

## การสร้างและหาประสิทธิภาพชุดฝึกอบรมพนักงานส่งเสริมการขายเครื่องดื่ม และอาหารในสถานประกอบการร้านอาหาร

สุภาวดี ชินวงศ์<sup>1\*</sup> และ ชีรพงษ์ วิริยานนท์<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างและหาประสิทธิภาพชุดฝึกอบรมพนักงานส่งเสริมการขายเครื่องดื่มและอาหารในสถานประกอบการร้านอาหาร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นพนักงานส่งเสริมการขายในสถานประกอบการร้านอาหารเขตพระนคร จำนวน 31 คน เลือกตัวอย่างโดยวิธีเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ชุดฝึกอบรมแบบทดสอบ แบบประเมิน ผลการปฏิบัติงาน และแบบสอบถามความพึงพอใจ การวิจัยนี้ใช้แบบแผนการทดลองแบบ One Group Pre Test – Post Test Design โดยให้ผู้รับการอบรมทำแบบทดสอบก่อนการฝึกอบรม จากนั้นจึงทำการฝึกอบรมและให้ผู้เข้ารับการอบรมทำแบบฝึกหัดระหว่างการฝึกอบรม เมื่ออบรมทุกโมดูลแล้ว ผู้วิจัยได้ประเมินการปฏิบัติงานพนักงานโดยเจ้าของสถานประกอบการให้ผู้รับการฝึกอบรมทำแบบทดสอบหลังการอบรม และประเมินความพึงพอใจการอบรม ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ชุดฝึกอบรมที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีประสิทธิภาพ 74.36/73.45 สูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้ 70/70 โดยมีผลการทดสอบหลังการฝึกอบรมสูงกว่าก่อนการฝึกอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการประเมินการปฏิบัติงานของพนักงานอยู่ระดับดีมากที่สุด ( $\bar{X}$  = 4.29 คะแนน S.D.= 0.71 คะแนน) และผู้เข้ารับการอบรมมีความพึงพอใจต่อการฝึกอบรม ระดับดีมาก ( $\bar{X}$  = 4.16 คะแนน S.D.= 0.82 คะแนน)

คำสำคัญ: พนักงานส่งเสริมการขาย ชุดฝึกอบรม

<sup>1</sup> นักศึกษาระดับปริญญาโท ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยี คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

<sup>2</sup> อาจารย์ ภาควิชาครุศาสตร์เทคโนโลยี คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

\* ผู้นิพนธ์ประสานงาน โทร. 09-9294-6991 อีเมล: nungning150216@hotmail.com



## The Design and the Education Effectiveness Training Package of Sale Promotion for Employee of Foods and Beverages Shop

Supawadee Chinwong<sup>1\*</sup> and Teerapong Wiriyanon<sup>2</sup>

### Abstract

The main purposes of this study were to design a training package for sales promotion employees on drinks and food in workplace and to find its effectiveness. The samples used in the study were 31 sales promotion employees selected by means of Purposive Sampling Technique. The research instruments consisted of a training package, a test, a set of evaluation questionnaires, performance outcomes and a set of satisfactory questionnaires. The One-Group Pre Test-Post Test Design was employed by requiring all the subjects to take a pretest before being trained. Then, they were trained and required to do all exercises in the training package. After the training, they were evaluated by workplace owners on their job performance both before and after the training. They also took the posttest and answered the set of satisfactory questionnaires. The data were then analyzed and it was found that the effectiveness of the training package was 74.36/73.45 which was higher than the set criteria as 70/70. On average, the posttest score was significantly higher than that of the pretest ( $p = 0.05$ ). Their performance was at good level ( $\bar{X} = 4.29/5.0$ ; S.D.= 0.71) and their satisfaction of the training was also at good level ( $\bar{X} = 4.16/5.0$ ; S.D. = 0.82)

**Keywords:** Sales Promotion Employees, Training package

---

<sup>1</sup> Master's Degree Student, Technological Education Department, Faculty of Technical Education, King Mongkut's University of Technology North Bangkok

<sup>2</sup> Lecture, Technological Education Department, Faculty of Technical Education, King Mongkut's University of Technology North Bangkok

\* Corresponding Author Tel. 09-9294-6991 E-Mail: nungning150216@hotmail.com

## 1. บทนำ

ผู้ประกอบการอาชีพต่าง ๆ ต้องได้รับการพัฒนาสมรรถนะและทักษะแรงงานให้รองรับการแข่งขันของประเทศ โดยเพิ่มพูนความรู้และทักษะพื้นฐานในการทำงาน และจัดระบบการเรียนรู้ในการประกอบอาชีพที่เชื่อมโยงตั้งแต่ระดับพื้นฐานสู่ระดับวิชาชีพ ในสภาพความเป็นจริงในสังคมพบว่า การสนับสนุนด้านการศึกษาและการพัฒนาสมรรถนะอาชีพมักมุ่งเน้นแรงงานในระบบเห็นได้จากการจัดการศึกษาและการฝึกอบรมจะมีหลักสูตรที่รองรับอาชีพต่าง ๆ มากมาย ในขณะที่แรงงานนอกระบบ หมายถึง ผู้ที่ทำงานตั้งแต่อายุ 15 ปีขึ้นไป การทำงานไม่ได้รับความคุ้มครองและไม่มีหลักประกันทางสังคมจากการทำงาน [1] เช่น พนักงานทำความสะอาด พนักงานทำอาหาร แม่ค้า พ่อค้า พนักงานขับรถสาธารณะ พนักงานต้อนรับในร้านอาหาร พนักงานส่งเสริมการขายในสถานประกอบการร้านอาหาร ฯลฯ แรงงานเหล่านี้เฉพาะในกรุงเทพมหานครมีจำนวนถึง 1.2 ล้านคน โดยที่แรงงานนอกระบบจะเป็นผู้มีการศึกษาไม่สูงนักและเป็นแรงงานส่วนใหญ่ของประเทศ จึงมีความจำเป็นที่ภาครัฐจะต้องดูแล พัฒนาฝีมือและทักษะของแรงงานเหล่านี้ให้มีศักยภาพ โดยแรงงานนอกระบบในธุรกิจร้านอาหารของกรุงเทพมหานครจากการสำรวจโดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ พ.ศ. 2551 พบว่ามีประมาณ 86,700 คน ดังนั้นการพัฒนาส่งเสริมสมรรถนะและความเป็นมืออาชีพต่อบุคลากรเหล่านี้จะยังประโยชน์ต่อสังคม เศรษฐกิจและผู้บริโภคอย่างมาก

บุคลากรในร้านอาหารที่สำคัญตำแหน่งหนึ่งคือ พนักงานส่งเสริมการขาย โดยเฉพาะการส่งเสริมการขาย เครื่องดื่มและอาหาร แม้จะมีการกำหนดมาตรฐานอาชีพและมาตรฐานคุณวุฒิการศึกษาวิชาชีพก็ตาม แต่ก็เน้นให้การศึกษาและการอบรมพนักงานส่งเสริมการขายในธุรกิจอื่นที่ไม่ใช่ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม อาจกล่าวได้ว่าไม่มีการนำมาตรฐานมาพัฒนาพนักงานส่งเสริมการขายเกี่ยวกับธุรกิจร้านอาหารเลย ทำให้ธุรกิจร้านอาหารยังมีปัญหาด้านบุคลากร ได้แก่ แรงงานมีอัตราการเข้าออกสูงและขาดความชำนาญในอาชีพของตน อีกทั้งพนักงานส่งเสริมการขายต้องแบกรับความเสี่ยงในการทำงาน เช่น การล่วงละเมิด ขาดอนาคตการศึกษา ภาพพจน์ทางลบ

จากสังคม ส่วนใหญ่มองอาชีพพนักงานส่งเสริมการขายเป็นอาชีพระดับล่าง เป็นผู้ให้บริการ มิได้มองเป็นอาชีพอาชีพหนึ่งของสังคมที่มีเกียรติและศักดิ์ศรีไม่ต่างจากอาชีพอื่น ๆ ความเห็นดังกล่าวส่วนหนึ่งเนื่องมาจากผู้ประกอบการไม่ได้ยกระดับของอาชีพพนักงานส่งเสริมการขายให้เป็นวิชาชีพหนึ่ง ในขณะที่เจ้าของสถานประกอบการส่วนใหญ่มีความต้องการให้พนักงานส่งเสริมการขายมีความรู้การส่งเสริมการขาย มีความคล่องตัว ปฏิบัติงานได้หลายแผนก สามารถจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างมีประสิทธิภาพ พุดจาสุภาพ มีสัมมาคารวะ ให้บริการดี มีทัศนคติที่ดีต่องาน รักษาความลับของหน่วยงาน เป็นคนตรงต่อเวลา และซื่อสัตย์ต่อหน่วยงาน [2] จากข้อมูลดังกล่าวทำให้เห็นช่องว่างระหว่างความต้องการของสถานประกอบการที่ต้องการพนักงานมีสมรรถนะสูง เน้นการให้บริการแนะนำสินค้า ต้องการมาตรฐานการทำงาน ต้องการความเป็นมืออาชีพ ซึ่งแตกต่างกับสมรรถนะที่พนักงานมี เพราะจากการสังเกต สัมภาษณ์ พูดคุยกับพนักงานส่งเสริมการขายและเจ้าของกิจการกลับพบว่า การอบรมพัฒนาพนักงานในเรื่องการส่งเสริมการขายที่เป็นรูปธรรมอย่างเป็นทางการมีน้อยมาก และส่วนใหญ่ไม่ได้มีการอบรมพัฒนาพนักงานอย่างไรก็ตามแม้มีความต้องการของสถานประกอบการและพนักงานเองในการพัฒนาตนเองสู่ความเป็นมืออาชีพ ในด้านการส่งเสริมการขายก็ตาม การพัฒนาพนักงานส่งเสริมการขายก็ยังเป็นไปด้วยความลำบากเนื่องจากขาดหลักสูตรการฝึกอบรม ตลอดจนเอกสารชุดฝึกอบรมซึ่งไม่มีในสถานศึกษาหรือหน่วยงานใดที่ทำการอบรมในประเด็นดังกล่าว ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญและความจำเป็นในการจัดทำชุดฝึกอบรมพนักงานส่งเสริมการขายเครื่องดื่มและอาหารในสถานประกอบการร้านอาหารขึ้น เพื่อใช้พัฒนาคุณภาพชีวิตและการทำงานเป็นการยกระดับวิชาชีพของพนักงานให้เป็นที่ยอมรับของคนในสังคมต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อสร้างชุดฝึกอบรมพนักงานส่งเสริมการขายเครื่องดื่มและอาหารในสถานประกอบการร้านอาหาร

2.2 เพื่อศึกษาประสิทธิภาพชุดฝึกอบรมพนักงานส่งเสริมการขายเครื่องดื่มและอาหารในสถานประกอบการร้านอาหารที่สร้างขึ้น

### 3. สมมุติฐานการวิจัย

3.1 ชุดฝึกอบรมพนักงานส่งเสริมการขายเครื่องดื่มและอาหารในสถานประกอบการร้านอาหารที่สร้างขึ้นมีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ที่ระดับ 70/70

3.2 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมพนักงานส่งเสริมการขายเครื่องดื่มและอาหารในสถานประกอบการร้านอาหารมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังอบรมสูงกว่าก่อนอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

### 4. ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยตัวแปรต้น คือ ชุดฝึกอบรมพนักงานส่งเสริมการขายเครื่องดื่มและอาหารในสถานประกอบการร้านอาหาร ตัวแปรตาม คือ ประสิทธิภาพของชุดฝึกอบรม

### 5. วิธีการวิจัย

#### 5.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยได้แก่ พนักงานส่งเสริมการขายเครื่องดื่มและอาหาร ของบริษัทป๊อปปี้ จำกัด เขตพระนคร จำนวน 50 คน

กลุ่มตัวอย่างในการทดลองได้แก่ พนักงานส่งเสริมการขายเครื่องดื่มและอาหาร ของบริษัทป๊อปปี้ จำกัด เขตพระนคร จำนวน 31 คน เลือกตัวอย่างโดยวิธีเจาะจง โดยมีบางส่วนติดภารกิจจึงไม่สามารถมาร่วมทำการทดลองได้ทั้งหมด

#### 5.2 เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ชุดฝึกอบรมพนักงานส่งเสริมการขายเครื่องดื่มและอาหารในสถานประกอบการร้านอาหาร ประกอบด้วย

1) แผนภาพหน้าทำงาน (Functional) เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์หน่วยสมรรถนะในการฝึกอบรม ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์หน้าทำงาน (Functional Analysis) โดยการรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ตำรา การสัมภาษณ์พนักงานส่งเสริมการขาย หัวหน้าพนักงานส่งเสริมการขาย

ผู้จัดการที่ดูแลด้านการส่งเสริมการขาย เจ้าของกิจการร้านค้า นำมาจัดทำเป็นแผนภาพหน้าทำงานโดยใช้แผนภูมิต้นไม้ (Tree diagram) ในการแสดงผลการวิเคราะห์หน้าทำงาน ประกอบด้วยความมุ่งหมายหลัก (Key Purpose) บทบาทหลัก (Key Roles)หน้าที่หลัก (Key Functions) หน่วยสมรรถนะ (Unit of Competency) และหน่วยสมรรถนะย่อย (Element of Competency) เพื่อนำไปกำหนดเป็นหัวข้อในการอบรมต่อไป

2) โมดูลการฝึกอบรม ซึ่งประกอบด้วย หัวข้อการฝึกอบรม วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม เนื้อหาการฝึกอบรม แบบฝึกหัด ใบบางปฏิบัติ จัดทำเป็นหน่วยตามหน่วยสมรรถนะย่อยที่ได้จากการวิเคราะห์หน้าทำงาน โดยจัดให้มีเนื้อหาสั้น กระชับและจบในแต่ละหน่วยไม่เชื่อมโยงกับหน่วยอื่น ๆ สามารถเลือกอบรมหน่วยใดก่อนก็ได้ มีทั้งหมด 22 หน่วย ผ่านการประเมินความสอดคล้องและความเหมาะสมโดยผู้เชี่ยวชาญ ก่อนนำไปใช้ทดลองใช้ต่อไป

3) แบบทดสอบก่อนและหลังการฝึกอบรม เป็นแบบทดสอบปรนัย 4 ตัวเลือก จำนวน 65 ข้อ จัดทำตามวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรมของโมดูลการอบรมแต่ละหน่วย นำไปประเมินความสอดคล้องโดยผู้เชี่ยวชาญและนำไปวิเคราะห์ค่าความยากง่าย อำนาจจำแนก และสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น กับกลุ่มทดสอบเครื่องมือ ก่อนปรับปรุงและนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยต่อไป

4) กำหนดการฝึกอบรมและแผนการฝึกอบรม เป็นแนวทางการดำเนินการฝึกอบรม และแผนการฝึกอบรมในแต่ละโมดูล โดยผู้วิจัยใช้ประกอบชุดฝึกอบรมและใช้เป็นแนวทางในการทดลองชุดฝึกอบรม

5) เฉลยแบบทดสอบและเฉลยแบบฝึกหัด เป็นเครื่องมือประกอบชุดฝึกอบรมสำหรับวิทยากร เพื่อตรวจสอบและประเมินผลผู้เข้ารับการอบรม

6) แบบประเมินผลการปฏิบัติงานพนักงานส่งเสริมการขาย เป็นเครื่องมือในการประเมินการปฏิบัติงานของพนักงานส่งเสริมการขายโดยเจ้าของสถานประกอบการ จัดทำเป็นแบบประเมิน 5 ระดับ จำนวน 15 ข้อเพื่อประเมินผลงาน การเพิ่มยอดขาย การให้บริการ การพัฒนาตนเองของพนักงาน



7) แบบประเมินผลการฝึกอบรม เป็นเครื่องมือประเมินความคิดเห็นของพนักงานส่งเสริมการขายที่มีต่อการฝึกอบรม จัดทำเป็นแบบประเมิน 5 ระดับ จำนวน 15 ข้อโดยประเมินระดับความพอใจ ความเหมาะสมของชุดฝึกอบรม วิธีการฝึกอบรม

## 6. การทดลอง

ขั้นตอนการทดลองและการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการโดยมีขั้นตอนดังนี้

6.1 ประชุมชี้แจงวิทยากร ผู้ช่วยวิทยากร หัวหน้าพนักงานส่งเสริมการขาย และพนักงานส่งเสริมการขายเกี่ยวกับการพัฒนาชุดฝึกอบรม และรายละเอียดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

6.2 ทดสอบก่อนการอบรม โดยใช้แบบทดสอบก่อนการฝึกอบรมที่สร้างขึ้นใช้เวลา 1 ชั่วโมง

6.3 ดำเนินการอบรมภาคทฤษฎี โดยใช้ชุดฝึกอบรมที่สร้างขึ้นเป็นเครื่องมือในการฝึกอบรม โดยให้ผู้เข้ารับการอบรมทำกิจกรรมตามใบงานและแบบฝึกหัดตามชุดฝึกอบรม จากนั้นวิทยากรเฉลยและให้ข้อเสนอแนะในกิจกรรมต่าง ๆ ดำเนินการในวันที่ 19 ธันวาคม 2554 เวลา 09.00 น. – 16.00 น. ณ สำนักงานบริษัท บัอมทิพย์ จำกัด เขตพระนคร

6.4 มอบแบบประเมินผลการปฏิบัติงาน ตามที่กำหนดในชุดฝึกอบรม ให้หัวหน้าพนักงานส่งเสริมการขาย ไปมอบให้เจ้าของกิจการเพื่อประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานส่งเสริมการขายก่อนการอบรม

6.5 อบรมภาคปฏิบัติโดยใช้ชุดฝึกอบรมที่สร้างขึ้นเป็นเครื่องมือในการฝึกอบรม โดยให้ผู้เข้ารับการอบรมทำกิจกรรมตามใบงานและแบบฝึกหัดตามชุดฝึกอบรม จากนั้นวิทยากรเฉลยและให้ข้อเสนอแนะในกิจกรรมต่าง ๆ ดำเนินการในวันที่ 11 มกราคม 2555 เวลา 09.00 น. – 16.00 น. ณ สำนักงานบริษัท บัอมทิพย์ จำกัด เขตพระนคร ถนนราชวัตร

6.6 ทดสอบหลังการฝึกอบรมโดยใช้แบบทดสอบหลังการฝึกอบรมที่สร้างขึ้นใช้เวลา 1 ชั่วโมง

6.7 ให้ผู้เข้ารับการอบรมประเมินการฝึกอบรม ตามแบบประเมินที่กำหนดในชุดฝึกอบรม

6.8 ติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้เข้ารับการอบรมโดยผู้วิจัยไปสัมภาษณ์เจ้าของกิจการและให้เจ้าของกิจการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานส่งเสริมการขายที่ได้รับการอบรม ดำเนินการในระหว่างวันที่ 13 – 17 กุมภาพันธ์ 2555

6.9 นำข้อมูลจากการทดสอบก่อน-หลังการฝึกอบรม การทำกิจกรรม การทำแบบฝึกหัด และการประเมินผลการปฏิบัติงานก่อน-หลังการฝึกอบรม แบบประเมินการฝึกอบรม เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

## 7. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้เครื่องมือทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลในการหาคุณภาพเครื่องมือดังนี้

7.1 ดัชนีความสอดคล้อง สำหรับการวิเคราะห์ความสอดคล้องของหัวข้อการอบรม วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม และแบบทดสอบ

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

7.2 ค่าอำนาจจำแนก เพื่อวิเคราะห์คุณภาพของแบบทดสอบก่อน-หลังการฝึกอบรม จำนวน 65 ข้อ

$$D = \frac{R_{uv} - R_L}{N/2} \text{ หรือ } D = \frac{R_{uv} - R_L}{R_{uv}}$$

7.3 ค่าดัชนีความยากง่ายของแบบทดสอบเพื่อวิเคราะห์คุณภาพของแบบทดสอบก่อน-หลังการฝึกอบรม จำนวน 65 ข้อ

$$P = \frac{R}{N}$$

7.4 สัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของแบบทดสอบเพื่อวิเคราะห์คุณภาพของแบบทดสอบทั้งฉบับและรายข้อ

$$r_i = \frac{n}{n-1} \left[ 1 - \frac{\overline{X}(n-\overline{X})}{n\sigma_i^2} \right]$$

7.5 ประสิทธิภาพชุดฝึกอบรม เพื่อประเมินประสิทธิภาพของกระบวนการฝึกอบรม (E1) และประสิทธิภาพของผลสัมฤทธิ์การฝึกอบรม (E2)

$$E_1 = \frac{\sum x}{N} \times 100\%$$



$$E_2 = \frac{\sum y}{B} \times 100\%$$

7.6 การวิเคราะห์คะแนนเพื่อการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์การอบรมก่อน-หลังการฝึกอบรมโดยใช้สถิติ t-Test

$$t = \frac{\sum D}{\sqrt{\frac{n\sum D^2 - (\sum D)^2}{(n-1)}}}$$

7.7 การวิเคราะห์ค่ากลางและการกระจาย เพื่อวิเคราะห์ผลการประเมินการปฏิบัติงาน และผลการประเมินการฝึกอบรม ด้วยสถิติค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^N X_i}{N}$$

$$S.D. = \sqrt{\frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}}{n-1}}$$

## 8. ผลการวิจัย

### 8.1 ผลการสร้างชุดฝึกอบรม

การสร้างชุดฝึกอบรมพนักงานส่งเสริมการขาย ตามกระบวนการที่ผู้วิจัยกำหนดได้ผลของการสร้างชุดฝึกอบรมตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 ดังนี้ ความมุ่งหมายหลัก (Key Purpose) ได้แก่หน้าที่ในการส่งเสริมให้เกิดการขายเครื่องดื่มและอาหารเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าและเป้าหมายของธุรกิจ แบ่งเป็นบทบาทหลัก (Key Roles) 2 บทบาทหลัก หน้าที่หลัก (Key Functions) 4 หน้าที่หลัก หน่วยสมรรถนะ (Units of Competence) ได้ 8 หน่วยสมรรถนะ สมรรถนะย่อย (Elements of Competence) ได้ 22 หน่วยสมรรถนะย่อย จำแนกเป็นการส่งเสริมการขาย 13 หน่วยสมรรถนะย่อย และการบริการเพื่อตอบสนองความพึงพอใจลูกค้าจำนวน 9 หน่วยสมรรถนะย่อย กำหนดเป็นวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรมจำนวน 82 ข้อ

### 8.2 ผลการหาประสิทธิภาพชุดฝึกอบรม

1) ประสิทธิภาพชุดฝึกอบรมวิเคราะห์จากกระบวนการฝึกอบรม พบว่ามีประสิทธิภาพของกระบวนการ (E1) ดังนี้

$$E1 = \frac{4841}{31} \times 100\%$$

$$\frac{210}{210}$$

$$E1 = 74.36\%$$

จากผลการคำนวณพบว่าประสิทธิภาพชุดฝึกอบรมประเมินจากผลคะแนนระหว่างฝึกอบรม (E1) ได้เท่ากับร้อยละ 74.36 สูงกว่าสมมุติฐานร้อยละ 70 ที่กำหนดไว้

2) ประสิทธิภาพชุดฝึกอบรม วิเคราะห์จากผลสัมฤทธิ์หลังการฝึกอบรม พบว่าประสิทธิภาพของผลสัมฤทธิ์การฝึกอบรม (E2) ดังนี้

$$E2 = \frac{1480}{31} \times 100\%$$

$$\frac{65}{65}$$

$$E2 = 73.45\%$$

จากผลการคำนวณพบว่า ประสิทธิภาพชุดฝึกอบรมประเมินจากผลสัมฤทธิ์การทดสอบหลังการอบรม (E2) เท่ากับร้อยละ 73.45 สูงกว่าสมมุติฐานร้อยละ 70 ที่กำหนดไว้

8.3 ผลการทดสอบสมมุติฐานคะแนนความแตกต่างของการทดสอบก่อนหลังการฝึกอบรม

วิเคราะห์คะแนนเพื่อการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์การอบรมก่อน-หลังการฝึกอบรมโดยใช้สถิติ t-Test ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบสมมุติฐานก่อน-หลังการอบรมด้วยคะแนน t-Test

คะแนน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	t	df	Sig.
ก่อน -หลัง	-18.6129	5.32	-19.47**	30	.000

\*\*p < .01

จากตารางที่ 1 พบว่าผลต่างของคะแนนเฉลี่ยของการทดสอบก่อนการฝึกอบรมต่ำกว่าคะแนนเฉลี่ยการทดสอบหลังการฝึกอบรม -18.6129 คะแนน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

### 8.4 ผลการประเมินการปฏิบัติงานและการฝึกอบรม

1) การประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานส่งเสริมการขาย ก่อนการฝึกอบรม ประเมินโดยผู้ประกอบการ ก่อนการฝึกอบรมผู้ประกอบการมีความเห็นว่าพนักงานส่งเสริมการขายมีผลการปฏิบัติงานในระดับดี ที่คะแนนเฉลี่ย 2.68 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

0.76 โดยประเด็นที่มีผลการปฏิบัติงานพอใช้ ได้แก่ การปรับปรุงเทคนิค วิธีการส่งเสริมการขาย การมีมาตรฐานการบริการและให้บริการอย่างเท่าเทียม และการปรับปรุงเทคนิค วิธีการให้บริการลูกค้าอยู่เสมอ โดยมีคะแนนเฉลี่ย 2.45 - 2.58 คะแนน ส่วนประเด็นอื่น ๆ มีผลการปฏิบัติงานดี

2) การประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานส่งเสริมการขายหลังการฝึกอบรม ประเมินโดยผู้ประกอบการ หลังการฝึกอบรมผู้ประกอบการมีความเห็นว่าพนักงานส่งเสริมการขายมีผลการปฏิบัติงานในภาพรวมอยู่ในระดับดีมากที่สุด ที่คะแนนเฉลี่ย 4.29 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71 โดยประเด็นที่มีผลการปฏิบัติงานที่ได้รับระดับคะแนนสูงสุด ได้แก่ สามารถสร้างยอดขายได้ตามที่กำหนด รองมาคือ พนักงานส่งเสริมการขายแต่งกายเหมาะสม และอันดับสามคือ พนักงานส่งเสริมการขายมีหัวใจบริการ โดยมีผลการปฏิบัติงานที่ได้รับระดับคะแนนต่ำสุดสามอันดับสุดท้าย ได้แก่ มีการปรับปรุงเทคนิควิธีการให้บริการลูกค้าอยู่เสมอ การมีมาตรฐานการบริการและให้บริการอย่างเท่าเทียม การอธิบายรายละเอียดสินค้าได้อย่างชัดเจน

3) การประเมินการฝึกอบรมโดยพนักงานส่งเสริมการขายที่เข้ารับการอบรม ผู้รับการฝึกอบรมมีความเห็นว่า การฝึกอบรมมีความเหมาะสมในภาพรวมอยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุดที่คะแนนเฉลี่ย 4.16 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.82 โดยประเด็นที่ได้รับระดับคะแนนสูงสุดสามอันดับแรก ได้แก่ ความรู้ที่ได้รับจากการอบรม การนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์และผู้เข้ารับการอบรมได้รับประโยชน์จากการอบรม โดยมีผลการฝึกอบรมที่ได้รับระดับคะแนนต่ำสุดสามอันดับสุดท้าย ได้แก่ สถานที่ในการอบรม ระยะเวลาในการอบรม วัสดุ อุปกรณ์ในการอบรม

## 9. อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

### 9.1 อภิปรายผล

9.1.1 ผลของการสร้างชุดฝึกอบรมพนักงานส่งเสริมการขายโดยวิธีการวิเคราะห์หน้าที่ ได้หัวข้อการส่งเสริมการขายสอดคล้องกับกระบวนการการขาย [3] โดยสามารถประยุกต์ใช้กับการส่งเสริมการขายอาหารและเครื่องดื่มในร้านอาหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ชุดฝึก

อบรมที่สร้างขึ้นจัดทำเป็นแบบโมดูล จบในตอนเพื่อสะดวกในการอบรมเป็นหัวข้อ และสะดวกสำหรับพนักงานส่งเสริมการขายในการทบทวน เนื่องจากพนักงานส่วนมากทำงานในเวลากลางคืน การอบรมจึงต้องทำในเวลากลางวันและต้องดำเนินการในวันหยุด

9.1.2 ผลของการประเมินประสิทธิภาพของชุดฝึกอบรมพนักงานส่งเสริมการขาย ประเมินจากผลคะแนนระหว่างฝึกอบรม (E1) พิจารณาจากคะแนนระหว่างการฝึกอบรมได้เท่ากับร้อยละ 74.36 และประสิทธิภาพของผลลัพธ์ พบว่าประสิทธิภาพชุดฝึกอบรมประเมินจากผลลัพธ์ (E2) พิจารณาจากคะแนนทดสอบหลังการฝึกอบรมได้เท่ากับร้อยละ 73.45 สูงกว่าสมมติฐานร้อยละ 70 ที่กำหนดไว้ ซึ่งผลการวิจัยที่ได้แสดงว่าประสิทธิภาพระหว่างกระบวนการสูงกว่าประสิทธิภาพหลังการฝึกอบรม ซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกันกับการวิจัยประสิทธิภาพชุดฝึกอบรมหลาย ๆ เรื่องการที่ได้ผลประเมินระหว่างการฝึกอบรมสูงกว่าหลังการฝึกอบรม อาจเนื่องมาจากในระหว่างกระบวนการฝึกอบรมมีช่วงเวลาไม่นานและทำแบบทดสอบทันทีที่ทำให้เนื้อหาในการทดสอบน้อย ผู้เข้ารับการอบรมมีความสามารถในการทำแบบทดสอบได้มากกว่าการทดสอบหลังการอบรมที่ทดสอบหลาย ๆ เรื่อง

ผลการประเมินประสิทธิภาพชุดฝึกอบรม 74.36/73.45 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ 70/70 ไม่มากนักอาจเนื่องมาจากเป็นหัวข้อการฝึกอบรมที่ต้องใช้ทั้งหลักวิชาการและการฝึกปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาตนเองและอาจเนื่องมาจากพนักงานส่วนมากมีคุณวุฒิต่ำ การเข้าใจและความสนใจเรื่องการพัฒนาตนเองจึงน้อย ตลอดจนขาดแรงจูงใจจากสถานประกอบการในการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาตนเองของพนักงานส่งเสริมการขาย

9.1.3 ผลความแตกต่างของการทดสอบก่อนหลังการฝึกอบรม ของผู้เข้ารับการอบรม โดยใช้สถิติ t-Test ผลการวิจัยพบว่า คะแนนสอบหลังการอบรมมีความแตกต่างจากคะแนนสอบก่อนการอบรม ซึ่งเป็นผลที่อาจกล่าวได้ว่าสมเหตุสมผล เนื่องจากการทดสอบหลังการอบรมเป็นการทดสอบหลังจากที่ผู้เข้ารับการอบรมมีความรู้มากกว่าการทดสอบก่อนการอบรมที่ผู้เข้ารับการอบรมไม่มีความรู้ใด ๆ มาก่อน

9.1.4 ผลการประเมินการปฏิบัติงานพนักงานส่งเสริมการขาย โดยเจ้าของสถานประกอบการที่พนักงานส่งเสริมการขายทำงาน ก่อนเข้ารับการอบรม และหลังเข้ารับการอบรมพบว่า ผลการประเมินหลังการอบรมสูงกว่าผลการประเมินการปฏิบัติงานก่อนการฝึกอบรม ผลที่ได้สมเหตุสมผลตามที่ควรจะเป็นเนื่องจากเมื่อได้รับการอบรมแล้วควรจะปฏิบัติงานได้ดีกว่าไม่ได้รับการอบรม โดยผลการปฏิบัติงานที่พัฒนาขึ้นมากได้แก่ การเพิ่มยอดขายนั้นแสดงให้เห็นว่าพนักงานส่งเสริมการขายได้นำหลักการเทคนิคที่ได้รับจากการฝึกอบรมไปประยุกต์ใช้ในงานของตน

9.1.5 ผลการประเมินหลังการฝึกอบรม ผู้รับการฝึกอบรมมีความเห็นว่าการฝึกอบรมมีความเหมาะสมในภาพรวมอยู่ในระดับดีมากที่คะแนนเฉลี่ย 4.16 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.82 โดยประเด็นที่ไ้ระดับคะแนนสูงสุดสามอันดับแรก ได้แก่ ความรู้ที่ได้รับจากการอบรม การนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์และผู้เข้ารับการอบรมได้รับประโยชน์จากการอบรม โดยมีผลการฝึกอบรมที่ไ้ระดับคะแนนต่ำสุดสามอันดับสุดท้าย ได้แก่ สถานที่ในการอบรม ระยะเวลาในการอบรม วัสดุ อุปกรณ์ในการอบรม อาจเป็นเพราะพนักงานส่งเสริมการขายขาดโอกาสในการอบรมพัฒนา การอบรมพัฒนานี้จึงเป็นสิ่งที่กระตุ้นพนักงานได้เป็นอย่างดี ในขณะที่ด้านที่ต้องปรับปรุงได้แก่ด้านสถานที่ เวลาและวัสดุอุปกรณ์ โดยสถานที่มีความไม่สะดวกเนื่องจากใช้สถานที่ทำงาน สำนักงานของสถานประกอบการเป็นที่อบรม และอบรมในระยะเวลาที่สั้น ทำให้ผลประเมินในด้านดังกล่าวต่ำ ในขณะที่อุปกรณ์ต่าง ๆ เป็นเพียงการสาธิต ไม่ได้ให้ผู้เข้ารับการอบรมได้ลงมือปฏิบัติจริงอย่างทั่วถึง และมีข้อจำกัดในเรื่องอุปกรณ์บางอย่าง เช่นเครื่องแต่งกาย เครื่องสำอาง ซึ่งผู้เข้ารับการอบรมจะต้องนำมาเอง

9.1.6 ผลการวิจัยพบว่า ผลคะแนนระหว่างการฝึกอบรมหัวข้อเกี่ยวกับการบริการมีคะแนนเฉลี่ยสูงเป็นอันดับต้น ๆ ในขณะที่คะแนนด้านการส่งเสริมการขายจะมีคะแนนน้อยกว่า ผู้วิจัยเห็นว่าเป็นเพราะพนักงานส่งเสริมการขายคุ้นเคยกับงานด้านบริการและเน้นการให้บริการเป็นหลัก แต่งานส่งเสริมการขายส่วนใหญ่จะถูกกำหนดมาจากบริษัท

9.1.7 ผลการวิจัยพบว่า คะแนนการทำแบบฝึกหัดในหัวข้อการแต่งกายและการเก็บข้อมูลลูกค้ามีคะแนนเฉลี่ยในระดับต่ำอาจเนื่องมาจากพนักงานมีชุดพนักงานที่กำหนดแบบโดยบริษัท ทำให้พนักงานไม่ให้ความสำคัญกับการเลือกเครื่องแต่งกายและไม่มีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลลูกค้าเนื่องจากเห็นว่าเป็นหน้าที่ของฝ่ายการตลาดมากกว่า สอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่าพนักงานขาดการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นหรือเสนอแนะเกี่ยวกับการทำงาน [4] หลักสูตรฝึกอบรมที่ดีจะต้องเป็นหลักสูตรที่สอดคล้องกับความต้องการของบุคคล [5] การพัฒนาหลักสูตร แต่ละหน่วยจะต้องมีการวิเคราะห์ความต้องการของหลักสูตร และให้ผู้เกี่ยวข้องทั้งส่วนของผู้บริหาร และผู้ปฏิบัติงานมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น

## 9.2 ข้อเสนอแนะ

9.2.1 สถานประกอบการร้านอาหาร และบริษัทผู้จำหน่ายเครื่องดื่ม ควรมีการฝึกอบรมพัฒนาพนักงานส่งเสริมการขาย หรือพนักงานอื่น ๆ ในร้านเพื่อเพิ่มสมรรถนะและประสิทธิภาพในการทำงาน นำมาซึ่งผลประกอบการที่ดีขึ้น และนำไปสู่การปฏิบัติงานอย่างมืออาชีพ

9.2.2 หน่วยงานราชการ องค์กรต่าง ๆ ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาพนักงานนอกระบบ เพื่อเพิ่มช่องทางการส่งเสริมพัฒนาสมรรถนะวิชาชีพให้สถานประกอบการรายย่อย เพราะในสถานศึกษาจะเป็นการฝึกอาชีพระยะสั้น หลักสูตรในการพัฒนาสมรรถนะอาชีพอาจไม่เพียงพอ

9.2.3 เอกสาร ตำรา คู่มือ เกี่ยวกับการพัฒนาสมรรถนะอาชีพพนักงานส่งเสริมการขายยังพบเห็นได้น้อยมาก อาจเนื่องมาจากอาชีพพนักงานส่งเสริมการขายส่วนใหญ่คิดว่าเป็นอาชีพชั่วคราวเพื่อรอโอกาสทำอาชีพอื่น ๆ จึงยังไม่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาตนเอง ทำให้สื่อต่าง ๆ ไม่ได้รับความนิยมในการจัดทำ

9.2.4 พนักงานส่งเสริมการขายควรพัฒนาตนเองเพื่อก้าวสู่ความเป็นมืออาชีพ ในสายอาชีพของตน และสามารถนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้กับการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น หรือนำไปใช้ในการประกอบอาชีพส่วนตัวได้อีกทางด้วย



9.2.5 เครื่องมือวิจัยในส่วนที่เป็นเอกสาร ประกอบการอบรม แบบฝึกหัด แบบทดสอบ แบบประเมิน ผลยังสามารถพัฒนาเชิงเนื้อหา และความน่าสนใจได้อีก โดยใช้สื่อรูปภาพ และกิจกรรมต่าง ๆ เพิ่มเติมได้

9.2.6 กลุ่มตัวอย่างในการอบรมอาจใช้ได้กับ พนักงานส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ในร้านอาหาร เช่น ส่งเสริมการขายเครื่องดื่ม เกาลัด หมากฝรั่ง ฯลฯ

9.2.7 ควรพัฒนาการเก็บผลการวิจัยไปที่ ผลสัมฤทธิ์ตรงคือความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งจะสะท้อน ประสิทธิภาพของการฝึกอบรมได้อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น

9.2.8 ควรมีการพัฒนาการออกแบบการทดลอง โดยเปรียบเทียบผลระหว่างผู้ได้รับการอบรมและผู้ไม่ได้รับการอบรม ถึงความแตกต่างของผลสัมฤทธิ์ในการ ปฏิบัติงานในหน้าที่พนักงานส่งเสริมการขายในร้านอาหาร

9.2.9 ควรมีการเก็บข้อมูลยอดขาย เป็นตัวแปร ในการวิจัยเพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพการฝึกอบรมเชิง ปริมาณที่ชัดเจนเป็นรูปธรรมประกอบด้วย

## 10. กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยนี้สำเร็จได้ด้วยได้รับความเมตตาจากหลาย ฝ่ายซึ่งผู้วิจัยขอขอบพระคุณอย่างสูง ประกอบด้วย อาจารย์ ดร.สมยศ เจตน์เจริญรักษ์ อาจารย์ ดร.ธีรพงษ์ วิริยานนท์ บริษัท บ่อมทิพย์ จำกัด ผู้เชี่ยวชาญ เจ้าของ สถานประกอบการ พนักงานส่งเสริมการขายบริษัท บ่อมทิพย์ จำกัด เขตพระนคร พ่อ แม่ อาจารย์ ดร.เอนก เทียนบุษชา และเด็กชายน้ำบริสุทธิ์ เทียนบุษชา ตลอดจน หลายท่านที่ไม่ได้เอ่ยนาม

## 11. เอกสารอ้างอิง

- [1] สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2551). การสำรวจแรงงาน นอกกระบบ พ.ศ. 2551. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติ แห่งชาติ.
- [2] สุปรีดา ลีวเฉลิมวงศ์. (2543). การศึกษาความต้องการ ของสถานประกอบการประเภทห้างสรรพสินค้าในเขต กรุงเทพมหานครเกี่ยวกับความสามารถของผู้สำเร็จ การศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สาขา การตลาด. วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารอาชีพและเทคนิคศึกษา

บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า พระนครเหนือ.

- [3] ชีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ. (2547). "ส่งท้ายปีเก่า ต้อนรับ ปีใหม่กับการส่งเสริมการขายที่ช่วยเพิ่มยอดขาย สินค้า (ตอนแรก)". มติชนรายวัน. 28 ธันวาคม 2547, หน้า 14.
- [4] พรอนงค์ พงษ์สุระ (2551). การศึกษาเรื่อง "ความพึงพอใจในการทำงานและคุณภาพชีวิตของพนักงาน ร้านอาหารในเขตกรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต สาขาการจัดการสำหรับการเป็นผู้ ประกอบการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี พระจอมเกล้า ธนบุรี. กรุงเทพฯ.
- [5] ยุทธ ไกยวรรณ. (2557). การพัฒนาและหา ประสิทธิภาพหลักสูตรฝึกอบรมการควบคุมและการ ตรวจสอบคุณภาพ การผลิตชิ้นส่วนยานยนต์บริษัท ผู้รับจ้างผลิต. วารสารวิชาการครุศาสตร์อุตสาหกรรม พระจอมเกล้าพระนครเหนือ. ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2557. หน้า 140-148.