

การพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะที่จำเป็นของพนักงานขาย ธุรกิจด้านความงาม

ธรรมรัตน์ ธุระทอง¹ ดวงเดือน จันทรเจริญ²
กฤษดา ตั้งชัยศักดิ์³ ชมสุภัค ครุฑทะ⁴

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาสมรรถนะที่จำเป็นของพนักงานขายในธุรกิจด้านความงาม (2) พัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะที่จำเป็นของพนักงานขายในธุรกิจด้านความงาม และ (3) ประเมินหลักสูตรฝึกอบรม เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะที่จำเป็นของพนักงานขายในธุรกิจด้านความงาม งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยโดยใช้เทคนิคเดลฟายจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 18 คน ตัวอย่าง คือ พนักงานขายที่ปฏิบัติงานในสถาบันความงาม จำนวน 30 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติ ดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 ค่ามัธยฐาน และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ เพื่อหาสมรรถนะที่จำเป็นของพนักงานขาย ขั้นตอนที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความสอดคล้อง เพื่อหาความเหมาะสมของหลักสูตร และ ขั้นตอนที่ 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าที่ เพื่อวัดความคงทน

ผลการวิจัย พบว่า (1) สมรรถนะที่จำเป็นของพนักงานขาย (2) การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะที่จำเป็นของพนักงานขาย ซึ่งผ่านตรวจสอบคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน มีความเหมาะสมระดับมากทุกด้าน และมีความสอดคล้องในทุกองค์ประกอบ และ (3) ผลการประเมินหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อพัฒนาสมรรถนะที่จำเป็นของพนักงานขาย พบว่า พนักงานขายมีสมรรถนะที่จำเป็นหลังผ่านการฝึกอบรมสูงกว่าก่อนการฝึก อบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และหลังการฝึกอบรม จำนวน 12 สัปดาห์ สูงกว่าเมื่อสิ้นสุดการฝึกอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกด้าน และมีความพึงพอใจต่อหลักสูตรในระดับมาก

คำสำคัญ: การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม; การเพิ่มสมรรถนะ; การฝึกอบรม

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

การอ้างอิง:

ธรรมรัตน์ ธุระทอง, ดวงเดือน จันทรเจริญ, กฤษดา ตั้งชัยศักดิ์ และชมสุภัค ครุฑทะ. (2565). การพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะที่จำเป็นของพนักงานขาย ธุรกิจด้านความงาม. *วารสารดุขุภัณทิตทงสัณคศาสตร*, 12(3), 745-758.

¹ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนารพการณมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
2086 ถนนรามคำแหง แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240, ประเทศไทย
อีเมล: t.thurathong@gmail.com

^{2,4} คณะพัฒนารพการณมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

³ สถาบันนานาชาติ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

The Development of a Training Program to Enhance the Essential Competencies of Salespersons in the Beauty Surgery Business

Thammarat Thurathong¹ Duangduen Chancharoen²

Krisda Tanchaisak³ Chomsupak Cruthaka⁴

Abstract

This research article aim to study: (1) to study the essential competencies of salespersons in the beauty surgery business. (2) to develop a training program to enhance the necessary competencies of salespeople in the beauty business. and (3) to evaluate training program to enhance the essential competencies of salespeople in the beauty business. This research is research and development. The researcher conducted research using the Delphi technique from 18 experts. The sample group is 30 salespeople working in beauty institutes. Data were analyzed using the following statistics: Step 1, median and interquartile range. Step 2 Mean, standard deviation. and consistency and step 3, mean, standard deviation, and t values to measure persistence.

The results showed that (1) essential performance of salespersons (2) Development of training program to enhance competencies essential of the salesperson which passed the qualifying examination from 5 qualified persons with a very suitable level in all aspects and consistency in all components. and (3) The results of the evaluation of the training program for the development of essential competencies of the salespersons were at the .05 level and after 12 weeks of training, the required after-training was statistically significant at the .05 level and after 12 weeks of training, statistically significantly higher than at the end of the training at .05 in all areas, and very satisfied with the course.

Keywords: Development of Training; Curriculum Enhancement of Competencies; Training

Type of Article: Research Article

Cite this article as:

Thurathong, T., Chancharoen, D., Tanchaisak, K., & Cruthaka, C. (2022). The development of a training program to enhance the essential competencies of salespersons in the beauty surgery business. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 12(3), 745-758.

¹ Doctor of Philosophy Program in Human Resource Development, Ramkhamhaeng University
2086 Ramkhamhaeng Road, Hau Mark, Bangkok, Bangkok 10240, Thailand
Email: t.thurathong@gmail.com

^{2,4} Faculty of Human Resource Development, Ramkhamhaeng University

³ Institute of International Studies, Ramkhamhaeng University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การศัลยกรรมเสริมความงาม คือ การใช้กระบวนการทางการแพทย์เพื่อเปลี่ยนแปลงส่วนต่างๆ ของร่างกายให้มีลักษณะที่เหมาะสม และสวยงามขึ้น ด้วยกระบวนการผ่าตัด การปลูกถ่าย และการฉีดสารบริเวณอวัยวะต่างๆ ซึ่งการศัลยกรรมเสริมความงามนั้นมีทั้งแบบผ่าตัดและการไม่ผ่าตัด การศัลยกรรมแบบไม่ผ่าตัด เรียกอีกอย่างว่า หัตถการ ได้แก่ การร้อยไหม ฉีดฟิลเลอร์ การทำเลเซอร์ ยกกระชับต่างๆ ราคาจะต่ำกว่าการศัลยกรรมแบบผ่าตัด โดยการศัลยกรรมแบบผ่าตัดต้องใช้เทคนิคทางการแพทย์และต้องมีความพิถีพิถันในการทำแต่ละครั้ง ซึ่งทั้ง 2 วิธี มีทั้งข้อดีและข้อเสียที่แตกต่างกัน ปัจจุบันความนิยมด้านความสวยความงามเพื่อปรับเปลี่ยนรูปร่างให้ดูดีขึ้น เพราะการสร้างภาพลักษณ์หรือบุคลิกลักษณะภายนอกมีอิทธิพลกับการใช้ชีวิตประจำวันของแต่ละบุคคล ปัจจุบันเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่างๆ สามารถที่จะช่วยพัฒนาและเสริมบุคลิกภาพ หรือกำจัดจุดด้อยของแต่ละบุคคลให้ดูดีขึ้น ช่วยเสริมสร้างบุคลิกภาพและความมั่นใจให้กับตนเอง (The Society of Plastic and Reconstructive Surgeons of Thailand, 2019)

สภาวะสังคมปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องเทคโนโลยี ทำให้เกิดการแข่งขันเป็นอย่างมาก ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความคาดหวังและความต้องการในการบริการที่สูงขึ้น ธุรกิจเสริมความงามจึงให้ความสำคัญต่อคุณภาพการให้บริการ โดยพนักงานที่มีความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ พร้อมให้บริการด้วยความเต็มใจ ถือเป็นการเพิ่มทรัพย์สินที่มีค่าแก่องค์กร มีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค นอกจากนี้ ยังส่งผลให้พนักงานเกิดความภาคภูมิใจในการปฏิบัติงาน เพื่อให้บริการที่ดีแก่ผู้บริโภค ดูแลเอาใจใส่ ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วและทุกระดับ ให้เกิดความประทับใจสูงสุด ทำให้ผู้บริโภคกลับมาใช้บริการซ้ำและมีการบอกต่อจากบุคคลหนึ่งไปยัง

อีกบุคคลหนึ่ง อันนำไปสู่ความสำเร็จที่มั่นคงในการประกอบธุรกิจ (Bank of Thailand, 2018)

การให้บริการที่สร้างความประทับใจที่ดี ถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่องค์กรต่างๆ ควรสร้างขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่น ไว้วางใจต่อสินค้าและบริการนั้น โดยสิ่งแรกที่ควรที่จะพัฒนาศักยภาพบุคลากร คือ การฝึกอบรมบุคลากรให้มีความรู้ความเข้าใจในงาน เข้าใจผู้ร่วมงาน เข้าใจผู้รับบริการ สร้างความสัมพันธ์ระหว่างพนักงาน เสริมสร้างความรักความสามัคคีทำงานเป็นทีม และให้บริการที่เป็นเลิศ ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่จำเป็นต้องมีในทุกองค์กร เพราะหากบุคลากรมีจิตสำนึกในการบริการแล้ว ผู้ให้บริการและลูกค้าจะมีความสุข ส่งผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กรที่มีมาตรฐาน มีความน่าเชื่อถือ และความศรัทธาขององค์กรนั้นๆ ทำงานอย่างมีความสุข ส่งผลดีต่อลูกค้า เกิดการชื่นชมจากลูกค้า มีผลต่อประสิทธิภาพของงาน ทำให้บรรลุเป้าหมายของทั้งตนเองและองค์กร ดังนั้น การพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรม เพื่อให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เน้นการสร้างความเข้าใจการทำงานตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน เพื่อเพิ่มศักยภาพในการทำงานได้อย่างสูงสุด สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและองค์กรได้ ซึ่งจากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้น ผู้วิจัยพบว่า พนักงานที่ปฏิบัติงานในสถาบันเสริมความงาม ขาดทักษะในเรื่องความรู้ ความเข้าใจในงาน มุ่งสร้างผลงานเพียงลำพัง แก้ปัญหาเฉพาะไม่ได้ และขาดเครื่องมือที่ใช้ในการฝึกอบรมบุคลากรที่เป็นมาตรฐาน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเห็นถึงความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งที่จะสร้างเครื่องมือการฝึกอบรมที่เป็นมาตรฐาน ที่ทำให้บุคลากรเกิดความรู้ ความสามารถ ทักษะในการปฏิบัติงาน และทักษะในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า และนำไปสู่เป้าหมายตามที่องค์กรกำหนดไว้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสมรรถนะที่จำเป็นของพนักงานขายในธุรกิจด้านความงาม
2. เพื่อพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะที่จำเป็นของพนักงานขายในธุรกิจด้านความงาม
3. เพื่อประเมินหลักสูตรฝึกอบรม เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะที่จำเป็นของพนักงานขายในธุรกิจด้านความงาม

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาสมรรถนะที่จำเป็นของพนักงานขายในธุรกิจด้านความงาม โดยบูรณาการแนวคิดจากนักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญ และสังเคราะห์เป็นองค์ประกอบ โดยใช้เทคนิคเดลฟาย จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 18 คน นำไปออกแบบโครงสร้างหลักสูตรฝึกอบรม และกำหนดส่วนประกอบของโครงสร้างหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อพัฒนาสมรรถนะทางด้านงานขาย
2. ขอบเขตด้านประชากรและตัวอย่าง คือ พนักงานขายที่ปฏิบัติงานใน 3 สถาบัน ได้แก่ MS Clinic, Mersi RAMA2 และ Mersi Victory Monument รวม จำนวน 102 คน ได้ตัวอย่างสถาบันละ จำนวน 10 คน รวมจำนวน 30 คน ทำการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจงเฉพาะพนักงานขายที่มีอายุงานระหว่าง 6 เดือน ถึง 1 ปี
3. ขอบเขตด้านระยะเวลา คือ ระหว่างเดือนมกราคม ถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2563

ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย

1. สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เพื่อเป็นแนวทางการฝึกอบรมพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรในหน่วยงานในการยกระดับความรู้ ความสามารถของพนักงานให้แข็งแกร่ง เพื่อความได้เปรียบคู่แข่งขัน
2. เป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการได้มีทางเลือก

ในการพิจารณาที่จะรับพนักงานหรือเลื่อนตำแหน่งพนักงาน โดยใช้ผลการวิจัยเป็นข้อมูลเพื่อการวัดผลความสามารถในการคัดเลือกบุคลากรต่อไป

3. เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับเส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพ โดยการนำเอาสมรรถนะที่จำเป็นไปพัฒนาบุคลากร เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับความก้าวหน้าที่สูงขึ้น

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดการพัฒนาหลักสูตร

ขณะที่ Chuaratanaphong (1996, p. 25) ได้เสนอแนวคิดการพัฒนาหลักสูตรอย่างเป็นระบบ มีขั้นตอน ดังนี้ (1) การวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อวินิจฉัยปัญหาและความต้องการ ซึ่งจะช่วยในการตัดสินใจ (2) การกำหนดเป้าประสงค์ จุดหมาย และจุดประสงค์ หลังจากได้วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานแล้ว จะพิจารณาและกำหนดความมุ่งหมายของการศึกษา (3) การเลือกและจัดเนื้อหา เนื้อหาจะต้องเป็นประโยชน์ต่อผู้เรียน และต้องมีความพร้อมทั้งด้านเวลา ผู้สอน และวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ (4) การเลือกและจัดประสบการณ์การเรียนรู้ ต้องทำให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ได้เร็ว เลือกใช้สื่อให้สอดคล้องกับจุดประสงค์การเรียนรู้ (5) การกำหนดเวลาเรียน ต้องจัดลำดับก่อนหลังให้สัมพันธ์กับจำนวนชั่วโมง และการวัดประเมินผล ควรมีเกณฑ์การจบหลักสูตร (6) การนำหลักสูตรไปใช้ หลังจากร่างหลักสูตรแล้วต้องมีการตรวจสอบข้อบกพร่องที่ควรปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติม (7) การประเมินผลหลักสูตร ทำเมื่อใช้หลักสูตรไปได้ระยะหนึ่ง โดยประเมินผลในด้านต่างๆ ว่ามีข้อบกพร่องที่ควรปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมอะไรบ้าง และ (8) การปรับปรุงแก้ไขหลักสูตร หลังจากที่ได้รับข้อบกพร่องของหลักสูตร อาจจะต้องมีการศึกษาปัญหาเพื่อปรับปรุงแก้ไขให้หลักสูตรเหมาะสมยิ่งขึ้น

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสมรรถนะ

หลักการแนวคิดเรื่องสมรรถนะเป็นแนวคิดที่นักวิชาการต่างๆ หลากหลายคณะหลายองค์กร ต่างให้ความสำคัญต่อการศึกษา โดยองค์กรต่างๆ มักกำหนดสมรรถนะในการปฏิบัติงานของพนักงานแต่ละตำแหน่ง และใช้เป็นเครื่องมือในการคัดเลือกบุคคลเข้ามาในองค์กร หรือแม้แต่นำระบบสมรรถนะมาใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาบุคลากรของตน สอดคล้องกับแนวคิดของ Puvitayaphan (2010, p. 48) ที่กล่าวว่า สมรรถนะ ที่กำหนดขึ้นในองค์กรนั้น สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในระบบการบริหารและพัฒนาบุคลากรได้ ได้แก่ (1) การสรรหาคัดเลือกพนักงาน (2) การจัดทำแผนฝึกอบรมระยะสั้น (3) การจัดทำแผนการฝึกอบรมระยะยาว (4) การจัดทำแผนพัฒนาบุคลากรรายบุคคล (5) การประเมินผลการปฏิบัติงาน (6) การออกแบบเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพ และ (7) การบริหารคนเก่ง/คนดี และผู้สืบทอดตำแหน่งงาน เป็นต้น ส่วน Piriyathanalai and Thephasadin Na Ayudhya (2010, p. 12) ได้กล่าวถึง แนวคิดเรื่องว่า “สมรรถนะ” (competence หรือ competency) ต่างจากแนวคิดอื่นๆ ทางการบริหาร ซึ่งมักเริ่มต้นจากอุตสาหกรรม วิศวกร ผู้ปฏิบัติในโรงงานที่คิดค้นกระบวนการในการปรับปรุงองค์กรและงานของตนเองขึ้น เกิดจากนักวิชาการที่ได้พัฒนาทฤษฎีด้านพฤติกรรมองค์กรหรือการพัฒนาองค์กรขึ้นโดยวิธีการเชิงนิรนัยกล่าวคือ โดยสรุปสังเกตจากความสำเร็จขององค์กรต่างๆ แล้วประมวลขึ้นเป็นชุดของคำอธิบาย แต่แนวความคิดด้านสมรรถนะนี้ถือกำเนิดขึ้นจากงานวิจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งมีฐานทางทฤษฎีที่ได้รับการพัฒนาและมีการพิสูจน์ทดลองเชิงประจักษ์มายาวนาน

นอกจากนั้น Boyatzis (2008, p. 7), Draganidis and Mentzas (2006, p. 53) ได้กล่าวว่า สมรรถนะเป็นการผสมผสานระหว่างความรู้ภายในตัวบุคคล (tacit knowledge) ความรู้ภายนอก (explicit

knowledge) พฤติกรรม (behavior) และ ทักษะ (skill) ซึ่งส่งผลให้บุคลากรมีศักยภาพในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับแนวคิดของ Dubois (2000, p. 45) กล่าวว่า สมรรถนะ คือ บุคลิกลักษณะของบุคคลที่เป็นรากฐานของการปฏิบัติงานที่ประสบความสำเร็จ โดยสมรรถนะอาจเป็นทักษะ ความรู้ แนวความคิด แรงจูงใจหรือบทบาทในสังคม รวมถึง คุณลักษณะที่โดดเด่นของบุคคลในอันที่จะทำให้สามารถสร้างผลการปฏิบัติงานที่ดีเยี่ยมในงานที่รับผิดชอบภายใต้บทบาทหน้าที่และสภาพการทำงานที่กำหนด ซึ่งคุณลักษณะดังกล่าวอาจเรียกรวมกันว่า “คุณลักษณะ” (attribute) ที่ประกอบด้วย ความรู้ ทักษะ พรสวรรค์ บทบาททางสังคม ภาพลักษณ์ และแรงจูงใจ ซึ่งอุปนิสัยดังกล่าวจะเป็นตัวกระตุ้นพฤติกรรมอื่นจะเป็นการแสดงออกของตัวสมรรถนะที่วัดได้

แนวคิดเกี่ยวกับงานขายและเทคนิคการขาย

อาชีพการขายเป็นอาชีพที่ทำขาย การเป็นพนักงานขายที่จะประสบความสำเร็จหรือไม่ั้น ดูได้จากวิธีการขาย วิธีการสื่อสารกับลูกค้า โดยพนักงานขายต้องให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้า ต้องศึกษาแนวทางการขายและเทคนิคการขายอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้สามารถขายสินค้าได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่ง Phutachote (2016, pp. 50-51) กล่าวว่า พนักงานขายถือเป็นบุคลากรที่มีบทบาทต่อความสำเร็จขององค์กร การกำหนดคุณสมบัติและเกณฑ์ในการคัดเลือกพนักงานขายจึงเป็นสิ่งสำคัญ ทุกองค์กรย่อมต้องการคนเก่งที่มีความสามารถเข้าร่วมงาน พนักงานขายควรมีคุณสมบัติ ดังต่อไปนี้ (1) เป็นผู้มีความบุคลิกภาพดี พนักงานที่มีบุคลิกภาพที่ดีจะสร้างความเชื่อถือและยอมรับของลูกค้า บุคลิกภาพที่ดีสร้างความมั่นใจในการทำงาน และเป็นปัจจัยอีกอย่างหนึ่งที่ทำให้การทำงานประสบความสำเร็จ (2) มีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการ รวมทั้งความรู้เกี่ยวกับการขาย

พนักงานขายที่ดีควรมีความรู้ ความเข้าใจในสินค้า และผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดีไม่ว่าจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้า ราคา และบริการอื่นๆ ที่ลูกค้าจะได้รับ เพราะจะสามารถตอบปัญหาต่างๆ ให้กับลูกค้าได้อย่างชัดเจนและมั่นใจ (3) การศึกษา พนักงานขายควรมีวุฒิการศึกษาที่เหมาะสมกับตำแหน่งงาน และตัวสินค้าที่นำเสนอลูกค้า เพราะถือว่าเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถที่เหมาะสมกับตำแหน่ง ถ้าสำเร็จการศึกษาด้านการขาย การตลาด และสาขาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องจะได้รับการพิจารณาเป็นพิเศษ (4) ทักษะ ความชำนาญ และประสบการณ์ พนักงานขายที่มีประสบการณ์ ทักษะ และมีความชำนาญในการทำงานจะมีโอกาสประสบความสำเร็จในอาชีพสูง ถึงแม้จะมีระดับการศึกษาไม่สูงนัก แต่มีประสบการณ์ในการทำงานด้านการขายมานาน จะทำให้พนักงานขายรู้วิธีการและเทคนิคต่างๆ เพื่อเสนอขายสินค้าให้กับลูกค้า พนักงานขายที่ขาดประสบการณ์อาจจะมีปัญหาในการเสนอขายสินค้า (5) มนุษยสัมพันธ์ เนื่องจากพนักงานขายต้องออกไปติดต่อและพบลูกค้าหลากหลายอาชีพ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีนับว่ามีความจำเป็นสำหรับพนักงานขาย ถ้าหากพนักงานขายเป็นผู้ที่มีมนุษยสัมพันธ์ไม่ดีอาจจะทำให้เกิดปัญหาและอุปสรรค เพราะพนักงานขายต้องมีการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าอยู่ตลอดเวลา (6) ทักษะที่ดี การมีทัศนคติที่ดีต่ออาชีพมีส่วนทำให้พนักงานขายประสบความสำเร็จในงาน เกิดความมั่นใจว่าเป็นอาชีพที่มั่นคง มีรายได้ดี มีความเจริญก้าวหน้า การที่คนมีทัศนคติที่ดีจะทำให้เกิดความทุ่มเททั้งกำลังกายและกำลังใจ เพื่อทำงานนั้นให้บรรลุผลสำเร็จ และ (7) สุขภาพดี การมีสุขภาพที่ดีและแข็งแรงย่อมเป็นสิ่งที่ทุกคนต้องการและเป็นผลดีต่อการทำงานทุกอาชีพ ผู้ที่ทำงานด้านการขายย่อมต้องเป็นผู้ที่มีสุขภาพที่แข็งแรง พร้อมทั้งจะทำงานหนัก พนักงานขายที่ประสบความสำเร็จส่วนมากมักจะเป็นผู้ที่ทำงานหนักจึงต้องมีสุขภาพที่แข็งแรงจึงไม่เป็นอุปสรรคใดๆ ต่อการทำงาน

แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างหลักสูตร

ในขณะที่ Chookhampaeng (2016) กล่าวว่า สิ่งสำคัญที่เป็นพื้นฐานของหลักสูตร ประกอบด้วย 3 ประการ คือ จุดมุ่งหมายของหลักสูตร ขอบข่ายเนื้อหาของหลักสูตร และความสัมพันธ์กับเวลาในหลักสูตร ซึ่งจุดมุ่งหมายของหลักสูตรจะต้องมีความเหมาะสมกับผู้เรียนแต่ละคนและสอดคล้องกับสภาพบริบทของสังคมนั้นด้วย เนื้อหาของหลักสูตรต้องมีความชัดเจนและความสัมพันธ์กับเวลาในหลักสูตร เพื่อให้การดำเนินกิจกรรมการเรียนการสอนเป็นไปตามจุดมุ่งหมายของหลักสูตร

กระบวนการพัฒนาหลักสูตร

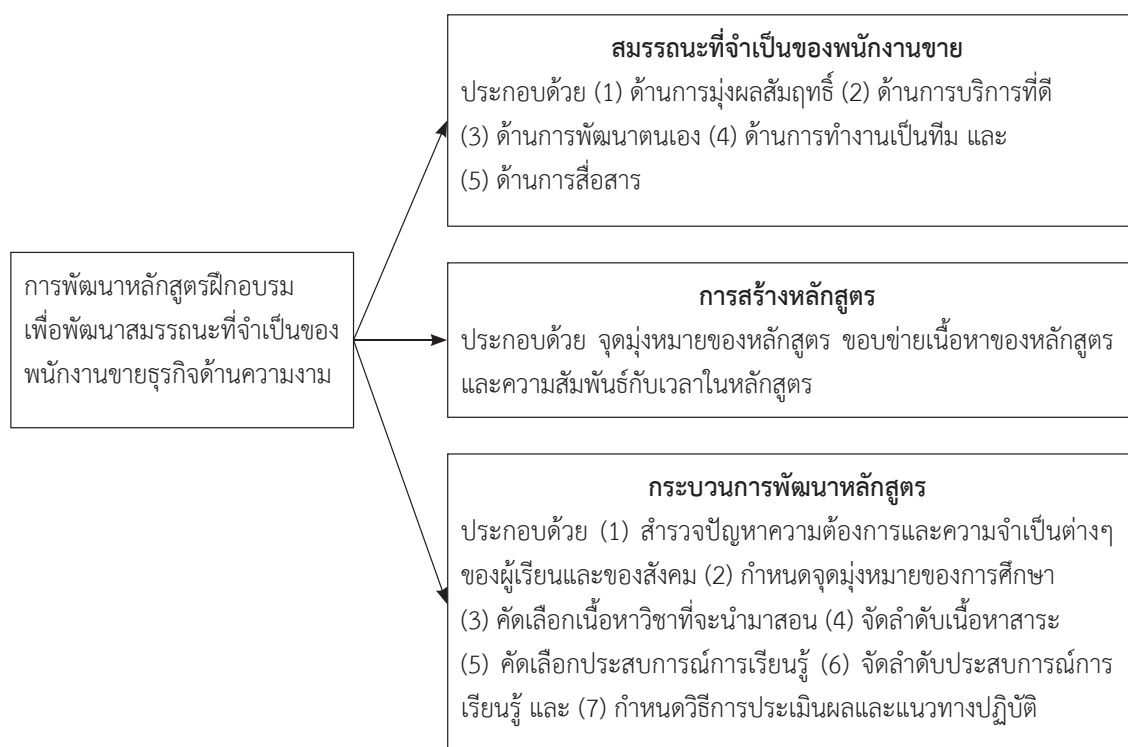
นอกจากนี้ Taba (1962, pp. 9-14) ได้เสนอแนวคิดของกระบวนการ พัฒนาหลักสูตรเป็นลำดับขั้นตอน ออกเป็น 7 ขั้นตอน ดังนี้ (1) สำรวจปัญหาความต้องการ และความจำเป็นต่างๆ ของผู้เรียนและของสังคม (2) กำหนดจุดมุ่งหมายของการศึกษา (3) คัดเลือกเนื้อหาวิชาที่จะนำมาสอน (4) จัดลำดับเนื้อหาสาระ (5) คัดเลือกประสบการณ์การเรียนรู้ (6) จัดลำดับประสบการณ์การเรียนรู้ และ (7) กำหนดวิธีการประเมินผลและแนวทางปฏิบัติ

จากการศึกษาแนวคิดการพัฒนาหลักสูตรของ Chuaratanaphong (1996, p. 25) แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับสมรรถนะของ Boyatzis (2008, p. 7), Draganidis and Mentzas (2006, p. 53), Dubois (2000, p. 45), Piriyanthalai and Thephasadin Na Ayudhya (2010, p. 12), Puvitayaphan (2010, p. 48) และแนวคิดเกี่ยวกับงานขายและเทคนิคการขายของ Phutachote (2016, pp. 50-51) แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างหลักสูตรของ Chookhampaeng (2016) และกระบวนการพัฒนาหลักสูตรของ Taba (1962, pp. 9-14) ซึ่งพนักงานขายถือว่าเป็นบุคลากรที่มีความสำคัญยิ่งต่อองค์กร เนื่องจากเป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างองค์กรกับลูกค้า ดังนั้น การพัฒนาสมรรถนะทางด้าน

งานขาย จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่องค์กรจะต้องให้ความสำคัญ เพราะหากพนักงานขายที่มีสมรรถนะสูงจะสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีผลงานสูง ทำให้องค์กรสามารถดำเนินกิจการไปในทิศทาง

ที่วางไว้ และองค์กรสามารถขับเคลื่อนอยู่ได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน โดยมีกรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย ดังแสดงในภาพ 1

กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (research & development) ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยโดยแบ่งเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ศึกษาสมรรถนะที่จำเป็นของพนักงานขายในธุรกิจด้านความงาม ด้วยเทคนิคเดลฟาย (Jensen, Anderson, Fung, Lynnworth, Ostroff, Rudy, & Vivrette, 1996, p. 857) จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 18 คน

เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสัมภาษณ์แบบโครงสร้างเกี่ยวกับสมรรถนะที่จำเป็นของพนักงานขาย โดยศึกษาแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับสมรรถนะ นำมากำหนด เป็นประเด็น เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ คำถามเป็นแบบปลายเปิด จำนวน 6 ข้อ สถิติที่ใช้ คือ ค่ามัธยฐานที่มีค่า เท่ากับ 4.50 ขึ้นไป และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ไม่เกิน 1.50

ขั้นที่ 2 พัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะที่จำเป็นของพนักงานขาย วิธีการดังนี้ (1) สร้างโครงสร้างหลักสูตรฝึกอบรม (2) การประเมินโครงสร้างหลักสูตรฝึกอบรม โดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน สถิติที่ใช้ คือ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าความสอดคล้อง และ (3) การปรับปรุงหลักสูตรฝึกอบรมก่อนนำไปทดลองใช้ โดยเนื้อหาของหลักสูตรการฝึกอบรม ประกอบด้วย หน่วยที่ 1 การมุ่งผลสัมฤทธิ์ หน่วยที่ 2 การบริการที่ดี หน่วยที่ 3 การพัฒนาตนเอง หน่วยที่ 4 การทำงานเป็นทีม และหน่วยที่ 5 การสื่อสาร ซึ่งทั้ง 5 หน่วยการเรียนรู้ ประกอบด้วย ระยะเวลาการเรียนรู้ภาคทฤษฎี จำนวน 7.5 ชั่วโมง และภาคปฏิบัติ จำนวน 2.5 ชั่วโมง รวมระยะเวลาการฝึกอบรมทั้งสิ้น จำนวน 10 ชั่วโมง

ขั้นที่ 3 การประเมินหลักสูตรฝึกอบรม โดยการทดลองใช้หลักสูตรกับตัวแทนที่คัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 30 คน เฉพาะพนักงานขายที่มีอายุงานระหว่าง 6 เดือนถึง 1 ปี ให้ตัวแทนประเมินตนเองก่อนการฝึกอบรม นำผลมาเปรียบเทียบกับระหว่างก่อนกับหลังฝึกอบรม และเปรียบเทียบหลังการฝึกอบรมจำนวน 12 สัปดาห์ เพื่อวัดความคงทน สถิติที่ใช้ คือ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าที

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาสมรรถนะที่จำเป็นของพนักงานขายในธุรกิจด้านความงาม ประกอบด้วยสมรรถนะ 5 ด้าน ได้แก่ (1) สมรรถนะด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ (2) สมรรถนะด้านการบริการที่ดี (3) สมรรถนะด้านการพัฒนาตนเอง (4) สมรรถนะด้านการทำงานเป็นทีม และ (5) สมรรถนะด้านการสื่อสาร

2. ผลการสร้างหลักสูตรฝึกอบรมสมรรถนะทางด้านการขายในธุรกิจด้านความงาม ผู้วิจัยได้สร้างหลักสูตรฝึกอบรม ประกอบด้วย (1) สภาพปัญหาและความจำเป็นของการอบรม (2) การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม (3) หลักการของหลักสูตรฝึกอบรม (4) จุดมุ่งหมายของหลักสูตรฝึกอบรม (5) โครงสร้างเนื้อหาหลักสูตรฝึกอบรม (6) การจัดกิจกรรมการฝึกอบรม และ (7) การวัดและประเมินผลการฝึกอบรม

3. ผลการประเมินหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะที่จำเป็นของพนักงานขายในธุรกิจด้านความงาม ได้ผลดังนี้

3.1 ผลการเปรียบเทียบสมรรถนะของพนักงานขายในธุรกิจด้านความงาม ก่อนการฝึกอบรมกับหลังการฝึกอบรม (O_1) ได้ผลดังตาราง 1 ดังนี้

ตาราง 1

สมรรถนะของพนักงานขายในธุรกิจด้านความงามก่อนการฝึกอบรม (O_1) กับหลังการฝึกอบรม (O_2)

การรับรู้สมรรถนะ ของตนเอง	N	ก่อนฝึกอบรม		หลังฝึกอบรม		t	Sig.
		$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
1. ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์	30	3.02	.048	4.20	.101	-66.786	.000
2. ด้านการบริการที่ดี	30	3.30	.161	4.27	.155	-24.688	.000
3. ด้านการพัฒนาตนเอง	30	3.75	.127	4.38	.164	-18.195	.000
4. ด้านการทำงานเป็นทีม	30	3.43	.164	4.16	.092	-23.300	.000
5. ด้านการสื่อสาร	30	3.33	.171	4.23	.121	-23.839	.000

$p < .05$

จากตาราง 1 พบว่า ผลการเปรียบเทียบสมรรถนะที่จำเป็นของพนักงานขายในธุรกิจด้านความงาม หลังสิ้นสุดการทดลองใช้หลักสูตรฝึกอบรมสูงกว่าก่อนการทดลองใช้หลักสูตรฝึกอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกรายการ

3.2 ผลการประเมินความพึงพอใจของการใช้หลักสูตรฝึกอบรม พบว่า ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความพึงพอใจต่อหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะ

ที่จำเป็นของพนักงานขายในธุรกิจด้านความงามในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าระดับความพึงพอใจในด้านประโยชน์ที่ได้รับ อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านสภาพแวดล้อมในการฝึกอบรม

3.3 ผลการประเมินความคงทนต่อการเรียนรู้หลังฝึกอบรม จำนวน 12 สัปดาห์ (ดูตาราง 2)

ตาราง 2

สมรรถนะของพนักงานขายในธุรกิจด้านความงามหลังการฝึกอบรม (O_2) กับหลังการฝึกอบรม จำนวน 12 สัปดาห์ (O_3)

การรับรู้สมรรถนะ ของตนเอง	N	ก่อนฝึกอบรม		หลังฝึกอบรม		t	Sig.
		$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD		
1. ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์	30	4.20	.101	4.75	.116	-26.343	.000
2. ด้านการบริการที่ดี	30	4.27	.155	4.78	.127	-18.702	.000
3. ด้านการพัฒนาตนเอง	30	4.38	.164	4.83	.075	-13.876	.000
4. ด้านการทำงานเป็นทีม	30	4.16	.092	4.82	.072	-34.584	.000
5. ด้านการสื่อสาร	30	4.23	.121	4.69	.099	-15.600	.000

$p < .05$

จากตาราง 2 พบว่า ผลการเปรียบเทียบสมรรถนะของพนักงานขายในธุรกิจด้านความงาม หลังสิ้นสุดการฝึกอบรม กับหลังฝึกอบรมผ่านไปแล้ว จำนวน 12 สัปดาห์ พบว่า สมรรถนะหลังฝึกอบรมผ่านไปแล้วจำนวน 12 สัปดาห์ สูงกว่าหลังสิ้นสุดการฝึกอบรมทันทีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกด้าน

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง การพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะที่จำเป็นของพนักงานขาย ธุรกิจด้านความงาม สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. ผลการศึกษาสมรรถนะที่จำเป็นของพนักงานขายในธุรกิจด้านความงาม ซึ่งผู้เชี่ยวชาญได้กำหนดสมรรถนะที่จำเป็น 5 ด้าน ดังนี้

1.1 สมรรถนะด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ พบว่าพนักงานขายต้องมีความเข้าใจในสินค้าหรือบริการสามารถประเมินปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการให้บริการได้ ทั้งนี้เนื่องจากพนักงานขายที่มีความเข้าใจในผลการดำเนินการโดยรวมและความสำเร็จในอนาคต ทำให้บรรลุเป้าหมายตามที่ตั้งไว้ โดยพนักงานสามารถนำมาวางแผนในการดำเนินการให้เหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์ ที่ทำให้

เกิดสร้างความได้เปรียบจากคู่แข่งทางธุรกิจ และสามารถปรับตัวได้ตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบ สอดคล้องกับแนวคิดของ Phutachote (2016, p. 50-51) ที่กล่าวถึง พนักงานขายต้องมีความรู้เกี่ยวกับสินค้า ผลิตภัณฑ์ และบริการ รวมทั้งความรู้เกี่ยวกับการขาย พนักงานขายที่ดีควรมีความรู้ ความเข้าใจในสินค้าและผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้า ราคา และบริการอื่นๆ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hsieh, Rai, Petter, and Zhang (2012) ที่พบว่า สมรรถนะมีบทบาทสำคัญในการปรับปรุงการปฏิบัติงาน และการพัฒนาคุณภาพของบุคลากรให้มีความรู้ ทักษะ และทัศนคติที่สามารถเผชิญหน้ากับความหลากหลายและความซับซ้อนของการดำเนินธุรกิจแนวใหม่ เพื่อให้ประสบความสำเร็จ

1.2 สมรรถนะด้านการบริการที่ดี พบว่าพนักงานขายต้องมีใจรักงานบริการมีเจตคติที่ดี มีความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายของคำว่า “บริการ” เพราะงานบริการ เป็นสิ่งสำคัญที่สุดของธุรกิจ การให้ความช่วยเหลือหรือการให้บริการที่ดี จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจ และชื่นชมองค์กร ซึ่งจะส่งผลดีต่อองค์กร ทั้งนี้เนื่องจากพนักงานที่ให้การบริการที่ดีลูกค้าเกิดความประทับใจ จะส่งผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กร เกิดการบอกต่อให้มาใช้บริการ สอดคล้องกับแนวคิดของ Hiransomboon (2014, p. 44) ที่กล่าวว่า การให้บริการที่มีคุณภาพดี ที่ตรงหรือเกินกว่าความต้องการของผู้รับบริการ สามารถสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าเหนือกว่าคู่แข่ง ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ของผู้รับบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hsieh et al. (2012) ที่พบว่า เมื่อพนักงานรับรู้ถึงความพึงพอใจของลูกค้าจะส่งผลต่อการบริการที่มีคุณภาพของพนักงานและผลลัพธ์ในการปฏิบัติงานที่ดีขึ้น

1.3 สมรรถนะด้านการพัฒนาตนเอง พบว่าพนักงานขายต้องมีความเข้าใจและใฝ่ศึกษาค้นคว้าหาความรู้ มีการติดตามองค์ความรู้และเทคโนโลยีใหม่ๆ

เพื่อเปิดโลกทัศน์ให้กับตนเอง มีความกระตือรือร้นไม่หยุดนิ่ง เปิดใจพร้อมรับสิ่งใหม่ๆ และรู้จักปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ทั้งนี้เนื่องจากพนักงานที่เข้าใจตนเอง จะสามารถวิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อยของตนเอง จะทำให้เกิดการเรียนรู้ตลอดเวลา เกิดความคิดอย่างเป็นระบบ สามารถลำดับความสำคัญ และแก้ปัญหาได้ด้วยเหตุผล สอดคล้องกับแนวคิดของ Yawirat (2009) ที่กล่าวว่า ทักษะการพัฒนาตนเอง คือ การพัฒนาตนเองอยู่เสมอ โดยการเป็นผู้เปิดรับสิ่งใหม่ๆ สามารถรับผิดชอบงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับแนวคิดของ Brandt (1991) ที่กล่าวว่า คนต้องมีความฉลาดทางอารมณ์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มสมรรถนะการจัดการตนเอง (self-management) ได้แก่ การริเริ่มสร้างสรรค์ การแสวงหาความร่วมมือ การจัดการกับความขัดแย้ง และการกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

1.4 สมรรถนะด้านการทำงานเป็นทีม พบว่าพนักงานขายต้องมีทักษะการติดต่อประสานเป็นทีม ทั้งนี้เนื่องจากพนักงานไม่สามารถทำงาน หรือตัดสินใจ แก้ไขปัญหาได้ในขั้นตอนเดียว หรือเพียงคนเดียว จะต้องมีส่วนมาร่วมทำงานหรือร่วมตัดสินใจด้วย ดังนั้น การทำงานเป็นทีมจึงมีความสำคัญเพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานทุกคน มองไปที่จุดมุ่งหมายเดียวกันอย่างมีประสิทธิภาพ มีความสามัคคี การทำงานเป็นทีมช่วยเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร เนื่องจากทุกคนช่วยเหลือสนับสนุนซึ่งกันและกัน ทำให้บรรลุเป้าหมายไปด้วยกัน สอดคล้องกับแนวคิดของ Yawirat (2017, pp. 75-96) กล่าวว่า การทำงานเป็นทีม (team work) คือ การที่บุคคลหลายๆ คนเข้ามารับผิดชอบงานร่วมกัน เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน ซึ่งบุคคลแต่ละคนล้วนมีพื้นฐาน แนวความคิด ทัศนคติ และประสบการณ์ที่แตกต่างกัน เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นในทีมงาน ผู้บริหารและหัวหน้างานทุกคน จะต้องพิจารณาวิเคราะห์หาสาเหตุ โดยเริ่มที่ตนเองก่อน ในหลายๆ องค์กรมีการสร้าง

ทีมงานขึ้นมา เพื่อการทำงาน การสร้างทีมงาน (team building) หรือการพัฒนาทีม (team development) เป็นสิ่งที่ผู้บริหารใช้ในการพัฒนาองค์กรให้การทำงานประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Valdez, Alcantara, Pamintuan, Relos, and Castillo (2015) ที่พบว่า ทักษะที่นักศึกษาควรจะต้องได้รับการฝึกอบรมก่อนที่จะสำเร็จการศึกษาและกลายเป็นแรงงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คือ ทักษะด้านการทำงานเป็นทีม

1.5 สมรรถนะด้านการสื่อสาร พบว่า พนักงานขายต้องมีความรู้ ความสามารถ และทักษะในการสื่อสาร และจงใจคน ส่งเสริม สนับสนุนการปฏิบัติงาน ด้วยการสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีระหว่างบุคลากรภายในองค์กรและภายนอกองค์กร ประสานเชื่อมโยงหน้าที่ในการทำงานให้เกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เอื้ออำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงาน และแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ และข่าวสาร เพื่อให้บุคลากรในองค์กรสามารถปฏิบัติงานได้สอดคล้องกับนโยบายและเป้าหมายขององค์กร ทั้งนี้เนื่องจาก การที่พนักงานมีความรู้ ความสามารถ และทักษะในการติดต่อประสานงานทั้งภายในและภายนอกองค์กรได้เป็นอย่างดี จะทำให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานในหน้าที่ที่ตนเองรับผิดชอบได้อย่างรวดเร็ว ทำให้บรรลุตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kasetiam (2015) ที่กล่าวว่า ทักษะการสื่อสารมีความสำคัญต่อการรักษาสัมพันธ์ไมตรีระหว่างผู้เจรจา 2 ฝ่าย ผู้เจรจาควรใช้การสื่อสารอย่างสุภาพ และมีกลยุทธ์สำหรับการเจรจา ควรสร้างบรรยากาศสำหรับการเจรจาที่ชวนให้เกิดความร่วมมือจากทั้งสองฝ่าย เพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาและตอบสนองความต้องการในระดับที่ต่างฝ่ายต่างรับได้ เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายที่ทั้ง 2 ฝ่ายต้องการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Henderson (2008) ที่พบว่า พนักงานขายในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่มีความสามารถในการสื่อสารมีส่วนสร้างความพึงพอใจให้กับ

ลูกค้าและเพิ่มผลผลิตให้แก่องค์กร

2. การสร้างหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อพัฒนาสมรรถนะที่จำเป็นของพนักงานขายในธุรกิจด้านความงามที่ได้จากเทคนิคเดลฟายในขั้นตอนที่ 1 ทั้ง 5 สมรรถนะมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาโครงสร้างหลักสูตรฝึกอบรม ซึ่งผู้วิจัยได้บูรณาการแนวความคิดการออกแบบและพัฒนาโครงการฝึกอบรม ตามแนวคิดของ Joungtrakul (2010, p. 236) ที่กล่าวว่า การออกแบบการฝึกอบรมต้องเริ่มจากการวิเคราะห์หาความจำเป็นในการฝึกอบรม เพื่อนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการสร้างหลักสูตรฝึกอบรม การกำหนดหลักการและจุดมุ่งหมายของหลักสูตร การพัฒนาหลักสูตร การนำหลักสูตรไปใช้และการประเมินหลักสูตร ผู้วิจัยพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมตามแนวคิดดังกล่าวข้างต้น โดยหลักการของหลักสูตรฝึกอบรม คือ ความคาดหวังว่า เมื่อการฝึกอบรมสิ้นสุดตามกระบวนการที่กำหนดแล้ว จะสามารถสร้างเสริมสมรรถนะที่จำเป็นให้แก่พนักงานขายได้ทั้ง 5 สมรรถนะ โดยกำหนดหน่วยการเรียนรู้ตามจุดมุ่งหมายของหลักสูตรฝึกอบรม กำหนดโครงสร้างเนื้อหา กิจกรรมการเรียนรู้ วิธีการฝึกอบรม สื่อประกอบการฝึกอบรม และวิธีการวัดและประเมินผลในแต่ละหน่วยการเรียนรู้ การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมมีจุดมุ่งหมายที่สอดคล้องกับความจำเป็นของการอบรม เพื่อให้ได้ข้อมูลสมรรถนะที่สำคัญที่จำเป็นต้องได้รับการพัฒนา และเมื่อได้รับการพัฒนาแล้ว สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างแท้จริง ซึ่งสอดคล้องแนวคิดของ Blanchard and Thacker (2004, p. 77) ที่ระบุว่า หลักสูตรที่ดีควรมีการนำเสนออย่างเป็นระบบ มีการกำหนดหน่วยการฝึกอบรมรายวิชาที่จะใช้ในการฝึกอบรม วัตถุประสงค์ เทคนิค วิธีการฝึกอบรม และระยะเวลาในการฝึกอบรม ซึ่งเชื่อว่าเมื่อพนักงานขายผ่านการอบรมตามหลักสูตรฝึกอบรมดังกล่าวแล้ว จะมีความสามารถมากขึ้น

3. การประเมินหลักสูตรฝึกอบรมสมรรถนะทางด้านการขาย ผู้วิจัยได้ให้พนักงานทำการประเมินตนเองเกี่ยวกับสมรรถนะก่อนและหลังการทดลองใช้หลักสูตรฝึกอบรมเป็นรายบุคคล ทำการประเมินตนเองหลังสิ้นสุดการอบรมไป จำนวน 12 สัปดาห์ เป็นการประเมินตามขั้นตอนอย่างเป็นระบบ สอดคล้องกับแนวคิดของ Sawassalee (2008, p. 61) ที่กล่าวว่า การประเมินผลการฝึกอบรมจะต้องทำอย่างเป็นระบบ และต่อเนื่อง การประเมินผลการฝึกอบรม แบ่งได้เป็น 2 ส่วนใหญ่ๆ คือ (1) การประเมินผลการฝึกอบรมเมื่อเสร็จสิ้นโครงการ (end-of course evaluation) คือ ก่อนการฝึกอบรม ระหว่างการฝึกอบรม และหลังการฝึกอบรมทันที และ (2) การประเมินผลการฝึกอบรมหลังจากเสร็จสิ้นการฝึกอบรมแล้วระยะหนึ่งหรือการติดตามผลการฝึกอบรม (follow-up study) การให้พนักงานขายประเมินตนเองเกี่ยวกับสมรรถนะที่จำเป็นหลังการอบรมสิ้นสุด และหลังสิ้นสุดการอบรมผ่านไป จำนวน 12 สัปดาห์ ถือเป็นการติดตามผลการฝึกอบรมเพื่อให้ได้คำตอบที่สำคัญเกี่ยวกับโครงการฝึกอบรมที่ได้ดำเนินการจัดไปแล้ว ซึ่งพบว่า ผลการเปรียบเทียบสมรรถนะของพนักงานขายในธุรกิจด้านความงามจากการประเมินตนเองหลังการทดลองใช้หลักสูตรฝึกอบรมสูงกว่าก่อนการทดลองใช้หลักสูตรฝึกอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงให้เห็นว่าการนำหลักสูตรฝึกอบรมไปปฏิบัติจริงนั้น จะช่วยเพิ่มสมรรถนะให้กับพนักงานขายได้อย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะ

1. องค์กรที่ต้องการนำหลักสูตรฝึกอบรมไปใช้ ควรศึกษาคำประกอบของหลักสูตรในแต่ละหน่วยอบรม เพื่อให้สามารถดำเนินการอบรมเป็นไปตามที่หลักสูตรกำหนด จะช่วยส่งผลให้การดำเนินการอบรมมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. การคัดเลือกวิทยากรต้องพิจารณาตามความเชี่ยวชาญในแต่ละหน่วยอบรมของหลักสูตร เพื่อให้สามารถถ่ายทอดความรู้ ความเข้าใจ ความถูกต้องเชิงวิชาการ และแนวทางการปฏิบัติให้กับผู้เข้ารับการอบรม

3. ควรมีการจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่ช่วยให้ผู้เข้ารับการอบรมสามารถนำประสบการณ์ไปใช้ในการปฏิบัติงานได้

4. การนำหลักสูตรฝึกอบรมไปประยุกต์ใช้ควรมีการทบทวนเนื้อหา และกิจกรรมการเรียนการสอนให้มีความเหมาะสมกับเวลา เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมได้รับประโยชน์จากการอบรมอย่างเต็มที่

5. การนำหลักสูตรฝึกอบรมไปใช้ อาจจะมีการพิจารณาเลือกหน่วยการเรียนรู้ที่มีความจำเป็นก่อน-หลัง เพื่อลดข้อจำกัดด้านเวลาที่จะเข้ารับการอบรม

6. การนำหลักสูตรฝึกอบรมไปใช้อาจจะต้องพิจารณาคัดเลือกบางสมรรถนะที่เหมาะสมกับแต่ละองค์กร เพื่อให้สามารถพัฒนาสมรรถนะได้อย่างแท้จริง

7. เมื่อมีการนำหลักสูตรฝึกอบรมไปใช้และเกิดความคงทนของสมรรถนะ ควรมีการติดตามผู้เข้ารับการอบรมเป็นระยะๆ เพื่อให้สามารถนำความรู้จากการฝึกอบรมไปประยุกต์ใช้ และให้เกิดความคงทนของสมรรถนะ

References

- Bank of Thailand. (2018). *How Thai businesses are adapting in the midst of the changing world*. Retrieved from <https://www.bot.or.th/Thai/BOTMagazine/Pages/256301Conversation.aspx> [In Thai]
- Blanchard, P. N., & Thacker, J. W. (2004). *Effective training: Systems, strategies and practices* (2nd ed.). Prentice Hall.
- Boyatzis, R. E. (2008). Competencies in the 21st century. *Journal of Management Development*, 27(1), 5-12.
- Brandt, R. (1991). On interdisciplinary curriculum: A conversation with Heidi Hayes Jacobs. *Education Leadership*, 49(2), 24-26.
- Chookhampaeng, C. (2016). *Curriculum research and development concept and process*. Chulalongkorn University Press. [In Thai]
- Chuaratanaphong, J. (1996). *Curriculum development: Principles and practices*. Alene Press. [In Thai]
- Draganidis, F., & Mentzas, G. (2006). Competency based management: A review of systems and approaches. *Information Management & Computer Security*, 14(1), 51-64.
- Dubois, D. D. (2000). The 7 stages of one's career. *Training & Development*, 54(12), 45-50.
- Henderson, L. S. (2008). The impact of project managements' communication competencies: Validation and extension of a research model for virtuality, satisfaction, and productivity on project teams. *Project Management Journal*, 39(2), 48-59.
- Hiransomboon, K. (2014). *Service management* (2nd ed.). Chulalongkorn University Press. [In Thai]
- Hsieh, P.-A., Rai, A., Petter, S., & Zhang, T. (2012). Impact of user satisfaction with mandated CRM use on employee service quality. *MIS Quarterly*, 36(4), 1065-1080.
- Jensen, C., Anderson, L., Fung, J. C., Lynnworth, A., Ostroff, M., Rudy, M., & Vivrette, R. (1996). *Delphi in depth: Power techniques from the experts*. McGraw-Hill.
- Joungtrakul, J. (2010). *Human resource development: Theory and practice*. Business Law Center International. [In Thai]
- Kasetiam, V. (2015). *Team building*. O. S. Printing House. [In Thai]
- Phutachote, N. (2016). *Sale management*. SE-Education. [In Thai]
- Piriyathanalai, S., & Thephasadin Na Ayudhya, C. (2010). *Competency: Understand, use as a result*. Signature Solutions. [In Thai]
- Puvitayaphan, A. (2010). *Establishing a long-term training route on the basis of competence*. Pimdee Karnpim. [In Thai]

- Sawassalee, C. (2008). *Training assessment and follow-up manual*. Office of the Civil Service Commission. [In Thai]
- The Society of Plastic and Reconstructive Surgeons of Thailand. (2019). *Status and competitiveness of the business surgery*. Retrieved from <https://www.thprs.org> [In Thai]
- Taba, H. (1962). *Curriculum development: Theory and practice*. Harcourt, Brace & World.
- Valdez, E. J. C., Alcantara, S. S. B., Pamintuan, C. A., Relos, J. G. R., & Castillo, R. C. (2015). Contributions of on-the-job training program to the skills, personal qualities and competencies of tourism graduates. *Asia Pacific Journal of Multidisciplinary Research*, 3(4), 102-110.
- Yawirat, N. (2009). *Leadership and strategic leader* (7th ed.). Triple Group. [In Thai]
- Yawirat, N. (2017). *Managing change and organization development* (2nd ed.). Triple Group. [In Thai]