



ความสัมพันธ์ระหว่าง การมองโลกในแง่ดี ความรู้เกี่ยวกับงานและทักษะ กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย*

ศรุตดา ศรีศิริ**

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับการมองโลกในแง่ดี ความรู้เกี่ยวกับงานและทักษะของพนักงานขาย 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการมองโลกในแง่ดี ความรู้เกี่ยวกับงานและทักษะกับผลการปฏิบัติงาน ของพนักงานขาย 3) ศึกษาความสัมพันธ์เชิงทำนาย ระหว่างการมองโลกในแง่ดี ความรู้เกี่ยวกับงานและทักษะกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ พนักงานขายในบริษัทมหาชนจำนวน 264 คน เก็บรวบรวมโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์อย่างง่าย และ การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า พนักงานขายส่วนใหญ่มีระดับการมองโลกในแง่ดี ความรู้เกี่ยวกับงานและทักษะ ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความรู้เกี่ยวกับตลาดและลูกค้า ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ในระดับสูงสุด และพบว่า การมองโลกในแง่ดี ความรู้เกี่ยวกับงานและทักษะของพนักงานขาย มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05, .01 และ .01 ตามลำดับ ตัวแปรที่สามารถพยากรณ์ผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายได้คือ ทักษะ โดยมีอำนาจการพยากรณ์ ร้อยละ 13.9 ผลการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการสรรหาและพัฒนาพนักงานขาย ซึ่งจะนำไปสู่ความสำเร็จของบริษัทต่อไป

คำสำคัญ : การมองโลกในแง่ดี ความรู้เกี่ยวกับงาน ทักษะ ผลการปฏิบัติงาน

* ส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้

** นักศึกษาปริญญาโท



The Relationship among Optimism, Job Knowledge and Skills and Sales Persons' Job Performance^{*}

Saruda Srisiri^{**}

Abstract

The objectives of this research were to study 1) the sales persons' level of optimism, job knowledge and skills; 2) the relationship among these variables; and 3) predictive correlations among the variables and their job performance. A questionnaire was administered to a sample of 264 sales persons in a public company. Statistics were used to analyse the data obtained in terms of percentage, mean, standard deviation, testing hypotheses using simple correlation and multiple regression. It was revealed that most sales persons rated their level of optimism, job knowledge and skills as high. In particular, marketing and customers knowledge and human skills were rated as highest. Optimism was found to have a positive relationship with their job performance at .05 level of significance. Their job knowledge and skills were also found to have a positive relationship with their job performance at .01 level of significance. The variable that could predict the sales persons' job performance was their skills which had a predictive ability of 13.9 percent. The results of this study could be applied in recruiting and developing sales persons which will lead to future success of the company.

Key words: Optimism; Job Knowledge; Skills; Job Performance

^{*} Part of Thesis for the Master Degree of Business Administration, Southern College of Technology.

^{**} Graduate Student.



บทนำ

การมองโลกในแง่ดี (Optimism) เป็นประเด็นหนึ่งที่ผู้สนใจโดยทั่วไปเชื่อว่าสามารถทำให้คุณภาพชีวิตมนุษย์ดีขึ้นได้ ดังที่ Seligman (1998) ได้ให้ความหมายว่าเป็นสิ่งที่ดี ทำให้มีความสุข ทำให้ใช้ชีวิตและการทำงานได้ดีขึ้น บุคคลเหล่านี้จะมีความคาดหวัง ในการปฏิบัติงานให้สำเร็จ มุ่งมั่นเอาชนะต่ออุปสรรคหรือความยากลำบากที่จะต้องเผชิญ และมีความรู้สึกดีกับงาน อันเป็นผลดีที่จะส่งผลให้เกิดความสำเร็จในการทำงาน พนักงานขายเหล่านี้จะรับรู้ความสามารถของตนเองได้ดี และกล้าที่จะฟันฝ่าอุปสรรค จะสามารถพัฒนาการขายให้มีประสิทธิภาพสูง Seligman (1998) พบว่า พนักงานขายที่มองโลกในแง่ดีจะประสบความสำเร็จในการติดต่อกับลูกค้าและมียอดขายมากกว่าพนักงานขายที่มองโลกในแง่ร้าย รวมถึงมีอัตราการลาออกที่น้อยกว่า

ความรู้เกี่ยวกับงาน (Job Knowledge) มีความสำคัญเป็นอย่างมาก สำหรับพนักงานขายที่จะสร้างยอดขายและทำให้ลูกค้าพึงพอใจ โสภณ บุญถนอมวงศ์ (2552) พบว่าโครงสร้างความรู้ของพนักงานขาย เช่น ความรู้ในตัวสินค้า และการตลาด จะทำให้พนักงานขายประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวได้ โดยงานวิจัยนี้ แบ่งความรู้เกี่ยวกับงานออกเป็น ความรู้เกี่ยวกับบริษัท ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ความรู้เกี่ยวกับตลาดและลูกค้า และความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งโดยพนักงานขายที่ให้ความสำคัญกับความรู้ในกฎระเบียบและนโยบายการขาย ประวัติสินค้าและการนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทราบสาเหตุของการตัดสินใจซื้อของลูกค้า และนโยบายการขายของคู่แข่งเพียงพอเป็นความพร้อมในการวางแผนการขายได้อย่างเหมาะสม และมีประสิทธิภาพ

ทักษะ (Skills) จะมีผลโดยตรงต่อความสำเร็จของการทำงานของพนักงานขาย ซึ่งเกี่ยวข้องกับความสำเร็จ ขำนาญพิเศษในด้านต่าง ๆ โดยงานวิจัยฉบับนี้แบ่งทักษะออกเป็น

ทักษะด้านการขาย ทักษะด้านเทคนิค และทักษะด้านมนุษย ซึ่ง เป็นรายละเอียดที่สำคัญ พนักงานขายจำเป็นต้องศึกษาอย่างลึกซึ้ง เพื่อสามารถนำมาพัฒนางานขายและเป็นที่มาของการตอบรับของลูกค้า คือสามารถขายสินค้าได้และมีลูกค้าใหม่เพิ่มอย่างสม่ำเสมอ คงไว้ซึ่งลูกค้าเก่า ผลการปฏิบัติงานจะมีประสิทธิผลเพิ่มขึ้น ตามการปฏิบัติงานของพนักงานขายนั้น ๆ พนักงานขายที่สามารถวิเคราะห์ขั้นตอนต่าง ๆ ในกระบวนการขาย ทั้งวิเคราะห์ได้ถูกต้อง ชัดเจนและรวดเร็ว ก็จะได้เปรียบคู่แข่ง สามารถนำเสนอสิ่งที่ผู้มุ่งหวังต้องการได้ตรงเป้าหมายและสามารถปิดการขายได้ในที่สุด (วัลลภ เมฆทัต, 2545)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการมองโลกในแง่ดี ความรู้เกี่ยวกับงานและทักษะของพนักงานขาย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการมองโลกในแง่ดี ความรู้เกี่ยวกับงานและทักษะกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงทำนายระหว่างการมองโลกในแง่ดี ความรู้เกี่ยวกับงานและทักษะ กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย

วิธีการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือพนักงานขายในบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

จากการคำนวณด้วยสูตรของ Yamane (1967) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนเท่ากับ .05 โดยการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Sampling) ได้กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานขายในกลุ่มอุตสาหกรรมเหล็ก ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ทั้งหมดจำนวน 264 คน



เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้ค้นคว้ารวบรวมและปรับปรุงจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามวัดระดับการมองโลกในแง่ดี ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้ข้อคำถามจาก Hackman & Oldham (1980) จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามวัดระดับความรู้เกี่ยวกับงาน ผู้วิจัยได้ปรับปรุงข้อคำถามจาก งานวิจัยของ ธัญญาภรณ์ สุขวิเศษ (2553) และสรลลล แสงพันธ์ (2551) จำนวน 20 ข้อ

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามวัดระดับทักษะ ผู้วิจัยได้ปรับปรุงข้อคำถามจาก งานวิจัยของพรณี ใจเพิ่ม(2546) และโสภณ บุญถนอมวงศ์ (2552) จำนวน 20 ข้อ

ส่วนที่ 5 เป็นแบบสอบถามวัดระดับผลการปฏิบัติงาน ผู้วิจัยได้ใช้ข้อคำถามจาก Hackman & Oldham (1980) จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 6 เป็นข้อเสนอแนะอื่น ๆ (คำถามปลายเปิด)

เก็บรวบรวมข้อมูลโดยส่งแบบสอบถามไปยังหน่วยงานพร้อมหนังสือขอความอนุเคราะห์จากบัณฑิตวิทยาลัย พร้อมทั้งโทรศัพท์ติดต่อ ดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากรที่เลือก

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยนำสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ หาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์อย่างง่าย (Simple Correlation) และ การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการวิจัย

1. พนักงานขาย ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุระหว่าง 30-40 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ระยะเวลาในการทำงานต่ำกว่า 5 ปี

2. ลักษณะการมองโลกในแง่ดี โดยรวมอยู่ในระดับมาก และผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์อย่างง่ายพบว่า การมองโลกในแง่ดี มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 ($r=0.158$)

3. ความรู้เกี่ยวกับงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความรู้เกี่ยวกับตลาดและลูกค้า ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ความรู้เกี่ยวกับบริษัทอยู่ในระดับมากและความรู้เกี่ยวกับคู่แข่งอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์อย่างง่ายพบว่า ความรู้เกี่ยวกับงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01 ($r=0.313$)

4. ทักษะ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ามีทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือทักษะด้านการขายและทักษะด้านเทคนิคตามลำดับ ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์อย่างง่ายพบว่า ทักษะ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01 ($r=0.374$) โดยมีอำนาจการพยากรณ์ผลการปฏิบัติงานได้ร้อยละ 13.9

อภิปรายผลการวิจัย

1. ลักษณะการมองโลกในแง่ดีของพนักงานขาย จะมีแนวคิดเกี่ยวกับการทำงานว่าทุกปัญหาจะมีโอกาสอยู่ด้วย จะมองโลกในแง่ดีเกี่ยวกับสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต จากผลการวิจัยพบว่าพนักงานขายที่มีความคาดหวังในสิ่งที่ดีที่สุดที่จะเกิดขึ้นกับงานขายของเขา มักจะคาดหวังว่า จะสามารถทำงานของตนออกมาได้ดีและต้องทำให้สำเร็จด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Seligman & Schulman (1986) พบว่าตัวแทนขายประกันชีวิต ที่มีการอธิบายเชิงเหตุผลแบบมองโลกในแง่ดีสามารถทำยอดขายสูงกว่าตัวแทนที่มีการอธิบายเหตุผลในแง่ร้าย



2. ความรู้เกี่ยวกับงานของพนักงานขาย โดยเฉพาะความรู้เกี่ยวกับบริษัท ด้านนโยบาย และเป้าหมาย รวมถึงความรู้ด้านตลาดและลูกค้า และผลิตภัณฑ์ที่ขาย จะช่วยให้สามารถใช้ความรู้ และเข้าใจพฤติกรรมของลูกค้า เพื่อจัดผลิตภัณฑ์ และวางแผนการขายให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า จากผลการวิจัยพบว่า พนักงานขายที่มีความรู้เกี่ยวกับงานทุกด้านจะมีความมั่นใจในการขาย เป็นแนวทางเดียวกับการศึกษาของ Szymanski (1988) พบว่าพนักงานขายที่สามารถแยกแยะความต้องการสินค้าของลูกค้าจะนำไปสู่การแสวงหาลูกค้า การนำเสนอขาย และกระบวนการขาย จนกระทั่งการปิดการขายอย่างมีประสิทธิภาพ

3. ทักษะของพนักงานขาย โดยเฉพาะทักษะด้านมนุษยจะช่วยให้มีวิธีการในการแก้ไขปัญหา เพื่อลดความขัดแย้งได้ ทั้งจัดข้อโต้แย้ง และการหลีกเลี่ยงการโต้เถียงกับลูกค้า จากผลการวิจัยพบว่า พนักงานขายที่มีความกระตือรือร้นในการพัฒนาตนเองด้านทักษะ จะสามารถนำความรู้มาใช้ให้เกิดประโยชน์ ทำงานได้ประสิทธิภาพ ตามคาดหวัง และวัดผลได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kindred (1972) พบว่าผู้ที่ไม่มีทักษะด้านมนุษย จะทำให้เกิดปัญหาในเรื่อง ความมีอคติ (Negative Attitude) และขาดคุณสมบัติการเป็นผู้นำที่ดี (Poor Leadership) พร้อมทั้งมีโอกาสทำให้เกิดบรรยากาศของความขัดแย้ง (Conflict Situation)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการวิจัยพบว่าการมองโลกในแง่ดี มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงาน ผู้บริหารควรสนับสนุนให้พนักงานขายมีทัศนคติ การมองโลกในแง่ดีที่เหมาะสมเพื่อสร้างพนักงานขายที่มีคุณภาพ และยังสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการสรรหาคัดเลือก พนักงานขายใหม่ เพื่อให้เกิดทีมขายที่แข็งแกร่งได้

2. จากผลการวิจัยพบว่าความรู้เกี่ยวกับงาน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงาน ผู้บริหารควรจัดให้พนักงานได้รับการพัฒนาความรู้ ในงานอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง เช่น ความรู้ ด้านบริษัทหรือผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัยอยู่เสมอ

3. จากผลการวิจัยพบว่าทักษะ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงาน บริษัทควร จัดโปรแกรมให้พนักงานขายได้รับการฝึกฝนทักษะ ให้เกิดความชำนาญอย่างนักขายมืออาชีพ โดย การศึกษาดูงานเทคนิคใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดความก้าวหน้าโดยเฉพาะทักษะด้านเทคนิค

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาการมองโลกในแง่ดี ความรู้เกี่ยวกับงานและทักษะในการทำงานกับผลการปฏิบัติงานในอาชีพอื่น ๆ เช่น นักบัญชี นักการเงิน หรืออาชีพอื่น ๆ เพื่อทราบระดับความคิดเห็นและสามารถนำไปพัฒนางานขององค์กรนั้น ๆ

2. ควรศึกษาตัวแปรอื่น ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานขาย เพื่อเป็นแนวทางในการสรรหาและพัฒนาพนักงานขาย

เอกสารอ้างอิง

- ธัญญกรณ์ สุขวิเศษ. (2553). *ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างศักยภาพพนักงานขายของบริษัทซีจีเออร์ประเทศไทยจำกัด (มหาชน): กรณีศึกษา พื้นที่การขายเขต 6. วิทยานิพนธ์ สาขายุทธศาสตร์การพัฒนา คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.*
- พรณี ใจเพิ่ม. (2546). *ความสัมพันธ์ระหว่างทักษะการบริหารและผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารในโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาจังหวัดสมุทรสาคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.*



- วัลลภ เมฆทัพบ. (2545). *การวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จในกระบวนการขายของพนักงานขายผลิตภัณฑ์ในห้องปฏิบัติการในโรงพยาบาล. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.*
- สร้อยชล แสงพันธ์. (2551). *การศึกษาเปรียบเทียบความต้องการทางจิตวิทยาของพนักงานขายตรง กับลักษณะส่วนบุคคล บุคลิกภาพ และความสำเร็จในอาชีพ: กรณีศึกษา บริษัทแอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์กร, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.*
- โสภณ บุญถนอมวงศ์. (2552). *ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมเริ่มต้นด้วยตนเอง บุคลิกภาพเชิงรุก ความมานะพยายามการยึดมั่นต่อเป้าหมายและความริเริ่มด้วยตนเองของพนักงานขายยา. วิทยานิพนธ์สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์กร, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- Hackman, J.R., & Oldham, G.R. (1980). *Work Redesign*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Kindred, L. (1972). *School Public Relations*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Seligman, M.E.P. (1998). *Learned Optimism*: New York, U.S.A.
- Seligman, M.E.P., & Schulman, P. (1986). Explanatory style as a predictor of productivity and quitting among life insurance sales agents. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50, 832-838.
- Szymanski, D. M. (1988). Determinants of selling effectiveness: the importance of declarative knowledge to the personal selling concept. *Journal of Marketing Research*, 52, 64-77.
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An Introductory Analysis*. New York: Harper and Row.