วยการสร้างสรรค์ให้ทีมงานมีความรู้ความสามารถ และการนำประสบการณ์ต่างๆในการทำงานมาพัฒนาให้ทีมงานประสบความสำเร็จเหมือนกับตนเอง ทั้งในด้านการขาย การขยายทีมงาน และการบริหารทีมงานให้มีประสิทธิภาพต่อไป

6. การให้ความสำคัญในการบริการลูกค้าให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น หมายถึง การสร้างความพึงพอใจ ประทับใจให้กับผู้มุ่งหวัง หรือลูกค้าที่ซื้อสินค้า โดยการแสวงหาความพึงพอใจ และพยายามที่จะปฏิบัติให้ได้ตามความต้องการนั้น รวมถึงการเอาใจใส่ดูแลการเสนอความช่วยเหลือด้วยความจริงใจ และลูกค้าสัมผัสได้ด้วยความรู้สึกที่ดี เพื่อนำไปสู่ความสัมพันธ์อันดี มีผลต่อการซื้อซ้ำและแนะนำต่อ ซึ่งผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงจำเป็นต้องศึกษาและพัฒนาคุณลักษณะอันนี้เพื่อก่อให้เกิดการบริการที่มี ประสิทธิภาพตลอดไป

อย่างไรก็ตามพฤติกรรมความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ที่ยังขาดความสมบูรณ์ตามคุณลักษณะข้างต้น จึงต้องหาวิถีทางที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นโดยอาศัยทฤษฎี การบำบัดแบบเผชิญความจริง (Reality Therapy) เข้ามาประยุกต์ใช้ โดยใช้วิธีการที่เรียกว่า “วิธีการที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลง” (WDEP System)

“วิธีการที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลง” (WDEP System)

เกลสเซอร์ (1992) ได้อธิบายว่า ข้อสมมติฐานที่เป็นพื้นฐานของวิธีการที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงคือ มนุษย์จะถูกจูงใจให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเมื่อ

1. พวกเขาถูกทำให้เชื่อมั่นว่าพฤติกรรมในปัจจุบันของพวกเขา เป็นสิ่งที่ทำให้เขาไม่ได้รับในสิ่งที่ต้องการ
2. พวกเขาเชื่อว่า พวกเขาสามารถที่จะเลือกพฤติกรรมอื่นที่จะทำให้ได้รับในสิ่งที่พวกเขาต้องการได้

เกลสเซอร์ และ วับโบลดิง (1995) และวับโบลดิง (1991, 1994) ใช้คำย่อว่า WDEP ในการอธิบายวิธีการที่สำคัญที่จะต้องนำมาใช้ในการบำบัดแบบเผชิญความจริง โดยในแต่ละอักษรย่อเหล่านี้ จะเป็นการนำเสนอวิธีการที่เป็นลำดับขั้น ดังนี้

W = WANTS ความต้องการ หมายถึง เป็นระดับขั้นของบุคคลที่ต้องทำการสำรวจ ตรวจสอบความคิดของตนเองในความต้องการและปรารถนาที่แท้จริง พร้อมทั้งการไตร่ตรองว่าจะทำอย่างไรเพื่อที่จะสมปรารถนาในสิ่งที่ต้องการนั้น ด้วยการเปิดเผยตนเอง กล่าวที่จะตรวจสอบทุก ๆ ด้านในการดำรงชีวิตและการปฏิบัติงาน รวมถึงสิ่งที่ต้องการจากบุคคลรอบข้าง ทั้งเพื่อนร่วมงาน และบุคคลในครอบครัว

D = DIRECTION AND DOING แนวทางและการปฏิบัติ หมายถึง ระดับขั้นที่หลังจากบุคคลรู้ถึงความต้องการ ความปรารถนาที่แท้จริงของตนเองแล้ว ก็มาถึงระดับขั้นที่ทำให้บุคคลอยู่กับพฤติกรรมในปัจจุบัน แม้ว่าบางครั้งการไม่ประสบความสำเร็จ จากพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์จะเป็นสิ่งที่เกิดมาจากรากฐานในอดีตก็ตาม บุคคลก็จำเป็นที่จะต้องมีการเรียนรู้แนวทางหรือวิธีการที่จะอยู่กับปัจจุบัน และสามารถจัดการกับสิ่งที่คาดหวังไว้นั้นในปัจจุบัน ด้วยวิธีการที่ดีกว่าเดิม

E = EVALUATION การประเมินผล หมายถึง ระดับขั้นของการที่บุคคลสามารถทำการประเมินตนเองว่าสิ่งที่เปลี่ยนแปลงไป และกำลังกระทำอยู่ในปัจจุบัน เป็นสิ่งที่ต้องการหรือไม่ บรรลุความสำเร็จได้ตามที่ต้องการได้หรือไม่ เพื่อให้บุคคลได้ตัดสินใจการกระทำของตนเองว่ามีคุณภาพ หรือไม่ อย่างไร

P = PLANNING การวางแผน หมายถึง ระดับขั้นของการกำหนดแผนเชิงปฏิบัติการในสิ่งที่บุคคลต้องการที่จะปฏิบัติ เพื่อให้ได้ในสิ่งที่ตนเองปรารถนา และเป็นการให้คำมั่นว่าจะปฏิบัติตามแผนที่กำหนดไว้นั้น ให้ได้

การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	ทฤษฎีและเทคนิค	วิธีดำเนินการ
5	การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้านความขยันหมั่นเพียร หมายถึง การแสดงออกของผู้จำหน่ายอิสระที่แสดงให้เห็นว่าไม่เกียจคร้าน ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ได้แก่ ความกระตือรือร้นในการทำงาน ไม่มีการแสดงออกด้วยความเบื่อหน่าย พยายามปฏิบัติงานอย่างเป็นปกติสม่ำเสมอเพื่อสร้างผลงานออกมาอย่างต่อเนื่องไม่ล่าช้าโดยไม่ปล่อยให้ล่าช้าโดยไม่กระทำการใดให้เป็นประโยชน์	เพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้านความขยันหมั่นเพียร ได้แก่ 1. ความกระตือรือร้นในการทำงาน 2. ไม่มีการแสดงออกด้วยความเบื่อหน่าย 3. พยายามปฏิบัติงานอย่างเป็นปกติสม่ำเสมอสร้างผลงานออกมาอย่างต่อเนื่องไม่ล่าช้าโดยไม่ปล่อยให้ล่าช้าโดยไม่กระทำการใดให้เป็นประโยชน์	ทฤษฎีการเผชิญความจริง (Reality Therapy) โดยใช้เทคนิคการวางแผนชั้น การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและเทคนิคในการติดตามและประเมินผลพฤติกรรม	1. ขั้นเริ่มต้น 1.1 ผู้วิจัยทบทวนและติดตามผลสิ่งที่กล่าวไปครั้งก่อน 1.2 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของการมีความขยันหมั่นเพียรในการขายตรง 2. ขั้นดำเนินการ ผู้วิจัยใช้หลักการตามทฤษฎีเผชิญความจริง (Reality) โดยใช้เทคนิคการวางแผนชั้นการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและเทคนิคในการติดตาม และประเมินผลพฤติกรรม เพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในด้านความขยันหมั่นเพียรโดย 2.1 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้เขียนถึงพฤติกรรมที่เกี่ยวกับความขยันหมั่นเพียรในอดีตที่ผ่านมาว่า เป็นอย่างไร ส่งผลอย่างไรกับชีวิตในปัจจุบัน ลงในเอกสาร 2.2 ผู้วิจัยถามผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาถึงสิ่งที่เข้ามาในอดีตเกี่ยวกับความขยันหมั่นเพียร ได้แก่ ความกระตือรือร้นในการทำงาน การแสดงออกด้วยความเบื่อหน่าย ความพยายาม ปฏิบัติงานอย่างเป็นปกติสม่ำเสมอโดยสร้างผลงานออกมาอย่างต่อเนื่องไม่ล่าช้าและไม่ปล่อยให้ล่าช้าโดยไม่กระทำการใดให้เป็นประโยชน์

การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	ทฤษฎีและเทคนิค	วิธีดำเนินการ
5 (ต่อ)				โดยไม่กระทำสิ่งใดให้เป็นประโยชน์ว่ามีความพึงพอใจหรือไม่ต้องการให้มีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ โดยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยายกบันทึกลงในเอกสาร 2.3 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้วางแผนในการปรับ เปลี่ยนพฤติกรรมเกี่ยวกับความขยัน หมั่นเพียร ว่า จะทำอย่างไรบ้าง พร้อมทั้งให้กำหนดเป้า หมายในระยะสั้นใน สิ่งที่จะต้องทำ 2.4 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยายกอธิบายถึง การวางแผนในการปรับเปลี่ยน พฤติกรรมของแต่ละคน เพื่อให้ทุกคนได้รับทราบและเป็นสักขี พยาน 2.5 ผู้วิจัยกำหนดวันที่จะ รายงานผลการปฏิบัติของแต่ละ คน 3. ขั้นสรุป ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิง จิตวิทยาได้สรุปถึงประเด็นของ ความขยัน หมั่นเพียรของตนเอง การปรับ เปลี่ยนพฤติกรรมมีผล ต่อการพัฒนาตนเองให้มี คุณลักษณะที่พึงประสงค์ในด้าน ความขยัน หมั่นเพียรได้อย่างไร และผู้วิจัยกล่าวเพิ่มเติมและตอบ ข้อซักถาม

รายละเอียดโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเพื่อพัฒนาคุณลักษณะ ที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ครั้งที่ 5

เรื่อง : การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ในด้าน
ความขยันหมั่นเพียร

เวลา : 4 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์

เพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้าน
ความขยันหมั่นเพียร ได้แก่

1. ความกระตือรือร้นในการทำงาน
2. ไม่มีการแสดงออกด้วยความเบื่อหน่าย
3. พยายามปฏิบัติงานอย่างเป็นปกติ สม่ำเสมอสร้างผลงานออกมาอย่างต่อเนื่องไม่ขาดระยะ

เนื่องไม่ขาดระยะ

4. ไม่ปล่อยเวลาให้ล่วงเลยไปโดยไม่กระทำการสิ่งใดให้เป็นประโยชน์

อุปกรณ์

1. เอกสารประกอบการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาครั้งที่ 5

วิธีดำเนินการ

1. ขั้นเริ่มต้น

- 1.1 ผู้วิจัยทบทวนและติดตามผลสิ่งที่กล่าวไปครั้งก่อน
- 1.2 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ

ความสำคัญของการมีความขยันหมั่นเพียรในการขายตรง

2. ขั้นดำเนินการ

ผู้วิจัยใช้หลักการตามทฤษฎีเผชิญความจริง (Reality) โดยใช้เทคนิคการวางแผนขั้นการปรับเปลี่ยน พฤติกรรมและเทคนิคในการติดตาม และประเมินผลพฤติกรรม เพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในด้านความขยันหมั่นเพียรโดย

2.1 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้เขียนถึงพฤติกรรมที่เกี่ยวกับความขยันหมั่นเพียรในอดีตที่ผ่านมาว่าเป็นอย่างไร ส่งผลอย่างไรกับชีวิตในปัจจุบันลงในเอกสาร

2.2 ผู้วิจัยถามผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาถึงสิ่งที่เป็นมาในอดีตเกี่ยวกับความขยันหมั่นเพียร ได้แก่ ความกระตือรือร้นในการทำงาน การแสดงออกด้วยความเบื่อหน่าย ความพยายามปฏิบัติงานอย่างเป็นปกติสม่ำเสมอโดยสร้างผลงานออกมาอย่างต่อเนื่องไม่ขาดระยะ และ การไม่ปล่อยเวลาให้ล่วงเลยไปโดยไม่กระทำให้เป็นประโยชน์ ว่า มีความพึงพอใจหรือไม่ ต้องการให้มีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่โดยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยานันทีกลงในเอกสาร

2.3 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้วางแผนในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเกี่ยวกับความขยันหมั่นเพียรว่าจะทำอะไรบ้าง พร้อมทั้งให้กำหนด เป้าหมายในระยะสั้นในสิ่งที่จะต้องทำ

2.4 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยารายถึงการวางแผนในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของแต่ละคน เพื่อให้ทุกคนได้รับทราบและเป็นสักขีพยาน

2.5 ผู้วิจัยกำหนดวันที่จะรายงานผลการปฏิบัติของแต่ละคน

ขั้นสรุป

ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้สรุปถึงประเด็นของความขยันหมั่นเพียรของตนเอง การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมมีผลต่อการพัฒนาตนเองให้มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในด้านความขยันหมั่นเพียรได้อย่างไร และผู้วิจัยกล่าวเพิ่มเติมและตอบข้อซักถาม

การประเมินผล

1. สังเกตจากการเขียนถึงพฤติกรรมที่เกี่ยวกับความขยันหมั่นเพียรของแต่ละคน
2. สังเกตจากการตอบคำถาม
3. สังเกตจากความสนใจ ตั้งใจ ในการรับฟังทฤษฎีการเผชิญความจริง หลักความจริง หลักความรับผิดชอบ และหลักของความถูกต้อง
4. สังเกตจากการใช้หลักการต่าง ๆ เข้ามาใช้เพื่อแก้ไขพฤติกรรมต่าง ๆ รวมถึงการวางแผนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม
5. การประเมินผลจากแบบประเมินผลของผู้วิจัย

เอกสารประกอบการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาครั้งที่ 5

การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้าน ความขยันหมั่นเพียร

ความหมาย

ได้มีผู้ให้ความหมายของความขยันหมั่นเพียรไว้ดังนี้ คือ ความขยันหมั่นเพียร หมายถึง ความมานะพยายามในการที่จะทำงานที่ได้รับมอบหมาย ให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี โดยไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคต่าง ๆ และจากการประชุมทางวิชาการเกี่ยวกับจริยธรรมไทยในเรื่อง แนวทางพัฒนาจริยธรรมไทย ได้กล่าวถึงความขยันหมั่นเพียรไว้ว่า ความขยันหมั่นเพียรเป็น ธรรมที่ช่วยเสริมสร้างความสำเร็จในชีวิต ควรใช้ร่วมกับ “ปัญญา” และ จริยธรรมในหมวดอิทธิบาท 4 ที่เน้นความพอใจ ความเพียร ความมีใจจดจ่อ และความไตร่ตรอง การปฏิบัติ ควรเน้น การควบคุมตนเองด้วยตนเอง อันเป็นที่มาของความมีระเบียบวินัยด้วย

ทฤษฎีการเผชิญความจริง (Reality Therapy)

เป็นทฤษฎีทางจิตวิทยาที่มุ่งช่วยให้บุคคลที่มีปัญหา ไม่สามารถหาทางออกได้ เนื่องจากขาดความรับผิดชอบ และไม่กล้าที่จะเผชิญความจริง ส่งผลให้มีการเก็บกด เก็บไปครุ่นคิด วิตกกังวล บางครั้งมีการแยกตัวออกจากสังคม เนื่องจากไม่สามารถพัฒนาตนเองไปสู่เอกลักษณ์ที่ประสบความสำเร็จได้ (Success Identity) ให้เปลี่ยนแปลงเป็นบุคคลที่มีความรับผิดชอบ กล้าเผชิญความจริง ทำให้สามารถสนองความต้องการของตนเองได้จากพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปนั้น ซึ่งต้องอาศัยหลักพฤติกรรมบำบัดแบบ Reality Therapy ซึ่งมีอยู่ 3 ประการ คือ

1. หลักความจริง (Reality) หมายถึง บุคคลจะสามารถแก้ปัญหของตนเองได้ถ้ามีความกล้าที่จะเผชิญกับสภาพความเป็นจริง มีการพิจารณาสิ่งต่างๆ ตามที่เป็นจริง และตระหนักถึงความจริงที่ว่าบุคคลมีหน้าที่ที่ต้องหาทางตอบสนองความต้องการของตนเองโดยไม่กระทบกระเทือนสิทธิของผู้อื่น แม้ว่าหนทางที่จะตอบสนองความต้องการนั้นจะมีอุปสรรคขวางอยู่ก็ตาม

2. หลักความรับผิดชอบ (Responsibility) หมายถึง บุคคลต้องมีความรับผิดชอบในการสนองความต้องการของตนโดยไม่มีการนำเอาข้อแก้ตัวของอุปสรรคในอดีต ปัจจุบัน หรือ อุปสรรคที่เกิดจากบุคคลอื่นเป็นผู้กระทำขึ้นมาอ้าง และถ้าบุคคลใดไม่มีความรับผิดชอบก็จะไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ดังนั้นจึงต้องทำให้บุคคลมีความรับผิดชอบที่จะช่วยให้ตนเองกลายเป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบที่สูงขึ้น

3. หลักของความถูกหรือผิด (Right or Wrong) หมายถึง การประเมินพฤติกรรมนั้น บุคคลจะต้องรู้จักพิจารณาถึงสิ่งที่ถูกและสิ่งที่ผิด การประเมินพฤติกรรมจะเป็นแรงกระตุ้นให้บุคคลมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปสู่แนวทางที่ถูกต้องและเหมาะสมต่อไป

ดังนั้นผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงที่มีความรู้สึกที่ไม่พอใจในคุณลักษณะของตนเองในด้านความขยันหมั่นเพียร ก็สามารถใช้ทฤษฎีการเผชิญความจริง โดยประยุกต์หลักการทั้ง 3 ประการ เข้ามาจัดการกับตนเองได้ โดยการกล้าที่จะเผชิญกับความจริงในสิ่งที่ดำรงอยู่โดยพิจารณาถึง

3.1 สิ่งที่เกิดขึ้นทั้งๆ ที่ไม่ควรจะเกิด

3.2 สิ่งที่ไม่เกิดขึ้นทั้งๆ ที่ควรจะเกิด

3.3 สิ่งที่เกิดขึ้นแล้ว แต่ควรที่จะดีกว่านี้

ตัวอย่างกรณีศึกษา นายสมศักดิ์ เป็นผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงแบบหลายชั้นของบริษัทแห่งหนึ่ง เป็นผู้นำในระดับกลาง เป็นผู้ที่ยังขาดความเชื่อมั่นในตนเองในการเข้าพบผู้มุ่งหวังในระดับสูง มักมีการขายแต่เฉพาะในหมู่ญาติมิตร เพื่อนสนิทเท่านั้น อีกทั้งยังเป็นคนที่ชอบเที่ยวกลางคืน ยังรักสนุกอยู่มาก ทำให้เป็นคนตื่นสาย มีผลให้เวลาในการทำงานขายน้อยมาก ทำให้ออดขายเริ่มที่จะลดลง แต่ในทางกลับกันนายสมศักดิ์ชอบพูดกับลูกทีมและคนอื่นๆ อยู่เสมอว่า ตนเองต้องเป็นผู้นำระดับสูงให้ได้ในเวลาอีก 1 ปีข้างหน้า และเมื่อเวลาผ่านไป ทำให้นายสมศักดิ์เริ่มรู้สึกไม่สบายใจอย่างยิ่งเพราะแนวโน้มไม่ได้เป็นตามที่คาดหวังไว้ ในขณะเดียวกัน ลูกทีมของตัวเองกลับสร้างผลงานได้ดีกว่า ทำให้นายสมศักดิ์อับอายและรู้สึกท้อแท้ มักมองผู้อื่นว่ามีความสามารถสูง สามารถทำยอดขายได้มากในแต่ละเดือน พร้อมทั้งมีการขยายทีมงานออกไปได้มากทั้งทางกว้างและทางลึก ส่วนตัวเองเป็นแม่ทีมขายที่ล้มเหลว ไร้ความสามารถ ไม่สามารถทำยอดขายสูงๆ ได้ อีกทั้งทีมงานก็ไม่เติบโตเท่าที่ปรารถนา ทำให้นายสมศักดิ์ คอยหลบหน้า หลบตาทีมงาน ไม่ค่อยเข้าประชุม เพื่อรับการฝึกอบรม การทำงานขายก็มีลักษณะเฉื่อยชากว่าที่ผ่านมา บุคลิกภาพก็ไม่งามสง่าเท่าที่ควร กลายเป็นคนปล่อยตัว จมปลักอยู่กับความคิด ไม่มีการพัฒนาอะไรให้ดีขึ้นกว่าเดิมเลย และมีแนวโน้มว่านายสมศักดิ์จะเลิกการประกอบอาชีพในการขายด้วย

ถ้าท่านเป็นแม่ทีมของ นายสมศักดิ์ และผ่านการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ในทฤษฎีการเผชิญความจริง ท่านจะมีวิธีการช่วยเหลือนายสมศักดิ์ได้อย่างไร ?

การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	ทฤษฎีและเทคนิค	วิธีดำเนินการ
6	การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า หมายถึง ความสามารถในการเผชิญกับปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างมีสติ ไตร่ตรอง อย่างรอบคอบและเป็นระบบ ได้แก่ พิจารณาว่าปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นคือปัญหาอะไร รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัญหานั้นๆ กำหนดแนวทางในการแก้ปัญหา เลือกแนวทางที่เหมาะสมที่สุดที่จะนำมาใช้ในการแก้ปัญหา	เพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ได้แก่ 1. การพิจารณาว่าปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นคือปัญหาอะไร 2. รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัญหานั้น ๆ 3. กำหนดแนวทางในการแก้ปัญหา 4. เลือกแนวทางที่เหมาะสมที่สุดที่จะนำมาใช้ในการแก้ปัญหา	ทฤษฎีเชิงบำบัดด้วยอารมณ์และเหตุผล (REBT)-ทฤษฎีบุคลิกภาพ A-B-C	1. ขั้นเริ่มต้น 1.1 ผู้วิจัยทบทวนและติดตามผลสิ่งที่กล่าวไปครั้งก่อน 1.2 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าว่ามีความสำคัญอย่างไรกับการเป็นผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง 2. ขั้นตอนการดำเนินการ ในการฝึกอบรมครั้งนี้ผู้วิจัยใช้ทฤษฎีการให้คำปรึกษาเชิงเหตุผลอารมณ์ และพฤติกรรม (REBT) เพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าโดย 2.1 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยายกตัวอย่างของปัญหาขึ้นมาและให้ตอบคำถามว่า - คิดอย่างไรเกี่ยวกับปัญหานั้น - รู้สึกอย่างไรเกี่ยวกับปัญหานั้น - แล้วจะอย่างไรที่จะแก้ปัญหานั้น แล้วผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาแสดงความคิดเห็นและความรู้สึกเกี่ยวกับการแก้ปัญหานั้นว่า เป็นอย่างไร 2.2 ผู้วิจัยอธิบายถึงความสัมพันธ์ของปัญหาและการแก้ปัญหามาตามทฤษฎี REBT ว่า

การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	ทฤษฎีและเทคนิค	วิธีดำเนินการ
6 (ต่อ)				มาจาก อารมณ์และเหตุผล โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสัมพันธ์ของอารมณ์ และ เหตุผลที่เกิดจากความเชื่อที่มีเหตุผลและไร้เหตุผลโดยมาจากทฤษฎีบุคลิกภาพของมนุษย์ คือ ทฤษฎีบุคลิกภาพ A-B-C โดย A (Activating Event) หมายถึง เหตุการณ์ที่มากระตุ้นหรือสภาพการณ์ ปรากฏการณ์ ประสบการณ์ ข้อเท็จจริง พฤติกรรม หรือ เจตคติของบุคคลที่ปรากฏขึ้น B (Belief) หมายถึง ความคิด ความเชื่อของบุคคลที่เกี่ยวกับ A ซึ่งเป็นสาเหตุให้เกิด C แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ความคิดความเชื่อที่มีเหตุผล (Rational Belief หรือ rB) ซึ่งมักพบได้จากพฤติกรรมซึ่งแสดงถึงความปรารถนา ความอยากและความชอบ เป็นต้น ความคิด ความเชื่อที่ไร้เหตุผล (Irrational Belief หรือ iB) ซึ่งมักพบเสมอจากพฤติกรรมซึ่งแสดงออกถึงการเรียกร้องอย่างรุนแรง การออกคำสั่งและการต้องทำ (Musts) C (Consequence) หมายถึง ผลที่เกิดขึ้นทาง อารมณ์และ/หรือ พฤติกรรม ของบุคคล ซึ่ง REBT มีแนวคิดที่ว่า C เป็นผลที่เกิดมาจาก B โดยที่ C แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ 1) ถ้าบุคคลมีความคิด ความ

การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	ทฤษฎีและเทคนิค	วิธีดำเนินการ
6 (ต่อ)				เชื่อที่มี เหตุผล (rB) ผลที่เกิดขึ้น คืออารมณ์ที่เหมาะสม (desirable emotion Consequence หรือ deC) และพฤติกรรมที่เหมาะสม (desirable behavior Consequence หรือ dbC) ซึ่งเขียนเป็นแผนผังได้คือ $A \leftarrow rB \rightarrow deC \rightarrow dbC$ 2) ถ้าบุคคลมีความคิดความเชื่อที่ไร้เหตุผล (iB) ผลที่เกิดขึ้น คืออารมณ์ที่ไม่เหมาะสม (undesirable emotion Consequence หรือ ueC) และพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม (undesirable behavior Consequence หรือ ubC) ซึ่งเขียน เป็นแผนผังได้คือ $A \leftarrow rB \rightarrow ueC/ubC$ และในกรณีนี้ เราสามารถปรับเปลี่ยนความเชื่อที่ไร้เหตุผล ซึ่งเป็นผลให้เกิดอารมณ์และพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม ได้โดยการแทรกแซงด้วยการโต้แย้งหรืออภิปราย (Disputing Intervention : D) เพื่อส่งผล (Effect : E) ให้เกิดความรู้สึกใหม่ขึ้นได้ (New Feeling : F) ซึ่งเขียนเป็นแผนภูมิได้ ดังนี้ $\begin{array}{c} A \leftarrow B \rightarrow C \\ \uparrow \\ D \rightarrow E \rightarrow F \end{array}$ A (Activating event) = เหตุการณ์ ที่มากระตุ้น B (Belief) = ความเชื่อ

การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	ทฤษฎีและเทคนิค	วิธีดำเนินการ
6 (ต่อ)				C (Emotional and Behavioral Consequence) = ผลที่ตามมา ของอารมณ์และพฤติกรรม D (Disputing Intervention) = การแทรกแซงด้วยการโต้แย้ง/อภิปราย E (Effect) = ผล F(New Felling) = ความรู้สึกใหม่ 2.3 เมื่อผู้เข้ารับการฝึกอบรมเข้าใจในทฤษฎีบุคลิกภาพ A-B-C แล้วผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้ฝึกปฏิบัติ โดยจากปัญหาเดิมในข้อ 2.1 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาแต่ละคนใช้หลักการ ของทฤษฎีบุคลิกภาพ A-B-C มาใช้กับการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างไรในด้าน - การพิจารณาว่าปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นคืออะไร เป็นปัญหาที่เกิดจากความคิด ความเชื่อที่สมเหตุผล หรือไม่ - การรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัญหานั้น ๆ - การกำหนดแนวทางในการแก้ไขปัญหา - การเลือกแนวทางที่เหมาะสมที่สุดที่จะนำมาใช้ในการแก้ไขปัญหา 2.4 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาแสดงความคิดเห็นและความรู้สึกต่อการได้ฝึกปฏิบัติการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าตามทฤษฎี REBT

การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	ทฤษฎีและเทคนิค	วิธีดำเนินการ
6 (ต่อ)				3. ขั้นสรุป ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้สรุปถึงความสัมพันธ์ของเหตุผลและอารมณ์และความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าและผู้วิจัยกล่าวสรุปเพิ่มเติมพร้อมทั้งตอบข้อซักถาม

รายละเอียดโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเพื่อพัฒนาคุณลักษณะ ที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ครั้งที่ 6

เรื่อง : การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ในด้าน
ความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า

เวลา : 3 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์

เพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้าน
ความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ได้แก่

1. การพิจารณาว่าปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นคือปัญหาอะไร
2. รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัญหานั้น ๆ
3. กำหนดแนวทางในการแก้ปัญหา
4. เลือกแนวทางที่เหมาะสมที่สุดที่จะนำมาใช้ในการแก้ปัญหา

อุปกรณ์

1. เอกสารประกอบการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาครั้งที่ 6

วิธีดำเนินการ

1. ขั้นเริ่มต้น

- 1.1 ผู้วิจัยทบทวนและติดตามผลสิ่งที่กล่าวไปครั้งก่อน
- 1.2 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ
ความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าว่ามีความสำคัญอย่างไรกับการเป็นผู้จำหน่ายอิสระ
ในการขายตรง

2. ขั้นดำเนินการ

ในการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาครั้งนี้ผู้วิจัยใช้ทฤษฎีการให้คำปรึกษาบำบัดด้วย
เหตุผล อารมณ์ และพฤติกรรม (REBT) เพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในด้าน
ความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าโดย

- 2.1 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยายกตัวอย่างของปัญหาขึ้นมา
และให้ตอบคำถามว่า

- คิดอย่างไรเกี่ยวกับปัญหานั้น

- รู้สึกอย่างไรเกี่ยวกับปัญหานั้น
- แล้วจะอย่างไรที่จะแก้ไขปัญหานั้น

แล้วผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการศึกษาฝึกอบรบเชิงจิตวิทยาแสดงความคิดเห็นและความรู้สึกเกี่ยวกับการแก้ปัญหานั้นว่า เป็นอย่างไร

2.2 ผู้วิจัยอธิบายถึงความสัมพันธ์ของปัญหาและการแก้ปัญหาคตามทฤษฎี REBT ว่ามาจาก อารมณ์และเหตุผล โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสัมพันธ์ของอารมณ์และเหตุผลที่เกิดจากความเชื่อที่มีเหตุผลและไร้เหตุผลโดยมาจากทฤษฎีบุคลิกภาพของมนุษย์ คือ ทฤษฎีบุคลิกภาพ A-B-C โดย

A (Activating Event) หมายถึง เหตุการณ์ที่มากระตุ้นหรือสภาพการณ์ปรากฏการณ์ ประสบการณ์ ข้อเท็จจริง พฤติกรรม หรือ เจตคติของบุคคลที่ปรากฏขึ้น

B (Belief) หมายถึง ความคิด ความเชื่อของบุคคลที่เกี่ยวกับ A ซึ่งเป็นสาเหตุให้เกิด C แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

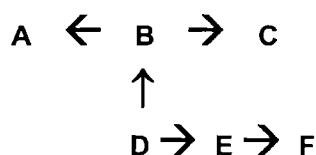
1) ความคิดความเชื่อที่มีเหตุผล (Rational Belief หรือ rB) ซึ่งมักพบได้จากพฤติกรรมซึ่งแสดงถึงความปรารถนา ความอยากและความชอบเป็นต้น

2) ความคิดความเชื่อที่ไร้เหตุผล (Irrational Belief หรือ iB) ซึ่งมักพบเสมอจากพฤติกรรมซึ่งแสดงออกถึงการเรียกร้องอย่างรุนแรง การออกคำสั่งและการต้องทำ (Musts)

C (Consequence) หมายถึง ผลที่เกิดขึ้นทาง อารมณ์และ / พฤติกรรมของบุคคล ซึ่ง REBT มีแนวคิดที่ว่า C เป็นผลที่เกิดมาจาก B และ C แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1) ถ้าบุคคลมีความคิด ความเชื่อที่มีเหตุผล (rB) ผลที่เกิดขึ้นคือ อารมณ์ที่เหมาะสม (desirable emotion Consequence หรือ deC) และ พฤติกรรมที่เหมาะสม (desirable behavior Consequence หรือ dbC) ซึ่งเขียนเป็นแผนผังได้คือ $A \leftarrow rB \rightarrow deC/dbC$

2) ถ้าบุคคลมีความคิดความเชื่อที่ไร้เหตุผล (iB) ผลที่เกิดขึ้นคืออารมณ์ที่ไม่เหมาะสม (undesirable emotion Consequence หรือ ueC) และ พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม (undesirable behavior Consequence หรือ ubC) ซึ่งเขียนเป็นแผนผังได้คือ $A \leftarrow iB \rightarrow ueC/ubC$ และในกรณีนี้เราสามารถปรับเปลี่ยนความเชื่อที่ไร้เหตุผล ซึ่งเป็นผลให้เกิดอารมณ์และพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม ได้โดยการแทรกแซงด้วยการโต้แย้งหรืออภิปราย (Disputing Intervention : D) เพื่อส่งผล (Effect : E) ให้เกิดความรู้สึกใหม่ขึ้นได้ (New Feeling : F) ซึ่งเขียนเป็นแผนภูมิได้ ดังนี้



A (Activating event) = เหตุการณ์ที่มากระตุ้น

B (Belief) = ความเชื่อ

C (Emotional and Behavioral Consequence) = ผลที่ตามมา
ของอารมณ์และพฤติกรรม

D (Disputing Intervention) = การแทรกแซงด้วยการโต้แย้ง
อภิปราย

E (Effect) = ผล

F (New Felling) = ความรู้สึกใหม่

2.3 เมื่อผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเข้าใจในทฤษฎีบุคลิกภาพ A-B-C แล้วผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้ฝึกปฏิบัติโดยจากปัญหาเดิมในข้อ 2.1 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาแต่ละคนใช้หลักการ ของทฤษฎีบุคลิกภาพ A-B-C มาใช้กับการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างไรในด้าน

2.3.1 การพิจารณาว่าปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นคืออะไร เป็นปัญหาที่เกิดจากความคิด ความเชื่อที่สมเหตุสมผล หรือไม่

2.3.2 การรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัญหานั้น ๆ

2.3.3 การกำหนดแนวทางในการแก้ปัญหา

2.3.4 เลือกแนวทางที่เหมาะสมที่สุดที่จะนำมาใช้ในการแก้ปัญหา

2.4 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาแสดงความคิดเห็นและความรู้สึกต่อการได้ฝึกปฏิบัติการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าตามทฤษฎี REBT

ขั้นสรุป

ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาสรุปถึงการนำทฤษฎีบุคลิกภาพ A-B-C มาใช้กับความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองอย่างเต็มที่ และผู้วิจัยกล่าวสรุปเพิ่มเติม พร้อมทั้งตอบข้อซักถาม

การประเมินผล

1. สังเกตจากการที่ผู้รับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยายกตัวอย่างของปัญหาขึ้นมา และแสดงความคิดเห็นความรู้สึกเกี่ยวกับปัญหา และวิธีการแก้ปัญหานั้น
2. สังเกตจากการที่ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้ฝึกปฏิบัติในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า โดยใช้ทฤษฎีบุคลิกภาพ A-B-C
3. การประเมินผลจากแบบประเมินของผู้วิจัย

เอกสารประกอบการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ครั้งที่ 6

การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้าน ความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า

บทนำ

ในองค์กรการขายตรงก็เป็นเสมือนองค์กรโดยทั่วไปที่มีบุคลากรมากมาย และต้องมีบางส่วนที่ประสบปัญหาหรืออุปสรรคในการปฏิบัติงานแล้วรู้สึกท้อถอย ขาดกำลังใจในการคิด และต่อสู้ ขาดความเชื่อมั่นในตนเองและการตัดสินใจที่ดี รวมถึงขาดความพยายามและความอดทนในการฟันฝ่าปัญหาและอุปสรรคทั้งหลาย บางคนขาดความสามารถในการเผชิญกับปัญหาหรืออุปสรรคที่เกิดขึ้นในการปฏิบัติงาน อาทิเช่น ความสามารถในการยอมรับ และปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลง หากขาดความสามารถด้านการคิดอย่างสร้างสรรค์ในการแก้ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ แม้กระทั่งความเพียรพยายามในการปรับปรุงตนเองให้มีความกล้าที่จะเผชิญกับปัญหา กล้าที่จะตัดสินใจ โดยอาศัยประสบการณ์ในอดีตและหลักเหตุผลในปัจจุบัน มาพิจารณาเพื่อหาทางแก้ไขปัญหานั้นให้ลุล่วงไปได้ เพราะหากบุคคลใดขาดความสามารถในการเผชิญกับปัญหาที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นปัญหาในด้านส่วนตัว ปัญหาครอบครัว ปัญหาในด้านเศรษฐกิจ ปัญหาในด้านสุขภาพ และปัญหาที่เกิดขึ้นในการปฏิบัติงาน ล้วนแล้วแต่ส่งผลโดยตรงถึงการดำรงชีวิตอย่างเป็นปกติสุข และความสำเร็จในอันที่จะบรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ

ดังนั้นผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะสนใจที่จะศึกษาพัฒนาในตนเอง เป็นผู้ที่มีความรู้ ความเข้าใจ ในการที่จะแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นอย่างมีสติ เพื่อที่จะเป็นการเตรียมพร้อมหากเกิดปัญหาขึ้นกับตนเอง และแม้กระทั่งการถ่ายทอดวิธีการที่จะไปช่วยเหลือผู้อื่นต่อไปได้อีกด้วย

ความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า หมายถึง ความสามารถในการเผชิญปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างมีสติ ไตร่ตรองอย่างรอบคอบและเป็นระบบ ได้แก่ พิจารณาว่าปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นคือปัญหาอะไร รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัญหานั้นๆ กำหนดแนวทางในการแก้ปัญหาเลือกแนวทางที่เหมาะสมที่สุดที่จะนำมาใช้ในการแก้ปัญหา

ทฤษฎีการให้คำปรึกษาเชิงบำบัดด้วยเหตุผล อารมณ์ และพฤติกรรม (Rational Emotion Behavior Therapy)

ทฤษฎีการให้คำปรึกษาเชิงบำบัดด้วยเหตุผล อารมณ์ และพฤติกรรม มีทฤษฎีเกี่ยวกับธรรมชาติของมนุษย์ในประเด็นที่สำคัญ ดังนี้

1. มนุษย์แตกต่างจากสัตว์โลกทั้งหลาย เพราะมนุษย์มีค่านิยม มีความคิด สามารถพัฒนาการรู้จักของตนเองได้ สามารถประเมินค่านิยมที่ตนยึดถือ สามารถตัดสินใจ และปรับเปลี่ยนค่านิยมของตนเพื่อการมีพฤติกรรมใหม่ที่เหมาะสมยิ่งขึ้นได้
2. มนุษย์เกิดมาพร้อมกับการมีศักยภาพที่จะเป็นผู้ที่มีเหตุผล แต่บางคนก็เป็น

ผู้ที่ไร้เหตุผล ทั้งนี้เนื่องมาจากการที่บุคคลมีประสบการณ์ในชีวิตที่ไม่ค่อยมีเหตุผลมาตั้งแต่เมื่อครั้งที่ยังเด็ก ประกอบกับชีวิตในปัจจุบันก็ดำเนินไปอย่างผิดเพี้ยน ไม่ค่อยมีเหตุผล และเนื่องจากเหตุผลและอารมณ์ของมนุษย์มีความเกี่ยวข้องกัน บุคคลที่ไร้เหตุผลจึงมักจะมีปัญหาทางอารมณ์ที่ไม่เหมาะสมด้วย เช่น รู้สึกท้อแท้ สิ้นหวัง มีความรู้สึกไร้ค่า มีความรู้สึกกังวลใจ มีความทุกข์โศกมาก มีความซึมเศร้า ไม่สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างสมเหตุสมผล ส่งผลให้เป็นบุคคลที่มีปัญหาทั้งทางด้านอารมณ์และพฤติกรรมที่แสดงออก ผิดกับบุคคลที่มีเหตุผลที่มักจะมีอารมณ์ที่เหมาะสม มีความสุข สดชื่นรื่นเริง และมีความกระตือรือร้น มีชีวิตชีวา เป็นต้น

3. มนุษย์เป็นผู้ที่มีเหตุผลและไร้เหตุผล การที่บุคคลมีอารมณ์ไม่เหมาะสม มักมีสาเหตุมาจากความคิด ความเชื่อที่ไร้เหตุผล แต่ถ้าบุคคลเรียนรู้วิธีการคิดอย่างมีเหตุผลมากขึ้น และลดละการคิดอย่างไร้เหตุผลลงก็จะนำไปสู่การเป็นผู้มีเหตุผล มีอารมณ์ และพฤติกรรมที่เหมาะสมขึ้น และมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในชีวิตด้วย

4. มนุษย์มีความต้องการสิ่งที่ดีงามสำหรับชีวิต บุคคลที่ไม่ได้รับการตอบสนองสิ่งที่ต้องการก็มักจะมีอาการกล่าวโทษและ/หรือตำหนิตนเอง หรือผู้อื่น แต่มนุษย์ก็สามารถที่จะปรับเปลี่ยน ความคิดและค่านิยมที่ไร้เหตุผลของตนได้ ดังนั้น หากบุคคลได้รับความช่วยเหลือให้รู้จักปรับเปลี่ยนวิธีการคิดและการรับรู้ที่ไม่มีเหตุผล ไปสู่การคิดอย่างมีเหตุผล ก็จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในทิศทางที่เหมาะสมขึ้น

5. ความคิด ความรู้สึกและพฤติกรรมของมนุษย์มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด ดังที่เอลลิส กล่าวว่า “เมื่อบุคคลแสดงความรู้สึก เขาก็จะคิดและแสดงพฤติกรรมด้วย เมื่อบุคคลแสดงพฤติกรรมเขาก็จะคิดและแสดงความรู้สึกด้วย และเมื่อบุคคลคิด เขาก็จะแสดงความรู้สึกและแสดงพฤติกรรมด้วย”

ดังนั้น ความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมของมนุษย์จึงเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด โดยมีลักษณะสำคัญสรุปได้ ดังนี้

5.1 มนุษย์มีทั้งความคิดที่มีเหตุผลและไร้เหตุผล เมื่อมนุษย์คิดอย่างมีเหตุผล เขาจะมีความสุขและสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.2 อารมณ์ไม่เป็นสุข หรืออาการของโรคประสาท เป็นผลมาจาก การมี ความคิดที่ไร้เหตุผล ไม่สมเหตุสมผล เนื่องจากความคิดและอารมณ์สัมพันธ์กัน การมีอารมณ์ไม่เป็นสุขมักจะทำให้เกิดควบคู่กับการมีความคิดที่อคติ ความคิดที่ยึดมั่นในตนเองสูง และความคิดที่ไร้เหตุผล เป็นต้น

5.3 ความคิดที่ไร้เหตุผลเกิดจากการเรียนรู้ที่ไม่สมเหตุสมผลตั้งแต่ครั้งยังเป็นเด็ก ซึ่งบุคคลอาจเรียนรู้จากพ่อแม่ สภาพแวดล้อม และสังคม

5.4 มนุษย์พูดหรือคิดโดยใช้สัญลักษณ์ หรือภาษา การที่บุคคลพูดหรือคิดอย่างไร้เหตุผลอยู่ร่ำไป จะมีผลต่อการมีอารมณ์ที่ไม่สมเหตุสมผล และมีผลต่อการมีพฤติกรรม

เบี่ยงเบนการปรับเปลี่ยนความคิด ความเชื่อที่ไร้เหตุผล จึงอาจทำได้โดยการเปลี่ยนแปลงการใช้สัญลักษณ์ หรือภาษา

5.5 อารมณ์ไม่เป็นสุขไม่ได้เป็นผลมาจากสถานการณ์หรือเหตุการณ์จากภายนอกแต่เป็นผลมาจากความคิดความเชื่อของบุคคลที่มีต่อสถานการณ์หรือเหตุการณ์นั้น

5.6 ความคิดหรืออารมณ์ที่ไม่เหมาะสมของมนุษย์ สามารถทำให้ลดลงหรือขจัดให้หมดไปได้โดยการรับรู้และการคิดอย่างมีเหตุผลแทน

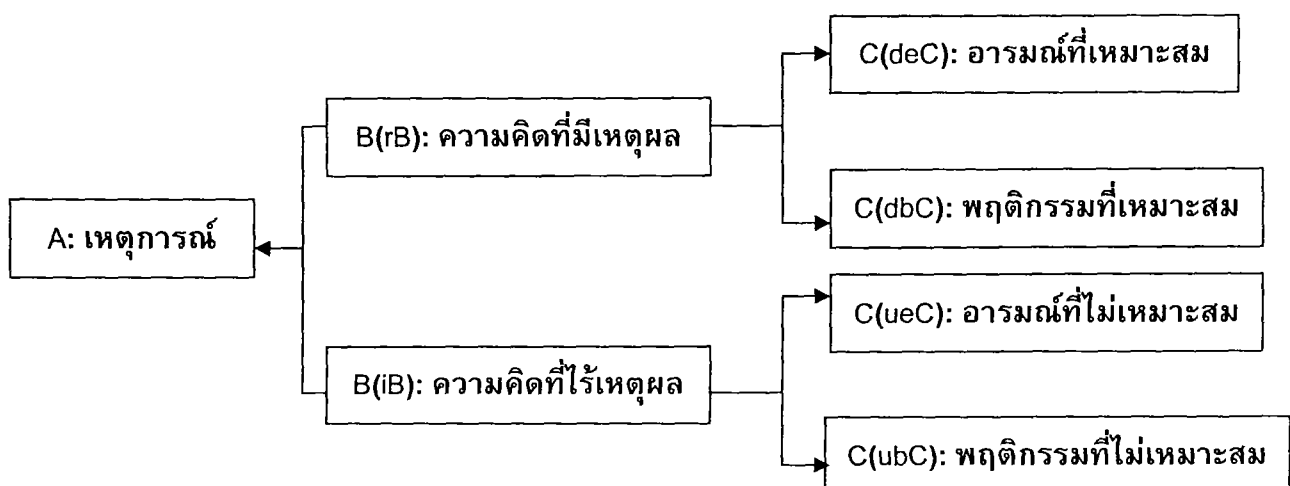
ดังนั้น จากข้อมูลดังกล่าวเบื้องต้นสามารถแสดงความสัมพันธ์อารมณ์ เหตุผลและพฤติกรรมได้เป็นอย่างดี ซึ่งแสดงถึงการที่บุคคลสามารถที่จะแก้ปัญหาของตนเองให้ ลุล่วงไปได้อย่างมีเหตุมีผลก็ย่อมมีความสัมพันธ์กับความคิด ความเชื่อของแต่ละบุคคลด้วยว่า มีเหตุผลหรือไร้เหตุผล ผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะทำการศึกษาทฤษฎีการให้คำปรึกษาเชิง อารมณ์ เหตุผล และพฤติกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งทฤษฎีบุคลิกภาพ

A – B – C

ทฤษฎีบุคลิกภาพ A-B-C

REBT มีแนวคิดสำคัญว่า อารมณ์ ความรู้สึก และพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของบุคคล มีสาเหตุมาจากความคิดความเชื่อที่ไร้เหตุผลซึ่งบุคคลเฝ้าบอกตนเองอยู่เสมอๆ บุคคลจึงควรได้รับความช่วยเหลือ โดยการสอนให้เขารู้จักการปรับเปลี่ยนวิธีคิดอย่างมีเหตุผล ขจัดความคิดความเชื่อที่ไร้เหตุผลออกไป ซึ่งจะมีผลให้บุคคลมีอารมณ์ และพฤติกรรมที่เหมาะสมขึ้น

เอลลิส ได้เสนอแนวคิดสำคัญเกี่ยวกับบุคลิกภาพของมนุษย์ ซึ่งเรียกกันว่า ทฤษฎีบุคลิกภาพ A-B-C (A-B-C Theory of Personality) ซึ่งเป็นทฤษฎีพื้นฐานที่ใช้ในการปรึกษาแบบ REBT ดังแสดงในภาพต่อไปนี้



รูปแบบ A –B-C มีสาระสำคัญดังต่อไปนี้

A (Activating Event) หมายถึง เหตุการณ์ที่มากระตุ้นหรือสภาพการณ์ปรากฏการณ์ ประสบการณ์ ข้อเท็จจริง พฤติกรรม หรือเจตคติของบุคคล ฯลฯ ซึ่ง REBT มีแนวคิดว่าจะไม่ใช่สาเหตุที่ทำให้เกิด B

B (Belief) หมายถึง ความคิดความเชื่อของบุคคลที่เกี่ยวกับ A ซึ่ง REBT มีแนวคิดว่าเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิด C โดย B จะแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1. ความคิดความเชื่อที่มีเหตุผล (Rational Belief หรือ rB) ซึ่งมักพบได้จากพฤติกรรม ซึ่งแสดงถึงความปรารถนา ความอยาก และความชอบ เป็นต้น

2. ความคิดความเชื่อที่ไร้เหตุผล (Irrational Belief หรือ iB) ซึ่งมักพบเสมอจากพฤติกรรมซึ่งแสดงถึงการเรียกร้องอย่างรุนแรง การออกคำสั่ง และการต้องทำ (Musts) ซึ่งเอลโลสได้รวบรวมไว้ว่าการ “ ต้องทำ ” มีอยู่ 3 ประการสำคัญ คือ

2.1 ฉันต้องทำดีและ/หรือได้รับความรักจากบุคคลที่สำคัญสำหรับฉัน ฉันรู้สึกแย่มาก ถ้าฉันทำไม่ดีและไม่สามารถทนได้ ดังนั้น ฉันจึงเป็นคนที่ไม่เอาไหนเลย

2.2 คุณต้องปฏิบัติต่อฉันอย่างมีเมตตาและยุติธรรม มันจะน่ากลัวมากถ้าคุณไม่ปฏิบัติต่อฉันอย่างมีเมตตาและยุติธรรม ฉันไม่สามารถทนคุณหรือพฤติกรรมของคุณได้ ดังนั้น คุณจึงเป็นคนเลว

2.3 โลกต้องเกี่ยวข้องกับฉันในทางที่ดี มีอนาคต และให้ทุกสิ่งทุกอย่างที่ฉันอยากได้ในฉับพลัน มันจะเลวร้ายทีเดียว ถ้าไม่เป็นเช่นนั้น ฉันไม่สามารถทนอาศัยอยู่ในโลกที่แย่อย่างนี้ได้ ดังนั้น โลกจึงเป็นสถานที่ที่น่ารังเกียจอย่างที่สุด

C (Consequence) หมายถึง ผลที่เกิดขึ้นทางอารมณ์และ/หรือพฤติกรรมของบุคคล ซึ่ง REBT มีแนวคิดว่าจะ C เป็นผลที่เกิดมาจาก B ซึ่ง C แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1) ถ้าบุคคลมีความคิด ความเชื่อที่มีเหตุผล (rB) ผลที่เกิดขึ้นคืออารมณ์ที่เหมาะสม (desirable emotion Consequence หรือ deC) และพฤติกรรมที่เหมาะสม (desirable behavior Consequence หรือ dbC)

2) ถ้าบุคคลมีความคิดความเชื่อที่ไร้เหตุผล (iB) ผลที่เกิดขึ้นคืออารมณ์ที่ไม่เหมาะสม (undesirable emotion Consequence หรือ ueC) และพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม (undesirable behavior Consequence หรือ ubC)

การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	ทฤษฎีและเทคนิค	วิธีดำเนินการ
7	การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้านคุณธรรมและจริยธรรม หมายถึงลักษณะที่ดี ที่แสดงออกให้เห็นถึงจิตใจที่ดีงาม โดยแสดงออกให้เห็นเป็นรูปธรรมได้ อย่าง ชัดเจน ได้แก่ การแสดงออกถึงคำพูดและการกระทำด้วยความซื่อตรง ไม่โกหก ไม่คดโกง ไม่เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตน แต่เพียงอย่างเดียว มีหลักธรรมประจำใจโดยนำมาประยุกต์ใช้กับการทำงานได้เป็นอย่างดี	เพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้านคุณธรรม และ จริยธรรม ได้แก่ 1. การแสดงออกถึง คำพูด หรือการกระทำด้วยความซื่อตรง ไม่โกหก ไม่คดโกง 2. ไม่เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตน เพียงอย่างเดียว 3. มีหลักธรรมประจำใจโดยนำมาประยุกต์ใช้กับการทำงานเป็นอย่างดี	หลักธรรมตามแนวพุทธศาสตร์ 1. การสอน (Coaching) 2. บทบาทสมมติ 3. การอภิปราย	1. ขั้นเริ่มต้น 1.1 ผู้วิจัยทบทวนและติดตามผลสิ่งที่กล่าวไปครั้งก่อน 1.2 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณธรรมและ จริยธรรมว่ามีความสำคัญอย่างไรกับการเป็นผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง 2. ขั้นดำเนินการ ในการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาค้างนี้ ผู้วิจัยอาศัยหลักธรรมตามแนวพุทธศาสตร์ เพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในด้านคุณธรรมและ จริยธรรมดังนี้ 2.1 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับผู้จำหน่ายอิสระในการขายที่เคยพบเห็น ที่ประสบความสำเร็จโดยเป็นผู้มีคุณธรรมและ จริยธรรม 2.2 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงที่เคยเห็น ที่ขาดคุณธรรมและจริยธรรมเพื่อเป็นการเปรียบเทียบกับข้อ 2.1 2.3 ผู้วิจัยใช้หลักการสอนตามแนวพุทธศาสตร์อธิบายให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา โดยมีเนื้อหา คือ 2.3.1 คุณธรรมและ จริยธรรมในด้านความซื่อสัตย์ซื่อตรง เป็นธรรมะสำหรับการ

การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	ทฤษฎีและเทคนิค	วิธีดำเนินการ
7 (ต่อ)				ดำรงชีวิตของฆราวาส เรียกว่า ฆราวาสธรรม 4 ได้แก่ 1) สัจจะ คือ การรักษาความสัตย์ มีความจริงใจต่อหน้าที่ที่มีการแสดงออกถึง คำพูด หรือการกระทำด้วยความซื่อตรง ไม่โกหก ไม่คดโกง 2) ทมะ คือ ฝึกและข่มใจตนเองในด้านต่าง ๆ อาทิ ไม่เห็นกับประโยชน์ส่วนตนเพียงอย่างเดียว 3) ขันติ คือ ความอดทน ความเข้มแข็งของจิตในการพยายามทำความดี และอดทนต่อฝ่ายที่ไม่ดี 4) จาคะ คือ การละวาง ความชั่ว การเสียสละให้ผู้อื่น ปลอ่ยวางอารมณ์ที่ทำให้เกิดความไม่สงบใจ 2.3.2 หลักของสังคหวัตถุ 4 คือ 1) ทาน คือ ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เสียสละ แบ่งปัน ช่วยเหลือสงเคราะห์ ไม่เห็นแก่ตนเอง 2) ปิยวาจา คือ การกล่าวคำสุภาพ ไพเราะ น่ารัก ชี้แจง แนะนำสิ่งที่เป็นประโยชน์มีเหตุผลเป็นหลักฐาน ชักจูงในสิ่งที่ดีงาม 3) อุตถจริยา คือ การทำประโยชน์แก่ ผู้อื่น ช่วยเหลือด้วยแรงกายและแรงปัญญา 4) สมานัตตตา คือ การเอาตัวเข้าสมานทำตัวให้เข้ากับ

การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	ทฤษฎีและเทคนิค	วิธีดำเนินการ
7 (ต่อ)				ผู้อื่นได้ วางตนเสมอต้นเสมอปลายด้วยความสม่ำเสมอ มีการร่วมทุกข์ ร่วมสุข ร่วมให้ ร่วมแก้ไขปัญหา เพื่อประโยชน์สุขร่วมกัน 2.4 ผู้วิจัยกำหนดบทบาทสมมติเพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาแสดงตามบทบาทสมมติที่ได้ถูกกำหนดขึ้น โดยให้เวลาในการเตรียมการแสดงโดยมี 2 บทบาทสมมติ 2.4.1 บทบาทสมมติของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงที่มีคุณธรรมและจริยธรรม ซื่อสัตย์ ไม่คดโกงไม่เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตน และ ธรรมประจำใจ 2.4.2 บทบาทสมมติของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงที่ขาดคุณธรรมและจริยธรรม ไม่มีความซื่อสัตย์ มีความคดโกง คิดแต่ประโยชน์ส่วนตน และขาดหลักธรรมในการดำรงชีวิต 2.5 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาแสดงความคิดเห็น ความ รู้สึกว่าควรจะเป็นผู้จำหน่ายอิสระแบบใด เพราะอะไร 2.6 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาอภิปรายเกี่ยวกับคุณธรรม และจริยธรรมว่าส่งผล อย่างไรต่อการดำเนินชีวิต และการปฏิบัติงาน 2.7 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมโดยการอภิปรายถึง

การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	ทฤษฎีและเทคนิค	วิธีดำเนินการ
7 (ต่อ)				หลักสูตรประจำใจอื่น ๆ ที่ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเห็นว่ามีความสำคัญและสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการทำงานเป็น อย่างดี 3. ขั้นสรุป ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา สรุปถึงคุณธรรมและจริยธรรมที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการทำงานและเกิดประโยชน์ต่อตนเองอย่างเต็มที่และผู้วิจัยกล่าวสรุปเพิ่มเติมพร้อมทั้งตอบข้อซักถาม

รายละเอียดโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเพื่อพัฒนาคุณลักษณะ ที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ครั้งที่ 7

เรื่อง : การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ใน
ด้านคุณธรรมและจริยธรรม

เวลา : 3 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์

เพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้าน
คุณธรรม และจริยธรรม ได้แก่

1. การแสดงออกถึง คำพูด หรือการกระทำด้วยความซื่อตรง ไม่โกหก ไม่คดโกง
2. ไม่เห็นกับประโยชน์ส่วนตนเพียงอย่างเดียว
3. มีหลักธรรมประจำใจโดยนำมาประยุกต์ใช้กับการทำงานเป็นอย่างดี

อุปกรณ์

เอกสารประกอบการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาครั้งที่ 7

วิธีดำเนินการ

1. ขั้นเริ่มต้น

- 1.1 ผู้วิจัยทบทวนและติดตามผลสิ่งที่กล่าวไปครั้งก่อน
- 1.2 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ

คุณธรรมและจริยธรรมว่ามีความสำคัญอย่างไรกับการเป็นผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง

2. ขั้นดำเนินการ

ในการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาครั้งนี้ผู้วิจัยอาศัยหลักธรรมตามแนวพุทธศาสตร์
เพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในด้านคุณธรรมและจริยธรรมดังนี้

2.1 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้แสดงความคิดเห็น
เกี่ยวกับผู้จำหน่ายอิสระในการขายที่เคยพบเห็น ที่ประสบความสำเร็จโดยเป็นผู้มีคุณธรรม และ
จริยธรรม

2.2 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ
ผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงที่เคยเห็น ที่ขาดคุณธรรมและจริยธรรมเพื่อเป็นการเปรียบเทียบกับ
ข้อ 2.1

2.3 ผู้วิจัยใช้หลักการสอนตามแนวพุทธศาสตร์อธิบายให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา โดยมีเนื้อหาคือ

2.3.1 คุณธรรมและจริยธรรมในด้านความซื่อสัตย์ ซื่อตรง เป็นธรรมะสำหรับการดำรงชีวิตของชาวवास เรียกว่า ชาวवासธรรม 4 ได้แก่

2.3.1.1 สัจจะ คือ การรักษาความสัตย์ มีความจริงใจต่อหน้าที่ที่มี การแสดงออกถึง คำพูด หรือการกระทำด้วยความซื่อตรง ไม่โกหก ไม่คดโกง

2.3.1.2 ทมะ คือ ฝึกและเข้มใจตนเองในด้านต่าง ๆ อาทิ ไม่เห็นกับประโยชน์ส่วนตนเพียงอย่างเดียว

2.3.1.3 ขันติ คือ ความอดทน ความเข้มแข็งของจิตในการพยายามทำความดี และ อดทนต่อฝ่ายที่ไม่ดี

2.3.1.4 จาคะ คือ การละวางความชั่ว การเสียสละให้ผู้อื่น ปล่องวางอารมณ์ที่ทำให้เกิดความไม่สงบใจ

2.3.2 หลักของสังคหวัตถุ 4 คือ

2.3.2.1 ทาน คือ ความเอื้อเฟื้อ เผื่อแผ่ เสียสละ แบ่งปัน ช่วยเหลือ สงเคราะห์ ไม่เห็นแก่ตนเอง

2.3.2.2 ปิยวาจา คือ การกล่าวคำสุภาพ ไพเราะ น่าฟัง ชี้แจง แนะนำสิ่งที่เป็นประโยชน์มีเหตุผลเป็นหลักฐาน ชักจูงในสิ่งที่ดีงาม

2.3.2.3 อัตถจริยา คือ การทำประโยชน์แก่ผู้อื่น ช่วยเหลือด้วยแรงกาย และแรงปัญญา

2.3.2.4 สมานัตตตา คือ การเอาตัวเข้าสมานทำให้เข้ากับผู้อื่นได้ วางตนเสมอต้นเสมอปลายด้วยความสม่ำเสมอ มีการร่วมทุกข์ ร่วมสุข ร่วมให้ ร่วมแก้ไขปัญหา เพื่อประโยชน์สุขร่วมกัน

2.4 ผู้วิจัยกำหนดบทบาทสมมติเพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา แสดงตามบทบาทสมมติที่ได้ถูกกำหนดขึ้น โดยให้เวลาในการเตรียมการแสดงโดยมี 2 บทบาทสมมติ

2.4.1 บทบาทสมมติของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงที่มีคุณธรรมและจริยธรรมซื่อสัตย์ ไม่คดโกงไม่เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตน และ ธรรมประจำใจ

2.4.2 บทบาทสมมติของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงที่ขาดคุณธรรมและ จริยธรรม ไม่มีความซื่อสัตย์ มีความคดโกง คิดแต่ประโยชน์ส่วนตน และขาดหลักธรรมในการดำรงชีวิต

2.5 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาแสดงความคิดเห็น ความรู้สึก ว่าควรจะเป็นผู้จำหน่ายอิสระแบบใด เพราะอะไร

2.6 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาริปรายเกี่ยวกับคุณธรรม

และจริยธรรมว่าส่งผลอย่างไรต่อการดำเนินชีวิตและการปฏิบัติงาน

2.7 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้แสดงความเห็นเพิ่มเติม โดยการอภิปราย ถึงหลักธรรมประจำใจอื่น ๆ ที่ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเห็นว่ามีความสำคัญและสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการทำงานเป็นอย่างดี

ขั้นสรุป

ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาสรุปถึงคุณธรรมและจริยธรรมที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการทำงานและเกิดประโยชน์ต่อตนเองอย่างเต็มที่ และผู้วิจัยกล่าวสรุปเพิ่มเติม พร้อมทั้งตอบข้อซักถาม

การประเมินผล

1. สังเกตจากการแสดงความคิดเห็น เปรียบเทียบผู้ที่มีคุณธรรมและจริยธรรม และผู้ที่ไม่มีความคุณธรรมและจริยธรรม
2. สังเกตจากการสนใจ ตั้งใจ การมีส่วนร่วมในตอนที่คุณวิจัยอธิบายในเนื้อหาการสอนตามแนวพุทธศาสตร์
3. สังเกตจากการแสดงบทบาทสมมติของผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา
4. สังเกตจากการแสดงความคิดเห็น ความรู้สึก เกี่ยวกับคุณธรรม จริยธรรม หลังจากที่ได้เห็นบทบาทสมมติ
5. การประเมินผลจากแบบประเมินของผู้วิจัย

เอกสารประกอบการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาครั้งที่ 7

การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้าน คุณธรรมและจริยธรรม

ความหมาย

คุณธรรม หมายถึง สภาพคุณงามความดีและจริยธรรม หมายถึง ธรรมที่เป็นข้อประพฤติ ปฏิบัติ (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 : 187-247) ซึ่งครอบคลุมเรื่องราวต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับศีลธรรม ความประพฤติที่ดีที่ชอบ ความประพฤติอันพึงปฏิบัติต่อตนเอง ต่อผู้อื่น และต่อสังคม ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดความเจริญรุ่งเรืองสุขเกษมขึ้นในสังคมและสมาชิกของสังคม (ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์. 2547: 79)

สาโรช บัวศรี (2523: 18) ให้ความหมายของจริยธรรมไว้ว่า จริยธรรม หมายถึง แนวทางในการประพฤติเพื่อยุบรวมกันได้อย่างร่มเย็นในสังคม

พนัส หันนาคินทร์ (2523: 19-20) กล่าวว่า จริยธรรม หมายถึง คุณสมบัติทางความประพฤติที่สังคมมุ่งหวังให้สมาชิกของสังคมนั้นประพฤติตาม จริยธรรมที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับความถูกต้องในความประพฤติอันดี หมายถึง การกระทำความดีในขอบเขตของมโนธรรม ซึ่งได้แก่ความสำนึกในความบังควรที่จะกระทำหรือเป็นหน้าที่ที่จะต้องกระทำของสมาชิกแต่ละคนในสังคมนั้นๆ

จากความหมายของคุณธรรมและจริยธรรมดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่า คุณธรรม หมายถึง สิ่งที่สังคมยอมรับว่า เป็นสิ่งที่ดีงาม เป็นคุณงามความดีที่สั่งสมอยู่ในจิตใจมาเป็นเวลานาน โดยผ่านประสบการณ์จากการเรียนรู้ การศึกษา การปฏิบัติ การฝึกอบรม หรือการกระทำจนเคยชินเกิดเป็นลักษณะนิสัย เป็นสิ่งที่มีคุณประโยชน์ต่อตนเอง ต่อผู้อื่นและต่อสังคม ส่วนจริยธรรมหมายถึงการกระทำหรือพฤติกรรมต่างๆ ที่ควรกระทำเพื่อความสงบสุขและเป็นที่ยอมรับของสังคม หรือ หมายถึงแนวทางหรือข้อปฏิบัติของบุคคลที่ถือว่าถูกต้องและดีงาม เป็นลักษณะที่สังคมต้องการ เป็นการกระทำที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและผู้อื่นในสังคม ตลอดจนใช้หลักการพิจารณาตัดสินว่าการกระทำนั้นผิดหรือถูกต้องตามกฎหมายเกณฑ์ของสังคมนั้นๆ

ดังนั้นจากความหมายดังกล่าวสามารถนิยามความหมายของคุณธรรม จริยธรรม สำหรับ ผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงได้ว่า หมายถึง ลักษณะที่ดีที่แสดงออกให้เห็นถึงจิตใจที่ดีงาม โดยแสดงออกให้เห็นเป็นรูปธรรมได้อย่างชัดเจน ได้แก่ การแสดงออกถึงคำพูดและการกระทำด้วยความซื่อตรง ไม่โกหก ไม่คดโกง ไม่เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนแต่เพียงอย่างเดียว มีหลักธรรมประจำใจโดนนำมาประยุกต์ใช้กับการทำงานได้เป็นอย่างดี

การพัฒนาตนเองตามแนวพุทธศาสนา

การพัฒนาตนเองตามแนวพุทธศาสตร์ จะเริ่มต้นให้ตนเองรู้จักคิด มีการศึกษาตนเอง รู้จักตนเอง รู้จักสิ่งแวดล้อม และรู้วิธีการที่จะปฏิบัติต่อตนเองและสิ่งทั้งหลายทั้งปวงอย่างไร มีการปรับตัว ปรับปรุง เปลี่ยนแปลง และพัฒนาทั้งทางร่างกายและจิตใจ ทำให้เกิดการพัฒนาอย่างมีคุณภาพ คือ มีใช้พัฒนาแต่ปัญญา พฤติกรรมก็ต้องมีการพัฒนาด้วย เมื่อพฤติกรรมเปลี่ยนไป จิตใจก็จะพัฒนาด้วย เป็นการยกระดับจิตใจของตน คือ จิตใจจะเปลี่ยนไปในทิศทางที่ดีขึ้น เช่น เปลี่ยนจากความอยากด้วยตัณหาเป็นความอยากด้วยฉันทะ เป็นต้น ผลที่จะเกิดขึ้นคือ ความสุข ความพอใจด้วยฉันทะ เป็นวิธีการพัฒนาจิตใจ ฉะนั้นการพัฒนาที่ต้องอาศัยและเสริมซึ่งกันและกันนี้ เรียกว่า “ ปฏิจจสมุปบาท ”

ความหมายของความซื่อสัตย์

ความซื่อสัตย์สุจริต หมายถึง ความซื่อตรง ไม่คดโกง ถ้าแสดงออกทางใจจะเป็นน้ำใส ใจจริง ไม่ซ่อนเงื่อนงำไว้ในใจ ทางกายเป็นการกระทำจริง ไม่ใช่ทำดีเพื่อหลอกลวงให้ผู้อื่นติดกับวาทะ คือ พูดจริง คงเส้นคงวา เชื่อถือไว้ใจได้ และยังได้อธิบายถึงความซื่อสัตย์สุจริตของบุคคลเป็นข้อๆ ดังนี้

1. ต้องซื่อตรง ไม่คดโกงหรือหลอกลวงเขากิน ประกอบอาชีพในทางที่สุจริต สิ่งใดทุจริตผิดศีลธรรม จะต้องเลิกอย่างเด็ดขาด
2. ต้องซื่อสัตย์ต่อตนเอง ต่อครอบครัวและต่อมิตรสหาย และต้องมีความจงรักภักดีต่อประเทศชาติ ไม่คิดคดทรยศ
3. ต้องซื่อสัตย์ในทางที่ถูกที่ควร โดยเฉพาะทางที่เป็นประโยชน์ และถึงยามเท่านั้น ถ้าจะเป็นการทำลายประโยชน์ให้เกิดความเสียหายแล้ว ไม่ควรทำอย่างยิ่ง เช่น การซื่อสัตย์ ต่อบุคคลที่คิดทำลายชาติ
4. ต้องรักษาคำพูดของตนให้มีคุณค่าน่าเชื่อถือได้ ให้เป็นคนมีวาจาสิทธิ์ พูดจาจะให้ความช่วยเหลือแก่ใครจะต้องเป็นไปตามที่พูดเสมอ

ความซื่อสัตย์ในแนวพระพุทธศาสนา เกษม บุญศรี กล่าวว่าในทาง พุทธศาสนานั้น ได้แบ่งความซื่อสัตย์ออกเป็น 3 ด้าน คือ

1. ความซื่อสัตย์ทางกาย หมายถึง การไม่ฆ่าสัตว์ ไม่ลักทรัพย์ ไม่ประพฤติดนินทากาม และให้ความช่วยเหลือผู้อื่นตามกำลัง และโอกาสเท่าที่สามารถจะทำได้
2. ความซื่อสัตย์ทางวาจา หมายถึง การพูดความจริง ตรงไปตรงมา พูดในสิ่งที่ควรพูด ไม่เพ้อเจ้อ และเป็นคำพูดที่อ่อนหวานน่าฟัง
3. ความซื่อสัตย์ทางใจ หมายถึง กิจกรรมที่ใช้ความคิดเป็นสำคัญ เช่น ไม่โลภอยากได้ของผู้อื่น

คุณธรรม จริยธรรม ตามแนวพุทธศาสตร์ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในการขายตรงในด้าน คุณธรรม จริยธรรม ได้แก่ ขรวาสาธรรม และสังคหัตถ์ 4

ขรวาสาธรรม สำหรับการประพฤติปฏิบัติของขรวาสา ได้แก่

1. สัจจะ คือ การรักษาความสัตย์ เช่น มีความรับผิดชอบและรักงาน ไม่มีความเกียจคร้าน รักษาความสัตย์ ไม่มีเล่ห์เหลี่ยม หลอกลวง มีความจริงใจต่อหน้าที่ ต่อกฎหมาย ประพฤติดีต่อคนในครอบครัว ขวนขวายในการสร้างประโยชน์แก่บุคคลอื่น และแก่ส่วนรวม ยึดมั่นในธรรมและความดีงาม
2. ทมะ คือ การฝึกและข่มใจตนเองในด้านต่างๆ เช่น การฝึกการทำงานให้เป็น และชำนาญฝึกจิตใจให้รู้จักยับยั้งตนเองให้ยึดมั่นอยู่ในความดี สามารถเลี้ยงตนเองและครอบครัวได้ ไม่นำความเดือดร้อนมาสู่ตนเองและครอบครัว
3. ขันติ คือ ความอดทน ความเข้มแข็งของจิตใจในการพยายามทำความดีและอดทนต่อฝ่ายที่ไม่ดี อดทนต่อการทำงานหนักเอาเบาสู้ อดทนต่อความเจ็บป่วย อดทนต่อการกระทำที่ล่วงเกิน อดทนต่ออารมณ์ที่ทำให้จิตใจโน้มไปในความเพลิดเพลินลุ่มหลง เช่น การเที่ยวเตร่ การได้ลาภในทางทุจริต การกระทำผิดประเวณี หลงอำนาจ
4. จาคะ คือ การละวางความชั่ว การเสียสละให้ผู้อื่น ปลอ่ยวางอารมณ์ที่ทำให้เกิดความไม่สงบใจ เช่น ความโกรธเคืองต่อบุคคลอื่น สละอารมณ์ที่ชักนำให้เกิดการกระทำชั่วต่างๆ

สังคหัตถ์ 4 ได้แก่

1. ทาน การให้ปัน คือ ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เสียสละ แบ่งปัน ช่วยเหลือ สงเคราะห์ ด้วยปัจจัยสี่ตลอดจนให้ความรู้ ความเข้าใจ และศิลปวิทยา
2. ปิยวาจา พูดอย่างรักกัน คือ การกล่าวคำสุภาพ ไพเราะ น่าฟัง ชี้แจง แสดงเหตุผล มีหลักฐาน ชักจูงในสิ่งที่ดีงาม หรือเป็นถ้อยคำที่แสดงความเห็นอกเห็นใจ ให้กำลังใจ
3. อัตถจริยา การทำประโยชน์ให้เกิดแก่ผู้อื่น คือ การช่วยเหลือด้วยแรงกาย และแรงปัญญา คือ ช่วยแก้ไขปัญหาคและช่วยปรับปรุงส่งเสริมในด้านจริยธรรม
4. สมานัตตดา การเอาตัวเข้าสมาน คือ การทำตัวให้เข้ากับเขาได้ วางตนเสมอต้น เสมอปลาย ให้ความเสมอภาค ปฏิบัติสม่ำเสมอทั้งต่อคนทั้งหลาย ไม่เอาเปรียบ คือ ร่วมสุข ร่วมทุกข์ ร่วมรับรู้ ร่วมแก้ปัญหา เพื่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกัน

การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	ทฤษฎีและเทคนิค	วิธีดำเนินการ
8	การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้านความก้าวหน้าและพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง หมายถึง คุณลักษณะของผู้จำหน่ายอิสระที่มีเป้าหมายในตนเองอย่างเด่นชัดและพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง ในทุก ๆ ด้านเพื่อก้าวไปสู่เป้าหมายนั้น ๆ ได้แก่ การพิจารณาถึงจุดอ่อน หรือ ข้อบกพร่องของตนเองในการปฏิบัติงานว่ามีสิ่งใดที่ยังขาดความสมบูรณ์เพื่อหาทางพัฒนาแก้ไข ปรับปรุงให้ตนเองมีความรู้ความสามารถมากยิ่งขึ้นและการแสวงหาความรู้ในด้านอื่น ๆ เพิ่มเติม	เพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้านความก้าวหน้าและพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง ได้แก่ 1. การพิจารณาถึงจุดอ่อนหรือข้อบกพร่องของตนเองในการปฏิบัติงานพร้อมแก้ไข และปรับปรุงให้ตนเองมีความรู้ ความสามารถมากยิ่งขึ้น 2. การแสวงหาความรู้ในด้านอื่น ๆ เพิ่มเติมเพื่อเสริมศักยภาพของตนเองให้มีทักษะความชำนาญมากขึ้นกว่าเดิม	ทฤษฎีการให้คำปรึกษาแบบภวนิยม (Existentialism) โดย การให้คำปรึกษากลุ่ม	1. ขั้นเริ่มต้น 1.1 ผู้วิจัยทบทวนและติดตามผลสิ่งที่กล่าวไปครั้งก่อน 1.2 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความก้าวหน้าพร้อมที่จะพัฒนาตนเองว่ามีความสำคัญ อย่างไรกับการเป็นผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง 2. ขั้นดำเนินการ ผู้วิจัยใช้เทคนิคการให้คำปรึกษาแบบภวนิยม (Existentialism) โดยใช้การให้คำปรึกษากลุ่มมาใช้เพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในด้านมีความก้าวหน้าพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง โดย 2.1 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาประเมินตนเองในด้าน - จุดอ่อนหรือข้อบกพร่องของแต่ละคนในการปฏิบัติงานว่ามีอะไรบ้าง ส่งผลต่อการปฏิบัติงาน อย่างไรบ้าง 2.2 เมื่อผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาทราบถึงข้อบกพร่องของตนเองดังกล่าวดำเนินข้อ 2.1 แล้ว ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยามีแนวทางอย่างไรบ้างที่จะแก้ไขและปรับปรุงให้ตนเองมีความรู้ความสามารถมากยิ่งขึ้น โดยที่แต่ละคนจะบันทึกลงในเอกสาร 2.3 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาพิจารณาว่า

การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	ทฤษฎีและเทคนิค	วิธีดำเนินการ
8 (ต่อ)	เพื่อเป็นการเสริมสร้างศักยภาพของตนเองให้มีทักษะความชำนาญมากขึ้นกว่าเดิมเพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับการขายตรงเพื่อความเจริญก้าวหน้าในชีวิตการทำงาน			การแก้ไขและปรับปรุงตามข้อ 2.2 นั้นจะมีผลอย่างไรกับตนเอง 2.4 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ได้จินตนาการถึงการแก้ไขข้อบกพร่องของตนเองโดยการให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ได้หันกลับมาและผู้วิจัยจะให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ได้จินตนาการโดยถามคำถาม - “คุณคิดว่าคุณเป็นคนเช่นไร มีจุดอ่อน หรือข้อบกพร่องอะไรบ้าง” - “และจุดอ่อนหรือข้อบกพร่องนั้นสร้างปัญหาให้กับตัวคุณอย่างไร” แล้วให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ลืมนิดาและบอกว่า เขาคิดถึงเรื่องอะไรอยู่และผู้วิจัยถามต่อด้วย คำถามมหัศจรรย์ (Miracle Question) ว่า - “เมื่อคุณหลับไปและตื่นขึ้นมาพบกับปาฏิหาริย์ทำให้คุณเปลี่ยนแปลงไปคุณคิดว่าคุณจะเป็นเช่นไร” 2.5 ผู้วิจัยสอบถามสมาชิกในกลุ่มผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ว่าแต่ละคนรู้สึกรู้สึอย่างไรกับสิ่งที่จินตนาการ ซึ่งผู้วิจัยและสมาชิกคนอื่นจะร่วมกันใช้กระบวนการให้คำปรึกษากลุ่มเพื่อเป็นการสนับสนุนและเสริมแรงใน ทางบวกกับสมาชิกนั้น ให้พยายามทำให้ได้ตามสิ่งที่จินตนาการนั้นผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับ

การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	ทฤษฎีและเทคนิค	วิธีดำเนินการ
8 (ต่อ)				การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเข้าสู่กระบวนการกลุ่มโดยให้สมาชิกภายในกลุ่มได้แสดงความคิดเห็นและวิธีการในการแสวงหาความรู้ในด้านอื่น ๆ เพิ่มเติมเพื่อเป็นการเสริมสร้างศักยภาพของตนเองให้มีทักษะความ 2.6 ชำนาญมากขึ้นกว่าเดิม ซึ่งในการนี้ ผู้วิจัยจะเปิดโอกาสให้สมาชิกในกลุ่มได้แสดงความคิดเห็นอย่างมีอิสระและเพิ่มเติมความคิดเห็นในกรณีที่สนับสนุนความคิดเห็นของผู้อื่น ซึ่งผู้วิจัยจะใช้แนวคิดการเสริมแรงทางบวก (Positive Reinforcement) กับกระบวนการกลุ่มด้วย 3. ขั้นสรุป ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ได้สรุปถึงประโยชน์ของการค้นหาข้อบกพร่องและวิธีการต่าง ๆ ในการแสวงหาความรู้ เพื่อพัฒนาศักยภาพให้แกตนเองกับทักษะความชำนาญมากขึ้นกว่าเดิม และผู้วิจัยกล่าวสรุปเพิ่มเติม พร้อมทั้งตอบข้อซักถาม

รายละเอียดโปรแกรมการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเพื่อพัฒนาคุณลักษณะ ที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ครั้งที่ 8

เรื่อง : การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ใน
ด้านความก้าวหน้าและพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง

เวลา : 4 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์

เพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้าน
ความก้าวหน้าและพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง ได้แก่

1. การพิจารณาถึงจุดอ่อนหรือข้อบกพร่องของตนเองในการปฏิบัติงานพร้อม
แก้ไข และปรับปรุงให้ตนเองมีความรู้ ความสามารถมากยิ่งขึ้น
2. การแสวงหาความรู้ในด้านอื่น ๆ เพิ่มเติมเพื่อเสริมศักยภาพของตนเอง
ให้มีทักษะความชำนาญมากขึ้นกว่าเดิม

อุปกรณ์

เอกสารประกอบการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาครั้งที่ 8

วิธีดำเนินการ

1. ชั้นเริ่มต้น

- 1.1 ผู้วิจัยทบทวนและติดตามผลสิ่งที่กล่าวไปครั้งก่อน
- 1.2 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ
ความก้าวหน้าและพร้อมที่จะพัฒนาตนเองว่ามีความสำคัญอย่างไรกับการเป็นผู้จำหน่ายอิสระใน
การขายตรง

2. ชั้นดำเนินการ

ผู้วิจัยใช้เทคนิคการให้คำปรึกษาแบบภวนิยม (Existentialism) มาใช้เพื่อ
พัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในด้านความก้าวหน้าและพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง โดย

- 2.1 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาประเมินตนเองในด้าน
 - จุดอ่อนหรือข้อบกพร่องของแต่ละคนในการปฏิบัติงานว่ามีอะไรบ้าง
 ส่งผลต่อการปฏิบัติงานอย่างไรบ้าง

2.2 เมื่อผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาทราบถึงข้อบกพร่องของตนเอง ดังกล่าวตามข้อ 2.1 แล้ว ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยามีแนวทางอย่างไรบ้างที่จะแก้ไข และปรับปรุงให้ตนเอง มีความรู้ความสามารถมากขึ้น โดยที่แต่ละคนจะบันทึกลงในเอกสาร

2.3 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาพิจารณาว่าการแก้ไขและปรับปรุงตามข้อ 2.2 นั้นจะมีผลอย่างไรกับตนเอง

2.4 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ได้จินตนาการถึงการแก้ไข ข้อบกพร่องของตนเองโดยการให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ได้หลับตา และผู้วิจัยจะให้ ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ได้จินตนาการโดยถามคำถาม

- “คุณคิดว่าคุณเป็นคนเช่นไร มีจุดอ่อน หรือข้อบกพร่องอะไรบ้าง”
- “และจุดอ่อนหรือข้อบกพร่องนั้นสร้างปัญหาให้กับตัวคุณอย่างไร”

แล้วให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ลืมตาและบอกว่าเขาคิดถึงเรื่องอะไรอยู่และผู้วิจัยถาม ต่อด้วยคำถามมหัศจรรย์ (Miracle Question) ว่า “เมื่อคุณหลับไปและตื่นขึ้นมาพบกับ ปาฏิหาริย์ทำให้ข้อบกพร่องของหายไป คุณคิดว่าคุณจะเป็น เช่นไร”

2.5 ผู้วิจัยสอบถามสมาชิกในกลุ่มผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาว่าแต่ละคนรู้สึกอย่างไรกับสิ่งที่จินตนาการ ซึ่งผู้วิจัยและสมาชิกคนอื่นจะร่วมกันใช้กระบวนการให้ คำปรึกษากลุ่มเพื่อเป็นการสนับสนุนและเสริมแรงในทางบวกกับสมาชิกนั้นให้พยายามทำได้ ตามสิ่งที่จินตนาการนั้น

2.6 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาเข้าสู่กระบวนการกลุ่ม โดยให้ สมาชิกภายในกลุ่มได้แสดงความคิดเห็นและวิธีการในการแสวงหาความรู้ในด้านอื่น ๆ เพิ่มเติม เพื่อเป็นการเสริมสร้างศักยภาพของตนเองให้มีทักษะความชำนาญมากขึ้นกว่าเดิม ซึ่งในการนี้ ผู้วิจัยจะเปิดโอกาสให้สมาชิกในกลุ่มได้แสดงความคิดอย่างมีอิสระและเพิ่มเติมความคิดเห็นใน กรณีที่สนับสนุนความคิดเห็นของผู้อื่น ซึ่งผู้วิจัยจะใช้แนวคิดการเสริมแรงทางบวก (Positive Reinforcement) กับกระบวนการกลุ่มด้วย

ขั้นสรุป

ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ได้สรุปถึงประโยชน์ของการค้นหา ข้อบกพร่องและวิธีการต่าง ๆ ในการแสวงหาความรู้ เพื่อพัฒนาศักยภาพให้แก่ตนกับทักษะ ความชำนาญมากขึ้นกว่าเดิมและผู้วิจัยกล่าวสรุปเพิ่มเติม พร้อมทั้งตอบข้อซักถาม

การประเมินผล

1. สังเกตจากการที่ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาประเมินจุดอ่อนหรือข้อบกพร่อง ของตนเอง
2. สังเกตจากการให้ความร่วมมือในการจินตนาการและตอบคำถามของผู้วิจัย

3. สังเกตจากพฤติกรรมกลุ่มว่ามีความ สนใจ ตั้งใจ และให้ความร่วมมือในการ
ฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

4. การประเมินผลจากแบบประเมินผลของผู้วิจัย

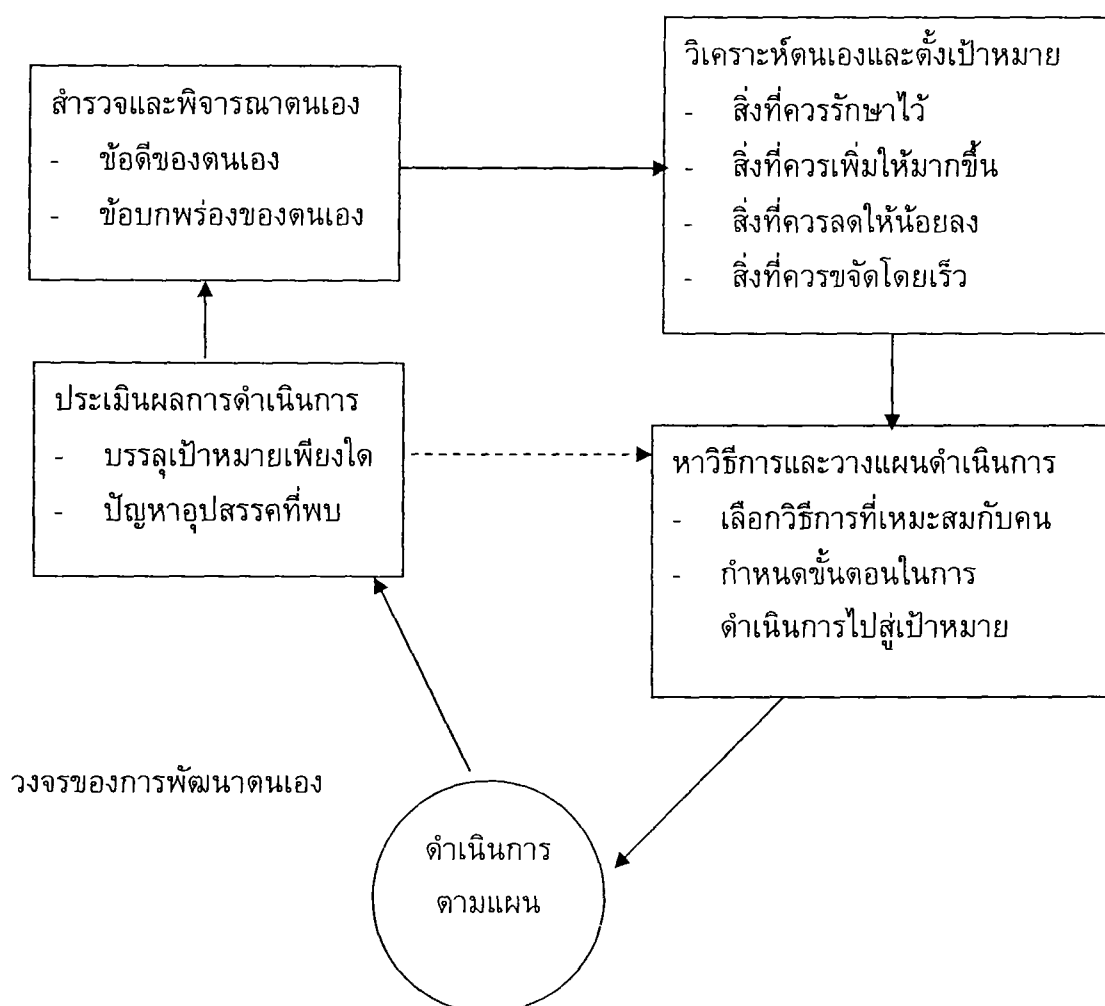
เอกสารประกอบการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาครั้งที่ 8

การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้าน ความก้าวหน้าและพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง

การพัฒนาตนเองที่เป็นระบบจะสัมฤทธิ์ผลได้ ผู้ที่ต้องการพัฒนาตนเองนั้นต้องตระหนักถึงความจำเป็น และมีความต้องการที่จะปรับปรุงตนเองอย่างจริงจัง กระบวนการดังกล่าวจึงจะถูกนำมาใช้เพื่อการพัฒนาตนเอง ซึ่งกระบวนการนี้เรียกว่า “วงจรของการพัฒนาตนเอง” ซึ่งมีขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. การสำรวจและพิจารณาตนเอง
2. การวิเคราะห์ตนเองและตั้งเป้าหมาย
3. การหาวิธีการและวางแผนดำเนินการ
4. การดำเนินการตามแผน
5. การประเมินผลการดำเนินการ

ซึ่งแสดงเป็นแผนภาพได้ดังนี้



นอกจากนี้ สมิต อาชวนิกุล (2535: 21 – 22) ได้เสนอขั้นตอนหรือวิธีการมองตนเองเพื่อพัฒนาตนเอง ดังนี้

1. ทุกครั้งที่ท่านทำอะไรผิดพลาด ล้มเหลวหรือพ่ายแพ้ต่อชีวิต ก่อนอื่นขอให้ท่านหันเข้ามามองตนเอง และตรวจสอบความบกพร่องของตนเอง มองดูว่า เรามีขวัญหรือกำลังใจอยู่หรือไม่และเราจะลุกขึ้นต่อสู้กับวิถีชีวิตใหม่ได้อย่างไร
2. จงหมั่นสำรวจตนเองเป็นครั้งคราว อย่างน้อยสัปดาห์ละหนึ่งครั้ง แล้วดูว่าตนเองพัฒนาตนเองไปได้เพียงใด ใช้เวลาเป็นประโยชน์หรือไม่ ทำคุณงามความดีอะไรบ้าง ทำคุณให้แก่สังคมหรือครอบครัวบ้างหรือไม่
3. ในการมองตนเองที่ดี นั่นคือ การสำรวจอุปนิสัยที่ดีและไม่ดีของตนเอง จงทำเป็นตารางสองช่อง เขียนอุปนิสัย บุคลิกลักษณะและความสามารถของตน แล้วเปรียบเทียบดูว่าระหว่างนิสัยที่ดีกับไม่ดี สิ่งไหนมากกว่ากัน แล้วหมั่นแก้ไขไปทุก ๆ ครั้งที่ตนมอง
4. จงมีเศษกระดาษเล็กๆสักแผ่นหนึ่ง ก่อนนอนเขียนกิจที่ต้องทำหรือพึงทำเรียงตามลำดับความสำคัญ แล้ววันต่อมาดูว่าเราทำได้หมดในวันนั้นหรือไม่ และในเศษกระดาษแผ่นนี้เขียนด้วยว่า เรามีอุปนิสัยที่อยากจะแก้ไขอะไรบ้างเช่น 1) ควรตื่นเช้า 2) ควรออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ 3) ตรงต่อเวลา 4) อ่านหนังสือให้ได้ 1 บท 5) มีความเพียรพยายามเพียงพอหรือยัง ฯลฯ
5. สุขภาพกาย สุขภาพใจเป็นอย่างไร ดีขึ้นหรือเลวลง ละสิ่งที่ไม่เป็นประโยชน์ลงบ้างหรือไม่ อาทิ งดสูรา งดบุหรี งดพูดเพื่อจ้อ หรือฟุ้งซ่าน ฯลฯ เราจะทำอะไรในทางที่ทำให้เกิดสุขภาพกายและสุขภาพจิตแข็งแรงดีขึ้น ให้เท่าเทียมคนที่เราเห็นเป็นแบบอย่างที่ดี
6. วันหนึ่งๆ เราอ่านหนังสือหรือฟังการอภิปรายหรือรับฟังการฝึกอบรมไปได้เพียงใด เราหาความรู้ด้วยตนเองไปได้มากยิ่งขึ้นหรือไม่ เพราะคนที่ไม่เรียนรู้อะไรเลย ในที่สุดก็จะล้าหลังเพื่อนฝูง
7. ในสายตาของคนใกล้ชิด เช่น คนในครอบครัวมีทัศนคติต่อเราอย่างไร เรามีการปรับปรุงตนเองเพื่อให้ตนเป็นที่พึงแก่คนในครอบครัวหรือไม่ เราเป็นพ่อหรือเป็นแม่ หรือเป็นลูกที่ดีหรือไม่ มีอะไรที่เราควรทำให้ดีกว่าหรือดียิ่งขึ้น ชีวิตในครอบครัวเป็นสุขหรือเป็นทุกข์ มีการทะเลาะกันบ้างหรือไม่ เราเป็นสาเหตุให้ครอบครัวต้องเดือดร้อนเพราะเราหรือไม่
8. ก่อนนอน เราควรสวดมนต์ไหว้พระบ้างหรือไม่ หรือเราทำจิตใจให้ผ่องใสด้วยการฝึกสมาธิบ้างหรือไม่ เราแผ่เมตตาให้แก่สรรพสัตว์หรือไม่ เราเป็นคนเห็นแก่ตัวเพียงใด ลดละความเห็นแก่ตัวลงมากกว่านี้ได้หรือไม่
9. ชีวิตเราแต่ละวัน เราเป็นสุขหรือทุกข์เกิดจากสาเหตุอะไร เราสันโดษ และหาความสุขจากสิ่งที่มีอยู่หรือไม่ เราใฝ่สูงจนเกินควรหรือไม่ เรากำลังเดินทางไปสู่จุดหมายในชีวิตหรือไม่
10. เราลดละ “ อัดดา ” หรือ “ ตัวกู ” “ ของกู ” ลงได้บ้างเพียงใด เราอ่อนไหวต่อคำนิินทา หรือคำติฉินต่อตัวเราหรือไม่ เราโกรธเคืองหรือองุ่นต่อคนที่เรารักหรือไม่

จากนิยามและความเห็นดังกล่าวเกี่ยวกับการพัฒนาตนเอง จะเห็นได้ว่าเป็นเรื่องของ การตนเองว่า ตนเองเป็นอย่างไร ต้องการสิ่งใด และมีการพัฒนาให้ก้าวหน้าไปกว่าที่เป็นอยู่ หรือไม่ ซึ่งสิ่งที่เป็นประการสำคัญในการพัฒนาตนเองก็คือ การพิจารณาว่าตนเองยังมีจุดอ่อน หรือข้อบกพร่องอะไรอยู่บ้าง ด้วยการสำรวจตรวจสอบตนเองอยู่เสมอ พร้อมทั้งมีความพร้อมที่จะพัฒนาตนเองไปสู่ความเจริญงอกงามต่อไป

การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้าน มีความก้าวหน้าและพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง จึงสามารถให้นิยามได้ว่า หมายถึง “ คุณลักษณะของผู้จำหน่ายอิสระที่มีเป้าหมายในตนเองอย่างเด่นชัด และพร้อมที่จะพัฒนาตนเองในทุกๆด้าน เพื่อก้าวไปสู่เป้าหมายนั้นๆ ได้แก่ การพิจารณาถึงจุดอ่อนหรือข้อบกพร่องของตนเองในการปฏิบัติงานว่า มีสิ่งใดที่ยังขาดความสมบูรณ์ เพื่อหาทางพัฒนาแก้ไขปรับปรุงให้ตนเองมีความรู้ ความสามารถมากยิ่งขึ้น และการแสวงหาความรู้ในด้านอื่นๆเพิ่มเติม เพื่อเป็นการเสริมสร้าง ศักยภาพของตนเองให้มีทักษะความชำนาญมากขึ้นกว่าเดิม เพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับการขายตรงเพื่อความก้าวหน้าในชีวิต

สำหรับทฤษฎีทางจิตวิทยาที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อให้บุคคลที่มีความต้องการที่จะพัฒนาตนเอง ได้แก่

ทฤษฎีการให้คำปรึกษาแบบภวนิยม (Existentialism)

เป็นทฤษฎีที่มุ่งเน้นในการช่วยเหลือผู้ที่มีความทุกข์ที่รู้สึกตนว่าไม่มีความคงอยู่ (Nonbeing) คือ ความรู้สึกที่ว่าตนประสบความล้มเหลว ควบคุมวิถีชีวิตของตนเองไม่ได้ ชีวิตไร้ค่า ไม่มีใครช่วยเขาได้ ปลดปล่อยชีวิตตามยถากรรมโดยไม่สนใจว่าอะไรจะเกิดขึ้นต่อไป รู้สึกว่าไม่มีอะไรลุล่วงด้วยดีตามที่มุ่งหวัง มีความรู้สึกไม่มั่นใจในการตัดสินใจต่างๆ กล่าวคือ มีตัวตนอยู่แต่รู้สึกขาดอิสรภาพ ไม่สามารถควบคุมชีวิตของตนเอง รู้สึกว่าตนอยู่ภายใต้ อำนาจของสิ่งแวดล้อม ไม่มีความหมายในชีวิต ขาดจุดหมาย รู้สึกว่าต้องทำตามอย่างคนหมู่มากไปหมด ไม่มีความเป็นตัวของตัวเอง และความรู้สึกว่าตนไม่มีความคงอยู่ หมายถึง ลักษณะของคนที่ยาไป แล้วด้านจิตใจนั่นเอง

ทฤษฎีนี้ยังเชื่ออีกว่ามนุษย์เรามีอิสรภาพ (Freedom) ที่จะแสวงหาและกำหนด กฎเกณฑ์และความหมายให้กับชีวิตของตนเอง (Meaning of Life) มีอิสระเสรีภาพเฉพาะตัว และเราไม่สามารถจะทำนายพฤติกรรมของมนุษย์ล่วงหน้าได้ การที่คนเรามีอิสระที่จะกระทำหรือไม่กระทำการสิ่งใด หรือเลือกที่จะเป็นผู้ให้หรือผู้รับต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งก็ตาม เราจะต้องรับผิดชอบ (Responsibility) ต่อการกระทำและผลที่เกิดจากการตัดสินใจของตนเอง

ดังนั้นถ้าคนเรามีเป้าหมายของชีวิต (Goal) อยู่ตลอดเวลาจึงเป็นผู้ที่ไม่รู้สึกเบื่อหน่ายชีวิต เรียกว่ามีความหมายของชีวิต ผิดกับบุคคลที่มีชีวิตอยู่ด้วยความทุกข์เพราะขาดเป้าหมายในชีวิตหรือความหมายของชีวิตนั่นเอง (พงษ์พันธ์ พงษ์โสภา. 2543: 107)

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมและหลักการพิจารณามนุษย์

1. มนุษย์เป็นผู้สร้างวิถีชีวิตและความเป็นไปได้ในอนาคตของตนเองด้วยการตัดสินใจของเขา
2. มนุษย์มีความสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงตนเองได้ ถ้าเขามีความต้องการและมุ่งมั่นที่จะกระทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้น
3. การตัดสินใจเลือกกระทำสิ่งต่างๆเป็นความรับผิดชอบของมนุษย์ ซึ่งเขาจะต้องรับผิดชอบต่อผลแห่งการตัดสินใจของเขา หมายถึงมนุษย์ต้องรับผิดชอบต่อความคงอยู่ตลอดถึงความเป็นอยู่ในปัจจุบันและอนาคตของเขา
4. มนุษย์อาจเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมไม่ได้มากนัก แต่เขาสามารถเลือกการเปลี่ยนแปลงตัวเองได้
5. มนุษย์ต้องอาศัยอยู่ในโลก ดังนั้นเราจำเป็นต้องเข้าใจโลกและมีความรับผิดชอบต่อในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของผู้สร้างสรรคโลก
6. มนุษย์รู้จักตนเองได้จากการที่เขาปฏิบัติสัมพันธ์กับบุคคลโดยทั่วไป ทั้งนี้เพราะได้มีโอกาสเห็นปฏิกิริยาที่ผู้อื่นมีต่อตน
7. การกระทำของมนุษย์ขึ้นอยู่กับสิ่งที่เขาคิดหรือรู้สึกอย่างไร
8. จุดมุ่งหมายของมนุษย์ คือ การเป็นคนที่ยึดถือได้ มีศักดิ์ศรีเพิ่มขึ้น และแสวงหาความหมายของชีวิต
9. มนุษย์ต้องลงมือกระทำกิจกรรมต่างๆ ไม่ใช่หวังให้ฟ้าดินมาดลบันดาล
10. บุคคลแต่ละคนควรช่วยเหลือกันในอันที่จะพยายามให้เกิดความเข้าใจถึงความรู้สึกซึ่งกันและกัน เพราะมนุษย์ไม่สามารถเผชิญกับปัญหาได้ตามลำพัง จำเป็นต้องมีการปรึกษาหารือผู้อื่น ความทุกข์ยาก หรือปัญหาของบุคคลจะได้รับการช่วยเหลือได้จากบุคคลที่ผ่านโลกมามากกว่า หรือผู้ที่เคยประสบปัญหามาก่อนและจะเป็นการโหดร้ายอย่างมากถ้าท่านไม่ช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ ทั้งนี้เพราะคนเราต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน
11. มนุษย์จะรู้สึกเปล่าเปลี่ยวอ้างว้าง เมื่อไม่สามารถรักษาสัมพันธภาพกับบุคคลอื่นหรือเมื่อไม่สามารถตัดสินใจได้หรือมีชีวิตที่ปราศจากอนาคต
12. มนุษย์เป็นสิ่งที่มียู่ คงอยู่และเป็นกระบวนการที่เปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา มีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมอยู่เสมอ มีเสรีภาพที่จะตัดสินใจและสร้างจุดหมาย มนุษย์เป็นสิ่งที่มีความหมายในอนาคตและมีเสรีภาพมากกว่าที่จะอยู่ในฐานะเป็นหนึ่งในกลุ่ม
13. ชีวิตของมนุษย์เป็นสิ่งที่มีความหมาย โดยแต่ละบุคคลให้ความหมายกับชีวิตของตนเอง ตั้งจุดมุ่งหมายเอง แต่ละบุคคลมีค่านิยมของตนเป็นหลักในการดำเนินชีวิต
14. มนุษย์มีความตระหนักแท้ในตนเอง (Self Awareness)

การให้คำปรึกษากลุ่ม (Group Counseling)

เนื่องจากบุคคลอยู่รวมกันมากมายมักจะมีหลายคนที่มีปัญหาคล้ายคลึงกัน เช่น ปัญหาในการดำรงชีวิตต่าง ๆ เช่น ปัญหาครอบครัว ปัญหาการปรับตัวเข้ากับบุคคลอื่น ปัญหาในการปฏิบัติงาน ฯลฯ เมื่อผู้ให้คำปรึกษาทำหน้าที่ในการให้ความช่วยเหลือบุคคลแต่ละคนในลักษณะของการให้คำปรึกษาเป็นรายบุคคล ดังนั้น ผู้ให้คำปรึกษาอาจจะพบกับการที่แก้ไขปัญหาประเภทเดียวกันอยู่เสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าอยู่กับกลุ่มที่มีลักษณะเหมือนกัน ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มเด็กวัยรุ่น หรือวัยผู้ใหญ่ก็ตาม ปัญหาต่างๆ ย่อมมีความใกล้เคียงกันเป็นธรรมดา และการรวมกลุ่มของบุคคลย่อมจะมีประโยชน์ต่อการแก้ไขปัญหาอย่างแน่นอน (คมเพชร นัตรศุภกุล. อ้างอิงจาก : เอกสารการให้คำปรึกษากลุ่ม) และสำหรับการฝึกอบรมการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงในด้านนี้ ความก้าวหน้า พร้อมทั้งจะพัฒนาตนเอง ผู้วิจัยได้ใช้การทำกลุ่มเข้ามาประยุกต์ใช้ เนื่องจากเป็นกลุ่มบุคคลที่มีลักษณะเหมือนกัน มีความต้องการที่จะประสบความสำเร็จเหมือนกัน และเพื่อเป็นการให้แสดงออกด้วยอิสรภาพทางความคิดอย่างเต็มที่เพื่อเกิดการตระหนักรู้ในการพัฒนาตนเอง อีกทั้งยังเป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ รวมถึงการให้กำลังใจสมาชิกในกลุ่มเพื่อความรู้สึกที่ดีต่อกันด้วย

ลักษณะที่สำคัญของการให้คำปรึกษากลุ่ม

1. การใช้กลุ่มเพื่อแก้ปัญหา
2. การให้คำปรึกษากลุ่มมุ่งช่วยเหลือปัญหาที่ปกติ
3. การให้คำปรึกษากลุ่มมุ่งช่วยเหลือสมาชิกที่มีสภาพปกติ

การจัดกลุ่มเพื่อรับคำปรึกษา

ในการดำเนินการจัดกลุ่มเพื่อเข้ารับคำปรึกษานั้น ผู้ให้คำปรึกษาจะต้องมีความเข้าใจที่จะเลือกสมาชิกในกลุ่มที่มีความเหมาะสม เพราะจะเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะทำให้การปรึกษาประสบความสำเร็จในกลุ่มให้เหมาะสม ซึ่งแนวทางในการจัดกลุ่มมีดังนี้

1. สมาชิกที่จะมารับคำปรึกษาจากกลุ่มเป็นผู้ที่มีปัญหาคล้ายคลึงกัน
2. สมาชิกที่จะมารับคำปรึกษาแบบกลุ่มควรจะเป็นผู้ที่มีความเต็มใจที่จะช่วยเหลือในการแก้ไข
3. การจัดกลุ่มจะต้องให้มีสมาชิกที่มีลักษณะแตกต่างกันบ้าง ซึ่งเป็นไปตามธรรมชาติของกลุ่ม เช่น มีทั้งเพศชาย เพศหญิง มีบุคคลที่เจียบและพูดเก่ง มีทั้งคนใจร้อนและคนที่สุขุม มีทั้งเด็กที่ฐานะดีและยากจน
4. การเลือกสมาชิกเข้ากลุ่มนั้นจะต้องพิจารณาว่าบุคคลแต่ละคนมีความต้องการรับคำปรึกษาอย่างแท้จริงหรือไม่ และเขาจะได้รับประโยชน์อะไรกับกลุ่มได้บ้าง

พลังในการให้คำปรึกษากลุ่ม

1. ข้อผูกพัน (Commitment)
2. ความรับผิดชอบ (Responsibility)
3. การยอมรับ (Acceptance)
4. ความดึงดูดใจ (Attractiveness)
5. ความรู้สึกเป็นเจ้าของ (Belonging)
6. ความปลอดภัย (Security)
7. ความเครียด (Tension)
8. ปทัสถานของกลุ่ม (Group Norms)

การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	ทฤษฎีและเทคนิค	วิธีดำเนินการ
9	พิธีการปิดการ อบรมและการ ทดสอบภายหลัง การฝึกอบรม (Post-test)	1. ให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้ร่วมกันสรุปผลของการฝึกอบรม การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง 2. เป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันและการนัดหมายเพื่อสังสรรค์กันอีกครั้งต่อไป 3. ทดสอบผลของการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงภายหลังการฝึกอบรม (Post-Test)		1. ขั้นเริ่มต้น ผู้วิจัยทบทวนและติดตามผลสิ่งที่กล่าวไปครั้งก่อน 2. ขั้นดำเนินการ 2.1 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ได้เล่าถึงประสบการณ์ ความรู้สึกที่ได้รับจากการฝึก อบรมในครั้งนี้ 2.2 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้ร่วมกันสรุปผลของการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาในครั้งนี้ - ได้รับบทเรียนอะไรบ้าง - ได้นำความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับไปพัฒนาคุณลักษณะของตนเองได้อย่างไรบ้าง 2.3 ผู้วิจัยสรุปเพิ่มเติมคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงทั้ง 7 ด้านได้แก่ 2.3.1 การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี 2.3.2 การมีบุคลิกภาพที่ดี 2.3.3 ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน 2.3.4 ความขยันหมั่นเพียร 2.3.5 ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า 2.3.6 คุณธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติงาน 2.3.7 มีความก้าวหน้าพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง 2.4 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการ

การพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงโดยใช้การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	ทฤษฎีและเทคนิค	วิธีดำเนินการ
9 (ต่อ)				ฝึกอบรม ได้กล่าวความประทับใจ ถึงการอยู่ร่วมกันตลอดการ ฝึกอบรมที่ผ่านมา และนัดหมาย การพบกัน เพื่อการสังสรรค์ใน ครั้งต่อไป 2.5 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการ ฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้ทำ แบบทดสอบภายหลังการฝึก อบรมเชิงจิตวิทยา (Post-Test) 3. ขั้นสรุป ผู้วิจัยกล่าวขอบคุณผู้เข้ารับ การฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาและ เสริมแรงทางบวก เพื่อให้เป็นการ เสริมสร้างกำลังใจ

ผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง ครั้งที่ 9

เรื่อง : พิธีการปิดการอบรมเชิงจิตวิทยาและการทดสอบภายหลังการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา (Post-Test)

เวลา : 2.30 ชั่วโมง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้ร่วมกันสรุปผลของการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรง
2. เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันและการนัดหมายเพื่อสังสรรค์กันในครั้งต่อไป
3. เพื่อทดสอบผลของการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงภายหลังการฝึกอบรม (Post-Test)

วิธีดำเนินการ

1. **ขั้นเริ่มต้น**
 - ผู้วิจัยทบทวนและติดตามผลสิ่งที่กล่าวไปครั้งก่อน
2. **ขั้นดำเนินการ**
 - 2.1 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้เล่าถึงประสบการณ์ ความรู้สึกที่ได้รับจากการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาในครั้งนี้
 - 2.2 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา ได้ร่วมกันสรุปผลของการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาในครั้งนี้
 - 2.2.1 ได้รับบทเรียนอะไรบ้าง
 - 2.2.2 ได้นำความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับไปพัฒนาคุณลักษณะของตนเองได้อย่างไรบ้าง
 - 2.3 ผู้วิจัยสรุปเพิ่มเติมคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้จำหน่ายอิสระในการขายตรงทั้ง 7 ด้านได้แก่
 - 2.3.1 มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี
 - 2.3.2 มีบุคลิกภาพที่ดี
 - 2.3.3 ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน
 - 2.3.4 ความขยันหมั่นเพียร

2.3.5 ความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า

2.3.6 คุณธรรมและจริยธรรมในการปฏิบัติงาน

2.3.7 ความก้าวหน้าและพร้อมที่จะพัฒนาตนเอง

2.4 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้กล่าวความประทับใจถึงการอยู่ร่วมกันตลอดการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาที่ผ่านมา และนัดหมายการพบกัน เพื่อการสังสรรค์ในครั้งต่อไป

2.5 ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาได้ทำแบบทดสอบภายหลังการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา (Post-Test)

ขั้นสรุป

ผู้วิจัยกล่าวขอบคุณผู้เข้ารับการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยาและเสริมแรงทางบวก เพื่อเป็นการเสริมสร้างกำลังใจ และกล่าวปิดการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

ภาคผนวก ข

คะแนนคุณลักษณะที่พึงประสงค์

ของผู้เข้ารับการอบรมก่อนและหลังการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

คะแนนคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้เข้ารับการอบรมก่อนและหลังการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา

คนที่	คะแนนคุณลักษณะที่พึงประสงค์ก่อนการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา							รวม
	H	P	R	D	A	M	I	
1	4.25	3.17	4.10	3.77	2.89	4.46	4.67	3.89
2	3.63	2.67	4.20	4.00	4.11	4.46	4.44	3.92
3	4.13	3.75	3.60	3.62	3.44	4.38	4.67	3.93
4	4.13	3.25	3.40	3.69	3.22	4.08	4.11	3.69
5	3.75	4.17	3.60	4.08	2.67	4.23	3.78	3.81
6	3.38	2.83	3.00	2.62	3.33	3.31	3.44	3.09
7	3.50	2.92	3.70	3.15	3.22	3.92	3.89	3.46
8	1.50	3.50	3.40	2.85	3.11	3.15	3.33	3.03
9	3.75	3.33	4.20	3.23	3.67	5.00	4.67	3.97
10	3.63	4.00	4.00	4.23	4.11	3.54	4.22	3.96
11	3.75	3.33	4.20	3.23	3.67	5.00	4.67	3.97
12	2.38	3.25	3.80	3.85	3.11	3.54	3.56	3.41
13	4.00	3.83	3.00	2.69	3.33	4.46	4.00	3.61
14	3.50	3.42	3.60	3.00	3.56	3.77	3.67	3.49
15	3.63	3.42	3.50	3.46	3.44	3.54	4.22	3.58
16	4.25	3.75	3.90	3.46	3.44	3.54	4.22	3.76
17	3.13	3.92	4.10	3.85	3.11	4.46	4.33	3.89
18	3.88	3.42	3.90	3.31	3.67	3.69	4.11	3.68
19	4.25	3.58	4.50	3.15	4.67	3.92	3.89	3.93
20	2.75	3.33	3.00	4.00	4.11	4.23	4.67	3.76

คนที่	คะแนนคุณลักษณะที่พึงประสงค์หลังการฝึกอบรมเชิงจิตวิทยา							รวม
	H	P	R	D	A	M	I	
1	4.88	4.00	4.50	4.00	3.44	4.69	4.67	4.30
2	5.00	4.17	4.00	4.54	3.78	4.54	4.89	4.41
3	4.25	3.17	4.60	4.54	3.67	5.00	4.78	4.30
4	4.38	3.50	4.60	4.15	3.78	4.62	4.67	4.23
5	4.38	3.42	4.30	3.92	4.11	4.38	4.78	4.15
6	4.63	3.75	4.60	4.38	4.22	4.85	5.00	4.47
7	4.75	4.17	5.00	4.54	3.44	4.85	4.89	4.53
8	4.38	3.50	4.30	4.23	4.22	4.85	4.78	4.31
9	4.00	3.92	3.80	3.62	3.33	4.31	4.78	3.96
10	4.75	4.17	4.70	4.54	4.33	4.77	5.00	4.59
11	4.38	4.17	5.00	4.15	4.00	4.23	5.00	4.39
12	4.75	3.83	4.80	4.46	4.44	5.00	5.00	4.59
13	4.88	3.83	4.40	4.23	4.11	4.92	5.00	4.46
14	5.00	3.50	4.80	4.92	4.33	4.85	4.78	4.58
15	4.50	3.67	4.50	4.23	4.00	5.00	4.44	4.34
16	4.75	3.92	4.50	4.62	4.11	4.77	5.00	4.51
17	4.13	3.50	4.20	3.38	3.89	4.69	4.78	4.05
18	3.25	3.83	4.40	3.92	3.56	4.38	4.33	3.99
19	4.50	3.33	4.60	4.23	4.22	4.62	5.00	4.32
20	4.50	4.08	4.40	4.08	4.22	4.85	4.78	4.41

ประวัติย่อผู้วิจัย

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล	นายโอภาส กิจกำแหง
วันเดือนปีเกิด	17 พฤษภาคม 2510
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	267 ซอยสวนพลู 6 สาทรใต้ ทุ่งมหาเมฆ ยานนาวา กรุงเทพมหานคร 10120
ตำแหน่งหน้าที่การงานในปัจจุบัน	ประธานกรรมการบริหาร บริษัท แพลทตินัม มีเดีย จำกัด ประธานที่ปรึกษาและผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด PROUD Magazine ประธานที่ปรึกษา และ ผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ หนังสือพิมพ์ เดอะ พาวเวอร์ เน็ตเวิร์ค ที่ปรึกษา โรงพยาบาลเซนต์หลุยส์
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัท แพลทตินัม มีเดีย จำกัด
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2532	บช.บ. (การบริหารงานบุคคล) จาก มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
พ.ศ.2534	MBA (Business Administration) Major : Marketing Oklahoma City University U.S.A.
พ.ศ.2548	กศ.ด. (จิตวิทยาการให้คำปรึกษา) จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ