

**รูปแบบการฝึกอบรมของพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ใน
กรุงเทพมหานคร**
**The training Program model for sales staff of Electrical appliance
business in Bangkok**

ฮิลฟี เจดาโอ¹, วันชัย ปานจันทร์²
Hilfee Chidaoa, Wanchai Panchan

Received: June 8, 2021 Revised: June 25, 2021 Accepted: June 27, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความต้องการในการฝึกอบรมของพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อสร้างรูปแบบการฝึกอบรมของพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร และ 3) เพื่อประเมินรูปแบบการฝึกอบรมของพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย พนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่แบบสอบถามสภาพส่วนบุคคลของพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร มีค่าความเชื่อมั่น 0.964 วิเคราะห์ข้อมูลการหาความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ปัจจัยแบบ Exploratory Factor Analysis (EFA)

ผลการวิจัยพบว่า 1) พนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานครมีความต้องการในการฝึกอบรมโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) ผลการสร้างรูปแบบการฝึกอบรมของพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบหลัก ดังนี้ (1) สัมพันธภาพและทีมงาน (2) การสื่อสารและการสร้างความสัมพันธ์ (3) การพัฒนาความคิดในการทำงาน (4) การคิดแบบบูรณาการ (5) การบริหารจัดการ และ (6) การขายและการบริการ และ 3) ผลการประเมินรูปแบบการฝึกอบรมของพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ความเหมาะสมของรูปแบบการฝึกอบรมของพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานครในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด และวิธีการฝึกอบรม/กิจกรรมการฝึกอบรม/ตัวชี้วัดการฝึกอบรมของพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: การฝึกอบรม, รูปแบบการฝึกอบรม, พนักงานฝ่ายขาย

¹ นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการพัฒนาศาสตร์พยาบาลมนุษย มหาวิทยาลัยรามคำแหง
e-mail: hilfeechidaoh@gmail.com

² รองศาสตราจารย์ ดร., อาจารย์ที่ประจำหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาศาสตร์พยาบาลมนุษย มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Abstract

The objectives of this study are to 1) study the training needs of the electric device sale representatives in Bangkok. 2) design training programs of the electric device sale representatives in Bangkok. And 3) evaluate the training programs of the electric device sale representatives in Bangkok. A total of 400 participants of electric device sale representatives in Bangkok. The instrument used in analyzing the data were the using of frequency, percentage, mean, standard deviation, and factor analysis as Exploratory Factor Analysis (EFA).

The results of the study revealed that 1) The training needs of the electric device sale representatives is ranked in the high level. 2) the training programs of the electric device sale representatives are consisted of (1) Integrative Thinking. (2) Planning and Problem Solving Thinking. (3) Management (4) Products & Service (5) Communication and Relation and (6) Teamwork. and 3) the results of the training program evaluation of the electric device sale representatives in Bangkok showed that the training programs efficiency are in the highest level and the efficiency of training methodologies, training activities, and training indicators in the electric device sale representatives are in the highest level.

Keywords: Training, Training Program, Sale Representative

บทนำ

ธุรกิจขายเครื่องใช้ไฟฟ้าเป็นธุรกิจที่มีจำนวนการจดทะเบียนจัดตั้งเพิ่มสูงขึ้นอย่างชัดเจนรัฐบาลส่งเสริมผ่านโครงการต่าง ๆ เพื่อกระจายรายได้และฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ รวมถึงการขยายตัวของภาคอสังหาริมทรัพย์ทั้งบ้านและคอนโดมิเนียมจึงทำให้เกิดความต้องการเครื่องใช้ไฟฟ้าเพิ่มขึ้นตามไปด้วย เนื่องจากเป็น สินค้าจำเป็น ที่ต้องนำมาใช้ในชีวิตประจำวันคาดว่าตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้าต่อจากนี้ จะมีการแข่งขัน สูงขึ้น ผู้ประกอบการทั้งรายเดิมและรายใหม่จึงต้องเร่งปรับปรุงกลยุทธ์การจำหน่ายสินค้า ไม่ว่าจะเป็นตัวผลิตภัณฑ์ ราคาสินค้า สถานที่จัดจำหน่าย หรือการส่งเสริมการขาย เพื่อเป็นการสร้างจุดเด่นให้กับสินค้าและดึงดูดผู้บริโภคให้ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของตัวเองให้มากยิ่งขึ้น (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2559)

จากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ส่งผลให้นักทรัพยากรมนุษย์จำเป็นต้องเผชิญกับความท้าทายใหม่ ๆ ที่ไม่สามารถอาศัยหลักการบริการแบบเดิม ๆ ได้อีกต่อไปนักทรัพยากรมนุษย์ ต้องมีการเปลี่ยนแปลงกระบวนการหรือแนวคิดใหม่ ๆ ในการทำงานที่แตกต่างไปจากในอดีตอย่างสิ้นเชิง กิจกรรมหรือการปฏิบัติงานของนักทรัพยากรมนุษย์ จะต้องมีการปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับบริบทของการบริหารธุรกิจและองค์กรที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน และการอยู่รอดอย่างยั่งยืนขององค์กร การพัฒนาและการส่งเสริมในด้านทรัพยากรมนุษย์เป็นเรื่องที่องค์กรต่างให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในปัจจุบัน และมีแนวโน้มว่าจะมีความสำคัญมากขึ้นไปในอนาคต โดยใช้วิธีการต่าง ๆ เช่น การฝึกอบรม การเรียนรู้ ด้วยตนเอง (เกรียงไกรยศ พันธุ์ไทย, 2554, หน้า 239-240) การฝึกอบรมเป็นกระบวนการที่จัดขึ้นอย่างเป็นระบบ เพื่อพัฒนาบุคลากรให้เป็นทรัพยากรมนุษย์ โดยมุ่งเน้นให้เกิดความรู้ (knowledge) ความเข้าใจ (understanding) ในการปฏิบัติงาน ให้มีทัศนคติ (attitude) ที่ดีต่องาน ต่อผู้บริหาร และองค์กร ตลอดจนให้เกิดทักษะ (skill) ความชำนาญในงานที่ปฏิบัติ ทั้งนี้ เพื่อให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานในความรับผิดชอบได้อย่างมีประสิทธิภาพ ก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน

การขายโดยพนักงานขายเป็นสิ่งสำคัญในการติดต่อสื่อสารทางการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ การขายโดยพนักงานขายเป็นสิ่งจำเป็นที่ช่วยผลักดันให้ลูกค้าใช้สินค้าใหม่ เพิ่มยอดขาย และให้ลูกค้าได้รู้ถึงตราสินค้าของบริษัท โดยการขาย ถือว่าเป็นงานทางการตลาดที่มีความสำคัญ ดังคำโบราณกล่าวไว้ว่า “สิ่งต่าง ๆ จะไม่สามารถเกิดขึ้นได้ จนกว่าการขายจะเกิดขึ้น” ซึ่งพนักงานขายจำเป็นต้องมีความรู้ ความสามารถ ทักษะที่จะสามารถใช้ประกอบการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ยุทธนา ธรรมเจริญ และคณะ, 2556)

การพัฒนาพนักงานฝ่ายขายเครื่องใช้ไฟฟ้า โดยวิธีการฝึกอบรมนั้นมุ่งเน้นไปที่การเพิ่มยอดขาย การบริการ และสินค้าเป็นหลัก ซึ่งแต่ละองค์กรมีรูปแบบการฝึกอบรมที่แตกต่างกันไป ซึ่งไม่ครอบคลุมในเนื้อหาตามที่ผู้ปฏิบัติต้องการ ทั้งยังไม่สามารถนำความรู้ไปใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ก่อให้เกิดการล้มเหลวในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร และการสิ้นเปลืองทั้งเวลา และงบประมาณในการฝึกอบรมอีกด้วย

จากปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาพนักงานฝ่ายขายเครื่องใช้ไฟฟ้าโดยการสำรวจความต้องการเพื่อให้ทราบถึงความต้องการพัฒนาอย่างแท้จริงของบุคลากร และสร้างรูปแบบเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาพนักงานฝ่ายขายเครื่องใช้ไฟฟ้าซึ่งหากได้ข้อมูลที่เป็นความต้องการในการพัฒนาคนที่แท้จริงของบุคลากร และบริษัทพยายามจะเติมเต็มความต้องการนั้นให้มากที่สุด

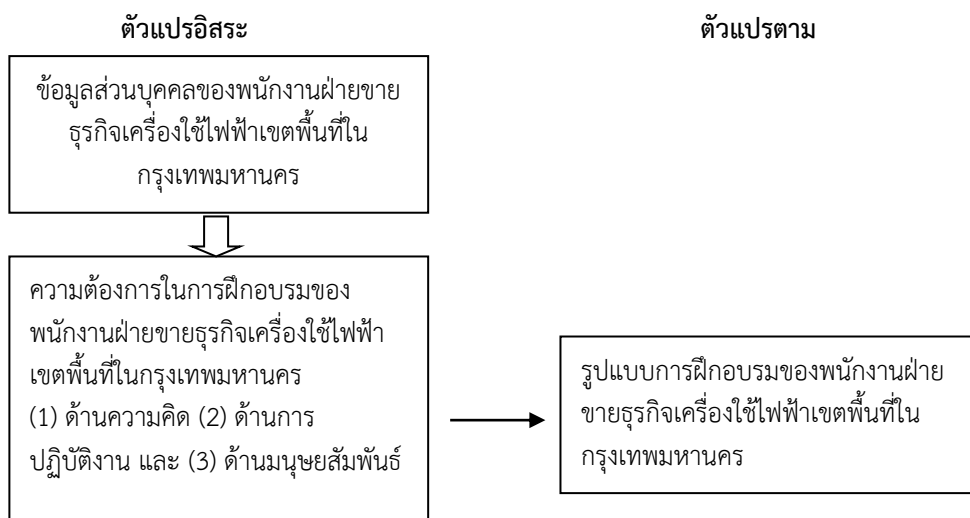
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการในการฝึกอบรมของพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อสร้างรูปแบบการฝึกอบรมของพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร

3. เพื่อประเมินรูปแบบการฝึกอบรมของพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ใน กรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการในการฝึกอบรม (เพ็ชร ฐปะวิเชตร์, 2554, หน้า 18; สมคิด บางโม, 2553, หน้า 1; Latham & Wexley, 1981, pp. 4-5) ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ 3 ด้าน คือ (1) ด้านความคิด (2) ด้านการปฏิบัติงาน และ (3) ด้านมนุษยสัมพันธ์ ใช้กรอบแนวความคิดในการวิจัยภาพ



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ส่วนที่ 1 ศึกษาความต้องการการฝึกอบรมของพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ใน กรุงเทพมหานคร

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ใน กรุงเทพมหานคร ซึ่งทำการสุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ได้มาจากพนักงานที่ทำงานในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% รวมถึงกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนในการสุ่มไม่เกิน ร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน จากการเปิดตารางสำเร็จรูปในการคำนวณกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (อ้างถึงใน สุวิมล ติรภานันท์, 2555, หน้า 174-175) ที่มีการกำหนดค่า ∞ (Infinity: ∞) คือจำนวนของประชากรที่ไม่แน่นอนของพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานครทำให้มีความคลาดเคลื่อนของจำนวนประชากร ซึ่งประชากรในที่นี้คือพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร และได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างสำหรับเก็บข้อมูลโดยการสุ่มแบบโควตา อย่างเป็นสัดส่วนของพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าต่อไปนี้

ตาราง 1 แสดงถึงจำนวนและกลุ่มตัวอย่าง

ฝ่ายของบุคลากรที่สังกัด	ประชากร (คน)	กลุ่มตัวอย่าง แบบเป็นสัดส่วน
บิกซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์	323	66
เทสโก้โลตัส	363	74
เดอะมอลล์กรุ๊ป	240	49
เซ็นทรัล	519	106
โฮมโปร	270	55
ไทยวัสดุ	245	50
รวม	1,960	400

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามความต้องการในการฝึกอบรมของพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานครโดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอน

ตอนที่ 1 แบบสอบถามสภาพส่วนบุคคลของพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานครมีลักษณะเป็นข้อคำถามแบบตรวจสอบรายการ (check list) ประกอบด้วย คำถาม 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการทำงาน และสถานที่ทำงาน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความต้องการในการฝึกอบรมของพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานครประกอบด้วยข้อคำถามทั้งหมด 38 ข้อ ครอบคลุมความต้องการในการฝึกอบรม ทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านความคิด (2) ด้านการปฏิบัติงาน (3) ด้านมนุษยสัมพันธ์

แบบสอบถามผ่านการที่ผู้ทรงคุณวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญ พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงคำนวณค่า IOC (Item of Objective Congruence Index- IOC) ของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือนิยามตัวแปรได้ค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.5-1.0 และคำนวณค่าความเชื่อมั่นรายข้อได้ค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.68-0.96 และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.964

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปประมวลผล ดังนี้ 1) ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน และสถานที่ทำงานใช้วิธีคำนวณ โดยแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ (percentage) 2) ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการการฝึกอบรมพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร ใช้วิธีคำนวณหาค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ส่วนที่ 2 สร้างรูปแบบการฝึกอบรมของพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร

1. รวบรวมข้อมูลจากการศึกษาความต้องการในการฝึกอบรมของพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร

2. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (factor Analysis) เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบในการฝึกอบรมของพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร การศึกษาความสัมพันธ์ของ

ตัวแปรสังเกตด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (exploratory factor analysis: EFA) ทำการตรวจสอบความสัมพันธ์ของค่าสังเกตด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (principal component analysis: PCA) และการวิเคราะห์ปัจจัยร่วม (common factor analysis)

ส่วนที่ 3 ประเมินรูปแบบการฝึกอบรมของพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร

1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการประเมินรูปแบบการฝึกอบรมของพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร คือ จำนวน 7 ท่านโดยแบ่งเป็น 4 กลุ่มดังนี้(1) นักวิชาการด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ จำนวน 2 ท่าน (2) ผู้บริหารด้านทรัพยากรมนุษย์ จำนวน 1 ท่าน (3) ผู้บริหารที่เกี่ยวกับการขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้า จำนวน 2 ท่าน และ (4) พนักงานขายเครื่องใช้ไฟฟ้า จำนวน 2 ท่าน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินรูปแบบการฝึกอบรมของพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานครมี 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประเมินรูปแบบ ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา ตำแหน่ง ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้อง และสถานภาพ

ส่วนที่ 2 การประเมินรูปแบบทั้งในส่วนของภาพรวมและองค์ประกอบของรูปแบบ

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะต่อรูปแบบ ข้อเสนอแนะและแนวทางในการปรับปรุงรูปแบบ

3. การวิเคราะห์ข้อมูล โดยการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ซึ่งมีการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ (percentage) ค่าคะแนนเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการฝึกอบรมของพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร สรุปการวิจัยดังนี้

1. ผลการศึกษาระดับความต้องการในการฝึกอบรมของพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร

ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการในการฝึกอบรมของพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร จำแนกเป็นรายด้าน

การฝึกอบรมของพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้า รายด้าน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความต้องการ
1. ด้านความคิด	4.04	0.52	มาก
2. ด้านการปฏิบัติงาน	4.08	0.48	มาก
3. ด้านมนุษยสัมพันธ์	4.09	0.48	มาก
รวม	4.07	0.43	มาก

จากตาราง 2 พบว่า พนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานครมีความต้องการในการฝึกอบรมโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก 3 ด้าน คือ ด้านมนุษยสัมพันธ์ ด้านการปฏิบัติงาน และด้านความคิด

2. ผลการศึกษาคำประกอบของรูปแบบการฝึกอบรมของพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร จากการหมุนแกนและเลือก Factor Loading ที่มีค่าเกิน 0.5 แล้วจะได้คำประกอบของการฝึกอบรม 6 องค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 ประกอบด้วย ตัวแปร 7 ตัว คือ (1) ท่านต้องการพัฒนาทักษะการวางตัวที่เหมาะสม (2) ท่านต้องการพัฒนาบุคลิกภาพเพื่อใช้ในการปฏิบัติงาน (3) ท่านต้องการพัฒนาเพิ่มพูนทักษะด้านภาษาต่างประเทศ เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน เป็นต้น (4) ท่านต้องการพัฒนาทักษะการทำงานเป็นทีม (5) ท่านต้องการพัฒนาทักษะเกี่ยวกับการพูดและการสื่อสารกับลูกค้า (6) ท่านต้องการพัฒนาในด้านการบริหารงานด้านการเงินและบัญชี และ (7) ท่านต้องการเพิ่มพูนทักษะการเป็นผู้นำเพื่อสร้างสัมพันธภาพที่ดีและสามารถปฏิบัติงานร่วมกับผู้อื่นได้

องค์ประกอบที่ 2 ประกอบด้วยตัวแปร 6 ตัว คือ (1) ท่านต้องการพัฒนาทักษะด้านการให้คำแนะนำหรือปรึกษาเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน (2) ท่านต้องการเพิ่มพูนทักษะการสื่อสารระหว่างบุคคลได้แก่ การพูด การฟัง และการเขียน (3) ท่านต้องการพัฒนาทักษะเกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างมนุษยสัมพันธ์ที่ดีในการทำงาน (4) ท่านต้องการมีมุมมองแนวคิดและทัศนคติที่ดีต่อการปฏิบัติงานและเพื่อนร่วมงาน (5) ท่านต้องการพัฒนาทักษะเกี่ยวกับการเจรจาต่อรอง และ (6) ท่านต้องการทักษะในการปรับตัวเข้ากับบุคคลอื่น ๆ ในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม

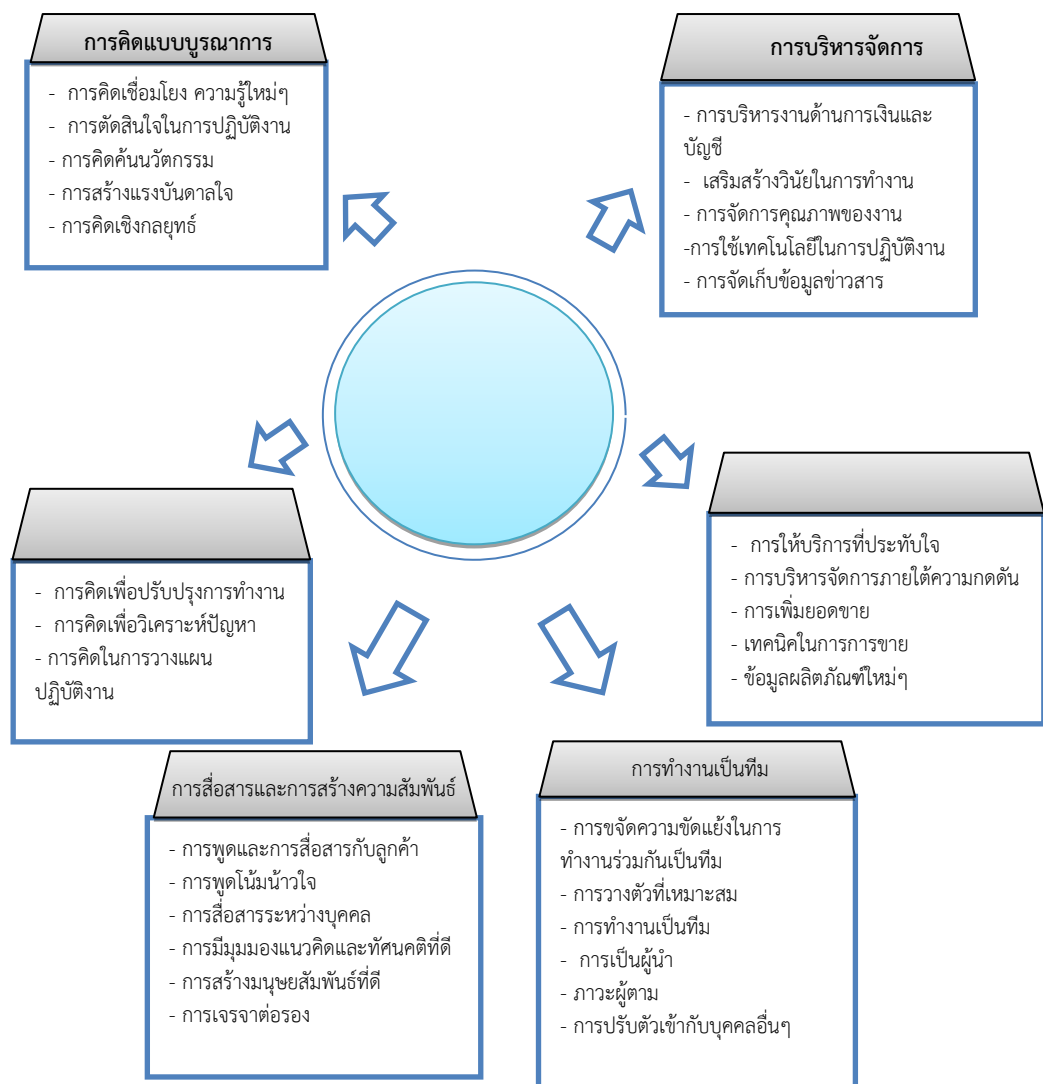
องค์ประกอบที่ 3 ประกอบด้วยตัวแปร 6 ตัว คือ (1) ท่านต้องการพัฒนาความคิดด้านการตัดสินใจในการปฏิบัติงาน (2) ท่านต้องการพัฒนาทักษะด้านการคิดเชื่อมโยง ความรู้ใหม่ ๆ เพื่อนำมาใช้ในการปฏิบัติงานของหน่วยงานได้ (3) ท่านต้องการพัฒนาทักษะด้านการคิดในการวางแผนปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ (4) ท่านต้องการพัฒนาทักษะเกี่ยวกับการคิดค้นนวัตกรรมเพื่อนำมาใช้ในการปฏิบัติงาน (5) ท่านต้องการพัฒนาทักษะด้านการสร้างแรงบันดาลใจเพื่อกระตุ้นการคิดเชิงสร้างสรรค์ และ (6) ท่านต้องการพัฒนาทักษะในการคิดเพื่อวิเคราะห์ปัญหา

องค์ประกอบที่ 4 ประกอบด้วยตัวแปร 4 ตัว คือ (1) ท่านต้องการพัฒนาทักษะ ในการคิดเพื่อการพัฒนา การทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น (2) ท่านต้องการพัฒนาความรู้เกี่ยวกับความคิดเชิงกลยุทธ์ (3) ท่านต้องการพัฒนาทักษะในการคิดเพื่อปรับปรุงการทำงาน และ (4) ท่านต้องการพัฒนาความคิดเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบ

องค์ประกอบที่ 5 ประกอบด้วยตัวแปร 3 ตัว คือ (1) ท่านต้องการพัฒนาเทคนิคในการปฏิบัติงานด้านการขาย (2) ท่านต้องการพัฒนาทักษะด้านการใช้เทคโนโลยีในการปฏิบัติงาน และ (3) ท่านต้องการพัฒนาในการจัดเก็บข้อมูลข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพ

องค์ประกอบที่ 6 ประกอบด้วยตัวแปร 4 ตัว คือ (1) ท่านต้องการพัฒนาด้านการบริหารจัดการภายใต้ความกดดัน (2) ท่านต้องการพัฒนาการให้บริการที่ประทับใจลูกค้า (3) ท่านต้องการพัฒนาทักษะที่เกี่ยวกับการจัดการคุณภาพของงาน และ (4) ท่านต้องการพัฒนาด้านเกี่ยวกับการเพิ่มยอดขาย

จากการศึกษาคำประกอบดังกล่าวผู้วิจัยนำองค์ประกอบมาสร้างรูปแบบการฝึกอบรมของพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร ดังภาพ



ภาพ 2 รูปแบบการฝึกอบรมของพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร

3. ผลประเมินรูปแบบการฝึกอบรมของพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความเหมาะสมของรูปแบบการฝึกอบรมของพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร

ความเหมาะสมของรูปแบบการฝึกอบรมของพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความเหมาะสม
1. ความเหมาะสมของรูปแบบการฝึกอบรมของพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานครแยกตามองค์ประกอบ	4.71	0.488	มากที่สุด
2. คุณค่าและประโยชน์ที่ได้จากรูปแบบ	4.86	0.378	มากที่สุด
3. การจัดลำดับองค์ประกอบของรูปแบบ	4.57	0.535	มากที่สุด
4. ความครอบคลุมขององค์ประกอบ	4.57	0.535	มากที่สุด
5. ลักษณะของรูปแบบ	4.71	0.488	มากที่สุด
6. ความเหมาะสมของรูปแบบโดยภาพรวม	4.71	0.488	มากที่สุด
รวม	4.69	0.225	มากที่สุด

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการฝึกอบรมของพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยนำเสนอการอภิปรายตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. ผลการศึกษาระดับความต้องการในการฝึกอบรมของพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า พนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร มีความต้องการในการฝึกอบรมอยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับได้แก่ ด้านมนุษยสัมพันธ์ ด้านการปฏิบัติงาน และด้านความคิด ทั้งนี้เนื่องจากพนักงานฝ่ายขายต้องการพัฒนาตนเองในการนำความรู้ ไปปรับใช้กับการทำงานให้มีความเข้าใจ เพิ่มทักษะและทัศนคติที่ดีต่อการทำงาน ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานและการบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ หัสยา เจริญสุข (2552) ได้มีการศึกษาเรื่องความต้องการในการฝึกอบรมของพนักงานฝ่ายจัดซื้อ บริษัท โคราซเดนกิ จำกัด ผลการวิจัยพบว่า ความต้องการในการฝึกอบรมของพนักงานฝ่ายจัดซื้อ บริษัท โคราซเดนกิ จำกัด โดยรวมแล้วอยู่ในระดับมาก ผลการวิจัยที่ค้นพบครั้งนี้สามารถอภิปรายผลเป็นรายด้าน ได้ดังนี้

1.1 ด้านความคิด พบว่า พนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานครมีความต้องการในการฝึกอบรม ด้านความคิด ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากพนักงานขายในปัจจุบันจำเป็นต้องปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง ซึ่งการสร้างแรงบันดาลใจในการคิดสร้างสรรค์ทำให้เกิดนวัตกรรมโดยการปรับเปลี่ยนวิธีการทำงาน การเพิ่มโอกาสในการแข่งขันกับคู่แข่ง และการดึงดูดลูกค้าให้มีความสนใจในตัวสินค้า การเพิ่มยอดขาย และความพึงพอใจในสินค้าและบริการ สอดคล้องกับแนวความคิดของชาญ สวัสดิ์สาส์ (2556, หน้า 48-51) กล่าวว่า การฝึกอบรมเป็นวิธีการพัฒนาบุคคลอย่างหนึ่งที่จะช่วยให้คนมีคุณภาพ และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานมากยิ่งขึ้นการฝึกอบรมจึงเป็นสิ่งที่สำคัญและมีความจำเป็นอย่างมากสำหรับทุกหน่วยงานโดยสาเหตุที่ต้องมีการจัดฝึกอบรม โดยการฝึกอบรมจะช่วยพัฒนาบุคลากร ปรับปรุงความสามารถในการทำงานให้สูงขึ้น ให้มีความรู้ ความสามารถ ทักษะ ทัศนคติ รวมถึงมีแนวความคิดหรือวิทยาการใหม่ ๆ ที่ทันสมัยเพื่อสร้างความก้าวหน้าและทันต่อการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ดาวเรือง

สาโดต (2552) ศึกษาเรื่อง ความต้องการฝึกอบรมของพยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลหัวเฉียว ผลการวิจัยพบว่า 1) พยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลหัวเฉียว มีความต้องการฝึกอบรมในระดับมากที่สุด 3 ด้าน เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ ทักษะด้านความคิด และทักษะด้านเทคนิคการปฏิบัติงาน

1.2 ด้านการปฏิบัติงาน พบว่า พนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานครมีความต้องการในการฝึกอบรม ด้านการปฏิบัติงานภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากการทำงานจำเป็นต้องมีระบบการทำงานเป็นขั้นตอนที่ชัดเจน และการวางแผนการทำงานช่วยให้การทำงานได้อย่างเป็นระบบ รวดเร็วและสะดวกและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานเพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับแนวความคิดของ Latham and Wexley (1981, pp.4-5) กล่าวว่า การฝึกอบรมเป็นการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่บุคลากรในแต่ละระดับเกี่ยวกับกฎเกณฑ์ ระเบียบข้อบังคับ และหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละหน่วยงาน รวมทั้งหลักการบริหาร การจัดการรูปแบบการบริหารของผู้บริหาร เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกันตลอดจนการปรับปรุงบุคลากรเกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติให้เป็นไปตามนโยบายของผู้บริหาร และรวมทั้งเป็นการให้ความรู้ความเข้าใจถึงสภาวะทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม แก่บุคลากรด้วย ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ ดาวเรือง สาโดต (2552) ศึกษาเรื่อง ความต้องการฝึกอบรมของพยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลหัวเฉียว ผลการวิจัยพบว่า 1) พยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลหัวเฉียว มีความต้องการฝึกอบรมในระดับมากที่สุด 3 ด้าน เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ ทักษะด้านความคิด และทักษะด้านเทคนิคการปฏิบัติงาน

1.3 ด้านมนุษยสัมพันธ์ พบว่า พนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานครมีความต้องการในการฝึกอบรม ด้านมนุษยสัมพันธ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากการขายสินค้าให้แก่ลูกค้า นั้น พนักงานจำเป็นต้องมีทักษะในการเจรจาต่อรอง รวมถึงเทคนิคต่าง ๆ เพื่อปิดการขายได้ และให้ยอดขายให้เพิ่มขึ้น ซึ่งยอดขายเพิ่มขึ้นส่งผลให้พนักงานได้ค่าตอบแทนที่สูงขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ Petryn (2019) ได้กล่าวว่า ความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานและผู้บริหารมีคุณค่าอย่างมากในสถานที่ทำงานใด ๆ มนุษยสัมพันธ์เป็นกระบวนการฝึกอบรมพนักงานตอบสนองความต้องการส่งเสริมวัฒนธรรมในที่ทำงานและแก้ไขความขัดแย้งระหว่างพนักงานที่แตกต่างกันหรือระหว่างพนักงานกับฝ่ายบริหาร การทำความเข้าใจเกี่ยวกับวิธีการที่มนุษย์สัมพันธ์สามารถส่งผลกระทบต่อต้นทุนความสามารถในการแข่งขันและความยั่งยืนทางเศรษฐกิจในระยะยาวของธุรกิจจะช่วยเน้นย้ำถึงความสำคัญของพวกเขา การทำงานร่วมกันของพนักงานและวัฒนธรรมในสถานที่ทำงาน มนุษยสัมพันธ์ในที่ทำงานเป็นส่วนสำคัญของสิ่งที่ทำให้ธุรกิจทำงานได้ พนักงานต้องทำงานร่วมกันบ่อยครั้งในโครงการสื่อสารความคิดและให้แรงจูงใจในการทำงาน หากไม่มีวัฒนธรรมในการทำงานที่มั่นคงและน่าดึงดูดความท้าทายที่ยากอาจเกิดขึ้นได้ทั้งในด้านโลจิสติกส์ของการจัดการพนักงานและผลกำไร ธุรกิจที่มีสถานที่ทำงานที่น่าสนใจและพนักงานที่ได้รับการฝึกฝนมาเป็นอย่างดีมีแนวโน้มที่จะรักษาและดึงดูดพนักงานที่มีคุณสมบัติเหมาะสมส่งเสริมความภักดีกับลูกค้าและปรับตัวได้เร็วขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทราวดี พัฒนโกศล (2563) ศึกษาเรื่อง การศึกษาความต้องการฝึกอบรมของพนักงานบริษัทอิวาโอเอเมะ ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลการศึกษาความต้องการฝึกอบรมของพนักงานบริษัทอิวาโอเอเมะพบว่า มีระดับความต้องการฝึกอบรมในภาพรวมและรายด้าน เรียงตามลำดับได้แก่ ทักษะด้านเทคนิคการปฏิบัติงาน ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ ทักษะด้านความคิด และด้านบุคลิกภาพ อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน

2. ผลการสร้างรูปแบบการฝึกอบรมของพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร สรุปได้ ดังนี้

2.1 สัมพันธภาพและทีมงาน ประกอบด้วยองค์ประกอบย่อย ได้แก่ (1) ทักษะการวางตัวที่เหมาะสม (2) บุคลิกภาพ (3) ทักษะด้านภาษาต่างประเทศ (4) การทำงานเป็นทีม (5) การพูด และการสื่อสารกับลูกค้า (6) การบริหารงานด้านการเงินและบัญชี และ (7) การเป็นผู้นำ เนื่องจากพนักงานขายเครื่องใช้ไฟฟ้าจำเป็นต้องมี

การสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างเพื่อนร่วมงานในการทำงานและประสานงานเพื่อให้การทำงานเกิดประสิทธิผลมากที่สุด ทั้งนี้พนักงานขายต้องสื่อสารและสร้างสัมพันธ์กับลูกค้า ในการให้บริการและการขาย ซึ่งเป็นการจูงใจให้ลูกค้าซื้อสินค้า และบริการ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและเพิ่มยอดขายให้กับองค์กร สอดคล้องกับแนวความคิดของ (โอภาส กิจคำแหง, 2561, หน้า 33-35) ได้กล่าวว่า การมีมนุษยสัมพันธ์ที่เป็นเลิศ (good human relationship) เป็นบ่อเกิดของความสำเร็จที่แท้จริงเพราะไม่เคยมีพนักงานขายคนใดที่จะสำเร็จในวิชาชีพของการขายโดยปราศจากการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น เพราะการขายเป็นการติดต่อสื่อสารชนิดหนึ่งและความสำเร็จในการเจรจาเพื่อขายของ การที่ลูกค้าหรือผู้มุ่งหวังและพนักงานขาย "เวลาแห่งความสัมพันธ์

2.2 การสื่อสารและการสร้างความสัมพันธ์ ประกอบด้วยองค์ประกอบย่อย ได้แก่ การให้คำแนะนำหรือปรึกษาเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน (2) การสื่อสารระหว่างบุคคล (3) กลยุทธ์การสร้างมนุษยสัมพันธ์ (4) แนวคิดและทัศนคติที่ดีต่อการปฏิบัติงานและเพื่อนร่วมงาน (5) การเจรจาต่อรอง และ (6) การปรับตัวเข้ากับบุคคลอื่น ๆ เนื่องจาก สิ่งจำเป็นสำหรับพนักงานขายในการขายสินค้าและบริการคือการสื่อสาร ซึ่งอาจเป็นการสื่อสารระหว่างพนักงาน และการสื่อสารกับลูกค้าเพื่อให้เกิดความเข้าใจในตัวสินค้า และบริการ รวมไปถึงการสนทนาโต้ตอบการเจรจาซื้อขายสินค้า อันส่งผลให้เกิดการซื้อขายและการบอกต่อในการให้บริการของลูกค้าได้สอดคล้องกับแนวความคิดของ อิศราพันธ์ สนิสุวิรัช และวิภาวี เมืองสุวรรณ (2563) ได้กล่าวว่า พนักงานขายทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมที่สำคัญระหว่างบริษัทกับลูกค้า ซึ่งในบางครั้งพนักงานจะทำหน้าที่เป็นตัวแทนทั้งสองฝ่าย คือ ฝ่ายผู้ขายและผู้ซื้อ กล่าวคือ ในฐานะที่ทำหน้าที่เป็นตัวแทนของบริษัท พนักงานขายจะพยายามหาลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้นแจ้งบอกข่าวสารหรือข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการของบริษัท เข้าพบลูกค้าเพื่อขายผลิตภัณฑ์เสนอขายผลิตภัณฑ์ใหม่ ตอบข้อซักถามเพื่อขจัดข้อโต้แย้ง เสนอต่อรองราคา เสนอต่อรองราคา และเงื่อนไขและปิดการขาย นอกจากนี้พนักงานขายยังทำหน้าที่จัดหาบริการให้ลูกค้า ทำการวิจัยตลาดและเก็บข้อมูล และจัดทำรายการสั่งซื้อ เป็นต้น

2.3 การพัฒนาความคิดในการทำงาน ประกอบด้วยองค์ประกอบย่อย ได้แก่ (1) การตัดสินใจในการปฏิบัติงาน (2) การคิดเชื่อมโยง ความรู้ใหม่ ๆ (3) การคิดในการวางแผนปฏิบัติงาน (4) การคิดค้นนวัตกรรม (5) การสร้างแรงบันดาลใจ และ (6) การคิดเพื่อวิเคราะห์ปัญหา เนื่องจากการทำงานจำเป็นต้องมีการคิดเพื่อการพัฒนาและ ปรับปรุงคุณภาพของงาน ซึ่งการคิดริเริ่มจะพัฒนาการทำงานจำเป็นต้องมีสิ่งจูงใจหรือแรงบันดาลใจในการพัฒนาการทำงานให้มีประสิทธิภาพ โดยที่พนักงานจะต้องเรียนรู้และนำความรู้ที่ได้มาปรับใช้กับการทำงาน โดยการคิดสร้างสรรค์ผลงานเพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับแนวความคิดของ สันญา เคนาภูมิ และเสาวลักษณ์ โกศลกิตติอมพร (2560) ได้สรุปว่า การวางแผนเป็นกระบวนการเกี่ยวกับการคิดและการตัดสินใจหาทางเลือกที่ดีที่สุดในการปฏิบัติงานโดยการเลือกใช้ปัจจัยต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินงานในอนาคตเป็นไปอย่างเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพสูงสุด ส่วนกระบวนการวางแผนที่สำคัญ ได้แก่ การวิเคราะห์สถานการณ์ การกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมาย การกำหนดทางเลือกในการแก้ไขปัญหา การประเมินเป้าหมายและทางเลือก การเลือกเป้าหมาย และแผนงาน การจัดทำแผนและแผนประจำปี การดำเนินตามเป้าหมายและแผนงาน การติดตามความก้าวหน้าและการควบคุม และการประเมินผลแผน นอกจากนี้ เครื่องมือสำหรับการวางแผนประกอบด้วย การพยากรณ์ การหาจุดเด่น การให้มีส่วนร่วมในการวางแผน การใช้ภาพ และการใช้ที่ปรึกษาวางแผน

2.4 การคิดแบบบูรณาการ ประกอบด้วยองค์ประกอบย่อย ได้แก่ (1) การคิดเพื่อการพัฒนาการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น (2) ความคิดเชิงกลยุทธ์ (3) การคิดเพื่อปรับปรุงการทำงาน และ (4) การแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบ เนื่องจากพนักงานขายเครื่องใช้ไฟฟ้าต้องติดต่อกับลูกค้าหรือประสานงานกับเพื่อนร่วมงานจึงจำเป็นต้องมีการคิดอย่างเป็นระบบเพื่อไม่ให้เกิดการผิดพลาดในการทำงาน ในบางครั้งการทำงานอาจเกิดปัญหาหรือ

ล่าช้าทำให้เกิดผลเสียต่อการทำงานทำให้พนักงานจึงต้องคิดปรับปรุงระบบการทำงานเพื่อสามารถทำงานตามที่คาดหวังไว้ได้ สอดคล้องกับแนวความคิดของ สมใจ ลักษณะ (2552) ได้กล่าวว่า ประสิทธิภาพในการทำงานที่ประสิทธิภาพให้สำเร็จตามที่วางเป้าหมายไว้ จำเป็นต้องให้สูญเวลาและเสียพลังงานน้อย ซึ่งจะทำงานได้เร็วและมีคุณภาพ พนักงานที่มีประสิทธิภาพในการทำงาน เป็นพนักงานที่ตั้งใจในการทำงานอย่างเต็มความสามารถ ใช้กลยุทธ์และวิธี หรือเทคนิคต่าง ๆ ในการสร้างผลงาน อันเป็นผลงานที่มีคุณภาพ เป็นที่น่าพอใจ โดยสิ้นเปลืองต้นทุนค่าใช้จ่าย พลังงาน และเวลาน้อยที่สุด

2.5 การบริหารจัดการ ประกอบด้วยองค์ประกอบย่อย ได้แก่ (1) เทคนิคในการปฏิบัติงานด้านการขาย (2) การใช้เทคโนโลยีในการปฏิบัติงาน และ (3) การจัดเก็บข้อมูลข่าวสาร เนื่องจากพนักงานขายเครื่องใช้ไฟฟ้าต้องบริการลูกค้าและขายสินค้าแล้ว การบริหารจัดการเกี่ยวกับการจัดเก็บข้อมูลให้เป็นระบบและการใช้ข้อมูลเหล่านั้นในการทำงาน รวมถึงการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อช่วยในการทำงานและประกอบการขาย อันเป็นโอกาสในการการแข่งขันทางการตลาด สอดคล้องกับแนวความคิดของ โอภาส กิจคำแหง (2561, หน้า 32-33) ได้กล่าวว่า พนักงานขายทำงานที่ไม่เกี่ยวข้องกับงานขาย (non-selling activities) ได้แก่ การทำรายงาน เป็นการเตรียมรายงานประจำวัน ประจำสัปดาห์ และประจำเดือน ข้อมูลรายงานมักจะประกอบด้วยค่าใช้จ่าย จำนวนครั้งของโทรศัพท์ที่ใช้ ยอดขายที่ได้ ระยะทางที่ใช้เดินทาง ข้อมูลคู่แข่ง ข้อกำหนดต่าง ๆ ทางธุรกิจ การขอบริการที่ลูกค้าแจ้งมา จำนวนลูกค้าที่ขายไม่ได้ และอื่น ๆ ทั้งยังหาข้อมูลและเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการให้สินเชื่อให้กับบริษัทเพื่อประเมินหาอัตราสินเชื่อที่เหมาะสม ซึ่งบางบริษัทสามารถให้อำนาจกับพนักงานขายในการกำหนดสินเชื่อในระดับหนึ่ง และ การเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ที่บริษัทคาดหวังให้พนักงานขายได้พัฒนาความรู้เพิ่มเติม เกี่ยวกับบริษัท สินค้า และปัญหาต่าง ๆ ของลูกค้า

2.6 การขายและการบริการ ประกอบด้วยองค์ประกอบย่อย ได้แก่ (1) การบริหารจัดการภายใต้ความกดดัน (2) การให้บริการที่ประทับใจลูกค้า (3) การจัดการคุณภาพของงาน และ (4) การเพิ่มยอดขาย เนื่องจาก พนักงานขายที่ด้นนั้นจะต้องบริการด้วยใจ โดยให้ลูกค้าเกิดความพอใจในตัวสินค้าและบริการ อันเป็นผลให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการหรือซื้อสินค้าอีกครั้ง รวมถึงการบริหารจัดการในการทำงานให้มีคุณภาพตามที่องค์กรต้องการ สิ่งสำคัญของพนักงานขายเครื่องใช้ไฟฟ้าคือการเพิ่มยอดขายเพื่อผลค่าตอบแทนของพนักงานยังส่งผลต่อองค์กรอีกด้วย สอดคล้องกับแนวความคิดของ ยุทธนา ธรรมเจริญ และคณะ (2556) ได้กล่าวว่า หน้าที่เฉพาะของการขายโดยพนักงานขายอาจแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ การแสวงหาลูกค้า (prospecting for customers) พนักงานขายจะเริ่มงานโดยการบ่งชี้หรือกำหนดคุณลักษณะของผู้ซื้อที่เป็นไปได้หรือผู้ซื้อคาดหวัง แล้วใช้ความพยายามในการหาที่ตั้งและติดต่อกับผู้ซื้อเหล่านั้น การสร้างลูกค้า (creative customers) การสร้างลูกค้าจะสำเร็จได้ต่อเมื่อได้ให้ข้อมูลข่าวสารแก่ลูกค้าที่แสวงหามาและจงใจให้ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการ ดังนั้นจึงจำเป็นที่พนักงานขายต้องรู้จักสินค้าและบริการของตนเป็นอย่างดี รวมถึงรู้จักผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งเป็นอย่างดีด้วย จะได้สามารถบอกลูกค้าได้ถึงความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ของตนกับคู่แข่งเพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างดี และการรักษาลูกค้าให้คงไว้ (keeping customers) การซื้อซ้ำของลูกค้าเป็นตัวกำหนดกระแสรายได้ของบริษัท พฤติกรรมการซื้อซ้ำจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อลูกค้ามีความพอใจหลังการซื้อครั้งแรก ดังนั้นพนักงานขายจึงต้องมีการติดต่อกับลูกค้าหลังการขายเพื่อให้มั่นใจได้ว่าลูกค้ามีความพอใจและได้รับบริการหลังการขายที่เหมาะสมทั้งนี้ลูกค้าที่มีความพึงพอใจเป็นสิ่งสำคัญเพราะพวกเขาจะทำการโฆษณาสินค้าหรือบริการโดยการบอกต่อด้วยความเต็มใจ

3. ผลการประเมินรูปแบบการฝึกอบรมของพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร พบว่า

3.1 ความเหมาะสมของรูปแบบการฝึกอบรมของพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า รูปแบบการฝึกอบรมของพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานครมีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ คุณค่าและประโยชน์ที่ได้จากรูปแบบ เนื่องจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเห็นถึงรูปแบบในการฝึกอบรมของพนักงานขายเครื่องใช้ไฟฟ้า สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานในองค์กรได้จริง สอดคล้องกับแนวความคิดของ ชีรวินน์ นิเจนตร (2560) กล่าวว่า ในการสร้างและพัฒนาแบบที่ดียิ่งจะต้องได้มาจากแนวคิดของทฤษฎี ที่แสดงถึงความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรต่างๆ เพื่ออธิบายถึงโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงเหตุผลของเรื่อง ที่ศึกษาได้ครอบคลุมและชัดเจน ซึ่งรูปแบบที่ดีจะต้องผ่านการทดสอบหรือตรวจสอบก่อนนำไปใช้จริง เนื่องจากจุดมุ่งหมายที่สำคัญของการสร้างรูปแบบ คือ การทดสอบหรือตรวจสอบรูปแบบที่สร้างขึ้นมาว่ามีความถูกต้องเหมาะสมและสอดคล้องกับการนำรูปแบบไปใช้ประโยชน์ต่อไปหรือไม่

3.2 ความเหมาะสมของวิธีการ/กิจกรรม/ตัวชี้วัดการฝึกอบรมของพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดเมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับ ได้แก่ ข้อมูลผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ การบริหารงานด้านการเงินและบัญชี และการใช้เทคโนโลยีในการปฏิบัติงาน เนื่องจากวิธีการ/กิจกรรม/ตัวชี้วัดการฝึกอบรมของพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร แสดงให้เห็นถึงวิธีการที่ชัดเจน โดยมีรายละเอียดกิจกรรมประกอบ เพื่อให้สามารถดำเนินกิจกรรมตามที่วางเป้าหมายไว้ ทั้งนี้ได้กำหนดตัวชี้วัดในการฝึกอบรมเพื่อการประเมินผลการฝึกอบรมให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ สอดคล้องกับแนวความคิดของ วรณัน พินิจดี (2558, หน้า 23) กล่าวว่า การฝึกอบรม หมายถึงการให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรม (กลุ่มเป้าหมาย) ผ่านกระบวนการ กิจกรรมต่าง ๆ และเทคนิคต่าง ๆ เช่นการสอน การบรรยาย การสาธิต การฝึกปฏิบัติ เป็นต้น เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรม มีความรู้ เกิดทักษะ มีการปรับเปลี่ยนและเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ดีขึ้น และเป็นการสร้างการพัฒนาตนเองเฉพาะทาง เช่น ทักษะการสอนงาน ทักษะการนำเสนอ ทักษะการบังคับบัญชา การพัฒนาทักษะความเป็นผู้นำ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยรูปแบบการฝึกอบรมของพนักงานฝ่ายขายธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าเขตพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ส่งเสริมให้มีการจัดฝึกอบรมหลักสูตรที่เหมาะสมตามความต้องการของพนักงานขายเพื่อสามารถนำความรู้มาปรับใช้ในการทำงานได้จริง
2. ส่งเสริมให้องค์กรติดตามผลหลังจากการฝึกอบรมของพนักงาน เพื่อเป็นการประเมินผลการจัดการฝึกอบรมและ
3. ด้านความคิด ส่งเสริมให้พนักงานเกิดความตระหนักในการคิดในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อปรับปรุงการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
4. ด้านการปฏิบัติงาน ส่งเสริมให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจ และทักษะเกี่ยวกับสินค้าและบริการมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2559). **ธุรกิจขายเครื่องใช้ไฟฟ้า**. ค้นเมื่อ ธันวาคม 15, 2559, จาก <http://magazine.dbd.go.th/magazine>.
- เกรียงไกรยศ พันธุ์ไทย. (2553). กลยุทธ์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เชิงบูรณาการ: ภัยแห่งความเป็นเลิศ. **วารสารพัฒนบริหารศาสตร์**, 51(3), 239-257.
- เพ็ชรี รูปะวิเชตร. (2554). **เทคนิคการจัดฝึกอบรมและการประชุม**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ดวงกมลพับลิชชิง.
- สมคิด บางโม. (2553). **เทคนิคการฝึกอบรมและการประชุม**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิทย์พัฒน์.
- ชาญ สวัสดิ์สาลี. (2556). **คู่มือนักฝึกอบรมมืออาชีพ เทคนิคการฝึกอบรมและการจัดสถานที่ประชุม/ฝึกอบรม**. นนทบุรี: สำนักพิมพ์สวัสดิการสำนักงาน ก.พ..
- ดาวเรือง สาโดด. (2552). **ความต้องการฝึกอบรมของพยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลหัวเฉียว**. วิทยานิพนธ์ปริญญาพยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ชีวัน นิจเนตร. (2560). การวิจัยพัฒนารูปแบบทางสังคมศาสตร์และการศึกษา. **วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี**, 4(2), 71-101.
- ยุทธนา ธรรมเจริญ, เสาวภา มีถาวรกุล, เขาว์ โจนแสง, สหสโรจน์ โจนเมธา, ประภาศรี สวัสดิ์อำไพรักษ์, ฉัตรชัย ลอยฤทธิภูมิไกร, วิเชียร เลิศโกคานนท์ และวุฒิชาติ สุนทรสมย์. (2556.) **สัมมนาการจัดการการตลาด (Seminar in Marketing Management) (พิมพ์ครั้งที่ 4)**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช.
- สุวิมล ตีรกันันท์. (2555). **ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์สู่การปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์.
- ภัทราวดี พัฒนะโกศล. (2563). การศึกษาความต้องการฝึกอบรมของพนักงานบริษัทอิวาโอเอเมะ. **วารสารการพัฒนาศาสตร์มนุษย ฉบับพิเศษปี 2563**, 95-106.
- โอภาส กิจคำแหง. (2561). **ศิลปการขาย**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.
- ธิดารัตน์ สนิสุวิงษ์ และวิภาวี เมืองสุวรรณ. (2563). **การขายโดยบุคคล**. ค้นเมื่อ มกราคม 10, 2564, จาก <https://sites.google.com/site/hlakkartlad14/bth-thi-3>.
- วรรณ พินิจดี. (2558). **7 กระบวนการที่จำเป็นสำหรับนักฝึกอบรมมืออาชีพ**. นนทบุรี: บัดดี้ ครีเอชั่น.
- สมใจ ลักษณะ. (2552). **การพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน**. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สัญญา เคนาภูมิ และเสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร. (2560). กรอบแนวคิดการศึกษาวางแผนและการบริหารแผน. **วารสารการแพรวาภาพสนธิ์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์**, 4(2), 389-411.
- หัสยา เจริญสุข. (2552). **ความต้องการในการฝึกอบรมของพนักงานฝ่ายจัดซื้อบริษัท โคราชเดนมิก จำกัด**. วิทยานิพนธ์ปริญญาพยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- Latham, G. and Wexley, K. (1991) **Developing and Training Human Resources in Organization**. New York: Harper Collins Publishers.
- Petryn, M. (2019). **The Importance of Human Relations in the Workplace**. Retrieved April 16, 2020, from <https://smallbusiness.chron.com/importance-human-relations-workplace-23061.html>.