

การศึกษาและพัฒนาบุคลากรภาพของพนักงานขายของบริษัท ซีอาร์ซี ศรีเอชัน จำกัด (มหาชน)

สารนิพนธ์

ของ

นางสาวสิริลักษณ์ พงศ์นาวิน

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกจิตวิทยาการแนะแนว

พฤษภาคม 2544

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

การศึกษาและพัฒนาบุคลากรภาพของพนักงานขายของบริษัท ซีอาร์ซี ครีเอชั่น จำกัด (มหาชน)

บทคัดย่อ

ของ

นางสาวสิริลักษณ์ พงศ์นาวิน

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกจิตวิทยาการแนะแนว

พฤษภาคม 2544

สิริลักษณ์ พงศ์นาวิน. (2544). การศึกษาและพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขายของบริษัท ซีอาร์ซี ศรีเอชัน จำกัด (มหาชน). สารนิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาการแนะแนว). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย ; มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. คณะกรรมการควบคุม : ศาสตราจารย์ ดร.ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์, รองศาสตราจารย์ ดร.คมเพชร จัตรศุภกุล.

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาบุคลิกภาพของพนักงานขายและเพื่อเปรียบเทียบบุคลิกภาพของพนักงานขาย ก่อนและหลังเข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย ประชากรเป็นพนักงานขายของบริษัท ซีอาร์ ซีอีเอชัน จำกัด (มหาชน) จำนวน 139 คน และกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขายเป็นพนักงานขายที่มีคะแนนบุคลิกภาพตั้งแต่เปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 25 ลงมา จำนวน 10 คน ซึ่งได้มาจากการคัดเลือกประชากร เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามบุคลิกภาพที่เหมาะสมของพนักงานขาย และโครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การทดสอบที (t - test for Dependent Sample)

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. บุคลิกภาพของพนักงานขายที่ประเมินโดยหัวหน้าแผนกและพนักงานขายประเมินตนเองด้านรูปร่างหน้าตา ด้านการแต่งกาย ด้านกิริยาท่าทาง ด้านการใช้ถ้อยคำในการบริการ ด้านการแสดงความสนใจเอาใจใส่ และด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า อยู่ในเกณฑ์ดี โดยค่าเฉลี่ยของบุคลิกภาพรายด้านมีค่าอยู่ระหว่าง 3.50 - 4.07 ยกเว้น บุคลิกภาพด้านความมั่นใจในการให้บริการลูกค้า อยู่ในเกณฑ์ปานกลางคือมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.24 - 3.42
2. พนักงานขายที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพมีบุคลิกภาพดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

A STUDY OF PERSONALITY AND PERSONALITY DEVELOPMENT OF
SALESPEOPLE OF CRC CREATION PUBLIC COMPANY LIMITED

ABSTRACT

BY

MISS SIRILUK PHONGNAWIN

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

May 2001

Siriruk Phongnawin. (2001). *A Study of Personality and Personality Development of Salespeople of CRC Creation Public Company Limited*. Master Project, M.Ed. (Guidance and Counseling Psychology) Graduate School ; Srinakharinwirot University. Advisor : Prof. Dr.Pongpan Kirdpitak, Assoc.Prof. Dr.Khompet Chatsupakul.

The purpose of this research was twofold : (1) to examine the personality of salespeople ; and (2) to compare the salespeople's personality before and after participated in the personality development project. The population of the study were 139 salespeople of CRC Creation Public Company Limited in the year 2000. The subjects of ten salespeople were selected from the population whose personality scores were lower than twenty-fifth percentile. They were then participated in the personality development project. The research instruments were the salespeople's personality questionnaire and the salespeople personality development project. The research design was One Group Pretest-Posttest Design. The data were analyzed by t-test

The results of the study were as follows :

1. The mean scores of the personality of the sales people of CRC Creation Public Company Limited evaluated by their supervisors and by the salespeople themselves were high on the dimensions measuring physical appearance, distinctive dress, nonverbal and verbal communication, customers' attention-getting, and problem-solving abilities while the customer service confidence dimension was average.
2. The salespeople's personality participated in the personality development project significantly increased at .01 level.

อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ
ได้พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกจิตวิทยาการแนะแนว ของมหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

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

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.คมเพชร จัตรศุภกุล)

คณะกรรมการสอบ

..... ประธาน
(ศาสตราจารย์ ดร.ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.คมเพชร จัตรศุภกุล)

..... กรรมการ
(อาจารย์ ดร.นันทา สุรักษา)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
การศึกษามหาบัณฑิต วิชาเอกจิตวิทยาการแนะแนว ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีคณะศึกษาศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.คมเพชร จัตรศุภกุล)
วันที่ ...//... เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2544

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความเรียบร้อย โดยได้รับกรุณาจากบุคคลหลายฝ่าย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่าน โดยเฉพาะ ศาสตราจารย์ ดร.ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์ ประธานกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ และรองศาสตราจารย์ ดร.คมเพชร จัตรศุภกุล กรรมการควบคุมสารนิพนธ์ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำให้ความช่วยเหลือในการตรวจ แก้ไข ปรับปรุงข้อบกพร่องในการทำสารนิพนธ์จนเสร็จสมบูรณ์ ตลอดจนให้กำลังใจแก่ผู้วิจัย ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณในความกรุณาของท่านทั้งสองเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณ คุณสมชัย ส่งวัฒนา กรรมการผู้จัดการบริษัทซีอาร์ซีเคเอช จำกัด (มหาชน) ที่ให้ความกรุณาให้ได้ใช้สถานที่และอนุญาตให้พนักงานขายของบริษัทฯ เข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขายและขอขอบคุณน้อง ๆ พนักงานขายทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณ คุณสมชาย เรืองมณีชัชวาล ผู้บังคับบัญชาของผู้วิจัยที่เป็นแรงผลักดันในการสนับสนุนให้การศึกษาต่อ และให้ความช่วยเหลือ รวมทั้งกำลังใจด้วยดีตลอดมา

ขอขอบพระคุณ คณาจารย์ภาควิชาการแนะแนวและจิตวิทยาการศึกษาทุกท่านที่ได้เมตตาให้ความรู้และกำลังใจ และขอขอบคุณเพื่อนๆ ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ และเพื่อน ๆ จิตวิทยาการแนะแนวทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือและให้กำลังใจด้วยดีเสมอมา งานวิจัยสำเร็จลุล่วงเป็นรูปเล่มที่สมบูรณ์ ซึ่งต้องขอขอบพระคุณ คุณลัดดาภรณ์ พิพัฒน์เขมากร เป็นอย่างสูง

คุณค่าและประโยชน์ใด ๆ ที่ผู้อ่านได้รับจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ขอมอบเป็นคุณความดีแด่ มารดา ผู้เป็นที่รักยิ่งของผู้วิจัย ตลอดจนครู – อาจารย์ทุกท่านที่มีส่วนร่วมสร้างพื้นฐานการศึกษาให้แก่ผู้วิจัยจนผู้วิจัยประสบความสำเร็จในการศึกษาตราบเท่าทุกวันนี้

สิริลักษณ์ พงศ์นาวิน

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า	4
ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า	5
ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า	5
การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	5
ตัวแปรที่ศึกษา	5
สมมุติฐานของการศึกษาค้นคว้า	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
เอกสารที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพ	9
เอกสารที่เกี่ยวข้องกับพนักงานขาย	19
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพของพนักงานขาย	24
งานวิจัยต่างประเทศ	24
งานวิจัยในประเทศ	25
เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบุคลิกภาพ	26
เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรม	32
งานวิจัยต่างประเทศ	45
งานวิจัยในประเทศ	45
3 วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า	47
การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	47
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า	47
วิธีดำเนินการสร้างเครื่องมือ	48
วิธีดำเนินการรวบรวมข้อมูล	59
การวิเคราะห์ข้อมูล	61
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	62

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	64
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	64
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	64
5 บทย่อ สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	74
ความมุ่งหมาย สมมติฐาน และวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า	74
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า	76
อภิปรายผล	77
ข้อเสนอแนะ	79
บรรณานุกรม	80
ภาคผนวก	86
ภาคผนวก ก โครงการพัฒนาบุคลากรภาพของพนักงานขาย	87
ภาคผนวก ข แบบสอบถามที่ใช้ในการทำวิจัย	104
ภาคผนวก ค แบบสอบถามที่ใช้ในการสำรวจเบื้องต้น	111
ภาคผนวก ง จดหมายในการขออนุญาตในการทำวิจัย	114
ภาคผนวก จ ตารางแสดงค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามบุคลากรภาพ พนักงานขาย	118
ประวัติย่อผู้วิจัย	120

บัญชีตาราง

ตาราง		หน้า
1	ค่าความเชื่อมั่นเป็นรายด้านของแบบสอบถามสำหรับพนักงานขายและหัวหน้าแผนก	49
2	แสดงแบบแผนการทดลองแบบ One-Group Pretest-Posttest Design ..	60
3	ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลโดยรวมของบุคลิกภาพพนักงานขายที่ประเมินโดยหัวหน้าแผนก และพนักงานขายของบริษัท ซี อาร์ ซี ครีเอชั่น จำกัด (มหาชน)	64
4	ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลบุคลิกภาพรายด้านของพนักงานขายที่ประเมินโดยหัวหน้าแผนก และพนักงานขายของบริษัท ซี อาร์ ซี ครีเอชั่น จำกัด (มหาชน)	65
5	เปรียบเทียบบุคลิกภาพของพนักงานขายโดยรวม ก่อนและหลังเข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย	68
6	เปรียบเทียบบุคลิกภาพรายด้านของพนักงานขาย ก่อนและหลังเข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย	69
7	เปรียบเทียบและการแปลผลบุคลิกภาพรายด้านของพนักงานขาย ก่อนและหลังเข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย	70
8	แสดงค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อของแบบสอบถามบุคลิกภาพของพนักงานขาย	119

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 แสดงการแบ่งลักษณะนิสัยของบุคคลของไอเซนค (Eysenck)	16
2 แผนภูมิแสดงกระบวนการพัฒนาปรับปรุงบุคลิกภาพ	27
3 แสดงวงจรของระบบการฝึกอบรมของ Parker	40
4 แสดงขั้นตอนในการจัดการฝึกอบรม	42

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

การบริการ เป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญต่อธุรกิจ ทั้งธุรกิจที่ขายสินค้า และบริการต่างก็ต้องมีกิจกรรมการบริการทั้งสิ้น และบทบาทของการบริการยิ่งจะมีความสำคัญมากขึ้นเมื่อธุรกิจการบริการมีการขยายตัว และมีการแข่งขันมากขึ้น ดังนั้นการอยู่รอดของธุรกิจจึงต้องเกี่ยวข้องกับคุณภาพของการบริการของพนักงาน หรือบุคคลที่ให้บริการ ดังที่ วิทยา ดำรงราษฎร์ (2536 : 6) กล่าวว่า การบริการเป็นหัวใจของการตลาดยุคปัจจุบันและยุคหน้า นักการตลาดจะต้องให้ความสำคัญกับพนักงานในบริษัทอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เพราะพนักงานเหล่านั้นคือ ผู้ที่มีบทบาทอย่างยิ่งต่อการกำหนดคุณภาพบริการและพนักงานผู้ให้บริการ มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับอย่างแยกไม่ออกกับคุณภาพของบริการและความพึงพอใจของลูกค้า ถ้าพนักงานขาดความรู้ ความสามารถ ไม่มีจิตใจให้บริการ ไม่กระตือรือร้น บริการที่ให้กับลูกค้าย่อมไม่ดี ส่งผลให้ลูกค้าไม่พอใจ เมื่อลูกค้าไม่พอใจ ลูกค้าก็จะเปลี่ยนไปใช้สินค้าหรือบริการจากคนอื่น การสูญเสียลูกค้าบ่อย ๆ ทำให้รายได้ของกิจการลดลงในขณะที่ต้นทุนสูงขึ้น ซึ่งคุณภาพของการบริการที่เกิดขึ้นจากตัวพนักงานจะดีหรือไม่ ขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพการแสดงออกของพนักงานเป็นสิ่งสำคัญ เพราะหากพนักงานมีบุคลิกภาพที่ไม่ดี หรือไม่เหมาะสมย่อมมีผลกระทบต่อการดำเนินของหน่วยงานและองค์กร

บุคลิกภาพของบุคคลเป็นสิ่งที่สำคัญที่จะสนับสนุนให้การปฏิบัติงานต่าง ๆ ประสบผลสำเร็จและมีความก้าวหน้าเป็นอย่างมาก การประกอบอาชีพการงานของบุคคลจะประสบความสำเร็จ หรือการที่บุคคลอื่นจะมีความรู้สึกยกย่อง ให้ความรักใคร่เอ็นดู เกียรติยศ หรือมีเจตคติอย่างไรรั้นขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพของบุคคล เพราะบุคลิกภาพที่แสดงออกนั้นมีอิทธิพลต่อความคิด ความรู้สึกของผู้พบเห็น ดังที่ วัชร ฐะคำ (2524 : 137) กล่าวว่า การที่บุคคลจะประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพมากน้อยเพียงใด ย่อมขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพของบุคคลเป็นสิ่งสำคัญ ทั้งนี้เพราะคุณสมบัติส่วนตัวที่นับว่าสำคัญอย่างยิ่งได้แก่ บุคลิกภาพ

อุทัย หิรัญโต (2523 : 54) และเดโช สวานานนท์ (2523 : 22) กล่าวว่าบุคลิกภาพมีบทบาทสำคัญต่อการดำรงชีวิตในสังคม บุคคลจะประสบความสำเร็จ หรือความล้มเหลวในการประกอบอาชีพของบุคคลต่าง ๆ ย่อมขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพของคนนั้นเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่ง

ผู้ที่มีหน้าที่ในการบริการ และมีโอกาสใกล้ชิด และสัมผัสกับลูกค้าโดยตรงตลอดเวลา นั้นมักจะไม่ใช่ผู้ประกอบการเอง แต่ผู้ที่ทำหน้าที่นี้ได้แก่ คนที่ทำงานในตำแหน่งพนักงานขาย ดังนั้นภาพพจน์ในด้านการบริการของธุรกิจนั้นๆ ขึ้นอยู่กับ "คน" ที่อยู่ในตำแหน่งนั้นว่ามีคุณภาพหรือศักยภาพมากน้อยเพียงใด ดังที่ สัญชัย กลิ่นพิกุล และยอดดวง พันธน์ภา (2529 : 4 - 5) กล่าวไว้ว่า บทบาทของพนักงานบริการหรือพนักงานขาย ถือว่าเป็นส่วนประกอบที่สำคัญ สำคัญส่วนหนึ่งในการบริการ การผลิตในธุรกิจอุตสาหกรรมและบริการ สอดคล้องกับ สำอางค์ งามวิชา (2525 : 103) กล่าวว่าพนักงานขายถือว่าเป็นตัวแทนของบริษัทผู้ผลิตหรือบริษัทผู้ขาย ที่จะนำสินค้าและบริการไปขายให้แก่ผู้บริโภค และผู้สนใจอื่น ๆ ทั่ว ไป พนักงานขายเป็นผู้ช่วยให้เกิดการซื้อขายแลกเปลี่ยนขึ้นมาได้ในหลายกรณี เขาช่วยให้ลูกค้าได้ตัดสินใจซื้อเร็วขึ้น เขาสามารถชี้แจงรายละเอียด ปลืดย่อยของสินค้า ที่ผู้ซื้อยังไม่เข้าใจและยังสามารถคลี่คลาย ความสงสัยตลอดจนทำให้ผู้ซื้อมั่นใจในคุณภาพของสินค้าและเห็นว่าคุณภาพนั้น ถ้าผู้ซื้อจะเสียเงิน อันมีค่าของเขาไปในการแลกเปลี่ยนสินค้านั้น ๆ จะเห็นได้ว่าพนักงานขายเป็นสื่อกลางที่จำเป็น อย่างยิ่งในภาวะสังคมเศรษฐกิจในปัจจุบัน และในการดำเนินธุรกิจนอกจากจะต้องมีคนให้เพียง พอกับจำนวนงานแล้ว เบญจพร ปรีชพันธ์ (2528 : บทนำ) กล่าวว่าพนักงานขายเหล่านั้นจำเป็นต้องเป็นบุคคลที่พร้อมด้วยคุณสมบัติหลายด้านในตัวเขาเหล่านั้น ตั้งแต่ รูปร่าง หน้าตา ทักษะ ทักษะ ทักษะ ความสนใจ ความต้องการ อุปนิสัย สติปัญญา ความสามารถ และยิ่งรวมถึง พฤติกรรมทั้งหมดที่แสดงออกอย่างเปิดเผยและที่ซ่อนเร้นอยู่ภายใน ซึ่งอาจเรียกรวมได้ว่า เป็น "บุคลิกภาพ" ของคนนั่นเอง และ จิตสรา ชำชอง (2525 : 24) กล่าวว่า ความสำเร็จของธุรกิจ ขึ้นอยู่กับพนักงานขายเป็นส่วนใหญ่เพราะผู้บริโภคจะมีความรู้สึกว่าคุณพนักงานขายก็คือบริษัท หรือตัวแทนของ

บริษัท ถ้าพนักงานขายเอาใจใส่ต่อความต้องการของลูกค้าให้บริการรวดเร็วและสุภาพ ก็จะทำให้ชื่อเสียงบริษัทดี เป็นที่เชื่อถือแก่ลูกค้า ทำให้บริษัทประสบผลสำเร็จ หรือกล่าวได้ว่าธุรกิจจะสำเร็จได้ถ้ามีพนักงานขายที่มีประสิทธิภาพและพนักงานขายจะมีประสิทธิภาพได้ต้องมีการศึกษาถึงหน้าที่ ความรับผิดชอบ วิธีการทำงานที่มีประสิทธิผล และที่สำคัญต้องมีบุคลิกภาพที่ดี เพื่อให้การเสนอขายประสบผลสำเร็จ สอดคล้องกับ สแตนแคม (Steinkamp. 1970 :120) ที่กล่าวว่า คุณสมบัติทางบุคลิกภาพ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดในการพิจารณารับสมัครตำแหน่งพนักงานขาย ลักษณะบางประการของผู้สมัครนั้นจะปรากฏให้เห็นระหว่างการสัมภาษณ์ครั้งแรก ส่วนคุณลักษณะอื่น ๆ นั้นสามารถสังเกตได้จากแบบทดสอบทางจิตวิทยา การตรวจสอบและการสัมภาษณ์เพิ่มเติมครั้งที่ 2 การขาดคุณสมบัติที่ชัดเจนของพนักงานขายนั้นสามารถตัดออกได้ทันทีในตอนต้น และคุณสมบัติทางบุคลิกภาพนี้อาจเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการตัดสินใจว่าความก้าวหน้าและความสำเร็จของพนักงานขายแต่ละคนด้วย

ผู้วิจัยในฐานะที่ทำงานอยู่ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ ของบริษัทที่ทำธุรกิจด้านการผลิตและจำหน่ายเสื้อผ้าและเครื่องหนังสตรี ภายใต้เครื่องหมาย “ FLY NOW “ ซึ่งเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายในวงการแฟชั่นไทยและต่างประเทศทั่วโลก เนื่องจากเป็นสินค้าไทยที่เดียวที่ถูกส่งไปในงานแฟชั่นโชว์ในกรุงลอนดอน (London Fashion Week) (นิตยสารเปรียว. 2540 : 35) เมื่อ FLY NOW ได้เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของงานแฟชั่นโชว์ในกรุงลอนดอน (London Fashion Week) ที่เป็นสุดยอดของงานแสดงแบบเสื้อของดีไซเนอร์ (Designer) ในประเทศอังกฤษเมื่อปี 2539 และยังได้รับการคัดเลือกจากการลงคะแนนของ Harpers and Queen ให้เป็นหนึ่งในห้าของ British Young Designers ของปี 1997 ร่วมกับ Alexander McQueen, Clements Ribeior, John Rocha, Antonio Berdi อีกด้วย ทั้งนี้ผู้วิจัยมีหน้าที่รับผิดชอบงานบุคคลและการฝึกอบรมทั้งในด้านการพัฒนาบุคลิกภาพตลอดทั้งความสามารถด้านต่าง ๆ เพื่อให้พนักงานขายของบริษัทฯ มีคุณภาพสูงสุด เป็นไปตามนโยบายปี 2543 ของบริษัทฯ ที่ได้ประกาศไว้ แต่เนื่องจากในช่วงต้นปี 2543 ทางฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ได้สัมภาษณ์หัวหน้างาน (Supervisor) ของพนักงานขาย จำนวน 12 คนเกี่ยวกับความคาดหวังด้านบุคลิกภาพของพนักงานขาย ที่อยู่ในความรับผิดชอบของตนเองในแต่ละผลิตภัณฑ์ ปรากฏว่า หัวหน้างาน 10 คน มีความคาดหวังว่าพนักงานขายที่จะมาขายสินค้าฟลายนาวนั้น ควรจะมีบุคลิกภาพที่ได้มาตรฐาน โดยยึดถือจากความพอใจของลูกค้าเป็นหลัก จากการรวบรวมและวิเคราะห์สรุปความคาดหวังด้านบุคลิกภาพของพนักงานขาย จากหัวหน้างานที่ได้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด หัวหน้างานมีความต้องการพัฒนาบุคลิกภาพพนักงานขาย เนื่องจากพนักงานขายที่ขายสินค้าอยู่ในขณะนี้ส่วนใหญ่ยังมีบุคลิกภาพที่ไม่เหมาะสมกับพนักงานขาย และหัวหน้างานได้รับจดหมายร้องเรียนจากลูกค้าจำนวน 1 ฉบับ และโทรศัพท์จากลูกค้าจำนวน 5 คน ร้องเรียนเกี่ยวกับพนักงานว่ามีบุคลิกภาพที่ไม่เหมาะสมกับงานบริการ เช่นลูกค้าเข้าไปในร้าน พนักงานขายไม่สนใจ

และใส่ใจลูกค้า ใช้คำพูดที่ไม่ไพเราะ แสดงสีหน้าไม่พอใจเมื่อลูกค้าลองใส่เสื้อผ้าและทำเสื้อเลอะ
ลิปสติก ประกอบกับทางฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ได้ทำแบบสอบถามด้านบริการและบุคลิกภาพของ
พนักงานขาย เพื่อประเมินผลความพึงพอใจในบุคลิกภาพของพนักงานขายจากลูกค้าจำนวน
100 คน ผล ปรากฏว่าลูกค้าส่วนใหญ่ยังไม่พอใจบุคลิกภาพของพนักงานขาย

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความประสงค์จะศึกษาและพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขายที่
ประจำอยู่ในห้างสรรพสินค้า ซึ่งวิธีการในการช่วยให้บุคคลเกิดการเรียนรู้และพัฒนาในด้านต่าง
ๆสามารถทำได้หลายวิธี ดังที่คมเพชร จัตรศุภกุล (2530 : 137) กล่าวว่า วิธีการเพื่อพัฒนา
บุคคลนั้นมีหลายวิธี เช่นการสอน การบรรยายให้ฟัง การอ่านหนังสือ การทำกิจกรรม เป็นต้น
ส่วนวรกัญญา สันติธรรม (2539 : 2) กล่าวว่า วิธีการในการพัฒนาบุคคลในปัจจุบัน คือการฝึก
อบรม ถึงแม้การฝึกอบรมจะไม่สามารถมองเห็นผลการทำงานในรูปเชิงปริมาณได้ เช่นเดียวกับ
งานอื่นก็ตาม แต่ปัจจุบันผู้บริหารได้เล็งเห็นว่าการฝึกอบรมเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินงาน
เป็นการฝึกพนักงานให้เพิ่มคุณค่าของตัวเองโดยเพิ่มความรู้ ความคิดให้มีประสิทธิภาพ ต่อหน้า
ที่ความรับผิดชอบในตำแหน่งที่ได้รับมอบหมายมากที่สุด ส่วนปรียา วอนขอพร และคนอื่น ๆ
(2527 : 289) กล่าวว่า การฝึกอบรมสามารถใช้ได้กับบุคลากรทุกกลุ่มในองค์กร โดยเฉพาะกลุ่ม
พนักงานขาย ซึ่งจัดเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุดของธุรกิจ และเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของ
ส่วนผสมทางด้านการส่งเสริมการขาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับกิจการที่ขายผลิตภัณฑ์
อุตสาหกรรมบริการชนิดต่าง ๆ เช่นธุรกิจที่มีการขายตรงไปยังลูกค้า

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีความประสงค์จะศึกษาและพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงาน
ขายโดยใช้การฝึกอบรม และมุ่งหวังว่าหากพนักงานขายมีบุคลิกภาพเหมาะสมขึ้น ก็จะช่วย
งานด้านการขายและการบริการลูกค้ามีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อศึกษาบุคลิกภาพของพนักงานขาย
2. เพื่อเปรียบเทียบบุคลิกภาพของพนักงานขายก่อนและหลังเข้าร่วมโครงการ
พัฒนาบุคลิกภาพ โดยใช้การฝึกอบรม

ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า

ผลการศึกษาในครั้งนี้จะทำให้ทราบบุคลิกภาพของพนักงานขายและผลของการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย ภายหลังเข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย ซึ่งจะเป็นแนวทางให้บริษัท นำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขายอื่น ๆ ต่อไป

ขอบเขตการศึกษาค้นคว้า

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาบุคลิกภาพของพนักงานขายครั้งนี้ได้แก่ พนักงานขายเสื้อผ้าสตรีและเครื่องหนังของบริษัท ซีอาร์ซี ครีเอชั่น จำกัด (มหาชน) จำนวน 139 คน โดยแบ่งเป็น จุดการขาย กรุงเทพมหานคร และจุดการขายในต่างจังหวัด ดังนี้

1.1 จุดการขายกรุงเทพมหานคร 40 จุดการขาย จำนวนพนักงานขายที่ประจำอยู่จำนวน 129 คน

1.2 จุดการขายในต่างจังหวัด 4 จุดการขาย จำนวนพนักงานขายที่ประจำอยู่จำนวน 10 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย โดยใช้การสุ่มแบบเป็นพนักงานขายเสื้อผ้าสตรีและเครื่องหนังของบริษัท ซีอาร์ซี ครีเอชั่น จำกัด (มหาชน) ที่มีคะแนนบุคลิกภาพตั้งแต่เปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 25 ลงมา จำนวน 10 คน ซึ่งเป็นพนักงานขายจากจุดการขายกรุงเทพมหานคร โดยได้มาจากการคัดเลือกแบบหลายขั้นตอน จากประชากรและการสอบถามความสมัครใจของพนักงานในการเข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพ โดยใช้การสุ่มแบบ

3. ตัวแปรที่ศึกษา

3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ โครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย โดยใช้การสุ่มแบบ

3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ บุคลิกภาพของพนักงานขาย

สมมุติฐานของการศึกษาค้นคว้า

พนักงานขายมีบุคลิกภาพดีขึ้นหลังจากเข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพโดยใช้การสุ่มแบบ

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. บุคลิกภาพของพนักงานขาย หมายถึง คุณลักษณะของพนักงานที่ทำหน้าที่ขายผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้าประทับใจและพึงพอใจในการบริการ ได้แก่

1.1 รูปร่างหน้าตา หมายถึง ลักษณะภายนอกของพนักงานที่ทำหน้าที่ขาย ซึ่งเป็นสิ่งที่จะสร้างความประทับใจครั้งแรกให้แก่ลูกค้า ได้แก่ การดูแลเอาใจใส่ในการรักษาความสะอาดร่างกาย การแต่งหน้าให้เหมาะสมกับผิวพรรณของใบหน้า การจัดแต่งทรงผมให้สวยงาม การรักษารูปร่างและการควบคุมน้ำหนักของพนักงานขาย

1.2 การแต่งกาย หมายถึง การสวมใส่เสื้อผ้าที่เหมาะสมกับพนักงานขาย ได้แก่ การสวมใส่เครื่องแบบของบริษัท ที่สะอาด สุภาพ เรียบร้อย และประณีต เหมาะสมกับรูปร่างของผู้สวมใส่

1.3 กิริยาท่าทาง พฤติกรรมการแสดงออกในการบริการลูกค้าที่ผู้อื่นสามารถสังเกตเห็นได้ การยินดีต้อนรับลูกค้า การเชื่อเชิญลูกค้า การไหว้ลูกค้า การเดินตามเพื่อให้บริการลูกค้า การแสดงความสุภาพอ่อนน้อมในการให้บริการ

1.4 การแสดงออกด้านถ้อยคำในการบริการลูกค้า หมายถึง การพูดจาโต้ตอบของพนักงานขายในระหว่างการขายสินค้า ได้แก่ การกล่าวต้อนรับ การอธิบายคุณภาพของสินค้า การเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การตอบข้อซักถามของลูกค้า การเสนอแนะสินค้า การเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การปิดการขาย การกล่าวขอบคุณและเชิญให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการครั้งต่อไป

1.5 การแสดงความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้า หมายถึง การแสดงออกของพนักงานขายที่ใช้ความพยายามอย่างจริงจังที่จะบริการลูกค้า ได้แก่ การให้บริการลูกค้าด้วยความกระตือรือร้น การเข้าใจในความต้องการของลูกค้าและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ถูกต้องและรวดเร็ว การช่วยเหลือลูกค้าด้วยความเต็มใจ

1.6 ความมั่นใจในการให้บริการลูกค้า หมายถึง การแสดงออกของพนักงานขายที่มีความเชื่อมั่นในตนเองในการที่จะบริการลูกค้า ได้แก่ การกล้าที่จะให้บริการเสนอขายสินค้าด้วยตนเอง การมีจิตใจมั่นคงและแน่วแน่ที่จะบริการลูกค้าอย่างดีที่สุด การสร้างความประทับใจและพึงพอใจในการบริการ

1.7 ความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า หมายถึง การแสดงออกของพนักงานขายที่จะหาวิธีการต่าง ๆ ที่จะช่วยเหลือและบริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ได้แก่ การช่วยเหลือลูกค้าได้ทุกเรื่องเมื่อลูกค้าประสบปัญหา การใช้ไหวพริบในการแก้ปัญหาได้ทันเวลาที่สร้างความประทับใจในการบริการหลังการขาย

2. โครงการพัฒนาบุคลากรภาพของพนักงานขาย โดยการใช้การฝึกอบรม หมายถึง วิธีการที่จัดขึ้นอย่างเป็นระบบในการพัฒนาบุคลากรภาพของพนักงานขาย โดยการใช้การฝึกอบรม โครงการพัฒนาบุคลากรภาพของพนักงานขาย โดยการใช้การฝึกอบรม มีขั้นตอนดังนี้

2.1 ขั้นนำ ผู้วิจัยชี้แจงวัตถุประสงค์ กฎระเบียบ แนวทางการเข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลากรภาพของพนักงานขาย โดยการใช้การฝึกอบรม

2.2 ขั้นดำเนินการพัฒนาบุคลากรภาพ ผู้วิจัยพัฒนาบุคลากรภาพของพนักงานขาย โดยใช้เทคนิคต่าง ๆ ได้แก่ การบรรยาย การสาธิต การใช้สถานการณ์จำลอง การแสดงบทบาทสมมติ และกรณีศึกษา สำหรับการพัฒนาบุคลากรภาพของพนักงานขาย แต่ครั้งนั้นผู้วิจัยจะเลือกใช้เทคนิคบางเทคนิค หรือหลายเทคนิคให้สอดคล้องกับบุคลิกภาพด้านต่าง ๆ ของบุคลากรภาพพนักงานขาย

2.3 ขั้นประเมินผล ผู้วิจัยให้พนักงานประเมินผลการเข้าร่วมกิจกรรมการฝึกอบรมในแต่ละครั้ง เพื่อจะได้ทราบข้อบกพร่องต่าง ๆ ที่จำเป็นต้องปรับปรุงในครั้งต่อไป

2.4 ขั้นสรุป ได้แก่ ผู้วิจัยให้พนักงานขายสรุปสิ่งที่ได้จากการเข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลากรภาพ โดยการใช้การฝึกแต่ละครั้ง และผู้วิจัยสรุปเพิ่มเติม

3. พนักงานขาย หมายถึง พนักงานที่เป็นตัวแทนของบริษัท ซีอาร์ซี ครีเอชั่น จำกัด (มหาชน) ที่ประจำอยู่ในห้างสรรพสินค้าหรือร้าน FIY NOW โดยทำหน้าที่ขายสินค้าและให้บริการด้านต่าง ๆ ตลอดจนการแนะนำให้ความช่วยเหลือในการแก้ปัญหา ให้ข้อมูลหรือตอบข้อซักถามต่าง ๆ แก่ลูกค้าที่เข้ามาแวะชมและเลือกซื้อสินค้า

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นพื้นฐานสำหรับการวิจัย โดยแบ่งตามลำดับดังนี้

1. เอกสารและงานวิจัยเกี่ยวกับบุคลิกภาพของพนักงานขาย
 - 1.1 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพ
 - 1.1.1 ความหมายของบุคลิกภาพ
 - 1.1.2 องค์ประกอบของบุคลิกภาพ
 - 1.1.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อบุคลิกภาพ
 - 1.1.4 วิธีวัดบุคลิกภาพ
 - 1.1.5 ทฤษฎีบุคลิกภาพ
 - 1.2 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับพนักงานขาย
 - 1.2.1 ความหมายของพนักงานขาย
 - 1.2.2 ความสำคัญของบุคลิกภาพในงานขาย
 - 1.2.3 แนวความคิดเกี่ยวกับบุคลิกภาพของพนักงานขาย
 - 1.2.4 คุณสมบัติพนักงานขายที่ดี
 - 1.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพของพนักงานขาย
 - 1.3.1 งานวิจัยต่างประเทศ
 - 1.3.2 งานวิจัยในประเทศ
2. เอกสารและงานวิจัยเกี่ยวกับวิธีการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย
 - 2.1 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบุคลิกภาพ
 - 2.1.1 การพัฒนาปรับปรุงบุคลิกภาพของพนักงานขาย
 - 2.1.2 ประเภทบุคลิกภาพของพนักงานขาย
 - 2.2 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรม
 - 2.2.1 ความหมายของการฝึกอบรม
 - 2.2.2 วัตถุประสงค์ของการฝึกอบรม
 - 2.2.3 ความสำคัญของการฝึกอบรม
 - 2.2.4 ประโยชน์ของการฝึกอบรม
 - 2.2.5 ทฤษฎีการเรียนรู้กับการฝึกอบรม
 - 2.2.6 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการฝึกอบรม
 - 2.2.7 ระบบหรือขั้นตอนในการฝึกอบรม
 - 2.2.8 เทคนิคที่ใช้ในการฝึกอบรม

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรม

2.3.1 งานวิจัยต่างประเทศ

2.3.2 งานวิจัยในประเทศ

1. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพ

1.1 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพ

1.1.1 ความหมายของบุคลิกภาพ (Personality)

บุคลิกภาพ (Personality) มาจากรากศัพท์ในภาษากรีกว่า *Persona* หมายถึง หน้ากากที่ตัวละครสวมเล่นละครหรือแสดงบนเวทีในสมัยกรีกโบราณ เพื่อแสดงไปตามบทบาทที่ถูกกำหนด (เดโช สวานานนท์. 2512 : 300)

อัลพอร์ท (Allport. 1965 : 8) ได้ให้คำจำกัดความว่า บุคลิกภาพเป็นกระบวนการจัดโครงสร้างระบบร่างกายและจิตใจของบุคคล ซึ่งเป็นสิ่งกำหนดถึงลักษณะทางพฤติกรรมและความคิดของบุคคล

อนาสตาซี (Anastasi. 1968 : 11) กล่าวว่า บุคลิกภาพเกิดจากปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างพันธุกรรมกับสิ่งแวดล้อม พันธุกรรมอย่างเดียวกันในสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน ย่อมก่อให้เกิดบุคลิกภาพของบุคคลที่ต่างกัน และในสภาพแวดล้อมที่เหมือนกัน แม้ว่าบุคคลจะมีพันธุกรรมอย่างเดียวกันก็อาจก่อให้เกิดบุคลิกภาพที่ต่างกันได้

มันน์ (Munn. 1969 : 224) กล่าวว่า บุคลิกภาพเป็นผลรวมของลักษณะทั้งหมด ซึ่งเกิดจากการผสมผสานของโครงสร้างของความประพฤติ ความสนใจ ทัศนคติ เชาวน์ปัญญา ความถนัด และลักษณะอื่นๆ เข้าด้วยกัน

แคทเทลล์ (Cattell. 1970 : 2 – 3) ให้ความหมายบุคลิกภาพ คือ สิ่งที่ช่วยในการทำนายได้ว่าบุคคลจะทำอะไรในสถานการณ์ที่กำหนดให้ บุคลิกภาพเป็นเรื่องพฤติกรรมทั้งหมดของบุคคล ทั้งที่เปิดเผยและซ่อนเร้นอยู่ภายใน

ฮิลการ์ด (Hilgard. 1971 : 447) ให้ความหมายว่า บุคลิกภาพเป็นลักษณะของแต่ละบุคคล รวมถึงวิธีการแสดงออก ซึ่งกำหนดการปรับตัวตามรูปแบบของแต่ละบุคคล

เฟชแบค (จุฑา บุรีภักดี. 2533 : 12 ; อ้างอิงจาก Feshback. 1982) ได้ให้คำจำกัดความว่า บุคลิกภาพ หมายถึง แบบฉบับพฤติกรรม ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคล พฤติกรรมของบุคคลกระบวนการตอบสนองของบุคคลต่อสิ่งแวดล้อม หรือพฤติกรรมที่กระทำอย่างสม่ำเสมอ

สุชา จันทน์เอม (2522 : 82) กล่าวว่า บุคลิกภาพหมายถึง ลักษณะที่สำคัญต่อการปรับตัวของบุคคล ได้แก่ รูปร่างหน้าตา ท่าทาง ความสามารถ แรงจูงใจ และการแสดงออกทางอารมณ์ และผลที่เกิดจากประสบการณ์ และอาจกล่าวสั้น ๆ ได้ว่า บุคลิกภาพ คือ หมวดยุบรวมของลักษณะต่าง ๆ ที่รวมกัน และแสดงลักษณะที่เป็นเฉพาะตัวของแต่ละบุคคล

สารานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2533 : 10433) ได้ระบุความหมายของบุคลิกภาพไว้ว่า หมายถึง รูปแบบของลักษณะท่าทางการแสดงออก อันเป็นเฉพาะตัวของบุคคล

วิชัย โสสุวรรณจินดา (2535:10) ให้ความหมายของบุคลิกภาพว่า คือ ลักษณะท่าทางการเคลื่อนไหว ท่วงท่าวาจา กิริยามารยาทของบุคคล รวมทั้งบุคลิกภาพในส่วนจิตใจด้วย บุคลิกภาพที่แตกต่างกันย่อมทำให้พฤติกรรมของบุคคลต่างกัน :

วิจิตร อาวะกุล (2539 : 4) ให้ความหมายบุคลิกภาพ คือ ทุกสิ่งทุกอย่างที่รวมกันขึ้นเป็นตัวบุคคล เช่น รูปร่าง หน้าตา ท่าทาง กิริยา มารยาท การแต่งกาย การแสดงออก การพูด การคิด ความรู้สึกนึกคิด ทักษะคติ ความต้องการ อารมณ์ ความสนใจ

กมลรัตน์ กรีทอง (2540 : 1) ให้ความหมายบุคลิกภาพ คือ การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่แสดงถึงความมีเอกลักษณ์ของตนเองโดยแสดงออกทั้งด้านภาษาถ้อยคำและด้านภาษาท่าทาง

จากความหมายของบุคลิกภาพที่กล่าวมาพอสรุปได้ว่า บุคลิกภาพ หมายถึง คุณสมบัติต่าง ๆ ทางด้านสรีระ ลักษณะเฉพาะของบุคคล ทั้งพฤติกรรมภายใน ได้แก่ ความรู้สึกนึกคิด เจตคติ และพฤติกรรมภายนอก ได้แก่ การแสดงออกทางร่างกาย กิริยาท่าทาง ซึ่งเป็นความพยายามของบุคคลที่จะปรับตัวต่อสิ่งแวดล้อม

1.1.2 องค์ประกอบของบุคลิกภาพ (Personality Structure)

1. องค์ประกอบทางด้านสติปัญญาหรือความสามารถพิเศษ (Intelligence or Aptitude Ability) เป็นคุณสมบัติทางสมองเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นเครื่องชี้ให้เห็นว่าบุคคลแต่ละคนสามารถทำอะไรได้บ้าง ถ้าบุคคลผู้นั้นพยายามจะกระทำ แยกได้ 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1.1 ความถนัดทางธรรมชาติเป็นการปฏิบัติงานที่แสดงถึงความสามารถของบุคคลที่จะกระทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อไปปฏิบัติงานในระยะต่อไป ซึ่งกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้อาจเป็นผลเนื่องมาจากการเรียนรู้ หรือการฝึกทักษะ

1.2 ความสัมฤทธิ์ผล เป็นการปฏิบัติงานที่แสดงให้เห็นว่าบุคคลผู้นั้นได้เรียนรู้อะไรบ้างแล้วในการปฏิบัติงาน

2. องค์ประกอบทางด้านอารมณ์ (Temperament) เป็นคุณสมบัติที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกของจิตใจที่โต้ตอบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ความรู้สึกหงุดหงิด ความรู้สึกมั่นใจ ความรู้สึกกล้าแข็ง

3. องค์ประกอบทางด้านแรงจูงใจ (Drive or Motive) คุณสมบัติที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจนี้ ได้แบ่งไว้ 3 ด้าน คือ

3.1 ด้านความต้องการ (Needs) เป็นความปรารถนาอย่างถาวรในสภาวะหรือเงื่อนไขเฉพาะอย่างของบุคคล เช่น ต้องการเป็นจุดเด่น ต้องการเป็นที่ยอมรับของสังคม ต้องการความสะดวกสบาย เป็นต้น

3.2 ด้านความสนใจ (Interest) เป็นความปรารถนาของบุคคลที่จะติดตามกิจกรรมหรือสิ่งเร้าบางอย่าง เช่น การสนทนา งานฝีมือ เป็นต้น

3.3 ด้านเจตคติ (Attitude) เป็นคุณลักษณะภายในของบุคคลที่พร้อมที่จะตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมของเขาไปในทิศทางหนึ่ง ซึ่งปรากฏให้เห็นได้ชัดเจนในกรณีที่มีเป้าหมาย หรือนโยบายทางสังคมเข้ามาเกี่ยวข้อง

4. องค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม หรือการแสดงออก (Behavior) เป็นการตอบสนองของบุคคลที่มีต่อสิ่งเร้าบางอย่างไม่ว่าสิ่งเร้านั้นจะเกิดจากภายในหรือภายนอก ร่างกายมาจูงใจ หรือก่อให้เกิดความเครียด อันเป็นผลให้มนุษย์เกิดภาวะที่เตรียมพร้อมเสมอที่จะแสดงพฤติกรรม องค์ประกอบทั้ง 5 นี้จะทำงานเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันจนกลายเป็นแบบแผนพฤติกรรมที่ปรากฏ

เฮอร์ล็อก (Hurlock, 1974 : 64) ได้กล่าวถึงแบบแผนและองค์ประกอบของบุคลิกภาพของแต่ละบุคคลไว้ว่า แบบแผนของบุคลิกภาพประกอบขึ้นด้วยคุณลักษณะพิเศษต่างๆ ของพฤติกรรม (Traits) ซึ่งกำหนดการปรับตัวของแต่ละบุคคล คุณลักษณะพิเศษต่าง ๆ เหล่านี้รวมกันเป็นรูปแบบที่มีความหมาย เป็นระบบที่ทรงพลัง ส่วนแกนของบุคลิกภาพ คือ ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อตนเอง (Self-Concept) ในขณะที่บุคคลต้องมีความสัมพันธ์กับโลกที่เขาอาศัยอยู่ คุณภาพของพฤติกรรมที่บุคคลแสดงออกในลักษณะการปรับตัวต่อบุคคลอื่น และสิ่งอื่นในภาวะแวดล้อมของเขาจะถูกกำหนดโดยความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลนั้นมีต่อตนเอง

นอกจาก เฮอร์ล็อก จะเน้นเรื่องความนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเองว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญของบุคลิกภาพแล้ว เขายังสรุปถึงองค์ประกอบส่วนอื่น ๆ ของบุคลิกภาพไว้ ดังนี้

1. คุณสมบัติประจำตัวของบุคคลตามพันธุกรรม
2. ประสบการณ์ในครอบครัวในวัยเด็ก
3. ประสบการณ์สำคัญนอกบ้านในช่วงหลัง

ดังนี้ จึงสรุปได้ว่า องค์ประกอบของบุคลิกภาพนั้นประกอบไปด้วยลักษณะต่าง ๆ ทั้งภายในตัวบุคคลและประสบการณ์ต่าง ๆ ที่บุคคลได้รับจากสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเองส่งผลให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมาแตกต่างกัน และบุคลิกภาพต่างกันไป

1.1.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อบุคลิกภาพ

ฉลอง ภิมย์รัตน์ (2521 : 29 – 30) ได้กล่าวว่า บุคลิกภาพประกอบด้วยองค์ประกอบ 2 ด้านใหญ่ ๆ คือ

1. องค์ประกอบด้านพันธุกรรม เป็นการถ่ายทอดยีนส์จากพ่อแม่ หรือบรรพบุรุษไปสู่ลูกหลาน ได้แก่ลักษณะทางด้านรูปร่างหน้าตา ท่าทาง ผิวพรรณ อารมณ์ ตลอดจนระบบประสาท เลือด เป็นลักษณะที่ติดตัวบุคคลมาตั้งแต่เกิด
2. องค์ประกอบทางด้านสิ่งแวดล้อม ทั้งที่เป็นธรรมชาติและสภาพวัฒนธรรมประเพณี กฎเกณฑ์ระเบียบต่าง ๆ ในสังคมที่บุคคลเกี่ยวข้อง เป็นผลให้เกิดการเรียนรู้ และปรับตัวให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมนั้น ๆ ได้แก่ ลมฟ้าอากาศ ที่อยู่อาศัย อาหาร ตลอดจนบุคคลที่อยู่ใกล้ชิด องค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อมมีผลให้บุคคลเกิดการเรียนรู้ที่แตกต่างกัน ส่งผลให้บุคลิกภาพแตกต่างกัน

กาญจนา คำสุวรรณ (2524 : 194 - 195) ได้กล่าวเกี่ยวกับประสบการณ์ที่เกิดจากการเรียนรู้ทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อบุคลิกภาพ แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1. ประสบการณ์ร่วมทางวัฒนธรรม เป็นประสบการณ์ที่บุคคลได้รับเหมือนกันหรือแตกต่างกันมีผลให้บุคคลมีบุคลิกภาพที่แตกต่างกันตามความเชื่อ ทัศนคติ ค่านิยม ประเพณี และคำสอนของสังคมนั้น
2. ประสบการณ์เฉพาะตัว เป็นอิทธิพลที่ได้รับจากการอบรมเลี้ยงดูของพ่อแม่ ผู้ปกครองที่แตกต่างกัน มีผลให้บุคคลแต่ละคนได้รับการหล่อหลอมบุคลิกภาพไม่เหมือนกันผู้ที่ได้รับการอบรมเลี้ยงดูที่เหมาะสมได้รับความรักเอาใจใส่ดูแล ให้กำลังใจ จะพัฒนาบุคลิกภาพไปในทิศทางที่เหมาะสมมีความเชื่อมั่นในตัวเอง มีเหตุผลและมองโลกในแง่ดี ในขณะที่ผู้ที่ได้รับการอบรมเลี้ยงดูแบบปล่อยปละละเลยหรือเข้มงวด จะมีบุคลิกภาพไปในทิศทางตรงกันข้ามมีความก้าวร้าวไม่ไว้วางใจคน หวาดระแวง และทัศนคติที่ไม่ดีต่อสังคม

นวลละออ สุภาพล (2527 : 14) ได้กล่าวว่า พันธุกรรมและสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลต่อบุคลิกภาพร่วมกัน แต่มีอำนาจไม่เท่าเทียมกันขึ้นอยู่กับลักษณะแต่ละอย่าง ถ้าเป็นลักษณะทางกายอิทธิพลของพันธุกรรมจะมีมากกว่าสิ่งแวดล้อม แต่ถ้าเป็นลักษณะทางจิตและสังคมขึ้นอยู่กับอิทธิพลของสิ่งแวดล้อม

จากเอกสารดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่าทั้งพันธุกรรมและสิ่งแวดล้อมต่างมีบทบาทสำคัญในการหล่อหลอมบุคลิกภาพของบุคคล แต่ไม่สามารถแยกให้เห็นชัดเจนว่าด้านไหนมีอิทธิพลมากหรือน้อยนั้นขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของบุคคลและวัฒนธรรมที่คนแต่ละคนเกี่ยวข้องเป็นสำคัญ

1.1.4 วิธีวัดบุคลิกภาพ

มอริส (จุฬา บุรีภักดี. 2533 : 20 ; อ้างอิงจาก Morris. 1973) มอริสได้กล่าวถึงวิธีวัดบุคลิกภาพเป็น 4 วิธี คือ

1. การสัมภาษณ์ (Interview) คือ การสนทนาระหว่างผู้สัมภาษณ์กับบุคคลอื่น เพื่อหาข้อมูลและประเมินบุคคลนั้น ๆ ในเรื่องทั่ว ๆ ไป ภายในเวลาที่กำหนด การสัมภาษณ์จะเปิดโอกาสให้สังเกตบางแง่มุมของพฤติกรรมของบุคคล
2. การสังเกต (Observation) คือ วิธีการที่จะทราบถึงพฤติกรรมที่บุคคลมักจะแสดงในสถานการณ์ต่าง ๆ เพื่อสังเกตการตอบสนองต่อสถานการณ์
3. แบบทดสอบออฟเจกทีฟ (Objective Test) เป็นการใช้แบบทดสอบเป็นเครื่องมือวัดเป็นลักษณะ Paper-pencil test คือ ผู้ถูกทดสอบ ทำแบบทดสอบด้วยตนเองตามคำชี้แจงในการทดสอบอาจจะเป็นการตอบถูกผิด ใช่ไม่ใช่ หรือจากตัวเลือก ผู้ทดสอบมีหน้าที่ในการให้คะแนนและแปลผลตามคู่มือของแบบทดสอบ
4. แบบทดสอบโปรเจกทีฟ (Projective Test) เป็นการวัดบุคลิกภาพ โดยใช้เครื่องมือที่ไม่มีโครงสร้าง และไม่สามารถกำหนดขอบเขตของการตอบสนองได้ โดยการเสนอสิ่งที่มีความหมายเป็นนัย หรือรูปแบบที่ไม่ชัดเจนคลุมเครือให้ผู้ถูกทดสอบดูและให้ผู้ถูกทดสอบบอกเล่า อธิบายเหตุการณ์ หรือให้ผู้ถูกทดสอบต่อคำพูดหรือเติมประโยคให้สมบูรณ์ซึ่งเชื่อว่า ผู้ถูกทดสอบจะแสดงบุคลิกภาพที่แท้จริงของเขาออกมา โดยการตีความหมายจากคำตอบ

1.1.5 ทฤษฎีบุคลิกภาพ

ทฤษฎีบุคลิกภาพเป็นสมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมมนุษย์ และประกอบด้วยนิยาม (Empirical Definition) มีกฎที่สามารถพิสูจน์ได้ มีความละเอียดลึกซึ้งที่จะทำนายพฤติกรรมโดยส่วนรวมและรายบุคคล

บอร์น (นวลละอ อสุภาพล. 2527 : 40 ; อ้างอิงจาก Bourne. 1973) ได้กล่าวถึงหน้าที่ของทฤษฎีบุคลิกภาพไว้ดังนี้

1. อธิบายถึงความคงที่และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมจากตัวอย่างว่าทำไมบางคนจึงมีพฤติกรรมคงที่เป็นระยะเวลายาวนานในขณะที่คนอื่น ๆ เปลี่ยนพฤติกรรมอย่างรวดเร็ว

1. ช่วยให้เข้าใจความแปรปรวนของบุคลิกภาพและความเจ็บป่วยทางจิต และอธิบายสาเหตุที่ทำให้ความแปรปรวนนั้น
2. เพื่ออธิบายว่าบุคลิกภาพพัฒนามาอย่างไร
3. อธิบายโครงสร้างของบุคลิกภาพ
4. ช่วยให้เข้าใจองค์ประกอบต่างๆ ของบุคลิกภาพว่าทำงานร่วมกันอย่างไร

เนื่องจากทฤษฎีบุคลิกภาพมีมากมายหลายทฤษฎีด้วยกัน และได้มีผู้จัดประเภทของทฤษฎีไว้หลายแบบโดยรวบรวมทฤษฎีที่มีแนวความคิดคล้ายคลึงกันหรือมีรากฐานเดียวกันให้รวมอยู่ในกลุ่มด้วยกัน หรือขึ้นอยู่กับเกณฑ์ที่จะใช้ในการจัด อาจจัดตามนักทฤษฎีที่เป็นผู้นำกลุ่มนั้นๆ หรือจัดตามหลักการทั่วไปใหญ่ๆ ที่กลุ่มนั้นยึดถือ ดังนี้

1. ทฤษฎีบุคลิกภาพแบ่งประเภท (Type Theories)

เป็นการแบ่งลักษณะรูปร่างของบุคคล ทฤษฎีของเชลดอน (Sheldon. 1954) แบ่งบุคลิกภาพตามลักษณะรูปร่างของบุคคลเป็น 3 ประเภท คือ

- 1.1 ประเภทผอมสูง มีลักษณะเฉย เยียบ เก็บตัว
- 1.2 ประเภทรูปร่างแบบนักกีฬา มีกำลัง ชอบเสียง เปิดเผย กระตือรือร้น
- 1.3 ประเภทอ้วนเตี้ย ลักษณะชอบสังคม เบิกบาน อารมณ์ดี

จุง (Jung. 1961 : 876) ได้แบ่งประเภทของบุคลิกภาพไว้เป็น 2 ประเภทด้วยกัน คือ

ก. บุคคลประเภทที่ลักษณะเด่นและชอบสังคม (Extrovert) ประเภทนี้จะเป็นบุคคลประเภทที่สร้างความเชื่อมั่นบนรากฐานของความเป็นจริง มีอุปนิสัยที่เปลี่ยนแปลงได้ตามสถานการณ์ที่เหมาะสม พร้อมทั้งจะเปลี่ยนเพื่อรับสถานการณ์ใหม่ๆ เป็นบุคคลที่เปิดเผยไม่ชอบเก็บตัว

ข. บุคคลประเภทเก็บตัว (Introvert) บุคคลประเภทนี้เป็นบุคคลประเภทที่มีมาตรการ และกฎเกณฑ์ที่แน่นอนในการควบคุมอุปนิสัยของตนเอง เป็นคนที่เชื่อตัวเองและทุกๆ อย่างที่กระทำมักจะขึ้นอยู่กับตนเองเป็นใหญ่ เป็นบุคคลประเภทที่ผูกพันสิ่งต่างๆ กับตัวเองมากกว่าที่จะผูกพันกับสังคม

จุง (เดโซ สวานานนท์. 2523 : 272 ; อ้างอิงจาก Jung. n.d.) ได้พยายามแยกแยะลักษณะรายละเอียดของบุคลิกภาพทั้งสองแบบนี้เพื่อที่จะได้มองเห็นความแตกต่างได้ชัดเจนโดยสังเขป ดังนี้

บุคคลประเภทแสดงตัว (Extrovert) ที่มีลักษณะเด่นดังนี้	บุคคลประเภทเก็บตัว (Introvert) มีลักษณะเด่นดังนี้
1. มีความเชื่ออยู่บนรากฐานของความจริง และข้อมูลที่ได้อมาอย่างยุติธรรม	1. การตัดสินใจ มักจะขึ้นอยู่กับตัวเองเป็น ใหญ่
2. มีอุปนิสัยที่อาจจะเปลี่ยนแปลงไปได้ ตามความเหมาะสม	2. มีมาตรฐานและกฎเกณฑ์แน่นอนควบคุม อุปนิสัยของตน
3. พร้อมที่จะเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ ใหม่ ๆ อยู่เสมอ	3. ไม่มีการยืดหยุ่นอะลุ่มอล่วย
4. ไม่เป็นผู้พะวงถึงตัวเองมากนัก	4. พะวงถึงตัวเองมากเป็นพิเศษ
5. การปรุงรรมักจะเป็นในรูปการชดเชย	5. การปรุงรรมักจะเป็นในรูปหลบหนี
6. ถ้าจะเกิดวิปริตทางใจ ก็มักจะเป็น ประเภท Hysteria	6. ถ้าจะเกิดวิปริตทางใจ ก็มักจะเป็น ประเภท Anxiety

นอกจากนี้มีบุคคลอยู่จำนวนไม่น้อยที่ไม่อาจจัดประเภทในแบบแสดงตัวและเก็บตัว
แต่มีพฤติกรรมอยู่ในรูปกลาง ๆ อยู่ระหว่างปลาย แสดงตัวและเก็บตัว บุคคลเหล่านี้ เราอาจจะ
เรียกชื่อเฉพาะ จัดให้เป็นประเภทหนึ่งได้ว่าแอมบิเวท (Ambivert)

2. ทฤษฎีบุคลิกภาพตามลักษณะนิสัย (Trait Theories)

ไอเซนค์ (Eysenck, 1984 : 15) ได้สร้างทฤษฎีบุคลิกภาพโดยการสังเกต
ลักษณะนิสัยของกลุ่มประชากร และนำลักษณะที่แตกต่างกันมาหาความสัมพันธ์โดยวิธีการ
วิเคราะห์องค์ประกอบ โดยแบ่งบุคลิกภาพ ออกเป็น 2 มิติ มิติหนึ่งเป็นการแสดงออกคู่ค้ำกับ
การเก็บตัว (Extraversion – Introversion) และอีกมิติหนึ่งเป็นการหวั่นไหวในสภาวะอารมณ์คู่
ค้ำกับอารมณ์มั่นคง (Neuroticism – Stability) และได้ แบ่งบุคลิกภาพออกเป็น 4 แบบ คือ

1. บุคลิกภาพแบบอารมณ์มั่นคง – แสดงออก (Stable – Extrovert)
มีลักษณะนิสัยเปิดเผย ให้ความร่วมมือ ใจกว้าง มีชีวิตชีวา ชอบนำกลุ่ม
2. บุคลิกภาพแบบหวั่นไหว – แสดงออก (Neurotic – Extrovert) มี
ลักษณะชอบกิจกรรมก้าวร้าว จุนเจียว ตื่นเต้นง่าย
3. บุคลิกภาพแบบมั่นคง – เก็บตัว (Stable – Introvert) มีลักษณะยอม
ตามควบคุมตัวเองได้ดี รักสงบ
4. บุคลิกภาพแบบหวั่นไหว – เก็บตัว (Neurotic – Introvert) มีลักษณะ
เก็บตัว คิดในแง่ร้าย ไม่ยืดหยุ่น

ซึ่งบุคลิกภาพทั้ง 4 แบบนี้ สามารถที่จะสังเกตและวัดได้โดยการกำหนดสถานการณ์ในรูปแบบของข้อคำถามเพื่อให้ผู้ตอบตัดสินใจว่า รู้สึกหรือกระทำตามข้อคำถามในแบบทดสอบหรือไม่ ซึ่งแบบสำรวจบุคลิกภาพของไอเซนค์ (Eysenck) มีลักษณะการประเมินบุคลิกภาพด้วยวิธีนี้ คือ มิติแรกเป็นด้านการแสดงตัว และเก็บตัว ซึ่งประกอบด้วยลักษณะย่อย ๆ ได้แก่ การมีส่วนร่วม – ไม่ร่วมมือ เข้าสังคม – แยกตัว เข้าใกล้ – ถอยหนี กระตือรือร้น – เฉื่อยชา มิติที่สองเป็นลักษณะทางอารมณ์ ได้แก่ เป็นคนเข้มแข็ง – อ่อนแอ มั่นคง – ไม่มั่นคง ลักษณะการแสดงออกทางอารมณ์ เช่น ความวิตกกังวล และอื่น ๆ

		ชอบเก็บตัว	
มั่นคง	ไม่ได้ตอบ	เก็บ	
	ระมัดระวัง	ไม่ชอบเข้าสังคม	
	ช่างคิด	สงบเสงี่ยม	
	สงบ	มองโลกในแง่ร้าย	
	ควบคุมตัวเอง	สุขุม	
	เชื่อถือได้	เข้มงวด	
	อารมณ์สม่ำเสมอ	กังวล	
	ใจเย็น	อารมณ์เศร้า	
		ไม่มั่นคง	
	เป็นผู้นำ	แข่งขันคล่องแคล่ว	
	ไม่กังวล	มองโลกในแง่ดี	
	ร่าเริง	หุนหัน	
	ทำตัวง่าย ๆ	เปลี่ยนแปลงง่าย	
	ชอบโต้ตอบ	ขี้ตื่น	
	ช่างพูด	ก้าวร้าว	
	ชอบแสดงออก	กระวนกระวาย	
	ชอบเข้าสังคม	ใจน้อย	
		ชอบแสดงตัว	

ภาพประกอบ 1 แสดงการแบ่งลักษณะนิสัยของบุคคลของไอเซนค์ (Eysenck)

3. ทฤษฎีบุคลิกภาพตามบุคลิกลักษณะ (Trait Approach)

คาเทลล์ (Catell. 1970) ได้มีหลักการว่า บุคคลมีลักษณะต่าง ๆ กันจะมีลักษณะที่เข้มข้นมากถึงน้อย และมีลักษณะแต่ละอย่างมาก และลดหลั่นกันลงมาตามลำดับ

เช่น	เป็นคนใจคอหนักแน่น	- อ่อนไหวง่าย
	เป็นคนชอบใช้อำนาจ	- ยอมโอนอ่อนผ่อนตาม
	เป็นคนอารมณ์มั่นคง	- อารมณ์อ่อนไหวง่าย
	เป็นคนผ่อนคลาย	- เป็นคนเครียด เป็นต้น

4.ทฤษฎีบุคลิกภาพตามทัศนะของนักจิตวิทยาวิเคราะห์ (Psychoanalytic Approach)

ฟรอยด์ (Freud.1890) อธิบายว่า โครงสร้างบุคลิกภาพประกอบด้วยพลัง 3 ประการ ได้แก่ อิด (Id) อีโก้ (Ego) และซูเปอร์ อีโก้ (Super Ego) พลังทั้ง 3 มีลักษณะเฉพาะตัว แต่ก็มีอิทธิพลต่อกันและทำงานร่วมกัน บุคลิกภาพของผู้ใดมีลักษณะใดขึ้นอยู่กับพลังอิด (Id) อีโก้ (Ego) และซูเปอร์ อีโก้ (Super Ego) ทำงานประสานร่วมกันในลักษณะอย่างไร

ก. อิด (Id) เป็นพลังติดตัวมนุษย์มาตั้งแต่เกิด จึงหมายรวมทั้งสัญชาตญาณด้วย มักเกี่ยวข้องกับการสนองความปรารถนาทางกาย เป็นพลังเพื่อให้ได้มาซึ่งความพอใจ โดยไม่คิดคำนึงเหตุผลตามความเป็นจริง หรือ ความถูกต้องดีงาม

ข. อีโก้ (Ego) เป็นพลังแห่งการรู้ และเข้าใจ การรับรู้ข้อเท็จจริง การใช้เหตุผล การดำเนินการเพื่อบรรลุเป้าหมาย การแสวงหาวิธีการเพื่อตอบสนองพลัง Id

ค. ซูเปอร์ อีโก้ (Super Ego) เป็นพลังที่เกิดจากการเรียนรู้ เช่นเดียวกับ Ego แต่แตกต่างจากอีโก้ (Ego) โดยลักษณะคือ เป็นส่วนหนึ่งเกี่ยวกับค่านิยมต่างๆ เช่น ความดี ชั่ว ถูก ผิด มโนธรรม

จากการทำงานทั้ง 3 ส่วนของบุคคล ก็จะประกอบเป็นบุคลิกภาพของบุคคลนั้น เช่น บางคนอาจจะมีบุคลิกภาพดี มีความสำรวม มีคุณธรรม มีพฤติกรรมที่แสดงออกมาแล้วดูงามเหมาะสมตามสภาพ และสถานการณ์ เป็นที่ยอมรับของสังคมส่วนใหญ่ แต่บางคนมีพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม แสดงกิริยาอาการใด ๆ ออกมาแล้วดูน่าเกลียด เป็นบ่อนทำลายสังคม วางตนไม่เหมาะสมกับสภาพ และสถานการณ์ ไม่มีคุณธรรม สร้างความเดือดร้อนให้คนอื่นอยู่เสมอ ไม่มีความสำรวม

นอกจากนี้ฟรอยด์ถือว่า บุคลิกภาพของบุคคลได้รับการวางรากฐานมาแล้วตั้งแต่วัยเด็ก เด็กได้รับประสบการณ์และสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ มาตั้งแต่เด็ก ก็จะมีพฤติกรรมที่ตอบโต้ต่อสิ่งแวดล้อมต่อประสบการณ์มาตั้งแต่วัยเด็ก ฉะนั้น เด็กบางคนมีความมั่นคง มีความอ่อนโยน

มีความกล้า มีความก้าวร้าว มีความกลัว มีการเลียนแบบ ผู้ชายจะเป็นผู้หญิง ผู้หญิงจะเป็นผู้ชาย และมีนิสัยอื่น ๆ อีกมาก เป็นต้น

5. ทฤษฎีบุคลิกภาพตามทัศนะของนักมนุษยนิยม (Humanistic Approach)

ทฤษฎีนี้เป็นของโรเจอร์ส เน้นการกระทำและการปรับตัวของบุคคลต่อสภาพการณ์ต่าง ๆ สอดคล้องกับการพิจารณาตนเอง และการพิจารณาสิ่งแวดล้อมตามประสบการณ์ของเขา การรับรู้สิ่งต่าง ๆ ของแต่ละบุคคล จะแตกต่างจากคนอื่น เป็นโลกของเขาเอง ซึ่งการที่บุคคลรับรู้สิ่งต่าง ๆ จะมีอิทธิพลต่อการกระทำของเขา ดังนั้น การที่จะเข้าใจบุคคลต้องพยายามเข้าใจว่าเขารับรู้สิ่งต่าง ๆ อย่างไร กรอบแห่งการรับรู้ของเขานั้นเป็นอย่างไร จะต้องเข้าใจความรู้สึกนึกคิด ทัศนคติและค่านิยมของเขาด้วย

โรเจอร์ส มีความคิดด้านบุคลิกภาพว่า แก่นสำคัญของบุคลิกภาพ คือความคิดที่บุคคลมีต่อตนเอง เขาจึงสนใจพัฒนาการความรู้สึกนึกคิดต่อตนเอง จากการที่เขาได้สังเกตปฏิกิริยาของบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับเขา เช่นถ้าใครมีพฤติกรรมดี ๆ กับตน ตนจะรู้สึกมีค่า ใครให้ความรักความชมเชยตนจะภูมิใจ ใครให้สิ่งตรงข้าม แสดงว่าประสบความล้มเหลว ไม่ได้ได้รับความรักความชื่นชม ถ้าใครว่ามาก ๆ จะเกิดเป็นด้อยขึ้น จะรู้สึกตนว่าสังคมไม่ยอมรับ จะมีความไม่เชื่อมั่นตนเอง แต่ที่จริงการรู้และเข้าใจในข้อบกพร่องตนเองเป็นสิ่งที่ได้ปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องนั้น ๆ ให้ดีขึ้น แต่ถ้าสิ่งใดดีอยู่แล้วก็ชมเชยเพื่อเป็นกำลังใจ และจะได้เกิดความภาคภูมิใจในตนเอง มีความเชื่อมั่นในตนเองขึ้น

โรเจอร์ส มีความประสงค์ให้บุคคลมีบุคลิกที่ดี เห็นโลกในแง่ดี ให้ความสุขซึ่งกันและกัน ไม่ใส่ร้ายกัน ไม่ให้มีความวิตกกังวล ไม่คิดข่มขู่คนอื่น ไม่เหยียดหยามคนอื่น ไม่มองตนเองให้สูงเกินไป

6. ทฤษฎีบุคลิกภาพตามหลักการเรียนรู้ (Learning Approach)

การพิจารณาบุคลิกภาพตามหลักการเรียนรู้มีแนวความคิดว่า พฤติกรรมเกิดจากการเรียนรู้ ดังนั้นบุคลิกภาพจึงเกิดจากการเรียนรู้ที่แตกต่างกันไป เช่น การเรียนรู้จากสิ่งแวดล้อม การเรียนรู้จากการวางเงื่อนไข การเรียนรู้จากการสังเกต การเรียนรู้ทางสังคม การเรียนรู้จากตัวแบบ การเรียนรู้จากการเลียนแบบพฤติกรรมของพ่อแม่และบุคคลอื่น ๆ

ประเด็นที่น่าสนใจ คือ การเรียนรู้ที่จะปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมจนเกิดเป็นบุคลิกภาพของบุคคลนั้น อาจจะไม่ใช้พฤติกรรมที่สม่ำเสมอ แต่ขึ้นกับสถานการณ์ ผู้คิดทฤษฎีการเรียนรู้เป็นอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมที่มีต่อพฤติกรรมของมนุษย์ คือสกินเนอร์ (Skinner) และแบนดูรา (Bandura) โดยผู้ทดลองเกี่ยวกับทฤษฎีการเรียนรู้เกี่ยวกับการวางเงื่อนไขแบบแสดงการกระทำ เขาเชื่อว่าพฤติกรรมใด ๆ ก็ตาม ถ้าได้รับการเสริมแรงจะมีแนวโน้มให้เกิดการกระทำนั้นอีก

1.2 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับพนักงานขาย

1.2.1 ความหมายของพนักงานขาย

พนักงานขาย คือ ตัวแทนของบริษัทผู้ผลิต หรือบริษัทผู้ขายที่จะนำสินค้าและบริการไปขายให้แก่ผู้บริโภคและผู้สนใจอื่น ๆ ทั่วไป เขาอาจขายอยู่ที่ร้านหรือที่สำนักงานขาย เขาอาจไปเยี่ยมเยียนขายถึงบ้านหรือสำนักงานของผู้ซื้อ ลำอองค์ งามวิชา (2525 : 103)

ประเภทของพนักงานขายกรมแรงงานของสหรัฐอเมริกาได้แบ่งชั้นของพนักงานขายไว้ 3 ระดับด้วยกัน คือ

1. เสมียนขาย (Sales Clerk) เป็นระดับต่ำสุด ทำงานง่าย เพียงแต่รับเงินเขียนใบเสร็จ ไม่ต้องช่วยแก้ปัญหาของลูกค้า
2. เจ้าหน้าที่ขาย (Sales Person) เป็นระดับที่สูงขึ้นมาหน่อย จะช่วยแก้ปัญหาเกี่ยวกับการซื้อสินค้าให้ลูกค้าด้วย โดยการให้ข้อมูล และแนะแนวต่าง ๆ
3. พนักงานขาย (Salesman) เป็นพนักงานขายในระดับสูง ช่วยแก้ปัญหาในการซื้อเช่นเดียวกันกับเจ้าหน้าที่ขาย (Sales Person) แต่จะมีหน้าที่ในการเสาะแสวงหาลูกค้าเพิ่มอีกด้วย แทนที่จะคอยบริการเฉพาะแต่ในร้านเท่านั้น (สมานา อยู่โพธิ์. 2537 : 189)

พรรณพิมล ก้านนก (2527 : 461) กล่าวว่า พนักงานขายหรือการขายโดยบุคคลถือว่าเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลอย่างยิ่งที่จะสร้างความประทับใจ และซาบซึ้งใจแก่ผู้ซื้อสินค้าและบริการ เนื่องจาก

1. การเผชิญหน้ากัน การขายโดยบุคคลเป็นการติดต่อเกี่ยวพันระหว่างคนกับคนจึงมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงระหว่างกันสามารถปฏิบัติได้ทันทีทันควัน มีลักษณะการปฏิบัติการณ์ที่มีชีวิตชีวาให้ความเป็นจริงมากที่สุด ผู้ปฏิบัติงานสามารถสังเกตความต้องการเรียนรู้อุปนิสัย บุคลิกภาพ กิริยาอาการ ความชอบ เเจตคติ ของลูกค้าเป็นราย ๆ ไป จึงสามารถปรับกระบวนการขายให้สอดคล้องกับโอกาสรายได้เหมาะสมยิ่งขึ้น
2. หวังผลภายหลังการขาย โดยบุคคลก่อให้เกิดความสัมพันธ์ และจะดำเนินกิจกรรมที่มุ่งเพื่อให้ลูกค้าซื้อสินค้า มีการเอาอกเอาใจ โดยหวังว่าจะผลักดันให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อโดยหวังผลภายหลังเพื่อสร้างความสำเร็จในระยะยาว
3. ปฏิกริยาตอบรับ การขายโดยพนักงานขายทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกผูกพันที่จะต้องรับฟังคำพูดของพนักงานขาย แม้ว่าบางครั้งเขาไม่มีความตั้งใจที่จะซื้อเลย แต่พนักงานขายจะใช้ความสามารถในการหวานล่อมทำให้ลูกค้ายินยอมรับฟัง รับรู้ ซึ่งเปิดโอกาสไปสู่ความสำเร็จของการขายมากขึ้น

ดังนั้น สรุปได้ว่า พนักงานขายคือผู้ที่ทำหน้าที่เป็นตัวแทนของบริษัทผู้ผลิตในการจำหน่ายสินค้า และให้บริการแก่ผู้บริโภค อีกทั้งยังมีหน้าที่ให้ความช่วยเหลือในการแก้ปัญหา ให้ข้อมูล และแนะแนวต่าง ๆ กับผู้บริโภคด้วย

1.2.2 ความสำคัญของบุคลิกภาพในงานขาย

ชำนาญ สงวนพงษ์ (2515) และวารินทร์ สิ้นสูงสุด (2525 : 21)

กล่าวว่าบุคลิกภาพของคนเรามีความสำคัญมาก คนจะบรรลุความสำเร็จหรือไม่ในงานต่าง ๆ ผู้ร่วมงานจะศรัทธาเชื่อถือหรือให้ความนับถือให้ความร่วมมือหรือผู้บังคับบัญชาจะสนับสนุนพิจารณาเลื่อนตำแหน่งก็ดี การสมัครงานก็ดี ตลอดจนการติดต่อกับบุคคลที่แตกต่างกันออกไป แม้กระทั่งเพื่อนฝูง บุคคลอื่น ๆ จะมีความรู้สึกนิยมชมชอบ หรือมีทัศนคติอย่างไรนั้นขึ้นอยู่กับบุคลิกภาพของเราเป็นสำคัญ เนื่องจากบุคลิกภาพที่แสดงออกมานั้นมีอิทธิพลต่อความรู้สึกอารมณ์ และทัศนคติของผู้พบเห็น

ในงานขายก็เช่นกัน บุคลิกภาพของพนักงานขายมีความสำคัญ และจำเป็น เพราะบุคลิกภาพของพนักงานขายเป็นคุณสมบัติที่จะทำให้พนักงานขายมีความสัมพันธ์หรือมีสัมพันธภาพที่ดีกับลูกค้า และยิ่งกว่านั้นจะช่วยเพิ่มพูนความสนใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้า และทำให้ลูกค้ามีความประทับใจที่ดีต่อกิจการ ที่กล่าวเช่นนี้เพราะพนักงานขายเป็นตัวแทนของกิจการที่จะติดต่อกับลูกค้า หากพนักงานขายมีบุคลิกภาพที่ไม่เหมาะสมแล้วลูกค้าอาจมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อพนักงานขาย และอาจมีผลเสียมาถึงกิจการด้วย กล่าวคือ จะมีทัศนคติในแง่ลบต่อกิจการ แต่ถ้าพนักงานขายมีบุคลิกภาพที่เป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้าแล้ว ความประทับใจนี้ จะเป็นสิ่งที่ฝังอยู่ในความรู้สึกของเขาไปอีกนานและจะเป็นผลที่มีต่อการขายสินค้าของพนักงานขายคนนั้น และส่งผลถึงกิจการด้วย ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวในทำนองเดียวกันว่า แม้พนักงานขายจะมีความรู้ดีทุกอย่างมีความเชี่ยวชาญทางการขาย แต่ถ้าหากว่าพนักงานผู้นั้นขาดบุคลิกภาพที่ดีแล้ว ย่อมไม่อาจประสบความสำเร็จในงานได้

1.2.3 แนวความคิดเกี่ยวกับบุคลิกภาพของพนักงานขาย

คุณสมบัติทางบุคลิกภาพบางที่อาจเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดในการพิจารณารับสมัครตำแหน่งพนักงานขาย ลักษณะบางประการของผู้สมัครนั้นจะปรากฏให้เห็นระหว่างการสัมภาษณ์ครั้งแรก ส่วนคุณลักษณะอื่น ๆ นั้นสามารถสังเกตได้จากแบบทดสอบทางจิตวิทยา การตรวจสอบ และการสัมภาษณ์เพิ่มเติมครั้งที่ 2 การขาดคุณสมบัติที่ชัดเจนของพนักงานขายสามารถตัดออกได้ทันทีในตอนต้น และอาจเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการตัดสินใจความก้าวหน้า และความสำเร็จของพนักงานขายแต่ละคนด้วย (Steinkamp. 1970 : 120)

คอตเลอร์ (Kotler. 1991 : 435) เสนอคุณลักษณะของพนักงานขายที่มีประสิทธิภาพว่าอย่างน้อยที่สุดต้องมีคุณสมบัติพื้นฐาน 2 ประการ คือ 1) ความสามารถในการรับความรู้สึกของลูกค้า (Empathy) 2) ความต้องการอย่างแรงกล้าที่จะทำการขายของพนักงานขาย (Ego Drive) ซึ่งคุณลักษณะ 2 ประการนี้เป็นเกณฑ์ที่จะใช้ในการทำนายผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายได้

สำหรับอีกแนวความคิดหนึ่งของ เซอร์ชีว (Churchill, Ford and Walker. 1987 : 340 – 341) บุคลิกภาพ คือ พนักงานขายที่มีลักษณะบุคลิกภาพแบบกล้าแสดงออกและชอบเข้าสังคม รวมทั้งมีบุคลิกภาพที่มั่นคง มีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จมากกว่า เพราะพวกเขาสามารถทำความสนิทสนมคุ้นเคยกับลูกค้าได้ดีกว่าพนักงานขายที่ไม่ชอบเข้าสังคม ความสนิทสนมนี้จะทำให้พวกเขาทราบความต้องการของลูกค้า และอาจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าด้วย

พนักงานขายที่มีบุคลิกภาพแบบบังคับผู้อื่นได้ กล่าวคือ มีลักษณะของการให้ความสำคัญกับตนเองสูง ชอบครอบงำผู้อื่น และมีความปรารถนาที่จะประสบความสำเร็จ จะดำเนินการขายได้ดีเช่นกัน เพราะพวกเขาจะพยายามที่จะดำเนินการขายอย่างประชิดตัวกับลูกค้า

รวมทั้งพนักงานขายที่มีบุคลิกภาพแบบเห็นอกเห็นใจผู้อื่น ก็จะมีความสามารถในการขายด้วย เนื่องจากพวกเขาจะมีความละเอียดอ่อนต่อความต้องการของลูกค้า และมีความยืดหยุ่นในการเสนอสินค้าที่เข้ากับปัญหาของลูกค้าแต่ละคน (Churchill, Ford and Walker. 1987 : 340 – 341)

1.2.4 คุณสมบัติของพนักงานขายที่ดี

พนักงานขายที่จะประสบความสำเร็จนั้นจำเป็นต้องมีความรู้และคุณลักษณะพิเศษ อันจำเป็นที่จะทำให้ผู้ซื้อเกิดความสนใจ เชื่อถือในคุณภาพของสินค้า เชื่อในคำพูดของผู้ขาย และตัดสินใจซื้อสินค้าในที่สุด (ธำรงค์ดี หมีนจักร และศรีสง่า กรรณสูต. 2523 : 102)

สมนา อยู่โพธิ์ (2537 : 172) สาเหตุที่ทำให้พนักงานขายได้รับความสำเร็จในงานขายแตกต่างกันมีสาเหตุเนื่องมาจากปัจจัย 4 อย่าง คือ

1. ทศนคติเกี่ยวกับการขาย และความเชื่อ (Sales Attitudes and Beliefs)
2. การเรียนรู้เรื่องราวของสินค้าเป็นอย่างดี (Masterly of Merchandise Information)

3. การเลือกใช้วิธีการขายที่เหมาะสม (Choices of Sales Procedures) และ

4. บุคลิกเกี่ยวกับการขาย (Sales Personality)

ไฮส์ (Hise.1980) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติสำหรับการประสบความสำเร็จในอาชีพการขายนั้น ประกอบด้วย 4 ส่วนสำคัญ คือ

1. การศึกษา (Education) ปัจจุบันพบว่า พนักงานขายที่ประสบความสำเร็จส่วนมาก จะมีการศึกษาในระดับวิทยาลัย ซึ่งส่วนมากจะได้ปริญญา 2 ปี หรือ 4 ปี แต่ยังเป็นเรื่องที่ไม่ยืนยัน แต่เรื่องที่มีความเกี่ยวข้องกับอาชีพการขายมากกว่าคือ สาขาเอกที่เรียน ซึ่งพบว่า พนักงานขายที่จบสาขาที่เกี่ยวข้องกับการขาย หรือการตลาดจะเหมาะสมกับอาชีพการขายมากกว่า เพราะมีพื้นฐานในด้านเทคนิคที่จำเป็นในการขาย

2. คุณลักษณะส่วนบุคคล พบว่า พนักงานขายที่มีประสิทธิภาพจะเป็นคนที่มี การสื่อสารที่ดี จริงใจ และมีกิริยาที่สามารถเชื่อถือได้ จะต้องมีความกระตือรือร้น มีความเชื่อมั่น และมีการแต่งกายที่เหมาะสม ซึ่งพนักงานขายที่แต่งงานแล้ว จะมีแนวโน้มที่ทำได้ดีกว่าคนโสด

3. บุคลิกภาพ เชื่อว่าปัจจัยทางบุคลิกภาพมีความจำเป็นต่อความสำเร็จในการขาย การขาย ซึ่งพบว่า พนักงานขายที่ประสบความสำเร็จมักมีแนวโน้มของบุคลิกภาพเป็นแบบ ชอบกังวล มีความรู้สึกไวต่อบุคคลอื่น มีความรู้สึกไวต่อความต้องการของบุคคลอื่น ไม่ชอบการ เสี่ยง มีความมั่นคง มีจินตนาการ และมีความปรารถนาความเจริญก้าวหน้า

4. นิสัยและประสบการณ์ในการทำงาน ซึ่งพบว่าพนักงานขายที่ประสบความสำเร็จ มักมีนิสัยการทำงานที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็ว มีความสามารถในการสรุป และการแสดงการใช้หรือค่านิยมต่อสินค้า และพนักงานที่มีประสิทธิภาพมักผ่านประสบการณ์ใน การทำงานมาแล้ว

สมชาติ กิจยรรยง (2536. 74 – 75) ได้กล่าวว่า การตัดสินใจซื้อของลูกค้า ขึ้นอยู่ กับพนักงานขายในร้าน ลูกค้าคาดหวังที่จะซื้อสินค้าจากพนักงานขายที่มีท่าทีบุคลิกภาพดี ให้ ความช่วยเหลือ และบริการที่ดี พนักงานขายจึงต้องมีหน้าที่ดังต่อไปนี้

1. ให้คำแนะนำเกี่ยวกับสินค้าแก่ผู้ซื้อ
2. ช่วยเหลือลูกค้า เมื่อสินค้าตัวนั้นต้องการการบริการ
3. แก้ไขข้อขัดข้อง และความไม่พึงพอใจของลูกค้า
4. ช่วยแนะนำและแก้ปัญหาต่าง ๆ ของลูกค้าเกี่ยวกับการใช้สินค้านั้น
5. ช่วยบอกทิศทางให้แก่ลูกค้าภายในร้าน

สำหรับคุณสมบัติทั่วไปของพนักงานขายที่ดี ควรมีดังนี้

1. บุคลิกภาพดี
2. มีความรอบรู้

3. ร่าเริง แจ่มใส
4. อุดหนุน ควบคุมอารมณ์
5. ละเอียดยรอบคอบ ซื่อสัตย์
6. กระตือรือร้น ขยันขันแข็ง
7. รู้จักกาลเทศะ
8. ความจำดี เสมอต้นเสมอปลาย
9. ทักษะคดีดี
10. มีความคิดริเริ่ม และชวนขาย

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท (2521 : 68 – 70) ได้กล่าวถึง บุคลิกลักษณะของการเป็น พนักงานขายว่า แบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม คือ

1. คุณลักษณะ (Character Traits) ลักษณะที่แสดงออกอย่างเห็นได้ชัด คือ ลักษณะที่มีพลัง ลักษณะของ Traits ที่ดี จะต้องฝึกหัดจนเป็นพฤติกรรมที่กระทำเป็นประจำ จนกระทั่งกลายเป็นบุคลิกส่วนหนึ่ง ลักษณะของ Traits ก็อย่างเช่น ความเป็นกันเอง (Friendliness) ความร่าเริงแจ่มใส (Cheerfulness) เป็นต้น

2. ทักษะคดีที่มีต่องานที่ทำ (Moral Attitude) พนักงานขายจะประสบความสำเร็จ หรือล้มเหลวขึ้นอยู่กับท่าที หรือความรู้สึกที่มีต่องานที่ทำ

3. นิสัยส่วนตัว (Personal Habits) คือ สิ่งที่ประพฤติปฏิบัติเป็นประจำจนเคยชิน เช่น การมีมนุษยสัมพันธ์ เป็นต้น

เซอร์ซิล และคนอื่น ๆ (มุขณีย์ ยมาภัย, 2537 : 5 ; อ้างอิงจาก Churchill and others, 1987) ได้กล่าวถึงสาเหตุแห่งความล้มเหลวของพนักงานขายนั้นเกิดจากสาเหตุต่าง ๆ หลายปัจจัย ซึ่งทางองค์การธุรกิจ หรือบริษัทนั้นสามารถที่จะควบคุมปรับปรุงแก้ไขมิให้เกิดปัญหาการขาดประสิทธิภาพในการทำงาน หรือการขายของพนักงานขายได้ โดยการบริหารงาน ขาย ทำการสรรหาคัดเลือกพนักงานขายที่มีความสามารถในการขาย ซึ่งพบว่ามีองค์ประกอบหลายประการที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการขาย ได้แก่

1. ความถนัด รวมทั้ง

- 1.1 ความสามารถทางสติปัญญา ความสามารถทางคณิตศาสตร์ และ

- 1.2 ลักษณะบุคลิกภาพ เช่น ความเอาใจใส่ ความต้องการความสนใจ และ

ความสามารถในการเข้าสังคม

2. ระดับความชำนาญ เช่น ความรู้เกี่ยวกับสินค้า หรือทักษะความชำนาญในการสื่อสาร ซึ่งได้จากการฝึกอบรม หรือประสบการณ์

3. ลักษณะส่วนบุคคล รวมทั้งลักษณะทางร่างกาย และวิถีชีวิต

อินิส (Enis.1979 : 262 – 263) ได้กล่าวถึงการคัดเลือกพนักงานขายจากลักษณะส่วนบุคคลว่ามีแหล่งที่ใช้ในการตัดสินใจคัดเลือก 2 ส่วน คือ

1. ลักษณะภูมิหลังของบุคคล ได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพสมรส สัญชาติ ระยะเวลา ที่พักอยู่กับที่อยู่ปัจจุบัน การศึกษาที่สำเร็จ เป็นต้น รวมทั้งปัจจัยอื่น ๆ ที่จะทำให้ความถูกต้อง น้อยกว่าอย่างเช่น สาขาเอกที่เรียน และชื่อเสียงของโรงเรียน ประสบการณ์การทำงานเดิม นิสัย และความสนใจ ความสัมพันธ์ภายในครอบครัว เป็นต้น

2. ความถนัดและทัศนคติซึ่งเป็นปัจจัยภายในบุคคลที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานการขาย ซึ่งความถนัดก็จะรวมถึงความสามารถและทักษะ

1.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพของพนักงานขาย

1.3.1 งานวิจัยในต่างประเทศ

โยเดอร์ (สุจิตรา เหลืองรังสรรค์. 2516 : 33 ; อ้างอิงจาก Yoder. 1961 : 89) ได้ศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะ 13 ประการของนักธุรกิจ จำนวน 240 คน กับนักศึกษาชายระดับวิทยาลัย พบว่านักธุรกิจมีบุคลิกลักษณะสูงกว่านักศึกษาในด้านความมีอำนาจ ความเชื่อมั่นในตนเอง บุคลิกท่าทางดี ผ่อนคลายความทะเยอทะยาน ความรับผิดชอบ มีขันติ ความสามารถทางสังคม พลังเผชิญหน้า ความร่วมมือ อนุรักษ์นิยม เฉลียวฉลาด และมีบุคลิกภาพด้านความยืดหยุ่นต่ำกว่านักศึกษา

กิลฟอร์ด (สุจิตรา เหลืองรังสรรค์. 2516 : 34 ; อ้างอิงจาก Guilford. 1961 : 102) ได้ศึกษาบุคลิกภาพของนักธุรกิจ จำนวน 208 คน กับผู้นิเทศงานจำนวน 143 คน พบว่า นักธุรกิจมีคุณลักษณะสูงกว่าผู้นิเทศงาน ในด้านการเก็บตัว – การแสดงตัว กล้าสังคม เต็มใจยอมรับสภาพแวดล้อม อารมณ์ร่าเริง – อารมณ์เศร้าหมอง ความเชื่อมั่นในตนเอง – ไม่เชื่อมั่นในตนเอง ความกระตือรือร้นในงานทุกอย่าง โลกทัศน์กว้าง – โลกทัศน์แคบ สุขุม – ขี้น้อย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

เคิร์ก พาทริก และรัสส์ (สำอางค์ งามวิชา. 2525 : 116 – 117 ; อ้างอิงจาก Kirkpatrick and Russ) ได้ทำการวิจัยโดยสอบถามจากผู้จัดการขาย 500 คน จากบริษัทใหญ่ ๆ ในสหรัฐว่า จากประสบการณ์ของเขานั้นอะไรเป็นปัจจัยที่ทำให้พนักงานขายประสบความสำเร็จล้มเหลว ซึ่งผลปรากฏว่า สาเหตุที่ทำให้พนักงานขายประสบความสำเร็จล้มเหลวนั้น มีสาเหตุหลักที่สำคัญ 2 ประการ คือ ประการแรก เป็นสาเหตุทางด้านความรู้ กล่าวคือ การที่พนักงานขายไม่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และการตลาดอย่างเพียงพอ ขาดความรู้เกี่ยวกับบริษัท และไม่มีความรู้พื้นฐานเพียงพอ ประการที่สอง เป็นสาเหตุทางด้านบุคลิกภาพ ซึ่งได้แก่ การขาดความคิดริเริ่ม การขาดความกระตือรือร้น การที่ไม่สามารถเข้ากับลูกค้าได้ ขาดเป้าหมายส่วนตัวที่แน่นอน มีวินัยในตนเองน้อยเกินไป ไม่สนใจพัฒนาตนเอง ขาดความมั่นใจในตนเอง

แก้ปัญหาเฉพาะหน้าไม่ดี ขาดจินตนาการ ความไม่ซื่อตรง รูปร่างหน้าตาไม่ดี ทักษะไม่ดี เข้าที่ และขาดความแนบเนียนและสุภาพ นอกจากนี้ยังมีสาเหตุอื่น ๆ ที่ทำให้พนักงานขาย ประสบความล้มเหลว อันได้แก่ พนักงานขายขาดการวางแผน และการจัดองค์การที่ดี ไม่ยึดความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก ขาดการฝึกอบรมที่ดี ขาดความพึงพอใจในงาน ไม่เหมาะสมกับอาชีพขาย ไม่ดำเนินตามนโยบายของบริษัท ไม่ปฏิบัติตามคู่มือและคำสอนแนะต่าง ๆ ขาดการควบคุมดูแลที่ดี มีปัญหาส่วนตัว สื่อสารให้ผู้อื่นเข้าใจได้ยาก ขอร้องให้ลูกค้าซื้อไม่สำเร็จรวมทั้ง เล่นการพนันและดื่มสุรา

1.3.2 งานวิจัยในประเทศ

สุจิตรา เหลืองรังสรรค์ (2516 : 166 – 175) ได้ศึกษาเปรียบเทียบ บุคลิกภาพของครูและนักธุรกิจ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นอาจารย์ในวิทยาลัยวิชาการศึกษาใน กรุงเทพมหานครจำนวน 55 คน และ นักธุรกิจประจำบริษัทห้างร้านต่าง ๆ ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 55 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบทดสอบวัดบุคลิกภาพ 16 PF Form A. ของ Raymond Cattell ปรากฏผลว่า ในด้านความวิตกกังวล นักธุรกิจมีประสาทมั่นคง ผ่อนคลาย อารมณ์มั่นคง กล้าสังคม มากกว่าครูอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ในด้านการเก็บตัว แสดงตัว นักธุรกิจชอบออกสังคม ทำตามสบาย กล้าสังคม อาศัยกลุ่มมากกว่าครู อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ในด้านการใช้อารมณ์แบบจิตใจอ่อนแอ ทำทางตื่นตัวอยู่เสมอ นักธุรกิจมีอารมณ์มั่นคง ทำตามสบาย มีเล่ห์เหลี่ยม ชอบเข้าสังคม จิตใจกล้าแข็งมากกว่าครูอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และที่ระดับ .05 ในด้านความคล้อยตามผู้อื่น ความอิสระจากผู้อื่น นักธุรกิจอาศัยกลุ่มชอบเข้าสังคมมากกว่าครูอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ในด้านสติปัญญาครูและนักธุรกิจมีสติปัญญาไม่แตกต่างกัน

ธีรนุช โมลิสกุลกุลมาศ (2533 : 128) ได้สร้างแบบทดสอบวัดบุคลิกภาพความเป็นนักธุรกิจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ประกอบด้วยคุณลักษณะ 6 ประการ คือ ความกล้าเสี่ยง ความกระตือรือร้น ความเชื่อมั่นในตนเอง ความกล้าแสดงตัว ความมุ่งมั่น และการพึ่งตนเองโดยใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จังหวัดนครนายก จำนวน 630 คน ได้ค่าความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างทั้งฉบับ 0.910 และ 4.135 ตามลำดับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สุภาพ พิชัยพันธ์ (2540 : 69) ได้ศึกษาบุคลิกภาพของพนักงานที่มีหน้าที่ให้บริการลูกค้า บริษัท ดาต้าแมท จำกัด (มหาชน) กรุงเทพมหานคร ปรากฏผลว่า บุคลิกภาพของพนักงานที่มีหน้าที่ให้บริการลูกค้าส่วนใหญ่ มีค่าอยู่ในระดับปานกลาง ค่อนข้าง

มาตรฐานสิบ ระหว่าง 4.75 – 6.00 อยู่ในเกณฑ์ปกติในองค์ประกอบแต่ละด้าน เพราะพนักงานที่มีหน้าที่ให้บริการลูกค้ามีบุคลิกภาพด้านการเข้าสังคม ความมั่นคงทางอารมณ์ การกล้าแสดงออก มโนธรรม การกล้าเผชิญ จิตใจอ่อนโยน ความระแวดระวัง จินตนาการ การเข้าใจความรู้สึกของคนอื่น ความวิตกกังวล ความอิสระเสรี การพึ่งตนเอง การควบคุมอารมณ์ และความเครียด อยู่ในเกณฑ์ปกติ ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นของ สมชาติ กิจยรรยง (2536 : 13 – 14) ที่กล่าวว่า คุณสมบัติที่จะสร้าง ความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ลูกค้าหรือผู้ที่มาใช้บริการ คือ ต้องเข้าใจความต้องการของลูกค้า รู้จักวิธีการติดต่อสื่อสารที่ดี มีมารยาท มีความรับผิดชอบ มีความสามารถรอบรู้ มีความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจ มีสุขภาพที่ดี

จากผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพของพนักงานขาย ที่ทำหน้าที่บริการลูกค้า ข้างต้น สรุปได้ว่า บุคลิกภาพเป็นปัจจัยที่ทำให้พนักงานขายประสบความสำเร็จได้ ขาดความมั่นใจในตนเอง แก้ปัญหาเฉพาะหน้าไม่ดี ความไม่ซื่อตรง และรูปร่างหน้าตาไม่ดี ดังนั้น พนักงานขายต้องมีคุณสมบัติที่จะสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า หรือผู้มาใช้บริการ คือ ต้องมีความเข้าใจความต้องการของลูกค้า รู้จักวิธีการติดต่อสื่อสารที่ดี มีมารยาท มีความรับผิดชอบ มีความสามารถรอบรู้ มีความน่าเชื่อถือ ซึ่งคุณสมบัติที่ว่่านี้ รวมเรียกว่า “บุคลิกภาพของพนักงานขาย” นั่นเอง

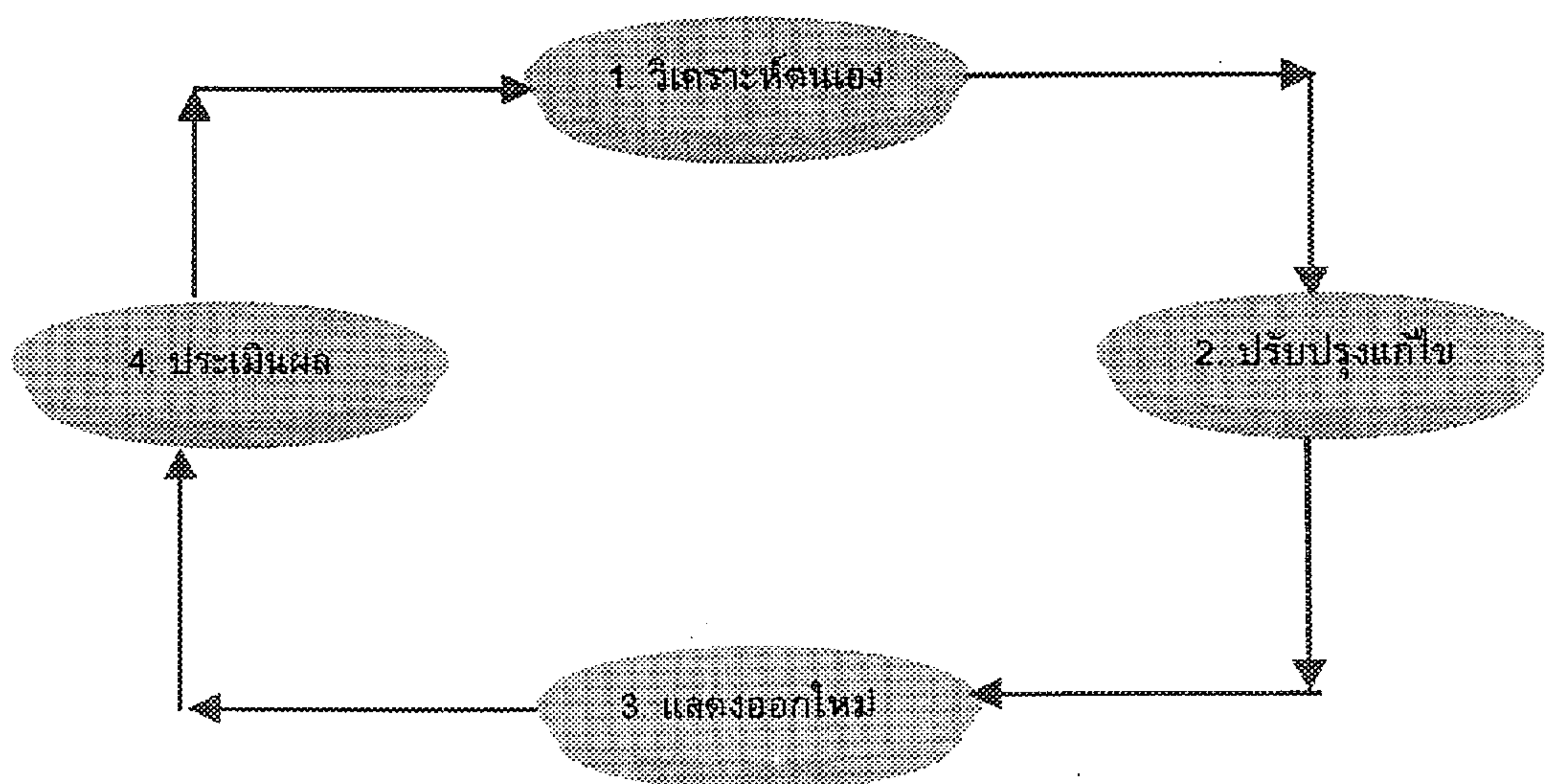
2. เอกสารและงานวิจัยเกี่ยวกับวิธีการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย

2.1 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบุคลิกภาพ

2.1.1 การพัฒนาปรับปรุงบุคลิกภาพของพนักงานขาย

บุคลิกภาพของพนักงานของพนักงานขาย หมายถึง ลักษณะเฉพาะตัวของพนักงานขายแต่ละคน ซึ่งไม่มีใครเหมือนและไม่เหมือนใคร บุคลิกภาพเป็นเรื่องเฉพาะของแต่ละบุคคล ไม่มีใครสามารถเลียนแบบบุคลิกภาพของผู้อื่นได้เหมือนทุกอย่างทุกประการ และบุคลิกภาพนั้นสามารถปรับปรุงพัฒนาให้ดีขึ้นได้ (ดำรงศักดิ์ ชัยสนิทและสุนิ เลิศแสงกิจ. 2542 : 36) ดังแสดงในภาพประกอบ 2

แผนภูมิแสดงกระบวนการพัฒนาปรับปรุงบุคลิกภาพ



ภาพประกอบ 2 แผนภูมิแสดงกระบวนการพัฒนาปรับปรุงบุคลิกภาพ

กระบวนการพัฒนาบุคลิกภาพนี้จะพัฒนาจะหมุนเวียนเป็นวงจรอย่างไม่มีที่สิ้นสุด โดยเริ่มต้นจากการวิเคราะห์ตนเอง ผู้ที่ต้องการพัฒนาบุคลิกภาพของตนเองต้องจดหัวข้อที่ได้วิเคราะห์ตนเองออกมาเป็นข้อ ๆ เรียงตามลำดับความสำคัญ จากนั้นก็เริ่มต้นปรับปรุงแก้ไขทีละข้อ ๆ ให้ความสำคัญกับตนเอง อย่ารีบร้อนจนเกินไป เมื่อแก้ไขได้แล้ว ก็แสดงออกมาใหม่ ปฏิบัติตัวตามแนวใหม่ และต้องทำให้เกิดความเคยชินจนติดเป็นนิสัย ในขั้นสุดท้ายต้องลองประเมินผลดูว่า สิ่งที่ได้แก้ไขปรับปรุงไปแล้วนั้นดีหรือยัง มากไปหรือน้อยไป มีอุปสรรคอะไรบ้างที่ทำให้ปฏิบัติดีกว่านี้ไม่ได้ ควรจะหาทางแก้ไขอุปสรรคนั้นอย่างไร นั่นก็คือ การกลับเข้าขั้นวิเคราะห์ตนเองซ้ำอีกเป็นรอบที่สอง (ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท และสุณี เลิศแสงกิจ. 2542 : 36)

ในการพัฒนาบุคลิกภาพตามขั้นตอนดังกล่าวนี้ บางขั้นตอนอาจทำได้ด้วยตนเองแต่บางขั้นตอนก็ต้องอาศัยผู้อื่นช่วยวิเคราะห์วิจารณ์ เพราะมนุษย์ทุกคนมักมีนิสัยเข้าข้างตัวเอง ทำให้มองตัวเองไม่ออกว่าอะไรดี มีอะไรไม่ดีที่ควรแก้ไขบ้าง ต้องอาศัยบุคคลอื่นช่วยดูและวิจารณ์ตัวเราด้วย ทั้งนี้ มีสาเหตุเนื่องมาจาก

1. คนเรามักไม่ค่อยได้สำรวจตนเอง
2. คนเราแต่ละคนจะคุ้นเคยกับตัวเอง จนดูไม่ออกมา เรามีอะไรที่ไม่ดีบ้าง
3. มนุษย์มักเข้าข้างตัวเองเสมอ อะไร ๆ ที่เป็นของเราก็มองว่าดีไปหมด

เมื่อเป็นเช่นนี้ การได้ฝึกพูดกับสโมสร สมาคม ศูนย์พัฒนาบุคลิกภาพ หรือ การได้เข้าโครงการพัฒนาบุคลิกภาพโดยใช้วิธีการฝึกอบรม จะทำให้เราปรับปรุงข้อบกพร่องได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

2.1.2 ประเภทของบุคลิกภาพของพนักงานขายที่ควรปรับปรุง

บุคลิกภาพสามารถปรับปรุงพัฒนาได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อได้มีการฝึกพูด และได้มีโอกาสพูดต่อหน้าที่ชุมนุมชนบ่อย ๆ จะทำให้บุคคลผู้นั้นสามารถพัฒนาบุคลิกภาพให้ดีขึ้นเป็นลำดับ มีคนจำนวนมากที่เคยคิดว่าตัวเองหน้าตาซีริวซีเหร่ หรือผู้ชายที่ศีรษะล้าน ตัวเตี้ย ผู้หญิงที่อ้วนๆ คนเหล่านี้ถือว่าตนเองมีปมด้อย จึงขาดความมั่นใจในตนเอง ทำให้ไม่สามารถออกไปพูดต่อหน้าสาธารณชนได้ แต่ถ้าเราสังเกตให้ดีจะพบว่า มีคนจำนวนไม่น้อยที่เป็นนักพูดชั้นยอด แต่เขาเหล่านั้นไม่ได้มีรูปร่างหน้าตาดีเลย บางคนศีรษะล้าน บางคนผิวดำ บางคนใส่แว่นตาหนา แต่เขาเหล่านั้นกลับเป็นนักพูดที่ทำให้ผู้ฟังทั้งห้องประชุมหนึ่งเหมือนถูกตรึงอยู่กับที่ หรือทำให้ทุกคนสนุกสนาน สรวลเสเฮฮา และคล้อยตามเขาได้เป็นอย่างดี และบุคคลเหล่านี้หลายคนก็เคยคิดว่าตัวเองมีปมด้อย แต่เมื่อเขาได้พัฒนาบุคลิกภาพของตนเอง มีการฝึกการพูด และฝึกเรื่องการพัฒนาบุคลิกภาพ จนทำให้เขาสามารถใช้ปมด้อยของเขากลับมาเป็นปมเด่นของตัวเองได้ (สถิต วงศ์สวรรค์. 2539 : 189)

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท และสุนิ เลิศแสงกิจ (2542 : 38) กล่าวว่า ลักษณะบางประการที่ต้องปรับปรุงหรือเสริมสร้างในตัวพนักงานขายนั้นประกอบด้วย บุคลิกภาพภายนอก และบุคลิกภาพภายใน

1. การปรับปรุงบุคลิกภาพภายนอก

หมายถึง สิ่งที่สังเกตเห็นได้ชัด หรือ สัมผัสได้ การปรับปรุงแก้ไขก็ทำได้ง่าย ใช้เวลาน้อย และวัดผลได้ทันที ได้แก่ การปรับปรุงรูปร่างหน้าตา การปรับปรุงการแต่งกาย การปรับปรุงกิริยาท่าทาง การปรับปรุงในเรื่องการติดต่อสื่อสาร การปรับปรุงการพูด การปรับปรุงการฟัง

1.1 การปรับปรุงรูปร่างหน้าตา

รูปร่างลักษณะหน้าตาภายนอก เป็นสิ่งที่จะสร้างความประทับใจครั้งแรกให้แก่ผู้ซื้อพนักงานขายคนใดที่ไม่อาจสร้างความประทับใจให้แก่ผู้ซื้อในตอนเริ่มแรกของการสัมภาษณ์ พนักงานขายคนนั้นก็มักจะประสบความล้มเหลวในอันที่จะทำให้ผู้ซื้อสนใจ หรือเชื่อมั่นในสิ่งที่พนักงานขายพูด เมื่อใดที่ลูกค้ามีความรู้สึกว่าคุณพนักงานขายผู้ที่ไว้วางใจได้ ผู้ซื้อก็จะมี ความสนใจในตัวของคุณพนักงานขาย และอยากที่จะฟังเขาพูดต่อไป

1.2 การปรับปรุงการแต่งกาย

การแต่งกายดีย่อมก่อให้เกิดเอกลักษณ์ที่เด่น และมีค่าต่อบุคลิกภาพของบุคคล การแต่งกายดีนั้น ก็คือ การรู้จักใช้เสื้อผ้าที่สะอาด ตัดเย็บด้วยความประณีตเรียบร้อย ไม่จำเป็นต้องใช้เสื้อผ้าราคาแพง ควรใช้ผ้าธรรมดาทั่วๆ ไป แต่ก็ไม่ใช่ราคาถูกจนเกินไป การไม่ใช้ผ้าราคาแพงเกินไปจะเข้ากับหลักการประหยัด (Economy) และควรจัดให้เรียบร้อย ควรใช้สีให้เข้าชุดกัน แบบก็ควรเป็นแบบสมัยนิยม(Fashion)เสื้อผ้าที่ใช้ต้องตรวจดูว่า กระดุมหลุดหรือเปลา ตะเข็บแตกหรือไม่ ขนาดสวมได้พอดี ไม่คับเกินไปหรือหลวมเกินไป ไม่ปล่อยให้ถุงเท้าหลุดลุ่ยมากองที่ข้อเท้า ถุงเท้าต้องตั้งอยู่เสมอ รองเท้าจะต้องขัดให้มันอยู่เสมอ ฯลฯ การแต่งกายดีนั้น จะต้องให้สัมพันธ์กับรูปร่างลักษณะของแต่ละคนด้วย นอกจากนี้ควรมีการทำความสะอาดร่างกาย การขัดข้อบ่งพร่องต่างๆ ของร่างกาย เช่น การโกนหนวดเครา การตัดผม การขัดกลี้นปาก และกลี้นิ้ว เหล่านี้เป็นต้น เพื่อให้รับการแต่งกายดี นั้นเอง

1.3 การปรับปรุงกิริยาท่าทาง

กิริยาท่าทาง เป็นส่วนสำคัญอย่างหนึ่งที่สร้างความมั่นใจหรือความนับถือให้เกิดขึ้นแก่ผู้อื่น พนักงานขายอาจขายสินค้าได้โดยง่าย หากกิริยาท่าทางของเขาทำให้ผู้ซื้อเกิดความศรัทธาและความเชื่อถือ

1.4 การปรับปรุงในเรื่องการติดต่อสื่อสาร

การขายที่ประสบความสำเร็จด้วยดีจะต้องอาศัยการติดต่อสื่อสารที่ดี การที่จะชักจูงใจลูกค้าให้ยอมรับความคิดเห็นของเราและตัดสินใจซื้อสินค้านั้น พนักงานขายจะต้องมีความสามารถในการติดต่อสื่อสารให้ลูกค้าทราบถึงผลประโยชน์หรือข้อได้เปรียบที่ลูกค้าจะได้รับจากการซื้อสินค้านั้น

1.5 การปรับปรุงการพูด

พนักงานขายจะต้องทำงานติดต่อกับบุคคลมากมายหลายตา หรืออาจจะกล่าวได้ว่าพนักงานขายนั้นทำงานอยู่กับคนเกือบทุกประเภทและทุกอาชีพ และจะต้องพูดให้คนเหล่านั้นเห็นจริงและเข้าใจในสินค้าที่ตนเสนอขาย ดังนั้น พนักงานขายจะต้องเป็นคนพูดเก่ง การพูดเก่งมิได้หมายความว่าพูดแบบไร้สาระ หรือพูดแบบน้ำท่วมทุ่ง แต่การพูดเก่งนั้นหมายความว่า สามารถพูดให้ผู้ฟังเข้าใจในเรื่องที่ตนพูดได้อย่างชัดเจนแจ่มแจ้งและเกิดความคิดเห็นคล้อยตามในที่สุด

1.6 การปรับปรุงการฟัง

สำหรับพนักงานขาย การฟังเป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญต่ออาชีพการขาย ดังนั้นพนักงานขายจะต้องเป็นผู้ฟังที่ดี ถ้าเขาไม่ดีเขาจะพลาดสิ่งสำคัญที่ควรรู้เกี่ยวกับลูกค้า เช่น ปฏิกริยาโต้ตอบ หรือข้อโต้แย้งของลูกค้า ลูกค้าอาจจะพูดถึงการตัดสินใจซื้อสินค้าแล้ว ถ้าพนักงานขายขาดความระมัดระวังในการฟัง เขาก็อาจจะพลาดโอกาสในการขายได้

2. การปรับปรุงบุคลิกภาพภายใน

หมายถึง สิ่งที่ไม่มองเห็น และสัมผัสยาก ต้องมีโอกาสได้ทำงานร่วมกัน หรืออยู่ด้วยกันนานๆ บุคลิกภาพภายในจึงค่อยๆ แสดงออกมา การแก้ไขเปลี่ยนแปลงค่อนข้างยาก ใช้เวลานานและวัดผลลำบาก บุคลิกภาพภายใน ได้แก่ ความกระตือรือร้น (Enthusiasm) ความซื่อสัตย์ (Honesty) ความสุภาพ (Courtesy) ความร่าเริงและความร่วมมือ (Cheerfulness and Co-Operation) ความแนบเนียน (Tact) ความสนใจอย่างแท้จริงต่อลูกค้า (Interest in Customer) ความยับยั้งชั่งใจ (Self-Control) ความจริงใจ (Sincere) ความรู้สึกชอบพอบุคคลอื่นอย่างแท้จริง (Liking For People) จินตนาการ (Imagination)

2.1 ความกระตือรือร้น

คือ ความสนใจอย่างแรงกล้าและพยายามอย่างจริงจังที่จะทำหรือทราบเกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง พนักงานขายจะต้องมีความรู้ในอาชีพการขายของเขา ความกระตือรือร้นเป็นคุณลักษณะที่สำคัญที่ทำให้การขายของได้ผลสำเร็จ

2.2 ความซื่อสัตย์

พนักงานขายจะได้รับความเชื่อถือและความไว้วางใจจากลูกค้า ก็ต่อเมื่อพนักงานขายเป็นคนซื่อสัตย์ พูดแต่ความจริงต่อลูกค้า และมีความจริงใจต่อลูกค้า พนักงานขายจะต้องเป็นคนซื่อสัตย์ทั้งการกระทำและคำพูด

2.3 ความสุภาพ

ความสุภาพเป็นเครื่องหมายแสดงว่า ผู้นั้นได้รับการฝึกอบรมมาอย่างดี และเป็นคนมีวัฒนธรรมในร้านขายปลีกทั่วไป ถ้าพนักงานขายเจยเมยต่อลูกค้า ไม่ต้อนรับลูกค้า หัวเราะเยาะเย้ยลูกค้า นินทาลูกค้าลับหลัง กล่าวได้ว่าพนักงานขายผู้นั้นขาดความสุภาพต่อลูกค้าในการขายสินค้าพิเศษ ซึ่งพนักงานขายจะต้องเป็นฝ่ายไปพบลูกค้า ถ้าพนักงานขายคนใดเดินสูบบุหรี่เข้าไปหาลูกค้า ผิดนัดกับลูกค้า ฯลฯ กล่าวได้ว่า พนักงานขายผู้นั้นขาดความสุภาพต่อลูกค้า เช่นกัน

2.4 ความร่าเริงและความร่วมมือ

ลูกค้าที่จะซื้อสินค้าจากร้านที่พนักงานขายเป็นคนร่าเริง เป็นกันเอง สนุกสนาน ความร่าเริงเป็นสิ่งที่ถ่ายทอดให้กันได้ ความร่าเริงจากพนักงานจะถูกถ่ายทอดให้แก่ผู้ซื้อ ผู้ซื้อจะรู้สึกเป็นกันเอง และความรู้สึกว่าความเป็นผู้แปลกหน้าจะหมดไป

2.5 ความแนบเนียน

ความแนบเนียน หมายถึง การปฏิบัติตนได้ถูกต้องทั้งคำพูด การกระทำ และเหมาะสมกับเวลา หรือ สรุปสั้นๆ ว่า "ถูกกาลเทศะ" (Saying and doing the right thing at the right time)

2.6 ความสนใจอย่างแท้จริงต่อลูกค้า

พนักงานขายจะปฏิบัติตนอย่างไร จึงจะให้ลูกค้ามีความรู้สึกว่าได้ได้รับความสนใจอย่างแท้จริงจากพนักงานขาย คำตอบ ก็คือ เป็นกันเอง เรียนรู้และใช้ชื่อลูกค้าอย่าง ถูกต้อง ตั้งใจฟังเมื่อลูกค้าพูด หลีกเลี่ยงการถกเถียง จับความคิดเห็นของลูกค้าให้ได้ พูดคุยในเรื่องที่ลูกค้าสนใจ ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าพนักงานขายยินดีที่จะพบลูกค้า

2.7 ความยับยั้งชั่งใจ

คุณสมบัติอันนี้ จะช่วยให้พนักงานขายข่มระงับอารมณ์ต่าง ๆ และช่วยให้มีความรู้สึกสงบและเผชิญกับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ พนักงานขายพึงยึดถือหลักนี้ไว้เสมอว่า ถ้าเขาไม่รู้จักระงับอารมณ์และต้องการโต้เถียงเพื่อเอาชนะลูกค้าแล้ว เขาอาจเอาชนะแต่เพียงการโต้เถียงเท่านั้น แต่เขาอาจจะต้องสูญเสียลูกค้า พลัดโอกาสในการขายสินค้า ดังนั้น พนักงานขายจะต้องเป็นผู้ที่มีความอดทน และรู้จักยับยั้งชั่งใจ

2.8 ความจริงใจ

ความจริงใจจะช่วยให้พนักงานขายประสบความสำเร็จในการขาย ผู้ซื้อจะไว้วางใจและเชื่อถือในตัวของพนักงานขาย เพราะผู้ซื้อเห็นพนักงานขายมีความจริงใจต่อเขาการที่พนักงานขายสนใจในปัญหาต่างๆของผู้ซื้ออย่างจริงใจ จะทำให้ผู้ซื้อกลายเป็นลูกค้าประจำและอาจจะช่วยแนะนำลูกค้าใหม่ให้แก่พนักงานขาย

2.9 ความรู้สึกชอบพอบุคคลอื่นอย่างแท้จริง

ถ้าพนักงานมีความรู้สึกชิงชัง รังเกียจ และไม่ไว้วางใจคนแล้ว ก็ยากที่จะประสบความสำเร็จในการขาย ผู้ขายจะต้องมีความรู้สึกชอบพอบุคคลอื่นอย่างแท้จริงเสียก่อน จึงจะติดต่อกับคนทั่ว ๆ ไปได้ง่าย คุณสมบัติข้อนี้ก็มีความสำคัญมิใช่น้อยเพราะพนักงานขายจะต้องทำงานเกี่ยวข้องกับคนอยู่ประจำ

2.10 จินตนาการ

พนักงานขายที่ฉลาดจะใช้จินตนาการในการช่วยลูกค้าค้นหาประโยชน์ใหม่ๆ ของสินค้า และอาจใช้การช่วยเสนอแนะส่วนผสมต่างๆของสินค้าหลายชนิด เพื่อให้ลูกค้าได้รับผลประโยชน์จากการใช้สินค้านั้นมากขึ้น

สรุป ในเรื่องการปรับปรุงและเสริมสร้างบุคลิกภาพให้ดียิ่งขึ้น วิธีกระทำที่ได้ผลก็คือ การนำปัญหาตัวอย่างมาพิจารณา ศึกษาสิ่งแวดล้อม หรืออาศัยคำแนะนำจากผู้มีความรู้และสิ่งสำคัญที่สุดก็คือ เราจะไม่เข้าข้างตนเอง พยายามสำรวจตัวเองอย่างยุติธรรม วางแผนการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องและเสริมสร้างส่วนที่ดีอยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้นและเริ่มปฏิบัติการณ์อย่างจริงจังความสำเร็จในอาชีพการขายก็จะเป็นของท่าน

2.1 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรม

2.2.1 ความหมายของการฝึกอบรม

ในการศึกษาความหมายของการฝึกอบรมนั้น ได้มีนักวิชาการให้ความหมายและแนวความคิดเกี่ยวกับการฝึกอบรมไว้หลายท่าน ดังนี้คือ

บีช (Beach. 1980 : 358) กล่าวว่า การฝึกอบรมหมายถึง กระบวนการจัดที่จัดขึ้นเพื่อให้บุคคลได้เรียนรู้และเสริมสร้างทักษะความชำนาญโดยมีวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง สอดคล้องกับที่ฟลิปโป (Flippo. 1971 : 194) กล่าวว่า การฝึกอบรม หมายถึง การกระทำในการเพิ่มพูนความรู้และทักษะความชำนาญของพนักงานเพื่อปฏิบัติงานเฉพาะอย่าง

พรรณราย ทรัพย์ประภา (2529 : 275) กล่าวไว้ว่า การฝึกอบรม หมายถึงกระบวนการในการให้ความรู้เพื่อเพิ่มพูนสมรรถภาพการทำงานของบุคคลในองค์การเพื่อให้เขาเหล่านั้นมีคุณค่า มีความรู้ความเข้าใจ และมีความสามารถเหมาะสมกับหน้าที่การงานที่รับผิดชอบ

เครือวัลย์ ล้อมภิชาติ (2531 : 2) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การฝึกอบรมและการพัฒนา คือ กิจกรรมการเรียนรู้ (Learning) เฉพาะอย่างของบุคคลเพื่อปรับปรุงและเพิ่มพูนความรู้ (Knowledge) ความเข้าใจ (Understanding) ทักษะหรือความชำนาญ (Skill) และทัศนคติ (Attitude) อันเหมาะสม จนสามารถก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมและทัศนคติเพื่อการปฏิบัติงานในหน้าที่เฉพาะอย่าง เพื่อยกมาตรฐานการปฏิบัติงานให้อยู่ในระดับสูงขึ้น และทำให้บุคลากรมีความมีความเจริญก้าวหน้าในการทำงาน

ธงชัย สันติวงษ์ (2533 : 164) กล่าวว่า การฝึกอบรม (Training) หมายถึง กระบวนการที่จัดขึ้นอย่างเป็นระบบ เพื่อที่จะหาทางให้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และ/หรือ ทัศนคติของพนักงาน เพื่อที่จะให้สามารถปฏิบัติงานได้ดีขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มผลผลิต และทำให้เกิดผลสำเร็จต่อเป้าหมายขององค์การ

พยอม วงศ์สารศรี (2531 : 195) กล่าวว่า การฝึกอบรมคือ กระบวนการซึ่งบุคคล ได้เรียนรู้เกี่ยวกับทักษะ ความรู้และทัศนคติ ซึ่งจะช่วยให้บุคคลสามารถปฏิบัติหน้าที่ในฐานะองค์ประกอบขององค์การให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ดังนั้น การฝึกอบรมจึงเป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อพัฒนาบุคคลในองค์การให้มีความรู้อย่างพอเพียงที่จะปฏิบัติงานนั้น มีทัศนคติที่ดีต่องาน เพราะถ้าคนเรามีความพึงพอใจในการทำงานย่อมส่งผลต่อประสิทธิภาพของงานที่ทำ และมีความสามารถทำงานอย่างชำนาญ หรือกล่าวได้ว่ามีทักษะในงานนั้นๆ เป็นอย่างดี

เสนาะ ตีเยาว์ (2534 : 152) กล่าวว่า การฝึกอบรม หมายถึง กระบวนการที่จัดขึ้นเพื่อให้บุคคลได้เรียนรู้และมีความชำนาญเพื่อวัตถุประสงค์อย่างหนึ่ง โดยมุ่งให้คนได้รู้เรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ และเพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมของคนไปในทางที่ต้องการ ตาม

ความหมายดังกล่าวการฝึกอบรมเป็นทางทำให้ผู้รับการอบรมได้ความรู้ใหม่ๆ ได้ความชำนาญในการปฏิบัติงานมากขึ้นเพิ่มประสิทธิภาพในการแก้ปัญหาและทัศนคติที่จะปรับปรุงงาน เพื่อเปลี่ยนแปลงงานให้ดีขึ้นตามแนวทางที่องค์กรกำหนด

ความหมายของการฝึกอบรมและการพัฒนา สามารถสรุปได้ว่า เป็นกระบวนการที่มีระเบียบและระบบซึ่งจัดขึ้นเพื่อพัฒนาบุคลากรให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่สูงขึ้นในการทำงาน อันก่อให้เกิดผลสำเร็จทั้งแก่ตัวบุคคลและองค์กรโดยรวม และเป็นการปรับปรุง และเพิ่มพูนทักษะและความชำนาญ (Skill) ความรู้ (Knowledge) ความเข้าใจ (Understanding) ทัศนคติ (Attitude) และนิสัย (Habit) ที่ถูกต้องเหมาะสมในการทำงาน

2.2.2 วัตถุประสงค์ของการฝึกอบรม

วัตถุประสงค์หลักโดยเน้นในการพัฒนา และรักษาบุคลากรให้มีความรู้ ความชำนาญมีอยู่ 2 ด้านคือ (ทองฟู ชินะโชติ.2531 : 7-8)

1. วัตถุประสงค์ของการฝึกอบรมต่อความมุ่งหมายขององค์กร

หลักสำคัญเพื่อเพิ่มพูนประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานโดยเปลี่ยนท่าที และพฤติกรรมในการทำงานของคน ความมุ่งหมายขององค์กรใหญ่เป็นไปในแง่ส่วนรวม โดยพิจารณาความจำเป็นและความต้องการในการฝึกอบรม วัตถุประสงค์ที่สำคัญพอสรุปได้ดังนี้

- 1) เพื่อสร้างความสนใจในการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กร
- 2) เพื่อสอนแนะวิธีการปฏิบัติงานที่ดีที่สุด
- 3) เพื่อพัฒนาการปฏิบัติงาน ให้ได้ผลสูงสุด
- 4) เพื่อลดความสิ้นเปลืองและป้องกันอุบัติเหตุในการปฏิบัติงาน
- 5) เพื่อจัดวางมาตรฐานในการปฏิบัติงาน
- 6) เพื่อพัฒนาฝีมือในการปฏิบัติงานบุคคล
- 7) เพื่อพัฒนาการบริหารโดยเฉพาะการบริหารด้านบุคคลให้มีความพอใจทุกฝ่าย
- 8) เพื่อฝึกฝนบุคคลไว้เพื่อความก้าวหน้าของงานและการขยายองค์การ
- 9) เพื่อฝึกฝนให้ทันต่อเทคนิคใหม่ๆ เพื่อให้้องค์การก้าวหน้า

2. วัตถุประสงค์ของการฝึกอบรมต่อความมุ่งหมายส่วนบุคคล

สำหรับวัตถุประสงค์การฝึกอบรมต่อความมุ่งหมายส่วนบุคคลนั้น มุ่งเน้นความต้องการส่วนบุคคลที่ปฏิบัติอยู่ในหน่วยงานต่างๆ ขององค์กร พอสรุปวัตถุประสงค์หลักที่สำคัญ ๆ ได้ดังนี้

- 1) เพื่อความก้าวหน้าในการเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง
- 2) เพื่อพัฒนาทำที่บุคลากรภาพในการปฏิบัติงาน
- 3) เพื่อพัฒนาฝีมือในการปฏิบัติงานโดยการทดลองปฏิบัติงาน
- 4) เพื่อฝึกฝนการใช้วินัยการตัดสินใจ
- 5) เพื่อเรียนรู้งาน ลดการเสี่ยงอันตรายในการปฏิบัติงาน
- 6) เพื่อปรับปรุงสภาพการปฏิบัติงานให้ดีขึ้น
- 7) เพื่อส่งเสริมและการสร้างขวัญในการปฏิบัติงาน

มอนดี้ และนอร์ (Mondy and Noe 111.1987 : 257) กล่าวว่า วัตถุประสงค์โดยทั่วไปของการฝึกอบรมและการพัฒนา คือ

1. เพื่อเพิ่มพูนผลผลิตของพนักงานและผลกำไรขององค์กร
2. เพื่อรักษาทักษะ ฝีมือ และความชำนาญให้คงไว้ในทุกระดับขององค์กร ทั้งนี้ เพราะมีพนักงานจำนวนน้อยที่พยายามทำงานอย่างเต็มกำลังความสามารถที่มีอยู่ คาดว่าคนส่วนใหญ่จะทำงานเพียงร้อยละ 5 ของความสามารถที่แท้จริง สิ่งที่มีบทบาทสำคัญในการหลีกเลี่ยงความเสื่อมสลายที่อาจเกิดขึ้นในองค์กรคือ การเพิ่มคุณภาพของงาน (Enriched Jobs) และมีการฝึกอบรมและการพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพ ดังที่เฮิร์สเบิร์ก (Herzberg) กล่าวไว้ว่า "การฟื้นฟูของเก่าขึ้นมาใหม่ยากยิ่งเสียกว่าการเริ่มต้นฝึกใหม่"

3. ยกระดับทักษะของพนักงาน เพื่อเตรียมพร้อมรับตำแหน่งที่สูงขึ้นในองค์กรมีส่วนรับผิดชอบในการสนับสนุนช่วยเหลือพนักงานได้ยกระดับทักษะ ตามความถนัดและความสนใจของพนักงานเองโดยสอดคล้องกับความต้องการขององค์กรด้วย ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมและการพัฒนาจึงเป็นการลงทุนเกี่ยวกับทรัพยากรมนุษย์นั่นเอง

สรุป การฝึกอบรมและการพัฒนาโดยทั่วไปมีจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มผลผลิตขององค์กร พัฒนาและเพิ่มพูนความรู้ ทักษะ และทัศนคติของทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร ในทางที่เหมาะสม อันนำไปสู่การเจริญเติบโตของบุคคลและองค์กร

2.2.3 ความสำคัญและความจำเป็นในการฝึกอบรม

การฝึกอบรมเป็นกรรมวิธีที่สำคัญและจำเป็นสำหรับหน่วยงานต่างๆ ที่จะต้องบริหารด้านบุคคลให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ซึ่งน้อย ศิริโชติ (2523 : 8 -11) ได้อธิบายไว้ดังนี้

1. การฝึกอบรมเป็นกรรมวิธีที่ช่วยป้องกันปัญหา ภายหลังจากการที่มีการคัดเลือกพนักงานเข้ามาในหน่วยงาน จะมีการปฐมนิเทศเพื่อแนะนำ ชี้แจงให้พนักงานได้รู้ถึงระเบียบวินัยของหน่วยงาน การปฏิบัติงานในโอกาสต่างๆ และการปรับตัวให้เข้ากับพนักงานอื่น

และสิ่งแวดล้อม ช่วยให้พนักงานเกิดความมั่นใจในการปฏิบัติงานมากขึ้น จึงไม่มีปัญหาในการปรับตัว

2. การฝึกอบรมเป็นการเสริมปัญญาให้พนักงาน ปัจจุบันวิทยาการเจริญก้าวหน้าไปมากมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ พนักงานมีความจำเป็นที่จะเรียนรู้สิ่งเหล่านี้ แต่ไม่สามารถกลับไปเรียนต่อในสถานการศึกษาขณะที่ปฏิบัติงานได้ การฝึกอบรมจึงมีบทบาทเข้ามาช่วยเหลือด้านนี้ได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายและเวลาเมื่อเปรียบเทียบกับการเรียนการสอนในสถานศึกษา

3. การฝึกอบรมเป็นกรรมวิธีที่ก่อให้เกิดความสามัคคีขึ้นระหว่างพนักงานที่ปฏิบัติงานในหน่วยงานเดียวกัน เนื่องจากการฝึกอบรมเปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความคิดเห็นแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันทำกิจกรรมร่วมกัน แก้ปัญหาร่วมกัน ก่อให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน มีประโยชน์ในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

4. การฝึกอบรมเป็นกรรมวิธีที่ช่วยให้พนักงานได้มีโอกาสพัฒนาทำที่ และบุคลิกภาพของตนให้มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีความพร้อมที่จะปฏิบัติงานกล้าเผชิญอุปสรรค และสามารถตัดสินใจได้อย่างคล่องแคล่วว่องไวยิ่งขึ้น ตลอดจนพัฒนาการเป็นผู้นำซึ่งเหมาะสมกับการปฏิบัติงานในหน้าที่ในบางตำแหน่งที่ต้องอาศัยคุณสมบัติด้านนี้

5. การฝึกอบรมเป็นกรรมวิธีที่สนับสนุนการศึกษาตลอดชีพ ซึ่งเป็นความต้องการของบุคคลในองค์กรต่าง ๆ ในปัจจุบันและยังเป็นการช่วยเหลือนักเรียนที่ลาออกกลางคัน เพราะอุปสรรคต่าง ๆ ไม่สามารถเรียนต่อได้ แต่จำเป็นต้องเข้ารับตำแหน่งหน้าที่ในงานอาชีพที่ตนยังไม่ค่อยมีความพร้อมและไม่มีความมั่นใจ ให้มีความพร้อมและมีความมั่นใจในการเข้าปฏิบัติงานยิ่งขึ้น

6. ไม่มีสถาบันการศึกษาใด ๆ ที่สามารถผลิตบัณฑิตให้มีความสามารถที่จะทำงานในองค์กรต่าง ๆ ได้ในทันที องค์กรที่รับบุคลากรใหม่จึงต้องทำการฝึกอบรมเพื่อให้บุคคลเหล่านี้สามารถปฏิบัติงานในหน้าที่เฉพาะอย่าง ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

2.2.4 ประโยชน์ของการฝึกอบรม

การฝึกอบรมถ้าดูอย่างผิวเผินจะดูว่าเป็นการสิ้นเปลืองทั้งเวลา กำลังคน และงบประมาณมากกว่าผลประโยชน์ตอบแทนที่จะได้รับ แต่แท้ที่จริงเมื่อพนักงานได้รับการฝึกอบรมให้มีความรู้ความชำนาญงาน มีทัศนคติที่ดีต่อองค์กรแล้วผลงานที่เกิดขึ้นย่อมมีประสิทธิภาพต่อองค์กรนั้นในที่สุด ดังนั้นการฝึกอบรมเพื่อให้นักงานเกิดความรู้ความชำนาญและที่ทัศนคติที่ดีต่อการปฏิบัติงานนั้น ถือว่าเป็นการลงทุนที่สำคัญอย่างหนึ่งที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ที่คุ้มค่า (เริงลักษณ์ โรจนันท์. 2529 : 4) ส่วนประโยชน์ที่ได้รับจากการฝึกอบรมตามความเห็นของ (เสนาะ ตีเยาว์. 2534 : 128 – 129) มีดังนี้

1. เพิ่มผลผลิตให้แก่องค์กร การฝึกอบรมจะทำให้พนักงานใหม่และพนักงานที่มีประสบการณ์มาแล้วปฏิบัติงานได้ดีขึ้น ทั้งทางคุณภาพและปริมาณงาน เพราะวิธีการที่ถูกต้อง รู้จักการใช้เครื่องมือช่วยในการปฏิบัติงานและสามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพการทำงานได้ดี
2. ช่วยแก้ปัญหาในการปฏิบัติงาน การฝึกอบรมพนักงานในระดับต่าง ๆ ช่วยลดปัญหาในการปฏิบัติงานลง งานไม่ติดขัดและดำเนินไปได้ด้วยดี เพราะทุกคนมีความเข้าใจในงาน
3. ทำให้ขวัญของพนักงานดีขึ้น การฝึกอบรมที่เหมาะสมจะสามารถลดความเครียดในการปฏิบัติงานทั้งของพนักงานและของหัวหน้างานได้ เนื่องจากมีความรอบรู้และมีความมั่นใจมากขึ้นในงานที่ต้องทำ นอกจากนั้นจะสามารถทำให้พนักงานรู้สึกในความสำเร็จของตัวเอง และมีความรู้สึกเป็นเจ้าของงานที่ได้รับการฝึกฝนให้ทำ พนักงานก็就会有ความสนใจในงาน หมั่นฝึกฝนและสร้างความชำนาญให้สูงขึ้น มีความรักงานมากขึ้น โอกาสที่จะไม่พอใจงานก็น้อยลง และโอกาสที่จะไปหางานใหม่ทำก็จะน้อยลงตามไปด้วย
4. ลดอัตราการออกจากงานได้ อัตราการออกจากงานเป็นปัญหาขององค์กรต่างๆ ตลอดมาและทำให้องค์กรเสียค่าใช้จ่ายในการว่าจ้างพนักงานมาแล้วถูกไล่ออกหรือลาออกไป โดยที่องค์กรยังไม่ได้ได้รับประโยชน์จากพนักงานเท่าที่ควร ค่าใช้จ่ายในด้านการสรรหา การจ้างพนักงานมาทดแทนคนเก่า และการฝึกฝนให้พนักงานใหม่สามารถทำงานเข้ากับกระบวนการทำงานได้ เป็นค่าใช้จ่ายที่สูงมาก
5. การควบคุมลดลง พนักงานที่ได้รับการฝึกอบรมอย่างดีจะสามารถควบคุมตนเองควบคุมตัวเองในการปฏิบัติงานทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการควบคุมน้อยลง และยังเป็นการช่วยลดอุบัติเหตุอันเนื่องมาจากการทำงานผิดพลาดของตัวพนักงานเอง
6. เป็นประโยชน์ต่อพนักงานโดยตรง เนื่องจากคนงานได้รับความรู้ความชำนาญจากการฝึกอบรม จึงทำให้ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานสูงขึ้น ซึ่งมีผลทำให้รายได้สูงขึ้น นอกจากนี้ยังส่งเสริมให้พนักงานมีโอกาสเลื่อนตำแหน่งและฐานะการงานให้สูงขึ้น
7. ส่งเสริมความมั่นคงและความยืดหยุ่นให้แก่องค์กรในด้านความมั่นคง คือ ถ้าหากองค์กรขาดแคลนพนักงานในตำแหน่งใดตำแหน่งหนึ่ง ก็อาจคัดเลือกจากบุคคลในตำแหน่งรองลงไป ซึ่งมีความรู้ในการปฏิบัติงานดีเพราะได้รับการฝึกอบรมมาแล้ว ส่วนในด้านความยืดหยุ่นหากองค์กรเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงใด ๆ ในทางธุรกิจ ก็สามารถปรับเปลี่ยนเพิ่มลด กำลังแรงงานจากหน่วยงานอื่นไปยังหน่วยงานที่ต้องการแรงงานแทน เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์บางอย่าง และลดการผลิตผลิตภัณฑ์บางอย่างลงให้พอเพียงกับการเปลี่ยนแปลงในตลาด นอกจากนี้การฝึกอบรมสามารถเป็นเครื่องมือในการกลั่นกรองพนักงานใหม่ได้ การฝึกอบรม

สามารถจะตรวจสอบและระบุได้ค่อนข้างจะชัดเจนว่า พนักงานคนใดที่เพิ่งว่าจ้างเข้ามาควรจะได้รับการฝึกฝนให้ทำงานที่ว่าจ้างมาต่อไป ควรจะโยกย้ายให้ไปบรรจุในตำแหน่งใหม่ที่เหมาะสมกว่า ควรจะได้รับการดูแลอย่างใกล้ชิดหรือควรจะเลิกจ้างพนักงานก่อนที่จะมีปัญหาต่อไป

8. ส่งเสริมทัศนคติที่ดีต่อองค์การ จุดมุ่งหมายอย่างหนึ่งขององค์การในการฝึกอบรมพนักงานก็เพื่อปรับท่าทีของพนักงานที่มีต่อองค์การ หรือหน่วยงานให้เป็นไปในทางที่สนับสนุนและให้ความร่วมมือโดยเฉพาะในกรณีที่มีแผนใหม่ ๆ องค์การควรจะได้ทำการอบรมพนักงานให้เข้าใจงานใหม่และให้รู้จักประสงค์ขององค์การที่เกี่ยวกับแผนงานนั้น ทำให้การปฏิบัติงานเป็นไปในแนวเดียวกัน

2.2.5 ทฤษฎีการเรียนรู้กับการฝึกอบรม

แมคกรีอี (พรรณราย ทรัพย์ประภา. 2529 : 276 – 282 ; อ้างอิงจาก McGehee. 1959) ได้ศึกษาทฤษฎีการเรียนรู้ต่าง ๆ แล้วสรุปว่าในบรรดาทฤษฎีทั้งหลายเหล่านั้น มีสมมติฐานร่วมกันอยู่บางอย่างที่จะอธิบายการเรียนรู้ของมนุษย์ได้ โดยที่ทฤษฎีเกอธดดังกล่าวเป็นเครื่องมือให้เห็นว่าความต้องการการเรียนรู้ใด ๆ ก็ตาม จำเป็นจะต้องกระทำโดยมีสภาวะแวดล้อมที่เหมาะสมกับผู้เข้ารับการฝึกอบรมจึงจะทำให้การเรียนรู้นั้นได้ผล ดังนั้นจุดมุ่งหมายในการฝึกอบรมจึงจำเป็นต้องมีจุดมุ่งหมาย ที่สอดคล้องกับความต้องการส่วนตัวของผู้เข้ารับการฝึกอบรม โดยต้องให้โอกาสผู้เข้ารับการฝึกอบรมแสดงอาการตอบสนองต่อกระบวนการเรียนรู้ที่เหมาะสม กล่าวคือ ผู้ทำการฝึกอบรมจะต้องไม่พยายามสร้างสภาวะแวดล้อมที่ปิดกั้นการแสดงออกของผู้เข้ารับการฝึกอบรม นอกจากนั้นผู้ทำการฝึกอบรมจะต้องมีการประเมินผลการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่องอยู่เสมอเพื่อให้แน่ใจว่าภาคฝึกอบรมนั้นได้ผล หลักเกณฑ์ต่อไปนี้จะช่วยขยายความเกี่ยวกับ สมมติฐานในการเรียนรู้ดังที่กล่าวมาแล้ว ดังนี้

1. การรู้ผล (Knowledge of Results) ผู้เข้ารับการฝึกอบรมจะต้องรู้ผลการฝึกอบรมของตนเพื่อผลดีสองประการคือ ทำให้เขามีโอกาสแก้ไขข้อบกพร่องของตนเองและก่อให้เกิดแรงจูงใจที่จะทำให้เขาสนใจในการเรียนรู้มากขึ้น การแจ้งให้ผู้รับการฝึกอบรมทราบผลการฝึกอบรมเป็นระยะ ๆ อาจทำได้หลายวิธีแต่ควรแจ้งผลที่เฉพาะเจาะจงมากกว่าที่จะแจ้งผลอย่างกว้าง ๆ เพราะการแจ้งผลที่เฉพาะเจาะจงจะช่วยให้เขาพัฒนาตนเองได้เร็วขึ้น นอกจากนี้การทดสอบเพื่อติดตามผลการฝึกอบรมก็ควรกระทำทันทีที่กิจกรรมแต่ละประเภทได้เสร็จสิ้นลง เพราะการทิ้งระยะเวลายาวนานออกไปอาจมีผลกระทบต่อการเรียนรู้ที่แท้จริงได้

2. การจูงใจ (Motivation) สมมติฐานอย่างหนึ่งของการเรียนรู้คือ ผู้เรียนจะต้องมีความต้องการบางประการที่จะได้จากการเรียนรู้นั้น ความต้องการส่วนตัวเป็นแรงกระตุ้นการเรียนรู้ของมนุษย์ซึ่งอาจแบ่งเป็นแรงกระตุ้นจากภายในและแรงกระตุ้นจากภายนอก แรงกระตุ้น

ภายใน หมายถึง แรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับงานที่กำลังกระทำอยู่ และที่จะต้องการกระทำต่อไปเพื่อสนองความต้องการที่จะทำงานให้ดีที่สุดและให้ก้าวหน้ามากที่สุด ส่วนแรงกระตุ้นภายนอกมักจะหมายถึงปัจจัยอย่างอื่นนอกเหนือไปจากตัวงานที่ทำ บางครั้งอาจสืบเนื่องมาจากตัวงานโดยตรงก็ได้ เช่น ความต้องการขึ้นเงินเดือน สำหรับพนักงานใหม่ แรงกระตุ้นภายในอาจยังไม่เกิดขึ้น จะมีแต่แรงกระตุ้นจากภายนอก ผู้ทำการฝึกอบรมควรที่จะพยายามให้เกิดแรงกระตุ้นจากภายในตัวพนักงานใหม่

3. รางวัลและการลงโทษ (Reward Versus Punishment) เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการจูงใจของมนุษย์ โดยปกติบุคคลสมควรที่จะได้รับรางวัลเมื่อมีพฤติกรรมที่ดีเป็นการจูงใจให้เขากระทำพฤติกรรมนั้นอีก และควรจะถูกลงโทษเมื่อมีพฤติกรรมที่ไม่ดีเพื่อไม่ให้เขากระทำพฤติกรรมนั้นอีก โดยทั่วไปนักจิตวิทยามีความเห็นว่าการลงโทษนั้น การลงโทษโดยเฉพาะในกรณีรุนแรงให้ผลดีน้อยกว่าการให้รางวัล แต่อีกนัยหนึ่งการลงโทษด้วยวิธีที่สุภาพเป็นกันเองโดยจัดให้มีการแก้ไขข้อผิดพลาดนั้นได้ทันทีอย่างไม่เป็นทางการก็จะเป็นผลดี

4. การเสริมแรงกระตุ้น (Operant Conditioning) การเสริมแรงกระตุ้นแสดงให้เห็นว่ามนุษย์สามารถถูกกระตุ้นให้ปฏิบัติงานดีมากขึ้นถ้าได้รับการเสริมแรงกระตุ้นในทางบวก หรือการให้รางวัลพฤติกรรมในทางที่ดีทันทีที่เกิดพฤติกรรมนั้นขึ้นก็จะเป็นการเสริมแรงให้การปฏิบัติงานนั้นเพิ่มขึ้น การเสริมแรงกระตุ้นอาจจะกระทำโดยการกล่าวยกย่องชมเชยพฤติกรรม การปฏิบัติงานที่น่าพึงพอใจซึ่งแสดงออกมา

5. การแจกแจงช่วงเวลาการเรียนรู้ (Distribution of Learning Period) การเรียนรู้ในสิ่งเดียวกันอาจได้ผลไม่เท่ากันหากกระบวนการเรียนรู้นั้นถูกจัดขึ้นโดยใช้ช่วงเวลาที่ไม่เท่ากัน หากแบ่งเวลาออกเป็นช่วง ๆ การเรียนรู้จะได้ผลดีกว่าที่จะจัดต่อเนื่องกันตลอดไป ช่วงเวลาจะสั้นยาวแค่ไหนขึ้นอยู่กับเนื้อหาของสิ่งที่เรียนรู้เป็นหลัก ช่วงเวลาที่เหมาะสมที่สุดควรจะพอเพียงที่จะเสนอเนื้อหาทั้งหมดของการฝึกอบรมต้องเผื่อเวลาไว้สำหรับการอภิปรายนอกเนื้อหา แต่เกี่ยวข้องกับประเด็นหลัก และจัดช่วงพักระยะสั้นบ่อย ๆ จะเป็นผลดีต่อกระบวนการเรียนรู้

6. การเรียนรู้เนื้อหาทั้งหมดหรือบางส่วน (Whole versus Part Learning) โครงการฝึกอบรมบางประเภทอาจจำเป็นต้องบรรจุเนื้อหาเกี่ยวข้องอย่างครบถ้วน แต่ในบางกรณีอาจไม่จำเป็นต้องเสียเวลากระทำเช่นนั้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับชนิดของงานและชนิดของผู้เข้ารับการฝึกอบรม ถ้าเป็นเนื้อหาที่ต้องใช้สติปัญญาและเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงาน ควรฝึกอบรมโดยให้เนื้อหาทั้งหมดเพราะจะทำให้ผลดีกว่าการฝึกอบรมบางส่วน อย่างไรก็ตาม ถ้าการฝึกอบรมเพียงบางส่วน จัดช่วงเวลาที่เหมาะสมโดยให้การเรียนรู้แต่ละส่วนเกี่ยวเนื่องกัน ก็อาจได้ผลดี เช่นเดียวกับการฝึกอบรมด้วยเนื้อหาทั้งหมด

7. การถ่ายโยงการเรียนรู้ (Transfers of Learning) หมายถึงการที่ผู้เข้ารับการฝึกอบรม สามารถนำสิ่งที่ได้จากการฝึกอบรมแต่ละครั้งไปประยุกต์ใช้ในการทำงานที่แท้จริงได้มากน้อยเพียงใด ทั้งนี้เพราะสภาวะแวดล้อมของการฝึกอบรมมีสภาพไม่เหมือนกับการปฏิบัติงานจริง ๆ สิ่งต่าง ๆ ที่เป็นตัวกระตุ้นในการฝึกอบรมอาจไม่สามารถเป็นสิ่งกระตุ้นในการทำงานจริงก็ได้ การที่จะทำให้เกิดการถ่ายโยงการเรียนรู้ได้ ส่วนประกอบในการทำงานต้องมีลักษณะใกล้เคียงกับการฝึกอบรม ส่วนประกอบเหล่านี้ ได้แก่ กิจกรรมต่าง ๆ ในการทำงาน วิธีการทำงานหรือเทคนิคต่าง ๆ และนอกจากนี้แล้วปัจจัยที่เป็นเหตุกระตุ้นพฤติกรรมในการเรียนรู้กับปัจจัยที่เป็นแรงผลักดันในการทำงานจะต้องคล้ายคลึงกันหรือเหมือนกัน

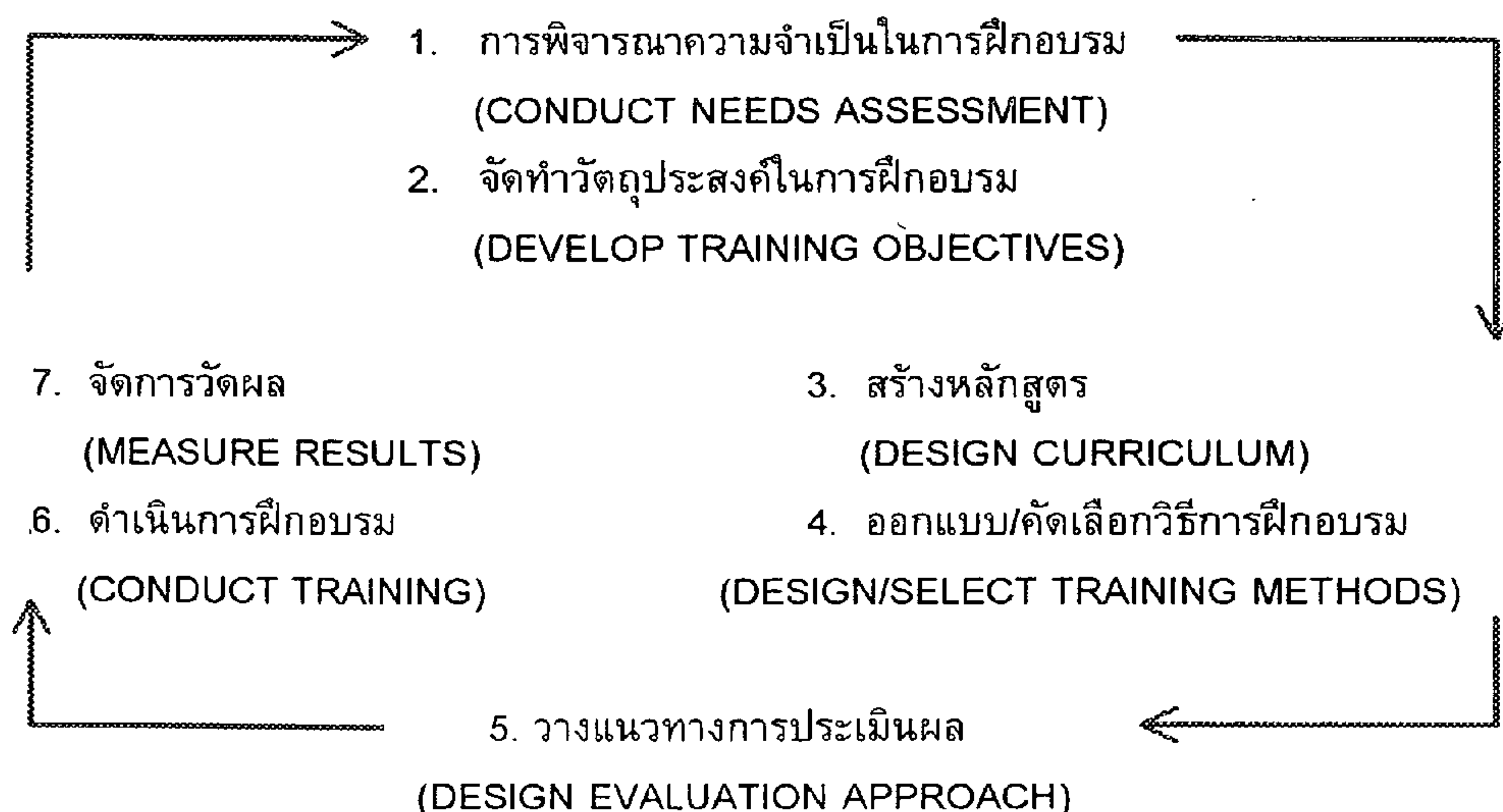
2.2.6 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการฝึกอบรม

การกำหนดโครงการฝึกอบรมจะสำเร็จไปได้เพียงใด ผู้บริหารควรจะได้คำนึงถึงปัจจัยที่สำคัญ 4 ประการต่อไปนี้คือ (เสนาะ ตีเยว. 2534 : 130 – 132)

1. ลักษณะขององค์การ องค์การไม่ว่าจะใหญ่หรือเล็กจะต้องมีหน่วยงานหรือบุคคลเป็นผู้รับผิดชอบที่จะจัดให้มีการฝึกอบรมขึ้นและการฝึกอบรมจะต้องให้ทุกหน่วยงาน
2. จำนวนผู้เข้ารับการฝึกอบรมในกลุ่มหนึ่ง ๆ ไม่ควรเกิน 30 คน เพื่อเปิดโอกาสให้มีการอภิปรายและสะดวกแก่ผู้สอนในการถ่ายทอดความรู้ให้แก่ผู้เรียน
3. การตั้งคำถามในการสอบควรใช้การให้เหตุผลและวิธีการมากกว่าจะใช้ให้บอกจำถูกหรือผิดเพียงอย่างเดียว

2.2.7 ระบบหรือขั้นตอนในการฝึกอบรมและการพัฒนา

ทองศรี กำภู ณ อยุธยา (2532 : 170 – 171) กล่าวถึงระบบการฝึกอบรมของพาร์คเกอร์ (Parker) ไว้ว่า พาร์คเกอร์ (Parker) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับระบบการฝึกอบรมที่เน้นแนวกระบวนการไว้ซึ่งเข้าใจได้ง่ายและค่อนข้างมีการนำไปใช้กันโดยทั่วไปดังแสดงใน ภาพประกอบ 3



ภาพประกอบ 3 แสดงวงจรของระบบการฝึกอบรมของ PARKER

ตามแนวความคิดของพาร์คเกอร์ (Parker) ที่แสดงไว้นี้เป็นลักษณะวงจรการฝึกอบรมและการประเมินผล เริ่มจากการวิเคราะห์หาความจำเป็นในการฝึกอบรมซึ่งเปรียบเสมือนเป็นการแสวงหาวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรมนั้นๆ ขณะเดียวกันวัตถุประสงค์นี้จะเป็นตัวการสำคัญที่จะนำไปสู่การจัดหลักสูตร และออกแบบคัดเลือกวิธีการฝึกอบรมให้เหมาะสมกับหลักสูตรต่อไป พร้อมๆ กันนี้ ได้จัดวางแนวการประเมินผลโครงการฝึกอบรมให้สอดคล้องกับหลักสูตรและวิธีการฝึกอบรม ต่อจากนั้นให้เริ่มดำเนินการฝึกอบรมโดยให้ทำการวัดผลการฝึกอบรมไปพร้อมๆ กันทุกๆ ขั้นตอนดังกล่าวให้ทำไปทีละขั้น เพื่อให้เกิดความราบรื่นและได้ผลครบวงจร

นอกจากนี้ พยอ ม วงศ์สารศรี (2531 : 199 – 200) ยังได้กล่าวถึง ขั้นตอนในการดำเนินงานจัดการฝึกอบรมซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของเลด (LAID) และพาร์คเกอร์ (Parker) ดังนี้

1. ศึกษาความต้องการ (Needs Assessment) หมายความว่า หน่วยงานใดต้องการฝึกอบรมบ้าง ใครต้องการฝึกอบรมบ้าง และต้องการการฝึกอบรมในเรื่องใด เพียงใด เมื่อไร หรือทำการสำรวจการปฏิบัติงานที่ก่อให้เกิดปัญหาขึ้นในองค์กร เช่น
 - 1.1 ผลการทำงานหรือผลิตผลของงานตกต่ำ
 - 1.2 วิธีการทำงาน คนงานมีความตั้งใจในการทำงานน้อยลง อุบัติเหตุเกิดขึ้นบ่อยผิดปกติ

- 1.3 ระดับของการทำงาน มีการลาป่วย ลากิจ และขาดงานมาก
- 1.4 บริการที่ให้แก่ผู้มาติดต่อล่าช้า สิ้นเปลืองเวลาและค่าใช้จ่าย
- 1.5 ต้นทุนในการทำงานสูงขึ้นกว่าปกติ
- 1.6 ขวัญ (morale) ของผู้ปฏิบัติงานไม่ดี
- 1.7 มีการสับเปลี่ยนหรือหมุนเวียนในการทำงานบ่อย
- 1.8 วิธีการควบคุมงานไม่ดี
- 1.9 ขาดความร่วมมือประสานงาน
- 1.10 งานไม่เสร็จสิ้นตามกำหนดเวลา
- 1.11 การปฏิบัติงานล่าช้า ต้องเสียเวลามากเกินสมควร

แล้วดำเนินการพิจารณาจัดลำดับความต้องการออกมาเป็นปัญหาที่จะจัดการฝึกอบรม

2. กำหนดวัตถุประสงค์การฝึกอบรม (Training Objectives) เจ้าหน้าที่ฝึกอบรมจะต้องประชุมร่วมกันกำหนดวัตถุประสงค์ในการฝึกอบรม เพราะวัตถุประสงค์จะช่วยชี้ให้เห็นกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะทำให้สนองตอบต่อวัตถุประสงค์นั้น ๆ

3. กำหนดขอบข่ายของหลักสูตร (Program Content) ที่จะจัดขึ้นในกิจกรรมนั้น ๆ ว่าควรจะแบ่งช่วงเนื้อหาในการอบรมเป็นกี่ระยะ หรือจะอบรมรวดเดียวทั้งหมด

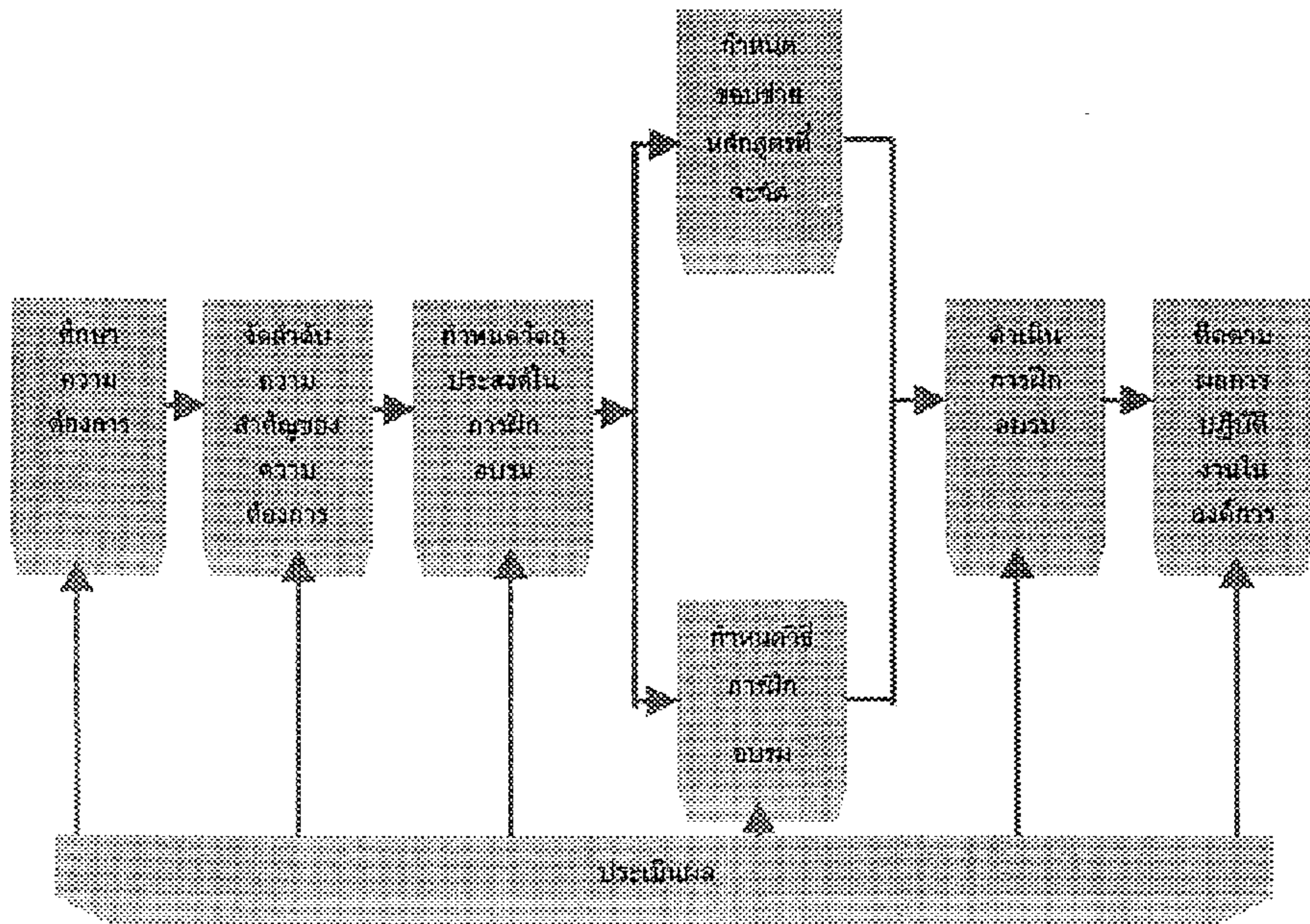
4. กำหนดวิธีการฝึกอบรมด้วยการตระหนักถึงหลักการเรียนรู้ (Learning Principles) ของผู้รับการฝึกอบรม ในที่นี้รวมไปถึงการจัดลำดับเนื้อหาอย่างง่ายในแต่ละวัน การใช้เวลา อุปกรณ์ สถานที่ บรรยากาศต่าง ๆ ตลอดจนกระทั่งคุณสมบัติของผู้บรรยาย และเตรียมจัดสรรงบประมาณ เตรียมแบบสอบถามที่จะประเมินการฝึกอบรม

5. ดำเนินการฝึกอบรม (Actual Program) เป็นขั้นที่ดำเนินการฝึกอบรมจริง ๆ ในช่วงนี้เจ้าหน้าที่ฝึกอบรมจะต้องคอยดูแลสอดส่องความเรียบร้อย เอาใจใส่ฟังการบรรยายเพื่อเก็บข้อมูลต่าง ๆ ไว้ปรับปรุงให้การฝึกอบรมที่จะจัดในครั้งต่อไปสมบูรณ์ขึ้น ทั้งนี้เพราะการดำเนินการฝึกอบรมมีวัตถุประสงค์ให้ผู้รับการฝึกอบรมมีความรู้ ทักษะ และทักษะในเรื่องนั้นเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้

6. การประเมินผล (Evaluation) การประเมินผล เป็นกิจกรรมที่ต้องทำทุกครั้ง ด้วยการให้ตอบแบบสอบถามเพื่อผู้จัดการฝึกอบรมได้รู้ถึงข้อบกพร่องต่าง ๆ ที่จำเป็นต้องปรับปรุงในครั้งต่อไป

7. การติดตามผล (Follow Up) ภายหลังจากที่การฝึกอบรมสิ้นสุดลง ควรมีการติดตามผลการทำงาน เพื่อวิเคราะห์ดูว่าการฝึกอบรมได้ผลมากน้อยเพียงใด คู่กับค่าใช้จ่ายที่องค์กรลงทุนไปหรือไม่

จากขั้นตอนในการจัดการฝึกอบรมข้างต้นสามารถสรุปได้ดัง ภาพประกอบ 4



ภาพประกอบ 4 แสดงขั้นตอนในการจัดการฝึกอบรม

2.2.8 เทคนิคที่ใช้ในการฝึกอบรม

เทคนิคที่ใช้ในการฝึกอบรม ขจรศักดิ์ หาญณรงค์ (2524 : 3) กล่าวว่า เทคนิคการฝึกอบรม หมายถึง วิธีการต่าง ๆ ที่ทำให้ผู้เข้ารับการอบรมเกิดความรู้ความเข้าใจ มีทัศนคติที่ถูกต้องเหมาะสมหรือเกิดความชำนาญในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง จนเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปตามวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรมนั้น



เทคนิคการฝึกอบรมมีอยู่ด้วยกันหลายวิธี แต่ในที่นี้จะยกมาเพียงเทคนิคที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เท่านั้น ซึ่งได้แก่

1. การบรรยาย เป็นเทคนิคที่นิยมกันอย่างแพร่หลายในการฝึกอบรม เพราะเป็นวิธีที่ทำได้ง่ายรวดเร็ว การใช้วิธีการบรรยายนี้ใช้ผู้บรรยายเพียงคนเดียว แต่สามารถให้ความรู้แก่คนจำนวนมากได้ จึงเหมาะในการให้ความรู้พื้นฐาน การให้ข้อมูลอย่างกว้าง ๆ ผู้บรรยายจะต้องเป็นผู้มีความรอบรู้และมีประสบการณ์ในหัวข้อที่จะบรรยายนั้นเป็นอย่างดี มีวิธีการพูด มีความสามารถสร้างความสนใจผู้ฟังได้ตลอดเวลาในระหว่างที่บรรยายและหากวิทยากรสามารถนำสื่อ (Media) ต่าง ๆ มาใช้ประกอบการบรรยายได้ก็จะเป็นการดี เพราะจะช่วยให้ผู้ฟังสนใจการบรรยายมากขึ้น (น้อย ศิริโชติ. 2523 : 76 – 77)

2. การระดมสมอง เป็นเทคนิคที่จะให้ได้มาซึ่งความคิดจากกลุ่มเป็นจำนวนมาก โดยวิธีการกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ โดยไม่มีการประเมินคุณค่าของความคิดเห็นจากสมาชิกในกลุ่ม หลักการสำคัญอยู่ที่การให้สมาชิกในกลุ่มได้แสดงความคิดเห็นในเรื่องที่เกี่ยวกับหัวข้อที่จะอภิปรายทุกคน โดยไม่คำนึงถึงว่าความคิดเห็นเหล่านั้นจะถูกต้องหรือไม่ ใช้ได้หรือไม่ได้ เมื่อได้ระดมสมองความคิดเห็นไว้เป็นจำนวนมากแล้วจึงค่อยนำมาอภิปรายเลือกเฟ้นความคิดที่กลุ่มเห็นว่าดีและเหมาะสมที่จะนำไปปฏิบัติ (ขจรศักดิ์ หาญณรงค์. 2524 : 15)

3. การแสดงบทบาทสมมติ เป็นการให้ผู้เข้าร่วมฝึกอบรมแสดงบทบาทให้เห็นจริงแทนที่จะให้ผู้รับการฝึกอบรมเพียงแต่นึกคิดเอาเองซึ่งช่วยให้เห็นภาพได้ดีกว่า โดยปกติการฝึกอบรมวิธีนี้ช่วยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีโอกาสนำเอาความรู้ที่ได้รับจากสิ่งที่เรียนมาจากตำราการบรรยายหรือการอภิปรายมาใช้ในการปฏิบัติงานจริง ๆ ซึ่งเป็นการเรียนรู้ด้วยวิธีการกระทำ ส่วนผู้ควบคุมการฝึกอบรมก็จะทราบถึงพฤติกรรมรวมของแต่ละคนในขณะปฏิบัติงาน และในระหว่างรับการฝึกอบรมด้วยกันจะเรียนรู้พฤติกรรมของเพื่อนร่วมงานด้วยกัน จึงสามารถนำเอาไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงตัวเองให้เข้ากับพฤติกรรมของเพื่อนร่วมงานด้วยกัน ผลดีอีกอย่างหนึ่งคือ ช่วยให้สมาชิกทุกคนเกิดความสนุกและไม่ให้เบื่อดีกว่าวิธีการฝึกอบรมโดยการบรรยาย แต่วิธีอบรมโดยการแสดงบทบาทสมมติมีข้อจำกัดว่า ต้องมีการเตรียมตัวมากทำให้ยุ่งยาก ความแตกต่างระหว่างบุคคลทำให้ไม่อาจควบคุมให้แต่ละคน แสดงอยู่ในขอบเขตที่ต้องการและถ้าเวลามีจำกัดทำให้การแสดงไม่สมบูรณ์ (เสนาะ ตีเยาว์. 2534 : 165)

4. การศึกษารายกรณี เป็นการนำเอาเรื่องราวข้อเท็จจริงที่เกี่ยวข้องกับสภาพการณ์ต่าง ๆ ทั้งในราชการธุรกิจและราชการมาเสนอต่อที่ประชุมผู้รับการฝึกอบรม โดยเรื่องแต่ละเรื่องนั้นจะบรรยายให้ผู้เข้ารับการอบรมได้ทราบข้อเท็จจริงต่าง ๆ พร้อมทั้งข้อมูลรายละเอียดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องและให้ที่ประชุมอภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน และวิเคราะห์เรื่องราวที่เกิดขึ้นในด้านใดด้านหนึ่งหรือหลายด้านตลอดจนเสนอแนะวิธีการ หรือแนวทางที่จะแก้ไขปัญหาใดปัญหาหนึ่งที่กำหนดขึ้น (ขจรศักดิ์ หาญณรงค์. 2524 : 21)

5. การฝึกปฏิบัติ ผู้เข้ารับการฝึกอบรมถูกกำหนดให้ปฏิบัติงานขึ้นใดชั้นหนึ่งหรือเรื่องใดเรื่องหนึ่งซึ่งนำไปสู่ผลที่ต้องการ โดยวิทยากรจะเป็นผู้กำหนดแนวปฏิบัติหรือขั้นตอนการปฏิบัติไว้ให้ ปกติจะใช้เพื่อทดสอบความรู้ความเข้าใจในเรื่องที่ได้สอนหลักการไปแล้ว โดยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมทดลองปฏิบัติให้ดูแบบฝึกหัดอาจใช้เพื่อเป็นแนวทางให้วิทยากรได้ทราบพื้นฐานความรู้ และแนวความคิดเดิมของผู้เข้ารับการอบรมก่อนที่จะให้ความรู้ใหม่หรือเสริมแนวความคิดใหม่ ๆ เข้าไปให้แก่ผู้เข้ารับการฝึกอบรมการให้ทำแบบฝึกหัดนี้อาจใช้กับผู้เข้ารับการฝึกอบรมเป็นรายบุคคลหรือเป็นกลุ่มก็ได้ หากให้ทำแบบฝึกหัดเป็นกลุ่มมักจะเรียกว่าการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติ (ขจรศักดิ์ หาญณรงค์. 2424 : 29)

6. การสาธิต เป็นเทคนิคในการฝึกอบรมที่นิยมมาก เนื่องจากเป็นการเห็นจริง โดยสามารถเห็นกระบวนการ และขั้นตอนการปฏิบัติงานโดยตลอดเฉพาะกับคนกลุ่มเล็ก วิธีการสาธิตสามารถอบรมได้ทุกระดับ มักจะใช้วิธีการสาธิตควบคู่การบรรยาย ทดลองปฏิบัติงาน และอภิปราย (ทองฟู ชินะโชติ. 2531 : 84)

7. การให้เวลาซักถาม เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้ถามคำถามต่อผู้บรรยายโดยตรงมักใช้ภายหลังจากการบรรยาย ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่ออธิบายจุดสำคัญบางประการเพิ่มเติม และเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมถาม นอกเหนือจากที่ผู้บรรยายได้พูดไปแล้วสำหรับเวลาในการซักถามขึ้นอยู่กับผู้ดำเนินรายการ จะให้เวลาในการซักถามผู้บรรยายมากน้อยเพียงใด ส่วนมากประมาณ 1/2 - 1 ชั่วโมง (น้อย ศิริโชติ. 2523 : 115)

8. หนังสือคู่มือ เป็นสิ่งที่สามารถนำติดตัวไปไหนมาไหน เพื่อจะได้เป็นข้ออ้างอิงได้ทันทีที่ต้องการจะรวมสิ่งต่าง ๆ ที่พนักงานขายจะต้องรู้ เพื่อช่วยให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพมากขึ้นเป็นหนังสือคู่มือแนะนำเกี่ยวกับภาคปฏิบัติงาน ซึ่งจะช่วยพนักงานขายได้ทั้งในการอบรมเริ่มแรกหรือใช้ในการปฏิบัติงานตอนหลัง ในการทำคู่มือจะทำแบบสรุปย่อความ คือ จะมีหัวข้อที่มีข้อความอธิบายสั้น ๆ ทำให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมสามารถติดตามการอบรมได้ตลอดและตามหัวข้อที่เขียนเอาไว้ นั่น เมื่ออบรมเสร็จแล้วออกปฏิบัติงานพนักงานขายก็สามารถพลิกดูได้ตลอดเวลา (ปรียา วอนขอพร และสุรัชนา วิวัฒนชาติ. 2529 : 91)

สรุปได้ว่า การพัฒนาพนักงานด้วยการจัดการฝึกอบรมนั้นย่อมจะก่อให้เกิดผลดีทั้งพนักงานผู้ปฏิบัติงานและทั้งองค์กรเอง การจัดกิจกรรมและโครงการเพื่อฝึกอบรมนั้น นอกจากจะต้องพิจารณาถึงความจำเป็นที่จะต้องจัดแล้ว องค์กรควรจะยึดหลักการกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจแก่ผู้ที่จะเข้ารับการฝึกอบรมด้วย ผลการฝึกอบรมจึงจะได้รับความสำเร็จตามความต้องการขององค์กร กิจกรรมที่จะใช้ในการฝึกอบรมนั้นก็ควรจะต้องมีความหลากหลายขึ้นอยู่กับระดับของผู้รับการฝึกอบรมและความสนใจหรือลักษณะเฉพาะตัวของผู้เข้ารับการฝึกอบรมนั้นด้วย

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรม

2.3.1 งานวิจัยต่างประเทศ

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

322) ทำการศึกษาถึงผลของโปรแกรมฝึกอบรมการสื่อสารที่มีต่อพฤติกรรมของผู้บริหาร การศึกษา กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารการศึกษาในขณะนั้นจำนวน 28 คน แบ่งเป็นสองกลุ่ม กลุ่มทดลองจะได้รับการฝึกการสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารในสาธารณชน ส่วนกลุ่มควบคุมไม่ได้จัดการกระทำใด ๆ การศึกษาครั้งนี้ใช้การประเมินผลหลังจากการทดลอง ผลการทดลองพบว่า ไม่มีหลักฐานทางสถิติที่จะมาสนับสนุนว่าผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารการศึกษาที่ได้รับการฝึกการสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารในสาธารณชนจะทำให้การสื่อสารได้ดีกว่ากลุ่มควบคุมซึ่งไม่ได้รับการฝึก

คาร์เตอร์ (โฌมเพ็ญ สนธยานนท์. 2527 : 34 ; อ้างอิงจาก Carter. 1985 : 420) ได้ทำการศึกษาประสิทธิภาพและความเป็นไปได้ที่อาจกระทำได้ (Feasibility) ของการฝึกอบรมทักษะการสื่อสารระหว่างบุคคลระยะสั้นให้แก่ลูกจ้างขององค์การของรัฐ (Federal Organization) จำนวน 711 คน โดยใช้หลักสูตรการฝึกอบรม จำนวน 2 วันครึ่ง ในการศึกษาครั้งนี้เขาได้ตรวจสอบถึงขีดความสามารถในการสื่อสารก่อนฝึกและที่เพิ่มขึ้นหลังที่ฝึกของกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่ม ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มทดลองมีคะแนนสูงกว่ากลุ่มควบคุมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และจากแบบสอบถามปลายเปิดยังพบว่าการฝึกครั้งนี้ได้รับการยอมรับจากผู้ฝึกในระดับสูง

2.3.2 งานวิจัยในประเทศ

โฌมเพ็ญ สนธยานนท์ (2527 : 110) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การติดตามผลการฝึกอบรมผู้บังคับบัญชาระดับกลางหลักสูตรการบริหารงานเพื่อพัฒนาองค์การของโรงงานยาสูบ กระทรวงการคลัง ผลการวิจัยพบว่า การฝึกอบรมทำให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการบริหารดีขึ้น โดยได้รับการยืนยันจากผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา อย่างไรก็ตาม ยังมีอุปสรรคบางประการที่ทำให้ผู้ได้รับการฝึกอบรมไม่สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ความสามารถที่ได้รับจากการฝึกอบรมได้อย่างเต็มที่ เช่น ความไม่พร้อมที่จะปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อให้งานส่วนรวมดำเนินไปได้ตามจุดหมายที่ก่อให้เกิดการฝึกอบรมขึ้น

อุษณีย์ ชิตชอบ (2528 : 93) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาการบริหารงานบุคคลของบริษัท โตโยต้ามอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด ผลการวิจัยพบว่า ในส่วนของการฝึกอบรมนั้น บริษัทสามารถกระทำได้อย่างทั่วถึงต่อเนื่องและสามารถจัดหลักสูตรได้เหมาะสมกับกำหนด

ระยะเวลาและระดับของผู้เข้ารับการฝึกอบรม อย่างไรก็ตาม ข้อบกพร่องที่ยังมีก็คือ อัตรากำลังเจ้าหน้าที่ฝึกอบรมไม่เพียงพอ ไม่มีการสำรวจวิเคราะห์หาความจำเป็นในการฝึกอบรม และปัญหาเกี่ยวข้องกับวิทยากร

สัทนัทย์ สัทนัทย์ (2529 : 101) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาทรัพยากรบุคคลของบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด ผลการวิจัยพบว่า บริษัทมีการพัฒนาพนักงานอย่างต่อเนื่อง ทำให้สามารถหมุนเวียนตำแหน่งงานได้สะดวกขึ้น และมีการติดตามประเมินผลการฝึกอบรมอย่างจริงจังเป็นส่วนใหญ่ แต่จุดอ่อนที่สำคัญ คือ การขาดการวางแผนการฝึกอบรมในระยะยาวอันเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องกระทำเพราะการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว

จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีส่วนสนับสนุนว่า การฝึกอบรมเป็นวิธีการอย่างหนึ่งในการส่งเสริมให้การปฏิบัติงานดีขึ้น เพราะมักจะมีความก้าวหน้าเกิดขึ้นหลังจากที่ได้รับการฝึกอบรมแล้ว การฝึกอบรมส่งผลต่อความเจริญก้าวหน้าของทุก ๆ หน่วยงาน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้เลือกใช้วิธีการฝึกอบรมในการที่จะนำมาพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขายให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่สูงขึ้นในการทำงาน อันก่อให้เกิดผลสำเร็จทั้งแก่ตัวบุคคลและองค์กรโดยรวม

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานุคลิกภาพของพนักงานขายครั้งนี้เป็นพนักงานขายเสื้อผ้าและเครื่องหนังของบริษัท ซีอาร์ซี ครีเอชั่น จำกัด (มหาชน) จำนวน 139 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมโครงการพัฒนานุคลิกภาพของพนักงานขาย โดยการใช้การฝึกอบรม เป็นพนักงานขายเสื้อผ้าและเครื่องหนังของบริษัท ซีอาร์ซี ครีเอชั่น จำกัด (มหาชน) ที่มีคะแนนบุคลิกภาพตั้งแต่เปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 25 ลงมา จำนวน 10 คน ซึ่งได้มาจากการคัดเลือกจากประชากร และการสอบถามความสมัครใจของพนักงานในการเข้าร่วมโครงการพัฒนานุคลิกภาพ โดยการใช้การฝึกอบรม ซึ่งมีขั้นตอนในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างดังนี้

2.1 ผู้วิจัยขอความร่วมมือจากกรรมการผู้จัดการอนุญาตให้หัวหน้าแผนกประเมินบุคลิกภาพของพนักงานขายตามแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

2.2 ผู้วิจัยให้พนักงานขายประเมินบุคลิกภาพของตนเอง ตามแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

2.3 นำคะแนนบุคลิกภาพของพนักงานขายในข้อ 2.1 และ 2.2 มาเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

2.4 คัดเลือกพนักงานขายที่มีคะแนนบุคลิกภาพอยู่ในระดับตั้งแต่เปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 25 ลงมา และสอบถามความสมัครใจ และสุ่มอย่างง่ายพนักงานขายที่สมัครใจเข้าร่วมโครงการพัฒนานุคลิกภาพ จำนวน 10 คน

2.5 พิจารณาความสอดคล้องของคะแนนในข้อ 2.3 ที่ประเมินโดยหัวหน้าแผนก และพนักงานขาย หากพบว่า คะแนนไม่สอดคล้องกัน จะไม่นำมาเป็นกลุ่มตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือในการทดลองและเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. แบบสอบถามบุคลิกภาพของพนักงานขาย
2. โครงการพัฒนานุคลิกภาพของพนักงานขาย โดยการใช้การฝึกอบรม

วิธีดำเนินการสร้างเครื่องมือ

1. แบบสอบถามบุคลิกภาพของพนักงานขาย

1.1 ผู้วิจัยศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพของพนักงานขาย และการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

1.2 ผู้วิจัยศึกษาและสำรวจบุคลิกภาพของพนักงานขาย โดยการสังเกต การสัมภาษณ์จากหัวหน้าแผนกและการสอบถามจากลูกค้า (ตัวอย่างแบบสอบถามความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับบุคลิกภาพของพนักงานขายที่ใช้ในการสำรวจเบื้องต้นอยู่ในภาคผนวก) พบว่าพนักงานขายมีคะแนนบุคลิกภาพอยู่ในเกณฑ์ต่ำ

1.3 ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามบุคลิกภาพที่เหมาะสมของพนักงานขายให้สอดคล้องกับนิยามศัพท์เฉพาะ

1.4 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามบุคลิกภาพของพนักงานขายที่สร้างขึ้น จำนวน 28 ข้อ ไปหาความเที่ยงตรงเชิงประจักษ์ โดยให้ประธานและกรรมการควบคุมสารนิพนธ์ ตรวจสอบข้อคำถาม ทั้งด้านเนื้อหาและภาษาที่ใช้ให้สอดคล้องกับนิยามศัพท์เฉพาะ และผู้วิจัยนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมก่อนนำไปทดลองใช้

1.5 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามบุคลิกภาพที่เหมาะสมของพนักงานขาย ที่ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของประธานและกรรมการควบคุมสารนิพนธ์จำนวน 28 ข้อ ไปทำการทดลองใช้ (Try out) กับพนักงานขายบริษัท ฟิน่าเฮาส์ จำกัด จำนวน 49 คน ซึ่งมีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ โดยใช้เทคนิค 25 % ของกลุ่มสูงและ กลุ่มต่ำ แล้วใช้ t-test (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2538 :100-104) และพิจารณาค่า t ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 หรือ t ตั้งแต่ 1.75 ขึ้นไป เพื่อนำมาใช้เป็นข้อคำถามในแบบสอบถามเพื่อนำมาใช้เป็นข้อคำถามในแบบสอบถาม ได้แบบสอบถามจำนวน 28 ข้อ โดยแบบสอบถาม สำหรับหัวหน้าแผนก มีค่า t อยู่ระหว่าง 2.35 ถึง 9.53 และแบบสอบถามสำหรับพนักงานขายมีค่า t อยู่ระหว่าง 0.61 ถึง 6.84

1.6 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่คัดเลือกแล้วในข้อ 4 มาหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha - Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ (2528 : 190) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้ง 7 ด้าน โดยหาค่าความเชื่อมั่นเป็นรายด้านดังนี้

ตาราง 1 ค่าความเชื่อมั่นเป็นรายด้านของแบบสอบถามสำหรับพนักงานขาย และหัวหน้าแผนก

ข้อความ	ค่าความเชื่อมั่น	
	พนักงานขาย	หัวหน้าแผนก
ด้านรูปร่างหน้าตา	.70	.90
ด้านการแต่งกาย	.69	.74
ด้านกิริยาท่าทาง	.58	.76
ด้านการใช้ถ้อยคำในการบริการ	.58	.94
ด้านการแสดงความสนใจเอาใจใส่	.59	.92
ด้านความเชื่อมั่นในการให้บริการลูกค้า	.36	.81
ด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า	.68	.95

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามบุคลิกภาพของพนักงานขายทั้งฉบับจากการตอบของหัวหน้าแผนก เท่ากับ .96 และแบบสอบถามบุคลิกภาพของพนักงานขายทั้งฉบับจากการตอบของพนักงานขายเท่ากับ .86 เพื่อนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยต่อไป

ลักษณะแบบสอบถามบุคลิกภาพของพนักงานขาย

ลักษณะแบบสอบถามบุคลิกภาพของพนักงานขาย ของการศึกษาครั้งนี้ สร้างมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ ประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับคุณลักษณะบุคลิกภาพของพนักงานขาย

เกณฑ์การให้คะแนน

ข้อความทางบวกของบุคลิกภาพของพนักงานขาย มีเกณฑ์ให้คะแนนดังนี้

มีบุคลิกภาพของพนักงานขายดีมาก	ให้คะแนน	5
มีบุคลิกภาพของพนักงานขายดี	ให้คะแนน	4
มีบุคลิกภาพของพนักงานขายปานกลาง	ให้คะแนน	3
มีบุคลิกภาพของพนักงานขายพอใช้	ให้คะแนน	2
มีบุคลิกภาพของพนักงานขายควรปรับปรุง	ให้คะแนน	1

ส่วนข้อความทางลบของบุคลิกภาพของพนักงานขาย ให้คะแนนกลับกันดังนี้

มีบุคลิกภาพของพนักงานขายดีมาก	ให้คะแนน	1
มีบุคลิกภาพของพนักงานขายดี	ให้คะแนน	2
มีบุคลิกภาพของพนักงานขายปานกลาง	ให้คะแนน	3
มีบุคลิกภาพของพนักงานขายพอใช้	ให้คะแนน	4
มีบุคลิกภาพของพนักงานขายควรปรับปรุง	ให้คะแนน	5

เกณฑ์ในการแปลความหมาย

1. การแปลผลบุคลิกภาพของพนักงานขายใช้ระดับคะแนนเป็นเกณฑ์ดังนี้

ระดับคะแนน 0.00 – 1.49 หมายถึง บุคลิกภาพของพนักงานขายอยู่ในเกณฑ์ควรปรับปรุง

1.50 – 2.49 หมายถึง บุคลิกภาพของพนักงานขายอยู่ในเกณฑ์พอใช้

2.50 – 3.49 หมายถึง บุคลิกภาพของพนักงานขายอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง

3.50 – 4.49 หมายถึง บุคลิกภาพของพนักงานขายอยู่ในเกณฑ์ดี

4.50 – 5.00 หมายถึง บุคลิกภาพของพนักงานขายอยู่ในเกณฑ์ดีมาก

2. การแปลผลบุคลิกภาพของพนักงานขายเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านรูปร่างหน้าตา
ด้านการแต่งกาย ด้านกิริยาท่าทาง ด้านการใช้ถ้อยคำในการบริการ ด้านการแสดง
ความสนใจเอาใจใส่ ด้านความเชื่อมั่นในการให้บริการลูกค้า ด้านความสามารถใน
การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ใช้ระดับคะแนนเป็นเกณฑ์ดังนี้

ระดับคะแนน 0.00 – 1.49 หมายถึง บุคลิกภาพของพนักงานขายอยู่ในเกณฑ์ควรปรับปรุง

1.50 – 2.49 หมายถึง บุคลิกภาพของพนักงานขายอยู่ในเกณฑ์พอใช้

2.50 – 3.49 หมายถึง บุคลิกภาพของพนักงานขายอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง

3.50 – 4.49 หมายถึง บุคลิกภาพของพนักงานขายอยู่ในเกณฑ์ดี

4.50 – 5.00 หมายถึง บุคลิกภาพของพนักงานขายอยู่ในเกณฑ์ดีมาก

**ตัวอย่างแบบสอบถามบุคลิกภาพของพนักงานขาย
สำหรับหัวหน้าแผนก**

คำอธิบาย

วัตถุประสงค์ของแบบสอบถามชุดนี้ สร้างขึ้นเพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของพนักงานขายในด้านบุคลิกภาพ โดยข้อมูลที่ได้รับในครั้งนี้จะใช้เป็นประโยชน์ในการวางแผนทางการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขายให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะต่าง ๆ ของท่านในครั้งนี้ผู้วิจัยจะเก็บรักษาไว้เป็นความลับ โดยจะใช้ให้เป็นประโยชน์เฉพาะในการศึกษาด้านวิชาการเท่านั้น ไม่เกี่ยวข้องกับการประเมินผลการปฏิบัติงานใด ๆ ของท่านและพนักงานทั้งสิ้น จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการพิจารณาคุณลักษณะต่าง ๆ ทั้ง 7 ด้านต่อไปนี้ว่า พนักงานขายภายใต้การควบคุมดูแลของท่านมีคุณลักษณะต่อไปนี้ในระดับใด ทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริง (โปรดตอบให้ครบทุกข้อ)

ผู้ตอบชื่อ นามสกุล อายุ ปี
ประเมินพนักงานชื่อ นามสกุล อายุ ปี

คุณลักษณะของพนักงานขาย	จริง ที่สุด	จริง	จริงบ้าง ไม่จริงบ้าง	ไม่จริง	ไม่จริง เลย
1. ด้านรูปร่างหน้าตา					
1.1 พนักงานขายดูแลเอาใจใส่ ความสะอาดร่างกาย					
1.2 ก่อนปฏิบัติงาน พนักงานขาย จะตรวจสอบความพร้อม ในการแต่งหน้าและทำผม ..					
2. ด้านการแต่งกาย					
2.1 พนักงานขายรักษาความ สะอาดของเสื้อผ้า					
2.2 พนักงานขายสวมใส่ เครื่องแบบเหมาะสมกับ รูปร่าง					

คุณลักษณะของพนักงานขาย	จริง ที่สุด	จริง	จริงบ้าง ไม่จริงบ้าง	ไม่จริง	ไม่จริง เลย
3. ด้านกิริยาท่าทาง					
3.1 ไม่ว่าลูกค้าที่ซื้อสินค้าหรือไม่ซื้อสินค้า พนักงานขายก็ปฏิบัติกับลูกค้าด้วยความสุภาพ					
3.2 พนักงานขายแสดงความกระตือรือร้นต้อนรับลูกค้าเมื่อลูกค้าซื้อสินค้า					
4. ด้านการใช้ถ้อยคำในการบริการ					
4.1 พนักงานขายอธิบายให้ลูกค้าฟังเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้าด้วยถ้อยคำที่สุภาพ					
4.2 พนักงานขายแนะนำสินค้าที่เหมาะสมกับบุคลิกภาพของลูกค้า					
5. ด้านการแสดงความสนใจเอาใจใส่					
5.1 พนักงานขายเอาใจใส่ต่อลูกค้าเมื่อลูกค้าแวะมาชมสินค้า					
5.2 พนักงานขายให้บริการลูกค้าตามความต้องการของลูกค้า					
6. ด้านความมั่นใจในการให้บริการลูกค้า					
6.1 พนักงานขายไม่ทราบว่าจะพูดกับลูกค้าอย่างไรจึงจะทำให้ลูกค้าประทับใจ					
6.2 พนักงานขายไม่มั่นใจในการตอบคำถามของลูกค้าเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้า					

คุณลักษณะของพนักงานขาย	จริง ที่สุด	จริง	จริงบ้าง ไม่จริงบ้าง	ไม่จริง	ไม่จริง เลย
7. ด้านความสามารถในการ แก้ปัญหาเฉพาะหน้า					
7.1 พนักงานขายสามารถให้ความ ช่วยเหลือลูกค้าเมื่อลูกค้าประสบ ปัญหา					
7.2 พนักงานขายมีไหวพริบในการ แก้ปัญหาลูกค้า					

**ตัวอย่างแบบสอบถามบุคลิกภาพของพนักงานขาย
สำหรับพนักงานขาย**

คำอธิบาย

วัตถุประสงค์ของแบบสอบถามชุดนี้ สร้างขึ้นเพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของพนักงานขายในด้านบุคลิกภาพ โดยข้อมูลที่ได้รับในครั้งนี้จะประโยชน์ในการวางแผนทางการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขายให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะต่าง ๆ ของท่านในครั้งนี้ผู้วิจัยจะเก็บรักษาไว้เป็นความลับ โดยจะใช้ให้เป็นประโยชน์เฉพาะในการศึกษาด้านวิชาการเท่านั้น ไม่เกี่ยวข้องกับการประเมินผลการปฏิบัติงานใด ๆ ของท่านและพนักงานทั้งสิ้น จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการพิจารณาคุณลักษณะต่าง ๆ ทั้ง 7 ด้านต่อไปนี้ว่า พนักงานขายภายใต้การควบคุมดูแลของท่าน มีคุณลักษณะต่อไปนี้ในระดับใด ทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริง (โปรดตอบให้ครบทุกข้อ)

ผู้ตอบชื่อ นามสกุล อายุ ปี

คุณลักษณะของพนักงานขาย	จริงที่สุด	จริง	จริงบ้าง ไม่จริงบ้าง	ไม่จริง	ไม่จริงเลย
1. ด้านรูปร่างหน้าตา					
1.1 ข้าพเจ้าดูแลเอาใจใส่ ความสะอาดร่างกาย					
1.2 ก่อนปฏิบัติงาน ข้าพเจ้าจะ จะแต่งหน้าทำผมเพื่อ ความพร้อม					
2. ด้านการแต่งกาย					
2.1 ข้าพเจ้าดูแลรักษาความ สะอาดของเสื้อผ้าให้สะอาด เรียบร้อย ทั้งในและนอก เวลาปฏิบัติงาน					
2.2 เครื่องแบบที่ข้าพเจ้าสวมใส่ มีความเหมาะสมกับรูปร่าง					

คุณลักษณะของพนักงานขาย	จริง ที่สุด	จริง	จริงบ้าง ไม่จริงบ้าง	ไม่จริง	ไม่จริง เลย
3. ด้านกิริยาท่าทาง					
3.1 ข้าพเจ้าปฏิบัติต่อลูกค้าทุกคนด้วยความสุภาพ ไม่ว่าจะซื้อหรือไม่ซื้อสินค้าก็ตาม ...					
3.2 เมื่อลูกค้าเข้ามาเลือกชมหรือซื้อสินค้า ข้าพเจ้าจะให้ความสำคัญและกระตือรือร้นในการต้อนรับ					
4. ด้านการใช้ถ้อยคำในการบริการ					
4.1 ข้าพเจ้าจะใช้วิธีการอธิบายคุณภาพของสินค้าให้ลูกค้าฟังโดยไม่ปล่อยให้ลูกค้าดูเฉยๆ					
4.2 สินค้าที่แนะนำให้ลูกค้าเป็นสินค้าที่ข้าพเจ้าเลือกดูแล้วว่าเหมาะสมกับบุคลิกภาพของลูกค้าจริง					
5. ด้านการแสดงความสนใจเอาใจใส่					
5.1 ข้าพเจ้าเอาใจใส่ต่อลูกค้าทุกคนที่เข้ามาแวะชมสินค้า					
5.2 การให้บริการลูกค้าข้าพเจ้าจะบริการตามความต้องการของลูกค้า					
6. ด้านความมั่นใจในการให้บริการลูกค้า					
6.1 ข้าพเจ้าไม่ทราบว่าจะพูดอย่างไรจึงจะทำให้ลูกค้าประทับใจ ..					
6.2 ในการตอบคำถามเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้า ข้าพเจ้าไม่มั่นใจว่าลูกค้าจะเข้าใจหรือไม่					

คุณลักษณะของพนักงานขาย	จริง ที่สุด	จริง	จริงบ้าง ไม่จริงบ้าง	ไม่จริง	ไม่จริง เลย
7. ด้านความสามารถในการ แก้ปัญหาเฉพาะหน้า					
7.1 เมื่อลูกค้ามีปัญหาในเรื่องใด ก็ตาม ข้าพเจ้าสามารถให้ความ ช่วยเหลือได้					
7.2 การแก้ปัญหาของลูกค้า ข้าพเจ้าต้องอาศัยไหวพริบ ในการแก้ปัญหา					

2. โครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย

2.1 ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎีแนวปฏิบัติจากเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและจากประสบการณ์การเป็นผู้ดำเนินการและผู้ร่วมดำเนินการฝึกอบรม มาเป็นแนวทางในการสร้างโครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย

2.2 ผู้วิจัยสร้างโครงการพัฒนาบุคลิกภาพเพื่อพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย โดยใช้การฝึกอบรม

2.3 นำโครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย ให้คณะกรรมการควบคุมสารนิพนธ์ ตรวจสอบเพื่อความเหมาะสมและสอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย กิจกรรม เนื้อหา วิธีการดำเนินการ และการประเมินผล แล้วปรับปรุงแก้ไขตามที่ประธานและกรรมการเสนอแนะ ก่อนนำไปใช้ ซึ่งลักษณะโครงการเป็นดังนี้

2.3.1 ชื่อโครงการ

โครงการพัฒนาบุคลิกภาพพนักงานขาย

2.3.2 หลักการและเหตุผล

ผลิตภัณฑ์ภายใต้ชื่อ FLY NOW เป็นผลิตภัณฑ์ด้านแฟชั่นที่ได้รับการยอมรับทั้งในวงการในประเทศและต่างประเทศ และโดยเฉพาะการวางกลยุทธ์ทำการค้าของผลิตภัณฑ์ FLY NOW นั้นบริษัทฯ ได้ให้ความสำคัญในเรื่อง ภาพพจน์ของสินค้า (Band Image) โดยเน้นเรื่องของการออกแบบที่เหมาะสมและสอดคล้องกับแนวโน้มของแฟชั่น (Trend Fashion)

ตลอดจนคุณภาพประโยชน์ในการใช้งาน เน้นเรื่องของการใช้วัสดุที่ใช้ในการผลิต ซึ่งวัสดุถูกเลือกสรรแล้วว่ามีคุณภาพในทุก ๆ ด้าน โดยวัสดุหลักที่ใช้ในการผลิตส่วนใหญ่จะถูกนำเข้าจากประเทศผู้ผลิตโดยตรง และที่สำคัญไม่น้อยไปกว่านั้นได้นอกจากเรื่องการออกแบบ การใช้วัสดุที่มีคุณภาพแล้วการผลิต หรือขั้นตอนการผลิตนั้นมีการควบคุมการผลิตทุกขั้นตอน ความปราณีตในการผลิตเป็นสิ่งที่ไม่ได้มองข้าม เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ภาพพจน์ของสินค้า FLY NOW ไม่ได้ประกอบขึ้นจาก คุณภาพของสินค้าเพียงอย่างเดียว บุคลากรยังเป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่ทางบริษัทฯ ให้ความสำคัญเพราะเป็นกำลังสำคัญในการทำงาน จัดการ โดยเฉพาะพนักงานขายที่เป็นด่านหน้า ทำหน้าที่ขายสินค้าให้แก่ลูกค้า เป็นผู้ที่คอยแนะนำและช่วยเหลือลูกค้าในการเลือกชมและซื้อสินค้า มีส่วนที่จะเสริมสร้างหรือทำลายภาพพจน์ของสินค้าได้เช่นกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องบุคลิกภาพของพนักงานขาย ดังนั้นพนักงานขายจึงต้องมีบุคลิกภาพที่ดี เหมาะสมและสอดคล้องกับภาพพจน์ของสินค้าที่ได้วางไว้และเป็นที่ยอมรับของคนทั่วไป

จากความสำคัญดังกล่าวผู้วิจัยจึงได้ศึกษาวิธีการต่าง ๆ ทางจิตวิทยาของคนทั่วไป ตลอดจนวิธีการให้การเรียนรู้ ที่มีความเหมาะสมที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขายของบริษัทและจัดทำเป็น “โครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย ” โดยใช้กระบวนการและเทคนิคการฝึกอบรมในรูปแบบต่าง ๆ ในการดำเนินโครงการ

2.3.3 จุดมุ่งหมาย

เพื่อพัฒนาบุคลิกภาพพนักงานขาย ที่ยังไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานตามที่บริษัท กำหนดไว้ในข้อกำหนดบุคลิกภาพ โดยใช้กระบวนการและเทคนิคการฝึกอบรม

2.3.4 วิธีดำเนินการ

(1) ศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับหลักการ ทฤษฎี แนวคิดและวิธีการเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลิกภาพในงานขายและงานบริการ เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการ

(2) ศึกษากระบวนการและเทคนิควิธีฝึกอบรมในการจัดฝึกอบรมในรูปแบบต่าง เพื่อนำเทคนิควิธีการต่าง มาใช้ในการนำเสนอเนื้อหาให้เหมาะสมและสอดคล้องกับหลักการและหัวข้อประเด็นการพัฒนาบุคลิกภาพพนักงานขาย

(3) สร้างโครงการพัฒนาบุคลิกภาพพนักงานขาย โดยใช้วิธีการฝึกอบรมและจัดทำเป็นโปรแกรมการพัฒนา ซึ่งประกอบด้วยหัวข้อเรื่อง วัตถุประสงค์ วิธีการดำเนินการ และการประเมินผล

(4) คัดเลือกพนักงานขายที่ยังไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน เข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพพนักงานขาย โดยใช้วิธีการฝึกอบรมตามโปรแกรมการฝึกอบรมที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จำนวน 8 ครั้ง ครั้งละ 3 ชั่วโมง โดยแต่ละครั้งจะแบ่งหัวข้อประเด็นหลักของการพัฒนาบุคลิกภาพในแต่ละด้านดังนี้

ครั้งที่ 1	ปฐมนิเทศ
ครั้งที่ 2	การพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย ด้านรูปร่างหน้าตาและการแต่งกาย
ครั้งที่ 3	การพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย ด้านกิริยาท่าทาง
ครั้งที่ 4	การพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย ด้านการแสดงออกด้านถ้อยคำในการบริการ
ครั้งที่ 5	การพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย ด้านการแสดงความสนใจเอาใจใส่และความเข้าใจความต้องการของลูกค้า
ครั้งที่ 6	การพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย ด้านความมั่นใจ การให้บริการลูกค้า
ครั้งที่ 7	การพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย ด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า
ครั้งที่ 8	ปัจฉิมนิเทศ

(5) ดำเนินโครงการ ผู้วิจัยจะทำหน้าที่เป็นวิทยากรฝึกอบรมในบางหัวข้อหรือประเด็นที่ผู้วิจัยเองมีความรู้ความเข้าใจ และมีความชำนาญในประเด็นนั้นเป็นอย่างดี เช่น การพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขายด้านรูปร่างหน้าตา และกิริยาท่าทางส่วนหัวข้อประเด็นอื่น ผู้วิจัยได้ติดต่อและเชิญวิทยากรจากทั้งในบริษัทและนอกบริษัท ที่มีความเชี่ยวชาญโดยเฉพาะในหัวข้อประเด็นนั้นๆ โดยผู้วิจัยจะทำการชี้แจงวัตถุประสงค์ความสำคัญของโครงการและวัตถุประสงค์ของแต่ละประเด็นให้วิทยากรแต่ละท่านเข้าใจโดยละเอียดตลอดจนร่วมกับวิทยากรแต่ละประเด็นในการออกแบบแผนการฝึกอบรม และเป็นผู้ควบคุมการฝึกอบรมทุกครั้งด้วยตนเอง

2.3.5. ระยะเวลาดำเนินโครงการ

ทุกวันจันทร์และวันพฤหัสบดี เดือนมกราคม ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2544 ระหว่างเวลา 9.00 ถึงเวลา 12.00 น. เป็นเวลา 4 สัปดาห์ สัปดาห์ละ 2 ครั้ง ครั้งละ 3 ชั่วโมง รายละเอียดดังนี้

- ครั้งที่ 1 วันจันทร์ที่ 22 มกราคม
- ครั้งที่ 2 วันพฤหัสบดีที่ 25 มกราคม 2544
- ครั้งที่ 3 วันจันทร์ที่ 29 มกราคม 2544
- ครั้งที่ 4 วันพฤหัสบดีที่ 2 กุมภาพันธ์ 2544
- ครั้งที่ 5 วันจันทร์ที่ 5 กุมภาพันธ์ 2544
- ครั้งที่ 6 วันพฤหัสบดีที่ 8 กุมภาพันธ์ 2544
- ครั้งที่ 7 วันจันทร์ที่ 12 กุมภาพันธ์ 2544
- ครั้งที่ 8 วันพฤหัสบดีที่ 15 กุมภาพันธ์ 2544

2.3.6. สถานที่

ห้องฝึกอบรม อาคาร B บริษัท ซีอาร์ซี ครีเอชั่น จำกัด (มหาชน)

2.3.7 การประเมินผล

หลังจากพนักงานขายได้เข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย แล้ว ผู้วิจัยจะทำการติดตามผลโดยใช้แบบสอบถามด้านบุคลิกภาพของพนักงานขาย ฉบับเดียวกันกับที่ใช้ประเมินบุคลิกภาพของพนักงานขายก่อนการเข้าร่วมโครงการ แล้วนำมาเปรียบเทียบ

2.3.8 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

พนักงานขายมีบุคลิกภาพดีขึ้น และได้มาตรฐานตามที่บริษัทกำหนดได้ในข้อกำหนดงานตำแหน่ง (Job Description)

2.4 นำโครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขายที่ได้ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการควบคุมสารนิพนธ์ไปใช้กับพนักงานขาย เพื่อพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย และศึกษาข้อดีและข้อบกพร่องของโครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย

วิธีดำเนินการรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยทำจดหมายขออนุญาตจากกรรมการผู้จัดการให้หัวหน้าแผนกจำนวน 12 คน ประเมินและพนักงานขาย จำนวน 139 คน ประเมินแบบสอบถามบุคลิกภาพของพนักงานขาย

2. คัดเลือกพนักงานขายที่มีคะแนนบุคลิกภาพอยู่ในระดับตั้งแต่เปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 25 ลงมา จำนวน 10 คน แล้วนำเข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย
3. ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูลประมาณ 1 สัปดาห์
4. นำข้อมูลที่ได้มาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ และทำการวิเคราะห์ข้อมูล

แบบแผนการทดลอง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงทดลอง โดยดำเนินการทดลองแบบ One Group Pretest- Posttest Design (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2538 : 60)

ตาราง 2 แบบแผนการทดลองแบบ One Group Pretest-Posttest Design

สอบก่อน	ทดลอง	สอบหลัง
T_1	X	T_2

ความหมายของสัญลักษณ์

T_1	แทน	การทดสอบก่อนการทดลอง
T_2	แทน	การทดสอบหลังการทดลอง
x	แทน	การเข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย

วิธีดำเนินการทดลอง

1. ก่อนการทดลอง

- 1.1 ผู้วิจัยขอความร่วมมือจากกรรมการผู้จัดการอนุญาตให้หัวหน้าแผนก จำนวน 12 คน และพนักงานขาย จำนวน 139 คน ประเมินแบบสอบถามบุคลิกภาพของพนักงานขายที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น
- 1.2 นำแบบสอบถามบุคลิกภาพของพนักงานขายมาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่ผู้วิจัยกำหนด
- 1.3 นำคะแนนแบบสอบถามบุคลิกภาพของพนักงานขายที่ได้จากการประเมินของหัวหน้าแผนกและจากพนักงานขาย มาเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

1.4 พิจารณาความสอดคล้องของคะแนนในข้อ 1.3 ที่ประเมินโดยหัวหน้าแผนก และพนักงานขาย หากพบว่า ผลคะแนนไม่สอดคล้องกันจะไม่นำมาเป็นกลุ่มตัวอย่าง

1.5 คัดเลือกพนักงานขายที่มีคะแนนบุคลิกภาพอยู่ในระดับตั้งแต่เปอร์เซ็นต์ไทล์ ที่ 25 ลงมา จำนวน 10 คน แล้วนำพนักงานขายที่ได้คะแนนดังกล่าวเข้าร่วมโครงการ แล้วเก็บคะแนนจากแบบสอบถามบุคลิกภาพของพนักงานขายของกลุ่มตัวอย่างเป็นคะแนนก่อนการทดลอง Pretest

3. การดำเนินการทดลอง

ทุกวันจันทร์และวันพฤหัสบดี เดือนมกราคม ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2544 ระหว่างเวลา 9.00 ถึงเวลา 12.00 น. เป็นเวลา 4 สัปดาห์ สัปดาห์ละ 2 ครั้ง ครั้งละ 3 ชั่วโมง รายละเอียดดังนี้

- ครั้งที่ 1 วันจันทร์ที่ 22 มกราคม 2544
- ครั้งที่ 2 วันพฤหัสบดีที่ 25 มกราคม 2544
- ครั้งที่ 3 วันจันทร์ที่ 29 มกราคม 2544
- ครั้งที่ 4 วันพฤหัสบดีที่ 2 กุมภาพันธ์ 2544
- ครั้งที่ 5 วันจันทร์ที่ 5 กุมภาพันธ์ 2544
- ครั้งที่ 6 วันพฤหัสบดีที่ 8 กุมภาพันธ์ 2544
- ครั้งที่ 7 วันจันทร์ที่ 12 กุมภาพันธ์ 2544
- ครั้งที่ 8 วันพฤหัสบดีที่ 15 กุมภาพันธ์ 2544

3. หลังการทดลอง

3.1 ผู้วิจัยให้หัวหน้าแผนกและพนักงานขายที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย ตอบแบบสอบถามฉบับเดียวกับที่ใช้ก่อนการดำเนินการโครงการอีกครั้ง แล้วเก็บคะแนนที่ได้เป็นคะแนนหลังทดลอง (Posttest)

3.2 ผู้วิจัยนำคะแนน Pretest-Posttest ที่ได้จากการตอบแบบสอบถามบุคลิกภาพของพนักงานขาย จำนวน 10 คน และของหัวหน้าแผนก จำนวน 6 คน นำมาวิเคราะห์ตามวิธีทางสถิติ เพื่อทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูล

เปรียบเทียบคะแนนบุคลิกภาพของพนักงานขายก่อนและหลังการเข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย โดยใช้การฝึกอบรม

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่

1.1 ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)

1.2 ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2. สถิติสำหรับวิเคราะห์คุณภาพของเครื่องมือ

2.1 หาค่าอำนาจจำแนกแบบสอบถามเป็นรายข้อ (Item Analysis) โดยใช้สูตร t-test แบบเทคนิค 25% ของกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2528 : 185)

$$t = \frac{\bar{X}_H - \bar{X}_L}{\sqrt{\frac{S^2_H + S^2_L}{n_H + n_L}}}$$

เมื่อ	t	แทน	ค่าอำนาจจำแนกของแบบทดสอบ
	$\bar{X}_H$	แทน	คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มสูง
	$\bar{X}_L$	แทน	คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มต่ำ
	S^2_H	แทน	ความแปรปรวนของกลุ่มสูง
	S^2_L	แทน	ความแปรปรวนของกลุ่มต่ำ
	n_H	แทน	จำนวนของกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มสูง
	n_L	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มต่ำ

2.2 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเกี่ยวกับบุคลิกภาพของพนักงานขาย โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha - Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2528 : 170)

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right\}$$

t-dependen

เมื่อ	α	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น
	n	แทน	จำนวนข้อของเครื่องมือวัด
	S^2_i	แทน	คะแนนความแปรปรวนของเครื่องมือเป็นรายข้อ
	S^2_t	แทน	คะแนนความแปรปรวนของเครื่องมือทั้งฉบับ

3. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การทดสอบความแตกต่างของคะแนน
บุคลิกภาพของพนักงานขาย ก่อนและหลังการเข้าร่วมโครงการ โดยใช้ t-test for Dependent
Sample (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2538 : 104 - 105)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ในการวิเคราะห์ข้อมูล

๑๗๖

ในการวิเคราะห์ข้อมูล การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for M6 Windows Release 6.0 ในการคำนวณผลโดยผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ในการแทนความหมายดังต่อไปนี้

- N แทน จำนวนพนักงานขายที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพ
 $\bar{X}$ แทน ค่าเฉลี่ย
S.D. แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t แทน ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาของการแจกแจงแบบ t-Dependent

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาค้นคว้า ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. บุคลิกภาพพนักงานขายของบริษัทซีอาร์ซีเอช จำกัด (มหาชน) ที่ประเมินโดยหัวหน้าแผนก และพนักงานขาย
2. เปรียบเทียบบุคลิกภาพของพนักงานขายก่อนและหลังเข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล แสดงในตาราง 3 – 6 ตามลำดับดังนี้

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลโดยรวมของบุคลิกภาพพนักงานขายที่ประเมินโดยหัวหน้าแผนก และพนักงานขายของบริษัท ซีอาร์ซีเอช จำกัด (มหาชน)

บุคลิกภาพโดยรวม	หัวหน้าแผนก (N=12)			พนักงานขาย (N=139)		
	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
บุคลิกภาพของพนักงานขายบริษัทซีอาร์ซีเอช	3.77	.40	ดี	3.81	.35	ดี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามตาราง 3 พบว่า บุคลิกภาพของพนักงานขายที่หัวหน้าแผนกประเมินสอดคล้องกับที่พนักงานขายประเมินบุคลิกภาพของตนเอง คือ อยู่ในเกณฑ์ดี โดยค่าเฉลี่ยของบุคลิกภาพมีค่าเท่ากับ 3.77 และ 3.81 ตามลำดับ

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลบุคลิกภาพรายด้านของพนักงานขาย
ที่ประเมินโดยหัวหน้าแผนก และพนักงานขายของบริษัทซีอาร์ซีเอชเอ็น จำกัด (มหาชน)

บุคลิกภาพรายด้าน	หัวหน้าแผนก (N=12)			พนักงานขาย (N=139)		
	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1. ด้านรูปร่างหน้าตา	4.07	.54	ดี	4.01	.50	ดี
1.1 พนักงานขายดูแลเอาใจ ใส่ความสะอาดของร่างกาย	4.14	.48	ดี	4.22	.51	ดี
1.2 ก่อนปฏิบัติงานพนักงาน ขายจะตรวจสอบความพร้อม ในการแต่งหน้าและทำผม	4.19	.62	ดี	4.04	.57	ดี
1.3 การแต่งหน้าทำผมให้ เหมาะสม	4.11	.71	ดี	3.93	.69	ดี
1.4 พนักงานขายให้ความสำคัญ ในการรักษาทรวด ทรงและควบคุม น้ำหนักให้เหมาะสมกับ หน้าที่และงานที่รับผิดชอบ	3.36	.89	ปานกลาง	3.86	.86	ดี
2. ด้านการแต่งกาย	3.86	.45	ดี	3.88	.50	ดี
2.1 พนักงานขายดูแล ความสะอาดของเสื้อผ้า	4.23	.23	ดี	4.24	.59	ดี
2.2 เครื่องแบบเหมาะสม กับรูปร่าง	3.97	.60	ดี	3.96	.60	ดี
2.3 ไม่สวมใส่เครื่องประดับ	3.93	.72	ดี	3.97	.71	ดี
2.4 พนักงานขายคิดว่า จำเป็นต้องแต่งเครื่องแบบ ทุกวัน	3.30	1.01	ปานกลาง	3.37	1.17	ปานกลาง
3. ด้านกิริยาท่าทาง	3.50	.65	ดี	3.68	.58	ดี
3.1 ปฏิบัติต่อลูกค้าด้วย ความสุภาพ	3.74	.76	ดี	3.91	.66	ดี

ตาราง 4 (ต่อ)

บุคลิกภาพรายด้าน	หัวหน้าแผนก (N=12)			พนักงานขาย (N=139)		
	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
3.2 ลูกค้าเลือกชมสินค้า	3.68	.78	ดี	3.95	.67	ดี
3.3 การรับฟังความคิดเห็น ลูกค้า	3.72	.83	ดี	3.95	.66	ดี
3.4 เมื่อลูกค้าเข้ามาเลือก ชมหรือซื้อสินค้าเป็นเวลา นานๆ และไม่ซื้อสินค้า พนักงานขายจะไม่รู้สึก หงุดหงิด	2.85	1.03	ปานกลาง	2.91	.92	ปานกลาง
4. ด้านการใช้ถ้อยคำในการ บริการ	4.00	.48	ดี	3.99	.49	ดี
4.1 การอธิบายคุณภาพของ สินค้า	3.93	.61	ดี	3.85	.52	ดี
4.2 การแนะนำสินค้า	3.86	.65	ดี	3.94	.57	ดี
4.3 การกล่าวขอบคุณที่ ลูกค้าให้ความสนใจ	4.42	.55	ดีมาก	4.14	.70	ดี
4.4 การฟังและตอบข้อ ซักถามของลูกค้า	3.80	.64	ดี	4.02	.70	ดี
5. ด้านการแสดงความสนใจ เอาใจใส่	4.00	.40	ดี	3.80	.42	ดี
5.1 ความเอาใจใส่ลูกค้า	4.17	.53	ดี	4.08	.45	ดี
5.2 การให้บริการแก่ลูกค้า	4.24	.62	ดี	3.91	.47	ดี
5.3 การเสนอสินค้าด้วย ความกระตือรือร้น	4.28	.69	ดี	4.02	.53	ดี
5.4 พนักงานขายทราบ ความต้องการของลูกค้า	3.32	.86	ปานกลาง	3.14	.88	ปานกลาง

ตาราง 4 (ต่อ)

บุคลิกภาพรายด้าน	หัวหน้าแผนก (N=12)			พนักงานขาย (N=139)		
	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
6. ด้านความมั่นใจในการบริการลูกค้า	3.24	.48	ปานกลาง	3.42	.46	ปานกลาง
6.1 พนักงานขายทราบว่า จะพูดอย่างไรจึงจะทำให้ลูกค้าประทับใจ	3.47	.72	ปานกลาง	3.64	.66	ดี
6.2 ในการตอบคำถามเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้า พนักงานขายมั่นใจว่าลูกค้าเข้าใจ	3.35	.71	ปานกลาง	3.69	.67	ดี
6.3 พนักงานขายต้องการที่จะแนะนำสินค้าให้แก่ลูกค้า และทราบว่า จะพูดอย่างไร	3.29	.77	ปานกลาง	3.69	.71	ดี
6.4 พนักงานขายพยายามให้บริการแก่ลูกค้าอย่างดีที่สุดและมั่นใจว่าลูกค้าพอใจ	2.83	.80	ปานกลาง	2.66	.82	ปานกลาง
7. ด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า	3.61	.58	ดี	3.76	.52	ดี
7.1 การช่วยเหลือลูกค้า	3.70	.75	ดี	3.73	.55	ดี
7.2 การแก้ปัญหาของลูกค้า	3.55	.74	ดี	3.84	.62	ดี
7.3 การซ่อมแซมสินค้า	3.42	.87	ปานกลาง	3.55	.72	ดี
7.4 ความต้องการช่วยเหลือจากหน่วยงาน	3.78	.76	ดี	3.90	.75	ดี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล จากตาราง 4 พบว่า บุคลิกภาพของพนักงานขายที่หัวหน้าแผนกประเมินสอดคล้องกับที่พนักงานขายประเมินบุคลิกภาพของตนเองในด้านรูปร่างหน้าตา ด้านการแต่งกาย ด้านกิริยาท่าทาง ด้านการใช้ถ้อยคำในการบริการ ด้านการแสดงความสนใจเอาใจใส่ และด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า อยู่ในเกณฑ์ดี โดยค่าเฉลี่ยของบุคลิกภาพรายด้านดังกล่าวมีค่าอยู่ระหว่าง 3.50 – 4.07 ยกเว้นบุคลิกภาพด้านความมั่นใจในการบริการลูกค้า อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง คือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.24 – 3.42

ตาราง 5 เปรียบเทียบบุคลิกภาพของพนักงานขายโดยรวมที่ประเมินโดยหัวหน้าแผนกและพนักงานขายก่อนและหลังเข้าร่วมโครงการพัฒนา บุคลิกภาพของพนักงานขาย (n = 10)

บุคลิกภาพโดยรวม	หัวหน้าแผนก (n = 6)					พนักงานขาย (n = 10)				
	ก่อนทดลอง		หลังทดลอง		t	ก่อนทดลอง		หลังทดลอง		t
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
บุคลิกภาพของ พนักงานขายบริษัท ซีอาร์ซีเอช จำกัด (มหาชน)	3.25	.25	4.22	.105	9.98**	3.17	.15	4.06	.03	21.73**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามตาราง 5 พบว่า บุคลิกภาพของพนักงานขายที่หัวหน้าแผนกประเมินสอดคล้องกับที่พนักงานขายประเมินตนเอง ภายหลังการเข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย คือบุคลิกภาพของพนักงานขายดีขึ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่าการเข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพ โดยใช้การฝึกอบรม ทำให้พนักงานขายมีบุคลิกภาพดีขึ้น

ตาราง 6 เปรียบเทียบบุคลิกภาพรายด้านของพนักงานขายที่ประเมินโดยหัวหน้าแผนกและพนักงานขาย ก่อนและหลังเข้าร่วมโครงการพัฒนา บุคลิกภาพของพนักงานขาย

บุคลิกภาพพนักงาน ขายรายด้าน	หัวหน้าแผนก (n = 6)					พนักงานขาย (n = 10)				
	ก่อนทดลอง		หลังทดลอง		t	ก่อนทดลอง		หลังทดลอง		t
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	
1. ด้านรูปร่างหน้าตา	3.85	.56	4.67	.35	4.18**	3.60	.63	4.30	.35	2.69**
2. ด้านการแต่งกาย	3.37	.38	4.45	.35	5.55**	3.32	.39	4.20	.40	6.01**
3. ด้านกิริยาท่าทาง	2.70	.51	4.05	.35	7.87**	2.75	.28	4.15	.29	15.09**
4. ด้านการใช้ถ้อยคำ ในการบริการ	3.42	.33	4.47	.36	5.90**	3.25	.23	4.17	.39	6.62**
5. ด้านการแสดงความสนใจเอาใจ ใส่ลูกค้า	3.55	.44	4.32	.26	3.83**	3.20	.37	4.07	.42	5.35**
6. ด้านความมั่นใจ ในการให้บริการลูกค้า	2.77	.40	3.67	.37	6.19**	2.90	.31	3.62	.31	5.51**
7. ด้านความสามารถ ในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า	3.02	.46	3.85	.29	5.71**	3.20	.23	3.90	.47	4.45**

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตาราง 6 พบว่า บุคลิกภาพรายด้านของพนักงานขายที่หัวหน้าแผนกประเมินและที่พนักงานขายประเมินตนเองก่อนและหลังการเข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยบุคลิกภาพพนักงานขายที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพด้านรูปร่างหน้าตา ด้านการแต่งกาย ด้านกิริยาท่าทาง ด้านการใช้ถ้อยคำในการบริการ ด้านการแสดงความสนใจเอาใจใส่ลูกค้า ด้านความมั่นใจในการให้บริการลูกค้า ด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตาราง 6 พบว่า บุคลิกภาพของพนักงานขายที่หัวหน้าแผนกประเมินสอดคล้องกับที่พนักงานขายประเมินตนเอง ภายหลังการเข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพ คือพนักงานขายมีบุคลิกภาพดีขึ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่าการเข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย โดยใช้การฝึกอบรม ทำให้พนักงานขายมีบุคลิกภาพดีขึ้น

ตาราง 7 เปรียบเทียบและการแปลผลบุคลิกภาพรายด้านของพนักงานขายที่ประเมินโดยหัวหน้าแผนกและพนักงานขายก่อนและหลังเข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย

บุคลิกภาพพนักงานขายรายด้าน	หัวหน้าแผนก (n =6)					การแปล ผลหลัง ทดลอง	พนักงานขาย (n = 10)					การ แปล ผลหลัง ทดลอง
	ก่อนทดลอง		หลังทดลอง		t		ก่อนทดลอง		หลังทดลอง		t	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.			$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1.ด้านรูปร่างหน้าตา	3.85	.56	4.67	.35	4.18**	ดีมาก	3.60	.63	4.30	.35	2.69**	ดี
1.1 พนักงานขายดูแลเอาใจ ใส่ความสะอาดของร่างกาย	3.9	.57	4.8	.42	5.01**	ดีมาก	3.9	.57	4.5	.52	2.71**	ดีมาก
1.2 ก่อนปฏิบัติงานพนักงาน ขายจะตรวจสอบความพร้อม ในการแต่งหน้าและทำผม	3.9	.57	4.8	.42	3.25**	ดีมาก	3.5	.52	4.3	.48	3.21**	ดี
1.3 การแต่งหน้าทำผมให้ เหมาะสม	4.0	.81	4.8	.42	2.45**	ดีมาก	3.7	.82	4.2	.42	1.46**	ดี
1.4 พนักงานขายให้ความสำคัญ ในการรักษาทรวด ทรงและควบคุม น้ำหนักให้เหมาะสมกับ หน้าที่และงานที่ได้รับผิดชอบ	3.6	.97	4.3	.68	2.09**	ดี	3.3	1.16	4.2	.79	1.78*	ดี
2. ด้านการแต่งกาย	3.37	.38	4.45	.35	5.55**	ดี	3.32	.39	4.20	.40	6.01**	ดี
2.1 พนักงานขายดูแล ความสะอาดของเสื้อผ้า	4.0	.68	4.8	.42	2.75**	ดีมาก	3.9	.73	4.5	.52	1.62**	ดีมาก
2.2 เครื่องแบบเหมาะสม กับรูปร่าง	3.8	.42	4.3	.68	1.86	ดี	3.7	.48	4.2	.63	1.63**	ดี
2.3 ไม่สวมใส่เครื่องประดับ	3.4	.70	4.4	.70	3.00**	ดี	3.4	.69	4.2	.63	2.23**	ดี
2.4 พนักงานขายคิดว่า จำเป็นต้องแต่งเครื่องแบบ ทุกวัน	2.3	.94	4.3	.48	6.00**	ดี	2.3	.94	3.9	1.44	3.75**	ดี
3. ด้านกิริยาท่าทาง	2.70	.51	4.05	.35	7.87**	ดี	2.75	.28	4.15	.29	15.09**	ดี
3.1 ปฏิบัติต่อลูกค้าด้วย ความสุภาพ	2.9	.57	4.4	.51	6.71**	ดี	2.9	.31	4.4	.51	9.00**	ดี
3.2 ลูกค้าเลือกชมสินค้า	2.9	.57	4.2	.42	6.09**	ดี	2.9	.31	4.5	.52	9.80**	ดีมาก
3.3 การรับฟังความคิดเห็นลูกค้า	2.7	.68	4.3	.48	6.00**	ดี	2.9	.31	4.5	.51	9.00**	ดีมาก

ตาราง 7 (ต่อ)

บุคลิกภาพพนักงานขายรายด้าน	หัวหน้าแผนก (n =6)					การแปลผลหลังทดลอง	พนักงานขาย (n =10)					การแปลผลหลังทดลอง
	ก่อนทดลอง		หลังทดลอง		t		ก่อนทดลอง		หลังทดลอง		t	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.			$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
3.4 เมื่อลูกค้าเข้ามาเลือกชมหรือซื้อสินค้าเป็นเวลานานๆและไม่ซื้อสินค้า พนักงานขายจะรู้สึกหงุดหงิด	2.3	.68	3.3	1.49	2.02**	ปานกลาง	2.3	.48	3.3	1.16	2.74**	ปานกลาง
4. ด้านการใช้ถ้อยคำในการบริการ	3.42	.33	4.47	.36	5.90**	ดี	3.25	.23	4.17	.39	6.62**	ดี
4.1 การอธิบายคุณภาพของสินค้า	3.3	.48	4.6	.51	6.09**	ดีมาก	3.2	.42	4.1	.57	5.01**	ดี
4.2 การแนะนำสินค้า	3.1	.31	4.0	.81	2.86**	ดี	3.1	.31	4.1	.31	6.71**	ดี
4.3 การกล่าวขอบคุณที่ลูกค้าให้ความสนใจ	4.2	.42	4.9	.31	4.58**	ดีมาก	3.4	.51	4.4	.51	4.74**	ดีมาก
4.4 การฟังและตอบข้อซักถามของลูกค้า	3.1	.57	4.4	.51	4.99**	ดีมาก	3.3	.48	4.1	.57	3.21**	ดี
5. ด้านการแสดงความสนใจเอาใจใส่	3.55	.44	4.32	.26	3.83**	ดี	3.20	.37	4.07	.42	5.35**	ดี
5.1 ความเอาใจใส่ลูกค้า	3.8	.42	4.2	.42	1.81**	ดี	3.6	.51	4.2	.42	2.25**	ดี
5.2 การให้บริการแก่ลูกค้า	3.7	.82	4.5	.52	2.45**	ดีมาก	3.4	.51	4.0	.47	2.71**	ดี
5.3 การเสนอสินค้าด้วยความกระตือรือร้น	4.1	.73	4.5	.52	1.50**	ดีมาก	3.4	.51	4.4	.51	3.87**	ดี
5.4 พนักงานขายทราบความต้องการของลูกค้า	2.6	.97	4.1	.57	4.39**	ดี	2.4	.69	3.7	1.05	3.55**	ดี
6. ด้านความมั่นใจในการบริการลูกค้า	2.77	.40	3.67	.37	6.19*	ดี	2.90	.31	3.62	.31	5.51**	ดี
6.1 พนักงานขายทราบว่า จะพูดอย่างไรจึงจะทำให้ลูกค้าประทับใจ	2.9	.31	4.1	.31	9.00**	ดี	3.0	.00	4.0	.47	6.71**	ดี

ตาราง 7 (ต่อ)

บุคลิกภาพพนักงานขายรายด้าน	หัวหน้าแผนก (n =6)					การแปลผลหลังทดลอง	พนักงานขาย (n = 10)					การแปลผลหลังทดลอง
	ก่อนทดลอง		หลังทดลอง		t		ก่อนทดลอง		หลังทดลอง		t	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.			$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
6.2 ในการตอบคำถามเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้า พนักงานขายมั่นใจว่าลูกค้าเข้าใจ	2.7	.68	3.7	.48	3.87**	ดี	3.0	.47	3.9	.31	5.01**	ดี
6.3 พนักงานขายต้องการที่จะแนะนำสินค้าให้แก่ลูกค้า และทราบว่าจะพูดอย่างไร	2.8	.63	4.0	.94	3.67**	ดี	3.0	.47	4.1	.31	6.13**	ดี
6.4 พนักงานขายพยายามให้บริการแก่ลูกค้าอย่างดีที่สุดและแน่ใจว่าลูกค้าพอใจ	2.7	.68	2.9	1.10	0.61	ปานกลาง	2.6	.51	2.7	1.17	0.32*	ปานกลาง
7. ด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า	3.02	.46	3.85	.29	5.71**	ดี	3.20	.23	3.90	.47	4.45**	ดี
7.1 การช่วยเหลือลูกค้า	3.1	.73	4.1	.73	4.74**	ดี	3.3	.48	3.8	.42	3.00**	ดี
7.2 การแก้ปัญหาของลูกค้า	3.1	.31	4.0	.47	9.00**	ดี	3.1	.31	3.8	.63	3.28**	ดี
7.3 การซ่อมแซมสินค้า	2.7	.68	3.2	.63	1.86**	ปานกลาง	3.0	.00	3.6	.69	2.71**	ดี
7.4 ความต้องการช่วยเหลือจากหน่วยงาน	3.2	.42	4.1	.73	2.86**	ดี	3.4	.51	4.4	.69	3.35**	ดี

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตาราง 7 พบว่า บุคลิกภาพรายด้านของพนักงานขายที่หัวหน้าแผนกประเมินสอดคล้องกับที่พนักงานขายประเมินบุคลิกภาพของตนเองหลังการเข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพ โดยมีบุคลิกภาพด้านการแต่งกาย ด้านกิริยาท่าทางด้านการใช้ถ้อยคำในการบริการ ด้านการแสดงความสนใจเอาใจใส่ลูกค้า ด้านความมั่นใจในการบริการลูกค้า ด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า อยู่ในเกณฑ์ดี โดยมีค่าเฉลี่ยของบุคลิกภาพรายด้านดังกล่าว มีค่าอยู่ระหว่าง 3.62 – 4.47 ยกเว้น บุคลิกภาพด้านรูปร่างหน้าตาที่หัวหน้าแผนกประเมินบุคลิกภาพพนักงานขายอยู่ในเกณฑ์ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 ส่วนพนักงานขายประเมินตนเองอยู่ในเกณฑ์ดีโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30

นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามตาราง 6 พบว่า บุคลิกภาพรายด้านของพนักงานขายประเมินตนเองก่อนและหลังการเข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยบุคลิกภาพพนักงานขายที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพด้านรูปร่างหน้าตา ด้านการแต่งกาย ด้านกิริยาท่าทาง ด้านการใช้ถ้อยคำในการบริการ ด้านการแสดงความสนใจเอาใจใส่ลูกค้า ด้านความมั่นใจในการให้บริการลูกค้า ด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 คือ พนักงานขายมีบุคลิกภาพดีขึ้น แสดงว่าการเข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย โดยใช้การฝึกอบรมทำให้พนักงานมีบุคลิกภาพดีขึ้น

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อศึกษาบุคลิกภาพของพนักงานขาย
2. เพื่อเปรียบเทียบบุคลิกภาพของพนักงานขายก่อนและหลังเข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพ โดยใช้การฝึกอบรม

สมมุติฐานของการศึกษาค้นคว้า

พนักงานขายมีบุคลิกภาพดีขึ้นหลังจากเข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพโดยใช้การฝึกอบรม

ขอบเขตการศึกษาค้นคว้า

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาบุคลิกภาพของพนักงานขายครั้งนี้ได้แก่ พนักงานขายเสื้อผ้าสตรีและเครื่องหนังของบริษัท ซีอาร์ซี ครีเอชั่น จำกัด (มหาชน) จำนวน 139 คน โดยแบ่งเป็น จุดการขาย กรุงเทพมหานคร และจุดการขายในต่างจังหวัด ดังนี้

1.1 จุดการขายกรุงเทพมหานคร 40 จุดการขาย จำนวนพนักงานขายที่ประจำอยู่จำนวน 129 คน

1.2 จุดการขายในต่างจังหวัด 4 จุดการขาย จำนวนพนักงานขายที่ประจำอยู่จำนวน 10 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย โดยใช้การฝึกอบรมเป็นพนักงานขายเสื้อผ้าสตรีและเครื่องหนังของบริษัท ซีอาร์ซี ครีเอชั่น จำกัด (มหาชน) ที่มีคะแนนบุคลิกภาพตั้งแต่เปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 25 ลงมา จำนวน 10 คน ซึ่งเป็นพนักงานขายจากจุดการขายกรุงเทพมหานคร โดยได้มาจากการคัดเลือกแบบหลายขั้นตอน จากประชากรและการสอบถามความสมัครใจของพนักงานในการเข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพ โดยใช้การฝึกอบรม

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือในการทดลองและเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. แบบสอบถามบุคลิกภาพของพนักงานขาย
2. โครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย โดยใช้การฝึกอบรม

วิธีดำเนินการทดลอง

1. ก่อนการทดลอง

1.1 ผู้วิจัยขอความร่วมมือจากกรรมการผู้จัดการอนุญาตให้หัวหน้าแผนก ประเมินแบบสอบถามบุคลิกภาพของพนักงานขายที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

1.2 ผู้วิจัยให้พนักงานขายประเมินบุคลิกภาพของตนเองตามแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

1.3 นำคะแนนแบบสอบถามบุคลิกภาพของพนักงานขายในข้อ 1.1 และ 1.2 มาเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

1.4 พิจารณาความสอดคล้องของคะแนนในข้อ 1.3 ที่ประเมินโดยหัวหน้าแผนก และพนักงานขาย หากพบว่า ผลคะแนนไม่สอดคล้องกันจะไม่นำมาเป็นกลุ่มตัวอย่าง

1.5 คัดเลือกพนักงานขายที่มีคะแนนบุคลิกภาพอยู่ในระดับตั้งแต่เปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 25 ลงมา จำนวน 10 คน แล้วนำพนักงานขายที่ได้คะแนนดังกล่าวเข้าร่วมโครงการ แล้วเก็บคะแนนจากแบบสอบถามบุคลิกภาพของพนักงานขายของกลุ่มตัวอย่างเป็นคะแนนก่อนการทดลอง Pretest

2. การดำเนินการทดลอง

ผู้วิจัยดำเนินการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขายตามโครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย โดยใช้การฝึกอบรมทุกวันจันทร์และวันพฤหัสบดี เดือนมกราคม ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2544 ระหว่างเวลา 9.00 ถึงเวลา 12.00 น. เป็นเวลา 4 สัปดาห์ สัปดาห์ละ 2 ครั้ง ครั้งละ 3 ชั่วโมง รายละเอียดดังนี้

- ครั้งที่ 1 วันจันทร์ที่ 22 มกราคม
- ครั้งที่ 2 วันพฤหัสบดีที่ 25 มกราคม 2544
- ครั้งที่ 3 วันจันทร์ที่ 29 มกราคม 2544
- ครั้งที่ 4 วันพฤหัสบดีที่ 2 กุมภาพันธ์ 2544

ครั้งที่ 5 วันจันทร์ที่ 5 กุมภาพันธ์ 2544

ครั้งที่ 6 วันพฤหัสบดีที่ 8 กุมภาพันธ์ 2544

ครั้งที่ 7 วันจันทร์ที่ 12 กุมภาพันธ์ 2544

ครั้งที่ 8 วันพฤหัสบดีที่ 15 กุมภาพันธ์ 2544

3. หลังการทดลอง

3.1 ผู้วิจัยให้พนักงานที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย ตอบแบบสอบถามฉบับเดียวกับที่ใช้ก่อนการดำเนินการโครงการอีกครั้ง แล้วเก็บคะแนนที่ได้เป็นคะแนนหลังทดลอง (Posttest)

3.2 ผู้วิจัยนำคะแนน Pretest-Posttest ที่ได้จากการตอบแบบสอบถามบุคลิกภาพของพนักงานขายนำมาวิเคราะห์ตามวิธีทางสถิติ เพื่อทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูล

เปรียบเทียบคะแนนบุคลิกภาพของพนักงานขายก่อนและหลังการเข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย โดยใช้การฝึกอบรม

สรุปผลการศึกษาวิจัย

การศึกษาค้นคว้าสรุปผลได้ดังนี้

1. บุคลิกภาพของพนักงานขายโดยรวมที่หัวหน้าแผนกประเมินสอดคล้องกับที่พนักงานขายประเมินบุคลิกภาพของตนเองคืออยู่ในเกณฑ์ดี โดยค่าเฉลี่ยของบุคลิกภาพมีค่าเท่ากับ 3.77 และ 3.81 ตามลำดับ พนักงานขายมีบุคลิกภาพรายด้าน ได้แก่ ด้านรูปร่างหน้าตา ด้านการแต่งกาย ด้านกิริยาท่าทาง ด้านการใช้ถ้อยคำในการบริการ ด้านการแสดงความสนใจเอาใจใส่ และด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า อยู่ในเกณฑ์ดี โดยค่าเฉลี่ยของบุคลิกภาพรายด้านมีค่าอยู่ระหว่าง 3.50 – 4.07 ยกเว้นบุคลิกภาพ ด้านความมั่นใจในการให้บริการลูกค้า อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง คือมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.24 – 3.42

2. ผลการเปรียบเทียบบุคลิกภาพของพนักงานขาย ก่อนและหลังเข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย พบว่า บุคลิกภาพรายด้านของพนักงานขายที่หัวหน้าแผนกประเมินและที่พนักงานขายประเมินตนเองก่อนและหลังการเข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยบุคลิกภาพพนักงานขายที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพ

ด้านรูปร่างหน้าตา ด้านการแต่งกาย ด้านกิริยาท่าทาง ด้านการใช้ถ้อยคำในการบริการ ด้านการแสดงความสนใจเอาใจใส่ และด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่า การเข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย โดยใช้การฝึกอบรม ทำให้พนักงานขายมีบุคลิกภาพดีขึ้น

อภิปรายผล

จากการศึกษาและพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย ของบริษัทซีอาร์ซี ครีเอชั่น จำกัด (มหาชน) สรุปผลได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาบุคลิกภาพของพนักงานขาย พบว่า บุคลิกภาพของพนักงานโดยรวมในที่หัวหน้าแผนกประเมินสอดคล้องกับที่พนักงานขายประเมินบุคลิกภาพของตนเองคืออยู่ในเกณฑ์ดี และเมื่อพิจารณาบุคลิกภาพเป็นรายด้าน หัวหน้าแผนกประเมินสอดคล้องกับที่พนักงานขายประเมินบุคลิกภาพของตนเองในด้านรูปร่างหน้าตา ด้านการแต่งกาย ด้านกิริยาท่าทาง ด้านการใช้ถ้อยคำในการบริการ ด้านการแสดงความสนใจเอาใจใส่ลูกค้า และด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า คืออยู่ในเกณฑ์ดี ยกเว้น บุคลิกภาพด้านความมั่นใจในการให้บริการลูกค้าอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง

2. จากการศึกษาผลการเข้าร่วมการฝึกอบรมตามโครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย บริษัทซีอาร์ซี ครีเอชั่น จำกัด (มหาชน) พบว่า บุคลิกภาพของพนักงานขายโดยรวมที่หัวหน้าแผนกสอดคล้องกับที่พนักงานขายประเมินตนเอง พบว่า พนักงานขายมีบุคลิกภาพดีขึ้น หลังจากเข้าร่วมโครงการฝึกอบรมตามโครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเมื่อเปรียบเทียบบุคลิกภาพเป็นรายด้านของพนักงานขายที่หัวหน้าแผนกประเมิน และที่พนักงานขายประเมินตนเองก่อนและหลังการเข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย พบว่า พนักงานขายมีบุคลิกภาพด้านรูปร่างหน้าตา ด้านการแต่งกาย ด้านกิริยาท่าทาง ด้านการแสดงออกด้านถ้อยคำ ด้านการแสดงความสนใจเอาใจใส่ ด้านความมั่นใจในการให้บริการลูกค้า ด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงว่า การเข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย โดยใช้การฝึกอบรม ทำให้พนักงานขายมีบุคลิกภาพดีขึ้น

จากผลการวิจัยครั้งนี้ แสดงให้เห็นว่า หลังจากการเข้าร่วมการฝึกอบรมตามโครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย ทำให้พนักงานขายมีบุคลิกภาพดีขึ้น ที่เป็นเช่นนี้เพราะว่า

การฝึกอบรมทำให้พนักงานขายมีโอกาสดูแลเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ได้ฝึกปฏิบัติและได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น พนักงานขายจึงเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง จึงก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในทางที่ดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ น้อย ศิริโชติ (2523 : 8 – 11) กล่าวว่า การฝึกอบรม

เป็นกรรมวิธีที่จะช่วยให้พนักงานได้มีโอกาสพัฒนาท่าที และบุคลิกภาพของตนให้มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีความพร้อมที่จะปฏิบัติงาน กล้าเผชิญอุปสรรคและสามารถตัดสินใจได้อย่างคล่องแคล่ว ว่องไวยิ่งขึ้น

การดำเนินโครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขายในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำหน้าที่เป็น ผู้ฝึกอบรมโดยอาศัยหลักการและแนวความคิดเกี่ยวกับกลุ่มฝึกอบรมในการวิจัยและประสบการณ์จากผู้ดำเนินกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์มาเป็นพื้นฐานในการฝึกอบรม โดยพยายามให้เกิดบรรยากาศในการฝึกอบรมเป็นกันเอง สนับสนุนกันเคย และยอมรับซึ่งกันและกัน และให้พนักงานที่เข้ารับการฝึกอบรมได้ เกิดการเรียนรู้ แนวความคิด การปฏิบัติด้วยตนเองให้มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ ทิศนา ขัมมณี (2522 : 7) ที่กล่าวว่า วิธีที่ดีที่สุดในการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ คือ การสร้างบรรยากาศที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีอิสระในการแสดงความรู้สึกนึกคิดของตนให้กลุ่มได้รับรู้ และเปิดเผยตนเองให้มากที่สุด ซึ่งจะมีประโยชน์ต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเป็นอย่างมาก

ในการดำเนินโครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขายในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เปิดโอกาส และสนับสนุนให้ผู้เข้ารับการอบรมทุกคนได้ฝึกปฏิบัติในด้านต่างๆ อย่างทั่วถึง จึงมีผลทำให้พนักงานขายได้มีโอกาสแสดงบทบาทต่าง ๆ ได้ฝึกปฏิบัติและอภิปรายแสดงความคิดเห็น จนทำให้พนักงานขายที่เข้าร่วมโครงการนี้ได้เรียนรู้และเข้าใจความคิดเกี่ยวกับบุคลิกภาพของพนักงานขาย ทำให้สามารถพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขายได้ดียิ่งขึ้น

จากการสังเกตของผู้วิจัย ซึ่งเป็นผู้ดำเนินโครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย พบว่า พนักงานขายที่เข้าร่วมโครงการมีความสนใจและให้ความร่วมมือในการเข้าร่วมโครงการอย่างดียิ่ง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพนักงานขายที่เข้าร่วมโครงการในครั้งนี้ เป็นผู้ที่มีสมัครใจในการเข้าร่วมโครงการ ดังที่ ทิศนา ขัมมณี (2522 : 248) กล่าวว่า การทำกิจกรรมไม่ควรเป็นกิจกรรมที่บังคับให้บุคคลเข้ารับการฝึกอบรม แต่จะเป็นไปด้วยความสมัครใจ เพราะจากผู้เข้าร่วมกิจกรรมมาด้วยความสมัครใจแล้ว การทำกิจกรรมมักเป็นไปอย่างราบรื่น และให้ประโยชน์มาก ประกอบกับในระหว่างการฝึกอบรมผู้วิจัยได้ตั้งใจและใส่ใจเต็มที่ ให้การเสริมแรงการขาย ตลอดระยะเวลาการดำเนินโครงการ จึงทำให้บรรยากาศในการดำเนินการเป็นไปด้วยดี นอกจากนี้ ผู้วิจัยพบว่า การเข้าร่วมโครงการในครั้งนี้พนักงานขายกล้าแสดงออกมากขึ้น ทั้งด้านความคิดตลอดการกระทำ กล้าซักถาม ให้ข้อเสนอแนะแก่ผู้เข้ารับการอบรมคนอื่น ๆ มากขึ้น ทำให้พนักงานขายมีการพัฒนาบุคลิกภาพเพิ่มขึ้นหลังจากได้เข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

ควรมีการติดตามผลบุคลิกภาพของพนักงานขายที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขายภายหลังการสิ้นสุดการทดลอง 3 เดือน หรือ 6 เดือน เพื่อศึกษาว่าบุคลิกภาพของพนักงานขายพัฒนาหรือเปลี่ยนแปลงมากน้อยเพียงใด

2. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

2.1 ผลการศึกษาบุคลิกภาพของพนักงานขาย นอกจากจะช่วยให้พนักงานขายทราบว่าตนมีบุคลิกภาพเป็นอย่างไรแล้ว ยังจะช่วยให้ผู้บริหารงานขายหรือหัวหน้าแผนกทราบถึงบุคลิกภาพของพนักงานขายของตน เพื่อจะได้สามารถดำเนินการแก้ไขปรับปรุงในส่วนที่ไม่ดี และส่งเสริมในส่วนที่ดีอยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้นไปอีก

2.2 เพื่อให้พนักงานขายปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควรจัดอบรมในเรื่องต่างๆ ให้แก่พนักงานขายอย่างต่อเนื่อง เช่น พัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย อบรมในเรื่องของความรู้ด้านการขาย

2.3 ในการสรรหาและคัดเลือกพนักงานขาย ควรจะมีการพิจารณาถึงบุคลิกภาพ โดยใช้แบบสอบถามบุคลิกภาพของพนักงานขายมาเป็นเครื่องมือประกอบการพิจารณา

3. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับบุคลิกภาพของพนักงานขายที่ปฏิบัติงานด้านการให้บริการของหน่วยงานอื่น ๆ ของบริษัท ซีอาร์ซี ครีเอชั่น จำกัด (มหาชน) เช่น แผนกบริการหลังการขาย แผนกประชาสัมพันธ์ ต่อไป

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กมลรัตน์ กรีทอง. (2540). เอกสารประกอบการบรรยายวิชาบุคลิกภาพ จศ514. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร ,อัสสัมชัญ.
- กาญจนา คำสุวรรณ. (2524). จิตวิทยาเบื้องต้น . กรุงเทพฯ : ทวีการพิมพ์.
- ขจรศักดิ์ หาญณรงค์. (2524). การใช้เทคนิคการฝึกอบรม . กรุงเทพฯ : สำนักฝึกอบรม สถาบันบัณฑิตบริหารศาสตร .
- คมเพชร จิตรศุภกุล. (2530). กิจกรรมกลุ่มในโรงเรียน . กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร .
- เครือวัลย์ ลีมอภิชชาติ. (2531). หลักและเทคนิคการจัดการฝึกอบรมและพัฒนา : แนวทางการวางแผนการเขียนโครงการและการบริหารโครงการ . กรุงเทพฯ : สยามศิลป์การพิมพ์ .
- จิตสรา ชำชอง. (2525). ศิลปการขาย. ภาควิชาการตลาดคณะเศรษฐศาสตร์ และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จุฑา บุรีภักดี. (2533). การพัฒนาบุคลิกภาพ . กรุงเทพฯ : สมเจตน์การพิมพ์ .
- ฉลอง ภิมย์รัตน์. (2521). จิตวิทยาสังคม . กรุงเทพฯ : ประจักษ์การพิมพ์ .
- โณมเพ็ญ สนธยานนท์. (2527). การติดตามผลการฝึกอบรมของผู้บังคับบัญชาระดับกลางหลักสูตรการบริหารเพื่อพัฒนาองค์การของโรงงานยาสูบ กระทรวงการคลัง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. อัสสัมชัญ.
- ชำนาญ สงวนพงษ์. (2515). ศิลปการขาย . กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แพรวพิทยา .
- เดโช สวานนท์. (2523). บุคลิกภาพความสำเร็จในการทำงาน. วิทยาสาร. 22-23 ; ตุลาคม.
- _____. (2512). จดหมายถึงสุจิตรา . กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์ .
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท. (2521). การบริหารการค้าปลีก. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์วิงอักษร.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท และสุณี เลิศแสงกิจ. (2542). การพัฒนาบุคลิกภาพ . กรุงเทพฯ : เอกพิมพ์ไทย.
- _____. (2542). บุคลิกภาพนักขาย . กรุงเทพฯ : โสภณการพิมพ์ .
- ทองศรี กำภู ณ อยุธยา. (2532). การบริหารบุคคลในแนวทางใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ทองฟู ชินะโชติ. (2531). การฝึกอบรมและการพัฒนาบุคลากร . ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ .
- ธงชัย สันติวงษ์. (2533). การบริการงานบุคคล . (พิมพ์ครั้งที่สี่) . กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด .

- ธำรงค์ศักดิ์ หมั่นจักร และศรีสง่า กรรณสูต. (2523). จิตวิทยาธุรกิจ .กรุงเทพมหานคร :
สำนักพิมพ์บรรณกิจ.
- ธีรนุช โมลิสกุลมาดล. (2533). การสร้างแบบทดสอบวัดบุคลิกภาพความเป็นธุรกิจของนักเรียน
ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 สังกัดกรมสามัญศึกษาในจังหวัดนครนายก. วิทยานิพนธ์ ค.ม.
(บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. อุดรธานี.
- นวลละออง สุภาพล. (2527). ทฤษฎีบุคลิกภาพ. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร . .
- นิภา ศรีไพโรจน์. (2528). สถิตินอนพาราเมตริก . กรุงเทพฯ : บริษัทศึกษาพร .
- น้อย ศิริโชติ. (2523). เทคนิคการฝึกอบรม . กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์อักษรสามสี .
- เบญจพร ปรีชพันธ์. (2528). การศึกษาบุคลิกภาพเจ้าหน้าที่ฝ่ายบุคคลของธนาคารพาณิชย์
ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ ค.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. อุดรธานี.
- ปรียา วอนขอพร และสุรัชนา วิวัฒน์ชาติ. (2529). การบริหารการตลาด . กรุงเทพฯ :
โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย .
- มุขณีย์ ยมาภัย. (2537). ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพ ความรู้ด้านการขาย แรงจูงใจใฝ่
สัมฤทธิ์ กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย . วิทยานิพนธ์ กษ.ม. (บริหารธุรกิจ).
กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. อุดรธานี.
- ฝน แสงสิงแก้ว. (2525). เรื่องของสุขภาพ. สมาคมสุขภาพจิตแห่งประเทศไทย กรุงเทพฯ :
โรงพิมพ์อักษรไทย.
- พยอม วงศ์สารศรี. (2531). การบริหารงานบุคคล. (พิมพ์ครั้งที่สอง) . คณะวิชาวิทยาการ
จัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล .
- พรรณพิมล ก้านนก. (2527). การขายโดยบุคคลหลักการตลาด . กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัย
รามคำแหง.
- พรรณราย ทรัพย์ประภา. (2525). จิตวิทยาอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ : O.S. Printing House Co.
Ltd.
- พนมพร พนมวัน ณ อยุธยา. (2533). การศึกษาทดลองปรับบุคลิกภาพ การห้วนไหวใน
สภาวะอารมณ์ของนิสิตปริญญา โดยกิจกรรมกลุ่ม. วิทยานิพนธ์ ค.ม. (บริหารธุรกิจ).
กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล. อุดรธานี.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2533). สารานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- เริ่งลักษณ์ โรจนพันธ์. (2529). *เทคนิคการฝึกอบรม*. กรุงเทพฯ : ภาควิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2528). *หลักการวิจัยการศึกษา*. กรุงเทพฯ : บริษัทศึกษาพร.
- วรกัญญา สันติธรรม. (2539). *ผลของการฝึกอบรมที่มีต่อความรู้ที่จำเป็นในการขาย ขวัญในการปฏิบัติงานและอัตราการลาออกงาน*. ปรินูญานินพนธ์ กษ.ม. (จิตวิทยาอุตสาหกรรม) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. อัดสำเนา.
- วารินทร์ สิ้นสูงสุด. (2525). *ศิลปการขาย*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์สายใจ.
- วิชัย โสสุวรรณจินดา. (2535). *ความลับขององค์กร*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ธรรมนิติ
- วิจิตร อ้าวะกุล. (2539). *บุคลิกภาพและหลักการพัฒนา*. กรุงเทพฯ.
- วัชร ฐะคำ. (2524). *จิตวิทยาแนะแนวและให้คำปรึกษา*. กรุงเทพฯ : หน่วยศึกษานิเทศน์ กรมการฝึกหัดครู.
- วิสิน พิชิตลัจจา. (2536). *การพัฒนาบุคลากรธนาคารไทยพาณิชย์ภาคเอกชนในเขตภาคเหนือ*. ปรินูญานินพนธ์ กศ.ม. (บริหารธุรกิจ). พิษณุโลก : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร. อัดสำเนา.
- วิทยา ด้านธำรงกุล. (2536). *การตลาดเพื่อการแข่งขัน*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศรีเรือน แก้วกังวาล. (2536). *ทฤษฎีจิตวิทยาบุคลิกภาพ (รู้เขารู้เรา)*. กรุงเทพฯ : หมอชาวบ้าน.
- สถิต วงศ์สวรรค์. (2539). *การพัฒนาบุคลิกภาพ*. กรุงเทพฯ : อักษรวิทยา
- สมชาติ กิจยรรยง. (2536). *สร้างบริหารสร้างความประทับใจ*. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น .
- สุมนา อยู่โพธิ์. (2537). *การค้าปลีก*. กรุงเทพฯ : ชวนพิมพ์ .
- สัญญาชัย กลิ่นพิกุล และยอดดวง พันธุ์นา. (2529). *การบริหารการผลิตในธุรกิจอุตสาหกรรมและการบริการ*. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์ .
- สันห์ชัย สีษณูรังษี. (2529). *การพัฒนาทรัพยากรบุคคลของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด*. วิทยานิพนธ์ ค.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. อัดสำเนา.
- ลำอานค์ งามวิชา. (2525). *การส่งเสริมการขาย*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์ .
- เสนาะ ดิยาว. (2534). *การบริหารงานบุคคล (พิมพ์ครั้งที่แปด)*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ .
- สุจิตรา เหลืองรังสรรค์. (2516). *การศึกษาเปรียบเทียบบุคลิกภาพของครูกับนักธุรกิจ*. ปรินูญานินพนธ์ กศ.ม. (บริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. อัดสำเนา.

- สุชา จันทน์เอม. (2522). *จิตวิทยาทั่วไป*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด .
- สุภาพ พิสัยพันธ์. (2540). *บุคลิกภาพของพนักงานขายที่มีหน้าที่ให้บริการลูกค้าของบริษัท ดาต้าแมท จำกัด (มหาชน)*. ปรินซ์นิพนธ์ กศ.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร. อัดสำเนา.
- โสภณ ภูเกล้าวัน. (2527). "คัมภีร์การจัดการฝึกอบรม," *วารสารการบริหารงาน* . (1) : 19 – 36 ; มกราคม - มีนาคม 2527.
- อุทัย หิรัญโต. (2527). *การศึกษาบุคลิกภาพของคนเพื่อประโยชน์ของการบริหาร* . นิตยสารท้องถิ่น (22) : 25 – 29 ; มีนาคม.
- อุษณีย์ ชิดชอบ. (2528). *การศึกษาการบริหารงานบุคคลของบริษัทโตโยต้ามอเตอร์ ประเทศไทย จำกัด*. วิทยานิพนธ์ ค.ม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. อัดสำเนา.
- Allport , G.W. (1965) . *Pattern and Growth in Personality*. New York : Richard & Winston Inc.
- Anastasi Anne. (1968). *Personality Development*. New York : Mc Graw – Hill Book Company .
- Beach , D.S. (1980) . *Personnel : Management of People at Work* . (4th ed.) New York : Macmillan Publishing Co.,Inc.
- Cattell , Raymmoud B. (1970) . *Personality* . New York : McGraw – Hill.
- Chaplin J.P. (1985) . *Dictionary of Psychology* . (2d ed.) New York : Dell Publishing Co.Inc.
- Churchill, G.A.,N.M. Ford and D.C.Walker . (1987) *Sale Force Management* . (2d ed.) . Enis , B.M. (1979) . *Personal Selling : Foundation . Process and Management* . Santa Monica , California : Goodyear . Publishing Company .
- Eysenck , H.J and S.B.G. Eysenck . (1984) . *Manual of the Eysenck Personallity Inventory* . London : Hoder and Stoughton .
- Flippo, E.B. (1971). *Principles of Personal Management*. 3rd ed. New York : McGraw-Hill, Inc.
- Futrell, C. (1990) . *Fundamentals of Selling* . Illionois : Richard Irwin , Inc.
- Herzberg, F. (1974). "One More time : How do You Motivate Employees," pp.54-63 ; Harward Business Review. The President and Fellows of Harward College.
- Hilgard, E.R. (1971). *A Translation of the Original Scientific Medical Writing of E.A. Mesmer, Translated and Compiler by George J. Blook Introduction by E.R. Hilgard*.

- Hise, R.1. (1980). *Effective Salesmanship*. Hinsdale, Lonis : The Drydon Press.
- Jung, J. (1961). *Understanding Human Motivation (A Cognitive Approach)*.: New York :
Macmilan Publishing Co.Inc.
- Hurlock, Elizabeth Bergner. (1974). *Personality Development*. New York : McGraw-Hill
- Kotler, P. (1991). *Market Management : Analysis, Planning Implementation and Control* (7th ed.). New York : Prentice – Hill, Inc.
- Mondy , R.W. and R.W. Noe, III. (1987) . *Personnel : The Management of Human Resources*. Massachusetts : Allyn and Bacon, Inc.
- Munn , Norman L, Fernald Dodge. (1969) . *Introduction to Psychology*. Boston :
Houghtoan Mifflin.
- Steinkamp, W.H. (1970) . *How to Sell and Market Industrial Product*. Philadelphia :
Hilton Book Co, Inc.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
โครงการพัฒนาบุคลากรภาพพนักงานขาย

โครงการพัฒนาบุคลากรของพนักงานขายโดยใช้การฝึกอบรม

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	วิธีดำเนินการ	การประเมินผล
1	ปฐมนิเทศ	1. เพื่อเตรียมความพร้อมตลอดจนการสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างพนักงานขายที่เข้าร่วมโครงการและผู้วิจัย 2. เพื่อสร้างความรู้สึกที่ดีในการให้ความสำคัญต่อพนักงานขายที่เข้าร่วมโครงการของผู้บริหารระดับสูงขององค์กร 3. เพื่อให้พนักงานขายที่เข้าร่วมโครงการทราบวัตถุประสงค์ของโครงการและวิธีการพัฒนาบุคลากรของพนักงานขาย รวมทั้งประโยชน์ที่จะได้รับการเข้าร่วมโครงการ 4. เพื่อชี้แจงให้พนักงานขายที่เข้าร่วมโครงการทราบรายละเอียดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของโครงการและระยะเวลาในการดำเนินกิจกรรม	<u>การกล่าวเปิดงานโครงการ</u> ผู้วิจัยเชิญกรรมการผู้อำนวยการ (ผู้บริหารระดับสูง) เป็นประธานกล่าวเปิดโครงการ พร้อมทั้งให้โอวาทผู้เข้าร่วมอบรม <u>ขั้นนำ</u> ผู้วิจัยให้ผู้เข้าร่วมอบรม แนะนำตนเองอย่างเป็นทางการ และผู้วิจัยแนะนำตนเองให้ทุกคนทราบรู้จัก ผู้วิจัยแจกเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการเข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลากรภาพพนักงานขาย <u>ขั้นตอนในการ</u> 1. ผู้วิจัยกล่าวถึงความจำเป็นของโครงการพัฒนาบุคลากรของพนักงานขาย ในเชิงการสำรวจความจำเป็นในการอบรม (Training Need Survey) 2. ผู้วิจัยชี้แจงวัตถุประสงค์ของโครงการฯ และวิธีพัฒนาบุคลากร รวมทั้งประโยชน์ที่พนักงานขายผู้เข้าร่วมอบรม จะได้รับในการเข้าร่วมโครงการนี้ 3. ผู้วิจัยอธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของแต่ละหัวข้อประเด็น หรือ แต่ละกิจกรรม และกำหนดการอบรมของโครงการฯ 4. ผู้วิจัยชี้แจงถึงลักษณะการจัดการอบรมว่าเป็นการฝึกอบรมในรูปแบบใหม่ที่เน้นการใช้กิจกรรมประกอบการอบรม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการฝึกอบรม	1. สังเกตจากสีหน้าที่แสดงความรู้สึกที่ต่อการรับฟังโอวาทของผู้บริหารระดับสูง 2. สังเกตจากปฏิกิริยาการให้ความร่วมมือ และความสนใจในโครงการฯ 3. สังเกตจากการซักถามเกี่ยวกับข้อสงสัยในโครงการฯ 4. สังเกตจากการมีส่วนร่วมในกิจกรรม

โครงการพัฒนาบุคลากรพนักงานขาย

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	วิธีดำเนินการ	การประเมินผล
1 (ต่อ)	ปฐมนิเทศ	5. ชี้แจงวิธีการฝึกอบรมของโครงการฯ อย่างละเอียด 6. เพื่อแจกเอกสารประกอบอบรมที่เกี่ยวข้องในการจัดปฐมนิเทศ-การฝึกอบรม	<u>ขั้นสรุป</u> ผู้วิจัยกล่าวสรุปภาพรวมของโครงการ และทบทวนความเข้าใจของผู้เข้าร่วมโครงการ ตลอดจนเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมโครงการซักถามรายละเอียดอื่นๆ ที่ต้องการทราบเกี่ยวกับโครงการพัฒนาบุคลากรพนักงานขาย	
	กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์เพื่อสร้างความคุ้นเคย	เพื่อให้ผู้เข้าร่วมโครงการได้สร้างความรู้จักคุ้นเคยกับเพื่อนในกลุ่ม และมีความเตรียมพร้อมเปิดใจรับเนื้อหา เพื่อเป็นประโยชน์ในการเรียนรู้การพัฒนาบุคลากร ตลอดจนการแสดงความเห็นหรือทำการร่วมกันต่อไป	กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์เพื่อสร้างความคุ้นเคย โดยผู้วิจัยเป็นผู้นำกิจกรรมด้วยการดำเนินตามขั้นตอนดังต่อไปนี้ (การจัดที่นั่งให้จัดเป็นครึ่งวงกลม) <u>ขั้นตอนที่ 1</u> พุดคุย ผู้วิจัยดำเนินการพุดคุยเรื่องทั่วๆ ไปที่จะสร้างบรรยากาศความเป็นกันเองและพุดคุยย้อนกลับ เพื่อให้เกิดความสนุกสนาน <u>ขั้นตอนที่ 2</u> ทดสอบความพร้อม ทดสอบเสียง ความรวดเร็ว 1) ผู้วิจัยเริ่มจากการถามว่า ก่อนที่จะเริ่มเข้าสู่เนื้อหาพิธีการของโครงการเราทุกคนมีความพร้อมหรือไม่ "โดยผู้วิจัยฟังจากการตอบที่เสียงดังฟังชัดเป็นหลัก และถามจนกว่าทุกคนจะตอบด้วยความพร้อมเสียงดังฟังชัด" 2) ผู้วิจัยทดสอบความพร้อมทางร่างกาย และความกระฉับกระเฉง โดยการให้ตอบมีอัตราความพร้อมเป็นจังหวะดังนี้ 12-123-12-12-1 เสร็จแล้วให้ชูกำปั้นมีขอวขึ้นให้สุดแขนหลังพุดคำว่า "ชีอาร์ซี่ พร้อม"	1. สังเกตจากความเปลี่ยนแปลงของปฏิกิริยาการตอบสนองต่อการร่วมกิจกรรม 2. ประเมินจากการนำเสนอผลงานต่างๆ ระหว่างกิจกรรมว่ามีส่วนร่วมมากขึ้นหรือมีอารมณ์คล้อยตามกิจกรรมหรือไม่ 3. ปฏิบัติการรับฟังเมื่อผู้วิจัยสรุปเนื้อหา

โครงการพัฒนาบุคลากรพนักงานขาย

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	วิธีดำเนินการ	การประเมินผล
1 (ต่อ)	กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ เพื่อสร้างความคุ้นเคย		3) ทดสอบความรวดเร็วโดยผู้วิจัยพูดคำว่า “นับ 1” ให้ผู้รับการอบรมพูดคำว่า “นับ 1” ตามพร้อมกันกับคล่องแขนเพื่อนทั้ง 2 ข้าง แล้วขยับเปลี่ยนที่นั่งมาทางซ้าย 1 ตำแหน่งด้วยความรวดเร็ว หากผู้วิจัยพูดคำว่า “นับ 2” ให้ผู้รับการอบรมขยับมาทางขวา 1 ตำแหน่งด้วยท่าทางเดียวกัน และถ้าพูดคำว่า “นับ 3” ให้ผู้รับการอบรมเปลี่ยนที่นั่งใหม่ให้ไกลจากตำแหน่งที่นั่งเดิม กิจกรรมในขั้นตอนที่ 2 นี้จะสร้างความสนุกสนานและความกระฉับกระเฉงแก่ผู้รับการอบรม และหากผู้ใดทำผิดกติกาหรือช้า อาจมีกิจกรรมทำโทษเล็กน้อยๆ เพื่อให้เกิดความกล้าแสดงออก และความเป็นกันเอง ขั้นตอนที่ 3 กิจกรรมนาฬิกานัดหมาย 1. ผู้วิจัยแจกเอกสารนาฬิกานัดหมายที่มีตัวเลขเวลา ตั้งแต่ 1-12 นาฬิกา และแต่ละเลขนาฬิกาจะมีช่องว่างให้สำหรับเขียนชื่อเพื่อน 2. ผู้วิจัยให้เวลา 3 นาทีในการออกไปนัดหมายเพื่อนให้ครบ 12 ช่องนาฬิกา โดยมีชื่อกัน โดยจะต้องลงชื่อของตนเองในเอกสารนาฬิกานัดหมายของเพื่อนในเวลาตรงกัน 3. ผู้วิจัยประกาศเวลานัดหมาย เช่น “เราจะนัดหมายที่ 7 นาฬิกา” ผู้เข้าอบรมจะต้องรีบไปหาเพื่อนที่นัดหมายไว้ที่ 7 นาฬิกาให้พบให้เร็วที่สุด เมื่อพบแล้วให้พูดคุยเพื่อทำความรู้จักกัน ดุนเคยกันให้มากที่สุด โดยขณะพูดคุยกันจะต้องนั่งใกล้ชิดกันให้หัวเข่าชนกัน และต่างฝ่ายต่างจับหัวเข่าของเพื่อนที่คุยด้วย	

โครงการพัฒนาบุคลากรพนักงานขาย

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	วิธีดำเนินการ	การประเมินผล
1 (ต่อ)	กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ เพื่อสร้างความคุ้นเคย		4. เปลี่ยนเวลานัดหมาย ผู้วิจัยจะประกาศเวลานัดหมายใหม่ไปเรื่อยๆ เมื่อเห็นว่าพูดคุยกันได้พอสมควร (รอบละประมาณ 1 นาที) 5. สุ่มถามเพื่อเป็นการตรวจสอบ โดยให้ผู้สุ่มหนามาสลัดกันแนะนำคู่ของตน 6. สรุป กิจกรรมนี้จะป็นกิจกรรมที่ลงสิ่งกีดขวางการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เข้าร่วมอบรมด้วยกัน <u>ขั้นตอนที่ 4</u> กิจกรรมสนนิมเพลง 1. ผู้วิจัยเตรียมแผ่นป้ายชื่อ "นกักร้อง" ที่เป็นที่ยอมรับจำนวน 4 ป้ายชื่อนักกร้องไว้แต่ละมุมห้อง โดยปิดบังไว้ไม่ให้เห็นจากที่ไกลๆ 2. เปิดโอกาสให้ผู้เข้ารับการอบรมทั้งหมดออกเดินสำรวจแผ่นป้ายทั้ง 4 ป้ายในเวลาอันสั้นไม่เกิน 40 วินาที เมื่อเห็นแผ่นป้ายทั้งหมดแล้วให้ตัดสินใจเลือกว่าตนเองชอบแผ่นป้ายหรือนักกร้องคนใด ให้ยืนประจำอยู่ ณ จุดนั้น (เป็นการแบ่งกลุ่มโดยมีสนนิมเดียวกัน) 3. ให้แต่ละกลุ่มออกมานำเสนอผลงานตามป้ายที่ตนเองเลือกจนครบทุกกลุ่ม 4. สรุป กิจกรรมนี้เป็นการฝึกความกล้าในการกล้าที่จะร่วมกิจกรรม และการแสดงออกในกลุ่มของตน พร้อมทั้งแสดงความคิด <u>ขั้นตอนที่ 5</u> ผู้วิจัยสรุปการทำกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ให้เห็นถึงวัตถุประสงค์ของการทำกิจกรรม กลุ่มสัมพันธ์และประโยชน์ของกิจกรรมที่ร่วมกันทำ หรือ แสดงโดยเปรียบเทียบให้เห็นถึงบรรยากาศก่อนทำกิจกรรม และหลังการทำกิจกรรมว่า	

โครงการพัฒนาบุคลากรภาพพนักงานขาย

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	วิธีดำเนินการ	การประเมินผล
1 (ต่อ)	กิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ เพื่อสร้างความคุ้นเคย		ทุกคนมีความเป็นกันเองมากขึ้น อีกทั้งผู้วิจัยกำลังศึกษาเป็นทีม และให้ทุกคนจดจำบรรยายกาศนี้ไว้ เพื่อให้ทุกคนมีความสามัคคีที่จะช่วยกันส่งเสริมการเรียนรู้หรือการอบรม เพื่อพัฒนาบุคลิกภาพของตนเองในงานขายต่อไป	
2	การเสริมสร้างบุคลิกภาพของพนักงานขายในด้านรูปร่างหน้าตา และบุคลิกภาพ	เพื่อให้พนักงานขายผู้เข้ารับการอบรมได้พัฒนาบุคลิกภาพภายนอกในด้าน การแต่งกาย และบุคลิกภาพ รูปร่างหน้าตา และการแต่งกายให้สอดคล้องกับแฟชั่น	หัวข้อประเด็นการเสริมสร้างบุคลิกภาพพนักงานขาย ด้านรูปร่างหน้าตา และการแต่งกาย ผู้วิจัยได้เชิญบุคลากรจากบริษัทที่ประกอบธุรกิจประเภทเครื่องสำอางค์ที่มีความชำนาญเฉพาะด้านเกี่ยวกับการเสริมความงาม และดีไซน์เนอร์ (Designer) ของบริษัท ซึ่งมีชื่อเสียงเรื่องแฟชั่น (Fashion) และอาภรณ์ แต่งกายมาเป็นวิทยากรให้ หลักสูตรนี้ โดยผู้วิจัยจะทำการชี้แจงรายละเอียด และวัตถุประสงค์ของการอบรมให้วิทยากรทราบ เพื่อจัดเตรียมเนื้อหาการอบรมที่สอดคล้อง <u>ขั้นนำ</u> ผู้วิจัยเปิดเทปโทรทัศน์ งานเดินแฟชั่นโชว์ในกรุงลอนดอน (London Fashion Week) ที่บริษัทมีส่วนร่วมในการจัดเดินแฟชั่นโชว์ให้ผู้เข้ารับการอบรมดู เพื่อให้เกิดความภาคภูมิใจในสินค้าของตนเองรับผิดชอบ ตลอดจนการรับรู้แนวโน้มของแฟชั่น เพื่อที่จะใช้เป็นข้อมูลความรู้ในการเสนอขายสินค้าให้แก่ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง และยังสามารถปรับบุคลิกภาพของตนเองให้ทันกับยุคสมัยของแฟชั่นอีกด้วย โดยจะมีวิทยากรที่เป็นดีไซเนอร์บรรยายสรุปให้เห็นภาพมากขึ้น	1. ประเมินจากการฝึกการแต่งหน้าที่ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเป็นผู้แต่ง 2. สังเกตเกี่ยวกับการซักถามเนื้อหา เทคนิควิธีการต่างๆ จากวิทยากร 3. สังเกตจากการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงของบุคลิกภาพหน้า ทรงผม และการสวมใส่ชุดยูนิฟอร์ม ระหว่างก่อนเข้ารับการอบรม และหลังจากการอบรม

โครงการพัฒนาบุคลากรภาพพนักงานขาย

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	วิธีดำเนินการ	การประเมินผล
2 (ต่อ)	การเสริมสร้างบุคลิกภาพของพนักงานขายในตำแหน่งหัวหน้าตาและร่างกาย		<u>ขั้นตอนการดำเนินการ</u> 1. วิทยากรด้านการแต่งหน้า บรรยายเรื่องโทนสีที่ใช้ในการแต่งหน้าในสมัยแฟชั่นปัจจุบัน เครื่องสำอางประเภทต่างๆ คุณสมบัติของเครื่องสำอาง สีผิว และโทนสีเครื่องสำอาง อุปกรณ์ที่ใช้ในการแต่งหน้า เทคนิค และขั้นตอนการแต่งหน้า 2. วิทยากรเลือกผู้เข้ารับการอบรมที่มีลักษณะโครงหน้า สีผิว แบบต่างๆ มาใช้เป็นแบบสาธิตแต่งหน้า เพื่อแสดงให้เห็นถึงความหลากหลายของแบบ และการแต่งหน้าให้เหมาะสมกับโครงหน้า และองค์ประกอบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง 3. วิทยากรให้ผู้เข้ารับการอบรมจับคู่เพื่อฝึกแต่งหน้าให้กันและกัน ตามที่ได้รับฟังการบรรยาย และชมการสาธิต โดยวิทยากรจะคอยสังเกต และให้คำแนะนำในแต่ละคู่ โดยเฉพาะคู่ที่ยังไม่มีทักษะที่ดี 4. วิทยากรให้คำแนะนำเกี่ยวกับการจัดตกแต่งทรงผมให้เหมาะสมกับบุคลิก และรูปทรงของใบหน้าของแต่ละคนจนครบทุกคน 5. วิทยากรบรรยายวิธีการบำรุงรักษาสุขภาพร่างกายให้สดชื่น แจ่มใส สะอาดหมดจดทั้งเรือนร่าง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องกลิ่นปาก กลิ่นตัวที่ไม่พึงปรารถนา 6. วิทยากรด้านการแต่งหน้าเสริมสวย สรุปเรื่องการแต่งหน้าทำผม	

โครงการพัฒนาบุคลากรภาพนิ่งงานขาย

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	วิธีดำเนินการ	การประเมินผล
2 (ต่อ)	การเสริมสร้างบุคลิกภาพของพนักงานขายในด้านรูปร่างหน้าตา และการแต่งกาย		7. วิทยากร ดีไซน์เนอร์ของบริษัทอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างจุดเด่นของสินค้า และชุดยูนิฟอร์ม เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมทราบถึงที่มาของแบบของชุดยูนิฟอร์ม และสามารถใส่ให้ถูกต้องตามที่ได้ออกแบบไว้ 8. วิทยากรชี้แจงถึงวัตถุประสงค์ที่นำมาตัดเย็บ เช่น ชุดยูนิฟอร์ม เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมถึงวิธีการซักทรีด และบำรุงรักษาให้สอดคล้องอยู่เสมอ 9. วิทยากรเลือกพนักงานขายที่แต่งหน้าเรียบร้อย และถูกต้องตามแบบที่กำหนด และพนักงานขายที่แต่งหน้าไม่ถูกต้องมาชี้เปรียบเทียบให้เห็นความแตกต่าง และพูดชี้ให้เห็นถึงข้อดีของการสวมใส่ชุดยูนิฟอร์มที่ถูกต้อง สะอาด เรียบร้อย เหมาะสมกับผู้สวมใส่ เพื่อให้ผู้รับการอบรมเกิดทัศนคติ ค่านิยมที่ดีในเรื่องการสวมใส่ชุดยูนิฟอร์ม <u>ขั้นสรุป</u> วิทยากรกล่าวสรุปประเด็น และเทคนิคสำคัญที่วิทยากรทั้ง 2 ด้านได้แนะนำ เพื่อเป็นการทบทวนและย้ำเตือนให้ผู้เข้ารับการอบรมจำได้มากขึ้น	
3	บุคลิกภาพด้านกิริยาท่าทาง พฤติกรรมการแสดงออกในการให้บริการ	เพื่อพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขายในเรื่องของพฤติกรรมที่แสดงออกในการให้บริการลูกค้า ซึ่งสามารถสังเกตเห็นได้จากภายนอก	<u>ขั้นนำ</u> ผู้วิจัยใช้คำถาม ถามว่า “ใครเคยเห็นนักเรียนเตรียมทหาร หรือ นักเรียนนายร้อยตำรวจบ้างยกมือขึ้น” ส่วนใหญ่ หรือ เกือบจะทั้งหมดจะเคยเห็นมาบ้างแล้ว และถามต่อว่า “พวกเรารู้สึกชอบหรือไม่ อย่างไร” ผู้วิจัยอธิบายชี้ให้เห็นว่า นักเรียนเหล่านั้นจะเป็นผู้ที่ชื่นชอบของคนทั่วไป ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่าทุกคน แต่ด้วยกิริยาท่าทางที่แสดงออกอย่างเหมาะสม จะทำให้เขาเป็นคนที่มีความคิดที่ดีได้อย่างง่ายดาย	1. สังเกตจากการตอบข้อซักถามของผู้เข้ารับการอบรม 2. สังเกตจากการแสดงบทบาทสมมติของแต่ละกลุ่ม

โครงการพัฒนาบุคลากรพนักงานขาย

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	วิธีดำเนินการ	การประเมินผล
3 (ต่อ)	บุคลิกภาพด้านกิริยา ท่าทาง พฤติ กรรมการแสดงออก ในการให้บริการ		ขั้นตอนการ 1. ผู้วิจัยให้ชมรูปถ่ายของยาชีฟต่างๆ ว่าแต่ละอาชีพที่มีลักษณะของบุคลิกภาพที่แตกต่างกันออกไป อาชีพนางพนักงานขายก็ต้องมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม และจำเป็นต่อการให้บริการ เพื่อเป็นการเชือเชิญลูกค้าให้มาใช้บริการ 2. ผู้วิจัยบรรยายความสำคัญของบุคลิกภาพต่องานบริการและการขาย 3. ผู้วิจัยระดมความคิดให้ผู้เข้ารับการอบรม แสดงความคิดเห็นว่ากิริยาท่าทางที่จำเป็นที่ใช้เป็นประจำในการบริการลูกค้ามีอะไรบ้าง เมื่อได้คำตอบแล้วผู้วิจัยสรุป และช่วยกลุ่มของคำตอบที่ได้จากผู้เข้ารับการอบรมให้เข้ากับประเด็นเนื้อหาของผู้วิจัยที่เตรียมเอาไว้แล้ว โดยมีประเด็นหลักคือการยืนต้อนรับลูกค้า การไหว้ลูกค้า การเชือเชิญลูกค้า การเดินตามเพื่อให้บริการลูกค้า การแสดงความสุภาพอ่อนน้อมในการให้บริการลูกค้า จัดแบ่งกลุ่มให้ออกมาแสดงบทบาทสมมติ (Role Play) ในการให้บริการลูกค้าตามประเด็นเนื้อหาที่เตรียมไว้ 5. ให้ทุกกลุ่มร่วมกันแสดงความคิดเห็นหรือแนะนำ กลุ่มที่ออกมาแสดงบทบาทสมมติ โดยผู้วิจัยจะสรุปวิธีการปฏิบัติที่ถูกต้องอีกครั้งหนึ่ง 6. ผู้วิจัยให้ทุกคนฝึกแสดงท่าทางพร้อมกันทีละหลายคน พร้อมกันแนะนำผู้ที่ปฏิบัติไม่ถูกต้องเป็นรายบุคคล จนครบทุกคน และทุกกิริยาท่าทางที่ปฏิบัติ ขั้นสรุป ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการอบรมร่วมกันสรุป และผู้วิจัยสรุปเพิ่มเติม	3. สังเกตจากการอภิปรายและการให้คำแนะนำแก่กลุ่มอื่น 4. สังเกตจากการเปรียบเทียบท่าทางก่อนและหลังการอบรม

โครงการพัฒนาบุคลากรพนักงานขาย

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	วิธีดำเนินการ	การประเมินผล
4	บุคลิกภาพด้านการแสดงออกด้านยอดขายในการบริการ	เพื่อพัฒนาบุคลิกภาพด้านการแสดงออกเกี่ยวกับยอดขายของพนักงานขายระหว่างการใช้บริการแก่ลูกค้า	ขั้นนำ ผู้วิจัยใช้คำถามว่า “ใครในทีมนี้ที่ตัวเองมีความสามารถหรือเข้าใจขั้นตอนบริการลูกค้าได้ดี” เพื่อหาผู้ที่มีความมั่นใจออกมา 1 คน หากไม่มีผู้วิจัยจะประเมินผู้เข้าอบรมด้วยตนเอง เพื่อหาผู้ที่มีบุคลิกดีกว่าคนอื่น ๆ ออกมา 1 คน เพื่อเป็นตัวแทนของผู้เข้ารับการอบรมโดยผู้วิจัยจะให้พนักงานคนดังกล่าวแสดงบทบาทสมมติ (Role Play) เกี่ยวกับการบริการลูกค้าตั้งแต่เริ่มจนจบกระบวนการ ขั้นดำเนินการ 1. ผู้วิจัยนำอภิปรายเรื่องการใช้ถ้อยคำทั้งหมดของผู้ที่ออกมาเป็นตัวแทนแสดงบทบาทสมมติว่ามีความถูกต้องเหมาะสมหรือไม่อย่างไร 2. ให้ทุกคนได้แสดงความคิดเห็นของตนเองเกี่ยวกับการใช้ถ้อยคำในขั้นการบริการต่าง ๆ ตั้งแต่เริ่มบริการจนสิ้นสุดการบริการ โดยไม่ระบุนามว่าความคิดถูกหรือผิดอย่างไร 3. ผู้วิจัยบรรยายถึงคุณสมบัติของการใช้ถ้อยคำที่ดีถูกต้องในการบริการ 4. ผู้วิจัยแจกเอกสารประกอบการอบรมเกี่ยวกับมาตรฐานการใช้คำพูดในการบริการเพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมได้ใช้เป็นแนวทางในการอภิปราย ซึ่งภายในเอกสารประกอบด้วย เนื้อหา เกี่ยวกับคำพูดหรือถ้อยคำที่ใช้ในการบริการตามขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้คือ 4.1 การกล่าวต้อนรับลูกค้า 4.2 การอธิบายคุณภาพของสินค้าตามหลักการขาย 4.3 การรับฟังข้อซักถามของลูกค้า	1. สังเกตจากการตั้งใจฟังของผู้วิจัยบรรยาย 2. จากการตอบข้อซักถามของผู้วิจัย 3. สังเกตจากการออกมาแสดงบทบาทสมมติ (Role Play) 4. สังเกตจากการมีส่วนร่วมในการระดมความคิดเห็นภายในกลุ่ม

โครงการพัฒนาบุคลากรภาพพนักงานขาย

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	วิธีดำเนินการ	การประเมินผล
4 (ต่อ)			4.4 การตอบข้อซักถามของลูกค้า 4.5 การเสนอแนะสินค้า 4.6 การเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ 4.7 การใช้คำพูดเพื่อปิดการขาย 4.8 การกล่าวคำขอบคุณและเชื้อเชิญลูกค้าให้กลับมาใช้บริการในโอกาสต่อไป 5. ผู้วิจัยบรรยายหลักการใช้ถ้อยคำในการบริการประกอบกับเอกสารที่แจกให้ และให้เวลาผู้เข้ารับการอบรม ทำการอ่านและซักซ้อม โดยแจ้งว่าจะทำการสุ่มให้ออกมาแสดงการใช้ถ้อยคำในการบริการ 6. ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการอบรมแบ่งกลุ่มออกมาแสดงการบริการโดยเน้นเรื่องการใช้ถ้อยคำในขั้นตอนต่าง ๆ 7. ผู้วิจัยให้ข้อเสนอแนะที่ถูกต้องแก่กลุ่มที่ออกมาแสดงให้กับผู้เข้ารับการอบรมทุกคนรับฟัง <u>ขั้นสรุป</u> ผู้วิจัยสรุปภาพรวมของการสาธิตของแต่ละกลุ่ม เพื่อให้เห็นภาพของการใช้ถ้อยคำในการบริการทั้งกระบวนการอย่างชัดเจน	

โครงการพัฒนาบุคลากรพนักงานขาย

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	วิธีดำเนินการ	การประเมินผล
5	บุคลิกภาพด้านการแสดงความคิดเห็นและค่าเอาใจใส่ลูกค้า	เพื่อให้ผู้รับการอบรมได้พัฒนาบุคลิกภาพภายในเกี่ยวกับความเอาใจใส่และความสนใจต่อการบริการลูกค้าและการปฏิบัติงานอื่นๆ	<u>ขั้นหน้า</u> ผู้วิจัยยกตัวอย่างลูกค้าหลายๆประเภทว่าถ้าเข้ามาใช้บริการกับพนักงานแล้วความรู้สึกที่มีต่อลูกค้าเป็นอย่างไร เช่น ลูกค้าที่เป็นลูกค้าประจำมีข้อสงสัยเกี่ยวกับเราอยู่เสมอ ลูกค้าที่จำได้ว่ามาเดินชมสินค้าอยู่บ่อยๆ แต่ไม่เคยซื้อสินค้าเลย ลูกค้าที่เป็นเพื่อนหรือคนสนิทกับพนักงาน ซึ่งโดยรวมแล้วพนักงานทุกคนจะมีการแสดงออกต่อการเอาใจใส่ หรือให้ความสนใจลูกค้าแต่ละประเภทไม่เท่ากัน ผู้วิจัยจะสรุปและนำเข้าสู่การอบรมในประเด็นต่างๆยังมี <u>ขั้นตอนการ</u> 1. ผู้วิจัยอธิบายให้ผู้รับการอบรมได้จนถึงการปฏิบัติตนในการให้ความสนใจหรือเอาใจใส่ลูกค้านั้น พนักงานขายมักแสดงออกมาเป็นพฤติกรรมซึ่งสามารถสังเกตได้ หากพนักงานมีความสนใจหรือเอาใจใส่ลูกค้าก็จะเป็นส่วนสำคัญในการส่งเสริมงานบริการให้มีคุณภาพ 2. ผู้วิจัยบรรยายขั้นตอนรายละเอียดวิธีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า โดยมีรายละเอียดที่สำคัญและจำเป็นที่พนักงานควรปฏิบัติดังนี้ เช่น เป็นผู้ที่มีความช่างสังเกต จดจำ ช่างพูด ช่างเขียน มีความละเอียดรอบรู้ รวมถึงความกระตือรือร้นต่อหน้าที่ 3. ผู้วิจัยถามนำว่า ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการกับเรา ซึ่งสามารถแบ่งลูกค้าออกได้หลายประเภท ซึ่งแต่ละประเภทจะมีความต้องการความสนใจและเอาใจใส่แตกต่างกัน และจากประสบการณ์ที่ผ่านมาพนักงานขายหรือผู้เข้าอบรมพบเห็นลูกค้าต้องการให้เอาใจใส่ในเรื่องใดบ้าง	1. สังเกตจากการตอบข้อซักถามของผู้เข้าร่วมอบรม 2. สังเกตจากการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับการเอาใจใส่ลูกค้า 3. สังเกตจากการช่วยกันสรุปของพนักงานผู้เข้าร่วมอบรม

โครงการพัฒนาบุคลากรภาพพนักงานขาย

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	วิธีดำเนินการ	การประเมินผล
5 (ต่อ)			4. ผู้วิจัยอธิบายหลักการและวิธีการดูแลเอาใจใส่ลูกค้า 5. เปิดโอกาสให้ผู้เข้ารับการอบรมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้ความสนใจและเอาใจใส่ลูกค้า 5. ให้ชมของประกอบการอบรม เรื่อง "ใจเขาใจเรา" เป็นเรื่องเกี่ยวกับความต้องการของบุคคลประเภทต่าง ๆ เมื่อตนเองเป็นผู้ให้บริการ 6. สรุปเนื้อหาในของประกอบการอบรมและชี้ให้เห็นเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้าและความต้องการเอาใจใส่ ขั้นสรุป ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการอบรมร่วมกันสรุปและผู้วิจัยสรุปเพิ่มเติมในเรื่องของการแสดงความสนใจเอาใจใส่ลูกค้าในงานบริการ	
6	บุคลิกภาพด้านความมั่นใจในการบริการลูกค้า	เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมพัฒนาบุคลิกภาพเกี่ยวกับความมั่นใจในงานบริการ	ขั้นนำ ผู้วิจัยกล่าวนำเรื่องของของการแสดงออกหรือพฤติกรรมขั้นสูงมาจากความคิดภายใน ซึ่งพฤติกรรมที่แสดงออกมานั้น อาจส่งเสริมหรือทำให้เสียบุคลิกภาพของบุคคลได้ โดยเฉพาะเรื่องความเชื่อมั่นในตนเอง โดยบุคลิกภาพทั้งหมดก็จะส่งผลต่องานบริการและงานขายต่อไป ขั้นตอนการ 1. ผู้วิจัยบรรยายเรื่อง การขาดความเชื่อมั่นในตนเอง เกิดจากความกล้าและความกล้าเกิดจากความคิด 2. ผู้วิจัยนำกิจกรรมการทดสอบความเชื่อมั่นในตนเองที่เกิดจากความกล้าและความคิดดังนี้	1. สังเกตจากการตอบข้อซักถามเรื่องความมั่นใจ 2. สังเกตจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการเดินบนแผ่นไม้ทั้ง 2 รอบ 3. สังเกตจากผลการฝึกอบรมเทคนิคการให้บริการว่าพนักงานเกิดความมั่นใจในการปฏิบัติหรือไม่

โครงการพัฒนาบุคลากรภาพพนักงานขาย

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	วิธีดำเนินการ	การประเมินผล
6 (ต่อ)			2.1 นำไม้กระดานที่มีความแข็งแรง รับน้ำหนักได้มากเป็นร้อยกิโลกรัม ขนาดกว้าง 25 ซม. ยาว 4 เมตร มาวางไว้บนพื้นห้อง แล้วให้ทุกคนเดินผ่านบนไม้จากปลายด้านหนึ่งไปยังอีกปลายหนึ่ง โดยมีให้หลุดออกจากไม้กระดาน ส่วนใหญ่ก็จะเดินผ่านมาได้แล้วถามความรู้สึก 2.2 นำไม้กระดานแผ่นดินมาวางพาดระหว่างโต๊ะที่มีความมั่นคงแข็งแรง แล้วให้ทุกคนเดินข้ามระหว่างโต๊ะ โดยใช้แผ่นไม้เป็นสะพานแล้วถามความรู้สึก (เริ่มมีความรู้สึกกลัว และไม่กล้าข้าม) 2.3 ถามผู้เข้าร่วมการอบรมทุกคนว่า ถ้าไม่แผ่นไม้แผ่นนี้วางพาดระหว่างอาคารสูง 5 ชั้นขึ้นไป แล้วให้เดินข้าม สามารถเดินข้ามได้หรือไม่ และมีความรู้สึกอย่างไรให้ผู้เข้าร่วมการอบรมช่วยกันอภิปราย พร้อมให้เหตุผล 2.4 ผู้วิทยากรบรรยายเรื่องความเชื่อมั่น และสรุป ขั้นสรุป ผู้เข้าร่วมการอบรมร่วมกันสรุป และผู้วิจัยสรุปเพิ่มเติมในเรื่องของความกระตือรือร้น และความเชื่อมั่นในตนเอง 3. ผู้วิทยากรบรรยายเทคนิคและวิธีการให้บริการที่มีคุณภาพเพื่อเสริมสร้างความรู้เกี่ยวกับการบริการให้ผู้เข้ารับการอบรม ฟัง และนำความรู้ที่ได้รับไปปฏิบัติเป็น การสร้างเสริมความเชื่อมั่นของตนเองในการให้บริการลูกค้า โดยเทคนิคและวิธีการที่บรรยายประกอบด้วยเนื้อหา ดังนี้ 3.1 เทคนิคการสร้างควมประทับใจให้แก่ลูกค้าจากการพูดคุย 3.2 การหาคุณสมบัติและคุณภาพของสินค้าเพื่อใช้ในการตอบคำถามลูกค้า 3.3 เทคนิคและวิธีการเสนอแนะสินค้า 3.4 เทคนิคการสร้างควมพึงพอใจในการบริการ	

โครงการพัฒนาบุคลากรภาพพนักงานขาย

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	วิธีดำเนินการ	การประเมินผล
6 (ต่อ)			4. ผู้วิจัยแบ่งกลุ่มผู้เข้ารับการอบรมเพื่อออกมาฝึกซ้อมเทคนิควิธีการให้บริการที่ได้บรรยาย เพื่อให้ปฏิบัติจนเกิดทักษะความชำนาญ พนักงานจะเกิดความมั่นใจเมื่อต้องบริการให้แก่ลูกค้า <u>ขั้นสรุป</u> ผู้วิจัยสรุปการสร้างควมมั่นใจให้กับตัวเองในการทำงานและการให้บริการแก่ลูกค้า เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมเห็นแนวทางในการสร้างความมั่นใจ	
7	บุคลิกภาพด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า	เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมมีความรู้เรื่องการแก้ปัญหาและตัดสินใจตลอดจนการพัฒนาบุคลิกภาพด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี	<u>ขั้นนำ</u> ผู้วิจัยกล่าวนำเรื่องความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหา โดยบอกสูตรของปัญหาว่า $P = E - O$ ปัญหาจะมากน้อยขึ้นอยู่กับความคาดหวังกับสิ่งที่เกิดขึ้นจริง และผู้วิจัยบรรยายให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีทัศนคติที่ดีต่อปัญหาที่เกิดขึ้นว่า ทุกปัญหามีช่องทาง มีใช้ทุกช่องทางมีปัญหา <u>ขั้นตอนการ</u> 1. ผู้วิจัยซักถามนำว่าพนักงานขายเคยประสบหรือพบปัญหาจากการบริการลูกค้าและไม่สามารถแก้ไขได้ทันทีทันใดหรือไม่ ถ้าหากเคยปัญหานั้นเป็นอย่างไร 2. ระดมปัญหาต่าง ๆ ที่พนักงานออกมาขึ้นกระดานอย่างละเอียดทุกปัญหา 3. ร่วมกันอภิปรายเกี่ยวกับปัญหาที่ได้ระดมมาเพื่อหาทางป้องกันและแก้ไขได้ในทันทีทันใด	1. สังเกตจากการตอบข้อซักถามเกี่ยวกับประสบการณ์ที่พบปัญหา 2. สังเกตจากการแสดงความคิดเห็นในการอภิปรายการแก้ปัญหา 3. ประเมินจากพฤติกรรม การฝึกแก้ปัญหาหาการบริการจากกรณีศึกษา 4. สังเกตความสนใจเกี่ยวกับคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญจากฝ่ายผลิต เรื่องการแก้ไขและซ่อมแซมสินค้าเบื้องต้น

โครงการพัฒนาบุคลากรพนักงานขาย

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	วิธีดำเนินการ	การประเมินผล
7 (ต่อ)			4. ผู้วิจัยบรรยายวิธีการแก้ปัญหาด้วยกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ โดยเริ่มจากการวิเคราะห์ปัญหา หาสาเหตุของปัญหา ผลกระทบจากปัญหา การแก้ไข และป้องกันปัญหา เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมรู้จักวิธีการแก้ปัญหาที่ถูกต้องและ ไม่มีความรู้สึกกลัวเมื่อเกิดปัญหานั้น 5. ผู้วิจัยแบ่งผู้เข้ารับการอบรมเป็น 4 กลุ่ม เพื่อฝึกแก้ปัญหาการบริการ จากกรณีศึกษาที่ผู้วิจัยได้เตรียมไว้ 6. ผู้วิจัยบรรยายเรื่องผังแสดงการทำงานของหน่วยงานสนับสนุนและบริการ ของสำนักงานใหญ่ ตลอดจนวิธีการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ โดยเฉพาะหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ 7. ผู้วิจัยเชิญผู้เชี่ยวชาญจากฝ่ายผลิตมาให้คำแนะนำเกี่ยวกับวิธีการแก้ไข และซ่อมแซมสินค้าเบื้องต้น เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมมีความรู้ความสามารถในการบริการซ่อมแซมและแก้ไขสินค้าเบื้องต้นให้แก่ลูกค้าได้ <u>บทสรุป</u> ผู้วิจัยสรุปความเข้าใจเรื่องการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าและสร้างทัศนคติ ที่ต่อการมองปัญหาที่เกิดขึ้น	

โครงการพัฒนาบุคลากรพนักงานขาย

ครั้งที่	เรื่อง	วัตถุประสงค์	วิธีดำเนินการ	การประเมินผล
8	ปัจฉิมนิเทศ	เพื่อสรุปผลของการพัฒนาบุคลากรของพนักงานขาย	<u>ขั้นนำ</u> ผู้วิจัยนำกิจกรรมกลุ่มสัมพันธ์ โดยให้ร้องเพลง "รวมใจวันหนึ่ง" แล้วให้แบ่งกลุ่ม 4 กลุ่ม เพื่อแสดงท่าทางการบรรเลงดนตรีไทยประกอบเพลง เพื่อสร้างความสนุกสนาน และแสดงออกถึงความเป็นพวกพ้องกัน <u>ขั้นตอนดำเนินการ</u> 1. ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการอบรม ช่วยกันสรุปเกี่ยวกับบุคลิกภาพพนักงานบริการหลังจากที่ได้เข้าร่วมโครงการ 2. ผู้วิจัยให้ผู้เข้ารับการอบรม สรุปถึงประโยชน์ที่จะได้รับหลังจากการเข้าร่วมโครงการนี้ รวมถึงแนวทางในการนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน 3. ผู้วิจัยนำกิจกรรมอำลา โดยร้องเพลงที่แสดงถึงความผูกพันกัน เช่น เพลง "ด้วยรักและผูกพัน" และจบลงด้วยเพลง "ดอกไม้ให้คุณ" 4. ผู้วิจัยเชิญผู้บริหารระดับสูงมามอบดอกกุหลาบให้กับผู้เข้ารับการอบรม ในขณะที่กำลังร้องเพลง "ดอกไม้ให้คุณ" อยู่ โดยที่ไม่ได้บอกกล่าวให้ผู้เข้ารับการอบรมทราบล่วงหน้า เพื่อเป็นการสร้างความประหลาดใจ และประทับใจในกิจกรรมนี้ <u>ขั้นสรุป</u> ผู้วิจัยกล่าวขอบคุณผู้เข้ารับการอบรม และผู้บริหารระดับสูง และเชิญผู้บริหารระดับสูงกล่าวสรุป พร้อมให้โอวาท และกล่าวปิดโครงการ	1. สังเกตจากการสรุปผลเข้าร่วมโครงการพัฒนาบุคลิกภาพพนักงานขาย 2. สังเกตจากพฤติกรรมการร่วมร้องเพลงอำลา และการมอบดอกไม้จากผู้บริหารระดับสูง 3. สังเกตจากการสรุปประโยชน์การนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน

ภาคผนวก ข
แบบสอบถามที่ใช้ในการทำวิจัย

แบบสอบถาม

เรื่อง บุคลิกภาพพนักงานขาย

คำอธิบาย

วัตถุประสงค์ของแบบสอบถามชุดนี้ สร้างขึ้นเพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของพนักงานขาย ในด้านบุคลิกภาพ โดยข้อมูลที่ได้รับในครั้งนี้จะประโยชน์ในการวางแผนทางการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขายให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะต่างๆ ของท่านในครั้งนี้ผู้วิจัยจะเก็บรักษาไว้เป็นความลับ โดยจะใช้ให้เป็นประโยชน์เฉพาะในการศึกษาด้านวิชาการเท่านั้น ไม่เกี่ยวข้องกับการประเมินผลการปฏิบัติงานใด ๆ ของท่านทั้งสิ้น จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการ พิจารณาคณะคุณลักษณะต่าง ๆ ทั้ง 7 ด้าน ต่อไปนี้ว่าท่าน มีคุณลักษณะต่อไปนี้อยู่ในระดับใด ทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริง (โปรดตอบให้ครบทุกข้อ)

ผู้ตอบชื่อ.....นามสกุล.....อายุ.....ปี

คุณลักษณะของพนักงานขาย	จริง ที่สุด	จริง	จริงบ้าง ไม่จริงบ้าง	ไม่จริง	ไม่จริง เลย
1. ด้านรูปร่างหน้าตา					
1.1 ข้าพเจ้าดูแลเอาใจใส่ความสะอาดของ ร่างกาย.....					
1.2 ก่อนปฏิบัติงานข้าพเจ้าจะแต่งหน้าทำผม เพื่อความพร้อม.....					
1.3 การแต่งหน้าและทำผมของข้าพเจ้ามีความ เหมาะสมกับใบหน้าของข้าพเจ้า.....					
1.4 ข้าพเจ้าให้ความสำคัญในการรักษาทรวดทรงและ ควบคุมน้ำหนักให้เหมาะสมกับหน้าที่งาน.....					
2. ด้านการแต่งกาย					
2.1 ข้าพเจ้าดูแลรักษาความสะอาดของเสื้อผ้าให้ สะอาดเรียบร้อย ทั้งในและนอกเวลาปฏิบัติงาน.....					

คุณลักษณะของพนักงานขาย	จริง ที่สุด	จริง	จริงบ้าง ไม่จริงบ้าง	ไม่จริง	ไม่จริง เลย
2.2 เครื่องแบบที่ข้าพเจ้าสวมใส่ มีความเหมาะสมกับ รูปร่าง.....					
2.3 ข้าพเจ้าไม่สวมใส่เครื่องประดับต่างๆ ให้ เครื่องแบบเกิดความรกรุงรัง.....					
2.4 ข้าพเจ้าคิดว่าไม่จำเป็นต้องแต่งเครื่องแบบทุกวัน.....					
3. ด้านกิริยาท่าทาง					
3.1 ข้าพเจ้าปฏิบัติต่อลูกค้าทุกคนด้วยความสุภาพ ไม่ว่าจะซื้อหรือไม่ซื้อสินค้าก็ตาม.....					
3.2 เมื่อลูกค้าเข้ามาเลือกชมหรือซื้อสินค้าข้าพเจ้าจะ ให้ความสำคัญและกระตือรือร้นในการต้อนรับ.....					
3.3 ข้าพเจ้ารับฟังความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับ สินค้าหรือบริการด้วยความตั้งใจ.....					
3.4 เมื่อลูกค้าเข้ามาเลือกชมหรือซื้อสินค้าเป็นเวลา นาน ๆ และไม่ซื้อสินค้า ข้าพเจ้าจะรู้สึกหงุดหงิด.....					
4. ด้านการใช้ถ้อยคำในการบริการ					
4.1 ข้าพเจ้าจะใช้วิธีการอธิบายคุณภาพของสินค้า ให้ลูกค้าฟัง โดยไม่ปล่อยให้ลูกค้าดูเฉย ๆ.....					
4.2 สินค้าที่แนะนำให้ลูกค้าเป็นสินค้าที่ข้าพเจ้าเลือก ดูแล้ว ว่าเหมาะสมกับบุคลิกภาพของลูกค้าจริง.....					
4.3 ข้าพเจ้าจะกล่าวขอบคุณลูกค้าทุกครั้งที่ลูกค้าให้ ความสนใจมาเลือกชมและซื้อสินค้า.....					
4.4 เมื่อลูกค้ามีข้อซักถาม ข้าพเจ้าจะฟังและตอบ ข้อซักถามนั้นด้วยความตั้งใจ.....					

คุณลักษณะของพนักงานขาย	จริง ที่สุด	จริง	จริงบ้าง ไม่จริงบ้าง	ไม่จริง	ไม่จริง เลย
5. ด้านการแสดงความสนใจเอาใจใส่					
5.1 ข้าพเจ้าให้ความเอาใจใส่ลูกค้าทุกคนที่เข้ามา แวะชมสินค้า					
5.2 การให้บริการแก่ลูกค้าข้าพเจ้าจะบริการตาม ความต้องการของลูกค้า.....					
5.3 ในการเสนอสินค้าข้าพเจ้าจะปฏิบัติด้วยความ กระตือรือร้น.....					
5.4 ข้าพเจ้ามักสืบสนว่าลูกค้ามีความต้องการอะไรแน่					
6. ด้านความมั่นใจในการให้บริการลูกค้า					
6.1 ข้าพเจ้าไม่ทราบว่าจะพูดอย่างไรจึงจะทำให้ ลูกค้าประทับใจ					
6.2 ในการตอบคำถามเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้า ข้าพเจ้าไม่มั่นใจว่าลูกค้าจะเข้าใจหรือไม่					
6.3 ข้าพเจ้าต้องการที่จะแนะนำสินค้าให้แก่ลูกค้า แต่ไม่ทราบว่าจะพูดอย่างไร.....					
6.4 ข้าพเจ้าพยายามให้บริการแก่ลูกค้า อย่างดีที่สุด แต่ไม่แน่ใจว่า ลูกค้าจะพอใจหรือไม่.....					
7. ด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า					
7.1 เมื่อลูกค้ามีปัญหาในเรื่องใดก็ตาม ข้าพเจ้า สามารถให้ความช่วยเหลือได้.....					
7.2 การแก้ปัญหาของลูกค้า ข้าพเจ้าต้องอาศัย ไหวพริบในการแก้ปัญหา.....					
7.3 เมื่อสินค้าที่ลูกค้าซื้อไปเกิดปัญหาข้าพเจ้า สามารถซ่อมแซมสินค้าให้ได้					
7.4 หากลูกค้าต้องการความช่วยเหลือจากหน่วยงาน บริการข้าพเจ้าสามารถติดต่อประสานงานให้ได้.....					

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือ

แบบสอบถาม เรื่อง บุคลิกภาพพนักงานขาย

คำอธิบาย

วัตถุประสงค์ของแบบสอบถามชุดนี้ สร้างขึ้นเพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของพนักงานขาย ในด้านบุคลิกภาพ โดยข้อมูลที่ได้รับในครั้งนี้จะประโยชน์ในการวางแผนทางการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขายให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และข้อมูลจากคำตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะต่างๆของท่านในครั้งนี้ผู้วิจัยจะเก็บรักษาไว้เป็นความลับ โดยจะใช้ให้เป็นประโยชน์เฉพาะในการศึกษาด้านวิชาการเท่านั้น ไม่เกี่ยวข้องกับการประเมินผลการปฏิบัติงานใด ๆ ของท่านและพนักงานทั้งสิ้น จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการ พิจารณาคณะคุณลักษณะต่าง ๆ ทั้ง 7 ด้าน ต่อไปนี้ว่าพนักงานขายภายใต้การควบคุมดูแลของท่าน มีคุณลักษณะต่อไปนี้อยู่ในระดับใด ทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับความเป็นจริง (โปรดตอบให้ครบทุกข้อ)

ผู้ตอบชื่อ.....นามสกุล.....อายุ.....ปี
ประเมินพนักงานชื่อ.....นามสกุล.....อายุ.....ปี

คุณลักษณะของพนักงานขาย	จริง ที่สุด	จริง	จริงบ้าง ไม่จริงบ้าง	ไม่จริง	ไม่จริง เลย
1. ด้านรูปร่างหน้าตา					
1.1 พนักงานขายดูแลเอาใจใส่ความสะอาดของ ร่างกาย					
1.2 ก่อนการปฏิบัติงาน พนักงานขาย จะตรวจ สอบความพร้อมในการแต่งหน้าและทำผม					
1.3 พนักงานขายแต่งหน้าทำผมได้เหมาะสมกับ ใบหน้า					
1.4 พนักงานขายไม่ได้ให้ความสนใจในการดูแล รักษาทรวดทรงและควบคุมน้ำหนัก					
2. ด้านการแต่งกาย					
2.1 พนักงานขาย รักษาความสะอาดของเสื้อผ้า					

คุณลักษณะของพนักงานขาย	จริง ที่สุด	จริง	จริงบ้าง ไม่จริงบ้าง	ไม่จริง	ไม่จริง เลย
2.2 พนักงานขายสวมใส่เครื่องแบบเหมาะสมกับ รูปร่าง.....					
2.3 พนักงานขาย ไม่นำเครื่องประดับอื่นมาตกแต่ง เครื่องแบบให้รุงรัง.....					
2.4 พนักงานขาย มีความคิดว่าไม่จำเป็นต้องแต่ง เครื่องแบบทุกวัน.....					
3.ด้านกิริยาท่าทาง					
3.1 ไม่ว่าลูกค้าจะซื้อสินค้าหรือไม่พนักงานขาย ก็ปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความสุภาพ					
3.2 พนักงานขายแสดงความกระตือรือร้นต้อนรับ รับลูกค้าเมื่อลูกค้ามาซื้อสินค้า.....					
3.3 เมื่อลูกค้าแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้า พนักงานขายรับฟังลูกค้าด้วยความตั้งใจ.....					
3.4 พนักงานขายแสดงอาการหงุดหงิดเมื่อลูกค้าใช้ เวลาเลือกซื้อสินค้านานแล้วไม่ตกลงใจซื้อสินค้า.....					
4 ด้านการใช้ถ้อยคำในการบริการ					
4.1 พนักงานขายอธิบายให้ลูกค้าฟังเกี่ยวกับ คุณภาพของสินค้า.....					
4.2 พนักงานขายแนะนำสินค้าที่เหมาะสมกับ บุคลิกภาพของลูกค้า.....					
4.3 พนักงานขายกล่าวขอบคุณลูกค้าทุกครั้ง ที่ลูกค้าให้ความสนใจสินค้า.....					
4.4 พนักงานขายรับฟังและตอบข้อซักถามของ ลูกค้าด้วยความใส่ใจ.....					

คุณลักษณะของพนักงานขาย	จริง ที่สุด	จริง	จริงบ้าง ไม่จริงบ้าง	ไม่จริง	ไม่จริง เลย
5 ด้านการแสดงความสนใจเอาใจใส่					
5.1 พนักงานขายเอาใจใส่ต่อลูกค้าเมื่อลูกค้า แวะมาชมสินค้า.....					
5.2 พนักงานขายให้บริการลูกค้าตามความ ต้องการของลูกค้า.....					
5.3 พนักงานขายแสดงความกระตือรือร้น ในการเสนอขายสินค้า.....					
5.4 พนักงานขายไม่ค่อยเข้าใจความต้องการของลูกค้า					
6 ด้านความมั่นใจในการให้บริการลูกค้า					
6.1 พนักงานขายไม่ทราบว่าจะพูดกับลูกค้า อย่างไรจึงจะทำให้ลูกค้าประทับใจ.....					
6.2 พนักงานขายไม่มีความมั่นใจในการตอบ คำถามของลูกค้าเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้า.....					
6.3 พนักงานขายรู้สึกลังเลใจในการแนะนำสินค้า ไม่ทราบว่าจะพูดกับลูกค้าอย่างไร.....					
6.4 พนักงานขายไม่แน่ใจว่าลูกค้าจะพอใจ เกี่ยวกับการให้บริการของตนเพียงใด.....					
7 ด้านความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า					
7.1 เมื่อลูกค้ามีปัญหาในเรื่องใดก็ตาม พนักงานขายสามารถให้ความช่วยเหลือ.....					
7.2 พนักงานขายมีไหวพริบในการแก้ไขปัญห ของลูกค้า.....					
7.3 พนักงานขายให้บริการแก้ไขซ่อมแซมสินค้า ของลูกค้าที่ซื้อไปได้.....					
7.4 พนักงานขายช่วยติดต่อประสานงานกับหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ เมื่อลูกค้าต้องการได้.....					

ภาคผนวก ค
แบบสอบถามที่ใช้ในการสำรวจเบื้องต้น

แบบสอบถาม ด้านบริการของพนักงานขาย

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อขอทราบความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับด้านบุคลิกภาพการบริการของพนักงานขาย Flynow เพื่อให้ข้อมูลนี้เป็นแนวทางพัฒนาพนักงานขายให้สามารถสร้างความพึงพอใจในการบริการแก่ท่านและลูกค้าท่านอื่นต่อไปทางบริษัทฯ ต้องขอขอบคุณในความร่วมมือในครั้งนี้

เขต.....ห้างที่นำไปบริการ.....

ท่านรู้สึกพึงพอใจในด้านพนักงานขาย FLY NOW ที่ให้บริการแก่ท่านในด้านต่าง ๆ ต่อไปนี้ในระดับใด

บริการที่ได้รับ	ระดับความพึงพอใจ				
	พอใจมาก	พอใจ	พอ 7	ไม่พอใจ	ไม่พอใจมาก
1. พนักงานมีความสดใส ร่าเริง ยิ้มแย้มแจ่มใส ทางใบหน้า	☐	☐	☐	☐	☐
2. การสวมใส่ชุดยูนิฟอร์มหรือการแต่งกายของพนักงานขาย	☐	☐	☐	☐	☐
3. กิริยาท่าทางของพนักงานขายในขณะที่ให้บริการแก่ท่าน	☐	☐	☐	☐	☐
4. การแนะนำสินค้าและการพูดคุยกับท่านในขณะที่ให้บริการ	☐	☐	☐	☐	☐
5. พนักงานให้ความสนใจและให้ความสะดวกสบายแก่ท่านในการเลือกชมและซื้อสินค้า	☐	☐	☐	☐	☐
6. ความน่าไว้วางใจในคำแนะนำและการบริการอื่น ๆ ของพนักงานขาย	☐	☐	☐	☐	☐
7. พนักงานมีความสุภาพอ่อนโยนในการให้บริการ	☐	☐	☐	☐	☐
8. พนักงานขายไม่ได้โต้เถียง เพื่อเอาชนะในความคิดของคุณ	☐	☐	☐	☐	☐
9. พนักงานมีความกล้าแสดงออกในการให้บริการด้านต่าง ๆ	☐	☐	☐	☐	☐
10. การมาชมหรือซื้อสินค้าในครั้งนี้ท่านรู้สึกพอใจในตัวพนักงานขาย FLY NOW	☐	☐	☐	☐	☐

ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์
บริษัท ซีอาร์ซี ครีเอชั่น จำกัด(มหาชน)

ภาคผนวก ง
จดหมายขออนุญาตในการทำวิจัย

1 มิถุนายน 2543

เรื่อง ขออนุญาตศึกษาหาข้อมูลเพื่อทำสารนิพนธ์

เรียน คุณสมชัย ส่งวัฒนา

กรรมการผู้จัดการ บริษัท ซีอาร์ซี ครีเอชั่น จำกัด (มหาชน)

ตามที่บริษัทฯ ได้อนุญาตให้ดิฉัน นางสาวสิริลักษณ์ พงศ์นาวัน ตำแหน่งผู้ช่วยผู้จัดการ ส่วนทรัพยากรมนุษย์ เข้ารับการศึกษาต่อในระดับมหาบัณฑิต เอกจิตวิทยาการแนะแนว มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร ซึ่งบัดนี้ถึงเวลาที่จะต้องดำเนินการศึกษาค้นคว้างานวิจัยเพื่อเป็นส่วน หนึ่งของการศึกษาในระดับนี้ ซึ่งดิฉันได้ให้ความสนใจในเรื่อง "การพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย" ของบริษัทฯ เป็นพิเศษ เนื่องจากมีความเกี่ยวข้องและเป็นงานที่อยู่ในความรับผิดชอบส่วนหนึ่ง ประกอบกับได้รับการพิจารณาจากคณะกรรมการบริหารหลักสูตรของภาควิชา อนุมัติให้ดำเนินการทำ วิจัยในหัวข้อเรื่องดังกล่าวได้ ซึ่งประกอบด้วยคณะกรรมการควบคุมการทำสารนิพนธ์คือ

ศ.ดร. ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์ ประธาน

รศ.ดร. คมเพชร จัตรศุภกุล กรรมการ

ดังนั้นเพื่อให้งานวิจัยดังกล่าวสำเร็จลุล่วงไปได้ อีกทั้งยังสามารถนำผลของการวิจัยในครั้งนี้มาเป็นแนว ทางในการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขายของบริษัทฯ ให้มีประสิทธิภาพ ทั้งด้านงานขายและงาน บริการ ดังนั้นจึงใคร่ขออนุญาตจากท่านดำเนินการศึกษาหาข้อมูลเพื่อใช้ในการในงานวิจัยดังนี้

1. เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากลูกค้าที่มาใช้บริการในร้านค้า FLY NOW เพื่อใช้ ประเมินผลความพึงพอใจต่อการแสดงออกด้านบุคลิกภาพของพนักงานขาย
 2. สัมภาษณ์ SUPERVISOR และผู้จัดการส่วนการขาย ผู้บังคับบัญชาโดยตรงของ พนักงานขาย เพื่อนำข้อมูลมาสร้างเกณฑ์และกำหนดความคาดหวังของพนักงานขาย
 3. ทดสอบโดยใช้แบบวัดบุคลิกภาพของพนักงานขาย เพื่อนำพนักงานขายที่ได้รับ คะแนนต่ำกว่าเกณฑ์กำหนดมาเข้ารับการอบรม โครงการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย
 4. จัดฝึกอบรมพนักงานขาย จำนวน 8 ครั้ง ตั้งแต่เวลา 8.00 - 11.00 น.
- การดำเนินการตามขั้นตอนดังกล่าว เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม - 31 ตุลาคม 2543

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุมัติ

อนุมัติ.....

(นายสมชัย ส่งวัฒนา)

กรรมการผู้จัดการ

ขอแสดงความนับถือ

(นางสาวสิริลักษณ์ พงศ์นาวัน)

ผู้ช่วยผู้จัดการส่วนทรัพยากรมนุษย์

Job Description
ใบพรรณานำทำงาน
บริษัท ซีอาร์ซี ครีเอชั่น จำกัด (มหาชน)

ชื่อตำแหน่ง พนักงานขาย (PC)

สังกัด ส่วนการขายฟลายนาว ฝ่ายธุรกิจ 1

หน้าที่หลัก ให้บริการแนะนำ อำนวยความสะดวกและขายสินค้าให้แก่ลูกค้า ณ จุดการขาย
 ในห้างสรรพสินค้า ด้วยการมีบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและสุภาพ

สายการบังคับบัญชา

1. ผู้บังคับบัญชา รายงานตรงต่อ Sales Supervisor
2. ผู้ใต้บังคับบัญชา ไม่มี

งานรับผิดชอบประจำ

1. ให้การต้อนรับ และให้บริการลูกค้า/ผู้ให้บริการ ด้วยความรวดเร็ว ฉับไว จริงใจ ถูกต้องเหมาะสมเพื่อให้ลูกค้า/ผู้ให้บริการ ได้รับในสิ่งที่ต้องการ และสร้างความพึงพอใจ ประทับใจให้แก่ลูกค้าที่มาใช้บริการ
2. รักษาความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ของพื้นที่ขายสินค้าตัวเฟอร์นิเจอร์ ตู้โชว์ ให้สวยงามและจงใจให้ลูกค้าเลือกชมสินค้า
3. ตรวจสอบสินค้าคงคลัง ดูแลความปลอดภัยและป้องกันการสูญหายตลอดจนเพิ่มเติมสินค้าให้พอเพียง
4. รับผิดชอบและดูแลสินค้าในส่วนที่ตนรับผิดชอบให้มีความพอเพียงต่อความต้องการทั้งในด้านปริมาณ และคุณภาพ ลักษณะประเภทของตัวสินค้า
5. รักษาระเบียบวินัยของบริษัทและของห้างสรรพสินค้าที่ประจำอยู่ และปฏิบัติตามกำลังของผู้บังคับบัญชา ตลอดจนรักษามารยาท บุคลิกภาพ ท่าทาง การพูดเกี่ยวกับการขาย การบริการ หรือการแนะนำ
6. ให้คำแนะนำ ให้ความรู้ในตัวสินค้าต่อลูกค้า ผู้ให้บริการและอำนวยความสะดวก ในการเลือกหา ตลอดจนแนะนำสินค้าอื่น ๆ ที่มีอยู่ภายในบริษัทฯ ให้ลูกค้าทราบ เพื่อสร้างความประทับใจ และมีความต้องการซื้อสินค้า

7. ดูแลความพร้อม ณ จุดขายให้ดูสวยงาม การจัด Display สินค้า จัดสินค้าให้เป็นระเบียบเรียบร้อย และดูสะอาดตา เพื่อจูงใจลูกค้าให้เข้ามาเลือกซื้อสินค้า

8. รายงานการขายประจำวัน รายสัปดาห์ และรายเดือน พร้อมทั้งตัด Stock แก่ Supervisor

9. รายงานการจัดรายการต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ณ จุดขายของกลุ่มแข่งขัน ติดตามยอดขายและอันดับการขายสินค้าของกลุ่มแข่งขัน

10. ดูแลความเคลื่อนไหวของยอดขายสินค้าแต่ละตัวที่รับผิดชอบพร้อมทั้งศึกษา หาวิธีพัฒนายอดขายของแต่ละสินค้าให้เพิ่มขึ้น

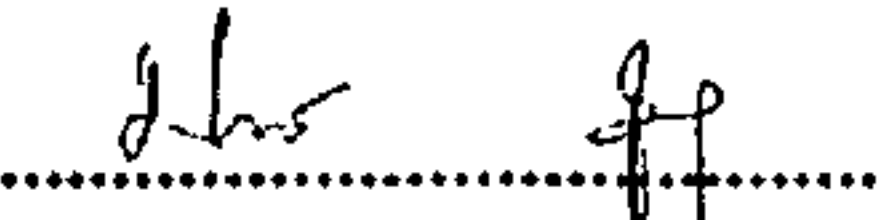
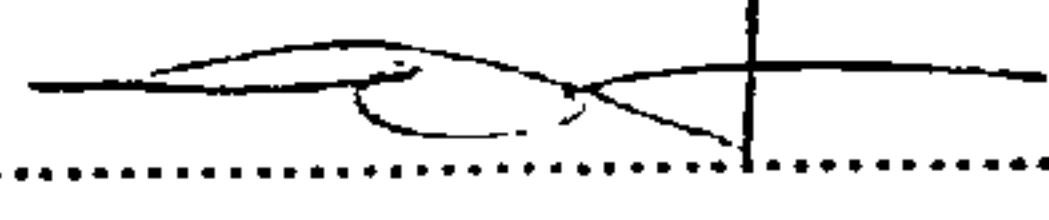
11. ศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้าใหม่ ๆ ที่รับผิดชอบ เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าให้ถูกต้อง

12. ตรวจเช็คอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการขาย เช่น อุปกรณ์ไฟฟ้า กุญแจตู้ ปลั๊กไฟ เตารีด ให้พร้อมที่จะให้บริการลูกค้า

13. งานอื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมายจากผู้บังคับบัญชา

คุณสมบัติของบุคคลที่ทำงานในตำแหน่งนี้

1. เพศหญิง อายุ 18 - 25 ปี
2. วุฒิการศึกษา มัธยมศึกษาปีที่ 6 ขึ้นไป
3. ความสูง 155 ขึ้นไป
4. น้ำหนักเหมาะสมสอดคล้องกับส่วนสูง
5. บุคลิกภาพดี กิริยามารยาทสุภาพ เรียบร้อย และมนุษยสัมพันธ์ดี

เสนอ	พิจารณา	อนุมัติ
 (นางสาวมณี รุจิพุดิ) หัวหน้าแผนกทรัพยากรมนุษย์ วันที่ 13 / 4 / 40	 (นางสาวสิริลักษณ์ พงศ์นาวัน) ผู้ช่วยผู้จัดการส่วน วันที่ 14 / 4 / 40	 (นายสมชัย ส่องวัฒนา) กรรมการผู้จัดการ วันที่ / /

ภาคผนวก จ

ตารางแสดงค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามบุคลิกภาพพนักงานขาย

ตาราง 8 แสดงค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามบุคลิกภาพพนักงานขาย

ข้อที่	t		ข้อที่	t	
	บุคลิกภาพ พนักงานขาย ฉบับพนักงานขาย	บุคลิกภาพ พนักงานขายฉบับ หัวหน้าแผนก		บุคลิกภาพ พนักงานขาย ฉบับพนักงานขาย	บุคลิกภาพ พนักงานขาย ฉบับหัวหน้า แผนก
ด้านรูปร่าง หน้าตา			15	3.45	9.53
1	3.37	9.38	16	2.76	7.59
2	3.46	6.51	ด้านการแสดง ความสนใจ เอาใจใส่ลูกค้า		
3	5.32	7.00	17	3.76	8.20
4	5.72	6.66	18	1.83	6.34
ด้านการ แต่งกาย			19	4.97	8.80
5	4.97	5.81	20	6.84	6.27
6	5.33	5.97	ด้านความมั่นใจ ในการบริการ ลูกค้า		
7	3.91	5.69	21	5.93	3.55
8	2.86	2.35	22	2.51	3.76
ด้านกิริยา ท่าทาง			23	2.53	4.31
9	2.76	6.16	24	0.61	2.67
10	1.97	7.14	ด้านความสามารถ ในการแก้ปัญหา เฉพาะหน้า		
11	2.38	7.14	25	4.02	5.93
12	4.10	3.33	26	3.28	5.60
ด้านการใช้ ถ้อยคำใน การบริการ			27	2.38	5.60
13	3.37	6.61	28	1.42	6.34
14	1.00	5.20			

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามบุคลิกภาพพนักงานขายฉบับพนักงานขาย = .86

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามบุคลิกภาพพนักงานขายฉบับหัวหน้าแผนก = .96

ประวัติย่อของผู้วิจัย

ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ นางสาวสิริลักษณ์ พงศ์นาวัน

วันเดือนปีเกิด 13 สิงหาคม 2509

สถานที่เกิด อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

สถานที่อยู่ปัจจุบัน 42/62 หมู่บ้านอ้อมน้อย ถนนพุทธมณฑลสาย 5 ตำบลอ้อมน้อย
อำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร

ตำแหน่งหน้าที่การงาน ผู้ช่วยผู้จัดการส่วนทรัพยากรมนุษย์

สถานที่ทำงาน บริษัท ซีอาร์ซี ครีเอชั่น จำกัด (มหาชน)
67 ถนนจรัสสินทวงศ์ เขตบางพลัด กรุงเทพฯ 10700

ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2528	มัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนชลกันยานุกูล จังหวัดชลบุรี
พ.ศ.2532	การศึกษาระดับบัณฑิต (จิตวิทยาการแนะแนว) (เกียรตินิยมอันดับ 1) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร
พ.ศ.2544	การศึกษามหาบัณฑิต (จิตวิทยาการแนะแนว) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร