



การพัฒนาบุคลิกภาพนักขาย

ตรงตามจุดประสงค์รายวิชา สมรรถนะรายวิชา และคำอธิบายรายวิชาของหลักสูตร
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2556

2202-2008



สมคิด มิมมา

 | MACEDUCATION

การพัฒนาบุคลากรพนักงานขาย



หมวดวิชาทักษะวิชาชีพ

กลุ่มทักษะวิชาชีพเฉพาะ

หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2556

สมคิด มิมมา

บรรณาธิการ : สมพิศ เล็กเฟื่องฟู

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของสำนักหอสมุดแห่งชาติ

สมคิด มิ้มมา.

การพัฒนาบุคลิกภาพนักเรียน.—กรุงเทพฯ : แม็คเ็ดดูเคชั่น, 2557.
216 หน้า.

1. พนักงานขาย. I. ชื่อเรื่อง.

658.85

ISBN 978-616-274-440-2

จัดพิมพ์และจำหน่ายโดย

MA IMACEDUCATION

ผู้เขียน : สมคิด มิ้มมา

การสั่งซื้อ : ส่งธนาณัติสั่งจ่าย **ไปรษณีย์ลาดพร้าว** ในนาม บริษัท แม็คเ็ดดูเคชั่น จำกัด
เลขที่ 9/99 อาคารแม็ค ซอยลาดพร้าว 38 ถนนลาดพร้าว แขวงจันทระเกษม
เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
☎ : 0-2938-2022-7 FAX : 0-2938-2028
www.MACeducation.com

ราคาจำหน่าย : 125 บาท

สงวนลิขสิทธิ์ : พฤษภาคม 2557

พิมพ์ที่ : บริษัท กรีนแอปเปิ้ลพรินติ้ง จำกัด

(สงวนลิขสิทธิ์ตามกฎหมาย ห้ามลอกเลียน ไม่ว่าจะเป็นส่วนหนึ่งส่วนใดของหนังสือเล่มนี้ นอกจากจะได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษร)

คำนำ

ตามที่กระทรวงศึกษาธิการได้ประกาศใช้หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2556 ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) แผนการศึกษาแห่งชาติ ฉบับปรับปรุง (พ.ศ. 2552-2559) และแผนปฏิบัติการการเตรียมความพร้อมพลเมืองเพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 ทั้งนี้หลักสูตรดังกล่าวมุ่งผลิตและพัฒนากำลังคนระดับฝีมือให้มีสมรรถนะ มีคุณธรรมจริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ สามารถประกอบอาชีพอิสระเป็นผู้ประกอบการที่มีคุณภาพ หรือประกอบอาชีพอื่นๆ ได้ตรงตามความต้องการของสถานประกอบการทั้งในประเทศและในภูมิภาคอาเซียน

บริษัท แม็คเอ็ดดูเคชั่น จำกัด ผู้ผลิตและจำหน่ายหนังสือเรียน สื่อการเรียนรู้ และวารสารทางการศึกษา ทั้งในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ระดับอาชีวศึกษา ตระหนักถึงภารกิจสำคัญในการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนส่งเสริมการศึกษาระดับอาชีวศึกษาให้บรรลุผลสัมฤทธิ์ตามเจตนารมณ์ที่ตั้งไว้ จึงได้แต่งตั้งคณะทำงานซึ่งประกอบด้วยนักวิชาการ และผู้สอนทั้งในระดับอาชีวศึกษาและระดับอุดมศึกษาที่มีความเชี่ยวชาญด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนรู้ ดำเนินการวิเคราะห์หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2556 ในแต่ละสาขาวิชาเพื่อจัดทำสื่อการเรียนรู้ อันประกอบด้วย

1. หนังสือเรียนที่จัดทำให้ตรงกับจุดประสงค์รายวิชา สมรรถนะรายวิชา และคำอธิบายรายวิชา ทั้งนี้ โดยคำนึงถึงความสอดคล้องกับมาตรฐานการศึกษาวิชาชีพทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ด้านสมรรถนะหลักและสมรรถนะทั่วไป และด้านสมรรถนะวิชาชีพ
2. แผนการจัดการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นการพัฒนาสมรรถนะของผู้เรียนผ่านกิจกรรมเพื่อเป็นแนวทางให้ผู้สอนนำไปปรับให้เหมาะสมกับธรรมชาติของผู้เรียนและจุดเน้นของสถานศึกษา
3. คู่มือครูสำหรับผู้สอนใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการจัดการเรียนรู้ และการฝึกประสบการณ์ให้แก่ผู้เรียนให้สอดคล้องกับหลักสูตร

จุดเด่นของหนังสือเรียนชุดใหม่ มีดังนี้

1. นำเสนอในรูปแบบหน่วยการเรียนรู้ ที่เนื้อหาง่ายต่อการเรียนรู้ แต่ยังคงไว้ซึ่งความเข้มข้นและทันสมัย ทั้งนี้เนื้อหาในหนังสือเรียนมุ่งเน้นให้สัมพันธ์กับจุดประสงค์การเรียนรู้ หลักการเรียนรู้ตามสภาพจริง (Authentic Learning) และการประเมินผลตามสภาพจริง (Authentic Assessment)
2. แทรกกิจกรรมตรวจสอบความเข้าใจ กิจกรรมการฝึกกระบวนการคิด (Thinking Skills) และกิจกรรมเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียนให้แก่ผู้เรียน
3. พัฒนาสมรรถนะหลักและสมรรถนะวิชาชีพผ่านกระบวนการปฏิบัติงานโดยใช้ใบช่วยสอนเป็นสื่อสำหรับการฝึกกระบวนการเรียนรู้ที่สำคัญ เช่น การเรียนรู้จากโครงงาน (Project-Based Learning) การพัฒนาเทคโนโลยีให้เป็นเทคโนโลยีสะอาด (Green Technology) และการสร้างสรรค์นวัตกรรมหรือผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) เป็นต้น
4. มีแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โดยจัดทำแบบทดสอบให้สอดคล้องกับจุดประสงค์การเรียนรู้ประจำหน่วยการเรียนนั้นๆ ทำหน่วยการเรียนรู้ทุกหน่วย

บริษัท แม็คเอ็ดดูเคชั่น จำกัด ขอขอบพระคุณสถานศึกษา ผู้สอน ผู้เรียน และผู้ที่สนใจทุกท่านที่ให้ความไว้วางใจในสื่อการเรียนรู้ของบริษัท บริษัทหวังเป็นอย่างยิ่งว่าสื่อการเรียนรู้ชุดนี้จะมีส่วนช่วยให้การจัดการเรียนรู้ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณภาพทัดเทียมระดับสากลต่อไป

บริษัท แม็คเอ็ดดูเคชั่น จำกัด

รหัส 2202-2008

วิชาการพัฒนาบุคลิกภาพนักขาย

ทฤษฎี 2 ชั่วโมง ปฏิบัติ 2 ชั่วโมง 3 หน่วยกิต

จุดประสงค์รายวิชา

1. เพื่อให้เข้าใจหลักการและกระบวนการพัฒนาบุคลิกภาพนักขาย
2. เพื่อให้เข้าใจศิลปะการพูด มารยาททางสังคม และการสร้างความประทับใจในงานขาย
3. เพื่อให้มีทักษะในการพัฒนาบุคลิกภาพเหมาะสมกับอาชีพขาย
4. เพื่อให้มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการทำงานด้วยความเชื่อมั่นในตนเอง ความสุภาพ อ่อนน้อม ความมีมนุษยสัมพันธ์ ความแนบเนียน และความมีระเบียบวินัย

สมรรถนะรายวิชา

1. แสดงความรู้เกี่ยวกับหลักการและกระบวนการพัฒนาบุคลิกภาพนักขาย
2. พัฒนาศิลปะการพูด มารยาททางสังคม และการสร้างความประทับใจในงานขายตามหลักการ
3. พัฒนาบุคลิกภาพเหมาะสมกับอาชีพขายตามหลักการ

คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับหลักการพัฒนาบุคลิกภาพนักขาย จิตวิทยาและทฤษฎีบุคลิกภาพ บุคลิกภาพในงานอาชีพขาย กระบวนการพัฒนาบุคลิกภาพ ศิลปะการพูด มารยาททางสังคม และการสร้างความประทับใจในงานขาย

ตารางวิเคราะห์สมรรถนะประจำหน่วย

หน่วยการเรียนรู้ที่	ชื่อหน่วยการเรียนรู้	สมรรถนะประจำหน่วย
1	ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับบุคลิกภาพ	แสดงความรู้เกี่ยวกับความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับบุคลิกภาพ
2	จิตวิทยาและทฤษฎีบุคลิกภาพ	แสดงความรู้เกี่ยวกับจิตวิทยาและทฤษฎีบุคลิกภาพ
3	กระบวนการพัฒนาบุคลิกภาพ	แสดงความรู้เกี่ยวกับกระบวนการพัฒนาบุคลิกภาพ
4	บุคลิกภาพในงานอาชีพขาย	แสดงความรู้เกี่ยวกับบุคลิกภาพในงานอาชีพขาย
5	ศิลปะการพูด	แสดงความรู้เกี่ยวกับศิลปะการพูด
6	มารยาททางสังคม	แสดงความรู้เกี่ยวกับมารยาททางสังคม
7	การสร้างมนุษยสัมพันธ์ของนักขาย	แสดงความรู้เกี่ยวกับการสร้างมนุษยสัมพันธ์ของนักขาย
8	การสร้างความประทับใจในงานขาย	แสดงความรู้เกี่ยวกับการสร้างความประทับใจในงานขาย

สารบัญ

หน้า

หน่วยการเรียนรู้ที่ 1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับบุคลิกภาพ

1

1. ความหมายของบุคลิกภาพ 2
2. ความสำคัญของบุคลิกภาพ 3
3. องค์ประกอบของบุคลิกภาพ 5
4. ความหมายของจรรยาบรรณ 6
5. จรรยาบรรณของนักศึกษา 7
6. คุณสมบัติของนักศึกษา 12
7. ทักษะของนักศึกษา 17

แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้ 26

หน่วยการเรียนรู้ที่ 2 จิตวิทยาและทฤษฎีบุคลิกภาพ

31

1. ความหมายและความสำคัญของจิตวิทยา 32
2. จิตวิทยาการชาย 33
3. ทฤษฎีความต้องการของมนุษย์ของ Maslow 36
4. ทฤษฎีการชาย 39
5. ทฤษฎีบุคลิกภาพ 43

แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้ 57

หน่วยการเรียนรู้ที่ 3 กระบวนการพัฒนาบุคลิกภาพ

61

1. การพัฒนาบุคลิกภาพ 62
2. กระบวนการพัฒนาบุคลิกภาพ 63
3. วิธีพัฒนาบุคลิกภาพ 65
4. การพัฒนาบุคลิกภาพภายนอก 66
5. การพัฒนาบุคลิกภาพภายใน 69
6. ลักษณะของผู้มีบุคลิกภาพดี 70

แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้ 78

หน่วยการเรียนรู้ที่ 4 บุคลิกภาพในงานอาชีพขาย 82

1. บุคลิกภาพของนักขาย 83
2. ความสำคัญของบุคลิกภาพต่องานขาย 84
3. บุคลิกภาพโดยทั่วไปของนักขาย 88
4. บุคลิกภาพเฉพาะที่นักขายพึงมี 90
5. บุคลิกภาพที่ไม่เหมาะสมของนักขาย 92

แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้ 99

หน่วยการเรียนรู้ที่ 5 ศิลปะการพูด 102

1. ความหมาย ความสำคัญ และองค์ประกอบของการพูด 103
2. วัตถุประสงค์ในการพูด 105
3. ลักษณะการพูดที่ดี 106
4. หลักพื้นฐานของบุคลิกภาพที่ดีในการพูด 107
5. การเลือกใช้ถ้อยคำให้สื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ 112
6. การสนทนา 114
7. การพูดในที่ชุมชน 114

แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้ 123

หน่วยการเรียนรู้ที่ 6 มารยาททางสังคม 127

1. ความหมายของมารยาท 128
2. มารยาททางวาจา 132
3. มารยาทในการเยี่ยมเยียน 133
4. มารยาทในการแสดงความเคารพ 134
5. มารยาทในที่ทำงาน 140
6. มารยาทในการใช้โทรศัพท์ 141
7. มารยาทในการประชุม 142

แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้ 149

หน่วยการเรียนรู้ที่ 7 การสร้างมนุษยสัมพันธ์ของนักขาย 152

1. ความหมายของมนุษยสัมพันธ์ 153
2. ความสำคัญของมนุษยสัมพันธ์ 154

3. หลักพื้นฐานของมนุษยสัมพันธ์	159
4. หลักการสร้างมนุษยสัมพันธ์	163
5. ประโยชน์ของมนุษยสัมพันธ์	168
6. การสร้างมนุษยสัมพันธ์ของนักศึกษา	170
แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้	176

หน่วยการเรียนรู้ที่ 8 การสร้างความประทับใจในงานขาย 179

1. การพิชิตใจลูกค้า	180
2. วิธีและแนวทางในการครองใจลูกค้า	184
3. การสร้างความประทับใจในการขาย	185
4. วิธีการติดตามลูกค้าหลังการขาย	189
5. ประโยชน์ของการติดตามผลหลังการขาย	192
6. การประยุกต์ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงให้สอดคล้องกับอาชีพขาย	194
แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้	202

บรรณานุกรม 206

ดัชนี 208

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับบุคลิกภาพ



ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับบุคลิกภาพ

นักศึกษาเป็นผู้ประกอบอาชีพที่จะต้องหาแนวทางที่เหมาะสมในการประกอบอาชีพของตนเอง ต้องให้มีความสอดคล้องกับศีลธรรม วัฒนธรรมอันดีงาม มีบุคลิกภาพที่ดี มีจรรยาบรรณ คุณสมบัติที่ดีของนักศึกษาไม่จำเป็นต้องมีมาแต่กำเนิด แต่ทุกคนสามารถฝึกฝนหรือปฏิบัติได้ด้วยตนเอง เช่น การแต่งกาย การมีสัมมาคารวะ ความซื่อสัตย์

1. ความหมายของบุคลิกภาพ

คำว่า “บุคลิกภาพ” มาจากภาษาละตินว่า Persona หมายถึง หน้ากากที่ตัวละครใช้สวมเวลาออกแสดง เพื่อที่จะแสดงบทบาทตามที่ถูกกำหนดให้ บุคลิกภาพเป็นลักษณะเฉพาะของบุคคลที่บ่งบอกความแตกต่างระหว่างบุคคล ซึ่งมีผู้ให้ความหมายไว้อย่างต่าง ๆ กัน และพบว่ายังไม่มีการลงความเห็นเกี่ยวกับความหมายที่สมบูรณ์ที่แน่นอนของบุคลิกภาพ

บุคลิกภาพ หมายถึง สภาพนิสัยจำเพาะคน (พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525)

คำจำกัดความของ “บุคลิกภาพ” คือ ผลรวมอย่างมีระบบของพฤติกรรมต่างๆ ตลอดจนทัศนคติและค่านิยมซึ่งแสดงให้เห็นถึงลักษณะนิสัยเฉพาะตัวของบุคคล ดังนั้นจิตวิทยาบุคลิกภาพจึงเป็นศาสตร์ที่มุ่งศึกษานิสัยของบุคคลซึ่งช่วยให้มองเห็นว่าแต่ละคนแตกต่างกันอย่างไร

นักจิตวิทยาได้ให้ความหมายเกี่ยวกับบุคลิกภาพไว้หลายทัศนะ ดังนี้

บุคลิกภาพ คือ ผลรวมของพันธุกรรมและประสบการณ์ทั้งหมดของบุคคล

บุคลิกภาพ คือ ลักษณะรวมของบุคคลและวิธีการแสดงออกทางพฤติกรรมซึ่งกำหนดการปรับตัวตามแบบฉบับของแต่ละบุคคลต่อสิ่งแวดล้อม

บุคลิกภาพ คือ คุณสมบัติและคุณลักษณะเด่นประจำตัวของแต่ละบุคคลรวมทั้งการปรับตัวของบุคคลต่อสิ่งแวดล้อมต่างๆ

บุคลิกภาพ คือ กระบวนการสร้างหรือรวมคุณลักษณะทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจของบุคคล นิสัยกิริยาท่าทางของแต่ละบุคคลโดยเฉพาะ

บุคลิกภาพ คือ ความเด่นประจำตัวของแต่ละบุคคลซึ่งอาจจะบอกถึงความแตกต่างจากบุคคลอื่นในด้านปริมาณและคุณภาพของลักษณะเด่นนั้นๆ

บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะโดยรวมของแต่ละบุคคลทั้งลักษณะภายในและภายนอกและปัจจัยต่างๆ อันมีอิทธิพลต่อความรู้สึกของผู้พบเห็น

สรุปได้ว่า บุคลิกภาพคือตัวบุคคลโดยรวม ทั้งลักษณะทางกายซึ่งสังเกตได้ง่าย ได้แก่ รูปร่าง หน้าตา กิริยาท่าทาง น้ำเสียง คำพูด ทักษะการทำกิจกรรมต่างๆ และลักษณะทางจิตซึ่งสังเกตได้ค่อนข้างยาก ได้แก่ ความรู้สึกนึกคิด เจตคติ ค่านิยม ลักษณะดังกล่าวมีที่มาจากพันธุกรรมและสิ่งแวดล้อมของแต่ละคน ส่งผลสู่ความสามารถในการปรับตัวต่อสิ่งแวดล้อมและความแตกต่างระหว่างบุคคล และจากความหมายของบุคลิกภาพดังกล่าว เมื่อนำมาวิเคราะห์ให้สัมพันธ์กับงานขายซึ่งเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน และการให้บริการ โดยพิจารณาบุคลิกภาพที่ส่งผลต่อการดำเนินงานจะพบว่าทุกลักษณะของบุคลิกภาพมีอิทธิพลต่อผลการทำงาน จึงอาจให้ความหมายของบุคลิกภาพเชิงอุตสาหกรรมได้ว่า เป็นลักษณะส่วนรวมของบุคคล ทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ ซึ่งเอื้ออำนวยให้เกิดผลดีต่อการทำงานของนักขาย และการให้บริการในงานขาย การเน้นบุคลิกภาพเป็นสิ่งจำเป็นที่จะนำไปใช้ปฏิบัติเพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจและการเมือง เช่น การคัดเลือกนักขาย ก็สรรหาบุคคลที่จะมีอะไรแสดงออกมาให้เราใจให้ลูกค้าประทับใจเป็นส่วนใหญ่

2. ความสำคัญของบุคลิกภาพ

บุคลิกภาพก็มีส่วนสำคัญในการเลือกอาชีพ เมื่อเรารู้และเข้าใจรูปแบบหรืออุปนิสัยส่วนตัวต่างๆ เราจะสามารถเข้าใจได้มากขึ้นว่าอาชีพที่เราต้องการจะเป็นที่เหมาะสมกับความเป็นตัวเรานั้นคืออะไร สามารถเลือกประกอบอาชีพต่างๆ เหล่านั้นได้ดี แต่ทั้งนี้ก็ได้หมายความว่า บุคคลในกลุ่มต่างๆ จะต้องประกอบอาชีพดังที่กำหนดไว้เสมอไป ต้องดูองค์ประกอบแวดล้อม คนที่มีบุคลิกภาพในแต่ละประเภทอาจจะสามารถประกอบอาชีพอื่นๆ นอกเหนือจากที่กล่าวไว้ ซึ่งอาจมีความคล้ายคลึง หรือแตกต่างกับกลุ่มอาชีพนั้นๆ ขึ้นอยู่กับความพอใจ ความฝัน ความต้องการ และความจำเป็นในด้านต่างๆ บุคลิกภาพมีความสำคัญดังต่อไปนี้

2.1 บุคลิกภาพมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

บุคลิกภาพในส่วนที่เกี่ยวกับแรงจูงใจมีอิทธิพลสูงมากต่อการทำงาน ถ้าบุคคลมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง จะเป็นแรงพลังกระตุ้นให้มานะพยายาม ทำให้บุคคลมีความอดทนต่อสื่อบากบั่น สนใจใฝ่รู้ในทุกสิ่งที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนางานให้เจริญก้าวหน้า แต่ถ้าบุคคลมีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ต่ำก็จะลงทุนลงแรงน้อยเพื่อให้งานบรรลุเป้าหมายน้อยลงไป ทำให้งานขาดประสิทธิภาพ

2.2 บุคลิกภาพกำหนดทิศทางการดำเนินงาน

บุคลิกภาพทางด้านการคิดริเริ่ม ด้านกล้าได้กล้าเสีย และด้านความระมัดระวังรอบคอบ มีผลต่อทิศทางการดำเนินงาน มักดำเนินงานโดยคิดค้นความแปลกใหม่ให้กับผลผลิตหรือการให้บริการรวมทั้งการใช้กลยุทธ์หลากหลายเพื่อการตลาดและการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อเอาชนะคู่แข่งอื่น ถ้ามีบุคลิกภาพแบบกล้าได้กล้าเสีย บุคคลนี้มักจะยอมลงทุน เสี่ยง กล้าเผชิญกับความล้มเหลว แต่จะมีบุคคลบางประเภทที่มีบุคลิกภาพด้านความรอบคอบสูง บุคคลประเภทนี้มักจะไม่ลงทุนกับสิ่งที่ไม่แน่นอน คือ ก้าวข้ามแต่ตนเอง รู้สึกว่ามั่นคง

2.3 บุคลิกภาพมีผลต่อความน่าเชื่อถือ

บุคลิกภาพบางด้านมีส่วนช่วยสร้างเสริมความน่าเชื่อถือ หรือทำให้บุคคลมีเครดิตในความรู้สึกของผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น ถ้าบุคคลเป็นผู้ที่รักษาคำพูด อารมณ์มั่นคง มีเหตุมีผล วางตนได้ถูกต้องตามกาลเทศะ บุคคลประเภทนี้ถ้าเป็นหัวหน้าก็จะเป็นที่ยอมรับของลูกน้องเป็นมิตรที่ดี แต่ถ้าบุคคลมีลักษณะตรงกันข้าม คือ ไม่น่าเชื่อถือ ผู้อื่นอาจไม่ไว้วางใจ ไม่เชื่อถือ ไม่ศรัทธา ไม่ยอมรับ ไม่ร่วมงานด้วย ซึ่งอาจสร้างความเสียหายให้กับงานได้

2.4 บุคลิกภาพที่พึงประสงค์ในการทำงาน

ในการดำเนินงานจะมีทั้งงานการผลิต การบริหารการขาย การให้บริการ และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ในแต่ละงานจะอาศัยคุณลักษณะที่แตกต่างกันไป บางงานอาศัยลักษณะส่วนที่เป็นบุคลิกภาพภายในมาก บางงานอาศัยส่วนที่เป็นบุคลิกภาพภายนอกมาก แต่โดยภาพรวมแล้วกล่าวได้ว่าบุคลิกภาพที่พึงประสงค์ในงานอุตสาหกรรมควรประกอบด้วยลักษณะดังต่อไปนี้

2.4.1 ความเป็นคนช่างสังเกต (Observance) ช่างคิด ช่างสืบค้น ช่างแสวงหาคำตอบ ในปัญหาทุกสิ่งทุกอย่าง บุคคลที่ประสบความสำเร็จมักเป็นคนประเภทที่บอกตนเองอยู่เสมอว่าไม่มีสิ่งใดที่เขาไม่รู้ ไม่มีปัญหาใดที่ตอบไม่ได้ ไม่มีงานใดที่เขาทำไม่ได้ ไม่มีสิ่งใดที่เขาเอาชนะไม่ได้ ฯลฯ ลักษณะดังกล่าวส่งผลให้บุคคลมีการเคลื่อนไหวตลอดเวลา ทั้งทางด้านการคิดและการกระทำ

2.4.2 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Initiation) ทั้งนี้เนื่องจากงานในอุตสาหกรรมเป็นงานที่แข่งขัน ถ้าองค์กรใดมีบุคคลที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ทักษะการแปลกใหม่ก็จะทำให้งานก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็ว

2.4.3 มีหัวใจเป็นคณทำงาน (Diligent Person) คือ ใช้สมองและความคิดในการทำงานคำนวณผลประโยชน์ที่ได้รับ คำนึงถึงผลเสียที่อาจจะเกิดขึ้น

2.4.4 มีมนุษยสัมพันธ์ (Human Relations) ทั้งนี้พบว่าในวงการการทำงานเน้นมนุษยสัมพันธ์มากโดยเฉพาะในเรื่องของการสื่อสาร เนื่องจากการทำงานไม่เพียงแต่จะเข้ากับบุคคลอื่นได้ ยังต้องสื่อสารให้ผู้อื่นเข้าใจได้เป็นอย่างดีและสอนงานคนอื่นได้ด้วย องค์การทำงานมักไม่นิยมคนเก่งที่ถ่ายทอดหรือสอนงานหรือทำงานกลุ่มไม่เป็น

บุคลิกภาพจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลและเกี่ยวข้องกับการประสบความสำเร็จ สถาบันราชภัฏเทพสตรี (2543) ได้กล่าวถึงบุคลิกภาพของ “คนเก่ง” ว่าจะต้องประกอบด้วย 3 ประการ ได้แก่

1) เก่งตน (Excellent the Self) หมายถึง เป็นผู้ที่ชอบศึกษาหาความรู้อยู่ตลอดเวลาเพื่อให้ทันโลก ทันคน โดยเริ่มจากพัฒนาตนเองก่อน ประกอบด้วย

- **ทางกาย** : รูปร่าง พัฒนาให้ดีขึ้นโดยใช้การแต่งกายช่วยลดหรือเสริมจุดเด่นจุดด้อย หน้าตาสดชื่นแจ่มใสสะอาด เข้มแข็งแต่ไม่กระด้าง อ่อนโยนแต่ไม่อ่อนแอ
- **ทางวาจา** : การพูดดีมีองค์ประกอบ 4 ประการ คือ พูดแต่ดี มีประโยชน์ ผู้ฟังชอบ และทุกคนปลอดภัย คิดก่อนพูด
- **ทางใจ** : มีความมั่นใจในตนเอง กระตือรือร้น มีความอดทน มีความพยายาม มีเหตุผล มีสมรรถภาพในการจำ และมีความคิดสร้างสรรค์

2) เก่งคน (Excellent the Person) หมายถึง มีความสามารถในการปรับตัวเข้ากับผู้อื่น มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี

3) เก่งงาน (Excellent the Work) หมายถึง ผู้ที่รักงาน ชยันทำงาน และรู้วิธีทำงาน

3. องค์ประกอบของบุคลิกภาพ

บุคลิกภาพของบุคคลประกอบขึ้นด้วยองค์ประกอบต่างๆ ดังนี้

3.1 ด้านกายภาพ (Physical) หมายถึง รูปร่างหน้าตา ทรวดทรง ท่าทางการแต่งกาย การเดิน เป็นต้น บุคลิกภาพด้านกายภาพนี้เป็นสิ่งที่ผู้อื่นมองเห็นได้

3.2 ด้านวาจา (Speech) หมายถึง การใช้ถ้อยคำ น้ำเสียง ซึ่งผู้อื่นจะรับรู้ได้โดยการฟัง ลักษณะต่างๆ สะท้อนบุคลิกภาพด้านนี้ เช่น การพูดไม่เข้าหูคน การพูดจากระชอกโฮกฮาก การพูดจาม่าฟัง บุคลิกภาพทางวาจาที่ดีย่อมหมายถึงการพูดจาด้วยน้ำเสียงนุ่มนวล น่าฟัง เป็นมิตร และได้สาระ

3.3 ด้านสติปัญญา (Intelligence) หมายถึง ความสามารถทางการคิดแก้ปัญหา ไหวพริบความสามารถที่จะมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นได้อย่างเหมาะสม คิดเป็น รู้จักคิด คิดแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี แสดงออกหรือสนองตอบผู้อื่นได้อย่าง “ทันกัน” และ “ทันกาล”

3.4 ด้านอารมณ์ (Emotion) หมายถึง การมีอารมณ์ดี คงเส้นคงวาไม่วู่วาม เอาแต่อารมณ์ จุนเจียว โกรธง่าย หรือบางคนมีอารมณ์ร้ายแรงมากกว่าอารมณ์อื่น หรือบางคนเครียด เศร้า ขุ่นมัว หม่นหมองอยู่เสมอ

3.5 ด้านความสนใจและเจตคติ (Interest and Attitude) ของแต่ละคนย่อมแตกต่างกันไป บางคนไม่สนใจการเมือง ซึ่งบางคนมีความสนใจหลากหลายไม่สนใจเพียงเรื่องใดเรื่องหนึ่งแต่เพียงอย่างเดียว

3.6 ด้านการปรับตัว (Adapting) มีผลต่อลักษณะของบุคลิกภาพถ้าใช้แบบที่ดีมีพฤติกรรมที่เหมาะสม สังคมยอมรับ จะอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข ตรงกันข้ามถ้าปรับตัวไม่ดี วางตัวในสังคมไม่เหมาะสม ย่อมมีผลเสียต่อบุคลิกภาพด้านอื่นๆ ไปด้วย

4. ความหมายของจรรยาบรรณ

จรรยาบรรณเป็นสายใยของกลุ่มคนที่ร่วมอาชีพ ร่วมอุดมการณ์ เป็นระบบเกียรติศักดิ์ที่ใช้ดูแลและปกครองกันเอง เพื่อดำรงความเชื่อถือและเกียรติคุณแห่งอาชีพให้เป็นที่ศรัทธาของสาธารณชน มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ปรารถนาความยอมรับในสังคมนั้นเพื่อให้สามารถอาศัยอยู่ร่วมกันได้อย่างสงบสุข จึงต้องมีกฎกติกา มารยาทของการอยู่ร่วมกัน ในสังคมที่เจริญแล้วจะไม่มองแต่ความเจริญทางวัตถุ เช่น ตึกกรมบ้านช่องถนนหนทางเท่านั้น แต่จะมองความเจริญทางด้านจิตใจด้วย ในชุมชนที่เข้มแข็ง กลุ่มอาชีพต่างๆ จะมีเอกลักษณ์ที่ชัดเจนทั้งความรู้ความสามารถและพันธกรณีที่มีต่อชุมชน กลุ่มอาชีพ จึงมีความหมายมากกว่าการรวมกลุ่มกันของผู้หาเลี้ยงชีวิตในวิถีทางเดียวกัน มีความหมายไปถึงการเป็นสถาบันของมืออาชีพที่ผูกพันอยู่กับสังคม เพื่อดำรงรักษาเกียรติและความยอมรับ กลุ่มอาชีพต้องพัฒนากลุ่มของตนด้วยการ ยกฐานะและรักษาระดับมาตรฐานอาชีพของพวกตนอย่างต่อเนื่อง ฐานะแห่งอาชีพนั่นขึ้นขึ้นอยู่กับความ ประพฤติ จริยธรรม และจรรยาบรรณของแต่ละคนในกลุ่มอาชีพ จรรยาบรรณจึงเป็นหลักความประพฤติ เป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจให้มีคุณธรรมและจริยธรรมของบุคคลในแต่ละกลุ่มวิชาชีพ ซึ่งเรียกว่า จรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ (Professional code of ethics) เมื่อประพฤติแล้วจะช่วยรักษาและส่งเสริมเกียรติคุณชื่อเสียง ทั้งของวิชาชีพและฐานะของสมาชิก ทำให้ได้รับความเชื่อถือจากสังคม

จรรยาบรรณ หมายถึง หลักความประพฤติอันเหมาะสมแสดงถึงคุณธรรมและจริยธรรมในการ ประกอบอาชีพที่กลุ่มบุคคลแต่ละสาขาวิชาชีพประมวลขึ้นไว้เป็นหลักเพื่อให้สมาชิกในสาขาวิชานั้นๆ ยึดถือปฏิบัติ เพื่อรักษาชื่อเสียง และส่งเสริมเกียรติคุณของสาขาวิชาชีพของตน

จรรยาบรรณ หมายถึง มาตรฐานของความประพฤติ และการใช้ดุลพินิจทางศีลธรรมที่ว่าด้วยการ กระทำของบุคคล บริษัท องค์กร ว่าถูกหรือผิด สมควรหรือไม่สมควร

จรรยาบรรณ หมายถึง การศึกษาและวิธีการปฏิบัติเกี่ยวกับการตัดสินใจภายในกรอบของมาตรฐาน ทางศีลธรรม หรือการศึกษาว่ามีพฤติกรรมอะไรบ้างที่ถูกหรือดี สมควรหรือไม่สมควร

จรรยาบรรณ หมายถึง ประมวลความประพฤติที่ผู้ประกอบอาชีพการงานแต่ละอาชีพกำหนดขึ้น เพื่อรักษาและส่งเสริมเกียรติคุณชื่อเสียงและฐานะของสมาชิก อาจเขียนเป็นลายลักษณ์อักษรหรือไม่ก็ได้

จรรยาบรรณ หมายถึง จริยธรรมของกลุ่มชนผู้ร่วมอาชีพร่วมอุดมการณ์ เป็นหลักประพฤติหลักจริยธรรม มารยาท ที่ทุกคนเชื่อว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้องดีงาม ควรจะร่วมกันรักษาไว้เพื่อธำรงเกียรติและศรัทธาจากประชาชน ละเมิดละไมกว่ากฎระเบียบ ลึกซึ้งกว่าวินัย สูงค่าเทียบเท่าอุดมการณ์

จรรยาบรรณ (Ethics) หมายถึง ประมวลความประพฤติที่ผู้ประกอบอาชีพการงานกำหนดขึ้น เพื่อรักษาและส่งเสริมเกียรติคุณชื่อเสียงและฐานะของผู้ประกอบอาชีพ

5. จรรยาบรรณของนักขาย

จรรยาบรรณของนักขาย หมายถึง ความรับผิดชอบของนักขายที่มีต่อสังคม ต่อกิจการ ต่อลูกค้า เพื่อให้เกิดความก้าวหน้าในอาชีพการขาย ดังนั้นจรรยาบรรณจึงมีความสำคัญต่ออาชีพการขาย นักขายที่ดีจึงมีความจำเป็นต้องทราบถึงจรรยาบรรณของนักขาย ดังนี้

5.1 จรรยาบรรณที่เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อตนเอง (Self-responsibility) งานขายคืองานอิสระ ขาดการควบคุมอย่างใกล้ชิดของหัวหน้างาน ดังนั้นตัวนักขายหากต้องการความสำเร็จในหน้าที่การงานต้องมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของตนเองอย่างสูง ปฏิบัติตนเองให้ถูกกาลเทศะ ไม่ต้องรอให้ใครมาบังคับให้ทำงาน ควรเตือนตนเองตลอดเวลา ทั้งไม่โกหกหลอกลวงลูกค้า ให้ความเอื้อเฟื้อแก่เพื่อนนักขายด้วยกัน และพึงสำนึกเสมอว่าตนเองคือตัวแทนของบริษัทในการพบปะลูกค้า ขณะเดียวกันก็เป็นตัวแทนของลูกค้าในการติดต่อกับบริษัท อีกทั้งสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างลูกค้ากับบริษัท เพื่อให้เกิดผลดีต่อการขายในปัจจุบันและในอนาคต

5.2 จรรยาบรรณที่เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อบริษัท (Company Responsibility) นักขายทุกคนควรคิดว่าเสมอว่าหากบริษัทอยู่ไม่ได้ นักขายก็ไม่สามารถอยู่ได้เหมือนกัน เปรียบเสมือนน้ำพึ่งเรือ เสือพึ่งป่า ความรับผิดชอบต่อนักขายที่มีต่อบริษัทที่สำคัญคือ ต้องทำงานด้วยความมุ่งมั่นที่จะสร้างความมั่นคงเจริญเติบโตก้าวหน้าแก่บริษัท ดังนั้นจะเห็นว่านักขายควรมีความรับผิดชอบต่อบริษัท เช่น การใช้ทรัพย์สินของบริษัทอย่างประหยัด ระมัดระวังมิให้เกิดความเสียหาย หรือร่วมมือกับบุคคลอื่น เพื่อสร้างความเสียหายต่อบริษัท ขณะเดียวกันก็ไม่ควรเบียดบังเวลาของบริษัทไปทำงานอื่น ซึ่งเป็นงานส่วนตัว ทั้งไม่โกหกหลอกลวงเพื่อประโยชน์ของตัวนักขายเอง เพื่อให้ยอดขายถึงเป้า หรือใช้วิธีที่ไม่ซื่อสัตย์ ขาดความจริงใจต่อลูกค้า

5.2.1 ควรรักษาความลับของกิจการ บางสิ่งบางอย่างเป็นเรื่องของผู้บริหารระดับเหนือขึ้นไปต้องรับผิดชอบ ไม่ควรนำมาเปิดเผยการพูดกันต่อๆ ไป อาจถูกต่อเติมให้ผิดไปจากความเป็นจริงยากที่จะแก้ไขภายหลัง

5.2.2 ควรแจ้งให้เจ้าของกิจการเดิมทราบล่วงหน้าเมื่อลาออก การหาบุคลากรมาทดแทนพนักงานที่ลาออกทำได้ทันเวลาที่ ไม่เสียประโยชน์ของลูกค้า

5.2.3 ไม่ควรทำงานอื่นไปด้วยพร้อมๆ กัน การทำงานสองอย่างพร้อมกัน คนละเวลางานนอกเวลางานหลัก อาจทำให้งานหลักเสีย เพราะพักผ่อนไม่เพียงพอ การแบ่งแยกความสนใจไปให้งานอื่นเจ้าของกิจการก็คงไม่ค่อยพอใจอยู่แล้ว ถ้ายังทำงานประเภทขายด้วยกันยังไม่ดีมากขึ้น เช่น นักขายประกันไปสมัครขายสินค้าในระบบ MLM เป็นนักขายอิสระ อาจทำผลงานไม่ได้ดีทั้ง 2 อย่าง ผู้บริหารทั้ง 2 ฝ่ายก็ไม่ชอบ ที่จัดว่าร้ายอย่างที่สุดคือ ใช้อุปกรณ์ เวลา หรือทรัพยากรของกิจการหนึ่งเพื่อการขายสินค้าให้อีกกิจการหนึ่ง นักขายผู้มีจรรยาบรรณไม่ควรทำ

5.2.4 ไม่ทุจริตต่อกิจการ เช่น เบิกค่าใช้จ่ายที่ให้เบิกได้เกินความเป็นจริง หรือทำหลักฐานเท็จกิจการบางแห่งใช้วิธีเหมาจ่าย จะจ่ายจริงมากน้อยแค่ไหนก็เบิกคืนได้เท่าที่กำหนดให้

5.3 จรรยาบรรณที่เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Social and Environment Responsibility) นักขายควรจะเข้าร่วมกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม เสียสละเพื่อชุมชน ถือเป็นการสร้างความรู้สึกละแวกที่ดีแก่ผู้บริโภค มีผลต่อการขายระยะยาว ทั้งยังมีผลต่อการขายสินค้าทางอ้อม ขณะเดียวกันพนักงานต้องไม่ขัดแย้งกับความพอใจหรือบรรทัดฐานของสังคม โดยมีความต้องการขายสินค้าเพียงอย่างเดียว โดยไม่สนใจถึงผลกระทบที่จะตามมา อาจทำให้สูญเสียลูกค้าที่เคยซื้อสินค้าของบริษัท นักขายต้องมีความพร้อมอยู่เสมอในทุกๆ ด้านที่จำเป็น ตลอดจนมีการวางแผนการขายสามารถใช้ศิลปะทางการขายและเทคนิควิธีการขายให้เป็นไปตามขั้นตอนการปฏิบัติงาน แต่ขณะเดียวกันตัวนักขายเองก็ต้องมีจรรยาบรรณตลอดจนความรับผิดชอบต่อลูกค้า ต่อตนเอง ต่อบริษัท ต่อสังคม ต่อประเทศชาติด้วย

5.3.1 ไม่กระทำการใดๆ ที่จะมีผลกระทบต่อความเสียหายของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ไม่นำผลิตภัณฑ์ที่เป็นมลพิษต่อสิ่งแวดล้อมมาเสนอขายแก่ลูกค้า เช่น บรรจุภัณฑ์ต้องเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ย่อยสลายง่าย

5.3.2 ให้การสนับสนุนกิจกรรมที่สร้างสรรค์สังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ ร่วมงานสังคมที่ส่งเสริมการรักษาสิ่งแวดล้อม เช่น ร่วมปลูกป่าชายเลนเพื่ออนุรักษ์ป่าชายเลน ช่วยสร้างพื้นที่ป่าชายเลน

5.3.3 ปลูกฝังจิตสำนึกในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมให้เกิดขึ้นในหมู่พนักงานทุกระดับอย่างต่อเนื่องและจริงจัง

5.3.4 ควบคุมให้มีการปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัดตามเจตนารมณ์ของกฎหมายและกฎระเบียบที่ออกโดยหน่วยงานกำกับดูแล

5.3.5 ไม่ช่วยเหลือหรือสนับสนุนให้เกิดการหลีกเลี่ยงการปฏิบัติตามกฎหมายหรือกฎระเบียบต่างๆ

5.3.6 ให้ความร่วมมือกับหน่วยงานกำกับดูแล และรายงานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการฝ่าฝืนหรือการไม่ปฏิบัติตามกฎหมายหรือกฎระเบียบต่างๆ ต่อหน่วยงานนั้น

5.3.7 ไม่กระทำหรือเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการให้สินบน หรือการฉ้อราษฎร์บังหลวง หรือใช้อำนาจหน้าที่ของตนเองแสวงหาผลประโยชน์เพื่อส่วนตัว

5.4 จรรยาบรรณของนักขายที่มีต่อลูกค้า (Customer Responsibility) จรรยาบรรณที่นักขายพึงมีต่อลูกค้า คือ สิ่งที่ลูกค้าต้องการจากนักขายหรือสิ่งที่นักขายควรปฏิบัติต่อลูกค้า ได้แก่

5.4.1 ความซื่อสัตย์สุจริต (Integrity) ในการปฏิบัติงาน นักขายต้องปฏิบัติงานบนพื้นฐานของความซื่อสัตย์สุจริต มีจริยธรรม ปฏิบัติอย่างเป็นธรรมต่อทุกฝ่าย ไม่ขัดต่อกฎหมายและศีลธรรมอันดี นักขายทุกคนต้องยึดหลักความสำคัญและประโยชน์อันสูงสุดของลูกค้าพร้อมๆ กับผลประโยชน์ของกิจการ นักขายต้องรักษาสัมพันธภาพที่ดีต่อลูกค้า สิ่งที่แสดงออกให้ลูกค้าเห็นว่า นักขายมีความซื่อสัตย์ เช่น การพูดความจริง ไม่โกหกหลอกลวง ไม่พูดในทางที่ชวนให้เข้าใจผิด ไม่โกงของแถมที่กิจการให้ลูกค้า ไม่ปลอมปนสินค้า ไม่โฆษณาเกินความจริง เป็นต้น

5.4.2 ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ (Conflict of Interest) นักขายต้องปฏิบัติงานขายบนพื้นฐานของการไม่ก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ หรือมีพฤติกรรมให้สงสัยได้ว่าจะเกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ หากจะเกิดขึ้นโดยไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ นักขายต้องยึดหลักการเปิดเผยข้อมูลโดยเคร่งครัด

5.4.3 การรักษาความลับของลูกค้า (Keeping Confidences) ห้ามมิให้เปิดเผยข้อมูลของลูกค้าที่ตนได้ล่วงรู้มาเนื่องจากการดำเนินธุรกิจ อันเป็นข้อมูลที่ตามปกติวิสัยจะพึงสงวนไว้ไม่เปิดเผย เว้นแต่เป็นการเปิดเผยตามหน้าที่ ตามกฎหมาย หรือเป็นการเปิดเผยเพื่อประโยชน์ต่อประชาชน ไม่เอาเรื่องของลูกค้า เช่น ยอดสั่งซื้อ เครดิตของลูกค้า ไปบอกลูกค้าอื่น ซึ่งอาจเป็นคู่แข่งกัน ทำให้เกิดการได้ประโยชน์หรือเสียประโยชน์กันก็ได้

5.4.4 ความรับผิดชอบต่อลูกค้า (Customer-responsibility) ในการนำเสนอได้ต่อเนื่องสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ยั่งยืน พร้อมกับการทำวิจัยในแง่คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความปลอดภัย และการรักษาสิ่งแวดล้อม เพื่อที่จะจัดหาผลิตภัณฑ์ การบริการ หรือรูปแบบแนวทางแก้ไขปัญหาที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

5.4.5 ไม่ติดสินบน (Bribe) การให้ “ของขวัญ” หรือ “สินน้ำใจ” เพื่อให้ลูกค้าสั่งซื้อสินค้า บริษัททำธุรกิจน้ำมันแห่งหนึ่งประกาศชัดเจนว่า “โปรดอย่าให้ของขวัญแก่เรา ก่อนที่เราจะทำธุรกิจกับท่าน ขอให้ใช้ความสามารถในการขายเท่านั้น”

5.4.6 ความจริงใจต่อลูกค้า (Be Open to Customer) เพราะทุกคนล้วนต้องการความรัก ความจริงใจจากผู้อื่นเสมอ ความรักและความจริงใจจะยึดโยงสายสัมพันธ์ระหว่างกันให้แน่นแฟ้นตลอดไป คนที่ขาดความจริงใจกับผู้อื่นย่อมไม่มีใครจะคบหาด้วย ดังนั้นนักขายจึงต้องมีความจริงใจต่อลูกค้า จึงจะสามารถขายสินค้าต่อลูกค้าได้ตลอดไป

5.4.7 การไม่รับเลี้ยงต้อนรับจากลูกค้า (Entertainment) แม้ว่าจะเป็นความเต็มใจจากลูกค้าก็ตาม หากนักขายยอมรับเลี้ยงจากลูกค้าเป็นประจำจะส่งผลให้นักขายมีภาพลักษณ์ที่ไม่ดี ดังนั้นนักขายต้องเป็นผู้เลี้ยงรับรองลูกค้ามากกว่าและสามารถเบิกค่ารับรองลูกค้าได้ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของค่าใช้จ่ายในการขาย

5.4.8 การไม่เลือกปฏิบัติกับลูกค้า (Favoritism) นักขายจะต้องมีความโปร่งใส ให้บริการกับลูกค้าทุกคนอย่างเสมอภาค ไม่มีความลำเอียง ไม่เลือกที่รักมักที่ชัง จะทำให้ลูกค้ารายเล็กได้รับบริการที่เท่าเทียมกับลูกค้ารายใหญ่

5.5 จรรยาบรรณของนักขายที่มีต่อเพื่อนร่วมงาน (Colleague Responsibility) มีดังนี้

- 5.5.1 ซื่อสัตย์ต่อเพื่อนร่วมงาน ไม่โกงผลงานขายของเพื่อนมาเป็นของตน
- 5.5.2 ต้องไม่เสนอส่วนลดที่มากกว่าเพื่อจูงใจให้ลูกค้าสั่งซื้อสินค้ากับตนแทนเพื่อน
- 5.5.3 ไม่กล่าวร้ายเพื่อนนักขายด้วยกันให้คนอื่นเข้าใจผิด ไม่พูดโจมตีเพื่อนร่วมอาชีพ เพื่อให้ตนเองสามารถขายสินค้าได้
- 5.5.4 ต้องให้กำลังใจซึ่งกันและกัน ไม่พูดเชิงลบต่ออาชีพ ซึ่งอาจทำให้เพื่อนร่วมงานท้อแท้หมดกำลังใจ ผลร้ายจะตกอยู่กับลูกค้าและบริษัทในที่สุด

5.6 จรรยาบรรณของนักขายที่มีต่อคู่แข่ง (Competitor Responsibility) ปฏิบัติต่อคู่แข่งทางการค้าให้สอดคล้องกับหลักสากลภายใต้กรอบแห่งกฎหมายเกี่ยวกับหลักปฏิบัติการแข่งขันทางการค้า และยึดถือกติกาของการแข่งขันอย่างเป็นธรรม ไม่ทำลายชื่อเสียงของคู่แข่งทางการค้าด้วยการกล่าวหาให้ร้ายป้ายสี และโจมตีคู่แข่งโดยปราศจากมูลความจริง โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 5.6.1 ไม่กล่าวให้ร้ายป้ายสีสินค้าของคู่แข่ง หรือให้ข้อมูลที่ไม่เป็นความจริงของบริษัทคู่แข่ง การไม่ปล่อยข่าวลือหรือไม่สร้างหลักฐานที่เป็นเท็จทำให้คู่แข่งเสียหาย การไม่ปลอมสินค้าคู่แข่ง การไม่ติดสินบนเพื่อแย่งลูกค้าจากคู่แข่ง การปฏิบัติตามข้อตกลงหรือพันธะผูกพันอย่างเคร่งครัด การไม่นอกกลุ่มนอกทางหรือปฏิบัตินอกกติกา เป็นต้น
- 5.6.2 ไม่วิจารณ์สินค้าของบริษัทคู่แข่ง การกล่าวถึงสินค้าของคู่แข่งในทางเสียหาย หรือเปรียบเทียบกับสิ่งที่ไม่ดีในสินค้าของคู่แข่ง เพื่อแสดงให้เห็นว่าสินค้าของตนเองดีกว่าคู่แข่ง
- 5.6.3 ไม่ทำลายทรัพย์สินของบริษัทคู่แข่ง เช่น ทำลายป้ายนำเสนอสินค้าของคู่แข่ง นำป้ายของตนเองไปปิดทับป้ายของคู่แข่ง

5.6.4 ไม่กล่าวยั่วให้ลูกค้าเลิกใช้สินค้าหรือบริการของบริษัทคู่แข่ง หรือแนะนำให้ลูกค้าเลิกใช้สินค้าของคู่แข่ง เพื่อให้หันมาใช้สินค้าที่ตนเองเสนอขาย

5.7 การเสริมสร้างจรรยาบรรณของนักศึกษา จรรยาบรรณและมารยาทเป็นสิ่งสำคัญที่นักขายพึงระลึกและปฏิบัติอยู่เสมอ นักขายที่ไม่มีจรรยาบรรณในอาชีพและมารยาทจะเป็นที่รังเกียจของคนโดยทั่วไป สิ่งที่นักขายควรปฏิบัติเพื่อเสริมสร้างจรรยาบรรณ มีดังนี้

5.7.1 ไม่ตำหนิตיעินสินค้าของบริษัทอื่นและไม่ทับถมคู่แข่ง คือไม่กล่าวโจมตีสินค้าของบริษัทอื่น แต่กล่าวถึงส่วนที่ดีของสินค้าที่ตนเองเสนอขายเท่านั้น

5.7.2 ไม่ติเตียนการตัดสินใจของผู้มุ่งหวังในการที่เขาซื้อสินค้ากับบริษัทอื่น เมื่อลูกค้าได้ตัดสินใจซื้อสินค้าของบริษัทอื่นแล้ว พนักงานขายไม่ควรตำหนิการตัดสินใจซื้อสินค้าของบริษัทอื่น แต่ควรเสนอขายสินค้าของบริษัทตนเองเพื่อให้ลูกค้าได้เปรียบเทียบคุณภาพหลังจากที่ได้ใช้สินค้าของทั้งสองบริษัทแล้ว

5.7.3 จงแน่ใจว่าท่านสามารถรักษาคำมั่นสัญญาได้ก่อนที่จะให้คำมั่นสัญญา นักขายจะต้องศึกษาเงื่อนไขต่างๆ ในการเสนอขายสินค้าอย่างชัดเจนก่อนการเสนอขาย เพื่อจะไม่ไปเสนอเงื่อนไขนอกเหนือจากที่บริษัทกำหนด ซึ่งอาจจะส่งผลเสียต่อบริษัทในภายหลัง

5.7.4 ไม่เอ่ยถึงผู้มุ่งหวังในลักษณะของการนินทา ไม่นำข้อมูลของผู้มุ่งหวังหรือลูกค้าคนหนึ่งที่เขาไม่ต้องการให้เปิดเผยไปเล่าให้ลูกค้าอีกคนหนึ่งรับรู้

5.7.5 ไม่ติเตียนนักขายคนก่อนๆ หากนักขายไปเสนอขายหลังนักขายคนอื่นจะต้องไม่กล่าวโจมตี หรือพูดตำหนิตיעินนักขายคนก่อนให้เสียหาย หากนักขายคนก่อนได้ให้ข้อมูลที่ไม่ถูกต้องก็นำเสนอข้อมูลที่ถูกต้องให้ลูกค้าได้รับทราบ

5.7.6 ไม่แสดงการสนิทสนมและเป็นกันเองกับผู้มุ่งหวังมากเกินไปจนความเกรงใจลดน้อยลง ต้องให้เกียรติผู้มุ่งหวังหรือลูกค้า ไม่ยกตนข่มท่าน ลูกค้าคือผู้ถูกต้องเสมอ

5.7.7 ใช้ภาษาที่ไพเราะ สละสลวย ะรินทร์ และพูดในแง่บวก ภาษาที่ใช้พูดในการเสนอขายต้องเหมาะสมกับลูกค้าคือใช้ภาษาเดียวกับลูกค้า และพูดในทางบวกเสมอ

5.7.8 ระวังกิริยาวาจาและท่าทางที่ทำให้เกียรติผู้มุ่งหวังมากเกินไปจนความเกรงใจลดน้อยลง ต้องรู้จักกาลเทศะ ความเหมาะสม ใช้กิริยาท่าทางให้เหมาะสมกับลูกค้า ไม่แสดงการยกย่องลูกค้าจนเกินไป อาจทำให้ลูกค้าเห็นว่านักขายไม่มีความจริงใจ

5.7.9 ไม่ใช้ศัพท์เทคนิคต่างๆ ที่บุคคลนอกวงการไม่เข้าใจ จะทำให้เขาารู้สึกอึดอัดและรำคาญใจ การพูดเสนอขายไม่ควรใช้ศัพท์เทคนิค ควรใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่าย เช่น พูดภาษาพื้นเมืองที่ลูกค้าใช้เพื่อสร้างความเป็นกันเองกับลูกค้า

5.7.10 ไม่เสียเวลามากในการพูดถึงตัวเอง ไม่พูดเรื่องส่วนตัวจนผู้ฟังรู้สึกเบื่อหน่าย เมื่อแนะนำตัวเองแล้วก็เริ่มเสนอขาย ไม่ควรพูดถึงเรื่องส่วนตัวของนักขายเองจนทำให้ลูกค้ารำคาญ อาจทำให้ไม่สามารถเสนอขายได้

5.7.11 ไม่สับสนหรือ ไม่ดื่มสุราของมึนเมาต่อหน้าลูกค้าหรือผู้มุ่งหวัง นักขายต้องสำรวมตน ไม่กระทำการสิ่งใดที่ลูกค้าไม่พอใจ เช่น ไม่สับสนหรือ ไม่ดื่มสุราของมึนเมาเป็นที่น่ารังเกียจ

5.7.12 หมั่นเยี่ยมเยียนลูกค้าและติดตามทีมงาน เป็นการติดตามผลหลังการขาย การให้บริการหลังการขาย

5.7.13 ไม่ใช่แค่ห้อยมือทั้งทางตรงและทางอ้อมกับผู้มุ่งหวัง อันจะทำให้เขาเกิดความไม่ไว้วางใจ จะต้องมีความจริงใจต่อลูกค้า เพื่อสร้างความไว้วางใจ สร้างบรรยากาศในการขาย

5.7.14 เรียกชื่อลูกค้าให้ถูกต้อง ชัดเจน และจดจำได้เสมอ เป็นการให้ความสำคัญกับลูกค้า แสดงให้ลูกค้าเห็นว่านักขายเอาใจใส่ ไม่ละเลยแม้กระทั่งชื่อและนามสกุลของลูกค้า

5.7.15 ประพฤติตนอยู่ในจรรยาบรรณของอาชีพการขายตลอดไป ยึดมั่นในอาชีพขายและประพฤติปฏิบัติตนอยู่ในศีลธรรมอันดีของสังคม ไม่สร้างความเดือดร้อนให้ตนเองและผู้อื่น

นักขายที่ดีต้องมีจรรยาบรรณต่อตนเองและผู้อื่น คือ จรรยาบรรณที่เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่องาน ต่อบริษัท ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ต่อลูกค้า ต่อเพื่อนร่วมงาน และจรรยาบรรณของนักขายที่มีต่อคู่แข่ง

6. คุณสมบัติของนักขาย

การเตรียมความพร้อมเป็นจุดเริ่มต้นของงานขายที่ประสบความสำเร็จ นักขายที่ดีต้องมีการวางแผนงานขาย ในการเข้าพบลูกค้าควรแสดงให้ลูกค้าเห็นว่าเรามีการเตรียมตัวที่ดี และสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าได้

6.1 คุณสมบัติทั่วไปของนักขาย

อาชีพนักขายเป็นอาชีพที่มีรายได้ดี ต้องเรียนรู้เทคนิคและวิธีการขายอย่างมืออาชีพ สิ่งที่นักขายควรมี คือ

6.1.1 มีบุคลิกภาพดี (Personality) การมีบุคลิกภาพ หมายถึง คุณลักษณะเฉพาะตัวของแต่ละบุคคลซึ่งไม่เหมือนกัน ได้แก่ รูปร่าง หน้าตา กิริยา ท่าทาง การพูด การแต่งกาย บุคลิกภาพจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพราะความประทับใจที่ลูกค้าได้รับก่อนสิ่งใดคือบุคลิกภาพของนักขาย ดังนั้นนักขายจึงควรเอาใจใส่และปรับปรุงบุคลิกภาพของตนเองให้ดียิ่งขึ้น ดังนี้



ภาพบุคลิกภาพนักขายที่ดี

1) รูปร่างหน้าตา (Appearance) นักขายสามารถปรับปรุงหน้าตาของตนเองได้ด้วยการรักษาสุขภาพให้แข็งแรงปราศจากโรคภัยไข้เจ็บ สุขภาพแข็งแรงย่อมมีผลทำให้รูปร่างหน้าตาแจ่มใส ผิวพรรณสดชื่น สุขภาพร่างกายที่ดีจะทำให้การทำงานเกิดความกระฉับกระเฉงว่องไว

2) การแต่งกาย (Clothing) เสื้อผ้าและการแต่งกายเป็นสิ่งเสริมสร้างบุคลิกภาพที่ดีอีกวิธีหนึ่ง การแต่งกายที่เหมาะสมจะสามารถสร้างความเชื่อถือให้แก่ผู้พบเห็นโดยเฉพาะกับลูกค้า ทำให้ลูกค้าไว้วางใจและต้องการที่จะเข้าร่วมสนทนาคด้วย

3) กิริยาท่าทาง (Manner) สิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ กิริยาท่าทางของนักขายต้องสร้างความประทับใจกับลูกค้าและผู้พบเห็น ทั้งการเดิน การนั่ง การยืน การไหว้ และกิริยาท่าทางต่างๆ นักขายจำเป็นต้องสร้างภาพพจน์อันนุ่มนวลและแสดงถึงความจริงใจอยู่เสมอ

4) การพูด (Speech) นักขายควรปรับปรุงและพัฒนาตนเองอยู่เสมอเกี่ยวกับการพูด เพราะนักขายจะต้องพบปะพูดคุยและนำเสนองานขายให้ลูกค้า นักขายจึงต้องพูดให้ชัดเจนและเข้าใจง่าย ออกเสียงถูกต้อง น้ำเสียงแจ่มใส ใช้กิริยาท่าทางประกอบให้เหมาะสม

6.1.2 มีมนุษยสัมพันธ์ (Human Relation) การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีเป็นสิ่งที่ทุกคนต้องกระทำเป็นอย่างยิ่ง อาชีพการขายจำเป็นต้องใช้มนุษยสัมพันธ์มากกว่าอาชีพอื่นหลายเท่า เนื่องจากนักขายต้องพบปะผู้คนอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นนักขายจึงควรปรับตนเองให้เข้ากับทุกคนให้ได้

6.1.3 มีความซื่อสัตย์ (Honesty) นักขายที่ดีต้องมีความซื่อสัตย์สุจริต มีความจริงใจต่อลูกค้า ต่อกิจการและต่อตนเอง การตอบคำถามของลูกค้าต้องตอบด้วยความจริงใจและตรงไปตรงมา จะทำให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจและเกิดความเชื่อมั่น

6.1.4 มีความร่าเริงแจ่มใส (Cheerfulness) นักขายควรเป็นคนร่าเริงแจ่มใส ยิ้มง่าย อารมณ์ดี ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญที่จะทำให้งานขายประสบผลสำเร็จได้ ความร่าเริงแจ่มใสอาจแสดงออกมาด้วยคำพูด ท่าทาง และอารมณ์

6.1.5 มีความเสียสละ (Donation) บางครั้งการปฏิบัติงานขายอาจจะไม่สามารถกำหนดเวลาที่แน่นอนได้ นักขายต้องรู้จักการเสียสละ ความเสียสละของนักขายที่มุ่งมั่นจะทำให้การทำงานประสบความสำเร็จ และทำให้ธุรกิจเจริญรุ่งเรืองและอยู่รอดได้

6.1.6 มีความรับผิดชอบ (Responsibility) นักขายที่มีคุณภาพต้องเป็นบุคคลที่มีความรับผิดชอบ เพราะความรับผิดชอบของนักขายจะสามารถสร้างความไว้วางใจให้กับผู้บริหารงานขายได้ ทำให้งานต่างๆ ที่ได้รับมอบหมายมาสำเร็จได้ตามเป้าหมายที่วางไว้

6.1.7 มีความยับยั้งชั่งใจ (Inhibition) ความยับยั้งชั่งใจ หมายถึง การที่นักขายสามารถควบคุมอารมณ์ให้เป็นไปตามปกติในทุกสถานการณ์ ซึ่งความยับยั้งชั่งใจเป็นสิ่งที่นักขายควรปฏิบัติอย่างยิ่ง จะทำให้นักขายมีพัฒนาทางจิตใจที่ดีและมีผลต่อการทำงาน ทำให้ประสบความสำเร็จในอาชีพทางการขายได้ดีขึ้น

6.1.8 มีความคิดริเริ่ม (Creative) อาชีพงานขายเป็นงานที่มีการแข่งขันกันอยู่ตลอดเวลา นักขายจึงต้องพัฒนาตนเองและคิดค้นรูปแบบและวิธีการต่างๆ เพื่อนำเสนอขายที่สร้างสรรค์อยู่เสมอ การใช้คำพูด การสาธิต และการปิดการขาย ต้องสามารถใส่ความคิดสร้างสรรค์ลงไปในเรื่องเหล่านั้นได้

6.1.9 มีความกระตือรือร้น (Enthusiasm) ความกระตือรือร้น หมายถึง ความพยายามที่จะปฏิบัติงานตามแผนงานที่วางไว้ด้วยความกระฉับกระเฉงว่องไว มีความตั้งใจในการทำงานทุกครั้ง ความกระตือรือร้นในการทำงานจะเป็นพลังอย่างหนึ่งที่ทำให้นักขายสามารถเอาชนะอุปสรรคต่างๆ ลงได้

6.2 คุณสมบัติของนักขายที่ลูกค้าพึงปรารถนา

นักขายที่ประสบความสำเร็จจำเป็นต้องมีความรู้สึกด้านจริยธรรม เพื่อจะได้สามารถระบุถึงตำแหน่งและเข้าใจสถานการณ์ของลูกค้าได้ แรงขับเคลื่อนด้านตัวเองคือความต้องการในการสร้างยอดขาย เพื่อชัยชนะคือ “ยอดขาย” คุณสมบัติที่ลูกค้าพึงปรารถนาของนักขาย คือ

6.2.1 มีความซื่อสัตย์ (Honesty) ลูกค้าต้องการให้นักขายมีความซื่อสัตย์สุจริตต่อตนเองในการเสนอขายสินค้าให้กับลูกค้าโดยไม่หลอกลวง

6.2.2 มีความจริงใจ (Sincerity) ลูกค้าต้องการให้นักขายมีความจริงใจที่จะช่วยเหลือและแก้ไขปัญหากับลูกค้าอยู่เสมอ

6.2.3 การบริการด้วยใจ (Service Mind) ลูกค้าต้องการให้นักขายบริการด้วยความเต็มใจ ทั้งบริการก่อนขาย ระหว่างการขาย และหลังการขาย

6.2.4 การตรงต่อเวลา (On Time) มีความสำคัญต่อนักขายค่อนข้างมาก เพราะเป็นการสร้างความเชื่อถือให้กับลูกค้าได้ และการตรงต่อเวลาตามนัดหมายทำให้ลูกค้าประทับใจ

6.2.5 มีทัศนคติที่ดีต่องาน (Attitude) นักขายต้องสร้างความรักและศรัทธาในอาชีพงานขายของตนเอง ถ้านักขายเชื่อถือในอาชีพก็จะทำให้ลูกค้าเชื่อถือ

6.2.6 มีมนุษยสัมพันธ์ (Human Relation) การที่นักขายมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีจะทำให้ลูกค้าสร้างความรู้สึกเป็นกันเองกับนักขาย

6.2.7 มีบุคลิกภาพดี (Personality) การแต่งกายดี รูปร่างหน้าตาดี มีความสุภาพอ่อนน้อม จะทำให้พบปะพูดคุยกับลูกค้าได้อย่างมั่นใจ

6.2.8 มีความสามารถในการใช้คำถามและคำตอบ (Ability in Using Question and the Answer) การถาม-ตอบจะนำไปสู่การแก้ไขปัญหาความต้องการของลูกค้าได้ ดังนั้นนักขายจึงต้องใช้คำสุภาพอ่อนน้อมเพื่อให้ลูกค้ายินดีที่จะตอบคำถามนั้นๆ ได้อย่างดี

6.2.9 มีความสามารถในการสนทนา (Ability in Conversations) นักขายที่ดีต้องมีความสามารถในการสนทนาได้ดีกับลูกค้าและพร้อมที่จะสนทนากับลูกค้าได้ทุกเรื่อง

6.2.10 มีความมั่นใจในตนเอง (Self-confidence) นักขายที่มีความมั่นใจในตนเองดีจะทำให้ลูกค้าเชื่อถือในตัวนักขาย และนำไปสู่ความเชื่อใจของสินค้าและบริการอีกด้วย

6.2.11 การยิ้มแย้มแจ่มใส (Be Cheerful) เป็นคุณสมบัติที่สำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากการที่นักขายปฏิบัติงานขายด้วยใบหน้าที่มีแต่รอยยิ้มจะทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกเป็นกันเองกับนักขาย

6.2.12 ความเป็นผู้นำ (Leadership) หมายถึง ผู้ที่สามารถตัดสินใจเกี่ยวกับงานขายได้ เมื่อลูกค้าถามข้อสงสัยบางอย่างในสินค้านั้นๆ

6.2.13 มีจรรยาบรรณ (Ethics) นักขายต้องระลึกอยู่เสมอว่าลูกค้าคือบุคคลที่สำคัญที่สุดที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

คุณสมบัติดังกล่าวทั้ง 13 ข้อ เป็นสิ่งที่พนักงานต้องยึดถือปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ เป็นคุณสมบัติเบื้องต้นเพื่อความสำเร็จในอาชีพขายต่อไป

6.3 คุณสมบัติที่ดีของนักขาย

ผู้ที่ประกอบอาชีพการขายจะต้องรู้จักการสร้างเสน่ห์ให้กับตนเอง เพื่อพิชิตใจลูกค้าให้ตัดสินใจซื้อสินค้านั้นๆ ผู้มีอาชีพขายจะสร้างเสน่ห์ให้กับตนเองได้จะต้องปรับปรุงตนเอง ดังนี้

6.3.1 มีความกระตือรือร้นพร้อมที่จะขาย การทำงานทางด้านการขาย นักขายต้องดูแลตนเองดูแลและบริหารเวลา ดังนั้นความกระตือรือร้นในการทำงานจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ นักขายประสบความสำเร็จ

6.3.2 มีความเชื่อมั่นในตนเองสูง ความเชื่อมั่นที่เกิดขึ้นจะทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือในตัวนักขาย และเมื่อลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นแล้วการปิดการขายก็คงทำได้ง่ายขึ้น