

การพัฒนาชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน”
สำหรับพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน)

นายกฤษณะ หลักคงคา

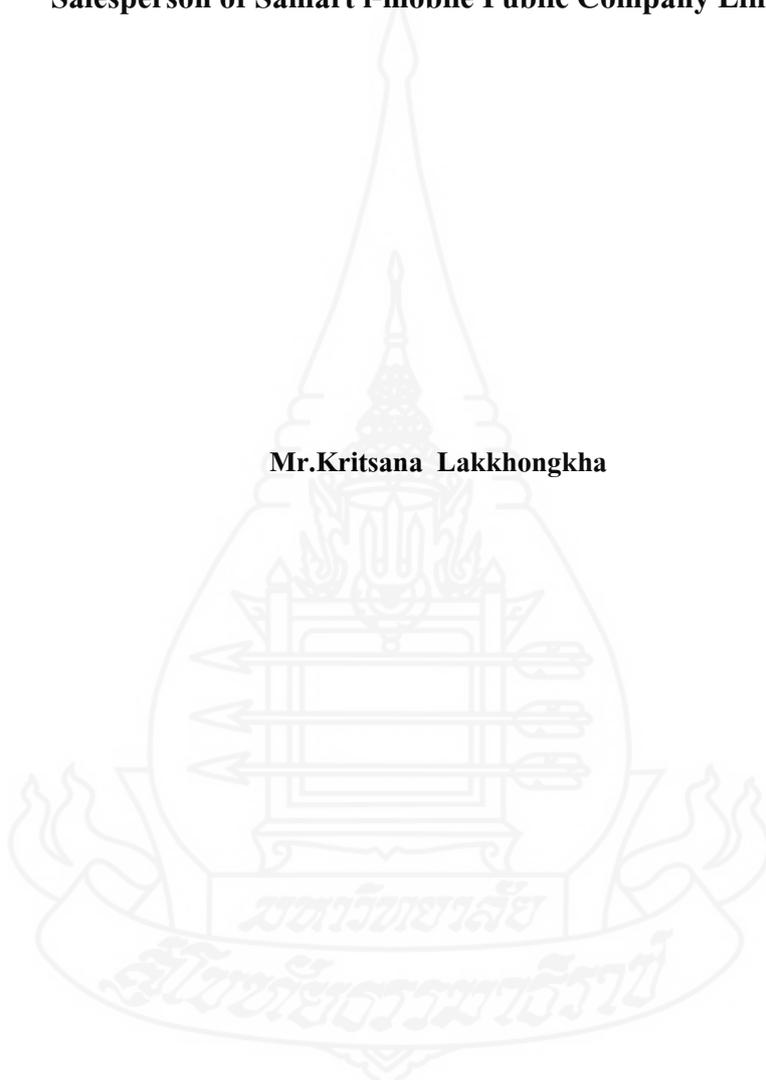


วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
แขนงวิชาการตลาด สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พ.ศ. 2557

**The Development of e-Training “Smart Phone Products Selling Techniques” for
Salesperson of Samart i-mobile Public Company Limited**

Mr.Kritsana Lakkhongkha



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Business Administration in Marketing

School of Management Science

Sukhothai Thammathirat Open University

2014

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การพัฒนาชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน”
สำหรับพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน)

ชื่อและนามสกุล นายกฤษณะ หลักคงคา

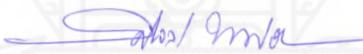
แขนงวิชา การตลาด

สาขาวิชา วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

อาจารย์ที่ปรึกษา 1. อาจารย์ ดร. อโณทัย งามวิชัยกิจ
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นิรัชรินทร์ ชำนาญกิจ

วิทยานิพนธ์นี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 16 กันยายน 2558

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อคิลลา พงศ์ยี่หล้า)


..... กรรมการ
(อาจารย์ ดร. อโณทัย งามวิชัยกิจ)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นิรัชรินทร์ ชำนาญกิจ)


..... ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา
(ศาสตราจารย์ ดร. สิริวรรณ ศรีพหล)

ชื่อวิทยานิพนธ์ การพัฒนาชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน)

ผู้วิจัย นายกฤษณะ หลักคงคาร **รหัสนักศึกษา** 2563005046 **ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)

อาจารย์ที่ปรึกษา (1) อาจารย์ ดร. อโณทัย งามวิชัยกิจ (2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นิรัชรินทร์ ชำนาญกิจ

ปีการศึกษา 2557

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพัฒนามีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความต้องการและพัฒนาชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ 2) ทดสอบประสิทธิภาพของชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80 3) เปรียบเทียบความรู้ของพนักงานขายก่อนฝึกอบรมและหลังฝึกอบรม 4) วัดความพึงพอใจของพนักงานขายที่มีต่อชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และ 5) เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อพนักงานขายที่ฝึกอบรมและไม่ได้ฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

กลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) ผู้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับความต้องการในการพัฒนาชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 23 คน 2) กลุ่มทดลองชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่พนักงานขายจำนวน 13 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม G*Power คำนวณหากกลุ่มตัวอย่าง ได้ 176 คน แบ่งเป็น 3) กลุ่มประเมินประสิทธิภาพวัดความพึงพอใจ ได้แก่ พนักงานขาย จำนวน 48 คน และ 4) กลุ่มเปรียบเทียบความสามารถของพนักงานขาย จำนวน 96 คน ซึ่งได้จากการคัดเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ 1) แบบสัมภาษณ์ความต้องการด้านเนื้อหาสำหรับพนักงานขายเพื่อพัฒนาชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ 2) ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น 3) แบบทดสอบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเพื่อใช้ทดสอบก่อนฝึกอบรมและหลังฝึกอบรมแบบคู่ขนาน 4) แบบสอบถามความพึงพอใจของพนักงานขายผู้เข้ารับการฝึกอบรมที่มีต่อชุดฝึกอบรม และ 5) แบบสอบถามความพึงพอใจด้านการบริการของพนักงานขาย สถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าประสิทธิภาพ E_1/E_2 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าที

ผลการวิจัยพบว่า (1) ผู้ให้ข้อมูลมีความต้องการด้านเนื้อหา ประกอบด้วย การแก้ไขปัญหาเบื้องต้น ความรู้เกี่ยวกับสมาร์ตโฟนของไอ-โมบาย ความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการขายเพื่อเพิ่มทักษะหรือความสามารถเฉพาะตัว ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสมาร์ตโฟน และความรู้ด้านอื่นๆ ที่จำเป็นต่อการขาย หลังจากนั้นปัญหาและความต้องการไปพัฒนาชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์แล้ว พบว่า (2) ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” ที่พัฒนาขึ้น มีประสิทธิภาพสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด 87.60/87.29 (3) พนักงานขายที่อบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีความก้าวหน้าในการเรียนเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดัชนีประสิทธิภาพมีค่าเท่ากับ 0.32 แสดงว่า พนักงานขายมีความรู้เพิ่มขึ้นร้อยละ 32 (4) พนักงานผู้เข้าอบรมมีความพึงพอใจต่อชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในระดับมากที่สุด และ (5) ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของพนักงานขายที่ไม่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ลูกค้าที่ใช้บริการของพนักงานขายที่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ การพัฒนาชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์, พนักงานขาย, สมาร์ตโฟน, เทคนิคการขาย

Thesis title: The Development of e-Training “Smart Phone Products Selling Techniques” for Salesperson of Samart i-mobile Public Company Limited

Researcher: Mr.Kritsana Lakkhongkha; **ID:** 2563005046;

Degree: Master of Business Administration (Marketing);

Thesis advisors: (1) Dr.Anothai Ngamvichaikit;

(2) Dr.Niratcharin Chumnankit Assistant Professor; **Academic year:** 2014

Abstract

The objectives of this study were (1) to study content need (2) to develop the “Smart Phone Products Selling Techniques” e-Training for salesperson of Samart i-mobile public company limited.; (3) to study of training achievement on “Smart Phone Products Selling Techniques” based on the set efficiency criterion; (4) to study the satisfaction of salesperson with e-Training package on the topic of Smart Phone Selling Techniques; and (5) to study the satisfaction of customers with services of salesperson.

The research sample consisted of (1) 24 people for interview guidelines about content need for developing of e-Training; (2) 13 salesperson for tryout research tools; Used G*Power for statistical tests (3) 48 salesperson for evaluating the satisfied with e-Training package; and (4) 96 customers for evaluating the satisfied with salesperson, obtained by purposive sampling. Research tools consisted of (1) interview forms about content need for developing of e-Training; (2) e-Training package that were developed; (3) two parallel forms of an achievement test for pre-testing and post-testing; (4) a questionnaire on salesperson’s satisfaction with Smart Phone Products Selling Techniques; and (5) a questionnaire on customer’s satisfaction with service of salesperson. Statistics for data analysis were the E_1/E_2 efficiency index, mean, standard deviation, and t-test.

Research findings showed that (1) problem handling for They had problem and content need including 1) problem handling for example, when customers have common issues with smartphone such as turn-on problem, the salesperson should know how to motivate; 2) i-mobile product knowledge; 3) Selling technique knowledge to increase the individual selling skills or abilities; 4) Smartphones basic knowledge such as meaning and key elements of the smartphone, and 5) Other knowledge such as “Link” to another website that salesperson needed to learn about smartphone themselves and forum to exchange knowledge and Q&A. (2) develop the “Smart Phone Products Selling Techniques” e-Training for salesperson of Samart i-mobile public company limited was efficient at 87.60/87.29, thus meeting the set efficiency criterion of 80/80; (3) the salesperson who were trained with the “Selling Techniques for Smart Phone” package achieved learning progress significantly at the .05 level; (4) the trainees were satisfied with the “Smart Phone Products Selling Techniques” package at the highest level; and (5) the customer were satisfied with the service of salesperson who got training with the “Smart Phone Products Selling Techniques” package at the highest level.

Keywords: e-Training Development, Salesperson, Smart phone, Selling Techniques

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาและความเอาใจใส่ที่ผู้วิจัยได้รับจาก อาจารย์ ดร. อโณทัย งามวิชัยกิจ กรรมการที่ปรึกษาหลัก และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นิรัชรินทร์ ชำนาญกิจ กรรมการที่ปรึกษาร่วม ผู้ซึ่งกรุณาชี้แนวทางในการแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ และให้ คำปรึกษา แนะนำอันเป็นประโยชน์จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงด้วยดี ซึ่งผู้วิจัยซาบซึ้งในความกรุณาเป็นอย่างยิ่ง จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อติลดา พงศ์ยี่หล้า ที่กรุณาสละเวลา ในการรับเป็นประธานกรรมการและให้คำแนะนำแก้ไขวิทยานิพนธ์จนสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และขอขอบคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ทุ่มเทกำลังกายและสติปัญญาให้การสั่งสอนในชุดวิชาต่าง ๆ ตลอดหลักสูตร และขอขอบพระคุณผู้บริหารและบุคลากรของบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ที่ได้กรุณาสละเวลาในการให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชที่สนับสนุนทุนอุดหนุนในการทำ วิทยานิพนธ์ พร้อมกันนี้ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่สำนักบรรณสารสเทศ เจ้าหน้าที่สาขาวิทยาการจัดการ และเจ้าหน้าที่สำนักบัณฑิตศึกษา ตลอดจนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่เป็นธุระและอำนวยความสะดวกในด้านเอกสารที่เกี่ยวข้อง และท่านอื่นๆ อีกหลายท่านที่ไม่ได้เอ่ยนามในที่นี้

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ บิดา มารดา และครอบครัวอันเป็นที่รักยิ่ง เพื่อน ปริญญาโท แขนงวิชาการตลาด สาขาวิทยาการจัดการ รุ่น 4 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ที่ร่วม ทุกข์สุขตลอดระยะเวลาการศึกษา รวมทั้งทุกท่านที่คอยให้กำลังใจตลอดเวลาในการทำวิทยานิพนธ์

กฤษณะ หลีกคงคา

กันยายน 2557

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	7
กรอบแนวคิดการวิจัย	8
สมมติฐานการวิจัย	9
ขอบเขตการวิจัย	9
นิยามศัพท์เฉพาะ	11
ประโยชน์ที่จะได้รับ	12
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	13
บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน)	13
ความรู้เกี่ยวกับสมาร์ตโฟน	16
แนวคิดเกี่ยวกับเทคนิคการขายเบื้องต้นสำหรับพนักงาน	27
แนวคิดเกี่ยวกับชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์	39
แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาชุดฝึกอบรม ADDIE Model	51
แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ	55
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	58
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	65
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	65
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการสร้างเครื่องมือ	67
การเก็บรวบรวมข้อมูล	73
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	75

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	79
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	79
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	80
บทที่ 5 ต้นแบบชิ้นงาน	114
รายละเอียดชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์	114
แผนผังโครงสร้าง	115
แผนการเรียน	122
ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์	127
บทที่ 6 สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	131
สรุปการวิจัย	131
อภิปรายผล	133
ข้อเสนอแนะ	140
บรรณานุกรม	142
ภาคผนวก	149
ก แบบสัมภาษณ์ความต้องการด้านเนื้อหา	150
ข แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา	157
ค จดหมายผู้ทรงคุณวุฒิด้านเนื้อหา	160
ง จดหมายเชิญผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์	164
จ รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย	168
ฉ ผลการหาประสิทธิภาพของกระบวนการ ชั้นทดลองแบบเดี่ยว	170
ช ผลการหาประสิทธิภาพของกระบวนการ ชั้นทดลองแบบกลุ่ม	173
ซ ผลการหาประสิทธิภาพของกระบวนการ ชั้นทดลองภาคสนาม	176
ฅ การหาค่า t-test	180
ญ การคำนวณหากลุ่มตัวอย่าง G*Power	185
ประวัติผู้วิจัย	188

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1	จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ ... 66
ตารางที่ 3.2	วันและเวลาในการทดสอบประสิทธิภาพแบบเดี่ยว แบบกลุ่ม และ แบบภาคสนาม 74
ตารางที่ 3.3	ขั้นตอนการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมและการรวบรวมข้อมูล 74
ตารางที่ 4.1	จำนวนร้อยละของลักษณะข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้ข้อมูล 81
ตารางที่ 4.2	ปัญหาและความต้องการด้านเนื้อหาของพนักงานขาย 83
ตารางที่ 4.3	รายละเอียดชุดฝึกอบรม 96
ตารางที่ 4.4	คะแนนจากการแบบทดสอบท้ายหน่วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E ₁)..... 98
ตารางที่ 4.5	คะแนนจากการทำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน (E ₂) 99
ตารางที่ 4.6	คะแนนของพนักงานขายที่ทำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียน หลังเรียน 99
ตารางที่ 4.7	คะแนนเฉลี่ยก่อนฝึกอบรมและหลังฝึกอบรม ความแตกต่างระหว่างคะแนนก่อน ฝึกอบรมและหลังฝึกอบรม 100
ตารางที่ 4.8	จำนวนร้อยละของลักษณะข้อมูลทั่วไปของพนักงานขายที่ได้รับการฝึกด้วยชุด ฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ 102
ตารางที่ 4.9	ความพึงพอใจของพนักงานขายที่มีต่อการฝึกอบรมโดยใช้ชุดฝึกอบรมสื่อ อิเล็กทรอนิกส์ 103
ตารางที่ 4.10	ความพึงพอใจด้านประโยชน์ของพนักงานขายที่มีต่อการฝึกอบรมโดยใช้ชุด ฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ 105
ตารางที่ 4.11	ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ความพึงพอใจที่มีต่อการบริการของ พนักงานขาย 106
ตารางที่ 4.12	เปรียบเทียบความพึงพอใจลูกค้าที่มีต่อการบริการของพนักงานขาย 110

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1	มูลค่าและอัตราการเติบโตตลาดเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ 2
ภาพที่ 1.2	ส่วนแบ่งทางการตลาดโทรศัพท์มือถือแบ่งตามตราสินค้า..... 3
ภาพที่ 1.3	ส่วนแบ่งทางการตลาดโทรศัพท์มือถือแบ่งตามระดับราคา 4
ภาพที่ 1.4	กรอบแนวคิด 8
ภาพที่ 2.1	โทรศัพท์เคลื่อนที่ “ไอ-โมบาย” กลุ่มฮิตซีรี่ส์ 21
ภาพที่ 2.2	โทรศัพท์เคลื่อนที่ “ไอ-โมบาย” กลุ่มสมาร์ตซีรี่ส์ 22
ภาพที่ 2.3	สมาร์ตโฟน “ไอ-โมบาย” กลุ่มไอสไตล์ 23
ภาพที่ 2.4	สมาร์ตโฟน “ไอ-โมบาย” กลุ่มไอคิว 25
ภาพที่ 2.5	ความสัมพันธ์ของรูปแบบ ADDIE Model 52
ภาพที่ 5.1	แผนผังโครงสร้างชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ 115
ภาพที่ 5.2	โครงสร้างหน่วยที่ 1 เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน 116
ภาพที่ 5.3	โครงสร้างหน่วยที่ 2 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสมาร์ตโฟน 117
ภาพที่ 5.4	โครงสร้างหน่วยที่ 3 สมาร์ตโฟนกลุ่ม i-Style 118
ภาพที่ 5.5	โครงสร้างหน่วยที่ 4 สมาร์ตโฟนกลุ่ม IQ 119
ภาพที่ 5.6	โครงสร้างหน่วยที่ 5 การใช้งานสมาร์ตโฟนเบื้องต้น 120
ภาพที่ 5.7	แผนผังโครงสร้างของกิจกรรม 121
ภาพที่ 5.8	แผนผังโครงสร้างของแบบทดสอบ 121
ภาพที่ 5.9	การเข้าสู่ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ 127
ภาพที่ 5.10	วิดิทัศน์ชี้แจงการใช้ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสรุปเนื้อหา 127
ภาพที่ 5.11	แบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน 128
ภาพที่ 5.12	ระบบจะไม่อนุญาตให้ผู้ใช้ไม่ตอบคำถามแบบทดสอบ 128
ภาพที่ 5.13	ระบบจะคิดคะแนนเมื่อทำแบบทดสอบเสร็จ 129
ภาพที่ 5.14	หากต้องการดูเฉลยคำตอบก็สามารถทำได้โดยกดปุ่ม Reviw Quiz 129
ภาพที่ 5.15	เนื้อหาเกี่ยวกับบทเรียน 130

บทที่ 1

บทนำ

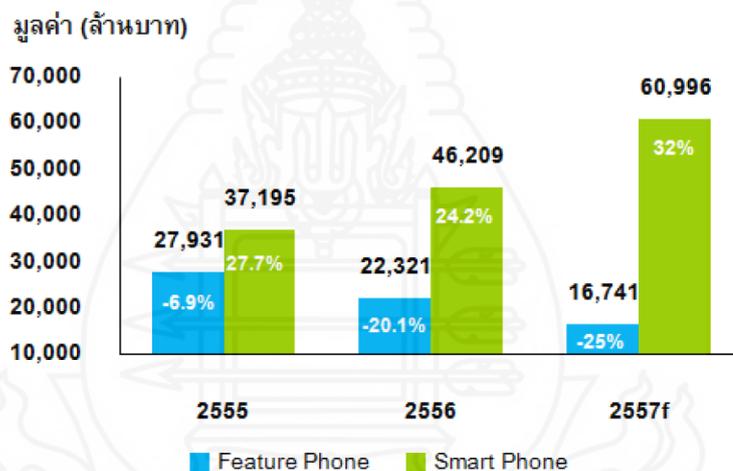
1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันประเทศไทยได้ก้าวสู่ยุคสารสนเทศอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารได้เข้ามามีบทบาทต่อประชาชนในการใช้เป็นเครื่องมือในการเข้าถึงข้อมูล ติดต่อสื่อสารได้อย่างทั่วถึง สะดวก รวดเร็ว มีการทำกิจกรรมหลายสิ่งหลายอย่างร่วมกันง่ายขึ้น โดยผ่านช่องทาง เช่น คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล (personal computer) คอมพิวเตอร์แบบพกพา (note book) แท็บเล็ต พีซี (tablet personal computer) และโทรศัพท์เคลื่อนที่ (mobile phone) ที่มีลักษณะเป็นโทรศัพท์อัจฉริยะ หรือที่รู้จักกันในชื่อ สมาร์ทโฟน (smart phone) ซึ่งนับว่าเป็นช่องทางที่สำคัญทางหนึ่ง ด้วยฟังก์ชันต่างๆ ที่ถูกออกแบบขึ้นมาเพื่อรองรับกับความต้องการของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นความสะดวกในการดาวน์โหลดแอปพลิเคชันต่างๆ ฟังก์ชันการถ่ายภาพซึ่งมีทั้งกล้องด้านหน้า และด้านหลัง การเข้าถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์ การรองรับการทำงานบนเครือข่าย 3G การเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ไม่ว่าจะเป็น Wi-Fi GPRS และ EDGE เป็นต้น

ผลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2556) พบว่า ประเทศไทยมีผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีจำนวน 46.4 ล้านคน ในจำนวนนี้มีสมาร์ทโฟนที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตด้วยระบบ 3G มากถึง 16.5 ล้านคนและมีแนวโน้มความต้องการสมาร์ทโฟนมากขึ้นกว่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทอื่น ส่งผลให้ตลาดสมาร์ทโฟนมีอัตราการเติบโตสูงและมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นและมีศักยภาพในการทำกำไรที่สูงด้วยเช่นกัน ปัจจัยที่กระตุ้นตลาดสมาร์ทโฟนขยายตัวแบ่งออกได้เป็นหลายประการด้วยกัน เช่น ความต้องการใช้บริการสื่อสารความเร็วสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง โมบายอินเทอร์เน็ต (Mobile Internet) ซึ่งเป็นคุณสมบัติหนึ่งของสมาร์ทโฟน กอปรกับราคาสมาร์ทโฟนและอัตราค่าบริการที่มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องให้เลือกอย่างหลากหลาย และการขยายตัวของสถานีเครือข่ายทั่วประเทศ ทำให้ผู้ใช้เข้าถึงได้ง่าย โดยอัตราการเติบโตของสมาร์ทโฟนคิดเป็นร้อยละ 10.8 จากปี 2556 หรือคิดเป็นมูลค่าประมาณ 186,177 ล้านบาท (สำนักงานกสทช, 2557) ก่อให้เกิดผลดีต่อธุรกิจต่อเนื่อง เช่น ร้านจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่รายย่อย ร้านจำหน่ายอุปกรณ์เสริม และร้านให้บริการซ่อมบำรุงโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นต้น

นอกจากนั้น ผลการสำรวจตลาดตลาดเครื่องโทรศัพท์ในปี 2556 ในภาพรวมมีมูลค่า 70,672 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2555 มูลค่าตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟนจะเติบโตถึงร้อยละ

24.2 สำหรับในปี 2557 ภาพรวมของตลาดเครื่องโทรศัพท์จะมีมูลค่าประมาณ 79,511 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.5 โดยมีแรงขับเคลื่อนมาจากพฤติกรรมการใช้งานเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบธรรมดาเป็นการใช้งานโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนมากขึ้น ทั้งนี้ ตลาดโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนจะมีการเติบโตมากถึงร้อยละ 32.5 คิดเป็นมูลค่า 60,996 ล้านบาท ในปี 2557 ซึ่งเป็นผลมาจากความต้องการใช้อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ประเภทสมาร์ตโฟนและแท็บเล็ตพีซี โดยเฉพาะในช่วงปีที่ผ่านมาความต้องการใช้บริการ Mobile Internet เพิ่มสูงขึ้นมาก รวมถึงการพัฒนาแอปพลิเคชันที่ใช้บนอุปกรณ์เคลื่อนที่ (Mobile Application) โดยเฉพาะอย่างยิ่งแอปพลิเคชันประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media Application) ซึ่งเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อความต้องการใช้งานอินเทอร์เน็ตไร้สายผ่านโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เพิ่มสูงขึ้นมากในประเทศ (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ, 2557)

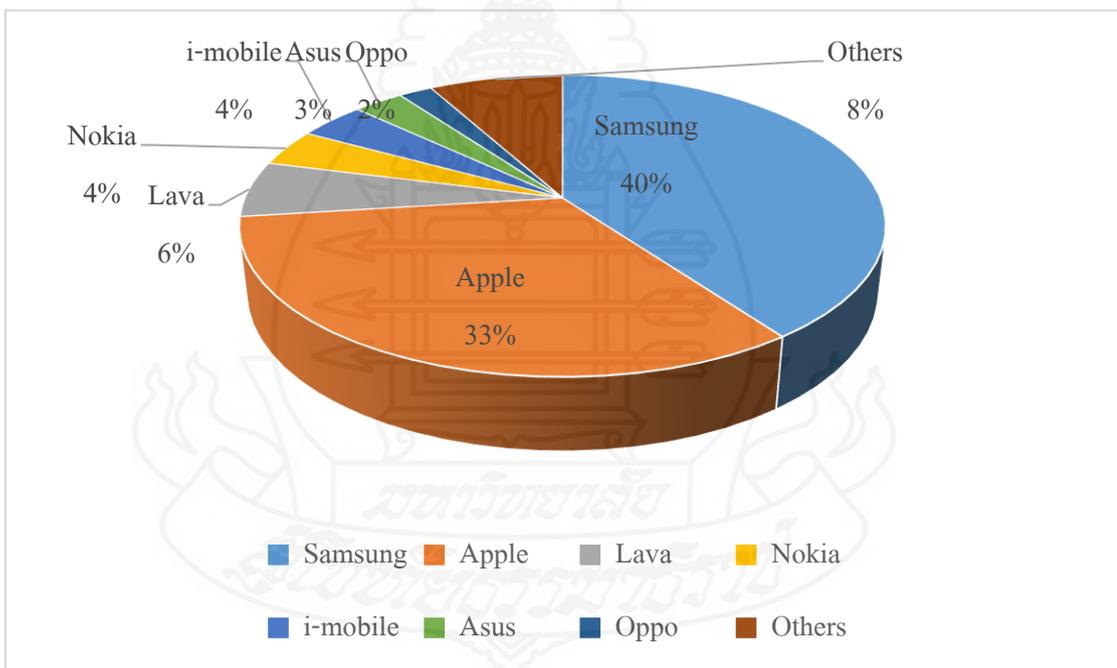


ภาพที่ 1.1 มูลค่าและอัตราการเติบโตตลาดเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่

ศูนย์วิจัยกสิกรไทยประเมินว่า ในปี พ.ศ.2558 ตลาดสมาร์ตโฟนในประเทศไทยจะมียอดขายโดยรวมประมาณ 15.6 – 15.9 ล้านเครื่อง เท่ากับขยายตัวร้อยละ 6.7 – 9.1 เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2557 ที่มียอดขายประมาณ 14.6 ล้านเครื่อง คิดเป็นมูลค่าตลาดในปีพ.ศ.2558 อยู่ที่ 89,290 – 91,075 ล้านบาท เติบโตในกรอบร้อยละ 3.2 – 5.3 จากมูลค่าตลาดในปีพ.ศ. 2557 ที่ 86,515 ล้านบาท (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2558)

โทรศัพท์เคลื่อนที่ในประเทศไทยนับถึงปัจจุบันมีความหลากหลายในแง่ของเทคโนโลยีที่ใช้ซึ่งลักษณะการทำงานของโทรศัพท์เคลื่อนที่ธรรมดากับโทรศัพท์เคลื่อนที่

สมาร์ตโฟนมีความแตกต่างกันกล่าวคือ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนมีระบบปฏิบัติการ ทำให้ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนสามารถรองรับการทำงานของแอปพลิเคชันหรือ โปรแกรมต่างๆ ได้ ง่ายขึ้น ซึ่งในปัจจุบันมีระบบปฏิบัติการที่รองรับการทำงานของ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนที่ เป็นที่นิยมในประเทศไทย ได้แก่ ไอ-โฟน (i-Phone) ใช้ระบบปฏิบัติการ ไอโอเอส (IOS) โนเกีย (NOKIA) ใช้ระบบปฏิบัติการวินโดวส์โฟน (Windows Phone) และ ซัมซุง (Samsung) ออฟโป (OPPO) เอชsus (ASUS) และไอ-โมบาย (i-mobile)ใช้ระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ (Android) ฯลฯ ซึ่งระบบปฏิบัติการนี้ทำให้ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนสามารถรองรับการทำงานของ แอปพลิเคชัน เป็นคุณสมบัติหนึ่งที่ โทรศัพท์เคลื่อนที่ทั่วไปทำไม่ได้ จะเห็นได้ว่าระบบปฏิบัติการ แอนดรอยด์จะมีผู้ผลิตและจำหน่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน มีอยู่หลายราย ซึ่งแต่ละรายมี ความแข็งแกร่งและส่วนแบ่งทางการตลาด (market share) ที่แตกต่างกัน ทำให้ผู้บริโภคสามารถ เลือกใช้งาน ได้อย่างกว้างขวาง



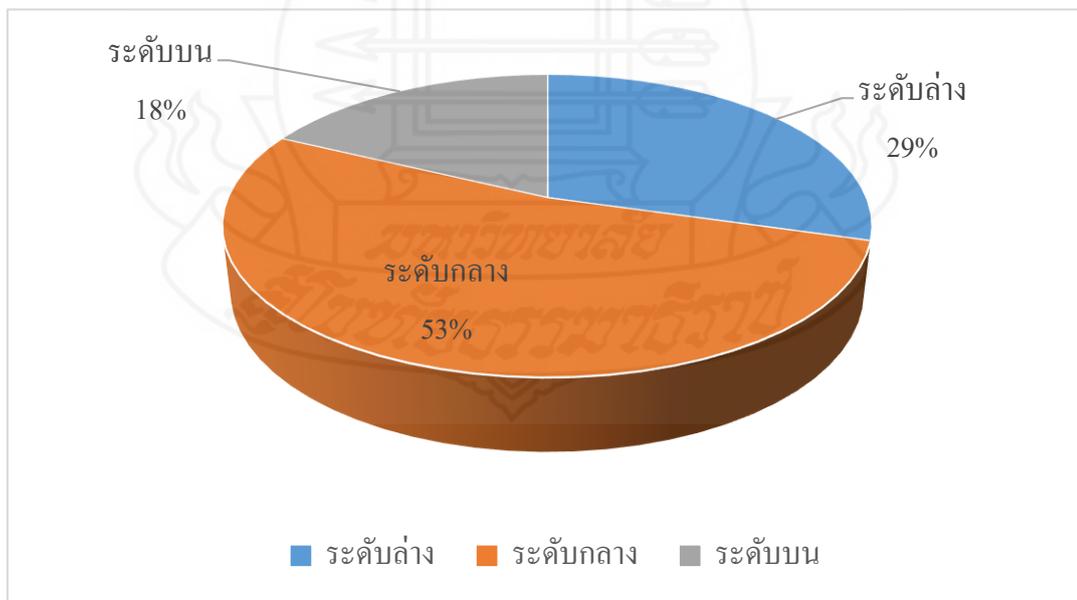
ภาพที่ 1.2 ส่วนแบ่งการตลาดของโทรศัพท์สมาร์ตโฟนแบ่งตามตราสินค้า

จากการสำรวจและรวบรวมข้อมูลโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย พบว่า ตลาดสมาร์ทโฟนในไทยสามารถแบ่งกลุ่มตามระดับราคาออกเป็น 3 กลุ่มด้วยกัน (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2558) ได้แก่

1. กลุ่มสมาร์ทโฟนระดับล่างที่มีราคาต่ำกว่า 4,000 บาทต่อเครื่อง (ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 2,600 บาทต่อเครื่อง) และมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 29.5 ของตลาดสมาร์ทโฟนทั้งหมด ซึ่งผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายจะเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้ฟีเจอร์โฟนหรือโทรศัพท์เคลื่อนที่รุ่น 2G เดิม และต้องการเปลี่ยนมาใช้สมาร์ทโฟนเป็นเครื่องแรก

2. กลุ่มสมาร์ทโฟนระดับกลางที่มีราคาระหว่าง 4,000 – 15,000 บาทต่อเครื่อง (ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 8,400 บาทต่อเครื่อง) โดยมีสัดส่วนกว่าร้อยละ 52.7 ของตลาดสมาร์ทโฟนทั้งหมด นับว่าเป็นกลุ่มที่ครองส่วนแบ่งตลาดสมาร์ทโฟนมากที่สุด ซึ่งผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายของสมาร์ทโฟนระดับกลางมักเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้สมาร์ทโฟนระดับกลางและระดับล่างเดิมที่ต้องการอัปเกรดฟังก์ชันการใช้งานของสมาร์ทโฟนให้ดีขึ้น โดยเฉพาะฟังก์ชันการถ่ายรูปและขนาดหน้าจอที่ใหญ่ขึ้น

3. กลุ่มสมาร์ทโฟนระดับบนที่มีราคาตั้งแต่ 15,000 บาทต่อเครื่องขึ้นไป (ราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 18,800 บาทต่อเครื่อง) มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 17.8 ของตลาดสมาร์ทโฟนทั้งหมด โดยผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายในสมาร์ทโฟนกลุ่มนี้โดยส่วนใหญ่มักเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง หรือเป็นผู้ที่ใช้สมาร์ทโฟนระดับบนเดิมอยู่แล้ว และชอบเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ๆ



ภาพที่ 1.3 ส่วนแบ่งการตลาดของโทรศัพท์สมาร์ทโฟนแบ่งตามระดับราคา

โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนยี่ห้อ i-mobile (ไอ-โมบาย) ผลิตและจัดจำหน่ายโดยบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ซึ่งตั้งเป้าหมายทางธุรกิจเป็นผู้นำโทรศัพท์เคลื่อนที่อันดับหนึ่งของประเทศ และมอบหมายให้ฝ่ายการตลาดของบริษัทฯ เป็นผู้รับผิดชอบในการดำเนินการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและทำกำไรให้กับบริษัทฯ อีกทั้งดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ฝ่ายการตลาดต้องแสวงหาโอกาสและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด ปัจจัยที่สำคัญที่ฝ่ายการตลาดจะต้องพิจารณา ได้แก่ ตลาดเป้าหมาย (target market) และส่วนประสมการตลาด (marketing mix) หรือที่รู้จักกันในนาม 4Ps ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (product) ราคา (price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (place) และการส่งเสริมการตลาด (promotion) เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพอใจกับสินค้าและบริการที่บริษัทเสนอให้ กลยุทธ์สำคัญประการหนึ่งที่บริษัทฯ นำมาใช้ ได้แก่ กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (promotion strategy) การขายโดยไม่ใช้บุคคล (nonpersonal selling) เช่น การโฆษณา การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์และทั้งการขายโดยบุคคล (personal selling) หรือพนักงานขาย ซึ่งการใช้พนักงานขายเป็นเพียงหนึ่งในหลายๆ เครื่องมือของการทำการสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือเดียวโดดๆ ในการทำการตลาด หรือ อาจร่วมกับเครื่องมือชนิดอื่นๆ ได้ โดยหากมีการนำไปใช้ร่วมมือกับเครื่องมือชนิดอื่นๆ ย่อมทำให้ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำการตลาดมากยิ่งขึ้น

การขายโดยพนักงานขายเป็นการนำเสนอของผู้ขายโดยมีการเผชิญหน้ากับผู้ซื้อที่ทำให้เกิดผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบสูงกว่าการโฆษณา แต่การขายโดยพนักงานขายจะมีความยืดหยุ่นมากกว่าเพราะสามารถปรับการขายให้เข้ากับผู้ซื้อได้โดยเฉพาะเจาะจง และเป็นการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง พนักงานขายสามารถตอบข้อซักถามจนสามารถปิดการขายได้สำเร็จ ทั้งนี้ พนักงานขายมีหน้าที่รับผิดชอบตั้งแต่หน้าที่งานขั้นพื้นฐานที่สำคัญคือ งานขายตรง งานสนับสนุนการขาย และงานที่ไม่เกี่ยวกับการขาย ซึ่งการขายโดยพนักงานขายของบริษัทฯ นั้น พนักงานขายต้องมีทักษะเชิงสร้างสรรค์และเป็นผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เพราะโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นสินค้าที่มีราคาสูงและเป็นสินค้าที่เป็นเทคโนโลยี ผู้บริโภคมักคาดหวังว่าพนักงานขายสามารถให้คำแนะนำได้ดี เท่ากับว่าพนักงานขายมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค พนักงานขายเป็นตัวแทนของบริษัทในการให้ความรู้ แนะนำสินค้า หรือบริการ สาธิตการใช้งานทำให้ผู้บริโภคได้รับความรู้ ความเข้าใจ การแสดงสินค้า การโชว์สินค้าที่เป็นตัวอย่าง ย่อมได้เปรียบคู่แข่งในตลาดการแข่งขันมากกว่า สิ่งเหล่านี้ทำให้เกิดการมีความใกล้ชิด การปฏิสัมพันธ์ การได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ย่อมจะเกิดประโยชน์กับตัวผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น และสามารถทำให้บริษัทฯ ได้รับการยอมรับในตัวสินค้าและบริการมากขึ้นจากตัวของพนักงานขายได้เช่นกัน ดังนั้น

พนักงานขายจำเป็นต้องมีทักษะและมีความรู้ความชำนาญในผลิตภัณฑ์และความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการขายจึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับพนักงานขาย อีกทั้งต้องมีทักษะในการจูงใจและการติดต่อสื่อสารด้วยความเป็นมิตร

การฝึกอบรมถือเป็นงานที่สำคัญต่อพนักงานขายทุกคนไม่ว่าจะมีประสบการณ์การขายหรือไม่มีประสบการณ์การขายมาก่อนก็ตาม สำหรับพนักงานขายที่มีประสบการณ์แล้วการฝึกอบรมทำให้พวกเขาได้รับความรู้ใหม่ๆ และนำไปสู่การปรับปรุงแก้ไขงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น การฝึกอบรมเกี่ยวกับสินค้าตัวใหม่ เทคนิคการขายใหม่ๆ เป็นต้น ส่วนสำหรับพนักงานขายมือใหม่ที่ยังไม่มีประสบการณ์การขายหรือมีประสบการณ์น้อย การฝึกอบรมการขายเป็นการเพิ่มความมั่นใจในการขายให้มากขึ้น โดยทั่วไปพนักงานขายมือใหม่จะได้รับการอบรมเกี่ยวกับความรู้ในตัวผลิตภัณฑ์ เทคนิคการขาย ตลาด พฤติกรรมของลูกค้า และนโยบายของบริษัท

อาจกล่าวได้ว่า พนักงานขายเป็นตัวแทนของบริษัทฯ ที่คอยให้คำปรึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ตลอดจนแนะนำการใช้งานสำหรับผู้บริโภคที่เริ่มใช้งานหรือผู้บริโภคที่เปลี่ยนมาใช้ในสินค้าของบริษัทฯ และยิ่งไปกว่านั้น การมีองค์ความรู้เกี่ยวกับสินค้าของบริษัท หรือตราสัญลักษณ์ของตัวเองก็สำคัญเป็นอย่างมาก เพราะนับเป็นบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานขาย เมื่อออกไปให้ความรู้ ความเข้าใจ หรือการสอนกับผู้บริโภคที่เข้ามาสนใจและสอบถามเกี่ยวกับสินค้า พนักงานขาย จึงต้องมีการได้รับการฝึกอบรม การให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าจากบริษัทอย่างต่อเนื่อง เพราะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของพนักงานได้เป็นอย่างดี และยังสามารถทำให้พนักงานเกิดเจตคติที่ดีต่อบริษัท หรือองค์กรได้เป็นอย่างดี

ปัจจุบันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารส่งผลให้สื่ออิเล็กทรอนิกส์มีบทบาทในการฝึกอบรมมากขึ้น เช่น หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ การฝึกอบรมผ่านเว็บ การพัฒนาสื่ออิเล็กทรอนิกส์ให้มีประสิทธิภาพต้องมีการวิเคราะห์ ออกแบบพัฒนาอย่างเป็นระบบ และต้องผ่านการทดสอบประสิทธิภาพด้วยกระบวนการวิจัยสื่อการศึกษา ทำให้ประหยัดเวลา ประหยัด ค่าใช้จ่าย ผู้รับการฝึกอบรมสามารถเลือกอบรมวิชาที่ต้องการและทำได้ทันที ทุกที่ทุกเวลา ไม่ต้องรอใคร ผู้รับการฝึกอบรม ก็สามารถจัดตารางเรียนได้ตามความต้องการ ผู้รับการอบรมจะรู้สึกอิสระเป็นตัวของตัวเอง มีใจจดจ่อการเรียนสามารถทราบผลการเรียนได้ทันที เพราะมีผลตอบสนองอย่างต่อเนื่องในระหว่างการเรียนรู้ทำให้ผู้รับการอบรมสามารถกำหนดความเร็วในการเรียนด้วยตนเองเมื่อศึกษาบทเรียนใดไม่เข้าใจก็สามารถทบทวนได้ใหม่ หรือข้ามบทเรียนที่รู้แล้วไปเลยก็ได้ นอกจากนี้การใช้กระดานสนทนาหรือกระทู้ต่างๆ ช่วยให้ผู้รับการอบรมได้เปิดดูและตอบคำถามให้เพื่อนที่ร่วมเรียนทราบหรือถ้าเพื่อนร่วมเรียนทราบก็จะตอบคำถามให้ด้วย อันนี้ก็คือความอิสระและก็มีคามกว้างขวางในการเรียนรู้ ใครก็เข้ามาเรียนได้ (ศุภชัย สุชนะนรินทร์, 2545,

น. 59) สำหรับพนักงานขายของบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) นั้นกระจายอยู่ทั่วประเทศ ภูมิภาคของประเทศ ประจำในทุกจังหวัด ทำให้การฝึกอบรมนั้นมีความเป็นไปได้ค่อนข้างยาก เพราะพนักงานจะต้องเดินทางเข้ามายังที่ทำการสำนักงานใหญ่ของบริษัทฯ ซึ่งตั้งอยู่ ณ จังหวัดนนทบุรี ถึงแม้ว่าทางบริษัทฯ จะจัดเจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาดออกไปพบพนักงานขายทุกเดือนแล้วก็ตาม ก็มิได้ทำให้การฝึกอบรมนั้นมีประสิทธิภาพเพียงพอ เพราะ พนักงานขายจำเป็นต้องปฏิบัติหน้าที่ และขายสินค้าไปพร้อมๆ กัน หรือ หากมีข้อสงสัย ก็ไม่สามารถหาคำตอบได้ทันที

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงคิดว่าทางแก้ปัญหาทางหนึ่ง คือนำเทคโนโลยีการสื่อสารมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยจัดทำนวัตกรรมการฝึกอบรมผ่าน e-Training ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเพิ่มพูนสาระความรู้ที่เน้นให้พนักงานขายที่เข้ารับการฝึกอบรมสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง ได้ทุกที่ ทุกเวลา ตามที่ตนเองต้องการทำให้พนักงานขายมีอิสระในการเข้าศึกษาเพื่อเรียนรู้ตามเวลาและโอกาสที่ผู้เข้าฝึกอบรมได้ตามต้องการ โดยเนื้อหาขององค์ความรู้จะถูกออกแบบมาให้ศึกษาเรียนรู้ได้โดยง่ายในรูปแบบมัลติมีเดีย ซึ่งประกอบด้วยสื่อที่เป็นข้อความ รูปภาพหรืออาจจะมีเสียง รวมถึงภาพเคลื่อนไหว นอกจากนี้พนักงานขายผู้เข้าอบรมยังสามารถติดต่อและปรึกษาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้สอนและผู้เรียนอื่น ได้ เช่นเดียวกับการอบรมในห้องอบรม

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาความต้องการและพัฒนาชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานขายบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน)

2.2 เพื่อทดสอบประสิทธิภาพของชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานขายบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน 80/80

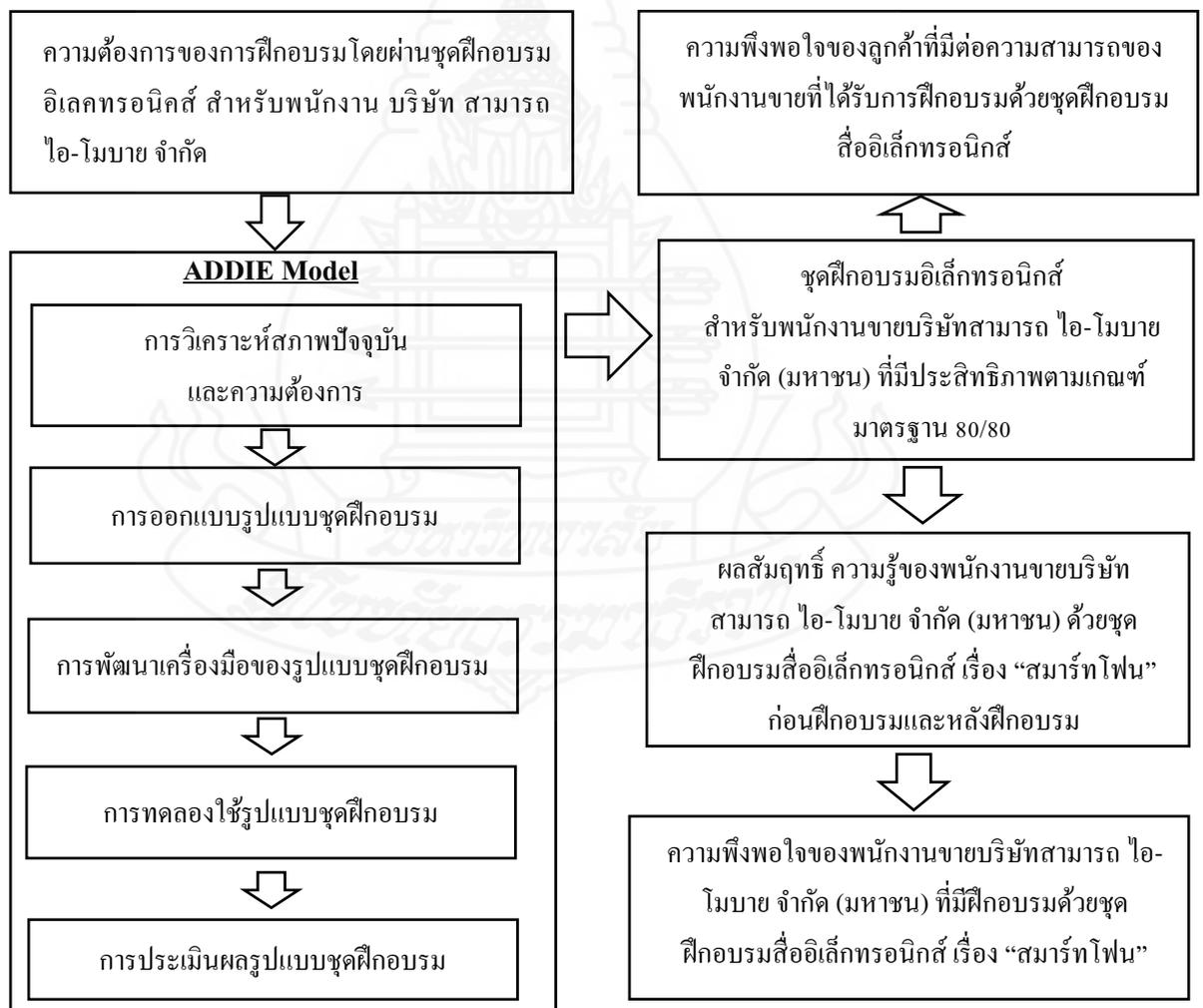
2.3 เพื่อเปรียบเทียบความรู้ของพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” ก่อนฝึกอบรมและหลังฝึกอบรม

2.4 เพื่อวัดความพึงพอใจของพนักงานขายบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ที่ฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน”

2.5 เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของพนักงานขายที่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ กับ พนักงานที่ไม่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

3. กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการวิจัยตามรูปแบบ ADDIE Model (Seels and Glasgow, 1998. Pp. 12) ซึ่งประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การวิเคราะห์สภาพปัจจุบันและความต้องการ 2) การออกแบบรูปแบบชุดฝึกอบรม 3) การพัฒนาเครื่องมือของรูปแบบชุดฝึกอบรม 4) การทดลองใช้รูปแบบชุดฝึกอบรม และ 5) การประเมินผลรูปแบบชุดฝึกอบรม โดยสามารถนำกรอบการวิจัยมาเขียนเป็นรูปภาพขั้นตอนได้ ดังนี้



ภาพที่ 1.4 กรอบแนวคิด

4. สมมติฐานการวิจัย

4.1 พนักงานขายที่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมอิเล็กทรอนิกส์ มีความก้าวหน้าทางเทคนิคการขายสมาร์ตโฟนเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.2 พนักงานขายที่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมอิเล็กทรอนิกส์ มีความพึงพอใจต่อชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ในระดับพึงพอใจในระดับมาก

4.3 ลูกคามีความพึงพอใจเกี่ยวกับความบริการของพนักงานขายที่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์มากกว่าพนักงานขายที่ไม่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์

5. ขอบเขตของการวิจัย

5.1 รูปแบบการวิจัย คือ การวิจัยเชิงพัฒนา

5.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) ผู้จัดการฝ่ายต่างๆ จำนวน 6 คน 2) เจ้าหน้าที่ฝึกอบรม จำนวน 8 คน 3) พนักงานขาย จำนวน 440 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 1 ตุลาคม 2557) และ 4) ลูกค้าที่ซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน “ไอ-โมบาย” ในภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และ กรุงเทพมหานคร ระหว่างวันที่ 15 กุมภาพันธ์ – 15 สิงหาคม 2558

ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งเป็น

5.2.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์เกี่ยวข้องกับเนื้อหา “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานขายบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วย 1) ผู้จัดการฝ่ายต่างๆ จำนวน 5 คน 2) เจ้าหน้าที่ฝึกอบรม จำนวน 5 คน 3) พนักงานขาย จำนวน 10 คน และ 4) ลูกค้าลูกค้ายที่ซื้อ โทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟน “ไอ-โมบาย” ระหว่างวันที่ 15 กุมภาพันธ์ – 15 มีนาคม 2558 จำนวน 3 คน ซึ่งเป็นพนักงานขายและลูกค้าในเขตภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และ กรุงเทพมหานคร เขตละ 2 คน

5.2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทดสอบชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ พนักงานขายของบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) จำนวน 13 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (simple random sampling) และแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

- 1) การทดลองครั้งที่ 1 ใช้กลุ่มตัวอย่าง 3 คน
- 2) การทดลองครั้งที่ 2 ใช้กลุ่มตัวอย่าง 10 คน

5.2.3 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการประเมินประสิทธิภาพและวัดความพึงพอใจที่มีต่อชุดฝึกอบรมอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ พนักงานขายที่ได้รับการฝึกอบรมโดยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้ G*Power ในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ได้จำนวน 48 คน หลังจากนั้นใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิตามระดับความสามารถ เก่ง ปานกลาง อ่อน คัดเลือกตัวอย่างแบบง่ายเพื่อใช้ในการประเมินประสิทธิภาพและวัดความพึงพอใจเครื่องมือ

5.2.4 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเปรียบเทียบความพึงพอใจด้านการบริการของพนักงานขาย ที่ได้รับได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และ กลุ่มพนักงานที่ไม่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ได้แก่ ลูกค้าที่ซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน จำนวนกลุ่มละ 48 คน โดยใช้ G*Power ในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ และใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย

5.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ขอบข่ายเนื้อหาที่ใช้ในการผลิตชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ทโฟน” สำหรับพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ได้จากการวิเคราะห์ความต้องการด้านเนื้อหา สามารถแบ่งหน่วยฝึกอบรมได้เป็น 5 หน่วย ได้แก่

5.3.1 เทคนิคการขายสมาร์ทโฟน

5.3.2 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน

5.3.3 ความรู้เกี่ยวกับสมาร์ทโฟน กลุ่มไอ-สไตล์ (i-Style)

5.3.4 ความรู้เกี่ยวกับสมาร์ทโฟน กลุ่ม ไอคิว (IQ)

5.3.5 การใช้งานสมาร์ทโฟนเบื้องต้น

5.4 ระยะเวลาในการทดลอง กรกฎาคม – สิงหาคม 2558

6. นวัตกรรมเฉพาะ

6.1 พนักงานขาย หมายถึง บุคลากรที่บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ว่าจ้างเข้ามารับผิดชอบการขายสินค้าโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน หรือบริการของบริษัทฯ ในพื้นที่จัดจำหน่ายเท่านั้น ซึ่งอาจมีตำแหน่ง พนักงานขายหน้าร้าน พนักงานส่งเสริมการขาย และ พนักงานขายหน่วยแทน

6.2 พนักงานขายที่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมฯ หมายถึง พนักงานขายกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ทโฟน” สำหรับพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น

6.3 พนักงานขายที่ไม่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมฯ หมายถึง พนักงานขายที่ไม่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ทโฟน” สำหรับพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น แต่เป็นผู้ที่ได้รับการฝึกอบรมด้วยวิธีปกติที่ทางบริษัทฯ จัดขึ้น

6.4 บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) หมายถึง ผู้ผลิตและจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ทโฟน ภายใต้ชื่อ “ไอ-โมบาย”

6.5 ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง ชุดฝึกอบรมที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น เพื่อใช้ในการฝึกอบรม โดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นช่องทางการนำเสนอเนื้อหา ทำให้พนักงานขายเกิดการเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์ของเนื้อหาหลักสูตรที่ได้กำหนดไว้ ทุกที่ ทุกเวลา ที่พนักงานขายต้องการ

6.6 ค่าประสิทธิภาพ 80/80 หมายถึง เกณฑ์ที่ใช้กำหนดค่าของคะแนนกิจกรรมระหว่างฝึกอบรม และค่าคะแนนแบบทดสอบหลังฝึกอบรม เพื่อได้ค่าประสิทธิภาพในชุดฝึกอบรมอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ตามที่เกณฑ์ที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ 80/80

80 ตัวแรก คือ ค่าประสิทธิภาพของกระบวนการ คิดเป็นร้อยละของคะแนนที่พนักงานขายได้รับจากการทำกิจกรรมระหว่างการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมอิเล็กทรอนิกส์

80 ตัวหลัง คือ ค่าประสิทธิภาพของผลลัพธ์ของพนักงานขาย คิดเป็นร้อยละของคะแนนที่พนักงานขายได้รับจากการทำแบบทดสอบหลังการฝึกอบรม

6.7 สมาร์ทโฟน หมายถึง โทรศัพท์มือถือที่รองรับ ระบบปฏิบัติการต่างๆ ที่ยกเอาคุณสมบัติของเครื่อง Personal Data Assistant (PDA) และคอมพิวเตอร์มาไว้ในโทรศัพท์มือถือ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน โทรศัพท์ ซึ่งสามารถจัดการกับข้อมูล ฟังเพลง ดูหนัง เพิ่มหรือลบโปรแกรมต่างๆลงไปได้ รวมถึงการเชื่อมต่อกับอุปกรณ์ภายนอก เป็นต้น

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 ได้ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนสำหรับพนักงานขาย และสามารถนำผลจากการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมผลิตภัณฑ์อื่นๆ ของบริษัทฯ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อไป

7.2 พนักงานขายที่เข้ารับการฝึกอบรมอิเล็กทรอนิกส์จะมีความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการขายโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนและการแก้ปัญหาเบื้องต้น ได้ดียิ่งขึ้น

7.3 ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จะช่วยในการลดต้นทุนและระยะเวลาในการฝึกอบรมที่ทางบริษัทจัดให้มีขึ้นเป็นประจำ เพราะพนักงานขายสามารถเข้าฝึกอบรมได้ทุกที่ทุกเวลาไม่จำเป็นต้องเดินทางเข้ามายังที่ทำการบริษัทฯ

7.4 ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ฝ่ายการตลาด และฝ่ายขาย สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการเสริมสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการของบริษัทฯ ทำให้เกิดความรู้เข้าใจในสินค้าและบริการ เป็นส่วนช่วยในการเพิ่มยอดขายได้



บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษารวบรวมรายละเอียดเนื้อหาที่เกี่ยวกับกระบวนการ หลักการ แนวคิด เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนาชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1. บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน)
2. ความรู้เกี่ยวกับสมาร์ตโฟน
3. แนวคิดเกี่ยวกับเทคนิคการขายเบื้องต้นสำหรับพนักงาน
4. แนวคิดเกี่ยวกับชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์
5. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาชุดฝึกอบรม ADDIE Model
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน)

1.1 ประวัติความเป็นมาของบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน)

บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) เดิมชื่อบริษัทสามารถ อีซีเพย์ จำกัด ก่อตั้งเมื่อปี 2538 เป็นบริษัทในเครือบริษัทสามารถ คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์หลักในขณะนั้นเพื่อประกอบธุรกิจเกี่ยวกับอุปกรณ์สื่อสารโทรคมนาคม และจัดจำหน่าย โทรศัพท์เคลื่อนที่แบรนด์ชั้นนำต่าง ๆ เช่น Samsung จนกระทั่งในปี 2546 ได้ปรับโครงสร้างธุรกิจ และโครงสร้างการถือหุ้นเพื่อให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจ Mobile Multimedia แบบครบวงจร จึงเสนอขายหุ้นให้กับประชาชนทั่วไป และแปรสภาพเป็นบริษัทมหาชนจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ พร้อมกับเปลี่ยนชื่อบริษัทเป็นบริษัท สามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) หรือ “SIM” ในปี 2547 ได้เข้าสู่ธุรกิจโทรศัพท์มือถือโดยใช้ตราชื่อ ไอ-โมบาย “i-mobile” ทำตลาดในรูปแบบ cobranding โดยการสร้างความแตกต่างด้วยการฟรี โหลดคอนเทนต์ในเครื่อง หรือ “i-mobile Package” และขยายธุรกิจสู่ตลาดต่างประเทศโดยการตั้ง บริษัท ไอ-โมบาย อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด พร้อมจัดตั้งบริษัทในประเทศมาเลเซีย และกัมพูชา และในปีเดียวกันนี้ โทรศัพท์เคลื่อนที่ ไอ-โมบาย สามารถครองส่วนแบ่งการตลาดได้ร้อยละ 7

ต่อมาในปี 2548 ได้ทำการแต่งตั้งตัวแทนจำหน่ายในประเทศเวียดนาม เพื่อรองรับการขยายตัวทางธุรกิจ ซึ่งนำเสนอโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอ-โมบาย โดยแบ่งผลิตภัณฑ์ออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ เบสิก มิวสิค มัลติมีเดีย คามมูรา และเทรคเซ็นเตอร์ โดยโทรศัพท์เคลื่อนที่ไอ-โมบาย สามารถครองส่วนครองตลาดได้ถึงร้อยละ 18 และขยายธุรกิจร้าน ไอ-โมบาย ในต่างประเทศแห่งแรกที่สุวรรณเขต ประเทศลาว ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี และยังคงผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ ไอ-โมบาย รุ่น 510 เป็นภาษาลาวเครื่องแรกของโลกอีกด้วย

ตลอดระยะเวลา 20 ปีที่ผ่านมาการดำเนินธุรกิจของบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ได้รับความไว้วางใจจากนักลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศ เข้ามาร่วมเป็นผู้ลงทุน และหุ้นส่วนพันธมิตรทางการค้า นอกจากนี้โทรศัพท์เคลื่อนที่ไอ-โมบาย ยังพัฒนาการใช้งานและคอนเทนต์เพื่อรองรับผู้ใช้งานต่างประเทศ 7 ประเทศ ได้แก่ ลาว กัมพูชา มาเลเซีย เวียดนาม อินโดนีเซีย บังกลาเทศ อินโดนีเซีย และอินเดีย นอกจากนี้ยังได้ก่อตั้ง บริษัท เบรินซอร์ซ จำกัด (Brain Source) เพื่อทำการวิจัยและพัฒนาโมบายแอปพลิเคชัน และมัลติมีเดียคอนเทนต์สำหรับโทรศัพท์เคลื่อนที่ทั้ง 3 กลุ่ม คือ บิสิเนส โลฟิสสไตล์ และเอ็นเตอร์เทนเมนต์ และยังได้ริเริ่มโครงการ i-mobile Stop Global Warming เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการรณรงค์แก้ปัญหา และลดภาวะโลกร้อน โดยจัดกิจกรรมให้ลูกค้า ไอ-โมบาย ได้ปลูกต้นไม้ร่วมกันทั่วประเทศ

โทรศัพท์เคลื่อนที่ ไอ-โมบาย สร้างความแข็งแกร่งในฐานะตราหือชั้นนำของประเทศ ไทยด้วยส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 30 ได้รับการจัดอันดับให้เป็น 1 ใน 50 สุดยอดตราหือที่มีพลังเติบโตแข็งแกร่งในประเทศไทยประจำปี 2550 โดยโทรศัพท์เคลื่อนที่ ไอ-โมบาย เป็น 1 ใน 5 ตราหือไทยที่อยู่ในการจัดอันดับ ประกอบด้วย 1) ไอ-โมบาย 2) เวลคอม 3) ออฟโป 4) จีเน็ต และ 5) อินฟินิตี้ (สามารถ ไอ-โมบาย, 2556)

1.2 วิสัยทัศน์

“ผู้ให้บริการด้านการสื่อสารความเร็วสูงครบวงจรที่สามารถทำให้ชีวิตประจำวันง่ายขึ้น เพื่อการเติบโตที่ยั่งยืน”

1.3 พันธกิจ

“บริษัทผู้ให้บริการ โทรคมนาคมที่นำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการด้วยอุปกรณ์สื่อสารที่ทันสมัยคอนเทนต์ที่หลากหลายและบริการทางด้าน โทรคมนาคมครบวงจร”

1.4 ลักษณะการประกอบธุรกิจ

บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) จำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่พร้อมการให้บริการข้อมูล ข่าวสาร และสาระความบันเทิง (contents) ในรูปแบบของบริการเสริมพิเศษทั้งในประเทศและต่างประเทศภายใต้แบรนด์ i-mobile และแบรนด์ชั้นนำอื่นๆ ให้บริการขายต่อบริการ

โทรศัพท์เคลื่อนที่ในระบบ 3G ของ บมจ.ทีโอที ให้แก่ผู้ใช้บริการทั่วไปภายใต้แบรนด์ i-mobile 3GX และให้บริการข้อมูล ข่าวสาร และสาระความบันเทิง โดยนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการมากมายผ่านช่องทางสื่อสารที่หลากหลาย ทั้ง Voice และ Non-Voice เช่น BUG1113, BUG2Mobile, BUG1900, www.EDTguide.com, www.Horoworld.com และอื่นๆ ทั้งเป็นผู้พัฒนา Application ที่สมบูรณ์แบบผ่านสมาร์ตโฟนและอุปกรณ์มัลติมีเดียซึ่งล้วนตอบรับกับไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่ได้เป็นอย่างดี ปัจจุบันบริษัทมีการประกอบธุรกิจ 3 ธุรกิจ ดังนี้

1.4.1 ธุรกิจโทรศัพท์เคลื่อนที่ (mobile business) จำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภทพีเจอรี่โฟน สมาร์ตโฟน และแท็บเล็ตภายใต้แบรนด์ i-mobile รวมทั้งสินค้าแอดเจ็ต (gadget) และอุปกรณ์เสริมต่างๆ ผ่านช่องทางที่หลากหลายทั้งช่องทางขายส่ง (traditional trade) และช่องทางขายปลีก (modern trade) โดยเฉพาะการขายช่องทางการขายไปยังห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ (hypermart) กลุ่มร้านค้าปลีกโทรศัพท์เคลื่อนที่ กลุ่มร้านค้าปลีกอุปกรณ์ไอที และเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซ รวมทั้งสาขาของร้าน i-mobile by SMART เพื่อจัดจำหน่ายสินค้าและให้บริการหลังการขายได้ครอบคลุมทั่วประเทศ

1.4.2 ธุรกิจมัลติมีเดีย (multimedia business) ให้บริการข้อมูล ข่าวสาร และสาระความบันเทิงที่ทันสมัย ตอบสนองต่อความต้องการในการใช้ชีวิตประจำวันของกลุ่มผู้ใช้งานทุกเพศ ทุกวัยในรูปแบบของเสียง (voice) จาก BUG1113, BUG1900 และการให้บริการในรูปแบบข้อความ เสียง ภาพ (non-voice) และ Multimedia จาก BUG2Mobile โดยผ่านอุปกรณ์สื่อสารหลายช่องทาง (multi-devices) เช่น การรายงานผลกีฬาทั่วไป การพยากรณ์ดวงชะตาผ่านศูนย์รวมนักพยากรณ์และการดูดวง (www.horoworld.com) ให้บริการข้อมูลด้านไลฟ์สไตล์ “กินดื่มเที่ยว” (www.edtguide.com) ผ่านสื่อหลากหลายอาทิเช่น สื่อสิ่งพิมพ์ รายการโทรทัศน์ แอปพลิเคชันบนอุปกรณ์ทันสมัย รวมทั้งประกอบธุรกิจบันเทิง ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ ผ่านช่องทางในการสื่อสารในรูปแบบใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมรายการผ่าน Mobile Application, Facebook, YouTube, Website ทั้งระบบ iOS และ Android

1.4.3 ธุรกิจการให้บริการโทรคมนาคม (service provider business) ประกอบธุรกิจให้บริการขายส่งและขายต่อบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ 3G บนคลื่นความถี่ย่าน 2100 MHz ครอบคลุมพื้นที่ให้บริการทั่วประเทศ ด้วยจำนวน 5,320 สถานีฐาน โดยบริษัทซื้อบริการสำเร็จรูปได้แก่ เลขหมายโทรคมนาคมและ Airtime จากบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) เพื่อนำมาให้บริการต่อภายใต้แบรนด์ i-mobile 3GX แก่กลุ่มผู้ใช้บริการทั่วไป (end user) และกลุ่มผู้ใช้บริการระดับองค์กร (corporate user) โดยปัจจุบันบริษัทมีบริการหลักอยู่ 5 บริการ ได้แก่ บริการ Voice call, Video call, Data (mobile internet), SMS, MMS และบริการเสริมพื้นฐานต่างๆ เป็นต้น นอกจากนี้

บริษัทอยู่ระหว่างการดำเนินการทดสอบบริการข้ามแดนอัตโนมัติ (international roaming) และ บริการโทรศัพท์ระหว่างประเทศ (international call) ด้วยเทคโนโลยี VOIP ภายใต้เลขหมาย Pre-fix ของบริษัทเอง

จากข้อมูลข้างต้นสรุปได้ว่า ผลผลิตของของบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วย 3 ธุรกิจ ได้แก่ 1) โทรศัพท์เคลื่อนที่ 2) มัลติมีเดีย และ 3) การให้บริการ โทรคมนาคม สำหรับงานวิจัยฉบับนี้ ผลผลิตที่ผู้วิจัยจะศึกษาคือ โทรศัพท์เคลื่อนที่ประเภท สมาร์ทโฟน “ไอ-โมบาย (i-mobile)” ซึ่งทางบริษัทได้จำหน่ายผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายดังนี้คือ ร้านไอโมบายบายสามารถ (i-mobile by Samart) ตัวแทนจำหน่ายทั้งค้าปลีกและค้าส่ง และช่องทางการจัดจำหน่ายอื่นๆ ซึ่งมีอยู่ครอบคลุมทั่วประเทศ ปัจจุบัน โทรศัพท์เคลื่อนที่ ไอ-โมบาย สามารถ ครองตลาดเฮาส์แวร์อันดับหนึ่งในประเทศ ด้วยจุดเด่นการจัดจำหน่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่พร้อม การให้บริการข้อมูลข่าวสาร และสาระความบันเทิง (contents) ในลักษณะบริการเสริมพิเศษ เรียกว่า “i-mobile Multimedia Package”

2. ความรู้เกี่ยวกับสมาร์ทโฟน

2.1 ความหมายของสมาร์ทโฟน

ปัจจุบันสมาร์ทโฟนได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำรงชีวิตในสังคมยุคใหม่ นอกเหนือจากการใช้ในการติดต่อสื่อสารแล้ว ซีดความสามารถของโทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งถูกพัฒนา เพิ่มขึ้นเป็นลำดับ จนในปัจจุบัน โทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งถูกใช้ในด้านความบันเทิง การรับส่ง ข้อมูล ข่าวสารผ่านทางอินเทอร์เน็ต หรือแม้แต่ด้านการศึกษา ทำให้การแข่งขันในตลาด โทรศัพท์เคลื่อนที่ ได้ทวีความรุนแรงขึ้นเป็นลำดับ มีผู้ให้คำนิยามเกี่ยวกับ “เทคนิคการขายสมาร์ทโฟน” ไว้ดังนี้

สมาร์ทโฟน คือ โทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือ โทรศัพท์มือถือที่นอกเหนือจากใช้โทร ออก-รับสายแล้วยังมีแอปพลิเคชันให้ใช้งานมากมาย สามารถรองรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่าน 3G, WiFi และสามารถใช้งานโซเชียลเน็ตเวิร์คและแอปพลิเคชันสนทนาชั้นนำ เช่น LINE, Youtube, Facebook, Twitter ฯลฯ โดยที่ผู้ใช้สามารถปรับแต่งลูกเล่นการใช้งานสมาร์ทโฟนให้ตรงกับความต้องการได้มากกว่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ธรรมดา ผู้ผลิตสมาร์ทโฟนรุ่นใหม่ ๆ นิยมผลิต สมาร์ทโฟนที่มีหน้าจอรระบบสัมผัส ใสกล่องถ่ายรูปที่มีความละเอียดสูง ออกแบบดีไซน์ให้สวยงาม ทันสมัย มีแอปพลิเคชันและลูกเล่นที่น่าสนใจ (อริปลักษณ์ โชติชนประสิทธิ์, 2557)

สมาร์ทโฟน คือ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่รองรับระบบปฏิบัติการต่าง ๆ ที่ยกเอา คุณสมบัติ PDA และคอมพิวเตอร์มาไว้ในโทรศัพท์ ทำให้เพิ่มประสิทธิภาพให้กับ

โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถ ฟังเพลง ดูหนัง และสามารถเพิ่มโปรแกรมต่างๆ ลงไปได้ (Mobile Magazine, 2553)

สมาร์ทโฟน คือ อุปกรณ์ที่ใช้โทรออก เล่นวิดีโอ ถ่ายภาพ และอีกมากมาย เป็นอุปกรณ์ฉลาดล้ำที่เป็นมากกว่าแค่โทรศัพท์ (Samsung, 2554)

จากข้อมูลข้างต้นอาจสรุปได้ว่า สมาร์ทโฟน คือ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่รองรับระบบปฏิบัติการต่างๆ โดยยกเอาคุณสมบัติของคอมพิวเตอร์มาไว้ในโทรศัพท์ทำให้มีความหมายเปรียบเสมือนคอมพิวเตอร์ สามารถส่งข้อความ รูปภาพ วิดีโอ เพลง รับส่งไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) และเข้าถึงเว็บไซต์ รวมถึงสามารถเพิ่มโปรแกรมต่างๆ ลงไปได้

2.2 ลักษณะสำคัญของสมาร์ทโฟน

แม้ว่าในปัจจุบันจะไม่มีกำหนดมาตรฐานของ “เทคนิคการขายสมาร์ทโฟน” ออกมาอย่างชัดเจนแต่แนวโน้มในภาคอุตสาหกรรมโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ปรับตัวเข้าหาผู้บริโภคมากขึ้นและตระหนักถึงความต้องการของผู้บริโภคที่มีความต้องการสมาร์ทโฟนมากขึ้น เพื่อให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจว่าโทรศัพท์เคลื่อนที่เครื่องใดจัดอยู่ในหมวดหมู่ของสมาร์ทโฟน จะสามารถพิจารณาได้จากคุณลักษณะสำคัญบางประการที่มีอยู่ในสมาร์ทโฟนทุกเครื่อง ดังต่อไปนี้ (อชิปลักษณะ โขติชนประสิทธิ์, 2557)

2.2.1 ระบบปฏิบัติการ (operating system: OS) ระบบปฏิบัติการบนสมาร์ทโฟน ถือได้ว่าเป็นคุณลักษณะพื้นฐานที่ทำให้สมาร์ทโฟน แตกต่างจากโทรศัพท์เคลื่อนที่กลุ่มอื่น ๆ อย่างแท้จริง ระบบปฏิบัติการจะทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมระหว่างฮาร์ดแวร์ กับซอฟต์แวร์ของ โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สามารถทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถใช้งานด้านภาพ เสียง ข้อมูลในรูปแบบมัลติมีเดียผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้ง่ายขึ้น โดยระบบปฏิบัติการแต่ละ ระบบจะสามารถทำงานได้เหมือนกันและมีจุดเด่นด้านการจัดการด้วยกันทั้งหมด แต่จะให้ประสิทธิภาพในการทำงานที่แตกต่างกัน ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับความชอบและความต้องการในการใช้งานของผู้บริโภคแต่ละคน

แม้ว่าในตลาดสมาร์ทโฟนจะมีระบบปฏิบัติการที่หลากหลายให้ผู้บริโภคได้เลือกใช้งาน แต่ก็มีเพียงไม่กี่ระบบปฏิบัติการเท่านั้นที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภค จนส่งผลให้ผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่ต้องเลือกนำระบบปฏิบัติการที่ได้รับความนิยมนั้นมาบรรจุลงใน โทรศัพท์เคลื่อนที่ของตน โดยระบบปฏิบัติการที่กำลังได้รับความนิยมใช้กันมากในปัจจุบัน ได้แก่ ระบบปฏิบัติการวินโดวส์โมบาย ระบบปฏิบัติการไอโอเอส และระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ สำหรับในส่วนของการรายละเอียดของแต่ละระบบปฏิบัติการจะกล่าวถึงในหัวข้อ 2.3

2.2.2 แอปพลิเคชัน (application) โทรศัพท์เคลื่อนที่เกือบทุกเครื่องจะมีแอปพลิเคชันติดตั้งไว้ในตัวเครื่อง แม้กระทั่งโทรศัพท์เคลื่อนที่รุ่นพื้นฐานก็มีการติดตั้งแอปพลิเคชันเพิ่มเข้าไปในตัวเครื่องด้วยเช่นเดียวกัน อาทิ แอปพลิเคชันสมุดรายชื่อหรือแอปพลิเคชันการจัดการรายชื่อผู้ติดต่อ เพื่อให้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีความสามารถในการใช้งานได้อย่างหลากหลาย แต่ถ้าหากเปรียบเทียบกับสมาร์ตโฟนจะพบว่าแอปพลิเคชันดังกล่าวถือว่าเป็นแอปพลิเคชันพื้นฐานที่สมาร์ตโฟนทุกเครื่องจะต้องมี โดยสมาร์ตโฟนจะมีความสามารถในการดาวน์โหลดแอปพลิเคชันต่างๆ เข้ามาเพิ่มเติมในตัวเครื่องได้ตามความต้องการของผู้ใช้งาน นอกจากนี้ยังสามารถรองรับแอปพลิเคชันที่มีความสามารถในการทำงานที่สูงกว่า เช่น ความสามารถในการสร้างและแก้ไขไฟล์เอกสารที่จัดเก็บบนโปรแกรม Microsoft Office หรืออย่างน้อยที่สุดก็ต้องสามารถเปิดดูไฟล์เอกสารได้ ความสามารถในการแก้ไขรูปภาพหรือความสามารถในการเปลี่ยนสมาร์ตโฟนกลายเป็นอุปกรณ์นำทางผ่านดาวเทียม (global positioning system: GPS) เป็นต้น

2.2.3 การเข้าถึงเว็บไซต์ (web access) แม้ว่าสมาร์ตโฟนจะไม่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพียงกลุ่มเดียวที่สามารถเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าใช้งานเว็บไซต์ต่างๆ ได้ แต่สิ่งที่เป็นจุดเด่นของสมาร์ตโฟนก็คือ ความรวดเร็วในการเข้าใช้งานเว็บไซต์โดยโทรศัพท์เคลื่อนที่ สมาร์ตโฟนรุ่นใหม่ ๆ จะถูกพัฒนาให้ สามารถ เข้าใช้งานเว็บไซต์ได้ด้วยความเร็วในระดับสูงและหลากหลายวิธี เมื่อเปรียบเทียบกับโทรศัพท์เคลื่อนที่กลุ่มอื่น ๆ อีกทั้งยังรองรับการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านเครือข่ายไร้สายอย่าง EDGE, GPRS, Wi-Fi, 3G และ 4G ในขณะที่โทรศัพท์เคลื่อนที่กลุ่มอื่น ๆ จะรองรับแค่การเชื่อมต่อผ่าน EDGE และ GPRS เท่านั้น

2.2.4 เป็นพิมพ์แบบคีย์บอร์ด (QWERTY keyboard) เป็นพิมพ์แบบคีย์บอร์ดของสมาร์ตโฟนจะมีรูปร่างลักษณะคล้ายคลึงกับเป็นพิมพ์ของเครื่องคอมพิวเตอร์ แต่แตกต่างตรงที่มีขนาดเล็กกว่าและถูกออกแบบมาให้เหมาะกับสมาร์ตโฟน ซึ่งโดยปกติสมาร์ตโฟนจะมีเป็นพิมพ์แบบคีย์บอร์ดติดตั้งมาพร้อมกับตัวเครื่อง แต่เนื่องจากในปัจจุบันสมาร์ตโฟนหลายรุ่นได้พัฒนาหน้าจอโทรศัพท์ให้เป็นแบบระบบสัมผัสหรือทัชสกรีน (touchscreen) เป็นพิมพ์ที่ใช้ในการพิมพ์ข้อมูลจึงต้องเปลี่ยนมาเป็นเป็นพิมพ์เสมือนบนหน้าจอ (onscreen virtual keyboard) ซึ่งส่งผลให้พิมพ์แบบที่เป็นเป็นพิมพ์จริง ๆ สามารถจับต้องได้กลายเป็นสิ่งที่ไม่จำเป็นอีกต่อไป

2.2.5 การรับส่งข้อความ (messaging) โดยพื้นฐานแล้วโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกรุ่นจะมีความสามารถในการรับและส่งข้อความสั้น (short message service: SMS) และข้อความมัลติมีเดีย (multimedia message service: MMS) แต่คุณลักษณะที่ทำให้สมาร์ตโฟนพิเศษกว่าโทรศัพท์เคลื่อนที่กลุ่มอื่น ๆ ในด้านการรับส่งข้อความก็คือ ความสามารถในการจัดการอีเมลล์

ผู้ใช้งานจะสามารถรับและส่งอีเมลชั้นนำ เช่น Gmail, Hotmail และสามารถแนบไฟล์ข้อมูลไปพร้อมกับอีเมลได้เสมือนการใช้งานอีเมลผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยสมาร์ตโฟนเครื่องหนึ่ง ๆ จะรองรับการใช้งานอีเมลได้มากกว่าหนึ่งแอคเคาท์ (account) เพื่อตอบสนองผู้ใช้งานในปัจจุบันที่นิยมมีอีเมลหลายแอคเคาท์ ไม่ว่าจะเป็นอีเมลส่วนบุคคลหรืออีเมลขององค์กร นอกจากนี้สมาร์ตโฟนยังรองรับการรับและส่งข้อความผ่าน โปรแกรมแชท (instant message) อย่างเช่น Facebook Messenger หรือ LINE อีกด้วย

จากข้อมูลข้างต้นสรุปได้ว่า สมาร์ตโฟนจำเป็นต้องมีคุณลักษณะพื้นฐาน 5 ประการข้างต้นดังที่กล่าวมา ซึ่งคุณลักษณะนี้ยังเป็นตัวแบ่งแยกสมาร์ตโฟนออกจากโทรศัพท์เคลื่อนที่กลุ่มอื่นๆ แต่เนื่องจากเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นคุณสมบัติของสมาร์ตโฟนจึงอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงได้ในอนาคต ทั้งนี้ในปัจจุบันผู้ผลิตจะเน้นไปที่ความเร็วในการประมวลผล การออกแบบหน้าจอให้มีขนาดใหญ่ความละเอียดสูงและคมชัด การปรับปรุงคุณภาพของกล้องถ่ายรูป การแก้ปัญหาแบตเตอรี่หมดไว การออกแบบแอปพลิเคชันหรือลูกเล่นใหม่ๆ เพิ่มมากขึ้น

2.3 ระบบปฏิบัติการบนสมาร์ตโฟน

ระบบปฏิบัติการ (operating system-OS) เป็นส่วนประกอบที่สำคัญของสมาร์ตโฟนซึ่งมีอยู่หลายระบบ เช่น วินโดวส์โมบาย ไอโอเอส แอนดรอยด์ ซิมเบียน ปาล์มโอเอส หรือ พีดีเอ เป็นต้น โดยทั่วไปโปรแกรมแต่ละโปรแกรมที่จะนำมาใช้ในสมาร์ตโฟนนั้นจะถูกเขียนขึ้นมาเพื่อระบบปฏิบัติการแต่ละชนิดซึ่งไม่สามารถใช้ข้ามระบบได้ สำหรับงานวิจัยฉบับนี้จะขอลำถึงระบบปฏิบัติการบนสมาร์ตโฟนที่นิยมใช้งานในประเทศไทย ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ (Samsung, 2554)

2.3.1 ระบบปฏิบัติการ วินโดวส์โมบาย (windows mobile) คือ ระบบ ปฏิบัติการบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่พัฒนาโดยบริษัท ไมโครซอฟท์ (Microsoft) ซึ่งเป็นบริษัทเดียวกับบริษัทผู้ผลิตระบบปฏิบัติการวินโดวส์ (windows) ที่รองรับการทำงานของเครื่องคอมพิวเตอร์ ระบบปฏิบัติการวินโดวส์โมบายเปิดตัวครั้งแรกในปี พ.ศ. 2545 ซึ่งถือได้ว่าเป็นระบบปฏิบัติการที่ออกมาในช่วงยุคแรก ๆ ของตลาดสมาร์ตโฟน และถือว่าเป็นระบบปฏิบัติการที่มีความสามารถสูงเพียงแต่ว่าในยุคนั้นการพัฒนาของเครื่องลูกข่ายยังทำได้ช้า ภาพลักษณ์ที่ออกมาจึงสื่อให้เห็นถึงความไม่ลงตัวระหว่าง ระบบปฏิบัติการกับเครื่องลูกข่าย ทำให้ผู้ใช้งานรู้สึกว่าการใช้งานช้า เนื่องจากความใหญ่ของโปรแกรมที่ใช้ทรัพยากรของเครื่องไปมากนั่นเอง ซึ่งภาพดังกล่าวนี้ยังคงอยู่ในความทรงจำของผู้ใช้ จนปลายปี พ.ศ. 2553 ทางไมโครซอฟท์จึงได้ออกมารีแบรนด์ (rebrand) ครั้งใหญ่ จากระบบปฏิบัติการวินโดวส์โมบาย กลาย มาเป็นระบบปฏิบัติการวินโดวส์

โฟน (windows phone) ลักษณะการใช้งานของระบบปฏิบัติการวินโดวส์โมบายน์จะมีการทำงานที่คล้ายคลึงกับระบบปฏิบัติการวินโดวส์ในเครื่องคอมพิวเตอร์ ดังนั้นผู้บริโภครจะสามารถใช้งานได้ อย่างคุ้นเคย หากผู้บริโภคใช้ระบบปฏิบัติการวินโดวส์บนคอมพิวเตอร์เป็นประจำ และการที่ ไมโครซอฟท์เป็นผู้พัฒนาระบบปฏิบัติการนี้จึงทำให้สามารถรองรับผลิตภัณฑ์ของไมโครซอฟท์ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็น Microsoft Office, Windows Live Messenger หรือ Internet Explorer

2.3.2 ระบบปฏิบัติการไอโอเอส (iOS) เป็นระบบปฏิบัติการ สำหรับสมาร์ตโฟน แปรนต์ไอโฟนที่ผลิตและพัฒนาขึ้นในปี พ.ศ. 2550 โดยบริษัทแอปเปิล (Apple) เดิมใช้ชื่อว่า ระบบปฏิบัติการไอโฟน แต่แอปเปิลก็เปลี่ยนมาใช้ชื่อ ไอโอเอส แทนในปี พ.ศ. 2553 แอปเปิล ได้พัฒนาระบบปฏิบัติการ ไอโอเอสนี้ให้มีอินเทอร์เฟซ (interface) ที่สวยงาม ใช้งานง่ายสามารถ เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตผ่านเว็บเบราว์เซอร์อย่างซาฟารีได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงยังรองรับระบบ มัลติมีเดียชนิดสมบูรณแบบ กลุ่มที่นิยมใช้ระบบปฏิบัติการ ไอโอเอสจึงมักจะเป็นผู้บริโภคที่ชื่นชอบทางด้านมัลติมีเดีย เช่น การฟังเพลง ดูหนัง หรือเล่นเกมเป็นหลัก แต่เนื่องจากระบบปฏิบัติการ ไอโอเอสนี้เป็นระบบปฏิบัติการแบบปิด ดังนั้นการติดตั้งโปรแกรมหรือลงไฟล์สื่อต่าง ๆ จะต้องทำ ผ่านโปรแกรม ไอจูนส์ (iTunes) ซึ่งอาจจะยุ่งยากสำหรับผู้ ที่เริ่มต้นใช้งานสมาร์ตโฟน

2.3.3 ระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ (Android) เป็นระบบปฏิบัติการใหม่ที่กำลัง ได้รับความนิยมนูในขณะนี้ ถูกพัฒนาขึ้น โดยบริษัท แอนดรอยด์ จากนั้นบริษัทแอนดรอยด์ก็ถูก ชื่อ โดยกูเกิล (google) และนำระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ไปพัฒนาต่อ ซึ่งภายหลังได้ถูกพัฒนาใน นามของ Open Handset Alliance ระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์เป็นที่รู้จักต่อสาธารณชนเมื่อวันที่ 5 พฤศจิกายน พ.ศ. 2550 ลักษณะที่โดดเด่นของระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ก็คือ การเป็นฟรี ซอฟต์แวร์และเป็นระบบปฏิบัติการแบบเปิดที่เปิดโอกาสให้นักพัฒนาซอฟต์แวร์ที่สนใจสามารถ เข้ามาต่อ ยอดสร้างสรรค์ความคิดพัฒนาแอปพลิเคชัน ได้อย่างไม่จำกัด และไม่เสียค่าใช้จ่ายในการ ดาวน์ โหลด โปรแกรมพัฒนาใดๆ ทั้งสิ้น จึงเป็นระบบปฏิบัติการที่มีความยืดหยุ่นต่อการใช้งานทำ ให้ผู้ผลิตโทรศัพท์เคลื่อนที่สมาร์ตโฟนหลายแบรนด์นำไปพัฒนาเข้ากับผลิตภัณฑ์ของตนเองจน ได้รับความนิยอย่างสูงในปัจจุบัน และนอกจากความสามารถในการดาวน์โหลดแอปพลิเคชันมา ไว้บนโทรศัพท์เคลื่อนที่แล้ว ระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ยังสามารถเข้าสู่บริการต่างๆ ของกูเกิล ไม่ว่าจะเป็น Gmail, Google Maps, Google Calendar และ Google Talk ได้ง่ายและรวดเร็วกว่าบน ระบบปฏิบัติการอื่น ๆ อีกด้วย แม้ในช่วงเริ่มต้นผู้บริโภครจะไม่นิยมใช้ระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ เท่าไรนัก แต่ปัจจุบันกลับมีจำนวนผู้ใช้ระบบปฏิบัติการนี้เพิ่มมากขึ้น ทุกบริษัทหันมาพัฒนา ระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่ามีความเป็นไปได้สูงที่ตลาดแอนดรอยด์จะมีการ

เติบโตขึ้นเรื่อย ๆ และในอนาคตระยะยาวระบบปฏิบัติการนี้มีโอกาสที่จะเป็นระบบปฏิบัติการอันดับหนึ่งในกลุ่มสมาร์ทโฟน

จากข้อมูลข้างต้นสรุปได้ว่า ระบบปฏิบัติการที่ได้รับความนิยมใช้งานปัจจุบันนี้มี 1) ไอโอเอส 2) วินโดว์โฟน และ 3) แอนดรอยด์ ซึ่งระบบปฏิบัติการทั้ง 3 ระบบ เป็นเครื่องมือที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการใช้งานด้านต่างๆ เช่น โทรศัพท์ ดูหนัง ฟังเพลง รับ-ส่งอีเมลล์ ถ่ายรูป ฯลฯ เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้สามารถเชื่อมต่ออุปกรณ์ไร้สายอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นคอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน เครื่องอื่น PDA เครื่องพิมพ์ (printer) หรือกล้องดิจิทัล ผ่านทางอินฟราเรด บลูทูธ หรือ WiFi และสามารถรองรับ Multimedia files ได้หลายรูปแบบ

2.4 สมาร์ทโฟนแบรนด์ i-mobile

เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์โทรศัพท์เคลื่อนที่ออกเป็น 2 ประเภท (สามารถ ไอ-โมบาย, 2556) ได้แก่

2.4.1 ประเภทฟีเจอร์โฟน (feature phone) หมายถึง โทรศัพท์ที่มีฟังก์ชันการใช้งานแบบทั่วไป เช่น โทรศัพท์ที่ถ่ายภาพได้ ดูรูป ดูหนัง ฟังเพลงจากไฟล์เพลงประเภท MP3 หรือบางรุ่นอาจสามารถฟังวิทยุได้อีกด้วย ซึ่งโทรศัพท์ฟีเจอร์โฟนจะไม่มีความสามารถในการติดตั้งแอปพลิเคชันเพิ่มเติม และมีราคาถูก ซึ่งได้แก่ โทรศัพท์เคลื่อนที่กลุ่มฮิตซีรี่



ภาพที่ 2.1 โทรศัพท์เคลื่อนที่ “ไอ-โมบาย” กลุ่มฮิตซีรี่

นับตั้งแต่ปี 2555 เป็นต้นมาสมาร์ทโฟนที่ใช้ระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ (android) ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายมากขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศจากการพัฒนาอย่างต่อเนื่องของตัวระบบปฏิบัติการเองไปจนถึงระบบเวดล่อม (ecosystem) ที่ได้รับการสนับสนุนจากนักพัฒนาแอปพลิเคชันทั่วโลก บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) เล็งเห็นโอกาสจึงพัฒนาสมาร์ทโฟนที่ใช้ระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ภายใต้แบรนด์ “ไอ-โมบาย” ให้เป็นสมาร์ทโฟนของคนไทย

2.4.2 ประเภทสมาร์ทโฟน เป็นโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เน้นการใช้งานมัลติมีเดีย

ดาวน์โหลด และเล่นอินเทอร์เน็ต ความเร็วสูงระดับ 3G พร้อมฟังก์ชันพิเศษ เช่น ออโต้ทีวี่จูนเนอร์ดูทีวีทุกที่ทุกเวลาโดยไม่ต้อง จูน คุยเสียงชัดด้วยระบบตัดเสียงรบกวน (noise cancellation) หรือใช้ เป็น ไวไฟ เร้าเตอร์เพื่อแชร์สัญญาณอินเทอร์เน็ต ซึ่งได้แก่ โทรศัพท์เคลื่อนที่กลุ่มสมาร์ต ซีรี่ส์



ภาพที่ 2.2 โทรศัพท์เคลื่อนที่ “ไอ-โมบาย” กลุ่มสมาร์ตซีรี่ส์

บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ได้พัฒนาโทรศัพท์สมาร์ทโฟน ด้วยการออกแบบ โดคเด่น หรือ การออกแบบของตัวเครื่องมีความทันสมัย และรองรับบริการเสริมต่างๆ ที่เป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ภายใต้การต่อยอดจากแนวคิด “เพราะเราเข้าใจ” เพื่อตอบโจทย์กลุ่มผู้บริโภคที่มองหาความคุ้มค่าในหลายช่วงราคามากยิ่งขึ้น โดยแบ่งสมาร์ทโฟนออกเป็นทั้งหมด 2 กลุ่ม ได้แก่

1) *ไอ-สไตล์ (i-Style)* เป็นสมาร์ทโฟนราคาประหยัดซึ่งมีราคาสูงกว่าพีเจอร์โฟนไม่มากนัก เหมาะสำหรับผู้เริ่มต้นใช้งานสมาร์ทโฟน 3G เป็นเครื่องแรก กลุ่มสมาร์ตโฟนกลุ่มไอ-สไตล์ (i-Style) 3G แอนดรอยด์เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการใช้งานแอปพลิเคชันต่างๆ ของแอนดรอยด์ รวมทั้งฟังก์ชันมัลติมีเดีย เช่น สองซิม ดูทีวี และวิดีโอคอล เจาะกลุ่มผู้ใช้งานพื้นฐานทั่วไปที่ต้องการใช้งานมือถือแอนดรอยด์ที่มีประสิทธิภาพสูง ฟังก์ชันครบครัน แตกต่างด้วยแอปพลิเคชัน โซเชียลแชตที่ใช้งานได้ทันที ภายใต้แนวคิด “value-for’money” (ไอทีคอตคอม, 2555)



ภาพที่ 2.3 โทรศัพท์ “ไอ-โมบาย” กลุ่มไอสไตล์

ตลาดเป้าหมาย STP (Segmentation, Target, Positioning : STP concept) ของ
 โทรศัพท์ กลุ่มไอ-สไตล์ อธิบายได้ดังนี้

(1) ส่วนแบ่งการตลาด (segmentation) การแบ่งกลุ่มประชากรของ
 ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ โดยแบ่งกลุ่มตามภูมิศาสตร์ ประชากรศาสตร์ พฤติกรรมและ
 จิตวิทยา สามารถแบ่งได้ดังนี้

ก. การแบ่งกลุ่มตามภูมิศาสตร์ (geographic)

- ผู้บริโภคในภาคเหนือ
- ผู้บริโภคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- ผู้บริโภคในภาคกลาง
- ผู้บริโภคในภาคใต้
- ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ข. การแบ่งกลุ่มตามประชากรศาสตร์ (demographic)

- เพศ ชาย / หญิง
- อายุ 10-18 ปี 15-55 ปี และ 18-55 ปี
- อาชีพ นักเรียน / พนักงานบริษัทที่เริ่มทำงาน / ข้าราชการ /
- รายได้ 10,000 บาทขึ้นไป
- การศึกษา ประถมศึกษาขึ้นไป

รัฐวิสาหกิจ

ค. ปัจจัยทางจิตวิทยา คือ

- เหมาะสำหรับคนที่เริ่มใช้โทรศัพท์สมาร์ทโฟนเป็นเครื่อง

แรก

- เป็นโทรศัพท์สมาร์ทโฟนที่มีฟังก์ชันการใช้งานครบครัน
- เป็นโทรศัพท์สมาร์ทโฟนที่ราคาประหยัด
- เป็นโทรศัพท์สมาร์ทโฟนที่คุณภาพดี ใช้งานไม่ยุ่งยาก
- มีบริการหลังการขายที่ดี มีศูนย์บริการที่ครอบคลุมอยู่

มากมาย

(2) กลุ่มเป้าหมาย (target group) แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

ก. กลุ่มที่เริ่มใช้โทรศัพท์ในระบบคลื่นความถี่ 3G เป็นคนรุ่นใหม่ เพศชายและหญิงที่มีอายุระหว่าง 15-55 ปี มีงบประมาณจำกัด อาศัยอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ

ข. กลุ่มนักเรียนที่ต้องการสมาร์ทโฟนราคาไม่แพง เพศชายและหญิงที่มีอายุระหว่าง 10-18 ปี มีงบประมาณจำกัด อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล หัวเมืองใหญ่ตามจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศ

ค. กลุ่มผู้ต้องการใช้แอปพลิเคชัน เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) หรือ ไลน์ (Line) เพื่อการติดต่อสื่อสารเป็นหลัก เพศชายและหญิงที่มีอายุระหว่าง 18-55 ปี และมีงบประมาณจำกัด อาศัยอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ

(3) การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (positioning) สมาร์ทโฟนกลุ่ม 'ไอ-สไตล์' คือ เป็นสมาร์ทโฟนที่เหมาะกับผู้เริ่มใช้มีความรู้น้อยในการใช้โปรแกรมประยุกต์หรือที่เรียกว่าแอปพลิเคชัน เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) หรือ ไลน์ (Line) เพื่อการติดต่อสื่อสารเป็นหลัก แต่สามารถใช้งานอินเทอร์เน็ตโดยสมาร์ทโฟนด้วยระบบ 3G หรือ Wifi นอกจากนั้นก็มีความสนใจในคอนเทนต์ เช่น เพลง หรือ การดูละครทีวี และเป็นกลุ่มที่ต้องการสมาร์ทโฟนที่สามารถใส่ SIM ได้ 2 SIM เพื่อควบคุมค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าบริการของเครือข่าย

2) ไอคิว (IQ) เป็นสมาร์ทโฟน ราคาระดับกลาง สำหรับผู้ใช้งานที่ต้องการใช้งานสมาร์ทโฟนคุณภาพดีมีฟังก์ชันการใช้งานที่เด่นชัดในด้านใดด้านหนึ่ง ในราคาสมเหตุสมผล และสามารถใช้ออปพลิเคชันหลักบนสมาร์ทโฟนได้อย่างครบถ้วน ที่ใช้ชื่อว่า ไอคิว ความหมายก็คือคนที่ซื้อสินค้าเป็นคนฉลาดเพราะสินค้าของไอคิว คุ่มค่าในเรื่องการใช้งานและราคา นอกจากนี้ “ไอคิว” วางโพสิชันนิงสินค้า คือ "ฉลาดที่จะเปลี่ยนกับฟังก์ชันอัจฉริยะ (Intelligence of change)” (ไอทีคอตคอม, 2555)



ภาพที่ 2.4 สมาร์ทโฟน “ไอ-โมบาย” กลุ่มไอคิว

ตลาดเป้าหมาย STP (Segmentation, Target, Positioning : STP concept) ของ
 สมาร์ทโฟนกลุ่มไอคิว อธิบายได้ดังนี้

(1) ส่วนแบ่งการตลาด (segmentation) การแบ่งกลุ่มประชากรของ
 ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ โดยแบ่งกลุ่มตามภูมิศาสตร์ ประชากรศาสตร์ พฤติกรรมและ
 จิตวิทยา สามารถแบ่งได้ดังนี้

ก. การแบ่งกลุ่มตามภูมิศาสตร์ (geographic)

- ผู้บริโภคในภาคเหนือ
- ผู้บริโภคในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- ผู้บริโภคในภาคกลาง
- ผู้บริโภคในภาคใต้
- ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ข. การแบ่งกลุ่มตามประชากรศาสตร์ (demographic)

- เพศ ชาย / หญิง
- อายุ 13-22 ปี 22-30 ปี และ 50 ปีขึ้นไป
- อาชีพ นิสิต นักศึกษา / พนักงานบริษัท / ข้าราชการ /
 รัฐวิสาหกิจ ระดับหัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับต้นขึ้นไป
- รายได้ 20,000 บาทขึ้นไป
- การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป

ค. ปัจจัยทางจิตวิทยา คือ

- เหมาะสำหรับคนที่ชอบเทคโนโลยีที่ราคาเหมาะสม
- เหมาะสำหรับผู้ที่ไม่คิดว่าไม่มีความแตกต่างเมื่อ

เปรียบเทียบกับโทรศัพท์แบรนด์ต่างชาติ ดังสโลแกนที่ว่า “ฉลาดที่จะเปลี่ยนกับฟังก์ชันอัจฉริยะ (Intelligence of change)”

- เป็นโทรศัพท์สมาร์ทโฟนที่คุณภาพดี ใช้งานไม่ยุ่งยาก
- มีบริการหลังการขายที่ดี มีศูนย์บริการที่ครอบคลุมอยู่

มากมาย

(2) กลุ่มเป้าหมาย (target group) แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

ก. กลุ่มวัยรุ่น นิสิต นักศึกษา เพศชาย-หญิง อายุระหว่าง 13-22 ปี เป็นคนรุ่นใหม่ เพศชายและหญิงที่มีอายุระหว่าง 15-55 ปี ผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เป้าหมายรองคือ ผู้ที่อยู่ตามหัวเมืองต่างๆ เป็นผู้แสวงหาสมาร์ทโฟนที่มีคุณสมบัติที่ดีภายในงบประมาณที่จำกัด และเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ต้องแสวงหากล้องถ่ายรูปที่มีคุณสมบัติที่ดีสำหรับการเล่นสังคมออนไลน์ ตลอดจนต้องการความเร็วของหน่วยประมวลผล (CPU) ที่ดีสำหรับการเล่นเกม

ข. กลุ่มคนทำงานตำแหน่งหัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับต้นขึ้นไป เพศชายและหญิงที่มีอายุระหว่าง 22-30 ปี ผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เป้าหมายรองคือ ผู้ที่อยู่ตามหัวเมืองต่างๆ เป็นผู้แสวงหาสมาร์ทโฟนที่มีคุณสมบัติที่ดีภายในงบประมาณที่จำกัด และตระหนักถึงคุณค่าของตราสินค้าในระดับหนึ่งที่มีแนวโน้มมุ่งเน้นไปที่การปกป้องถึงตัวตนของเขา เช่น การออกแบบ และการผลิต

ค. กลุ่มผู้สูงอายุ ที่ต้องการใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) หรือ ไลน์ (Line) เพื่อการติดต่อสื่อสารเป็นหลัก เพศชายและหญิงที่มีอายุระหว่าง 50 ปีขึ้นไป อาศัยอยู่ทั่วภูมิภาคของประเทศ เป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มต้องการใช้สมาร์ทโฟนแบรนด์ใดก็ได้ที่เหมาะสมกับการใช้ชีวิตของพวกเขา เช่น มีจอภาพขนาดใหญ่ และชัดเจน กลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มที่ตระหนักเกี่ยวกับแบรนด์ หรือ ตราสินค้า ค่อนข้างน้อย แต่ต้องการความน่าเชื่อถือและทนทาน และไม่ได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับราคา

(3) การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (positioning) เป็นสมาร์ทโฟนที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาเป็นอย่างดี ตลอดจนการผลิตได้คุณภาพมาตรฐานสากลสามารถใช้แอปพลิเคชันต่างๆ ได้ครบถ้วน ทั้งนี้ผู้ใช้สามารถดาวน์โหลดแอปพลิเคชันเพิ่มเติมได้ตามต้องการ

จากข้อมูลข้างต้นสรุปได้ว่า สมาร์ทโฟนของบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) มีอยู่ด้วยกัน 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) ไอ-สไตล์ สมาร์ทโฟน ราคาประหยัดซึ่งมีราคาสูงกว่าพีเจเออร์ โฟนไม่มากนัก เหมาะสำหรับผู้เริ่มต้นใช้งานสมาร์ทโฟน 3G เป็นเครื่องแรก 2) ไอคิว ราคา ระดับกลาง สำหรับผู้ใช้งานทั่วไปที่ต้องการใช้งานสมาร์ทโฟนคุณภาพดี ในราคาสมเหตุสมผล และสามารถใช้ออปพลิเคชันหลักบนสมาร์ทโฟนได้อย่างครบถ้วน ซึ่งสมาร์ทโฟน “ไอ-โมบาย” ทั้ง 2 กลุ่มใช้แอนดรอยด์เป็นระบบปฏิบัติการสำหรับปฏิบัติงาน

3. แนวคิดเกี่ยวกับเทคนิคการขายเบื้องต้นสำหรับพนักงานขาย

3.1 ความหมายเทคนิคการขาย

งานขายมีลักษณะเกี่ยวกับความสามารถในการชักจูงใจและโน้มน้าว หรือใช้ศิลปะ การขายเป็นสำคัญ การขายเกิดจากพฤติกรรมภายใน ได้แก่ ความรู้สึกนึกคิด ความนิยมชมชอบ ความพึงพอใจ ความเต็มใจของผู้ซื้อ ฯลฯ ดังนั้นนักขายจะต้องมีคุณสมบัติและความรอบรู้หลาย ประการ ซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของเทคนิคการขายไว้ดังต่อไปนี้

โอภาส กิจกำแหง (2556, น. 10-4 – 10-8) ให้ความหมายว่า เทคนิคการขาย คือ ทักษะการขายของพนักงานขายที่ใช้ความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ที่สั่งสมจนเกิดเป็น ความชำนาญในการขายสินค้าหรือบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีความเข้าใจอย่างละเอียด และถูกต้องในเรื่องเกี่ยวกับกระบวนการขายตั้งแต่การวิเคราะห์ลูกค้ามุ่งหวังจนถึงกระบวนการปิด การขาย

กรรณิการ์ อัฐมโมลาภ (ม.ป.ป., น. 165) ให้ความหมายว่า เทคนิคการขาย (Selling Technique) คือ วิธีการขายที่พนักงานขายใช้ความสามารถส่วนตัวหรือใช้ศิลปะในการชนะลูกค้า โดยให้ความรู้สึกลูกค้านั้นมีความสำคัญต่อผู้ขายมาก ให้ความชื่นชมให้ความนับถือและให้ความ สะดวกสบายแก่ลูกค้าให้มากที่สุด

ศูนย์การเรียนรู้ออนไลน์ (2553, Web Site) ได้ให้ความหมายว่า เทคนิคการขาย (Selling Technique) คือ การติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้ากันระหว่างผู้ขายสินค้าและลูกค้าผู้ คาดหวัง การขายโดยใช้พนักงานขายนี้เป็นการสื่อสารแบบ 2 ทาง โดยเน้นการใช้ความสามารถ เฉพาะตัวของพนักงานขายทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของกิจการได้

อุษณีย์ จิตตะปาโล (2541, น. 87-88) ได้ให้ความหมายว่า เทคนิคการขาย (Selling Technique) คือ เทคนิคในการสร้างความเชื่อมั่น (Confidence – Building Techniques) เทคนิค เกี่ยวกับการปฏิบัติเกี่ยวกับการแข่งขัน (Handling Competition Technique) เทคนิคในการเสนอขาย

ที่สมบูรณ์ (The completeness Techniques) และเทคนิคในการเสนอขายที่เข้าใจง่ายและชัดเจนซึ่งเป็นส่วนช่วยพนักงานขายประสบความสำเร็จในการขาย

อุไรวรรณ บุญอาจ (2545, น. 86) ได้ให้ความหมายว่า เทคนิคการขาย (Selling Technique) คือ การปฏิบัติของพนักงานขายของพนักงานแต่ละคนที่มีวิธีการ ประสบการณ์มาดำเนินงานขาย โดยพนักงานขายจำเป็นต้องมีความเข้าใจเป็นอย่างดีจึงจะสามารถขายสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยต้องเรียนรู้ความสำคัญของเทคนิคการขายจากสิ่งต่อไปนี้

1. การสรรหาผู้คาดหวัง (Prospecting)
2. การเตรียมการเพื่อการเข้าหาผู้คาดหวัง (The Preapproach)
3. การเข้าพบผู้คาดหวัง (Approach)
4. การเสนอขาย (Presentation)
5. การขจัดข้อโต้แย้ง (Handing Objection)
6. ปิดการขาย (Closing the Sales)
7. การติดตามผล (Follow up)
8. การรายงานผลทางการขาย (Sales Report)

อุษณีย์ จิตตะปาโล (2547, น. 3) ได้ให้ความหมายว่า เทคนิคการขาย (Selling Technique) คือ เทคนิคการนำเสนอขายเป็นศิลปะหรือกลวิธีในการนำเสนอเพื่อให้ประสบความสำเร็จ

จากข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า เทคนิคการขายคือทักษะการขายหรือศิลปะการขายของพนักงานแต่ละคนที่เกิดขึ้นจากการสะสมประสบการณ์ในการขาย เป็นการใช้ความสามารถส่วนตัวของพนักงานขายในการสื่อสารแบบเผชิญหน้า

3.2 ขั้นตอนและวิธีการในการสอนเทคนิคการขาย

เทคนิคการขายนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่พนักงานขายต้องเรียนรู้เทคนิควิธีเพิ่มเติมโดยสามารถแบ่งได้ตามลูกค้าที่พบ มีการศึกษาและจดจำลูกค้าเบื้องต้น เพื่อให้วิธีการเสนอขายง่ายยิ่งขึ้นและประสบความสำเร็จได้

กรณีการ์ อัฐม โมลาก (ม.ป.ป., น. 165-170) ได้กล่าวถึงขั้นตอนและวิธีการของเทคนิคการขายไว้ว่า เทคนิคการขายต้องประกอบไปด้วยขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การแสวงหารายชื่อลูกค้าอนาคต (prospecting) เทคนิคขั้นแรกนี้พนักงานขายต้องพยายามหารายชื่อลูกค้าอนาคตให้ได้โดยใช้วิธีการต่าง ๆ ดังนี้
 - 1.1 วิธีโซ่ไม่มีปลายหรือวิธีการ “ปากต่อปาก”
 - 1.2 ใช้ศูนย์อิทธิพลหรือชมรม สมาคมที่เป็นที่ยอมรับของชุมชน

1.3 วิธีการจัดแสดงสินค้า

1.4 วิธีการสังเกตส่วนตัว

2. การเตรียมตัวก่อนเข้าพบ (pre-approach) หมายถึง การเตรียมความพร้อมของพนักงานขายในด้านจิตใจมุ่งมั่น พร้อมรับสถานการณ์ทุกรูปแบบอีกทั้งเตรียมตัวด้านร่างกายต้องแต่งตัวสุภาพเรียบร้อยเหมาะสมกับรูปร่างและบุคลิกของตนเอง ที่สำคัญควรมีการเตรียมข้อมูลเกี่ยวกับประวัติของลูกค้าอนาคตตลอดจนอุปกรณ์ที่จำเป็นในการสาธิตและต้องตรวจสอบให้รอบคอบก่อนออกเดินทางว่าเตรียมพร้อมทุกอย่างแล้วจริงหรือไม่

3. การเข้าพบ (approach) เป็นขั้นที่พนักงานขายต้องเผชิญหน้ากับลูกค้าเป็นขั้นที่มีความสำคัญมากที่จะกระตุ้นหรือจูงใจให้ลูกค้าเกิดความสนใจ วิธีการเข้าพบลูกค้ามีเทคนิคและวิธีการหลายรูปแบบ

4. การเสนอการขาย (presentation) ขั้นตอนนี้เป็นการนำเสนอสินค้าและบริการ โดยเน้นให้เห็นว่าสินค้าและบริการนั้นมีองค์ประกอบและวิธีการใช้ การเก็บรักษาตลอดจนคุณประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับมีอะไรบ้าง พนักงานขายจำเป็นต้องใช้ความรู้ ความสามารถรวมทั้งเทคนิควิธีเพื่อนำเสนอให้ลูกค้าสนใจและมั่นใจ วิธีการนำเสนอที่กำลังเป็นที่นิยมอย่างมากในปัจจุบัน คือ การสาธิต (demonstration) การนำเสนอขายสินค้าให้ประสบผลสำเร็จมีเทคนิควิธีต่างๆ ที่พนักงานขายควรยึดหลักสำคัญ 4 ประการ (4 c's) ดังต่อไปนี้ การนำเสนอเพื่อสร้างความเชื่อมั่น (conviction) การนำเสนอเพื่อให้เกิดความชัดเจนและเข้าใจง่าย (clarity) การนำเสนอเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ (completeness) และการนำเสนอเพื่อขจัดคู่แข่ง (competition)

5. การปฏิบัติต่อข้อโต้แย้ง (handing objection) หมายถึง การขจัดปัญหาหรือความคิดเห็นที่แตกต่างกันระหว่างพนักงานขายกับลูกค้าเกี่ยวกับสินค้าที่กำลังเสนอขาย สามารถแก้ไขสถานการณ์ได้ตลอดเวลาและทุกสถานที่รู้จักเลือกใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ มีความใจเย็นพอที่จะใช้ความคิด ไตร่ตรอง แก้ปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างถ่องแท้ด้วยท่าทีที่มั่นคง ยิ้มแย้ม แจ่มใส บางครั้งพนักงานขายจะต้องแสดงให้ลูกค้าเห็นว่ายอมรับหรือเห็นด้วยกับข้อโต้แย้งนั้น เช่น การพยักหน้า เทคนิควิธีในการปฏิบัติต่อข้อโต้แย้งมีหลายวิธี คือ วิธีตอบปฏิเสธโดยตรง (direct method) วิธีตอบปฏิเสธโดยอ้อม (indirect method) วิธีตอบโต้การใช้คำถาม (question method) และวิธีอธบายย้อนกลับ (boomerang method)

6. การปิดการขาย (closing the sales) เป็นเทคนิควิธีที่ช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าหรือมีปฏิกิริยาตอบสนองอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อเป็นสัญญาณที่ทำให้พนักงานขายทราบว่าลูกค้าตกลงใจอย่างไร พนักงานขายจะได้ใช้เทคนิควิธีในการปิดการขายได้ในเวลาที่ถูกต้องเหมาะสม เทคนิควิธีการปิดการขายมีหลายวิธีดังต่อไปนี้ คือ การปิดการขายโดยการให้ของแถม

ตามที่ระบุในเงื่อนไขที่กำหนด, การปิดการขายโดยเสนอทางเลือกให้ตัดสินใจให้เห็นความแตกต่างของสินค้า, การปิดการขายโดยให้โอกาสสุดท้ายเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจเร็วขึ้น การปิดการขายโดยใช้จุดเล็ก ๆ โดยให้เลือกลี เลือกวันที่จะส่งสินค้า และการปิดการขายโดยการตั้งสมมติฐานเป็นการที่กักตักลงว่าลูกค้าตัดสินใจแล้ว

7. การติดตามผลและบริการหลังการขาย (after sales activities) การติดตามผลการขาย (follow up) คือ การตรวจสอบว่าสินค้าที่ขายไปแล้วสร้างความพอใจให้แก่ลูกค้ามากน้อยเพียงใด เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการขายให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การบริการ (service) เป็นการสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าและถือเป็นหัวใจสำคัญของการซื้อ-ขายในยุคปัจจุบันที่มีการแข่งขันสูง โดยเฉพาะธุรกิจที่ขายสินค้าราคาสูงหรือสินค้าอุตสาหกรรม

การบริการหลังการขาย (after sales activities) คือ ความรับผิดชอบของผู้ขายสินค้าและบริการที่จะดูแล ตรวจสอบ แก้ไข หรือบำรุงรักษา ตามเงื่อนไข กิจกรรมเหล่านี้ช่วยกระจายชื่อเสียงและสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับกิจการ เทคนิควิธีให้บริการหลังการขายที่มีหลายวิธี ดังต่อไปนี้ คือ โทรศัพท์สอบถาม, เยี่ยมเยือนด้วยตนเอง อวยพรในเทศกาลสำคัญ เชิญร่วมกิจกรรมสำคัญ บริการตรวจสอบสภาพสินค้าเป็นระยะๆ และจัดบริการสภาพแวดล้อมให้มีบรรยากาศที่ลูกค้ารู้สึกสบาย

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท (2548, น. 42) ได้กล่าวถึงขั้นตอนและวิธีการของเทคนิคการขายไว้ว่า เทคนิคการขายต้องประกอบไปด้วยงานจำนวน 6 ขั้นตอนคือ

1. เทคนิคการแสวงหาลูกค้า (prospecting) เป็นงานขั้นตอนแรกของงานขาย เทคนิคการแสวงหาลูกค้ามีหลายวิธี เช่น วิธีแสวงหาลูกค้าแบบโซ่ไม่มีปลาย การใช้ศูนย์อิทธิพล การสังเกตส่วนตัวการใช้พนักงานขายหน้าใหม่ การตระเวนหาลูกค้า การใช้จดหมาย เป็นต้น
2. เทคนิคการเตรียมตัวก่อนเข้าพบและการเสนอขาย (pre-approach) เป็นงานที่สำคัญและต้องใช้เวลาในการเตรียมการ พนักงานขายที่มีการวางแผนและเตรียมตัวมาเป็นอย่างดีจะสามารถทำให้งานขั้นต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ เทคนิคในการเตรียมตัวก่อนเข้าพบ เช่น การทำรายการบันทึกลูกค้า การกำหนดตารางการเข้าพบ แต่ที่เป็นกลยุทธ์นั้นก็คือการเตรียมคำพูดขาย เพราะจำเป็นต้องฝึกฝนให้มีความชำนาญในการออกมาเสนอขายและสามารถจัดข้อโต้แย้งได้
3. เทคนิคการเข้าพบลูกค้า (approaching techniques) เป็นการรับการตอบสนองที่ดีส่งผลให้การเสนอขายดำเนินไปอย่างราบรื่น เทคนิคการเข้าพบเช่น การเข้าพบด้วยตนเอง การเข้าพบด้วยนามบัตร (business card) การแนะนำโดยใช้จดหมาย การใช้โทรศัพท์และการขายทางจดหมาย เป็นต้น
4. เทคนิคการสาธิตสินค้า (demonstration) การสาธิตเป็นการแสดงหรือทดลองใช้ให้ลูกค้าเกิดความสนใจ เกิดภาพพจน์ในตัวผลิตภัณฑ์ สร้างความปรารถนาไปสู่ความเชื่อมั่น และ

ตัดสินใจซื้อในที่สุด การสาธิตที่ดีควรเปิดโอกาสให้ลูกค้าได้มีส่วนร่วมในการทดลองสินค้า ขั้นตอนการสาธิตมีดังนี้

- 4.1 นัดหมายลูกค้าคาดหวังหรือลูกค้าโดยโทรศัพท์ไปยืนยัน
- 4.2 เตรียมผลิตภัณฑ์
- 4.3 เตรียมอุปกรณ์ช่วยสาธิต
- 4.4 เตรียมเอกสาร เช่น แค็ตตาล็อก
- 4.5 เตรียมคำพูดขาย
- 4.6 จัดพนักงานผู้ช่วยไปสาธิต
- 4.7 เตรียมใบสั่งซื้อและเอกสารการขาย

5. เทคนิคการเผชิญข้อโต้แย้ง (meeting objection) เป็นเทคนิคที่ต้องควรตอบให้เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละรายและสถานการณ์ของการเสนอขาย อย่างนำไปสู่สนามแห่งความได้เถียงข้อโต้แย้ง โดยมีเทคนิค เช่น วิธียอมรับแล้วหาเหตุผลมาตอบ คือ แสดงความเห็นคล้อยตาม ยอมรับข้อโต้แย้งของลูกค้า เป็นต้น

6. เทคนิคการปิดการขายและติดตามผล (closing the sale and follow-up) จำเป็นต้องยึดหลักปฏิบัติในการขายจะช่วยสร้างบรรยากาศที่ดีอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้การใช้ยุทธวิธีการปิดการขายดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ปิดการขายโดยใช้ของแถม เปรียบเทียบระหว่างผลิตภัณฑ์สองผลิตภัณฑ์ ส่วนการติดตามการขาย เช่น การให้บริการหลังการขายมีการตรวจเช็คสภาพ และติดตามสอบถามการใช้งาน เป็นต้น

จากข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ขั้นตอนและวิธีการสอนเทคนิคการขายที่สำคัญ จำเป็นต้องให้พนักงานขายได้ศึกษาหลักการเทคนิคทั้ง 6 ขั้นตอนประกอบไปด้วย เทคนิคการแสวงหาลูกค้า การเตรียมตัวก่อนเข้าพบและการเสนอขาย การเข้าพบลูกค้า การสาธิตสินค้า เทคนิคการเผชิญข้อโต้แย้ง และการปิดการขายและติดตามผล ซึ่งถ้าพนักงานขายได้มีการฝึกฝนจนเกิดความชำนาญจะทำให้สามารถกล้าเผชิญกับงานขายได้ทุกประเภทในการประกอบอาชีพ

3.3 ทฤษฎีการขายกับเทคนิคการขาย

คำรงค์ดี ชัยสนิท (2548, น. 22-33) ได้กล่าวถึงทฤษฎีการขายกับเทคนิคการขายที่นำมาใช้ดำเนินงานทางการขายดังนี้

ทฤษฎีการพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขาย ประกอบด้วย

1. การปรับปรุงคุณสมบัติที่จำเป็น (SHEAF Model) คุณสมบัติจำเป็นขั้นมูลฐาน 5 ประการของพนักงานขาย ทุกสาขางานขายจะต้องปรับปรุงและพัฒนาได้แก่ SHEAF Model

S – Sincerity ความจริงใจ หมายความว่า “เชื่อในความจริงของสิ่งที่พนักงานขายกำลังพูด” หรือ “การพูดและการกระทำตรงกับความคิด แสดงความจริงใจ เชื่อสัจย์ ภัคดี สนใจ แต่สวัสดีภาพ และปัญหาที่ลูกค้าประสบ และพร้อมเสมอที่จะบอกสิ่งที่ถูกต้องกับลูกค้า”

H – Helpfulness ความพร้อมที่จะช่วยเหลือลูกค้า คือ การแสดงออกอย่างเต็มใจที่จะช่วยเหลือผู้อื่น และชื่นชมยินดีที่ได้ช่วยเหลือผู้อื่น

E – Enthusiasm ความกระตือรือร้น คือ “พลังแห่งชีวิต” หรือ ความสนใจอย่างแรงกล้า และความพยายามอย่างจริงจัง อยากราบเกี่ยวกับสินค้า ลูกค้า และสิ่งอื่นที่เกี่ยวข้องกับงานขาย

A – Attentiveness ความตั้งใจฟังลูกค้าพูด คือ อากาที่พนักงานขายแสดงความสนใจ หรือตั้งใจฟังลูกค้าพูดด้วยความสุภาพอ่อนน้อม และระลึกอยู่เสมอว่าลูกค้าเป็นคนสำคัญที่สุด

F – Friendliness ความมีไมตรีจิต คือ อากาที่แสดงออกอย่างเป็นมิตรมอบความรักความปรารถนาดี ช่วยเหลือลูกค้าให้ได้ผลประโยชน์ที่ลูกค้าต้องการ เห็นอกเห็นใจสนทนาด้วยคำพูดที่สุภาพ ด้วยอากาที่กระตือรือร้น

2. การปรับปรุงทัศนคติที่ถูกต้อง (PEYSOF Model)

ทัศนคติ (Attitude) หมายความว่า “สภาพทางจิตใจ พฤติกรรม หรือความประพฤติในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่แสดงความคิดเห็น วัตถุประสงค์ หรือจุดมุ่งหมาย”

ทัศนคติที่ถูกต้อง 6 ประการ ของพนักงานขายทุกสาขางานการขายจะต้องปรับปรุงและพัฒนาได้แก่ PEYSOF Model

P – Product ผลิตภัณฑ์หรือบริการ

E – Employer นายจ้าง

Y – Yourself ตัวเอง

S – Selling การขาย

O – Other People คนอื่น

F – Future อนาคต

3. การควบคุมอารมณ์ (EMOTIONS Model) หลักสำคัญ 8 ประการในการควบคุมอารมณ์ (EMOTIONS Model)

E – Emotion การปรับอารมณ์ให้เข้ากับสถานการณ์แห่งการเสนอขาย

M – Motives พยายามกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจบ่อยครั้ง

O – Our กิริยาทางอารมณ์ของเราขึ้นอยู่กับทัศนคติ

T – Time การควบคุมอารมณ์ที่แท้จริงจะต้องเปลี่ยนความรู้สึกนึกคิดก่อนให้
ถูกต้อง

I – In การรู้จักระงับอารมณ์ที่ไม่พึงปรารถนาไว้ภายใน

O – Opportunity พยายามหาทางปล่อยอารมณ์ที่ไม่พึงปรารถนาออกมาโดยที่ไม่
เป็นภัยต่อคนอื่นและตัวเอง

N – Note พยายามสังเกตและจดจำทัศนคติที่ดีของคนอื่นไว้

S – Secure จงตั้งใจให้มั่นคงเพื่อให้ได้มาซึ่งอารมณ์ที่เราต้องการทฤษฎีการเข้า
พบลูกค้า (APPROACH Model) พนักงานขายจะบรรลุเป้าหมายในการขอเข้าพบผู้มุ่งหวังหรือลูกค้า
โดยยึดหลักเกณฑ์ภายใต้สูตร APPROACH Model ประกอบ

A – ATTITUDES ทัศนคติ คุณสมบัติ และการควบคุมอารมณ์

P – PREPARATION เตรียมตัวด้านร่างกาย จิตใจ และอารมณ์

P – PROBE ค้นหาประโยชน์ของลูกค้าที่เขาปรารถนามากที่สุด

R – RELEX ผ่อนคลายการป้องกันตัวของเขา

D – OBTAIN ทำให้เขาชอบและมั่นใจในตัวท่าน

A – AROUSE ปลุกความสนใจของเขาในข้อเสนอของท่าน

C – CREATIVE เปิดการเจรจาอย่างเป็นเรื่องเป็นราว

H – HANDLING จัดการเครื่องกลไก

ศศิธร วัฒนพันธ์ (2544, น. 77) ได้กล่าวถึงทฤษฎีการขายกับเทคนิคการขายที่นำมาใช้
ดำเนินงานทางการขายดังนี้

1. ทฤษฎี AIDAS (AIDAS Theory of Selling) เป็นทฤษฎีการขายที่รู้จักกันมากที่สุด
ทฤษฎีนี้จะเน้นหนักทางด้านผู้ขาย (Seller Oriented) ที่ต้องการปฏิบัติต่าง ๆ ให้ถูกกาลเทศะเพื่อ
ผลสำเร็จในการเสนอขายสินค้า ทฤษฎีนี้เกี่ยวข้องกับการชักนำลูกค้าตามหลักสำคัญในการซื้อ 5
ประการ ดังรายละเอียดต่อไปนี้คือ

A = Attention (ความตั้งใจ)

I = Interest (ความสนใจ)

D = Desire (ความปรารถนา)

A = Action (ความตกใจที่จะซื้อ)

S = Satisfaction (ความปรารถนา)

2. ทฤษฎีการขายความถูกต้องของสภาพการณ์ (right set of circumstance theory)
ทฤษฎีการขายตามความถูกต้องของสภาพการณ์หรือสิ่งแวดล้อมนี้เป็นอีกทฤษฎีหนึ่งที่ได้รับ

นิยมกันในด้านกรขาย ทฤษฎีนี้ตั้งขึ้นโดยอาศัยพื้นฐานการทดลองด้านจิตวิทยา ดังนั้นทฤษฎีนี้จึงสรุปได้ว่า หากพนักงานขายได้ประสบความสำเร็จในด้านการสร้างความพอใจ ความตั้งใจ (attention) และการได้รับความสนใจจากผู้คาดหวังแล้ว ตลอดเวลา ตลอดจนพนักงานขายได้สิ่งกระตุ้นอย่างเหมาะสม ผลที่ได้รับก็คือการขายปรากฏผลให้เห็น หรือจะกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าการที่จะพยากรณ์ว่าการขายจะเกิดเกิดผลดีมามากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับ “ทักษะ” และความเหมาะสมในการรักษาสภาพการณ์ของพนักงานขาย จุดบกพร่องวิธีนี้พนักงานขายยังไม่สามารถควบคุมปัจจัยภายในตัวผู้คาดหวังได้ (วารินทร์ สิ้นสูงสุคม, 2545, น. 72)

ดังนั้น ในทฤษฎีนี้จึงสรุปได้ว่า หากพนักงานขายได้ประสบความสำเร็จในด้านการสร้างความตั้งใจ (Attention) และได้รับความสนใจจากผู้คาดหวังแล้ว ตลอดจนพนักงานขายได้ใช้สิ่งกระตุ้นอย่างเหมาะสม ผลที่ได้รับก็คือการขายจะปรากฏขึ้นกับเทคนิคการขายที่สำคัญ คือ การสรรหาผู้คาดหวัง (Prospecting), การเตรียมการเพื่อการเข้าหาผู้คาดหวัง (The Pre-approach), การเข้าพบผู้คาดหวัง (Approach), การเสนอขาย (Presentation), การขจัดข้อโต้แย้ง (Handling objection), ปิดการขาย (Closing the Sales), การติดตามผล (Follow up) และการรายงานผลทางการขาย (Sales Report)

จากข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปได้ เทคนิคการขายนั้นพนักงานขายจำเป็นอย่างยิ่งในการปฏิบัติตนและพัฒนาบุคลิกภาพของตนทั้งทางด้านคุณสมบัติที่จำเป็น ทักษะที่พึงประสงค์ รวมไปถึงการควบคุมอารมณ์ เพราะในสถานการณ์การปฏิบัติงานจริงเป็นสิ่งจำเป็นต้องใช้ควบคู่ทฤษฎีการขายซึ่งเป็นปฏิกริยาในการตอบสนองขึ้นมาในทิศทางที่เข้ากับสถานการณ์นั้น ๆ

3.4 ประโยชน์จากขั้นตอนการใช้เทคนิคการขาย

กรรณิการ์ อัฐมโมลาภ (มปป., น. 165-170) ได้กล่าวถึงประโยชน์จากขั้นตอนการใช้เทคนิคการขายตามขั้นตอนการขาย ไว้ดังต่อไปนี้ประโยชน์ของการแสวงหารายชื่อลูกค้าอนาคต

1. เป็นการประหยัดเวลาที่มีอยู่จำกัดในการเลือกลูกค้าอนาคตว่ามีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสินค้ามากน้อยเพียงใด
2. เป็นการหาคำตอบว่าลูกค้าอนาคตต้องการสินค้าและบริการประเภทใดลักษณะใดที่จะมีประโยชน์ต่อลูกค้าอนาคตมากที่สุด
3. เป็นการถ่วงรอกลูกค้าอนาคตว่ามีฐานะหรือรายได้พอที่จะซื้อสินค้าและบริการได้มากน้อยเพียงใด

ประโยชน์ของการเตรียมตัวก่อนเข้าพบ

1. ช่วยกำหนดวิธีการเข้าพบลูกค้าอนาคตได้อย่างเหมาะสม
2. ช่วยสร้างความเชื่อมั่นในการที่จะเข้าพบลูกค้า

3. ช่วยลดความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้น เช่น จำชื่อเล่นผิด

ประโยชน์ของการเข้าพบลูกค้าอนาคต

1. เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าทั้งในเรื่องของผลิตภัณฑ์และบุคลิกภาพ

ของพนักงานขาย

2. เพื่อให้ลูกค้าประหยัดเวลาอันมีค่าของตนเองแทนการออกไปหาความรู้เอง

3. เพื่อสร้างความสนใจให้ข้อมูลสินค้าใหม่ ๆ ที่ลูกค้ายังไม่รู้จัก

4. เพื่อให้พนักงานขายทราบข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าซึ่งจะใช้ประโยชน์ต่อการเข้าพบ

เพื่อการเสนอขายครั้งต่อไป

ประโยชน์ของการเสนอขาย

1. เพื่อให้ลูกค้ารับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการที่แท้จริงของตนเอง

2. เพื่อสร้างความเชื่อถือและศรัทธาในกรรมวิธีการผลิต

3. เพื่อให้ลูกค้าเชื่อมั่นว่าสินค้าและบริหารสนองความต้องการและแก้ปัญหา

4. เพื่อให้ข้อเสนอแนะและชี้แจงให้เห็นประโยชน์ในความแตกต่างของสินค้าที่

ลูกค้าใช้อยู่เดิม

5. เพื่อช่วยให้ลูกค้าตกลงใจซื้อสินค้าและบริการ

ประโยชน์ของการปฏิบัติต่อข้อโต้แย้ง

1. เพื่อเพิ่มยอดขาย

2. เพื่อสนับสนุนต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า

3. เพื่อสร้างความเชื่อถือ ศรัทธาให้เกิดขึ้นกับตัวสินค้าและพนักงานขายนั้น ๆ

4. เพื่อสร้างความเข้าใจ ความกระจ่างในสิ่งที่เคยเป็นคำถามอยู่ในใจของลูกค้า

ประโยชน์ของการปิดการขาย

1. เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับตัวพนักงานขาย

2. เพื่อสร้างความเข้าใจ ความชัดเจนให้เกิดขึ้นกับลูกค้ามากที่สุด

3. เพื่อให้พนักงานสามารถปรับยุทธวิธีที่จะใช้กับลูกค้าแต่ละคน แต่ช่วงเวลาได้

อย่างเหมาะสม

ประโยชน์ของการติดตามผลและบริการหลังการขาย

1. มีลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นอันจะนำไปสู่ยอดขายที่เพิ่มขึ้นด้วย

2. ลูกค้ามีทัศนคติต่อสินค้าและองค์การธุรกิจนั้น

3. สร้างความภักดีในตัวสินค้าซึ่งจะส่งผลให้ลูกค้าเก่าเข้ามาใช้บริการตลอดไป

4. ช่วยให้องค์การธุรกิจที่ผลิตหรือขายสินค้าและบริการได้รับข้อมูลที่จะนำไปพัฒนาการผลิตหรือการขายให้มีประสิทธิภาพขึ้น

3.5 เทคนิคการขายของบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน)

บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ได้กำหนดมาตรฐานเกี่ยวกับเทคนิคการขายของพนักงานขายไว้เพื่อให้พนักงานขายได้เปิดการขายแบบเชิงรุก โดยให้พนักงานขายเข้าหาลูกค้าก่อนและสร้างความเป็นกันเองอย่างสุภาพกับลูกค้า โดยสามารถเข้าใจและสังเกตได้ว่าลูกค้าต้องการอะไร มองหาสิ่งใด และพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือ โดยมีขั้นตอนและเทคนิคการขายสินค้าดังต่อไปนี้ (สามารถ ไอ-โมบาย, 2555, น. 33-35)

1. ทักก่อน เพื่อประโยชน์ คือ เพื่อสร้างความเป็นมิตร และความอบอุ่นใจ รวมทั้งเป็นภาพพจน์ที่ดีของบริษัทฯ

1.1 พนักงานจะต้องทักทายลูกค้าโดยใช้คำว่า “ไอ-โมบาย สวัสดีค่ะ / ครับ” ทุกครั้งที่มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการหรืออยู่บริเวณร้าน ทั้งนี้เพื่อเป็นการเชิญชวนและแสดงถึงความใส่ใจต่อลูกค้า

1.2 ในกรณีที่พนักงานขายคิดลูกค้าท่านอื่นอยู่ เมื่อทักทายลูกค้าแล้วควรแจ้งลูกค้าด้วยประโยค “เชิญชมสินค้าด้านในก่อนนะค่ะ / ครับ” ด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส

2. การเสนอการขายสินค้า โดยการเข้าหาลูกค้าก่อนและสร้างความเป็นกันเองกับลูกค้าพร้อมทั้งต้องสังเกตลูกค้าให้ได้ว่าลูกค้าต้องการอะไร และพนักงานขายก็พร้อมที่จะช่วยเหลือโดยมีใจบริการเต็มทีเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับลูกค้า

2.1 พนักงานจะต้องเปิดการขายทันทีเมื่อลูกค้าสนใจสินค้า โดยสังเกตลักษณะ/บุคลิกของลูกค้า เพื่อนำเสนอสินค้าให้เหมาะสมกับลูกค้าที่สุด ซึ่งเป็นลักษณะของการ “เปิดโดน” โดยประโยคที่ใช้ในการเปิดการสนทนากับลูกค้า เช่น

“สนใจรุ่นไหนเป็นพิเศษคะ / ครับ”

“ต้องการทราบข้อมูลเพิ่มเติม สอบถามได้นะคะ / ครับ”

“ตั้งบไว้ประมาณเท่าไรคะ / ครับ”

“เชิญทดลองเล่นเครื่องได้นะคะ / ครับ”

2.2 พยายามนำเครื่องหรือสินค้าที่ลูกค้าสนใจให้ลูกค้าได้สัมผัสได้ลองถือโดยให้นั่งสินค้า i-mobile หรือสินค้าที่เน้นให้ขายเป็นกรณีพิเศษ รวมทั้งสินค้าที่มีการเคลื่อนไหวช้า

2.3 การแนะนำสินค้าให้ใช้หลักการขายด้วย FAB คือ

2.3.1 $F=Feature$ ให้พนักงานบอกถึงคุณสมบัติของเครื่อง ประมาณ 1-3 คุณสมบัติที่เป็นจุดเด่นของสินค้านั้นๆ

2.3.2 *A=Advantage* เปรียบเทียบคุณสมบัติที่แตกต่างและโดดเด่นที่มีความเหนือกว่ารุ่นอื่น หรือ ยี่ห้ออื่น

2.3.3 *B=Benefit* เสนอประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับจากจุดขาย (F=Feature) เป็นสำคัญเพราะเป็นสิ่งที่ลูกค้าจะได้รับ โดยตรงจะทำให้ง่ายต่อการขายสินค้า

2.4 พนักงานขายต้องแจ้งโปรโมชั่นต่างๆ ให้ลูกค้าทราบ เช่น ราคาพิเศษ ส่วนลด ของแถม รวมถึง content ต่างๆ (ถ้ามี) เช่น Wallpaper, การดาวน์โหลด MP3 เพื่อเพิ่มโอกาสการตัดสินใจซื้อของลูกค้า

2.5 พนักงานต้องแจ้งระยะเวลาการรับประกันสินค้าให้ลูกค้าทราบ เช่น ตัวเครื่อง อุปกรณ์ชาร์จแบบพกพา แท่นชาร์จ การ์ดหน่วยความจำ Bluetooth รับประกัน 1 ปี สำหรับอุปกรณ์เสริม เช่น แบตเตอรี่ ชุดหูฟัง สายเชื่อมต่อข้อมูล รับประกัน 6 เดือน กรณีอยู่ในเงื่อนไข และระยะรับประกันเมื่อส่งเครื่องเข้าศูนย์ซ่อมจะไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งสิ้น โดยทางบริษัทฯ จะอ้างอิงจากวันที่ในใบเสร็จรับเงิน / ใบกำกับภาษีที่พนักงานออกให้ จึงควรแนะนำให้ลูกค้าเก็บใบเสร็จรับเงิน / ใบกำกับภาษีไว้เป็นหลักฐานเพื่อใช้อ้างอิงเมื่อติดต่อร้านไอ-โมบาย

2.6 พนักงานต้องแนะนำให้ลูกค้าสมัครสมาชิก i-Club และแจ้งให้ลูกค้าทราบถึงสิทธิประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ

- ได้ส่วนลด 5% เมื่อซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่เฉพาะรุ่นที่ร้าน ไอ-โมบาย
- ได้ส่วนลด 5% สำหรับซื้ออุปกรณ์เสริมต่างๆ
- ได้ส่วนลด 10% สำหรับค่าบริการซ่อมโทรศัพท์เคลื่อนที่
- ได้ส่วนลด 10% สำหรับซื้อโทรศัพท์เคลื่อนที่ ไอ-โมบาย ในเดือนเกิด

2.7 พนักงานต้องทดสอบสินค้าให้ลูกค้าดูทุกครั้ง เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจว่าสินค้าอยู่ในสภาพสมบูรณ์พร้อมใช้งาน ก่อนส่งมอบสินค้าให้ลูกค้า

3. การขายเพิ่ม เพื่อให้ได้มีโอกาสในการขายสินค้าอื่นๆ ที่สอดคล้องกับสินค้าที่ลูกค้าซื้อ นอกเหนือจากสินค้าที่ลูกค้าต้องการ เพื่อเพิ่มความสะดวกในการใช้งานของลูกค้า และยังเป็นการเพิ่มยอดขายให้กับพนักงานขายด้วย เช่น บลูทูธ สมอลล์ทอล์ค แบตเตอรี่ บัตรเติมเงิน ของใส่โทรศัพท์ หน้ากาก เป็นต้น

4. การปิดการขาย ต้องทำให้ลูกค้ารู้สึกยินดีและมั่นใจในคุณภาพของสินค้าที่ได้รับ พร้อมกับพยายามสร้างความประทับใจในการบริการที่รวดเร็ว รอบรู้ และอบอุ่นของพนักงานขายภายในร้านด้วยขั้นตอนดังต่อไปนี้

4.1 เมื่อมีการสนทนากับลูกค้า พนักงานต้องพยายามวิเคราะห์หรือจับประเด็นความต้องการของลูกค้าให้เร็วที่สุด เพื่อปิดการขายอย่างสุภาพ เช่น

“รับเป็นสืขว หรือ สืคำดีคะ”

“ให้ตั้งค่าตัวเครื่องไปเลยนะคะ”

“สะดวกชำระด้วยเงินสด หรือบัตรเครดิตคะ”

ซึ่งเป็นลักษณะดังกล่าวข้างต้นเป็นลักษณะของการ “ปิดเร็ว”

4.2 ถ้าสังเกตว่าลูกค้าเกิดลังเล ให้รีบเน้น โอกาสอันดีที่ลูกค้ารู้สึกว่าจะถ้าไม่ตัดสินใจซื้อครั้งนี้จะพลาดโอกาสดีๆ ที่จะได้รับ เช่น โปรโมชันพิเศษสุดๆ วันนี้นั้นวันเดียว / รุ่นนี้เป็นที่นิยมและจำนวนสินค้ามีจำนวนจำกัด มีของแถมพิเศษ สิทธิประโยชน์พิเศษต่างๆ มอบให้ หรือความทันสมัยใหม่ล่าสุด ฯลฯ

4.3 กรณีลูกค้ายืนยันว่าไม่สะดวกที่จะซื้อทันทีหรือไม่มีรุ่นที่ต้องการ ให้พนักงานขอหมายเลขติดต่อกลับลูกค้าไว้ เพื่อมิให้พลาดโอกาสอันดี เช่น “ถ้าคุณ...(ลูกค้า)...ยังไม่สะดวกซื้อวันนี้ / ยังไม่มีรุ่นที่ต้องการ รบกวนขอหมายเลขติดต่อกลับได้ไหมคะ หากทางร้านฯ มีโปรโมชันดีๆ / มีรุ่นที่ลูกค้าต้องการ จะได้โทรแจ้งเพื่อไม่ให้พลาดโอกาสดีๆ นะคะ / ครับ พร้อมให้ leaflet / แผ่นพับแก่ลูกค้า เพื่อนำไปเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจ

5. ขอบคุณลูกค้า เพื่อสร้างความเป็นมิตร อบอุ่นใจ และสร้างโอกาสในการกลับมาใช้บริการใหม่และเป็นภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัทฯ

5.1 กรณีสาขามีพนักงานรับชำระ

5.1.1 เมื่อลูกค้าซื้อสินค้าแล้ว ให้พนักงานขายลงรายละเอียดการขายสินค้าลงในทะเบียนคุมการขายสินค้าประจำวัน

5.1.2 เชิญลูกค้าที่เคาน์เตอร์รับชำระ เพื่อชำระค่าสินค้า

5.1.3 แจ้งหมายเลขโทรศัพท์สาขา และ Call Center หรือแนะนำ “กรณีลูกค้าต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม สามารถติดต่อสอบถามได้ที่ (ชื่อสาขาที่ลูกค้าซื้อ) หรือ สาขาใกล้บ้าน หรือที่หมายเลข Call Center 02-975-5555 เปิดให้บริการ 08.00 – 20.00 น. ทุกวัน

5.1.4 กล่าวขอบคุณลูกค้า “ขอบคุณที่ใช้บริการ ไอ-โมบาย” หรือ “ขอบคุณค่ะ” พร้อมยกมือไหว้ เพื่อสร้างความเป็นมิตร และโอกาสในการกลับมาใช้บริการใหม่ และสร้างภาพพจน์ที่เป็นมาตรฐานเดียวกันของบริษัทฯ

5.2 กรณีสาขาไม่มีพนักงานรับชำระ

5.2.1 ออกใบเสร็จรับเงิน/ใบกำกับภาษี และส่งมอบสินค้าให้กับลูกค้า

5.2.2 แจ้งหมายเลขโทรศัพท์สาขา และ Call Center หรือแนะนำ “กรณีลูกค้าต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม สามารถติดต่อสอบถามได้ที่ (ชื่อสาขาที่ลูกค้าซื้อ) หรือ สาขาใกล้บ้าน หรือที่หมายเลข Call Center 02-975-5555 เปิดให้บริการ 08.00 – 20.00 น. ทุกวัน

5.1.3 กล่าวขอบคุณลูกค้า “ขอบคุณที่ใช้บริการ ‘ไอ-โมบาย’ หรือ ‘ขอบคุณค่ะ’ พร้อมยกมือไหว้ เพื่อสร้างความเป็นมิตร และโอกาสในการกลับมาใช้บริการใหม่ และสร้างภาพพจน์ที่เป็นมาตรฐานเดียวกันของบริษัทฯ

4. แนวคิดเกี่ยวกับชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์

4.1 ความหมายและความสำคัญของชุดฝึกอบรม

การพัฒนาชุดฝึกอบรม นับเป็นการพัฒนานวัตกรรมเพื่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ผู้วิจัยได้รวบรวมความหมายของชุดฝึกอบรม ที่นักวิชาการได้ให้ความหมายไว้ ดังนี้

สุเทพ หุ่นสวัสดิ์ (2540, น. 14) ให้ความหมายของชุดฝึกอบรมว่า หมายถึง ระบบการผลิตและการนำสื่อประสมที่สอดคล้องกับวิชา หน่วย หัวเรื่อง เพื่อช่วยให้การเปลี่ยนพฤติกรรม การเรียนรู้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น นับว่าเป็นนวัตกรรมทางการศึกษาอย่างหนึ่ง ซึ่งจะช่วยขจัดปัญหาการเรียน การสอนในการฝึกอบรมบางประการ คือ

1. แก้ปัญหาความแตกต่างระหว่างบุคคล และส่งเสริมการศึกษารายบุคคล ชุดฝึกอบรมสามารถทำให้ผู้เข้าอบรมได้เรียนรู้ตามความสามารถ ความถนัดและความสนใจตามเวลา และโอกาสที่เอื้ออำนวยแก่ผู้เข้าอบรมซึ่งแตกต่างกัน
2. ช่วยขจัดปัญหาการขาดแคลนวิทยากร เปลี่ยนบทบาทวิทยากรเป็นผู้คอยให้คำแนะนำช่วยเหลือผู้เข้าอบรมซึ่งเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง
3. ช่วยอำนวยความสะดวกในการจัดฝึกอบรม เพราะชุดฝึกอบรมสามารถนำไปใช้ได้ตลอดเวลา

บุญเกื้อ ควรหาเวช. (2542, น. 91) กล่าวว่า ชุดฝึกอบรมเป็นสื่อการสอนชนิดหนึ่ง ซึ่งเป็นชุดของสื่อประสม (Multi Media) ซึ่งหมายถึง การใช้สื่อการสอนตั้งแต่ 2 ชนิดขึ้นไปร่วมกัน เพื่อให้ผู้เรียนได้รับความรู้ตามที่ต้องการ สื่อที่นำมาใช้ร่วมกันนี้จะช่วยเสริมประสบการณ์ซึ่งกันและกันตามลำดับขั้นที่จัดเอาไว้สำหรับหน่วยการเรียนรู้ตามหัวข้อเนื้อหาและประสบการณ์ของแต่ละหน่วยที่ต้องการจะให้ผู้เรียนได้รับ

จิรนนท์ ป้อมพิมพ์ (2550, น. 7) ได้สรุปความหมายของชุดฝึกอบรมว่า เป็นหลักสูตรการฝึกอบรมอย่างหนึ่งโดยใช้เทคนิคการฝึกอบรมในรูปแบบการสอนสำเร็จรูป ที่ให้อิสระแก่ผู้เรียน ได้เรียนรู้จากสื่อประสมที่ใช้ประกอบบทเรียน และเทคนิคการจัดการเรียนรู้ที่เหมาะสม โดยชุดฝึกอบรมจะมีส่วนประกอบ คือ วัตถุประสงค์ของการฝึกอบรม เนื้อหาของการฝึกอบรม วิธีการฝึกอบรมสื่อและอุปกรณ์ที่ใช้ในการฝึกอบรม และการประเมินผลการฝึกอบรม

อัศวรัตน์ พูลกระจ่าง (2550, น. 53) กล่าวว่า ชุดฝึกอบรมเป็นการรวบรวมทรัพยากรที่ใช้ในการฝึกอบรมทั้งหลักสูตร อุปกรณ์ วิธีการ เนื้อหา สื่อ และการประเมินเข้าไว้ด้วยกัน เพื่อความสะดวกในการใช้สำหรับการฝึกอบรม เรื่องใดเรื่องหนึ่งที่มีวัตถุประสงค์เฉพาะ ทั้งใช้ฝึกอบรมด้วยตนเองและใช้ฝึกอบรมทั่วไป

ศุภรัตน์ แดงน้อย (2550, น. 10) กล่าวว่า ชุดฝึกอบรม หมายถึง ชุดของสื่อประสมที่ได้จากระบบการผลิตและการนำสื่อหลายอย่างมาสัมพันธ์กัน และมีคุณค่าส่งเสริมซึ่งกันและกัน โดยสอดคล้องกับเนื้อหาวิชา วัตถุประสงค์ และประสบการณ์ของแต่ละหน่วย โดยจัดเอาไว้เป็นชุดเพื่อช่วยให้การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการเรียนรู้ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

จากความหมายของชุดฝึกอบรมดังที่นำเสนอข้างต้น สรุปได้ว่า ชุดฝึกอบรม (Training Package) หมายถึง ชุดของสื่อประกอบการฝึกอบรม ที่ได้รับการจัดระบบการรวบรวมทรัพยากรที่ใช้ในการฝึกอบรมตลอดหลักสูตร ประกอบด้วย เนื้อหา วิธีการ และสื่ออุปกรณ์ ตลอดจนการประเมินผล เพื่อให้สามารถนำมาใช้ในการฝึกอบรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ บรรลุตามวัตถุประสงค์ และเกิดผลสัมฤทธิ์แก่ผู้เข้ารับการฝึกอบรมตามเกณฑ์การประเมินที่ตั้งไว้

ศิริพรรณ สายหงส์ และสมประสงค์ วิทย์เกียรติ (2534, น. 705) และนิพนธ์ สุขปรีดี (2537, น. 152-153) ได้นำเสนอความสำคัญของชุดฝึกอบรมมีความสำคัญ และเกิดประโยชน์แก่ทั้งผู้ให้การฝึกอบรมและผู้เข้ารับการฝึกอบรมหลายประการ ได้แก่ ลดเวลาการเตรียมการฝึกอบรม โดยเฉพาะการฝึกอบรมที่ต้องมีการดำเนินการหลายรุ่น ผู้ให้การฝึกอบรมจะสามารถปรับปรุงชุดฝึกอบรมได้ โดยไม่ต้องผลิตขึ้นใหม่ชุดฝึกอบรมจะช่วยให้การฝึกอบรมในแต่ละรุ่นในเรื่องเดียวกันมีมาตรฐานเดียวกัน ทั้งมาตรฐานในเรื่องรูปแบบการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ การวัดและประเมินผล เพราะผู้ให้การอบรมต่างก็ใช้ชุดฝึกอบรมชุดเดียวกัน การจัดทำชุดฝึกอบรมเป็นการส่งเสริมให้เกิดเครื่องช่วยในการฝึกอบรม ส่งผลให้ผู้เข้ารับการอบรมได้รับประสบการณ์ตรง หรือประสบการณ์ที่ใกล้เคียงจากชุดฝึกอบรมที่เป็นสื่อประสม ซึ่งไม่จำกัดเวลาและสถานที่ฝึกอบรม เป็นการประหยัดทรัพยากร เพราะสื่อต่าง ๆ ส่วนมากจะนำมาใช้ได้หลายครั้งชุดฝึกอบรมเอื้อให้วิทยากรเปลี่ยนแปลงบทบาทจากการเป็นผู้บรรยาย ไปสู่การเป็นผู้แนะนำ เสนอแนะการแก้ปัญหาในการฝึกอบรมและส่งเสริมให้การจัดการฝึกอบรมเป็นไปอย่างมีระบบ

4.2 ประเภทชุดฝึกอบรม

จากลักษณะที่สำคัญของชุดฝึกอบรมดังได้กล่าวมาแล้ว ทำให้สามารถแบ่งประเภทของชุดฝึกอบรมออกเป็นสองประเภทใหญ่ ๆ คือ ชุดฝึกอบรมเสริมกิจกรรมการฝึกอบรม และชุดฝึกอบรมศึกษาด้วยตนเอง (ศิริพรรณ สายหงส์, สมประสงค์ วิทย์เกียรติ, 2534, น. 674-675)

4.2.1 ชุดฝึกอบรมเสริมกิจกรรมการฝึกอบรม ชุดฝึกอบรมที่เสริมกิจกรรมการฝึกอบรมนั้นผู้ให้การฝึกอบรมอาจจะจัดกิจกรรมการฝึกอบรมได้ในสองลักษณะ คือการใช้สื่อของชุดฝึกอบรมบางส่วนมาประกอบการบรรยาย หรือ ประกอบกิจกรรมการฝึกอบรมและอีกประการหนึ่งคือผู้ให้การฝึกอบรมจะจัดกิจกรรมฝึกอบรมตามชุดฝึกอบรมนั้น โดยมีผู้ให้การฝึกอบรมเป็นผู้อำนวยความสะดวก (facilitator) หรือผู้ดำเนินการ (organizer) มิใช่เป็นแต่เพียงผู้บรรยายเท่านั้น ชุดฝึกอบรมเสริมกิจกรรมฝึกอบรมที่มีใช้กันอยู่ทั่วไปได้แก่ชุด ฝึกอบรม ที่เป็นเอกสารสิ่งพิมพ์ ชุดฝึกอบรมที่เป็นสไลด์ประกอบเสียง ชุดฝึกอบรมวิดิทัศน์-เทปเสียง ชุดฝึกอบรมระยะสั้น เป็นต้น และเนื่องจากชุดฝึกอบรมเป็นสื่อประเภทหนึ่งที่มีความสมบูรณ์ในตัวจึงทำให้ผู้รับการอบรมไม่เบื่อหน่าย

4.2.2 ชุดฝึกอบรมด้วยตนเอง เป็นชุดฝึกอบรมที่ผู้อบรมสามารถที่จะเรียนรู้ด้วยตนเองและช่วยในการฝึกอบรมให้แก่คนจำนวนมาก ๆ ได้เพราะในการฝึกอบรมแต่ละครั้งจำเป็นต้องใช้ทรัพยากรในการจัดทั้งบุคลากร งบประมาณ และวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ทำให้การฝึกอบรมทำได้น้อยครั้ง จำนวนผู้รับการฝึกอบรมมีจำนวนน้อย ชุดฝึกอบรมประเภทนี้จัดทำขึ้นในรูปของสื่อที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์เนื้อหาความรู้ กำลังทรัพยากรที่มีอยู่และความสะดวกในการส่งสื่อไปสู่ผู้รับการฝึกอบรม และสถานที่ซึ่งผู้รับการอบรมจะศึกษาหาความรู้ ชุดฝึกอบรมศึกษาด้วยตนเอง อาจจะเป็นชุดฝึกอบรมในรูปของสไลด์ประกอบเสียง ชุดฝึกอบรม วิดิทัศน์-เทปเสียง ชุดฝึกอบรมแบบเรียนสำเร็จรูป ชุดฝึกอบรมโมดูล เป็นต้น (ศิริพรรณ สายหงส์, สมประสงค์ วิทยเกียรติ, 2534, น. 674-675)

ชุดฝึกอบรมที่พัฒนาขึ้นในครั้งนีเพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรม ได้ศึกษาและเกิดการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นชุดฝึกอบรมจึงมีความยืดหยุ่นและเบ็ดเสร็จในตัวเองอย่างสมบูรณ์แบบ มีวัตถุประสงค์ชัดเจน ผู้รับการอบรมสามารถศึกษาอย่างมีจุดหมายและสามารถเลือกวิธีการที่จะเรียนรู้ได้อย่างอิสระตามความสามารถของแต่ละบุคคลในลักษณะของการศึกษารายบุคคล และการศึกษาแบบเป็นกลุ่มใหญ่หรือกลุ่มย่อย ตามขั้นตอนและวิธีการที่แนะนำไว้ในคู่มือการใช้ชุดฝึกอบรม

4.3 องค์ประกอบของชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์

ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีลักษณะเป็นสื่อประสมเพื่อมุ่งให้ผู้รับการอบรมเกิดการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งนอกจากจะใช้สำหรับการศึกษาเป็นรายบุคคลแล้วยังสามารถนำประกอบการบรรยาย ประกอบกิจกรรมการฝึกอบรมหรือใช้ศึกษาเป็นกลุ่ม เช่นเดียวกับชุดการสอน (instructional package) หรือชุดการเรียนรู้ (learning package) สำหรับองค์ประกอบชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์สามารถจำแนกได้ดังนี้

4.3.1 องค์ประกอบตามโครงสร้างการประยุกต์หลักจิตวิทยาการเรียนรู้ ในฐานะที่ ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นส่วนหนึ่งของชุดการสอนทางไกลต้องมียุทธศาสตร์ประกอบตาม โครงสร้างการประยุกต์หลักจิตวิทยาการเรียนรู้สำคัญ 6 องค์ประกอบ

4.3.2 องค์ประกอบจำแนกตามการนำเสนอบนจอภาพ ชุดฝึกอบรมสื่อ อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามการนำเสนอบนจอภาพ มียุทธศาสตร์สำคัญ 12 ส่วน คือ หน้าบ้าน ศูนย์ การเรียนรู้ ศูนย์ความรู้ แหล่งความรู้เสริมภายนอก ศูนย์ปฏิบัติการ ศูนย์สื่อโสตทัศน ศูนย์ประเมิน การเรียน ป้ายประกาศ ห้องสนทนา การติดต่อสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ คำถามพบบ่อย และศูนย์ ข้อมูลส่วนบุคคล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำองค์ประกอบของชุดฝึกอบรมสื่อ อิเล็กทรอนิกส์ ในองค์ประกอบ ได้แก่ 1) หน้าบ้าน 2) ศูนย์ความรู้ 3) ศูนย์การประเมินการเรียน และ 4) ศูนย์ข้อมูลส่วนบุคคล มาประกอบการออกแบบชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้

1) หน้าบ้าน เป็นหน้าแรกของบทเรียนที่แสดงชื่อบริษัท ชื่อชุดฝึกอบรม คำอธิบายชุดฝึกอบรม วัตถุประสงค์ รายชื่อหน่วยการสอน ข้อมูลของเจ้าหน้าที่ฝึกอบรม ข้อมูล พนักงานขาย และข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมอาจมีรูปภาพประกอบ

2) ศูนย์การเรียนรู้ เป็นส่วนหนึ่งของการนำเสนอกิจกรรมการเรียนของ หน่วยที่แสดงรายการประจำ หน่วยเนื้อหา ภาพผู้เขียนพร้อมคำอธิบายโครงเนื้อหาสาระ

3) ศูนย์ความรู้ เป็นแหล่งความรู้หลักวิชาการ ศูนย์ความรู้จะบรรจุเนื้อหา สาระของเทคนิคการขายและสมาร์ทโฟนซึ่งเป็นเนื้อหาสาระของวิชาทั้งหมด

4) ศูนย์ข้อมูลส่วนบุคคล เป็นส่วนหนึ่งเพื่อเสนอข้อมูลของเจ้าหน้าที่ ฝึกอบรมกับพนักงานขายที่เปิดเผยได้ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการสื่อสาร โดยได้รับอนุญาต ประกอบด้วยรูปภาพ ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Mail)

4.4 หลักการออกแบบหน้าจอชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์

การผลิตชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์เนื้อหาที่สร้างขึ้นซึ่งผ่านการวิเคราะห์ มาแล้วก็ตาม ถ้าหากจะให้การเรียนการสอนประสบผลสำเร็จต้องมีปัจจัยในเรื่องของการออกแบบ หน้าจอ ในส่วนต่อประสานกับผู้ใช้ ถ้าหากสร้างหน้าจอไม่สวยงามการเข้าเรียนไม่สะดวก ก็จะมีผล ทำให้ผู้รับบริการฝึกอบรมเกิดความเบื่อหน่ายได้ มีนักวิชาการหลายท่านที่ให้แนวทางในการออกแบบ หน้าจอ ดังนี้

4.4.1 ปวีณา ธิตวิรัตน์ (2538, น. 51) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องของสีตัวอักษรซึ่งเป็น ส่วนหนึ่งที่มีผลต่อผู้ใช้ จากการวิจัยเรื่องสีและขนาดของตัวอักษรบนสีพื้นที่มีผลต่อความเข้าใจ ในการอ่านบนจอภาพคอมพิวเตอร์ พบว่านักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีความเห็นต่อสีที่ชื่นชอบ

และการอ่านตัวอักษรได้ง่ายที่มีค่าสูงสุด คือ ตัวอักษรสีขาวเป็นพื้นสีดำในตัวอักษรขนาดเล็ก และตัวอักษรสีขาวบนพื้นสีจางภาพในครั้งเดียว แต่ควรกำหนดสีเพียงสีเดียวในการแสดงตัวอักษรบนจอภาพ เช่น ขาว เทา และดำ ซึ่งอาจรวมถึงสีเหลือง สีส้ม สีเขียว สีน้ำเงิน และสีแดง เป็นสีที่บันทึกบนสายตาในขณะที่อ่าน จึงควรใช้ในกรณีต้องการเน้นคำ หรือทำให้ตัวอักษรเด่นชัดเหมาะสมกว่า

4.4.2 *ถนอมพร เลาหจรัสแสง (2545, น. 160)* ได้กล่าวถึง หลักการออกแบบหน้าจอ และการออกแบบส่วนต่อประสานผู้ใช้ไว้ดังนี้

1) *หลักการออกแบบหน้าจอ* การออกแบบหน้าจอเป็นส่วนสำคัญอย่างมากทำให้ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ประสบความสำเร็จ ถ้าหากชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์มีการออกแบบที่สวยงามจะมีผลทำให้ผู้รับการฝึกอบรมมีความสนใจที่จะมีการปฏิบัติกับเนื้อหาและกิจกรรมต่างๆ ภายในชุดการเรียนที่ปรากฏบนหน้าจอคอมพิวเตอร์ ในการออกแบบหน้าจอต้องคำนึงถึงความสมดุลระหว่างการใช้ภาพกราฟิก และข้อความ เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเปิดหน้าจอได้รวดเร็ว นอกจากนี้ พื้นที่ยกหน้าจอคอมพิวเตอร์นั้นเล็กกว่าหน้าที่พิมพ์ออกมา ดังนั้นผู้ออกแบบควรคำนึงว่าผู้รับการฝึกอบรมสามารถเปิดดูหน้าจอได้พอดีใน 1 หน้าจอ และการออกแบบเพื่อการอ่านที่ชัดเจน (read ability) มีข้อควรพิจารณาที่สำคัญที่สุดในการออกแบบ การพัฒนาส่วนต่อประสานและการออกแบบทางทัศนะ ได้แก่ ความสามารถในการอ่านเนื้อหาของนักเรียนที่จะต้องออกแบบให้อ่านได้ง่ายและชัดเจนที่สุด

2) *หลักการออกแบบส่วนต่อประสานผู้ใช้* การออกแบบในส่วนของการประสานงานกับผู้ใช้ เป็นการออกแบบวิธีการเข้าสู่เนื้อหาภายในบทเรียนให้กับผู้รับการฝึกอบรมมีความสะดวก การออกแบบการเชื่อมโยงทั้งในลักษณะภายในและภายนอก การออกแบบเครื่องช่วยนำทางต่างๆ ไปถึงการออกแบบสื่อที่นำเสนอเนื้อหาภายในชุดฝึกอบรมทางอิเล็กทรอนิกส์ มีดังนี้

(1) *ออกแบบให้เรียบง่าย* หน้าจอมีประสิทธิภาพมักจะถูกออกแบบให้มีความเรียบง่ายและหลีกเลี่ยงการออกแบบที่เต็มไปด้วยเนื้อหาที่มาก

(2) *ออกแบบให้ยืดหยุ่น* การออกแบบให้ผู้รับการฝึกอบรมได้มีอิสระในการเข้าถึงเนื้อหาที่หลากหลายจะช่วยให้ผู้รับการฝึกอบรมรู้สึกว่าได้ควบคุมการเรียนรวมทั้งทำให้บทเรียนไม่น่าเบื่อ

(3) *ควรออกแบบให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงสารสนเทศที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว* โดยไม่ต้องผ่านการคลิกมากเกินไป

(4) *กำหนดชื่อเรื่อง (title) ของหน้าให้มีความหมาย* การกำหนดชื่อเรื่องเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากสำหรับผู้รับการฝึกอบรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อผู้รับการฝึกอบรมทำการ

คั่นหน้า (bookmark) เฉพาะชื่อเรื่องที่มีความหมายซึ่งปรากฏอยู่บนแถบบนของหน้าต่างของ Browser จะทำให้ผู้รับการฝึกอบรมสามารถกลับไปสู่เนื้อหาที่ต้องการได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว

(5) ควรมีการสร้างเครื่องช่วยเหลือนำทาง ที่ชัดเจนโดยมีการใช้ไอคอน กราฟิก หรือข้อความ สำหรับเชื่อมโยงที่คงที่ (consistent) และชัดเจน เพื่อให้ผู้รับการฝึกอบรมเกิดความมั่นใจว่าจะสามารถนำทางไปในที่ ๆ ต้องการโดยไม่เสียเวลามากเกินไป

(6) ใช้วิธีการนำทาง (navigation) ภายในหน้าต่างเดียว ในหน้าต่างที่ยาวมาก ๆ ผู้ออกแบบควรนำเครื่องมือในการนำทางมาใช้ในหน้านั้น ตัวอย่างเช่น จัดให้มีการใช้การนำทางในหน้าต่างเดียวกันนี้ เมื่อผู้รับการฝึกอบรมกดปุ่ม “Back” หรือข้อความ “Return to Top” ผู้รับการฝึกอบรมก็สามารถกลับไปยังจุดเชื่อมโยงในหน้าต่างเดียวกันได้ทันที

(7) ออกแบบในลักษณะให้ผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง การออกแบบให้ผู้ใช้สามารถกลับไปยังจุดเชื่อมโยงในหน้าต่างเดียวกันในทันที

(8) ควรออกแบบโดยคำนึงถึงความคงเส้นคงวา (consistency) ความเรียบง่าย (simplicity) ดังนั้น ส่วนต่อประสานผู้ใช้ควรใช้ภาพ หรือข้อความที่สื่อความหมายชัดเจนและเป็นเหตุเป็นผลสำหรับผู้ใช้

(9) ควรออกแบบให้ดูน่าเชื่อถือ การออกแบบอย่างประณีตจะทำให้ผู้ใช้เชื่อถือในสารสนเทศที่น่าเสนอบนหน้าจอ ในขณะที่เดียวกันหน้าจอที่ออกแบบอย่างไม่พิถีพิถัน เช่น หน้าจอเต็มไปด้วยการพิมพ์ที่ผิดพลาด เป็นต้น จะทำให้ผู้ใช้หมดความเชื่อถือได้เช่นกัน

4.4.3 การออกแบบหน้าจอ (screen design) สุรเชษฐ์ เวชชพิทักษ์, บุญเลิศ อรุณพิบูลย์ (2546, น. 133-134) ได้กล่าวถึง ไว้ดังนี้

1) ลักษณะหน้าของตัวอักษร (font) ตัวอักษรภาษาไทยแบบหัวกลมจำเป็นที่สุด เพราะได้รับการยอมรับว่าอ่านง่าย นอกจากนี้งานวิจัยเล่มอื่นๆ ยังให้ผลที่สอดคล้องกันว่า ตัวอักษรที่ผู้อ่านคุ้นเคยได้พบเห็นบ่อยๆ จะส่งผลให้อ่านง่ายกว่าตัวอักษรที่ไม่ค่อยพบบ่อยนัก และรูปแบบตัวอักษรที่เป็นมาตรฐานจะทำให้เกิดความสะดวกในการใช้ เพราะแสดงผลถูกต้องในทุกๆ เครื่องไม่ต้องลงตัวรูปแบบอักษรเพิ่มในเครื่องคอมพิวเตอร์เครื่องอื่นๆ

2) สี (color) จากงานวิจัยของ กฤษมันต์ วัฒนาณรงค์ (2534) ที่ศึกษาเกี่ยวกับความชอบของสีบนจอคอมพิวเตอร์ด้วยการทดลองกลุ่มประชากรทั้งหมด 200 คน แยกเป็นกลุ่มต่างๆ เพื่อทำการศึกษาในแง่มุมหลายๆ ด้าน แต่ในที่นี้จะเสนอเพียงส่วนหนึ่งของผลการศึกษาในด้านของสีของตัวอักษรและสีของฉากหลังที่ได้รับความนิยมมากที่สุด 10 อันดับจาก 36 อันดับได้แก่

จากข้อมูลข้างต้น สรุปได้ว่า การออกแบบหน้าจอ ควรคำนึงถึงส่วนสำคัญ ได้แก่ ลักษณะของตัวอักษร สี การจัดวางองค์ประกอบ ปุ่มหรือสัญลักษณ์ การสื่อความหมายและความสอดคล้องกับแนวเนื้อหา เพื่อให้ผู้รับการฝึกอบรมเข้าใจง่ายและสะดวกต่อการใช้งาน

4.4.4 การจัดทำบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนเป็นการนำเสนอผ่านคอมพิวเตอร์

(สมหมาย ห้อยมาลา, 2550, น. 15) กล่าวถึง การออกแบบหน้าจอเป็นประเด็นสำคัญเพื่อดึงดูดความสนใจ และช่วยให้จัดรูปแบบการนำเสนอที่สอดคล้องกันขององค์ประกอบต่างๆ บนจอภาพ เพราะถ้าเนื้อหาถึงจะดีเพียงใดก็ตามหากหน้าจอไม่ดี หรือไม่ดึงดูด จะส่งผลต่อการใช้โปรแกรมได้ คุณค่าของสื่อก็จะลดลงด้วย โดยองค์ประกอบเกี่ยวกับการออกแบบหน้าจอมีดังนี้

1) ความละเอียดของจอภาพ ปัจจุบันความละเอียดของจอภาพที่นิยมใช้จะมีสองค่า คือ 800 x 600 พิกเซล (pixel) และ 1024 x 768 พิกเซล (pixel) ดังนั้น ควรพิจารณาความละเอียดที่จะดีที่สุด เพราะหากออกแบบหน้าจอ สำหรับจอภาพ 1024 x 768 พิกเซล แต่นำมาใช้กับจอภาพ 800 x 600 พิกเซล จะทำให้เนื้อหาตกขอบจอได้

2) การใช้สี เพื่อให้ผู้รับการฝึกอบรมสามารถนั่งดูและศึกษาบทเรียนได้ดี ควรใช้สีโทนเย็น หรืออาจจะพิจารณาองค์ประกอบร่วมกัน คือ สีของพื้น (background) ควรเป็นสีขาว สีเทาอ่อน ในขณะที่สีข้อความควรเป็นสีในโทนเย็น เช่น สีน้ำเงินเข้ม สีเขียวเข้ม หรือสีที่ตัดกับสีพื้น จะมีการใช้โทนร้อนกับข้อความที่ต้องการเน้นเป็นพิเศษเท่านั้น และไม่ควรใช้สีเกิน 4 สีกับเนื้อหาข้อความ ไม่ควรสลับสีไปมาในแต่ละเฟรม

3) รูปแบบของการจัดหน้าจอ รูปแบบการจัดหน้าจอที่สอดคล้องกันระหว่างเมนู รายการเลือก เนื้อหา ภาพประกอบ จะช่วยให้ผู้ใช้สนใจเนื้อหาได้มาก โดยมากมักจะแบ่งจอภาพเป็นส่วนๆ ได้แก่ ส่วนแสดงหัวเรื่อง ส่วนแสดงเนื้อหา ส่วนแสดงภาพประกอบ ส่วนควบคุมบทเรียน ส่วนตรวจเนื้อหา ส่วนประกอบอื่นๆ เช่น นาฬิกาแสดงเวลา หมายเลขเฟรม ลำดับเนื้อหา คะแนน เป็นต้น

4) การนำเสนอเนื้อหาที่เป็นข้อความ สิ่งแรกที่ต้องคำนึงถึง คือ ตัวอักษรที่นำมาใช้งาน ควรเป็นอักษรมาตรฐาน มีรูปแบบที่ชัดเจน มีการกำหนดขนาดที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย นำเสนอด้วยข้อความนำแบบสั้นๆ เพื่อดึงเข้าเนื้อหาจริง หลีกเลี่ยงการนำเสนอแบบจัดกึ่งกลาง ควรนำเสนอภาพพอประมาณ ไม่มากหรือน้อย จุดเน้นให้ใช้การตีกรอบสี หรือเน้นด้วยสีตัวอักษรด้วยสีโทนร้อน

5) รูปแบบการนำเสนอและควบคุมบทเรียน รูปแบบการนำเสนออาจจะใช้แบบรายการเลือก หรือแบบเรียงลำดับเนื้อหา หรืออาจจะใช้การคลิกไปยังส่วนประกอบต่างๆ ของภาพที่นำเสนอก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเนื้อหาที่นำเสนออื่นๆ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำหลักการออกแบบหน้าจอมาใช้เป็นเกณฑ์ในการออกแบบสร้างหน้าจอของชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์โดยคำนึงถึงการจัดวางองค์ประกอบต่างๆ ให้ได้สัดส่วน สวยงาม มีความสะดวกต่อการใช้ รูปแบบตัวอักษรมีขนาด สี ชัดเจนอ่านง่าย สบายตา และมีปุ่มสัญรูปเป็นการกำหนดทิศทางใช้ลูกศร ซึ่งจะทำให้ผู้รับการฝึกอบรมเข้าใจง่าย และสะดวกต่อการใช้งาน

4.5 ลักษณะการใช้ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์

นิคม ทาแดง (2537, น. 178) กล่าวถึงลักษณะการใช้ชุดฝึกอบรมทางอิเล็กทรอนิกส์ว่ามี 2 ลักษณะ คือ 1) การใช้ชุดฝึกอบรมทางอิเล็กทรอนิกส์แบบอิสระ (stand alone) ซึ่งบันทึกลงในแผ่นซีดีรอม เพื่อนำไปใช้กับเครื่องคอมพิวเตอร์ชุดเดียวเดี่ยวๆ และ 2) ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์แบบเครือข่าย (network system) ซึ่งเชื่อมคอมพิวเตอร์แม่ข่ายคอมพิวเตอร์ลูกข่ายของผู้รับการฝึกอบรมทั้งชั้น หรือผู้รับการฝึกอบรมที่อยู่ห่างไกล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ผลิตชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ในรูปแบบอิสระซึ่งบันทึกลงในแผ่นซีดีรอม

4.6 เกณฑ์การประเมินชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์

เกณฑ์การประเมินชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย 7 ประการ (ชัยวงศ์พรหมวงศ์ (2546, น. 12-15) ได้แก่

4.6.1 *ทัศนลักษณ์* เป็นภาพที่ปรากฏและความรู้สึกที่เกิดขึ้นที่มีผลต่อการอยากเข้าสู่บทเรียน บทเรียนทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ดีต้องมียุทธศาสตร์ที่สวยงาม ไม่ใช่สีสันหลากหลาย

4.6.2 *กระบวนการสร้างหรือพัฒนาชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์* เป็นองค์ประกอบของการเสนอเนื้อหา ประกอบด้วย ประมวลสาระ แผนการสอน และรายละเอียดเนื้อหาของวิชา รายชื่อหน่วยการสอน และผังแนวคิด เพื่อสะท้อนขั้นตอนการสร้างหรือพัฒนาชุดฝึกอบรมอย่างครบถ้วน

4.6.3 *การให้มีปฏิสัมพันธ์ทางการฝึกอบรม* เป็นกิจกรรมที่ผู้รับการฝึกอบรมต้องทำเพื่อนำความรู้มาประยุกต์อย่างฉับพลัน สามารถตอบโต้ระหว่างผู้รับการฝึกอบรมกับวิทยากรและเพื่อนๆ

4.6.4 *ประเมินผลสัมฤทธิ์ทางการฝึกอบรม* เป็นส่วนที่เปิดโอกาสให้ผู้รับการฝึกอบรมได้ประเมินตนเองก่อนฝึกอบรม ระหว่างฝึกอบรม และหลังฝึกอบรม และมีเฉลยให้ตรวจสอบ

4.6.5 เครื่องมือการติดต่อสื่อสาร เป็นส่วนที่เปิดโอกาสให้ผู้รับการฝึกอบรมได้สื่อสารพูดคุยกันทางตัวอักษร เสียง เห็นภาพเคลื่อนไหว

4.6.6 ห้องฝึกอบรมหรือสภาพแวดล้อมเสมือนจริง เป็นการจำลองห้องฝึกอบรมเสมือนจริงเพื่อให้ผู้รับการฝึกอบรมมีความรู้ดีกว่ามีการเรียนในห้องจริง ได้แก่ การถ่ายทอดการสอนสด การส่งสัญญาณภาพและเสียงตามคำขอ

4.6.7 การเชื่อมต่อหรือการแสวงหาแหล่งข้อมูลภายนอก เป็นการเชื่อมต่อกับห้องสมุด ศูนย์ความรู้และแหล่งความรู้ และแหล่งข้อมูลอื่นๆ

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่า เกณฑ์การประเมินชุดฝึกอบรมอิเล็กทรอนิกส์ประกอบด้วย 7 ประการ 1) ทศนลักษณะ 2) กระบวนการสร้างหรือพัฒนาชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ 3) การให้มีปฏิสัมพันธ์ทางการฝึกอบรม 4) ประเมินผลสัมฤทธิ์ทางการฝึกอบรม 5) เครื่องมือการติดต่อสื่อสาร 6) ห้องฝึกอบรมหรือสภาพแวดล้อมเสมือนจริง 7) การเชื่อมต่อหรือการแสวงหาแหล่งข้อมูลภายนอก

4.7 การหาประสิทธิภาพของชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์

นักการศึกษาได้กล่าวถึงการหาประสิทธิภาพของชุดฝึกไว้ดังนี้

ชัยยงค์ พรหมวงศ์ (2545, น. 494-497) ได้กล่าวถึงความจำเป็นของการทดสอบหาประสิทธิภาพของชุดการสอน ใน 2 ส่วน คือ สำหรับหน่วยงานผลิตชุดกิจกรรมเป็นการประกันคุณภาพของชุดกิจกรรมว่าอยู่ในขั้นสูงเหมาะสมที่จะลงทุนผลิตออกมาเป็นจำนวนมาก หากไม่ทดสอบประสิทธิภาพ และผลิตออกมาใช้ประโยชน์ได้ไม่ดีก็ต้องทำใหม่ เป็นการสิ้นเปลืองทั้งเวลา แรงงานและเงินทอง สำหรับผู้ใช้ชุดกิจกรรม ชุดกิจกรรมช่วยให้ผู้เรียนเปลี่ยนพฤติกรรมตามที่มุ่งหวัง ดังนั้นก่อนการนำชุดกิจกรรมไปใช้ ผู้สอนควรมั่นใจว่าชุดกิจกรรมนั้นมีประสิทธิภาพในการช่วยให้ได้ชุดกิจกรรมที่มีคุณค่าตามเกณฑ์ที่กำหนด และสำหรับผู้ผลิตชุดกิจกรรม การทดสอบหาประสิทธิภาพจะทำให้ผู้ผลิตมั่นใจได้ว่า เนื้อหาที่บรรจุในชุดกิจกรรมมีความเหมาะสมและง่ายต่อการเข้าใจ อันจะช่วยให้ผู้ผลิตมีความชำนาญสูงขึ้น เป็นการประหยัดแรงงาน เวลา และเงินทองในการเตรียมต้นแบบ

บุญชม ศรีสะอาด (2537, น. 25-29) จำแนกวิธีการหาประสิทธิภาพของชุดการสอนเป็น 2 วิธีคือ

1. การหาประสิทธิภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ หรือผู้สอน โดยจะใช้แบบประเมินผลให้ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้สอนพิจารณาทั้งด้านคุณภาพ เนื้อหาสาระ และเทคนิคการจัดทำสื่ออื่นๆ แบบประเมินอาจเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) หรือเป็นแบบเห็นด้วยไม่เห็นด้วย สรุปผลเป็นความถี่แล้วอาจทดสอบความแตกต่างระหว่างความถี่ด้วยค่าไค-สแควร์

2. การหาประสิทธิภาพโดยผู้เรียน เช่นเดียวกับ วาโร เฟ็งส์วัตต์ (2546, น. 42-45) ได้กล่าวถึงเกณฑ์ประกันประสิทธิภาพ คือ ระดับประสิทธิภาพของนวัตกรรมที่จะช่วยให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ หากนวัตกรรมมีประสิทธิภาพถึงระดับที่กำหนดแล้วซึ่งเป็นระดับเดียวกับที่ผู้ผลิตพอใจ จึงจะมีคุณค่านำไปใช้ได้ และมีคุณค่าแก่การลงทุนผลิตออกมา การกำหนดเกณฑ์ประสิทธิภาพ ดำเนินการโดยการประเมินผลพฤติกรรมผู้เรียน แบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ พฤติกรรมต่อเนื่อง (กระบวนการ) และพฤติกรรมขั้นสุดท้าย (ผลลัพธ์)

1) ประเมินพฤติกรรมต่อเนื่อง (Transitional Behavior หรือ E_1) คือ การประเมินผลต่อเนื่องอันประกอบด้วยพฤติกรรมย่อยๆ ซึ่งเรียกว่า กระบวนการ หรือ Process ของผู้เรียนที่สังเกตจากการประกอบกิจกรรมกลุ่มและรายบุคคล ซึ่งได้แก่ งานที่ได้รับมอบหมาย และกิจกรรมอื่นที่ผู้อื่นได้กำหนดไว้

2) การประเมินพฤติกรรม (Terminal Behavior หรือ E_2) คือ การประเมินผลลัพธ์ของผู้เรียน หรือ Products โดยพิจารณาจากการทดสอบหลังเรียน ซึ่งการกำหนดเกณฑ์ E_1/E_2 มีค่าเท่าใดนั้น ผู้ที่สอนจะเป็นผู้พิจารณาเนื้อหาที่เป็นความรู้ มักจะตั้งค่าที่ 80/80, 85/85 และ 90/90 ส่วนเนื้อหาที่เป็นทักษะอาจตั้งไว้ต่ำกว่าเช่น 75/75 เป็นต้น ซึ่งเมื่อผลิตนวัตกรรมเสร็จแล้วจะต้องนำนวัตกรรมไปหาประสิทธิภาพตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

(1) ขั้นหาประสิทธิภาพ 1:1 (หรือแบบเดี่ยว) คือการทดลองกับผู้เรียน 1 คน โดยทดลอง 3 ครั้งใช้เกณฑ์วัดผลจากผู้เรียนที่อยู่ในกลุ่มผลการเรียนต่ำ ปานกลาง และสูง โดยทดลองกับผู้เรียนที่มีผลการเรียนต่ำก่อน แล้วทำการปรับปรุงนำไปทดลองกับผู้เรียนที่มีผลการเรียนปานกลาง และนำไปทดลองกับผู้เรียนที่มีผลการเรียนสูงตามลำดับ โดยปกติคะแนนที่ได้จากการทดลองแบบเดี่ยวนี้อาจได้คะแนนต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐานมาก

(2) ขั้นหาประสิทธิภาพ 1:10 (หรือแบบกลุ่ม) คือการทดลองกับผู้เรียน 6-10 คน คละผู้เรียนทั้งผู้เรียนที่มีผลการเรียนสูงและผู้เรียนที่มีผลการเรียนต่ำนำมาคำนวณหาประสิทธิภาพและปรับปรุง ซึ่งในแต่ละครั้งคะแนนจะเพิ่มขึ้นเกือบเท่าเกณฑ์หรือห่างจากเกณฑ์ประมาณ 10% นั่นคือค่า E_1/E_2 ประมาณ 70/70 ซึ่งการคำนวณหาประสิทธิภาพแล้วปรับปรุงในคราวนี้คะแนนของผู้เรียนจะเพิ่มขึ้น

(3) ขั้นหาประสิทธิภาพ 1:100 (หรือภาคสนาม) คือทดลองกับผู้เรียน 40 - 100 คนคละผู้เรียนทั้งผู้เรียนที่มีผลการเรียนสูงและผู้เรียนที่มีผลการเรียนต่ำ นำมาคำนวณหาประสิทธิภาพและปรับปรุงซึ่งในครั้งนี้ผลที่ได้ควรใกล้เคียงกับเกณฑ์ที่ตั้งไว้ เมื่อทดสอบนวัตกรรมแล้วให้เทียบกับค่าเพื่อดูว่าเรายอมรับประสิทธิภาพหรือไม่ ทั้งนี้การยอมรับประสิทธิภาพของนวัตกรรมมี 3 ระดับ

ก. สูงกว่าเกณฑ์ เมื่อวัดกรรมของประสิทธิภาพสูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้มีค่าไม่เกิน 2.5%

ข. เท่ากับเกณฑ์ เมื่อประสิทธิภาพของนวัตกรรมเท่ากับหรือสูงกว่าที่ตั้งไว้มีค่าไม่เกิน 2.5%

ค. ต่ำกว่าเกณฑ์ แต่ยอมรับว่ามีประสิทธิภาพ เมื่อประสิทธิภาพของนวัตกรรมต่ำกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้มีค่าไม่เกิน 2.5%

วิธีการคำนวณประสิทธิภาพ โดยใช้สูตรของ ชัยยงค์ พรหมวงศ์ (2537, น. 37) ดังนี้

$$E_1 = \frac{\sum X}{\frac{N}{A}} \times 100$$

E_1	คือ	ประสิทธิภาพของกระบวนการ
$\sum X$	คือ	คะแนนรวมของแบบฝึกหัด หรืองาน
A	คือ	คะแนนเต็มของแบบฝึกหัดทุกชุดรวมกัน
N	คือ	จำนวนผู้เรียน

$$E_2 = \frac{\sum F}{\frac{N}{B}} \times 100$$

E_2	คือ	ประสิทธิภาพของผลลัพธ์
$\sum F$	คือ	คะแนนรวมของผลลัพธ์หลังเรียน
B	คือ	คะแนนเต็มของการสอบหลังเรียน
N	คือ	จำนวนผู้เรียน

จากข้อมูลข้างต้นสรุปได้ว่า การทดสอบประสิทธิภาพ ต้องกำหนดเกณฑ์การทดสอบเสียก่อน แล้วจึงทดลองใช้เบื้องต้น ทดลองใช้จริง แล้วสุดท้ายคือการนำไปใช้ ทั้งนี้การผลิตชุดฝึกอบรมจำเป็นต้องมีการทดสอบโดยมีจุดมุ่งหมายดังนี้ (1) เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าชุดการสอนที่สร้างขึ้นมามีคุณภาพ (2) เพื่อให้แน่ใจได้ว่าชุดการสอนสามารถทำให้การเรียนการสอนบรรลุวัตถุประสงค์ได้อย่างแท้จริง (3) เพื่อเป็นหลักประกันได้ว่า เมื่อผลิตออกมาเป็นจำนวนมาก ๆ แล้วสามารถใช้ได้เป็นอย่างดี คู่มากับการลงทุน

ดัชนีประสิทธิผล (Effectiveness Index) หรือ E.I. หมายถึงตัวเลขที่แสดงความก้าวหน้าในการเรียนของผู้เรียน โดยเทียบคะแนนที่เพิ่มขึ้นจากคะแนนทดสอบก่อนเรียนกับคะแนนที่ได้จากการทดสอบหลังเรียน และคะแนนเต็มหรือคะแนนสูงสุดกับคะแนนที่ได้จากการทดสอบก่อนเรียนซึ่งรูปแบบการหาค่าดัชนีประสิทธิผล จะใช้สูตรของ กูดแมน เฟลทเชอร์และชไนเดอร์ (Goodman, Fletcher and Schnieder) (ไชยยศ เรื่องสุวรรณ, 2545, น. 279) ดังนี้

$$\text{ดัชนีประสิทธิผล} = \frac{\text{ผลรวมของคะแนนทดสอบหลังเรียน} - \text{ผลรวมของคะแนนทดสอบก่อนเรียน}}{(\text{จำนวนนักเรียน} \times \text{คะแนนเต็ม}) - \text{ผลรวมของคะแนนทดสอบก่อนเรียน}}$$

ดัชนีประสิทธิผลสามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อประเมินผลสื่อเริ่มจากการทดสอบก่อนเรียนซึ่งเป็นตัวบอกว่าผู้เรียนมีความรู้พื้นฐานอยู่ในระดับใดรวมถึงการวัดทางความเชื่อ เจตคติ และความตั้งใจของผู้เรียน นำคะแนนที่ได้จากการทดสอบมาแปลงให้เป็นร้อยละ หาค่าคะแนนสูงที่เป็นไปได้

จากนั้นนำผู้เรียนเข้ารับการทดลอง เสร็จแล้วทำการทดสอบหลังเรียนนำคะแนนที่ได้มาหาค่าดัชนีประสิทธิผล โดยนำคะแนนก่อนเรียนไปลบออกจากคะแนนหลังเรียนได้เท่าใด นำมาหารด้วยค่าที่ได้จากการทดสอบสูงสุดที่ผู้เรียนจะสามารถทำได้ลบด้วยคะแนนทดสอบโดยทำให้อยู่ในรูปร้อยละจากการคำนวณพบว่าค่าดัชนีประสิทธิผลจะมีค่าอยู่ระหว่าง -1.00 ถึง 1.00 หากค่าทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนเป็น 0 แสดงว่านักเรียนไม่มีการเปลี่ยนแปลง คือได้คะแนน 0 เท่าเดิม

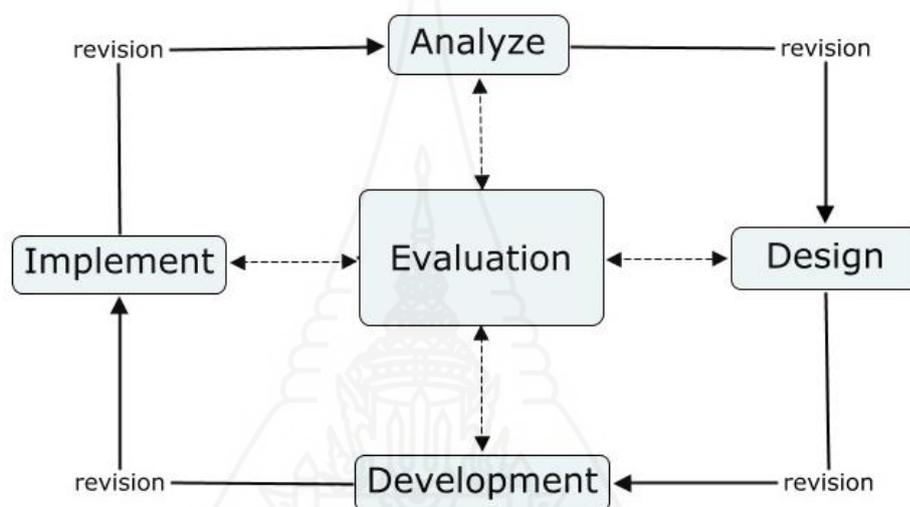
5. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาชุดฝึกอบรม ADDIE Model

ปัจจุบันการฝึกอบรมด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือ e-Training เป็นเทคโนโลยีการฝึกอบรมที่ใช้เพื่อสนับสนุน และเพิ่มช่องทางการเรียนรู้ของพนักงานในหน่วยงานหลายๆ แห่ง ทำให้ทั้งเจ้าหน้าที่ฝึกอบรมที่เป็นผู้สอนและหน่วยงานผู้รับผิดชอบด้าน e-Training ของหน่วยงานต่างๆ หาแนวทางเพื่อการออกแบบและการผลิตชุดฝึกอบรม e-Training ให้ได้เกิดทั้งประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ADDIE Model (Seels, Glasow, 1998, pp. 12) เป็น โมเดลการออกแบบที่ถูกนำมาใช้ในใช้เป็นแนวทางสำหรับการออกแบบการเรียนการสอนและการพัฒนาชุดฝึกอบรม e-Training ซึ่ง

เป็นแนวทางที่ใช้กันแพร่หลายเป็นสากล รูปแบบของ ADDIE Model ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่

1. วิเคราะห์ (A : Analyze)
2. การออกแบบ (D : Design)
3. การพัฒนา (D : Development)
4. การทดลองใช้ (I : Implementation)
5. การประเมินผล (E : Evaluation)



ภาพที่ 2.5 ความสัมพันธ์ของรูปแบบ ADDIE Model

รูปแบบการฝึกอบรม ADDIE Model มีรายละเอียดในแต่ละขั้นตอนดังนี้

1. วิเคราะห์ (Analysis) เป็นขั้นตอนการวิเคราะห์เพื่อการออกแบบการฝึกอบรม และเพื่อการผลิตชุดฝึกอบรมอิเล็กทรอนิกส์ โดยทั่วไปการวิเคราะห์นี้เจ้าหน้าที่ฝึกอบรมซึ่งถือว่าเป็นผู้เชี่ยวชาญเนื้อหา และทีมผู้ดำเนินการต้องทำงานร่วมกันร่วมกันตอบคำถามในการวิเคราะห์ เช่น ใครคือกลุ่มเป้าหมาย เนื้อหาอะไรที่จะเรียนหรือสอนผ่าน e-Training ต้องการให้ผู้รับการฝึกอบรมได้รับอะไร จะส่งข้อมูลสารสนเทศด้วยวิธีการ กิจกรรมอย่างไรบ้าง ในที่นี้ขออธิบายรายละเอียดการวิเคราะห์ เช่น

- 1.1 การวิเคราะห์เนื้อหาของชุดฝึกอบรม ผู้ออกแบบในขั้นนี้คือเจ้าหน้าที่ฝึกอบรมดำเนินการร่วมกับทีมนักออกแบบการสอน โดยการวิเคราะห์ที่เหมาะสมนั้นสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับการอบรมมากที่สุด และตรงกับเป้าหมาย โดยขั้นตอนการวิเคราะห์เนื้อหา คือ

- 1.1.1 ศึกษาวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรมของชุดฝึกอบรม

1.1.2 เขียนเนื้อหาสั้นๆ ทุกหัวเรื่องย่อย ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม

1.1.3 จัดลำดับเนื้อหา

1.1.4 จัดกลุ่มเนื้อหาเพื่อแบ่งเป็นหัวเรื่องย่อยๆ ตามปริมาณของเนื้อหา

1.1.5 จัดลำดับความสัมพันธ์ของเนื้อหาแต่ละหัวเรื่องย่อย

1.2 การวิเคราะห์ผู้รับการฝึกอบรม โดยวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลผู้รับการฝึกอบรม เช่น ระดับชั้น อายุ ความรู้พื้นฐาน เพื่อให้ได้ชุดฝึกอบรมที่มีคุณภาพ และเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

1.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม พกอุปกรณ์สนับสนุนการเรียนรู้ของผู้รับการฝึกอบรม เช่น จำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ในหน่วยงาน จำนวนผู้รับการฝึกอบรมที่คอมพิวเตอร์เป็นของตนเอง ความเร็วของ leaded line เป็นต้น

2. ขั้นตอนออกแบบ (Design) เป็นขั้นตอนประสานระหว่างสิ่งที่เป็นนามธรรมจากขั้นวิเคราะห์ โดยการแปลงความคิดและนำเสนอเป็นรูปธรรมในขั้นตอนออกแบบ เช่น การเขียนผังงาน การออกแบบ storyboard ขั้นตอนนี้เป็นหน้าที่ของกออกแบบการสอน นักเทคโนโลยีการศึกษาที่ต้องประสานงานร่วมกับพนักงานฝึกอบรมผู้เชี่ยวชาญเนื้อหา

2.1 การออกแบบชุดฝึกอบรม หมายถึง การนำตัวชุดฝึกอบรมที่ผ่านการออกแบบและวิเคราะห์จากขั้นวิเคราะห์ มาสร้างเป็นชุดฝึกอบรม e-Training ซึ่งจะประกอบด้วยส่วนต่างๆ ได้แก่ วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม เนื้อหา แบบทดสอบก่อนชุดฝึกอบรม (pre-test) คือ กิจกรรมวิธีการนำเสนอ และแบบทดสอบหลังชุดฝึกอบรม (post-test)

2.2 การออกแบบผังงาน (flowchart) หมายถึง แผนภูมิที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของบทดำเนินเรื่อง ซึ่งเป็นการจัดลำดับความสัมพันธ์ของเนื้อหาแต่ละส่วนบทดำเนินเรื่อง และการออกแบบบทดำเนินเรื่อง (storyboard) หมายถึง เรื่องราวของชุดฝึกอบรม ประกอบด้วยเนื้อหาที่แบ่งออกเป็นเฟรมๆ ตั้งแต่เฟรมแรกซึ่งเป็น Title ของชุดฝึกอบรม จนถึงเฟรมสุดท้าย บทดำเนินเรื่องจึงประกอบด้วย ภาพ ข้อความ เสียง หรือมัลติมีเดีย กิจกรรมการเรียนรู้ คำถาม-คำตอบ และรายละเอียดอื่นๆ

2.3 การออกแบบหน้าจอภาพ (screen design) การออกแบบหน้าจอภาพ หมายถึง การจัดพื้นที่และองค์ประกอบของจอภาพเพื่อใช้ในการนำเสนอเนื้อหา ภาพ กราฟิก เสียง สี ตัวอักษร และส่วนประกอบอื่นๆ การออกแบบชุดฝึกอบรม e-Training มิใช่การนำเนื้อหาจากเอกสารสื่อสิ่งพิมพ์เปลี่ยนที่การนำเสนอเนื้อหาไปที่ หน้าจอคอมพิวเตอร์เพียงเท่านั้น กล่าวโดยภาพรวมการออกแบบการออกแบบมีความ สอดคล้องกับเป้าหมาย วัตถุประสงค์ และ

เนื้อหาวิชา ขนาดของไฟล์ที่ใช้ ขนาดวัตถุต่าง ๆ ที่ปรากฏ ความแตกต่างของสีพื้นหน้าและพื้นหลัง และต้องคำนึงถึงความเร็วในการแสดงผลด้วย

3. การผลิตและพัฒนา (Develop) เป็นขั้นตอนของการลงมือปฏิบัติการสร้างชุดฝึกอบรมตามผลการออกแบบจากขั้น ตอนที่สอง ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่ต้องอาศัยผู้มีความเชี่ยวชาญหลายด้าน เช่น นักออกแบบคอมพิวเตอร์กราฟิก นักคอมพิวเตอร์ผู้ดูแลและจัดการระบบ การจัดการเรียนการสอน (LMS :learning management system) จากผลงานวิจัยของ จิรดา บุญอารยะกุล (2542) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การนำเสนอลักษณะของชุดฝึกอบรมคอมพิวเตอร์ช่วยสอนบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นแนวทางหนึ่งสำหรับผู้พัฒนาชุดฝึกอบรม e-Training ว่าควรคำนึงถึงองค์ประกอบในการพัฒนาชุดฝึกอบรม e-Training เช่น

3.1 ตัวอักษรของเนื้อหาข้อความภาษาไทยและภาษาอังกฤษควรใช้ตัวหัวกลมแบบธรรมดา (normal) ขนาด (size) ตั้งแต่ 10 ถึง 20 พอยท์ เช่น AngsanaUPC CordiaUPC BrowalliaUPC JasmineUPC Arial Helvetica ฯลฯ ในหนึ่งหน้าจควรมีเนื้อหา ไม่เกิน 8 -10 บรรทัดและควรใช้ลักษณะเหมือนกันรูปแบบเดียวตลอดหนึ่งชุดฝึกอบรม

3.2 ภาพกราฟิกควรใช้ภาพการ์ตูน ภาพวีดิทัศน์ ภาพล้อเสมือนจริงที่เป็นภาพเคลื่อนไหว 2 มิติ (animation) และ 3 มิติ (3D animation) โดยเลือกใช้ จำนวน 1 ถึง 3 ภาพภายในหนึ่งหน้าจอ และภาพพื้นหลัง (ถ้ามี) ควรใช้ภาพลายน้ำ สีจางลักษณะเดียวกันตลอดหนึ่งชุดฝึกอบรม

3.3 สีที่ปรากฏในจอภาพและสีของตัวอักษรข้อความไม่ควรใช้เกินจำนวน 3 สี โดยคำนึงถึงสีพื้นหลังประกอบด้วย

3.4 สื่อชี้แนะในการนำทาง (navigational aids) ควรเลือกใช้สัญลักษณ์ (icon) แบบปุ่มรูปภาพ, แบบรูปลูกศรพร้อมทั้งอธิบายข้อความสั้น ๆ ประกอบสัญลักษณ์หรือแสดง ข้อความ hypertext และใช้เมนูแบบปุ่ม (button), แบบ Pop Up ที่แสดง สัญลักษณ์สื่อความหมายได้เข้าใจชัดเจน

3.5 องค์ประกอบทั่วไปของโปรแกรมสามารถสืบค้นข้อมูลด้วย text box, Smart Search Engine ด้วยเทคนิค Pull Down, Scrolling Bar ข้อความเชื่อมโยง (hypertext link) ใช้อักษรตัวหนา, ตัวขีดเส้นใต้มีสีน้ำเงินเข้มเมื่อคลิกผ่านไปแล้วสีน้ำเงินจางลงโดย อาศัยรูปมือ (Cueing) กะพริบร่วมด้วย และการขยายลำดับข้อมูลสืบค้น (branching) ไม่ควรเกิน 3 ระดับ

นอกจากนี้แล้วการพัฒนาชุดฝึกอบรม e-Training ควรคำนึงถึงด้านของการหาปัจจัยสนับสนุนเพื่อให้งานต่อการพัฒนาชุดฝึกอบรมเช่น การเลือกใช้ ระบบบริการจัดการเนื้อหา (CMS :content management system) แหล่งสนับสนุนการเรียนรู้ URL ต่างๆ เป็นต้น

4. การนำไปใช้ (Implement) เป็นการนำชุดฝึกอบรมที่ผ่านการพัฒนาเป็นชุดฝึกอบรมในรูปแบบของสื่อดิจิทัลเผยแพร่บนระบบเครือข่าย (network) เพื่อให้ผู้รับการฝึกอบรมได้เรียนและร่วมกิจกรรมต่างๆ ซึ่งในขั้นตอนนี้เจ้าหน้าที่ฝึกอบรม และทีมผู้ดำเนินการผลิตจำเป็นต้องเก็บข้อมูลรวบรวมความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และปัญหาต่างๆ ที่พบจากการเรียนด้วย e-Training เพื่อการปรับปรุงต่อไป

5. การประเมิน (Evaluation) เป็นขั้นตอนที่ต้องดำเนินการกับทุกขั้นตอนในโมเดล ประกอบด้วย การประเมินการวิเคราะห์ การประเมินการออกแบบ การประเมินการพัฒนา และการประเมินเมื่อนำไปใช้จริงของระบบ e-Training โดยกระทำระหว่างดำเนินการ คือการประเมินระหว่างดำเนินงาน (formative evaluation) และประเมินภายหลังการดำเนินงาน (summative evaluation) การประเมินจะทำให้ผู้พัฒนาทราบข้อมูลเพื่อการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องในขั้นตอนต่างๆ

สำหรับการให้ความสำคัญขั้นตอนต่าง ๆ ในโมเดลการออกแบบการสอนที่ใช้ ADDIE นั้นควรให้ความสำคัญกับ 3 ลำดับแรก คือ การวิเคราะห์ การนำไปใช้ และการประเมิน ในสัดส่วนที่เท่ากัน ลำดับถัดมา คือการพัฒนา และลำดับสุดท้าย คือ การออกแบบโมเดล ADDIE เป็นขั้นตอนการออกแบบการสอน และการออกแบบการผลิตสื่อ e-Training แบบกลางๆ ที่ผู้ประสงค์จะพัฒนา e-Training สามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา หรือไปขยายรายละเอียดในขั้นตอนโมเดลนี้ให้ละเอียดและชัดเจนขึ้น ให้เหมาะสมและง่ายต่อการพัฒนาสื่อ และจัดการเรียนการสอนด้วย e-Training

6. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

6.1 ความหมายและประโยชน์ของความพึงพอใจ

นักการศึกษาหลายท่านได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ ดังนี้
 ประสาท อิศรปริดา (2541, น. 300) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง พลังที่เกิดจากพลังทางจิตที่มีผลไปสู่เป้าหมายที่ต้องการและหาสิ่งที่ต้องการมาตอบสนอง

สุชา จันทรหอม (2541, น. 17) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง พฤติกรรมที่ถูกกระตุ้นโดยแรงขับของแต่ละคน และมีแนวโน้มมุ่งไปสู่จุดมุ่งหมายปลายทางอย่างใดอย่างหนึ่งทำให้เกิดความต้องการ

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2544, น. 143) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการเรียนเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อการเรียนในทางบวก เป็นความสุขของบุคคลที่เกิดจากการเรียน

พชรพร ยุระยาตร์ (2547, น. 8) กล่าวถึงความพึงพอใจในการเรียนรู้ ดังนี้ โดยทั่วไปครูผู้สอนและนักศึกษามักมองว่า ความพึงพอใจในการเรียนรู้ผู้เรียนเป็นองค์ประกอบสำคัญส่วนหนึ่งของการสำเร็จในการเรียนรู้ ซึ่งผู้เรียนมีความคาดหวังว่าเมื่อตนได้พยายามทำกิจกรรมตามที่ได้รับมอบหมายหรือทำงานที่รับผิดชอบให้ประสบความสำเร็จแล้ว ก็ย่อมมีความพึงพอใจหรือความรู้สึกที่ดีต่อเรื่องนั้น นับว่าเป็นการเสริมแรงให้เกิดการเรียนรู้ที่ได้ผล ดังนั้น การเสริมแรงจึงทำให้ผู้เรียนรู้สึกเชื่อมั่นในการทำงานของตนที่จะทำให้ผู้เรียนเกิดความรู้สึกภาคภูมิใจ

กู๊ด (Good, 1973, pp. 161) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพหรือระดับความพึงพอใจที่เป็นผลมาจากความสนใจและเจตคติของบุคคลที่มีต่อการเรียน

เดวิส (Davis, 1981, pp. 83) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังกับผลประโยชน์ที่ได้รับ สรุปว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบ ยินดี เต็มใจ มีเจตคติที่ดีต่อสิ่งที่ได้ปฏิบัติและสามารถสนองตอบความต้องการของบุคคลนั้นได้ ดังนั้น ความพึงพอใจในการเรียนรู้ จึงหมายถึงความรู้สึกชอบ รู้สึกยินดีมีความตั้งใจและมีเจตคติที่ดีต่อการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนของผู้เรียน และกิจกรรมการเรียนการสอนนั้นสนองตอบความต้องการของผู้เรียนได้ ทำให้ผู้เรียนมุ่งหวังที่จะทำงานให้ประสบความสำเร็จ

ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ (2543, น. 54) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของความพึงพอใจไว้ว่า เป็นคำย่อของการอธิบายความรู้สึกเป็นอย่างไร คุณพฤติกรรมต่างๆ ได้มาก เช่น พูดว่า เขามีความพึงพอใจในการเรียน มีความหมายถึงเขารักการเรียน มีความสุข สนุกสนานที่ได้เรียน ทำอะไรได้หลายอย่างเพื่อการเรียน ความพึงพอใจใช้พิจารณาเหตุของพฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อบุคคลอื่น หรือสิ่งอื่นนั้น คือ ความพึงพอใจของคนสามารถส่งเสริมหรือยับยั้งสิ่งที่เขาจะแสดงออกได้

จากข้อความข้างต้น สรุปได้ว่า ความพึงพอใจในการเรียนมีความสำคัญและมีประโยชน์มาก หากผู้เรียนมีความพึงพอใจในการเรียนแล้วย่อมก่อให้เกิดผล ดังนี้คือ ผู้เรียนเกิดความกระตือรือร้นในการทำงาน ปฏิบัติกิจกรรม มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการเรียน สนใจเห็นคุณค่าของการเรียน มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูง

6.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกที่บุคคลมีต่อสิ่งที่ได้รับประสบการณ์และแสดงออกหรือมีพฤติกรรมตอบสนองความพึงพอใจนั้นจะมีมากขึ้นอยู่กับแรงจูงใจหรือการกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจ เพื่อให้งานหรือสิ่งนั้นประสบความสำเร็จ การศึกษาความพึงพอใจเป็นการศึกษาตามทฤษฎีทางพฤติกรรมศาสตร์ที่เกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์

ในการดำเนินกิจกรรมการเรียนการสอน ความพึงพอใจเป็นสิ่งสำคัญที่จะกระตุ้นให้ผู้เรียนทำงานที่ได้รับมอบหมายหรือต้องปฏิบัติให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ ครูผู้สอนจึงต้องคำนึงถึงความพึงพอใจในการเรียนรู้ของผู้เรียน เพราะถ้าเกิดความพึงพอใจต่อกิจกรรมการเรียนการสอน ผลการเรียนรู้ที่ดีก็จะเกิดขึ้น

ความพึงพอใจเป็นสิ่งสำคัญที่จะกระตุ้นให้ผู้เรียนทำงานที่ได้รับมอบหมายหรือต้องการปฏิบัติให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ ครูผู้สอนเป็นเพียงผู้อำนวยความสะดวกหรือให้คำแนะนำปรึกษาจึงต้องคำนึงถึงความพึงพอใจในการเรียนรู้ การทำให้ผู้เรียนเกิดความพึงพอใจในการเรียนรู้หรือการปฏิบัติงานมีแนวความคิดพื้นฐานที่ต่างกัน 2 ลักษณะ คือ

1) ความพึงพอใจนำไปสู่การปฏิบัติงาน การตอบสนองความต้องการ ผู้ปฏิบัติงานจนเกิดความพึงพอใจ จะทำให้เกิดแรงจูงใจในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานที่สูงกว่า ผู้ไม่ได้รับการตอบสนอง

จากแนวคิดดังกล่าว ครูผู้สอนที่ต้องการให้กิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลางบรรลุผลสำเร็จ จึงต้องคำนึงถึงการจัดบรรยากาศและสถานการณ์ รวมทั้งสื่อ อุปกรณ์การเรียนการสอนที่เอื้ออำนวยต่อการเรียน เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้เรียน ให้มีแรงจูงใจ ในการทำกิจกรรมจนบรรลุตามวัตถุประสงค์ของหลักสูตรในการปฏิบัติงานใดๆ ก็ตาม การที่ผู้ปฏิบัติงานจะเกิดความพึงพอใจต่อการทำงานนั้นมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับสิ่งจูงใจในงานที่มีอยู่ การสร้างสิ่งจูงใจหรือแรงกระตุ้นให้เกิดกับผู้ปฏิบัติงานจึงเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อให้การปฏิบัติงานนั้นๆ เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

2) ผลของการปฏิบัติงานนำไปสู่ความพึงพอใจ ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและผลการปฏิบัติงานจะถูกเชื่อมโยงด้วยปัจจัยอื่น ๆ ผลการปฏิบัติงานที่ดีจะนำไปสู่ผลตอบแทนที่เหมาะสม ซึ่งในที่สุดจะนำไปสู่การตอบสนองความพึงพอใจ ผลการปฏิบัติงานย่อมได้รับการตอบสนองในรูปของรางวัลหรือผลตอบแทน ซึ่งแบ่งออกเป็นผลตอบแทนภายใน (Intrinsic rewards) และผลตอบแทนภายนอก (Extrinsic rewards) โดยผ่านการรับรู้เกี่ยวกับความยุติธรรมของผลตอบแทน ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ปริมาณของผลตอบแทนที่ผู้ปฏิบัติงานได้รับ นั่นคือ ความพึงพอใจ ในงานของผู้ปฏิบัติงานจะถูกกำหนดโดยความแตกต่างระหว่างผลตอบแทนที่เกิดขึ้นจริง และการรับรู้เรื่องเกี่ยวกับความยุติธรรมของผลตอบแทนที่รับรู้แล้ว ความพึงพอใจย่อมเกิดขึ้น

จากแนวคิดพื้นฐานดังกล่าว เมื่อนำมาใช้ในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน ผลตอบแทนภายในหรือรางวัลภายใน เป็นผลด้านความรู้สึของผู้เรียนที่เกิดแก่ตัวผู้เรียนเอง เช่น ความรู้สึกต่อความสำเร็จที่เกิดขึ้นเมื่อสามารถเอาชนะความยุ่งยากต่างๆ และสามารถดำเนินงานภายใต้ความยุ่งยากทั้งหลายได้สำเร็จ ทำให้เกิดความภาคภูมิใจ ความมั่นใจ ตลอดจนได้รับการยก

ช่อกจากบุคคลอื่น ส่วนผลตอบแทนภายนอก เป็นรางวัลที่ผู้อื่นจัดทำให้มากกว่าที่ตนเองให้ตนเอง เช่น การได้รับคำยกย่องชมเชยจากครูผู้สอน พ่อแม่ ผู้ปกครอง หรือแม้แต่การได้คะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในระดับที่น่าพอใจ

สรุปได้ว่าความพึงพอใจในการเรียนและผลการเรียนจะมีความสัมพันธ์กันในทางบวก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่ากิจกรรมที่ผู้เรียนได้ปฏิบัตินั้นทำให้ผู้เรียนได้รับการตอบสนองความต้องการทางด้านร่างกายและจิตใจ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้เกิดความสมบูรณ์ของชีวิต มากน้อยเพียงใด นั่นคือสิ่งที่ครูผู้สอนจะคำนึงถึงองค์ประกอบต่างๆ เพื่อเสริมสร้างความพึงพอใจในการเรียนรู้ให้กับผู้เรียน

6.3 การวัดความพึงพอใจ

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2539, น. 138-140) แบ่งแบบวัดตามลักษณะข้อความที่ถามออกเป็น 2 ลักษณะคือ

6.3.1 แบบสำรวจปรนัย เป็นแบบวัดที่มีคำถามและคำตอบให้เลือกตอบ โดยที่ผู้ตอบตอบตามที่ตนเองมีความคิดเห็น และความรู้สึกลงเป็นข้อมูลที่มีการวิเคราะห์ด้วยเชิงปริมาณ

6.3.2 แบบสำรวจเชิงพรรณนา เป็นแบบสอบถามที่ผู้ตอบตอบด้วยคำพูดและข้อเขียนของตนเอง เป็นแบบสัมภาษณ์หรือคำถามปลายเปิดให้ผู้ตอบโดยอิสระ เป็นข้อมูลที่ได้ในเชิงคุณภาพ

จากเอกสาร ทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจข้างต้น ผู้วิจัยได้นำมากำหนดเป็นกรอบในการวัดความพึงพอใจของพนักงานขายที่มีต่อชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ทโฟน” สำหรับพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) โดยใช้แบบสำรวจแบบปรนัยมาตรวัด 5 ระดับ

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากฐานข้อมูลงานวิจัยในประเทศ และต่างประเทศ และวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่มีลักษณะคล้ายกัน ดังต่อไปนี้

6.1 งานวิจัยในประเทศ

ทวิวัฒน์ วัฒนกุลเจริญ (2557) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาชุดฝึกอบรมทางไกล เรื่องการสื่อสารการศึกษาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ สำหรับครูสังกัดเขตพื้นที่การศึกษานครปฐม เขต 1 ผลการวิจัยพบว่า ครูมีต้องการด้านเนื้อหาจำนวน 3 หน่วย ได้แก่ 1) ความรู้พื้นฐาน

การสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์เพื่อการศึกษา 2) การออกแบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อการศึกษา และ 3) การวิจัยการสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์เพื่อการศึกษา ผลการพัฒนาชุดฝึกอบรมทางไกล เรื่อง การสื่อสาร การศึกษาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์สำหรับครู ทั้ง 3 หน่วย มีประสิทธิภาพเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ 80/80 โดยผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีผลสัมฤทธิ์เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรมที่มีต่อการใช้ชุดฝึกอบรมทางไกลที่พัฒนาขึ้นพบว่า ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความพึงพอใจในระดับมากและข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ รูปแบบที่พัฒนาขึ้นช่วยให้นักศึกษาเรียนรู้เนื้อหาบทเรียน และช่วยฝึกให้นักศึกษาสืบค้นจากแหล่งความรู้ผ่านเครือข่าย อินเทอร์เน็ตฯ

ธีระนาถ ทีปะปาล (2554) ศึกษาวิจัยเรื่อง การสร้างบทเรียนออนไลน์เพื่อส่งเสริมการอ่านอย่างมีวิจารณญาณ โดยใช้ยุทธศาสตร์ เมตาคอกนิชัน วิชาภาษาอังกฤษพื้นฐาน ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ผลการศึกษาพบว่า พบว่า นักเรียน 10 คน ได้ใช้ยุทธศาสตร์เมตาคอกนิชันในการอ่านอย่างมีวิจารณญาณในระดับดี นักเรียนมีคะแนนสัมฤทธิ์หลังเรียนสูงกว่าคะแนนก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักเรียนมีความพึงพอใจต่อบทเรียนออนไลน์เพื่อส่งเสริมการอ่านอย่างมีวิจารณญาณ มีค่าเท่ากับ 4.28 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.39 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์มาก สรุปได้ว่า การสร้างบทเรียนออนไลน์เพื่อส่งเสริมการอ่านอย่างมีวิจารณญาณ โดยใช้ยุทธศาสตร์เมตาคอกนิชัน มีคุณภาพและสามารถนำไปใช้สอนได้

ชาญชัย โยธาสุทธิ (2554) ศึกษาเรื่อง ผลของการใช้ชุดฝึกอบรมมัลติมีเดียด้วยกระบวนการ MIAP เรื่องกฎเหล็กความปลอดภัยในโรงงานอุตสาหกรรมของบริษัทปูนซีเมนต์ไทย (ท่าหลวง) จำกัด ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพด้านเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.39 อยู่ในระดับดี คุณภาพด้านสื่อและการนำเสนอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.43 อยู่ในระดับดี และมีประสิทธิภาพ 86.41/90.67 สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ 80/80 ผลสัมฤทธิ์ทางการฝึกอบรมพบว่า ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีคะแนนสอบหลังการฝึกอบรมสูงกว่าก่อนการฝึกอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และความพึงพอใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรมที่มีต่อชุดฝึกอบรมมัลติมีเดียมีค่าเท่ากับ 3.93 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.74 ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความพึงพอใจต่อชุดฝึกอบรมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากการนำเสนอด้วยมัลติมีเดีย ซึ่งมีทั้งข้อความ ภาพและเสียง ได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์แบบ มีการนำเสนอเนื้อหาที่เริ่มจากการสร้างความน่าสนใจในการเรียนรู้ จากนั้นจึงให้เนื้อหาที่ครบถ้วนเพียงพอโดยเรียงลำดับความเหมาะสมจากสิ่งที่รู้แล้วไปยังสิ่งที่ยังไม่รู้ จากสิ่งที่ง่ายไปหาสิ่งที่ยาก

อภิเชษฐ วุฒิบูรณ์ (2554) ศึกษาเรื่อง ชุดฝึกอบรมวิชาชีพแบบฝึกปฏิบัติด้านคอมพิวเตอร์ เรื่อง ประกอบติดตั้งระบบปฏิบัติการและซ่อมบำรุง ในพื้นที่ประสบกรณีภัยพิบัติตามโครงการ

พระราชดำริของสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการชุดฝึกอบรมเรื่องการประกอบติดตั้งระบบปฏิบัติการและซ่อมบำรุง ชุดฝึกอบรมมีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80 ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ของผู้เรียนด้วยชุดฝึกอบรมพบว่า สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คะแนนจากการประเมินตามสภาพจริงของผู้เรียนด้วยชุดฝึกอบรมวิชาชีพแบบฝึกปฏิบัติด้านคอมพิวเตอร์ เรื่องการประกอบติดตั้งระบบปฏิบัติการและซ่อมบำรุงของผู้เรียนอยู่ในระดับดีมาก ตรงกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ความพึงพอใจของผู้เรียนด้วยชุดฝึกอบรมที่สร้างขึ้นอยู่ในระดับมาก เนื่องจากการออกแบบและพัฒนาขึ้นตามความต้องการของผู้เรียน และมีองค์ประกอบของสื่อมัลติมีเดียที่น่าสนใจ สรุปได้ว่า ชุดฝึกอบรมวิชาชีพแบบฝึกปฏิบัติด้านคอมพิวเตอร์ เรื่อง ประกอบติดตั้งระบบปฏิบัติการและซ่อมบำรุงมีประสิทธิภาพดี สามารถใช้ฝึกอบรมและเรียนรู้ด้วยตนเองได้

สุภาภรณ์ ราชจินดา (2554) ศึกษาเรื่อง การผลิตสื่อวีดิทัศน์การสอนแบบสาธิตบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ เรื่อง การจัดเตรียมห้องพัก ผลการวิจัยพบว่า ผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาจำนวน 3 ท่าน ปรากฏว่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.11 อยู่ในระดับดีมาก ด้านสื่อวีดิทัศน์การสอนแบบสาธิต จำนวน 3 ท่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.19 อยู่ในระดับดีมาก สื่อวีดิทัศน์การสอนแบบสาธิตที่สร้างขึ้นมีประสิทธิภาพสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ 82.08/84.72 คะแนนจากการประเมินการปฏิบัติงานตามสภาพจริงของผู้เรียนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.47 ซึ่งอยู่ในระดับดีมาก เมื่อนำคะแนนสอบก่อนเรียนและหลังเรียนมาวิเคราะห์เพื่อหาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนพบว่า คะแนนสอบหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และผู้เรียนมีความพึงพอใจต่อสื่อวีดิทัศน์การสอนแบบสาธิต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.29 ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เพราะผู้วิจัยได้ศึกษาหลักการสร้าง มีสื่อวีดิทัศน์ประกอบการเรียนการสอนสาธิต มีแบบฝึกปฏิบัติที่ดีและหลักทฤษฎีการเรียนรู้ทางจิตวิทยา ซึ่งสรุปได้ว่า สื่อวีดิทัศน์การสอนแบบสาธิตบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เรื่องการจัดเตรียมห้องพัก มีคุณภาพดี สามารถใช้สอนและเรียนรู้ด้วยตนเองได้

นุชนาฏ ใจดำรงค์ (2553) ทำการศึกษาการพัฒนารูปแบบ e-Training สำหรับบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษา ผลการวิจัยผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่ารูปแบบ e-Training ที่พัฒนาขึ้นมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากและเมื่อนำรูปแบบ e-Training ที่พัฒนาขึ้นไปทดลองใช้พบว่าผู้เข้ารับการฝึกอบรมตามรูปแบบ e-Training มีผลสัมฤทธิ์ในการฝึกอบรมหลังจากฝึกอบรมสูงขึ้นกว่า ก่อนฝึกอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความพึงพอใจในรูปแบบ

e-Training ในระดับมากรูปแบบ e-Training ที่พัฒนาขึ้นจึงสามารถนำไปใช้สำหรับการพัฒนาโปรแกรมการฝึกอบรมสำหรับบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ศศิธร กนิษฐสวัสดิ์ (2553, น. 109–115) ได้ศึกษาผลการจัดการเรียนรู้โดยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต วิชาคอมพิวเตอร์ เรื่องการใช้งาน โปรแกรมคำนวณ 2007 สำหรับนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ผลการวิจัยพบว่า ชุดฝึกอบรมมีประสิทธิภาพสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด อีกทั้งรูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ช่วยให้ผู้เรียนมีความสนใจ กระตุ้นการเรียนรู้ของผู้เรียนได้ดี เนื้อหาสื่อประกอบผลิตในรูปแบบมัลติมีเดียมีตัวอักษร ภาพประกอบ ภาพเคลื่อนไหว ดึงดูดความสนใจของผู้เรียน และมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนและผู้เรียนผ่านทางกระดานข่าวและอีเมล ส่งเสริมการอภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็น รวมถึงการออกแบบกิจกรรมตามทฤษฎีการเรียนรู้ของกาย์ (Gagné) ส่งผลให้ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น และมีความพึงพอใจชุดฝึกอบรมอยู่ในระดับดีมากทุกด้าน ที่เป็นเช่นนี้เพราะ ความน่าสนใจ น่าติดตามชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ความรู้ความเข้าใจและสามารถย้อนกลับมาทบทวนเนื้อหาได้อีก ไม่น่าเบื่อ มีภาพเคลื่อนไหวช่วยเร้าความสนใจในการเรียน

อุไรวรรณ โสภา (2553) ศึกษาวิจัยเรื่อง การสร้างบทเรียนออนไลน์แบบฝึกปฏิบัติ เรื่อง การสร้างเว็บเพจโครงงาน ผลการวิจัยพบว่า 1) บทเรียนออนไลน์ที่สร้างขึ้นมีคุณภาพด้านเนื้อหาของบทเรียนออนไลน์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.25 อยู่ในระดับดีมาก ผลการประเมินคุณภาพด้านการผลิตสื่อของบทเรียนออนไลน์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.72 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.23 อยู่ในระดับดีมาก 2) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนเมื่อนำคะแนนสอบก่อนเรียนและหลังเรียนมาวิเคราะห์เพื่อหาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนพบว่า คะแนนสอบหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.13 3) ความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อบทเรียนออนไลน์มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.86 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.22 เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ พบว่า อยู่ในเกณฑ์ดีมาก 4) ผลการประเมินการเรียนตามสภาพจริงจากการเรียนบทเรียนออนไลน์มีคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.05 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.55 แสดงว่า ผู้ที่เรียนด้วยบทเรียนออนไลน์แบบฝึกปฏิบัติ เรื่องการสร้างเว็บเพจโครงงานอยู่ในเกณฑ์ดี ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในเกณฑ์ความพึงพอใจดีมาก เนื่องจากบทเรียนมีการออกแบบและสร้างขึ้นตามความต้องการของผู้เรียน และในตัวบทเรียนมีกิจกรรมส่งเสริมความรู้ความเข้าใจและฝึกปฏิบัติ

อัจฉรา อรุชโนประการ (2552) ศึกษาเรื่อง การสร้างบทเรียนออนไลน์แบบกิจกรรมกลุ่ม โดยวิธีการเรียนแบบผสมผสาน เรื่องการสื่อสารข้อมูลและเครือข่ายคอมพิวเตอร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ผลการวิจัยพบว่า 1) บทเรียนออนไลน์แบบกิจกรรมกลุ่มโดยใช้วิธีการเรียน

แบบผสมผสาน เรื่องการสื่อสารข้อมูลและระบบเครือข่ายของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ที่ได้มีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก 2) ผลการใช้บทเรียนออนไลน์แบบกิจกรรมกลุ่ม โดยใช้วิธีการเรียนแบบผสมผสาน เรื่อง การสื่อสารข้อมูลและระบบเครือข่ายของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ที่สร้างขึ้น ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยการวิเคราะห์ด้วย T-Test มีค่าเท่ากับ 28.22 3) ความคิดเห็นของผู้เรียนมีความพึงพอใจต่อบทเรียนออนไลน์ในระดับดีมาก 4) ผลการประเมินการเรียนตามสภาพจริงจากการเรียนบทเรียนออนไลน์โดยใช้วิธีการแบบผสมผสานอยู่ในระดับดีมาก เนื่องจากบทเรียนมีการออกแบบและพัฒนาขึ้นตามความต้องการของผู้เรียน และในตัวบทเรียนมีกิจกรรมส่งเสริมความรู้ความเข้าใจและการเรียนรู้ร่วมกัน

ธัญญ์ชลิตา สิทธิฐรินท์กุล (2552) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การสร้างสื่อมัลติมีเดีย โดยใช้กระบวนการสอนแบบซินแนปติกส์ (Synaptics) เรื่อง การถ่ายภาพเชิงพาณิชย์ สำหรับนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยอาชีวศึกษาธนบุรี ผลการวิจัยพบว่า สื่อมัลติมีเดียที่พัฒนาขึ้นมีคุณภาพอยู่ในเกณฑ์ดี ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น เมื่อนำผลต่างระหว่างการทดสอบหลังเรียนและก่อนเรียนหาความแตกต่างโดยใช้ t-test ค่า t ที่ได้จากการคำนวณคือ 17.48 ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักเรียนมีผลการเรียนเพิ่มขึ้นอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนด และเมื่อจัดกิจกรรมการเรียนรู้สื่อมัลติมีเดียโดยใช้กระบวนการสอนแบบซินแนปติกส์ โดยพิจารณาเป็นรายด้านตามลักษณะการประเมินผลงานก่อนการจัดกิจกรรม พบว่า ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านแนวความคิด ด้านการถ่ายภาพ และด้านความคิดสร้างสรรค์ในผลงาน อยู่ในระดับพอใช้ ด้านการประเมินผลงานของนักเรียนหลังการจัดกิจกรรมในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก และด้านประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ในส่วนภาพรวมโปรแกรมด้านความเหมาะสมของเทคนิคการเปลี่ยนกรอบเนื้อหา ตรงตามวัตถุประสงค์ ออกแบบให้มีปฏิสัมพันธ์สะดวกและใช้ง่าย มีรายละเอียดของเนื้อหาที่ต้องการ ตัวอักษรและภาพนิ่งมีความเหมาะสมสอดคล้องกับเนื้อหา

เมธิ ปิยะคุณ และ สุรัชย์ เลิศธนาผล (2551) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาชุดฝึกอบรมแบบ e-Training เรื่องทักษะการสอนงานสำหรับหัวหน้างาน ผลการวิจัย พบว่า (1) ได้ชุดฝึกอบรมแบบ e-Training เรื่อง ทักษะการสอนงาน สำหรับหัวหน้างาน (2) ได้รูปแบบการฝึกอบรมแบบ e-Training ผู้เข้ารับการฝึกอบรม มีความรู้เพิ่มขึ้น และมีความพึงพอใจเกี่ยวกับวิธีการฝึกอบรม เรื่อง ทักษะการสอนงานสำหรับหัวหน้างานในระดับมากที่สุด

จากการศึกษางานวิจัยในประเทศที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ พบว่า การสอนหรือการฝึกอบรมด้วยการใช้ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ช่วยให้ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น และผู้เรียนส่วนมากแสดงความพึงพอใจต่อชุดฝึกในระดับมาก อาจกล่าวได้ว่า ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่สร้างขึ้นเป็นสื่อแห่งการเรียนรู้ที่มีประโยชน์

อย่างยิ่งสำหรับใช้ประกอบการฝึกอบรม หรือ การเรียนการสอน การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับผู้เรียนจะทำให้ผู้เรียนเกิดความรู้ความเข้าใจเนื้อหาเพิ่มขึ้น

6.2 งานวิจัยในต่างประเทศ

เดอรูน, ฟริชเชอร์ และ ซาลาซ (DeRouin, Fritzsche; & Salas. 2004, pp. 147-162) ได้กล่าวถึงรูปแบบการให้ผู้อบรมควบคุมการเรียนของตนเองผ่านระบบเครือข่าย โดยมองว่ากลุ่มผู้เรียนที่อยู่ในวัยทำงานจะมีความสนใจที่แตกต่างจากกลุ่มผู้เรียนในวัยเรียน โดยจะให้ความสำคัญกับความรู้ที่นำมาใช้ในงานของตนเอง อีกทั้งยังมีปัจจัยในเรื่องของวัฒนธรรมองค์กร ผลตอบแทนที่เข้ามามีบทบาทต่อการศึกษาค้นคว้าความรู้ โดยผู้วิจัยได้นำเสนอรูปแบบการควบคุมการเรียนของตนเอง ซึ่งจะต้องใช้เวลาในการเรียนรู้ สวนทางกับเป้าหมายของการอบรมในด้านการประหยัดเวลาและงบประมาณ อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยได้สรุปว่าจะเป็นสิ่งที่มีคุณค่า เนื่องจากผู้เรียนจะสามารถพัฒนาตนเองให้กลายเป็นผู้เชี่ยวชาญได้ อีกทั้ง ยังช่วยในการควบคุมค่าใช้จ่าย อีกทั้ง จะช่วยให้พนักงานปรับเปลี่ยนรูปแบบการอบรมจากที่ต้องรอให้องค์กรป้อนความรู้ให้ มาเป็นการเรียนรู้ด้วยตนเอง การค้นคว้าหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานของตนเอง

สโตรเทอร์ (Strother, 2002, pp. 1-17) ได้ศึกษาค้นคว้าการประเมินประสิทธิผลของ e-Learning ในการฝึกอบรมขององค์กร โดยกล่าวว่า องค์กรในปัจจุบันพยายามที่จะมองหาช่องการฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพแต่ใช้งบประมาณที่น้อยกว่ารูปแบบการอบรมแบบเดิม จึงได้นิยามหันมาใช้ e-Learning ในการให้ความรู้กับพนักงาน จากการศึกษาค้นคว้าสรุปได้ว่าการอบรมผ่านระบบเครือข่ายนั้นสะดวกสบาย มีประสิทธิภาพในการให้ความรู้ อีกทั้ง ยังเป็นการใช้งบประมาณได้คุ้มค่า ซึ่งตอบสนองความต้องการทั้ง ขององค์กร พนักงาน รวมถึงลูกค้า

กุนาวาร์ดานา (Gunawardana, 2008) ได้กล่าวถึงความคิดเห็นของผู้นำองค์กรที่มีต่อการอบรมผ่านระบบ e-Learning ขององค์กร ภายในประเทศศรีลังกา โดยกล่าวถึงปฏิกิริยาของผู้นำบริษัทที่มีต่อรูปแบบการเรียนผ่านระบบเครือข่าย ซึ่งพบว่าส่วนใหญ่ผู้นำบริษัทมีความเห็นเชิงบวกในการอบรมรูปแบบดังกล่าว อย่างไรก็ตามพบว่าในภาพรวมการลงทุนเกี่ยวกับ e-Learning ในบริษัทเอกชนอยู่ในระดับต่ำ โดยบริษัทส่วนใหญ่ยังคงให้ความสำคัญกับการอบรมในรูปแบบเดิม ซึ่งในปัจจุบันได้มีหลายบริษัทนำเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต และการรับส่ง E-mail เข้ามาช่วยในการพัฒนาบุคลากรของตน โดยมีแนวโน้มที่จะลงทุนเพิ่มมากขึ้น

จากการศึกษางานวิจัยในต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นชุดฝึกอบรมที่ควรค่าแก่การลงทุนเพราะเป็นการใช้งบประมาณ ได้อย่างคุ้มค่า ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง และผู้บริหารมีความเห็นเชิงบวกต่อชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ สรุปได้ว่า รูปแบบการฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นการฝึกอบรมที่พัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียน ส่งผลให้ผู้รับการฝึกอบรมมีประสิทธิภาพในการเรียนรู้เทียบเท่าได้กับการฝึกอบรมแบบเดิมหรือมากกว่าก่อให้เกิดประโยชน์ทางบวกต่อผู้เรียน เนื่องจากการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์สามารถพัฒนาความเข้าใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรม ซึ่งเป็นผลมาจากการที่ผู้เข้ารับการฝึกอบรมสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองตามจังหวะการเรียนรู้ของแต่ละบุคคล สามารถวางแผนการเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง โดยไม่จำกัดเวลาและสถานที่ สามารถสื่อสารและสืบค้นได้อย่างกว้างขวางบนเครือข่าย มีความน่าสนใจ สะดวก และประหยัด สอดคล้องกันทั้งงานวิจัยในประเทศและต่างประเทศ



บทที่ 3

การศึกษาและวิเคราะห์ระบบ

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนาชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานขายบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน)” เป็นการวิจัยเชิงพัฒนา ผู้วิจัยขอเสนอวิธีดำเนินการวิจัยตามลำดับ ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการสร้างเครื่องมือ
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

1.1 ประชากร แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ประกอบด้วย

1.1.1 **ผู้บริหาร** ได้แก่ ผู้จัดการฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับงานฝึกอบรมของบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) จำนวน 6 คน

1.1.2 **ผู้ปฏิบัติงานในตำแหน่งเจ้าหน้าที่ฝึกอบรม** จำนวน 8 คน

1.1.3 **พนักงานขายบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน)** ได้แก่ พนักงานขายหน้าร้าน พนักงานส่งเสริมการขาย และพนักงานหน่วยแทน จำนวน 440 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 1 ตุลาคม 2557)

1.1.4 **กลุ่มลูกค้า** ได้แก่ ลูกค้าที่ซื้อโทรศัพท์สมาร์ตโฟน “ไอ-โมบาย” ในภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และ กรุงเทพมหานคร ระหว่างวันที่ 15 กุมภาพันธ์ – 15 มีนาคม 2558

1.2 กลุ่มตัวอย่าง แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

1.2.1 **กลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับความต้องการในการพัฒนาชุดฝึกอบรมอิเล็กทรอนิกส์** จำนวน 23 คน

ตารางที่ 3.1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการวิเคราะห์

ลำดับที่	ประชากร	จำนวน (คน)
1	กลุ่มผู้บริหาร ได้แก่ ผู้จัดการฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การตลาด	5
2	กลุ่มผู้ปฏิบัติงานในตำแหน่งฝึกอบรมผลิตภัณฑ์	5
3	พนักงานขาย	10
4	ลูกค้าที่ซื้อสมาร์ตโฟน ไอ-โมบาย	3
รวมทั้งสิ้น		23

- 1) กลุ่มผู้บริหาร จำนวน 5 คน โดยใช้ประชากรทั้งหมดเป็นกลุ่มตัวอย่าง
- 2) กลุ่มผู้ปฏิบัติงานในตำแหน่งเจ้าหน้าที่ฝึกอบรม จำนวน 5 คน โดยใช้ประชากรทั้งหมดเป็นกลุ่มตัวอย่าง
- 3) พนักงานขาย จำนวน 10 คนแบ่งเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และ กรุงเทพมหานคร กลุ่มละ 2 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ และใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย
- 4) ลูกค้า จำนวน 3 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ และใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบง่าย

1.2.2 **กลุ่มทดลองชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์** เพื่อการทดลองในขั้นตอนการพัฒนาชุดฝึกอบรม ได้แก่ พนักงานขาย จำนวน 13 คน ประกอบด้วย

- 1) การทดลองครั้งที่ 1 เป็นการทดลองแบบเดี่ยว (1:1) ใช้พนักงานขายเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิตามระดับความสามารถ เก่ง ปานกลาง อ่อน โดยใช้ระดับคะแนนในการทดสอบประจำปีของบริษัทฯ เป็นตัวกำหนดระดับความสามารถ
 - 2) การทดลองครั้งที่ 2 เป็นการทดลองแบบกลุ่ม (1:10) ใช้พนักงานขายกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิตามระดับความสามารถ เก่ง ปานกลาง อ่อน โดยใช้ระดับคะแนนในการทดสอบประจำปีของบริษัทฯ เป็นตัวกำหนดระดับความสามารถ
- ผู้วิจัยได้คำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างเพื่อใช้ในการประเมินประสิทธิภาพและวัดความพึงพอใจโดยใช้ G*Power โดยเลือกสถิติ t-test ค่า $d=0.50$, $\alpha = .05$ ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน

176 คน (ภาคผนวก ก) ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 192 คน แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1.2.3 กลุ่มประเมินประสิทธิภาพและวัดความพึงพอใจที่มีต่อชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 48 คน คัดเลือกตัวอย่างแบบงานเพื่อทดลองภาคสนาม (1:100) เป็นการประเมินประสิทธิภาพและวัดความพึงพอใจ ส่วนจำนวนที่เหลือ 48 คน ผู้วิจัยไม่ได้นำมาทดสอบ เพราะเป็นพนักงานชายที่ไม่ได้ฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

1.2.4 กลุ่มเปรียบเทียบความสามารถของพนักงาน ที่ได้รับการฝึกอบรมโดยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และ กลุ่มพนักงานที่ได้รับการฝึกอบรมตามวิธีปกติ โดยสอบถามจากลูกค้าที่ซื้อสมาร์ตโฟน จำนวน 96 คน แบ่งเป็น

- 1) ลูกค้าที่ซื้อสมาร์ตโฟนกับพนักงานชายที่ได้รับการฝึกอบรม ด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น จำนวน 48 คน
- 2) ลูกค้าที่ซื้อสมาร์ตโฟนกับพนักงานชายที่ไม่ได้รับการฝึกอบรม ด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น จำนวน 48 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการสร้างเครื่องมือ

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ตัวแบบ ADDIE Model เป็นกรอบแนวคิดในการพัฒนาชุดฝึกอบรม (Seels and Glasow, 1998, pp. 12) ซึ่งประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การวิเคราะห์สภาพปัจจุบันและความต้องการ 2) การออกแบบรูปแบบชุดฝึกอบรม 3) การพัฒนาเครื่องมือของรูปแบบชุดฝึกอบรม 4) การทดลองใช้รูปแบบชุดฝึกอบรม และ 5) การประเมินผลรูปแบบชุดฝึกอบรม ดังนี้

2.1 การวิเคราะห์สภาพปัจจุบันและความต้องการ ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสัมภาษณ์ความต้องการด้านเนื้อหาสำหรับพนักงานชายเพื่อพัฒนาชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อสัมภาษณ์ปัญหาและความต้องการด้านเนื้อหาเทคนิคการขายสมาร์ตโฟนของผู้เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ฝึกอบรม พนักงานชาย และลูกค้า (ภาคผนวก ก) ในการสร้างแบบสัมภาษณ์มีขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 ศึกษาเอกสาร หนังสือ คู่มือ บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเทคนิคการขายและสมาร์ตโฟน

ขั้นที่ 2 เขียนแนวทางคำสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องทั้ง 4 กลุ่ม ประกอบด้วย

กลุ่มที่ 1 ได้แก่ ผู้จัดการฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและการฝึกอบรมของบริษัท สามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) จำนวน 5 คน

กลุ่มที่ 2 ได้แก่ เจ้าหน้าที่ฝึกอบรมของบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) จำนวน 5 คน

กลุ่มที่ 3 ได้แก่ พนักงานขายบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) จำนวน 10 คน

กลุ่มที่ 4 ได้แก่ ลูกค้าที่ซื้อ โทรศัพท์สมาร์ตโฟนของบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) จำนวน 3 คน

ขั้นที่ 3 นำแนวคำสัมภาษณ์ส่งให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง ความชัดเจนของการใช้ภาษาและความตรงของเนื้อหา มีการปรับปรุงแนวคำสัมภาษณ์ 1 ครั้ง เกี่ยวกับข้อความที่ซ้ำซ้อน ผู้วิจัยได้ปรับปรุงเครื่องมือจนกระทั่งได้คำถามที่ชัดเจน ตรงประเด็น และเข้าใจได้ง่าย

ขั้นที่ 4 สัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องทั้ง 4 กลุ่ม ตามรายละเอียดขั้นที่ 2

ขั้นที่ 5 วิเคราะห์คำสัมภาษณ์เพื่อหาปัญหาและความต้องการด้านเนื้อหา เทคนิค การขายสมาร์ตโฟน หลังจากนั้นนำมากำหนดสาระสำคัญที่บรรจุในชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานขายบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน)

2.2 การออกแบบรูปแบบชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เมื่อทราบถึงปัญหาและความ ต้องการด้านเนื้อหาเรื่องเทคนิคการขายสมาร์ตโฟนของกลุ่มตัวอย่าง มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 กำหนดจุดประสงค์และจัดทำเนื้อหาชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์

ขั้นที่ 2 นำผลการวิเคราะห์ด้านเนื้อหาของชุดฝึกอบรม โดยการศึกษาผลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 กลุ่ม ว่ามีความต้องการเนื้อหาด้านใด มีปัญหาอะไร และแนวทาง สนองตอบความต้องการด้านเนื้อหา และแนวทางแก้ไขปัญหาที่พนักงานขายประสบ โดยจัดกลุ่ม เนื้อหาและลำดับความสัมพันธ์ของเนื้อหาเพื่อนำจัดทำชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์เรื่อง “เทคนิค การขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานขายบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ทำให้ได้ หน่วยการเรียนรู้ทั้งหมด 5 หน่วยการเรียนรู้ ได้แก่

หน่วยที่ 1 เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน

หน่วยที่ 2 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสมาร์ตโฟน

หน่วยที่ 3 สมาร์ตโฟน กลุ่ม ไอ-สไตล์ (i-Style)

หน่วยที่ 4 สมาร์ตโฟน กลุ่ม ไอคิว (IQ)

หน่วยที่ 5 การใช้งานสมาร์ตโฟนเบื้องต้น

ขั้นที่ 3 จัดทำแบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา (ภาคผนวก ข)

ขั้นที่ 4 ทำหนังสือขอแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน (ภาคผนวก ค) และส่งเอกสารชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้วิจัยพัฒนาให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ทางด้านเนื้อหาประเมินคุณภาพโดยการตรวจสอบความเหมาะสมและถูกต้องของเนื้อหา

ขั้นที่ 5 ปรับปรุงและแก้ไขชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิแนะนำ

2.3 การพัฒนาเครื่องมือของรูปแบบชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์เรื่อง “สมาร์ทโฟน” สำหรับพนักงานขายบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 เขียนแผนผังแนวคิด นำเนื้อหาความรู้เรื่องเทคนิคการขายสมาร์ทโฟนทั้ง 5 หน่วย ที่ปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว นำมาทำแผนผังแสดงความสัมพันธ์ของแนวคิด ทั้งหมด 5 หน่วยการเรียนรู้

ขั้นที่ 2 การออกแบบลำดับเนื้อหา ผู้วิจัยได้นำหัวข้อเรื่องของเนื้อหาเสนอบนหน้าจอตามลำดับดังนี้

1. การกำหนดสาระสำคัญของแต่ละหน่วยการเรียนรู้
2. การกำหนดเนื้อหาของแต่ละหน่วยการเรียนรู้
3. พิจารณาภาพประกอบที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา เพื่อให้พนักงานขายเข้าใจในหน่วยการเรียนรู้มากยิ่งขึ้น

4. การกำหนดกิจกรรมประจำหน่วยการเรียนรู้

ขั้นที่ 3 การเขียนและเสนอเนื้อหา การเขียนและเสนอเนื้อหาแต่ละหน้าของชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่สำคัญ ได้แก่

1. คำชี้แจงการใช้ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ทโฟน” สำหรับพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน)

2. แบบทดสอบก่อนเรียน

3. หน่วยที่ 1 เทคนิคการขายสมาร์ทโฟน

4. หน่วยที่ 2 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสมาร์ทโฟน

5. หน่วยที่ 3 สมาร์ทโฟน กลุ่ม ไอ-สไตล์ (i-Style)

6. หน่วยที่ 4 สมาร์ทโฟน กลุ่ม ไอคิว (IQ)

7. หน่วยที่ 5 การใช้งานสมาร์ทโฟนเบื้องต้น

8. กิจกรรมประจำหน่วยในแต่ละหน่วยการเรียนรู้

9. แบบทดสอบหลังเรียน

ขั้นที่ 4 กำหนดกิจกรรม แนวคำตอบและการสร้างแบบประเมิน

ขั้นที่ 5 นำชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่พัฒนาขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิทางการ ออกแบบระบบ e-Training จำนวน 3 ท่าน (ภาคผนวก ง) ประเมินคุณภาพโดยการตรวจสอบความ เหมาะสมด้านการออกแบบ

2.4 แบบทดสอบก่อนและหลังฝึกอบรม (pre-test, post-test) เป็นแบบทดสอบ

ลักษณะ quasi เป็นแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน 2 ชุด โดยเป็นแบบทดสอบคู่ขนาน (ภาคผนวก จ) โดยปรับปรุงขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวัดผลลัพท์ ดังนี้

ขั้นที่ 1 กำหนดจุดมุ่งหมายของแบบทดสอบ โดยศึกษาทฤษฎี และเอกสารงานวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบบทดสอบ

ขั้นที่ 2 กำหนดเนื้อหาและสิ่งที่ต้องการทดสอบตามหน่วยการเรียนดังนี้

หน่วยที่ 1 เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน

หน่วยที่ 2 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสมาร์ตโฟน

หน่วยที่ 3 สมาร์ตโฟน กลุ่ม ไอ-สไตล์ (i-Style)

หน่วยที่ 4 สมาร์ตโฟน กลุ่ม ไอคิว (IQ)

หน่วยที่ 5 การใช้งานสมาร์ตโฟนเบื้องต้น

ขั้นที่ 3 สร้างแบบทดสอบให้เลือกตอบ ชนิด 4 ตัวเลือก เป็นข้อสอบคู่ขนานก่อน และหลังเรียน จำนวน 30 ข้อ

ขั้นที่ 4 นำแบบทดสอบก่อนและหลังเรียนที่สร้างแล้วให้ผู้ทรงคุณวุฒิด้านเนื้อหา 3 ท่าน (ภาคผนวก ค) พิจารณาตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมและตรงตามจุดประสงค์

ขั้นที่ 5 นำแบบทดสอบที่ได้ปรับปรุงตามคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านเนื้อหา

ขั้นที่ 6 จัดทำแบบทดสอบให้สมบูรณ์ โดยเลือกข้อสอบตามสัดส่วนที่กำหนดใน วัตถุประสงค์การเรียนรู้

ขั้นที่ 7 บอกคำแนะนำในการสอบ

ขั้นที่ 8 นำแบบทดสอบไปทำการทดสอบกับพนักงานขายที่ได้รับฝึกอบรมด้วยชุด ฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 48 คน

ขั้นที่ 9 ทำแบบทดสอบฉบับสมบูรณ์

2.5 แบบสอบถามความพึงพอใจของพนักงานขายที่มีต่อชุดฝึกอบรมสื่อ

อิเล็กทรอนิกส์เรื่อง “สมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานขายบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) เป็นแบบสอบถามความพึงพอใจของพนักงานขายที่มีต่อชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้วิจัยสร้าง ขึ้น มีขั้นตอนดังนี้

1. กระบวนการสร้างแบบสอบถาม

- 1.1 ศึกษาเอกสาร หนังสือ และบทความเกี่ยวกับแบบสอบถาม เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้
- 1.2 ศึกษาเกี่ยวกับชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ จากเอกสาร หนังสือ และบทความต่างๆ
- 1.3 นำความรู้จากข้อ 1-2 มาสร้างแบบสอบถาม
- 1.4 นำแบบสอบถามให้ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านเนื้อหาประเมินพิจารณาความถูกต้องและเหมาะสมของเนื้อหา
- 1.5 ปรับปรุงและแก้ไขแบบสอบถามตามที่คุณผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านเนื้อหาแนะนำ

2. สร้างแบบสอบถาม มาตรวัด 5 ระดับ เพื่อสอบถามความคิดเห็นของพนักงานขายที่มีต่อชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 30 ข้อ

3. การจัดแปลความหมายข้อมูล ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานสำหรับคำถาม โดยครอบคลุมเกี่ยวข้องกับความคิดเห็นเกี่ยวกับชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์โดยกำหนดรูปแบบของแบบสอบถามโดยใช้แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ที่มีระดับให้เลือก 5 ระดับ โดยผู้วิจัยปรับปรุงจากแนวคิดของ กาญจนา วัฒยา (2544, น. 94) กำหนดให้แต่ละข้อความ มีค่าน้ำหนักคะแนนดังนี้

ระดับความคิดเห็น	มีค่าระดับ
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
ควรปรับปรุง	1

ภายหลังจากคำนวณค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแล้วได้กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด. 2543, น. 101) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
4.51 – 5.00	มากที่สุด
3.51 – 4.50	มาก
2.51 – 3.50	ปานกลาง
1.51 – 2.50	น้อย

1.00 – 1.50

น้อยที่สุด

การสรุปความคิดเห็นของพนักงานขายที่มีต่อชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ทโฟน” วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แล้วนำผลไปวิเคราะห์โดยมีเกณฑ์การตัดสินจากคะแนนเฉลี่ยดังนี้

4.50-5.00	หมายถึง	มีความพึงพอใจในระดับดีมาก
3.50-4.49	หมายถึง	มีความพึงพอใจในระดับดี
2.50-3.49	หมายถึง	มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง
1.51-2.49	หมายถึง	มีความพึงพอใจในระดับน้อย
1.00-1.50	หมายถึง	มีความพึงพอใจในระดับน้อยมาก

2.6 แบบสอบถามเพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อพนักงานขายที่ได้รับการฝึกอบรมกับชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ กับ พนักงานขายที่ไม่ได้รับการฝึกอบรมกับชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าที่ซื้อโทรศัพท์มือถือของบริษัท มีขั้นตอนดังนี้

1. กระบวนการสร้างแบบสอบถาม

ศึกษาเอกสารวิธีการสร้างแบบวัดความพึงพอใจ แบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) โดยกำหนดคะแนนหรือหน่วยน้ำหนักของแต่ละระดับความคิดเห็นตามวิธี Likert โดยผู้วิจัยปรับปรุงจากแนวคิดของ กาญจนา วัฒนา (2544, น. 94) กำหนดให้แต่ละข้อความ มีค่าระดับความคิดเห็น 5 ระดับ คือ

ระดับความคิดเห็น	มีค่าระดับ
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

ในการประเมินความพึงพอใจ ผู้รายงานได้ใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด. 2543, น. 101)

ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
4.51 – 5.00	มากที่สุด
3.51 – 4.50	มาก
2.51 – 3.50	ปานกลาง
1.51 – 2.50	น้อย
1.00 – 1.50	น้อยที่สุด

2. สร้างแบบวัดความพึงพอใจของลูกค้าที่มีพนักงานขาย จำนวน 16 ข้อ
3. นำแบบวัดความพึงพอใจที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความเหมาะสมแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข
4. นำแบบวัดความพึงพอใจที่อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไขแล้วไปใช้จริงต่อไป

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานขายบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ซึ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลครอบคลุม (1) เตรียมสถานที่ใช้ในการวิจัย (2) วันและเวลาในการทดสอบประสิทธิภาพ (3) เตรียมความพร้อมของพนักงานผู้เข้าอบรม และ (4) ขั้นตอนการใช้ชุดการฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์

3.1 เตรียมสถานที่และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การทดลองเพื่อหาประสิทธิภาพชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานขายบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ผู้วิจัยใช้สถานที่คือ ห้องฝึกอบรมของบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือ

3.2 วันและเวลาในการทดสอบประสิทธิภาพ

ผู้วิจัยได้นำชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานขายบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ไปทดสอบประสิทธิภาพ 3 ขั้นตอนตามวันและเวลาดังนี้

ตารางที่ 3.2 วันและเวลาในการทดสอบประสิทธิภาพแบบเดี่ยว แบบกลุ่ม และ แบบภาคสนาม

การทดสอบประสิทธิภาพ	วัน/เดือน/ปี	เวลา
แบบเดี่ยว	10 สิงหาคม 2558	09.00-17.00 น.
แบบกลุ่ม	14 สิงหาคม 2558	09.00-17.00 น.
แบบภาคสนาม	18 สิงหาคม 2558	09.00-17.00 น.

3.3 ขั้นตอนก่อนการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” ได้ดำเนินการในการทดสอบประสิทธิภาพแบบเดี่ยว แบบกลุ่ม และแบบภาคสนาม ดังนี้

3.3.1 *ปฐมนิเทศพนักงานผู้เข้าอบรม* โดยชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัยและการทดลองเพื่อหาประสิทธิภาพชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานขายบริษัทสามารดี ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) พร้อมทั้งแนะนำการใช้ชุดการฝึกอบรม และแจกคู่มือการใช้ชุดฝึกอบรมให้พนักงานฯ

3.3.2 *แจกประมวลสาระ แผนการฝึกอบรม และ แบบฝึกปฏิบัติ* คนละ 1 เล่ม

3.4 ขั้นตอนการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานขาย และการรวบรวมข้อมูล

ตารางที่ 3.3 ขั้นตอนการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมและการรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนการเรียนรู้ด้วยชุดการสอน	การรวบรวมข้อมูล
ขั้นที่ 1 ประเมินก่อนฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรม โดยการทำแบบทดสอบก่อนฝึกอบรม	แบบทดสอบก่อนฝึกอบรม เพื่อนำผลคะแนนมาทดสอบค่าที
ขั้นที่ 2 นำเข้าสู่การฝึกอบรม	สังเกตการตอบคำถามที่ผู้เข้าอบรมตอบมา และ เก็บข้อมูลจากคำตอบของผู้เข้าอบรม
ขั้นที่ 3 ให้ผู้เข้าอบรมทำแบบทดสอบท้ายหน่วย	ดำเนินกิจกรรม โดยการทำแบบฝึกปฏิบัติ เพื่อนำมาหา ประสิทธิภาพค่า E_1
ขั้นที่ 4 ประเมินหลังเรียนด้วยชุดการฝึกอบรม โดยการทำแบบทดสอบหลังฝึกอบรม	แบบทดสอบหลังฝึกอบรมเพื่อนำคะแนนมาหา ประสิทธิภาพ ค่า E_2 และการทดสอบค่าที

การเก็บข้อมูลจากการใช้ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานขายบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ผู้วิจัยดำเนินการ ดังนี้

1. การเก็บข้อมูลจากแบบทดสอบก่อนฝึกอบรมและหลังฝึกอบรม และกิจกรรมระหว่างการฝึกอบรมจากการใช้ชุดการฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการให้พนักงานผู้เข้าอบรมทำแบบทดสอบก่อนฝึกอบรม แบบฝึกปฏิบัติเป็นกิจกรรมระหว่างฝึกอบรม และแบบทดสอบหลังฝึกอบรม แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาประสิทธิภาพ และความก้าวหน้าทางการฝึกอบรมต่อไป

2. การเก็บแบบสอบถามความคิดเห็น หลังจากทดสอบประสิทธิภาพแบบภาคสนาม ผู้วิจัยให้พนักงานผู้เข้าอบรมทำแบบสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานขายบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) โดยทำบนระบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 48 คน จำนวน 20 ข้อคำถาม และเก็บข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ต่อไป

3.5 ขั้นตอนการเก็บแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อพนักงานขายที่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และ พนักงานขายที่ไม่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามความพึงพอใจให้กับพนักงานที่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อนำไปเก็บข้อมูลกับลูกค้าที่มาซื้อสมาร์ตโฟน จำนวน 48 คน และผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามชุดเดียวกัน ส่งให้ผู้จัดการร้าน ไอ-โมบาย ประจำจังหวัดต่างๆ จำนวน 48 คน เพื่อเก็บข้อมูลความพึงพอใจที่มีต่อการบริการของพนักงานขายที่ไม่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น และเก็บข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานขายบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ได้ดำเนินการวิเคราะห์ดังนี้

4.1 ลำดับขั้นในการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1.1 การวิเคราะห์ประเด็นปัญหาด้านเนื้อหาเทคนิคการขายสมาร์ตโฟน โดยการใช้กลุ่มตัวอย่างแบบการสุ่มสัมพัทธ์แบบเจาะจง (Purposive Sampling)

4.1.2 การวิเคราะห์หาประสิทธิภาพของชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์

- 1) วิเคราะห์ประสิทธิภาพ โดยใช้สูตรการคำนวณหาประสิทธิภาพจาก (E_1/E_2) ตามเกณฑ์ 80/80
- 2) วิเคราะห์หาความก้าวหน้าในการเรียนของผู้เรียนโดยเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคะแนนก่อนและหลังการใช้ชุดการเรียนรู้โดยใช้สถิติสูตร Dependent t – test
- 3) วิเคราะห์ความคิดเห็นของพนักงานต่อชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้สถิติหาค่าเฉลี่ย (Mean- \bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.)

4.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

4.2.1 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์หาประสิทธิภาพของชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์

การวิเคราะห์หาประสิทธิภาพของชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานขายบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ตามเกณฑ์มาตรฐาน 80/80 โดยใช้สูตร E_1/E_2 ดังนี้ (ชัยยงค์ พรหมวงศ์ (2537, น. 37)

$$E1 = \frac{\sum X}{N} \times 100$$

เมื่อ E_1 คือ ประสิทธิภาพกระบวนการ

$\sum X$ คือ คะแนนรวมของแบบฝึกหัด หรือ งาน

N คือ จำนวนผู้เรียน

A คือ คะแนนเต็มของแบบฝึกหัดทุกหน่วยรวมกัน

$$E2 = \frac{\sum X}{N} \times 100$$

เมื่อ E_2 คือ ค่าประสิทธิภาพของผลลัพธ์

$\sum X$ คือ คะแนนรวมจากการทำแบบทดสอบหลังเรียน

N คือ จำนวนผู้เรียนทั้งหมด

B คือ คะแนนเต็มของแบบทดสอบหลังเรียน

4.2.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์หาค่าดัชนีประสิทธิผลของชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์

การหาค่าดัชนีประสิทธิผลของชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานขายบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ใช้วิธีของ กู๊ดแมน เฟลทเชอร์และ ชไนเนอร์ (สังคม ภูมิพันธ์ ม.ป.ป., น. 84 อ้างอิงมาจาก Goodman Fletcher and Schneider. 1980, pp. 30-34) โดยใช้สูตรดังนี้

$$E.I. = \frac{\text{ผลรวมของคะแนนทดสอบหลังเรียน} - \text{ผลรวมของคะแนนทดสอบก่อนเรียน}}{(\text{จำนวนนักเรียน}) (\text{จำนวนคะแนนเต็ม}) - \text{ผลรวมของคะแนนทดสอบก่อนเรียน}}$$

E.I. = ดัชนีประสิทธิผล

4.4.3 การหาค่าสถิติพื้นฐาน

สถิติพื้นฐานที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

- 1) ร้อยละ (Percentage) (บุญชม ศรีสะอาด, 2545, น.104)

$$P = \frac{f}{N} \times 100$$

เมื่อ P แทน ค่าร้อยละ
 f แทน ความถี่ที่ต้องการแปลงให้เป็นค่าร้อยละ
 N แทน จำนวนความถี่ทั้งหมด

- 2) ค่าเฉลี่ย (arithmetic Mean) ใช้สูตรดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545, น.

105)

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{N}$$

เมื่อ \bar{x} แทน ค่าเฉลี่ย
 $\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 N แทน จำนวนคะแนนในกลุ่ม

- 3) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้สูตรดังนี้ (บุญชม

ศรีสะอาด 2545 : 106)

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

เมื่อ	S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	X	แทน	คะแนนแต่ละคน
	\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย
	N	แทน	จำนวนคะแนนในกลุ่ม
	\sum	แทน	ผลรวม

4) ค่าสถิติ Pairs Sample T – test

ใช้คำนวณความแตกต่างของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียน ใช้สูตรดังนี้

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

เมื่อ	t	คือ	t – test
	N	คือ	จำนวนนักเรียน
	D	คือ	ผลต่างคะแนนสอบก่อนเรียนและหลังเรียน
	$\sum D$	คือ	ค่าผลรวมของคะแนนความแตกต่างการทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน
	$\sum D^2$	คือ	ค่าผลรวมของคะแนนความแตกต่างยกกำลังสองของทุกคน

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพัฒนาชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) การวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
K	แทน	พนักงานขาย
S	แทน	เจ้าหน้าที่ฝึกอบรม
M	แทน	ผู้จัดการฝ่าย
C	แทน	ลูกค้าที่ซื้อ โทรศัพท์ไอ-โมบาย
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย
SD	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
E_1	แทน	ค่าประสิทธิภาพของกระบวนการ
E_2	แทน	ค่าประสิทธิภาพของผลลัพธ์
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์การแจกแจงแบบที (t-distribution)
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 6 ตอน ได้แก่

1. ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก
2. ความต้องการด้านเนื้อหา “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน)
3. ประสิทธิภาพชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน)
4. ความก้าวหน้าในการฝึกอบรมของพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ที่ได้รับการฝึกด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์
5. ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามความคิดเห็นของพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน)
6. ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อความสามารถของพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ที่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และได้รับการฝึกอบรมด้วยวิธีปกติ

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก (key informant) เกี่ยวกับความต้องการด้านเนื้อหา “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ใช้วิธีการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างด้วยการสุ่มแบบเจาะจง จำนวนทั้งสิ้น 23 คน ข้อมูลประกอบด้วย ตำแหน่งหรือสถานะ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด ระยะเวลาในการเป็นพนักงานฯ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปผลได้ตามตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 จำนวนร้อยละของลักษณะข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้ข้อมูล

n = 23

ลักษณะข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ตำแหน่งหรือสถานะ		
ผู้จัดการฝ่าย	5	21.74
เจ้าหน้าที่ฝึกอบรม	5	21.74
พนักงานขาย		
พนักงานขายหน้าร้าน	4	17.40
พนักงานส่งเสริมการขาย	3	13.04
พนักงานขายหน่วยแทน	3	13.04
ลูกค้าที่ซื้อสมาร์ตโฟน ไอ-โมบาย	3	13.04
รวม	23	100.00
อายุ		
20 - 25 ปี	6	26.09
26 - 30 ปี	7	30.43
31 ปีขึ้นไป	10	43.48
รวม	23	100.00
ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.	3	13.04
มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวส.	8	34.78
ปริญญาตรี	8	34.78
สูงกว่าปริญญาตรี	4	17.40
รวม	23	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

n = 23

ลักษณะข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ระยะเวลาการเป็นพนักงาน ไอ-โมบาย		
ไม่เกิน 6 เดือน	3	15.00
มากกว่า 6 เดือนแต่น้อยกว่า 1 ปี	4	20.00
มากกว่า 1 ปีแต่น้อยกว่า 2 ปี	4	20.00
มากกว่า 2 ปีแต่น้อยกว่า 3 ปี	3	15.00
3 ปีขึ้นไป	6	30.00
รวม	20	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า คุณลักษณะทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลักมีลักษณะดังนี้
ด้านตำแหน่งหรือสถานะ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วย 4 กลุ่ม ได้แก่

1. พนักงานขาย จำนวน 10 คน ประกอบด้วย พนักงานขายหน้าร้าน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 17.40 พนักงานส่งเสริมการขาย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 13.04 และพนักงานขายหน่วยแทน จำนวนภาคละ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 13.04

2. ผู้จัดการฝ่าย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 21.74 ประกอบด้วย ผู้จัดการส่วนงานขายตัวแทนจำหน่ายและค้าส่ง ผู้จัดการส่วนงานขายปลีก ผู้จัดการส่วนงานฝึกอบรมผลิตภัณฑ์ และผู้จัดการส่วนงานการตลาด ผู้จัดการส่วนงานฝึกอบรม ตำแหน่งละ 1 คน

3. เจ้าหน้าที่ฝึกอบรมผลิตภัณฑ์ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 21.74

4. ลูกค้าที่ซื้อสมาร์ตโฟน ไอ-โมบาย 3 คน คิดเป็นร้อยละ 13.04

ด้านอายุ พบว่าผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่มีอายุ 31 ปีขึ้นไป จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 43.48 รองลงมาได้แก่ 26-30 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 30.43 น้อยที่สุดอยู่ในช่วงอายุ 20-25 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 26.09

ด้านระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่จบระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวส. และระดับปริญญาตรี จำนวนกลุ่มละ 8 คน คิดเป็นร้อยละ 34.78 รองลงมา จบการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 17.40 น้อยที่สุดได้แก่ จบระดับมัธยมศึกษาตอนต้น หรือ ปวช. จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 13.04

ด้านระยะเวลาการเป็นพนักงาน ไอ-โมบาย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นพนักงานมากกว่า 3 ปี จำนวนกลุ่มละ 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมา เป็นพนักงาน มากกว่า 6 เดือนแต่น้อยกว่า 1 ปี

และ มากกว่า 1 ปี แต่น้อยกว่า 2 ปี กลุ่มละ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 น้อยที่สุดได้แก่ ไม่เกิน 6 เดือน และ มากกว่า 2 ปี แต่น้อยกว่า 3 ปี กลุ่มละ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00

ตอนที่ 2 ความต้องการด้านเนื้อหาเกี่ยวกับ “เทคนิคการขายสมาร์ทโฟน”

การวิเคราะห์คำสัมภาษณ์ ผู้วิจัยใช้วรรณกรรม เรื่องสมาร์ทโฟน และ เทคนิคการขายของบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ในบทที่ 2 เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ความต้องการด้านเนื้อหาของพนักงานขาย ผลการวิเคราะห์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการเกี่ยวกับเทคนิคการขาย ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสมาร์ทโฟน ความรู้เกี่ยวกับสมาร์ทโฟน ของไอ-โมบาย และการแก้ไขปัญหาเบื้องต้น ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ สรุปผลได้ตามตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ความต้องการด้านเนื้อหาของพนักงานขาย

ลำดับ	ความต้องการด้านเนื้อหา	ค่าความถี่	กลุ่มตัวอย่าง				รวม
			พนักงานขาย	ผู้จัดการฝ่าย	เจ้าหน้าที่ฝึกอบรม	ลูกค้า	
1	เทคนิคการขาย	จำนวน	10	5	5	1	21
		ร้อยละ	43.48	21.74	21.74	4.35	91.30
2	ความรู้เกี่ยวกับสมาร์ทโฟน	จำนวน	8	3	5	-	16
		ร้อยละ	34.78	13.04	21.74	-	69.57
3	ความรู้เกี่ยวกับสมาร์ทโฟน ไอ-โมบาย	จำนวน	10	5	5	2	22
		ร้อยละ	43.48	21.74	21.74	8.70	95.65
4	การแก้ไขปัญหาเบื้องต้น	จำนวน	9	4	5	3	21
		ร้อยละ	39.13	17.39	21.74	13.04	91.30
5	อื่นๆ	จำนวน	6	-	1	-	7
		ร้อยละ	26.09	-	4.35	-	30.43

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ความต้องการด้านเนื้อหาโดยรวมที่มีความถี่มากที่สุดคือ ความรู้เกี่ยวกับสมาร์ทโฟนไอ-โมบาย จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 95.62 รองลงมาได้แก่ ด้าน

เทคนิคการขาย และการแก้ไขปัญหาเบื้องต้นที่มีค่าความถี่เท่ากัน คือ ด้านละ 21 คน คิดเป็นร้อยละ 91.30 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสมาร์ทโฟน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 69.57 น้อยที่สุดได้แก่ เรื่องอื่นๆ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 30.43 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาความต้องการด้านเนื้อหาในแต่ละด้านแยกตามกลุ่มตัวอย่างพบว่า

2.1 ด้านเทคนิคการขาย

2.1.1 กลุ่มพนักงานขาย

บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ได้กำหนดแนวทางให้พนักงานขายปฏิบัติเพื่อมุ่งหวังให้พนักงานได้เปิดการขายแบบเชิงรุก มีทั้งหมด 5 ขั้นตอน ผลการสัมภาษณ์พนักงานขายกลุ่มตัวอย่าง พบว่า มีขั้นตอนที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหาความต้องการ และ ขั้นตอนที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหาความต้องการ ดังนี้

1) ขั้นตอนที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหาความต้องการด้านเนื้อหา

(1) ขั้นตอนที่ 1 ทักก่อน เพื่อสร้างความเป็นมิตร และอบอุ่นใจ จากการสัมภาษณ์ พบว่า พนักงานขายกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 10 คน (K1,K2, K3,K4,K5,K6, K7,K8,K9 และ K10) กล่าวคำทักทายลูกค้าเสมอ

“วิธีคู่มือคือ อันดับแรก เราต้องสวัสดีลูกค้าก่อนอยู่แล้ว เป็น step เป็น standard ของการขายอยู่แล้ว..” (K1)

(2) ขั้นตอนที่ 2 เปิดการขายทันทีที่ลูกค้าสนใจ โดยสังเกตลักษณะ / บุคลิกของลูกค้า จากการสัมภาษณ์พบว่าในขั้นตอนนี้ พนักงานที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง (K1,K2,K3,K4, K5,K6,K7, K8,K9 และ K10) ไม่ได้กล่าวถึงการสังเกตลักษณะหรือบุคลิกของลูกค้า แต่ก็ยังสามารถบอกได้ถึงวิธีการเปิดการขายได้เป็นอย่างดี

“สอบถามติดต่ออะไรคะ อยากดูรุ่นไหนใหม่คะ รุ่นไหนเป็นพิเศษใหม่คะ” (K3)

มีเพียงพนักงานขายกลุ่มตัวอย่างคนเดียว (K2) ที่ใช้วิธีพิจารณาลักษณะทางด้านประชากรของลูกค้าเพื่อแนะนำสิ่งทีคิดว่าน่าจะเป็นที่สนใจของลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของลูกค้า เช่น เพศ อายุ ฯลฯ

“ก็ถ้าลูกค้าเป็นผู้หญิงก็จะเน้นประมาณกล้องหน้า ชัดขึ้น ก็จะเปิดให้เขาดู คือให้เขาได้ลองเล่นเลย ลอง test เครื่อง ... ถ้าผู้ชายเขาจะเน้นตัวหนักๆ เช่น ซีพียู อะไรอย่างนี้ เราก็จะค้นขึ้น พวก ออกได้ พวกอะไรที่เป็นรุ่นท็อป...” (K5)

หลังจากนั้นบริษัทฯ กำหนดให้พนักงานขายนำสินค้าออกมา เพื่อให้ลูกค้าได้สัมผัส พนักงานที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทุกคน (K1,K2,K3,K4, K5,K6,K7, K8,K9 และ K10) ปฏิบัติได้เป็นอย่างดี

“ใช่ค่ะ พุดโน้มน้าวให้ลูกค้าสนใจแบรนด์ [i-mobile] แล้วให้เค้า [ลูกค้า] ลองเล่นดู จับคือเราทดสอบ [ทดสอบ] ให้เค้าดูเลย ว่าของเราเป็นแบบนี้ เล่นแบบนี้” (K3)

ทั้งนี้ บริษัทได้กำหนดให้พนักงานขายใช้หลักการขายที่เรียกว่า FAB อันประกอบด้วย F = Feature คุณสมบัติของสมาร์ตโฟน A = Advantage เปรียบเทียบคุณสมบัติที่แตกต่างและโดดเด่นที่มีความเหนือกว่ารุ่นอื่น หรือ ยี่ห้ออื่น และ B = Benefit เสนอประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับจากจุดขาย (F=Feature) เป็นสำคัญ เพราะเป็นสิ่งที่ลูกค้าจะได้รับโดยตรง จะทำให้ง่ายต่อการขายสินค้า ผลการสัมภาษณ์ พนักงานขายกลุ่มตัวอย่างทุกคน (K1,K2,K3,K4,K5,K6,K7, K8,K9 และ K10) บอกว่าไม่ทราบถึง FAB และไม่รู้จักเลย

“ไม่เคยรู้จักหลักการขาย FAB ครับ” (K8)

แต่ในความเป็นจริง พนักงานขายกลุ่มตัวอย่างทุกคนได้นำเสนอ

F-คุณสมบัติ

“... กล้องคืนะ ตัวนี้ ความน่าสนใจคือกล้องนะ ความน่าสนใจคือหน้าจอนะ เป็น HD หรือ Full HD เป็นอะไรก็แล้วแต่ ก็จะคงไว้ คือสร้างความน่าสนใจ จุดขายเด่นๆ ของสมาร์ตโฟนรุ่นนั้น” (K1)

A-เปรียบเทียบและนำเสนอจุดเด่น

“...เน้นเปิดกล้องเปิดอะไรให้ดู ว่าแบรนด์เรากล้องจะเยอะกว่าแบรนด์อื่น ประมาณ 18 ล้านก็เยอะสุดแล้ว เพราะของคนอื่น 13 ไม่ก็ 12” (K2)

B-ผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ

“ตัวนี้มีของ premium อะไรที่เราให้ได้ เช่น film case memory” (K10)

หลังจากนั้นบริษัทฯ ให้พนักงานขายแจ้งโปรโมชั่น หรือรายการส่งเสริมการขาย เพื่อเพิ่มโอกาสการตัดสินใจซื้อของลูกค้า ซึ่งพนักงานขายกลุ่มตัวอย่างทุกคน (K1,K2,K3,K4,K5,K6,K7, K8,K9 และ K10) ปฏิบัติได้เป็นอย่างดี

“ก็จะมียองแถมว่าประมาณตัวไหนบ้าง ได้อะไรบ้าง ว่าตัวไหนแถมแบบไหน จะปิดการขายได้เร็วขึ้น” (K2)

2) ขั้นตอนที่เกี่ยวข้องให้เกิดปัญหาความต้องการด้านเนื้อหา

(1) ขั้นตอนที่ 3 การขายเพิ่ม เมื่อลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าแล้ว

พนักงานขายควรแนะนำสินค้าอื่นๆ ที่สอดคล้องกับสินค้าที่ลูกค้าซื้อ พนักงานขายกลุ่มตัวอย่างทุกคน (K1,K2,K3,K4,K5,K6,K7, K8,K9 และ K10) ไม่ได้กล่าวถึงการขายเพิ่ม

(2) ขั้นตอนที่ 4 การปิดการขาย เป็นขั้นตอนในการวิเคราะห์หรือจับ

ประเด็นความต้องการของลูกค้าให้ได้เร็วที่สุด พนักงานขายกลุ่มตัวอย่าง 9 คน (K1,K2,K3,K4,K6,

K7, K8, K9 และ K10) ไม่ได้แสดงให้เห็นถึงว่ามี การปิดการขายโดยพนักงานเช่น บอกกับลูกค้าว่า “จ่ายเป็นเงินสดหรือบัตรเครดิต ดีคะ/ครับ” ซึ่งเป็นการปิดเชิงรุก แต่พนักงานขายจะรอให้ลูกค้าเป็นผู้ตัดสินใจเองว่าต้องการซื้อหรือไม่

ยกเว้นพนักงานขายกลุ่มตัวอย่างคนเดียว (K5) ที่ใช้วิธีการปิดการขายตามที่บริษัทฯ กำหนด

“ถ้าพี่ไม่ตัดสินใจตอนนี้ ของอาจจะหมดคะครับ พี่จะเสียโอกาสนะครับ และอาจบ่นท่ายว่าตัวนี้อาจมีของ premium อะไรที่เราให้ได้ เช่น film case memory” (K5)

(3) ขั้นตอนที่ 5 ขอบคุณลูกค้า หลังจากปิดการขายแล้ว พนักงานจะต้องกล่าวคำขอบคุณลูกค้า พร้อมกับแจ้งหมายเลขโทรศัพท์สาขา และ Call Center พนักงานขายกลุ่มตัวอย่างทุกคน (K1, K2, K3, K4, K6, K7, K8, K9 และ K10) ไม่ได้กล่าวถึงการแจ้งหมายเลขโทรศัพท์ให้ลูกค้าทราบ

จากการวิเคราะห์ข้างต้นสรุปได้ว่า พนักงานขายกลุ่มตัวอย่างทุกคนไม่มีปัญหาที่แสดงให้เห็นถึงความต้องการในประเด็นการทักทาย และการเปิดการขาย แต่ทุกคนกลับมี ปัญหาในประเด็นเดียวกันทั้งสิ้น ได้แก่ 1) การขายเพิ่มเพื่อเพิ่มยอดขายให้กับตนเองและร้าน 2) การปิดการขาย ซึ่งพนักงานขายจะรอให้ลูกค้าบอกปิดการขายเอง และ 3) การขอบคุณลูกค้าซึ่งจะต้องแจ้งเบอร์ Call Center หรือ ร้านให้ลูกค้าทราบ

2.1.2 กลุ่มผู้จัดการฝ่าย

ผู้จัดการฝ่ายกลุ่มตัวอย่างทุกคน (M1, M2, M3, M4 และ M5) เห็นตรงกันว่าพนักงานขายนั้นมีความต้องการด้านเนื้อหาเทคนิคการขาย เพื่อนำความรู้ไปฝึกฝนทั้งเทคนิค เกี่ยวกับการนำเสนอและเทคนิคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ “เทคนิคการขาย แยกเป็น 2 เรื่อง คือ soft skill ทักษะการนำเสนอ และ hard skill ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ พนักงานขายมีปัญหา ทั้ง 2 เรื่อง” (M2)

ทั้งนี้ ผู้จัดการฝ่ายกลุ่มตัวอย่างได้แนะนำและเสนอแนวทางแก้ไข ไว้ดังนี้คือ ควรจัดฝึกอบรมเกี่ยวกับเทคนิคการขาย และความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นประจำทุกเดือน

“ควรเทรน [ฝึกอบรม] ทุกเดือน โดยไม่รบกวนเวลาการขาย แต่ พนักงานขายต้องใส่ใจง่าย ขึ้น” (M5)

และควรจัดหลักสูตรสำหรับพนักงานขายที่เข้ามาใหม่เพื่อจะได้มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะส่งผลให้พนักงานขายกล้าที่จะเข้านำเสนอผลิตภัณฑ์กับลูกค้าเป้าหมาย

“ให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ก่อน จัดหลักสูตร new staff ให้เลย เรียกพนักงานเข้ามาที่ บริษัท อบรม 1 วัน” (M4)

สรุปได้ว่า ผู้จัดการฝ่ายกลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าพนักงานขายมี ปัญหาที่ก่อให้เกิดความต้องการด้านเนื้อหาที่เกี่ยวกับเทคนิคการขายและความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

2.1.3 กลุ่มเจ้าหน้าที่ฝึกอบรม

เจ้าหน้าที่ฝึกอบรมกลุ่มตัวอย่าง 5 คน (S1, S2, S3, S4 และ S5) มีความเห็นว่า พนักงานขายส่วนใหญ่ไม่กล้าที่เข้าหาลูกค้าก่อน ทำให้เสียโอกาสในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ “พนักงานขายเราไม่ได้เข้าไปซำร์จลูกค้าเลย คือ พนักงานต้องรอให้ลูกค้าเข้ามาตรงหน้าจริงๆ ถึงจะ เปิดบทการขายกับลูกค้าได้” (S5) ดังนั้นจึงต้องฝึกอบรมพนักงานขายให้รู้จักเทคนิคการขาย ให้รู้ถึง ขั้นตอนการเข้าหาลูกค้า “การเข้าหาลูกค้าเป็นเทคนิคการขายอย่างหนึ่ง เป็นการเปิดบทสนทนา ถ้า เราไม่เปิดบทสนทนา ก็ยากที่จะต่อไปอย่างไร” (S1)

สรุปได้ว่า เจ้าหน้าที่ฝึกอบรมกลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่าพนักงาน ขายเป็นต้องได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับเทคนิคการขาย พนักงานขายไม่มีความกล้าในการเข้าหา ลูกค้า

2.1.4 กลุ่มลูกค้า

ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างรายเดียว (C2) การขายของพนักงานขายว่าจะต้องมีจิตใจ รักการบริการและมอบสิ่งที่ดีให้กับลูกค้าซึ่งถือว่าเป็นคุณสมบัติเบื้องต้นที่พนักงานขายควรมี

“พนักงานขายทุกช่องทางต้องมี เซอร์วิส มายด์ มีจิตใจที่จะบริการ ถ้าอยากบริการก็จะขาย ได้ ให้รู้สึกว่าคุณค่าเป็นคนใกล้ชิด เสนอสิ่งดีๆ ให้” (C2)

สรุปได้ว่า ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างเพียงรายเดียวที่คิดว่าพนักงานขายควรได้รับการ ฝึกอบรมเกี่ยวกับเทคนิคการขาย เพราะจะได้เข้าใจเกี่ยวกับการบริการและหน้าที่ของพนักงาน ขาย

2.2 ด้านความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสมาร์ตโฟน

2.2.1 กลุ่มพนักงานขาย

พนักงานขายกลุ่มตัวอย่างจำนวน 8 คน (K1,K2,K3,K6,K7,K8,K9 และ K10) มีความเข้าใจและความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสมาร์ตโฟนเล็กน้อย ทำให้ไม่สามารถอธิบาย เกี่ยวกับองค์ประกอบของสมาร์ตโฟน เช่น ซอฟต์แวร์ (software) ฮาร์ดแวร์ (hardware) ทำให้การ อธิบายเกี่ยวกับสมาร์ตโฟนคาดเคลื่อนไม่ถูกต้อง และเกิดการสับสนกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ เช่น พนักงานขายกลุ่มตัวอย่าง (K3) เข้าใจว่า ซอฟต์แวร์ คือ ตัวประมวลผล ซึ่งในความเป็นจริงส่วน ประมวลผลคือหน่วยประมวลผลกลาง (central processing unit) ซึ่งเป็นส่วนของฮาร์ดแวร์

“ซีพียู อะไรพวกนี้มันสมควรจะมี เพราะว่า ถ้าเราเป็นพวกเรียนรู้ หนึ่งเลยคือ เฮ้ย ซีพียู คือ อะไร” (K1)

“น่าจะเป็นซอฟต์แวร์มั้งค่ะ เพราะว่าบางตัวสเปค ...ไอ-สไตล์บางตัวนี่ละ ลูกค้าบอกว่าเล่นจะไม่ดีเท่าไอคิว” (K3)

อีกทั้งข้อมูลบางส่วนของพนักงานขายกลุ่มตัวอย่างพูดถึงนั้นไม่เกี่ยวข้องหรือไม่ใช่คุณสมบัติ ลักษณะของสมาร์ทโฟน เป็นเพราะพนักงานขายกลุ่มตัวอย่างไม่มีความรู้และศึกษาหาข้อมูลเกี่ยวกับสมาร์ทโฟน

“บางที่เค้าจะมาถามเรา เราก็จะงงอยู่อะค่ะ เพราะเรายังไม่ได้ศึกษาอะไรมาเยอะ” (K9)

สรุป พนักงานขายกลุ่มตัวอย่างมีปัญหาที่ก่อให้เกิดความต้องการด้านเนื้อหาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสมาร์ทโฟน เพราะไม่สามารถอธิบายส่วนประกอบต่างๆ ของสมาร์ทโฟน ทั้งซอฟต์แวร์ และฮาร์ดแวร์ ได้ถูกต้อง

2.2.2 กลุ่มผู้จัดการฝ่าย

ผู้จัดการฝ่ายกลุ่มตัวอย่างจำนวน 3 คน (M2, M3 และ M5) กล่าวถึงปัญหาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสมาร์ทโฟนของพนักงานขาย เพราะเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการทำความเข้าใจผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ กล่าวคือสมาร์ทโฟนทุกรุ่นนั้นมีองค์ประกอบที่คล้ายคลึงกัน ทั้งฮาร์ดแวร์ และซอฟต์แวร์ ดังนั้นเมื่อพนักงานขายมีพื้นฐานที่ดีย่อมนำไปต่อยอดกับผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้

“ให้มีความมั่นใจในความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสินค้าก่อน ความรู้เกี่ยวกับสมาร์ทโฟน ... สามารถวัดผลความรู้ได้เลย เพราะเป็นความรู้ที่ตายตัว” (M3)

สรุป ผู้จัดการฝ่ายกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสมาร์ทโฟนเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับพนักงานขายในการนำไปต่อยอดองค์ความรู้ผลิตภัณฑ์ของบริษัท

2.2.3 เจ้าหน้าที่ฝึกอบรม

เจ้าหน้าที่ฝึกอบรมกลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 คน (S1, S2, S3, S4 และ S5) กล่าวถึงปัญหาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสมาร์ทโฟนของพนักงานขาย เพราะเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการทำความเข้าใจผลิตภัณฑ์ของบริษัทฯ กล่าวคือสมาร์ทโฟนทุกรุ่นนั้นมีองค์ประกอบที่คล้ายคลึงกัน ทั้งฮาร์ดแวร์ และซอฟต์แวร์ ดังนั้นเมื่อพนักงานขายมีพื้นฐานที่ดีย่อมนำไปต่อยอดกับผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้

“ในเบื้องต้นพวกนี้คือปัจจัยหลักพื้นฐานสำคัญที่พนักงานขายต้องเรียนรู้อยู่แล้ว ความรู้เกี่ยวกับสมาร์ทโฟน” (M3)

สรุป เจ้าหน้าที่ฝึกรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสมาร์ตโฟนเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับพนักงานขายในการนำไปต่อยอดองค์ความรู้ผลิตภัณฑ์ของบริษัท

2.3 ด้านความรู้เกี่ยวกับสมาร์ตโฟนไอ-โมบาย

บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ได้แบ่งกลุ่มสมาร์ตโฟนของบริษัทออกเป็น 3 กลุ่ม หรือ 3 ตระกูล ได้แก่ 1) i-Style 2) IQ และ 3) IQX เพื่อให้เหมาะกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จากการวิเคราะห์คำสัมภาษณ์ พบว่า

2.3.1 กลุ่มพนักงานขาย

พนักงานขายกลุ่มตัวอย่างทุกคน (K1,K2,K3,K4,K5,K6,K7, K8,K9 และ K10) แบ่งกลุ่มสมาร์ตโฟนไม่ถูกต้อง และอธิบายเกี่ยวกับกลุ่มสมาร์ตโฟนของบริษัทไม่ถูกต้อง และมีความเข้าใจที่คลาดเคลื่อน

“i-Style สเปก ไม่สูงมาก ถ้าเป็น IQ จะขยับขึ้นมา ใช้งานครบมากกว่า เช่น ใช้งาน 3G ได้ไวไฟได้ เล่นไลน์น้อย กล้องคมชัด เล่น network line facebook พวกนี้ได้” (K5)

หรือพนักงานขายกลุ่มตัวอย่างบางคนก็ไม่ทราบความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ตระกูลต่างๆ ว่าเป็นอย่างไรบ้าง

“ไม่ทราบความแตกต่างของแต่ละรุ่นเพราะเพิ่งเข้ามาทำงานคะ” (K9)

พนักงานขายบางคนคิดว่าตนเองทราบเกี่ยวกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์สมาร์ตโฟนตระกูลต่างๆ แต่ในความเป็นจริงก็ไม่สามารถอธิบายได้

“มี i-Style แล้วก็มี type ธรรมดาครับ ปุ่มกด แล้วก็ IQ” (K2)

การที่พนักงานไม่เข้าใจเกี่ยวกับสมาร์ตโฟนกลุ่มต่างๆ ของบริษัทจะทำให้การให้ข้อมูลลูกค้าคลาดเคลื่อน หรือผิดไปจากความเป็นจริง เช่น “ไม่รู้ว่าจะทำไม่ถึงเป็นรุ่น i-Style, IQ หรือ IQX

“ไอคิว อะ spec กล้องจะอยู่ที่ 8-12 ล้าน... กล้องหน้าจะ 5 หรือ 8 ก็แล้วแต่ ... ไอคิวเอ็กซ์ ขึ้นมาจะเป็น 18 ... ส่วนใหญ่จะเรื่องกล้องเป็นหลัก เรื่องหน้าจอ ส่วนใหญ่ spec ไอคิว จะมีน้อยรุ่นที่เป็น full HD ส่วนใหญ่จะเป็น QHD เป็นหน้าจอปกติ แต่ถ้าเป็น ไอคิวเอ็กซ์ จะเป็น HD แล้ว HD ipx เป็น full HD เลย จะเป็นอะไรที่ step สูงขึ้นไป” (K1)

“กลุ่ม i-Style ราคาค่อนข้างประหยัด IQ เป็นพวกลูกเล่นมากขึ้น หน้าจอดีกว่า สูงกว่า i-Style IQX ก็จะพัฒนามาจาก IQ อีกรึ” (K8)

สรุป พนักงานขายกลุ่มตัวอย่างไม่มีความรู้หรือความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สมาร์ตโฟนไอ-โมบาย ทำให้มีปัญหาที่ก่อให้เกิดความต้องการด้านเนื้อหาทางด้าน

สมาร์ทโฟนไอ-โมบาย เป็นการเพิ่มศักยภาพในการขาย เพราะถ้าพนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าเป็นอย่างดีแล้ว ก็จะทำให้เกิดความมั่นใจในการขายสินค้าได้

2.3.2 กลุ่มผู้จัดการฝ่าย

ผู้จัดการฝ่ายกลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 คน (M1, M2, M3, M4 และ M5) กล่าวถึงปัญหาความรู้เกี่ยวกับสมาร์ทโฟนไอ-โมบายของพนักงานขาย ว่าเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับพนักงานขาย เพราะหากไม่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ตนขายก็จะไม่เกิดความกล้าที่จะเข้าไปหาลูกค้า หรือ จะไม่สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือในตัวผลิตภัณฑ์ได้

“ต้องให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ก่อนเพื่อสร้างความมั่นใจในตัวสินค้า แล้วต่อยอดด้วยการสร้างความมั่นใจในตัวของเขาเอง ในกรณีที่เขเป็นพนักงานใหม่เลย ให้เขามีความภูมิใจในงาน” (M3)

สำหรับพนักงานขายที่อยู่มานานมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดีก็สมควรจัดการฝึกอบรมเพื่อเป็นการทบทวนความรู้ให้กับเขาเหล่านั้น

“... เรื่อง *product* เราทำให้เขาที่อยู่แล้ว เขาต้องมีเวลาทบทวน มีเวลาไปต่อยอด” (M5)

และประการสำคัญประการหนึ่งคือ ต้องทำให้พนักงานขายมีความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อให้เกิดความมั่นใจ

“ให้มีความมั่นใจในความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสินค้าก่อน ตามด้วยผลิตภัณฑ์ของแต่ละรุ่น ถึงเหมือนกันแต่มีความโดดเด่นแตกต่างกัน ต้องให้เขาเห็นความแตกต่าง ถึงจุดขายเด่นๆ ของแต่ละรุ่น” (M4)

สรุป ผู้จัดการฝ่ายกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า ควรทำให้พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับกลุ่มสมาร์ทโฟนไอ-โมบาย และรุ่นต่างๆ เพื่อให้เกิดความมั่นใจในการนำเสนอขายสินค้า

2.3.3 เจ้าหน้าที่ฝึกอบรม

เจ้าหน้าที่ฝึกอบรมกลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 คน (S1, S2, S3, S4 และ S5) กล่าวถึงปัญหาความรู้เกี่ยวกับสมาร์ทโฟนไอ-โมบายของพนักงานขาย สิ่งที่เจ้าหน้าที่ฝึกอบรมต้องการคือ อยากให้พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับคุณสมบัติของสมาร์ทโฟนตระกูลต่างๆ รุ่นต่างๆ ของไอ-โมบาย และต้องการให้พนักงานขายทราบจุดขายของแต่ละรุ่นเพื่อนำเสนอสินค้าที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งจะช่วยให้ปิดการขายได้ง่ายขึ้น

“เทคนิคการขายสมาร์ทโฟนในแต่ละรุ่น *product* ตัวนั้นจุดขายคืออะไร” (S1) หรือ

“จุดขายเบื้องต้นสินค้าแต่ละรุ่น พนักงานขายต้องทราบว่าจะแต่ละ *series* มีฟังก์ชันการใช้งานอย่างไร มีจุดขาย อย่งไร เช่น *i-Style* เน้นประหยัด พนักงานขายต้องวิเคราะห์ลูกค้าได้

...ลูกค้าชอบเล่นเกม ก็แนะนำ IQ series เน้น ฟังก์ชันที่สูงขึ้นมา ... IQX เน้นลูกค้ากลุ่ม hi end [ลูกค้าระดับบน] ฟังก์ชันครบ กล้อง 18 ล้านพิกเซลที่สุด” (S5)

การเรียนรู้เกี่ยวกับสมาร์ตโฟนไอ-โมบายนั้น เจ้าหน้าที่ฝึกรวมต้องการให้พนักงานขายทุกคนเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของบริษัท ถึงแม้ว่าสมาร์ตโฟนรุ่นนั้นจะไม่มีขายในพื้นที่ขายของพนักงานขายก็ตาม ก็จำเป็นที่จะต้องเรียนรู้เพราะจะเป็นข้อมูลที่สามารถสนทนากับลูกค้าได้ และทำให้พนักงานขายดูดีในสายตาของลูกค้า

“คิดว่าควรเพิ่มความรู้เกี่ยวกับสมาร์ตโฟนของบริษัท เห็นเป็นข้อแรกเลย เด็กของเราจะพูดบ่อยครั้งว่ารุ่นนี้ไม่มีขาย จะเหมือนเป็นการปิดเลย ไม่ขายรุ่นนี้...เรียนรู้ก็ต้องเรียนรู้ทั้งหมด ไม่ใช่เลือกเรียนเฉพาะรุ่นที่มีขาย...ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสมาร์ตโฟน คิดว่า มากกว่า 90% รู้” (S3)

การเรียนรู้เกี่ยวกับสมาร์ตโฟนไอ-โมบายนอกจากจะเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับพนักงานแล้ว พนักงานขายยังสามารถนำความรู้เกี่ยวกับสมาร์ตโฟนไอ-โมบายไปแก้ไขปัญหาในเบื้องต้นให้กับลูกค้าได้

“ความรู้เกี่ยวกับสมาร์ตโฟนของบริษัท เขาต้องมี sense ในการนำเสนอ และแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าเป็น” (S2)

สรุป เจ้าหน้าที่ฝึกรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า ความรู้เกี่ยวกับสมาร์ตโฟนไอ-โมบายเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับพนักงานขายที่จะต้องเรียนรู้ทุกรุ่น ถึงแม้ว่าจะไม่มีขายในพื้นที่ขายของตน เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพให้กับตัวพนักงานขายเอง และเพื่อนำความรู้นั้นเป็นเครื่องมือในการปิดการขายตลอดจนแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

2.3.4 กลุ่มลูกค้า

ลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 2 คน (C2 และ C3) ที่มีความต้องการให้พนักงานขายมีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับสมาร์ตโฟนไอ-โมบาย เพราะบางครั้งพนักงานขายไม่ทราบถึงจุดขายของสมาร์ตโฟนรุ่นที่ลูกค้าต้องการ บางครั้งพนักงานขายอธิบายสมาร์ตโฟนรุ่นต่างๆ ทำให้ลูกค้าสับสนมากยิ่งขึ้น

“ควรเพิ่มเทคนิคการขายสมาร์ตโฟนในแต่ละรุ่น เพราะแต่ละรุ่นมีคุณสมบัติที่แตกต่างกัน” (C3)

สรุป ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าพนักงานขายควรได้รับการฝึกรวมความรู้เกี่ยวกับสมาร์ตโฟนไอ-โมบาย เพราะแต่ละรุ่นมีคุณสมบัติที่แตกต่างกัน

2.4 ด้านการแก้ไขปัญหาเบื้องต้น

2.4.1 กลุ่มพนักงานขาย

พนักงานขายกลุ่มตัวอย่างจำนวน 9 คน (K1,K2,K3, K4,K6,K7, K8,K9 และ K10) ตระหนักและให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาเบื้องต้นของลูกค้าเมื่อลูกค้ามีปัญหาเกี่ยวกับโทรศัพท์ซึ่งปัญหาที่พบแบ่งได้เป็นสองแบบ คือ ปัญหาที่มาจากผลิตภัณฑ์เอง และ ปัญหาที่เกิดจากลูกค้าขาดความรู้ความเข้าใจ หรือ ไม่มีประสบการณ์ในการใช้สมาร์ตโฟน

การแก้ไขปัญหาเบื้องต้นคือปัญหาที่เกิดขึ้นเฉพาะหน้าต้องเน้นความสามารถไหวพริบ และการตัดสินใจของพนักงานขาย เช่น หากเป็นปัญหาที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เล็กน้อย พนักงานขายสามารถจัดการได้ด้วยตนเอง เช่น การตั้งค่าโรงงานใหม่ หรือ การ Reset ระบบใหม่ หากแก้ไขเบื้องต้นไม่หาย พนักงานขายก็ต้องเปลี่ยนเครื่องให้กับลูกค้าใหม่ หรือนำส่งไปยังศูนย์ซ่อมของบริษัทฯ ต่อไป

“ถ้าเครื่อง ดิบๆ คับๆ ก็ Reset เครื่อง ก็จะหาย ... ถ้าซาร์จเครื่อง แล้ว reset ก็ไม่หาย ก็ต้องเปลี่ยนเครื่องให้ลูกค้า” (K4)

“ปกติจะลองเล่นดู ถ้ามีปัญหา ก็จะลองแก้ดู เพราะใช้คอมมาเยอะ ถ้าแก้ไม่ได้ ก็ restore เครื่องไป ถ้าแก้ไม่ได้ก็ส่งศูนย์” (K6)

“ดูแลเบื้องต้นที่เราสามารถแก้ไขเองได้ก็ทำ แต่ถ้าไม่ได้ก็ถามพี่ๆ ที่บริษัท ถ้าทำไม่ได้ก็จะให้ลูกค้าไปที่ศูนย์บริการ” (K7)

“ลูกค้าเล่นไม่เป็นแล้วมาโวยวาย หนู reset เครื่อง ตั้งค่าโรงงานให้ ก็หมดปัญหา” (K8)

สรุปได้ว่า ทักษะในการแก้ไขปัญหาเบื้องต้นจำเป็นสำหรับพนักงานขาย ดังนั้น จึงควรที่จะกำหนดเรื่องนี้ไว้ในเรื่องการฝึกอบรมเกี่ยวกับสมาร์ตโฟนด้วย

2.4.2 กลุ่มผู้จัดการฝ่าย

ผู้จัดการฝ่ายกลุ่มตัวอย่างจำนวน 4 คน (M1,M2, M3 และ M5) แสดงความคิดเห็นและให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาเบื้องต้น ว่าเป็นสิ่งที่พนักงานขายควรที่จะมีความรู้ความสามารถในการบริการแก่ลูกค้าเบื้องต้น หากปัญหานั้นเป็นปัญหาขั้นพื้นฐาน ถ้าพนักงานขายมีความสามารถดังกล่าวก็สามารถสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าและอาจทำให้เกิดการขายขึ้นได้ในอนาคต

“แก้ไขปัญหาได้ อาจจะไม่ได้ซื้อสินค้ากับเราแต่เราต้องสามารถแนะนำการใช้งาน แก้ไขปัญหาเบื้องต้นได้ ลูกค้าก็จะเกิดความประทับใจ มันก็จะย้อนมาสู่ขบวนการเปิดการขายต่อไปได้ด้วย” (M1)

“ถ้ามีแนวทางอื่นสอดแทรก ไปเรื่อยๆ ก็จะมีความรู้มากขึ้นและส่งผลให้ขายของได้มากขึ้น” (M3)

สรุป ผู้จัดการฝ่ายกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าพนักงานขายต้องมีความรู้สามารถแก้ไขปัญหาเบื้องต้นเล็กๆ น้อยๆ ได้ เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวพนักงานขายเอง และอาจก่อให้เกิดการซื้อซ้ำได้ในอนาคต

2.4.3 เจ้าหน้าที่ฝึกอบรม

เจ้าหน้าที่ฝึกอบรมกลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 คน (S1, S2, S3, S4 และ S5) ต้องการให้พนักงานขายมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเบื้องต้นได้ ซึ่งการแก้ไขปัญหาเบื้องต้นนี้เป็นปัญหาทางด้านเทคนิคง่ายๆ ดังนั้นในชุดฝึกควรมีการสอนการแก้ไขปัญหาเบื้องต้นให้กับสินค้ารุ่นต่างๆ

“พนักงานขายทุกช่องทาง ถ้าสามารถแก้ไขปัญหาเบื้องต้นได้ จะทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกที่ดี ดังนั้นพนักงานขายต้องมีความรู้ในสินค้าที่จะขาย” (S2)

“สำคัญเลย พนักงานต้องพบลูกค้า เป็นอันดับแรกเลยคือ ต้องแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ พนักงานขายต้องทราบอาการเบื้องต้น ว่าถ้าเกิดอาการอย่างนี้จะแก้ยังไง เช่น การ hard reset เพราะเป็นสิ่งที่แรกที่จะส่งต่อให้ศูนย์บริการ หรือส่งช่าง” (S3)

สรุป เจ้าหน้าที่ฝึกอบรมกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์น่าที่จะมีการสอนการแก้ไขปัญหาเบื้องต้นที่พนักงานขายสามารถทำได้ด้วยตนเองก่อนส่งให้ศูนย์บริการ

2.4.4 กลุ่มลูกค้า

ลูกค้ากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 3 คน (C1, C2 และ C3) มีความต้องการให้พนักงานขายสามารถแก้ไขปัญหาเบื้องต้นให้กับตนเองได้ เมื่อมีปัญหาเกี่ยวกับสินค้า หรือสามารถให้คำแนะนำเล็กๆ น้อยๆ เกี่ยวกับการใช้งานหรือ ศูนย์บริการที่ลูกค้าสามารถติดต่อได้

“แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า และความไม่สะดวกของลูกค้า ในการใช้งานเครื่อง พนักงานขายก็ต้องมีทักษะ” (C1)

“ต้องรู้ว่าศูนย์ต่างๆ ที่อยู่ใกล้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเข้ารับบริการแก้ไขได้” (C3)

สรุป ลูกค้ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าพนักงานขายควรได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการแก้ไขเบื้องต้น ทั้งปัญหาทางด้านเทคนิค ด้านผลิตภัณฑ์ และศูนย์บริการที่ใกล้ที่สุด

2.5 ด้านอื่นๆ

2.5.1 กลุ่มพนักงานขาย

พนักงานขายกลุ่มตัวอย่างจำนวน 6 คน (K2,K3,K6, K7, K8 และ K9) ต้องการให้ชุดฝึกอบรมมีช่องทางในการสืบค้นข้อมูลได้ด้วยตนเอง หรือ จุดเชื่อมโยงในการหาข้อมูลจากเว็บภายนอก เพื่อการค้นหาข้อมูลตอบข้อสงสัยของลูกค้า หรือเทคนิคการแก้ไขปัญหาเบื้องต้น ตลอดจนเทคนิคการขาย และความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เข้ามาใหม่

“ถ้าความรู้ เราจะดู... ถ้ามีเครื่องใหม่มา เราจะเริ่มเปิดอินเทอร์เน็ต ดูตามอินเทอร์เน็ต มากกว่า ถ้ามีเว็บไซต์บอกก็จะดี” (K2)

“อยากให้เป็นคลังข้อมูลเปิดอ่านได้ มีเรื่องเทคนิคการขายที่ละเอียด สรุปให้เข้าใจง่ายๆ เนื้อหากระชับ เน้นๆ” (K6)

“อยากให้มีส่วนฐานการแก้ไขปัญหาเบื้องต้น การตั้งค่าอื่นๆ” (K7)

“อยากให้มีเทคนิคการขาย และบอก spec เครื่อง จะได้ไม่ต้องหาคู่มืออื่น เพราะ ข้อมูลมันไม่เหมือนกันในแต่ละเว็บ” (K8)

สรุป พนักงานขายกลุ่มตัวอย่างต้องการให้ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์มีจุดเชื่อมโยงข้อมูลที่ทำเป็นในการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับสินค้าและการแก้ไขปัญหาเบื้องต้น ตลอดจนมีเทคนิคการขาย พร้อมทั้งคุณสมบัติของสินค้าที่เป็นจุดขาย

2.5.2 เจ้าหน้าที่ฝึกอบรม

เจ้าหน้าที่ฝึกอบรมกลุ่มตัวอย่างเพียงคนเดียว (S5) ที่เสนอแนวคิดอยากให้ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์มีคลิปเป็นตัวอย่างเกี่ยวกับการเข้าหาลูกค้า และทำเป็นชุด (series) เพื่อให้พนักงานขายติดตามเรื่อยๆ เนื่องจากการส่งข้อมูลหรือข่าวสารใดๆ ผ่านโซเชียลเน็ตเวิร์ค อาทิ ไลน์ (Line) พนักงานขายบางคนก็ไม่ได้ให้ความสำคัญ

การขาย การซัพพลายให้ดู ให้ติดตามตอนต่อไป ทำต่อเนื่องให้เด็กได้เรียนรู้ตลอด ทำหนังสือๆ ให้มาติดตาม เพราะหากเป็นการอัปเดตทริปลั๊น พนักงานขายก็อ่านผ่านๆ” (C5)

สรุป เจ้าหน้าที่ฝึกอบรมกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า อยากให้มีคลิปวิดีโอสั้นๆ นำเสนอเทคนิคการขาย เช่น การเข้าหาลูกค้า

สรุปความต้องการด้านเนื้อหาจากการสัมภาษณ์

กล่าวโดยสรุป กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นว่าพนักงานขายมีความต้องการเนื้อหาความรู้ในด้านต่อไปนี้

1. ด้านความรู้เกี่ยวกับสมาร์ทโฟนไอ-โมบาย

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 22 คน ในจำนวนนี้เป็นพนักงานชายถึง 10 คนที่ไม่ทราบถึงการแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์สมาร์ทโฟนที่ผลิตและจัดจำหน่ายโดยบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ว่าแบ่งออกเป็นอะไรบ้าง จากการสัมภาษณ์ พนักงานส่วนใหญ่ไม่สามารถระบุถึงกลุ่มผลิตภัณฑ์ และเข้าใจถึง STP ของกลุ่มผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ส่งผลให้ขาดความรู้ และความกล้าแสดงออกในการนำเสนอสินค้าต่างๆ แก่ลูกค้าเป้าหมาย

สอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้จัดการฝ่าย และเจ้าหน้าที่ฝึกอบรมต้องการให้ชุดฝึกแบ่งหมวดหมู่ในการนำเสนอเป็นกลุ่มสินค้าแต่ละประเภท และให้อธิบายถึง STP ของกลุ่มผลิตภัณฑ์นั้นๆ เพื่อให้พนักงานชายสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ

2. ด้านความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการขาย

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 21 คน มีความต้องการเนื้อหาเกี่ยวกับเทคนิคการขาย เพื่อเพิ่มทักษะหรือความสามารถเฉพาะตัวของพนักงานชายที่ต้องฝึกฝน และเข้าใจถึงหลักจิตวิทยาในการเปิดขายสินค้า นำเสนอสินค้าและบริการ

3. ด้านการแก้ไขปัญหาเบื้องต้น

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 21 คน ต้องการให้ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์สอนการแก้ไขปัญหาเบื้องต้น เช่น เมื่อลูกค้ามีปัญหาเกี่ยวกับสมาร์ทโฟน เปิดไม่ติด พนักงานชายควรรู้วิธีการกระตุ้นแบตเตอรี่ หรือ โปรแกรมหรือแอปพลิเคชันพื้นฐานหายจากสมาร์ทโฟน พนักงานชายควรมีความรู้ในการทำคืนค่าโรงงาน เพื่อเป็นการกู้ระบบที่ติดตั้งมาตั้งแต่ผลิต เป็นต้น

4. ด้านความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสมาร์ทโฟน

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 16 คน มีความต้องการความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับสมาร์ทโฟน เช่น สมาร์ทโฟนหมายถึงอะไร มีลักษณะอย่างไร องค์ประกอบที่สำคัญของสมาร์ทโฟน ระบบปฏิบัติการสมาร์ทโฟนที่นิยมในประเทศไทย ฯลฯ สิ่งเหล่านี้หากพนักงานชายมีความรู้ความเข้าใจ ก็จะสามารถต่อยอดในการขายสินค้าสมาร์ทโฟน ตลอดจนการแก้ไขปัญหาเบื้องต้น ได้เป็นอย่างดี

5. ด้านอื่นๆ

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 7 คน ต้องการให้ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่จะพัฒนาขึ้นนั้นทำ Link แหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับสมาร์ทโฟนที่พนักงานชายสามารถศึกษาหาความรู้ได้ด้วยตนเอง พร้อมทั้งอยากให้มีการสนทนาเพื่อเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนความรู้ และสอบถามปัญหาที่เผชิญ เพื่อเป็นแหล่งรวบรวมแนวทางการแก้ไขปัญหาอีกทางหนึ่ง

แนวทางการแก้ความต้องการด้านเนื้อหา

จากผลการสัมภาษณ์พบว่า พนักงานชายมีความต้องการเนื้อหาเกี่ยวกับ 1) เทคนิคการขาย 2) ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสมาร์ทโฟน 3) ความรู้เกี่ยวกับสมาร์ทโฟนของบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) และ 4) ความรู้เกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาเบื้องต้น เพื่อเป็นการแก้ปัญหาและสนองความต้องการดังกล่าว

ผู้วิจัยจะจัดทำชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ทโฟน” เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้เพิ่มพูนประสิทธิภาพให้กับพนักงานชาย ตามตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 รายละเอียดชุดฝึกอบรม

หน่วยที่	ชื่อหน่วย	วัตถุประสงค์
1	ความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการขาย	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อให้พนักงานชายมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคนิคการขายสมาร์ทโฟน 2. เพื่อให้พนักงานชายสามารถสอบถามความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง 3. เพื่อให้พนักงานชายสามารถแนะนำสมาร์ทโฟนที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า 4. เพื่อให้พนักงานชายสามารถสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าได้อย่างถูกต้อง
2	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสมาร์ทโฟน	<ol style="list-style-type: none"> 1. สามารถบอกความหมายของสมาร์ทโฟนได้ 2. สามารถอธิบายส่วนประกอบของสมาร์ทโฟน 3. สามารถอธิบายความแตกต่างของฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ 4. สามารถอธิบายรูปแบบโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบต่างๆ 5. ส่วนประกอบภายในของสมาร์ทโฟน
3	สมาร์ทโฟนไอ-โมบาย (i-Style)	<ol style="list-style-type: none"> 1. สามารถบอกความหมายของสมาร์ทโฟน i-Style ได้ 2. สามารถอธิบายกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดของสมาร์ทโฟน i-Style 3. สามารถอธิบายรูปแบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ i-Style 4. ส่วนประกอบภายในของสมาร์ทโฟน i-Style

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

หน่วยที่	ชื่อหน่วย	วัตถุประสงค์
4	สมาร์ทโฟนไอ-โมบาย (IQ)	<ol style="list-style-type: none"> 1. สามารถบอกความหมายของสมาร์ทโฟน IQ ได้ 2. สามารถอธิบายกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดของสมาร์ทโฟน IQ 3. สามารถอธิบายรูปแบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ IQ 4. ส่วนประกอบภายในของสมาร์ทโฟน IQ
5	การใช้งานสมาร์ทโฟนเบื้องต้น	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อให้พนักงานขายทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นเกิดขึ้นจากความผิดพลาดในขั้นตอนการผลิต หรือ เกิดจากผู้ใช้ 2. เพื่อให้พนักงานขายสามารถแก้ไขปัญหาเบื้องต้นที่เกิดขึ้นได้

สำหรับความต้องการเรื่องอื่นๆ นั้น ผู้วิจัยจะจัดทำเป็นกระดานสนทนา และ บอร์ดแจ้งข่าว บนหน้าแรกของชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ทโฟน” สำหรับพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) เพื่อเป็นแหล่งแจ้งข่าวสารและจุดเชื่อมโยงยังเว็บไซต์อื่นๆ ต่อไป

ตอนที่ 3 ประสิทธิภาพชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “สมาร์ทโฟน” สำหรับพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน)

ผลการวิเคราะห์หาประสิทธิภาพของชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ทโฟน” สำหรับพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ที่มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน 80/80 ได้ผลดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้การทดลองแบบหนึ่งต่อหนึ่ง

ทดลองกับพนักงานขาย 3 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิตามระดับความสามารถ เก่ง ปานกลาง อ่อน โดยใช้ระดับคะแนนในการทดสอบประจำปีของบริษัทฯ เป็นตัวกำหนดระดับความสามารถ มีค่าประสิทธิภาพ (E_1/E_2) เท่ากับ 69.84/71.11 (ภาคผนวก ฉ)

หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ปรับปรุงแก้ไขการใช้ภาษาให้เข้าใจง่ายขึ้น ปรับตัวอักษรให้มีความเด่นชัด ปรับปรุงภาพประกอบ

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้การทดลองแบบกลุ่ม (1:10)

ทดลองกับพนักงานขาย 10 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิตามระดับความสามารถ เก่ง ปานกลาง อ่อน โดยใช้ระดับคะแนนในการทดสอบประจำปีของบริษัทฯ เป็นตัวกำหนดระดับความสามารถ มีค่าประสิทธิภาพ (E_1/E_2) เท่ากับ 78.10/77.67 (ภาคผนวก ข) ซึ่งมีค่าต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ที่ 80/80 หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ปรับตัวขนาดหนังสือให้มีขนาดใหญ่ขึ้น ปรับสีให้ดูสบายตา ปรับปรุงเนื้อหาให้เข้าใจง่ายขึ้น โดยเพิ่มวิดีโอทัศนในส่วนที่เข้าใจยาก

3. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้การทดลองภาคสนาม (1:100) หรือ กลุ่มประเมินประสิทธิภาพ

ผู้วิจัยได้นำคะแนนเฉลี่ยที่พนักงานขายทำแบบฝึกเสริมทักษะในใบงานระหว่างฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ที่พนักงานทำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังการฝึกอบรม ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 48 คน (ภาคผนวก ข) มาเปรียบเทียบโดยใช้วิธีการทางสถิติได้ผลตามตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 คะแนนจากการแบบทดสอบท้ายหน่วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” ของพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ทั้ง 5 หน่วย (E_1)

n = 48

รายการ	คะแนนแบบทดสอบรายหน่วย					รวม คะแนน ท้ายหน่วย (คะแนน)	ร้อยละ
	หน่วย ที่ 1	หน่วย ที่ 2	หน่วย ที่ 3	หน่วย ที่ 4	หน่วย ที่ 5		
รวม	677	679	434	429	430	2649	
ค่าร้อยละแต่ละ							
หน่วย	88.15	88.41	82.20	89.38	89.58	87.60	87.60
คะแนนเฉลี่ย							
\bar{X}	14.10	14.15	9.04	8.94	8.96	55.19	87.60
ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	1.1155	0.8503	0.6174	0.3807	0.2887	2.0696	

จากตารางที่ 4.4 พบว่าคะแนนเฉลี่ยของพนักงานขายจากการทำแบบทดสอบของท้ายหน่วยของชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” ทั้ง 5 หน่วย (E_1) มีค่าเฉลี่ย 55.19 คิดเป็นร้อยละ 87.60 เมื่อพิจารณาแต่ละหน่วยพบว่า หน่วยที่ 5 มีค่าร้อยละสูงสุด 89.58 และหน่วยที่ 3 มีค่าร้อยละต่ำสุด 82.20

ตารางที่ 4.5 คะแนนจากการทำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน (E_2)

n = 48

รายการ	คะแนนสอบหลังเรียน		คะแนนสอบก่อนเรียน		Diff D (D)
	D2	ร้อยละ	D1	ร้อยละ	
	คะแนนเต็ม 30 คะแนน	(%D2)	คะแนนเต็ม 30 คะแนน	(%D1)	
รวม	1257		1170		87
เฉลี่ย \bar{X}	26.19	87.29	24.38	81.25	1.81
S.D.	0.91		1.10		1.52

จากตารางที่ 4.5 พบว่า พนักงานขายได้คะแนนเฉลี่ยจากการทดสอบก่อนเรียน เท่ากับ 24.38 จากคะแนนเต็ม 30 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 81.25 และได้คะแนนเฉลี่ยจากการทำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์หลังเรียน (E_2) เท่ากับ 26.19 จากคะแนนเต็ม 30 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 87.29

ตารางที่ 4.6 คะแนนของพนักงานขายที่ทำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียน หลังเรียนและคะแนนการทำแบบทดสอบท้ายหน่วย รวม 5 ชุด จากชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น (E_1, E_2)

n = 48

รายการ	คะแนนทดสอบ	คะแนนทดสอบ	คะแนนทดสอบ
	ก่อนเรียน	ท้ายหน่วย	หลังเรียน
	(30 คะแนน)	(63 คะแนน)	(30 คะแนน)
รวม	1170	2649	1257
เฉลี่ย \bar{X}	24.38	55.19	26.19
SD	1.10	2.06	0.91
ร้อยละ	81.25	87.60	87.29

จากตารางที่ 4.6 พบว่าคะแนนเฉลี่ยจากการทำแบบทดสอบท้ายหน่วยทั้ง 5 หน่วย การเรียนรู้ของพนักงานขายมีค่าเฉลี่ย 55.19 จากคะแนนเต็ม 63 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 87.60 และคะแนนจากการทำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนมีค่าเฉลี่ย 26.19 จากคะแนนเต็ม 30 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 87.29 ดังนั้น ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีประสิทธิภาพเท่ากับ 87.60/87.29

ตารางที่ 4.7 คะแนนเฉลี่ยก่อนฝึกอบรมและหลังฝึกอบรม ความแตกต่างระหว่างคะแนนก่อนฝึกอบรมและหลังฝึกอบรม และความก้าวหน้าในการเรียนของกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) จำนวน 48 คน

n = 48			
คะแนนเฉลี่ยก่อนเรียน (30 คะแนน)	คะแนนเฉลี่ยหลังเรียน (30 คะแนน)	D	t
24.38	26.19	1.81	8.23*

* $p < .05$, $t = 8.23$, $df = 47$

จากตารางที่ 4.7 แสดงว่าชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ในการทดลองภาคสนามพนักงานขายมีความก้าวหน้าทางการเรียนเพิ่มขึ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตอนที่ 4 ความก้าวหน้าในการฝึกอบรมของพนักงานขาย ที่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน)

การหาค่าดัชนีประสิทธิผลของชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ปรากฏผลดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ค่าดัชนีประสิทธิผล} &= \frac{\text{ผลรวมของคะแนนทดสอบหลังฝึก} - \text{ผลรวมของคะแนนทดสอบก่อนฝึก}}{(\text{จำนวนผู้เข้าอบรม})(\text{จำนวนคะแนนเต็ม}) - \text{ผลรวมของคะแนนทดสอบก่อนฝึก}} \\
 &= \frac{1257 - 1170}{(48)(30) - 1170} \\
 &= \frac{87}{270} \\
 &= 0.32
 \end{aligned}$$

ดัชนีประสิทธิผลของการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) มีค่าเท่ากับ 0.32 แสดงว่าพนักงานขายมีความรู้เพิ่มขึ้นร้อยละ 32

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามความคิดเห็นของพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน)

ตารางที่ 4.8 จำนวนร้อยละของลักษณะข้อมูลทั่วไปของพนักงานขายที่ได้รับการฝึกด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน”

n = 48		
ลักษณะข้อมูลทั่วไป		
	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
เพศ		
ชาย	22	45.83
หญิง	26	54.17
รวม	48	100.00
อายุ		
20 - 30 ปี	25	52.08
31 - 40 ปี	17	35.42
41 - 50 ปี	6	12.50
รวม	48	100.00
อายุการทำงานกับบริษัทฯ		
ไม่เกิน 6 เดือน	13	27.08
มากกว่า 6 เดือน แต่น้อยกว่า 1 ปี	10	20.83
มากกว่า 1 ปี แต่น้อยกว่า 2 ปี	13	27.08
มากกว่า 2 ปี แต่น้อยกว่า 3 ปี	5	10.42
3 ปีขึ้นไป	7	14.58
รวม	48	100.00
ปฏิบัติงานในตำแหน่ง		
พนักงานขายหน้าร้าน	22	45.83
พนักงานส่งเสริมการขาย	15	31.25
พนักงานขายหน่วยแทน	11	22.92
รวม	48	100.00

หลังจากการจัดกิจกรรมการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความสามารถด้านเทคนิคการขาย
สมาร์ตโฟน โดยใช้ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับ
พนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ให้แก่พนักงานขายกลุ่มตัวอย่างจำนวน 48
คน ประเมินบทเรียนโดยใช้แบบสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อชุดฝึกอบรมที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น เกณฑ์ที่
ใช้คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด มีค่าคะแนน เท่ากับ 5, 4, 3, 2, 1 ตามลำดับ พนักงาน
ขายมีความคิดเห็นต่อชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่สร้างขึ้นในด้านต่างๆ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.9 ความพึงพอใจของพนักงานขายที่มีต่อการฝึกอบรมโดยใช้ชุดฝึกอบรมสื่อ
อิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานขาย บริษัท
สามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน)

n=48

รายการ	ระดับความพึงพอใจ		
	\bar{X}	SD	ความหมาย
1. ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อชุดฝึกอบรมช่วยให้ท่านเข้าใจเนื้อหา สาระเกี่ยวกับเทคนิคการขายสมาร์ตโฟน แต่ละหน่วย			
1.1 หน่วยการเรียนรู้ “เทคนิคการขายเบื้องต้น”	5.00	.00	มากที่สุด
1.2 หน่วยการเรียนรู้ “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสมาร์ตโฟน”	5.00	.00	มากที่สุด
1.3 หน่วยการเรียนรู้ “ความรู้เกี่ยวกับสมาร์ตโฟน i-Style”	5.00	.00	มากที่สุด
1.4 หน่วยการเรียนรู้ “ความรู้เกี่ยวกับสมาร์ตโฟน IQ”	4.87	.33	มากที่สุด
1.5 หน่วยการเรียนรู้ “การใช้งานเบื้องต้น”	4.85	.35	มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยหน่วยการเรียนรู้เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน	4.95	.087	มากที่สุด
2. ความพึงพอใจต่อชุดฝึกอบรม			
2.1 ความเหมาะสมของเนื้อหา	4.85	.35	มากที่สุด
2.2 การนำเสนอเนื้อหา	4.81	.39	มากที่สุด
2.3 ผู้เรียนนำไปปฏิบัติได้	5.00	.00	มากที่สุด
2.4 ระยะเวลาในการใช้ชุดฝึกอบรมมีความเหมาะสม	5.00	.00	มากที่สุด
2.5 สามารถเลือกเรียนได้ตามต้องการ	5.00	.00	มากที่สุด
2.6 ความเหมาะสมของการออกแบบและการเชื่อมโยง	4.87	.33	มากที่สุด

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

n=48

รายการ	ระดับความพึงพอใจ		
	\bar{X}	SD	ความหมาย
2.7 ความต่อเนื่องของบทเรียน	5.00	.00	มากที่สุด
2.8 การออกแบบ และความน่าสนใจ	5.00	.00	มากที่สุด
2.9 ความเหมาะสมของตัวอักษร	5.00	.00	มากที่สุด
2.10 ความเหมาะสมของสื่อวีดิโอในชุดฝึกอบรม	4.87	.33	มากที่สุด
2.11 ความเหมาะสมของเสียง	4.85	.35	มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อชุดฝึกอบรม	4.95	.98	มากที่สุด
ภาพรวม	4.63	.53	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานขาย บริษัทสามารท ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดทุกรายการ ($\bar{X} = 4.63$, $SD = .53$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าทุกด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด กล่าวคือ

คะแนนเฉลี่ยโดยรวมที่มีต่อชุดฝึกอบรมช่วยให้ท่านเข้าใจเนื้อหาสาระเกี่ยวกับเทคนิคการขายสมาร์ตโฟน แต่ละหน่วย ($\bar{X} = 4.95$, $SD = .87$) คะแนนเฉลี่ยเกี่ยวกับการพัฒนาชุดฝึก ($\bar{X} = 4.95$, $SD = .98$) กล่าวโดยสรุปได้ว่า พนักงานขายมีความพึงพอใจต่อชุดฝึกทุกหน่วย ตัวอักษรอ่านง่ายมีความเหมาะสม การออกแบบน่าสนใจ

ตารางที่ 4.10 ความพึงพอใจด้านประโยชน์ของพนักงานชายที่มีต่อการฝึกอบรมโดยใช้ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานชาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน)

n=48

รายการ	ระดับความพึงพอใจ		
	\bar{X}	SD	ความหมาย
3. ประโยชน์ที่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรม			
3.1 สามารถนำความรู้ไปเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน	4.81	.39	มากที่สุด
3.2 สามารถทบทวนความรู้เรื่องเทคนิคการขายได้	5.00	.00	มากที่สุด
3.3 สามารถฝึกปฏิบัติได้จากชุดฝึกอบรม	5.00	.00	มากที่สุด
3.4 สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองจากชุดฝึกอบรม	5.00	.00	มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	4.85	.35	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ความพึงพอใจเกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรม ($\bar{X} = 4.85$, $SD = .35$) พนักงานชายเห็นว่าความรู้จากชุดฝึกฯ สามารถนำไปทบทวนเรื่องเทคนิคการขายได้ อีกทั้งยังสามารถนำไปฝึกปฏิบัติได้ด้วยตนเอง ($\bar{X} = 5.00$, $SD = .00$) และนำความรู้ไปใช้ในการทำงานได้ ($\bar{X} = 4.81$, $SD = .39$) พนักงานชายสามารถทบทวนความรู้เรื่องเทคนิคการขายได้ด้วยตนเองจากชุดฝึกอบรม ส่งผลให้พนักงานชายได้รับการพัฒนาความรู้เพิ่มขึ้น

แสดงให้เห็นว่าชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานชาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) มีประสิทธิภาพในการเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ให้กับพนักงานชายได้

ตอนที่ 6 ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อความสามารถของพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ที่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และไม่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์

ตารางที่ 4.11 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ความพึงพอใจที่มีต่อการบริการของพนักงานขายบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน)

ลักษณะข้อมูลทั่วไป	กลุ่มลูกค้าที่เจอพนักงานขาย			
	อบรมด้วยชุดฝึก		ไม่ได้อบรมด้วยชุดฝึก	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
เพศ				
ชาย	30	62.50	21	43.75
หญิง	18	37.50	27	56.25
รวม	48	100.00	48	100.00
อายุ				
ต่ำกว่า 20 ปี	11	22.92	5	10.42
21-30 ปี	20	41.67	18	37.50
31-40 ปี	13	27.08	16	33.33
41 ปีขึ้นไป	4	8.33	9	18.75
รวม	48	100.00	48	100.00
ระดับการศึกษา				
ประถมศึกษา	-	-	3	6.25
มัธยมศึกษาตอนต้น	-	-	6	12.50
มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.	15	31.25	8	16.67
ปวส./อนุปริญญา	20	41.67	10	20.83
ปริญญาตรี	13	27.08	21	43.75
รวม	48	100.00	48	100.00

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

n=96

ลักษณะข้อมูลทั่วไป	กลุ่มลูกค้าที่เจอพนักงานขาย			
	อบรมด้วยชุดฝึก		ไม่ได้อบรมด้วยชุดฝึก	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
อาชีพ				
แม่บ้าน หรือ ไม่ประกอบอาชีพ	12	25.00	4	8.34
นักเรียน นิสิต นักศึกษา	5	10.42	5	10.42
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3	6.25	9	18.75
ค้าขาย	15	31.25	5	10.42
รับจ้างหรือพนักงานบริษัท	6	12.50	20	41.67
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	7	14.58	5	10.40
รวม	48	100.00	48	100.00
สถานภาพ				
โสด	24	50.00	21	43.75
สมรส	18	37.50	25	52.08
หม้าย หรือ หย่าร้าง	6	12.50	2	4.17
รวม	48	100.00	48	100.00
รายได้ต่อเดือน				
น้อยกว่า 10,000 บาท	13	27.08	8	16.67
10,000 – 15,000 บาท	17	35.42	15	31.25
15,001 – 20,000 บาท	10	20.83	15	31.25
มากกว่า 20,000 บาท	8	16.67	10	20.83
รวม	48	100.00	48	100.00

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

n=96

ลักษณะข้อมูลทั่วไป	กลุ่มลูกค้าที่เจอพนักงานขาย			
	อบรมด้วยชุดฝึก		ไม่ได้อบรมด้วยชุดฝึก	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
ความถี่ในการใช้บริการในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา				
น้อยกว่าเดือนละครั้ง	35	72.92	22	45.80
1-3 ครั้ง ต่อเดือน	5	10.42	15	31.30
4-6 ครั้ง ต่อเดือน	6	12.50	4	8.30
มากกว่า 6 ครั้ง ต่อเดือน	2	4.17	7	14.60
รวม	48	100.00	48	100.00

ตารางที่ 4.11 พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มที่ซื้อสมาร์ตโฟนกับพนักงานขายที่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้วิจัยพัฒนา และ 2) กลุ่มที่ซื้อสมาร์ตโฟนกับพนักงานขายที่ไม่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมคุณลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะดังนี้

1. กลุ่มที่ซื้อสมาร์ตโฟนกับพนักงานขายที่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้วิจัยพัฒนา

1.1 ด้านเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50 รองลงมาเป็นผู้หญิง จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50

1.2 ด้านอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 41.67 รองลงมาได้แก่ 31-40 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 27.08 น้อยที่สุดอยู่ในช่วง 41 ปีขึ้นไป จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33

1.3 ด้านระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) หรือ อนุปริญญา จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 41.67 รองลงมา จบระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ประกาศนียบัตรวิชาชีพ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 และน้อยที่สุด จบระดับปริญญาตรี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 27.08

1.4 ด้านอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขาย จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 รองลงมาเป็นแม่บ้านหรือไม่ประกอบอาชีพ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 น้อยที่สุดประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25

1.5 ด้านสถานภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นโสด จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมา สมรส จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 และน้อยที่สุดเป็นหม้าย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50

1.6 ด้านรายได้ต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 10,000 – 15,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 35.42 รองลงมา มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 27.08 และน้อยที่สุดมีรายได้มากกว่า 20,000 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67

1.7 ด้านความถี่ในการใช้บริการที่ร้านไอ-โมบาย ในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการน้อยกว่าเดือนละครั้ง จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 72.92 รองลงมาใช้บริการ 4-6 ครั้งต่อเดือน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 และน้อยที่สุดใช้บริการมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4.17

2. กลุ่มที่ซื้อสมาร์ตโฟนกับพนักงานขายที่ไม่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้วิจัยพัฒนา

2.1 ด้านเพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 56.25 รองลงมาเป็นผู้ชาย จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 43.75

2.2 ด้านอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมาได้แก่ 31-40 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 น้อยที่สุดอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 10.42

2.3 ด้านระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบระดับปริญญาตรี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 43.75 รองลงมาจบระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) หรือ อนุปริญญา จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20.83 และน้อยที่สุดจบระดับประถมศึกษาจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25

2.4 ด้านอาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้างหรือพนักงานบริษัท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 41.67 รองลงมาประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 และน้อยที่สุดเป็นแม่บ้านหรือไม่ประกอบอาชีพ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 8.34

2.5 ด้านสถานภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สมรส จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 52.08 รองลงมา โสด จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 43.75 และน้อยที่สุดเป็นหม้าย จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 4.17

2.6 ด้านรายได้ต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 10,000 – 15,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 และรายได้ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 และน้อยที่สุดมีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67

2.7 ด้านความถี่ในการใช้บริการที่ร้านไอ-โมบาย ในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา พบว่า ส่วนใหญ่ใช้บริการน้อยกว่าเดือนละครั้ง จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 45.80 รองลงมาใช้บริการ 1-2 ครั้งต่อเดือน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 31.30 และน้อยที่สุดใช้บริการ 4-6 ครั้งต่อเดือน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 9.30

ตารางที่ 4.12 เปรียบเทียบความพึงพอใจลูกค้าที่มีต่อการบริการของพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน)

รายการ	ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อพนักงานขาย						t	Sig.
	อบรมด้วยชุดฝึก			ไม่ได้อบรมด้วยชุดฝึก				
	\bar{X}	SD	แปลผล	\bar{X}	SD	แปลผล		
1. การกล่าวคำทักทายต้อนรับของพนักงานขายไอ-โมบาย	5.00	0.00	มากที่สุด	4.35	0.668	มาก	6.697*	.000
2. การสอบถามเกี่ยวกับการนำสมาร์ตโฟนไปใช้งานด้านต่างๆ ของพนักงานขายไอ-โมบาย	4.52	0.58	มากที่สุด	4.13	0.70	มาก	3.002	.704
3. การแนะนำสมาร์ตโฟนตรงกับความต้องการของท่าน	4.85	0.35	มากที่สุด	4.31	0.72	มาก	4.675*	.000
4. การเสนอขายสินค้าอื่นเช่น บลูทูธ power bank เพื่อเพิ่มความสะดวกในการใช้งานสมาร์ตโฟน	4.77	0.42	มากที่สุด	3.92	0.71	มาก	7.156	.067

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

รายการ	ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อพนักงานขาย						t	Sig.
	อบรมด้วยชุดฝึก			ไม่ได้อบรมด้วยชุดฝึก				
	\bar{X}	SD	แปลผล	\bar{X}	SD	แปลผล		
5. การแจ้งรายการส่งเสริมการขาย ของพนักงานขายไอ-โมบาย	4.27	0.57	มาก	4.13	0.78	มาก	1.036	.104
6.การกล่าวขอบคุณของพนักงาน ขายไอ-โมบาย	5.00	0.00	มากที่สุด	4.25	0.72	มาก	7.125*	.000
7. การแจ้งเบอร์โทรศัพท์ และ เวลาทำการของ call center กรณี ลูกค้าต้องการสอบถามข้อมูล เพิ่มเติมของพนักงานขาย ไอ-โมบาย	4.75	0.43	มากที่สุด	4.06	0.75	มาก	5.457*	.036
8. เมื่อท่านมีปัญหาเกี่ยวกับ สมาร์ตโฟน พนักงานขาย ไอ-โมบายสามารถแก้ไขปัญหา เบื้องต้นเหล่านั้นให้ท่านได้	4.48	0.50	มาก	4.27	0.73	มาก	1.617	.068
9. การบริการหลังการขายของ พนักงานขายไอ-โมบาย	4.31	0.58	มาก	4.10	0.77	มาก	1.479	.318
10. ความรู้เกี่ยวกับสมาร์ตโฟน ของพนักงานขายไอ-โมบาย	4.27	0.57	มาก	4.13	0.64	มาก	1.175	.542
ภาพรวม	4.64	0.26	มากที่สุด	4.18	0.53	มาก	5.347*	.010

ตารางที่ 4.12 พบว่าความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของพนักงานขายที่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมอิเล็กทรอนิกส์ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.64$, $SD = 0.26$) ในขณะที่ลูกค้าที่ใช้บริการของพนักงานขายที่ไม่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมอิเล็กทรอนิกส์ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.18$, $SD = 0.53$) ค่า $t = 5.347$ และค่า Sig. ต่ำกว่า .05 (.010) แสดงว่าความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อพนักงานขายที่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมอิเล็กทรอนิกส์ และพนักงานขายที่ไม่ได้รับ

การฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อที่แตกต่าง พบว่า

1. การกล่าวคำทักทายต้อนรับของพนักงานขายไอ-โมบาย ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของพนักงานขายที่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ฯ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 5.00$, $SD = 0.00$) ในขณะที่ลูกค้าที่ใช้บริการของพนักงานขายที่ไม่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ฯ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 3.5$, $SD = 0.66$) ค่า $t = 6.697$ และค่า Sig. ต่ำกว่า .05 (.000) แสดงว่าความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของพนักงานขายที่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และพนักงานขายที่ไม่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. การแนะนำสมาร์ตโฟนตรงกับความต้องการของท่าน ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของพนักงานขายที่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ฯ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.85$, $SD = 0.35$) ในขณะที่ลูกค้าที่ใช้บริการของพนักงานขายที่ไม่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ฯ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.31$, $SD = 0.72$) ค่า $t = 4.675$ และค่า Sig. ต่ำกว่า .05 (.000) แสดงว่าความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของพนักงานขายที่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และพนักงานขายที่ไม่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. การกล่าวคำขอบคุณของพนักงานขายไอ-โมบาย ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของพนักงานขายที่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ฯ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 5.00$, $SD = 0.00$) ในขณะที่ลูกค้าที่ใช้บริการของพนักงานขายที่ไม่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ฯ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.25$, $SD = 0.72$) ค่า $t = 7.125$ และค่า Sig. ต่ำกว่า .05 (.000) แสดงว่าความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของพนักงานขายที่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และพนักงานขายที่ไม่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. การแจ้งเบอร์โทรศัพท์และเวลาทำการของ call center กรณีลูกค้าต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมของพนักงานขายไอ-โมบาย ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของพนักงานขายที่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ฯ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.75$, $SD = 0.43$) ในขณะที่ลูกค้าที่ใช้บริการของพนักงานขายที่ไม่ได้รับการฝึกอบรม

ด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.06$, $SD = 0.75$) ค่า $t = 5.457$ และค่า Sig. ต่ำกว่า .05 (.036) แสดงว่าความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของพนักงานขายที่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมอิเล็กทรอนิกส์ และพนักงานขายที่ ไม่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

แสดงให้เห็นว่า ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) สร้างความแตกต่างในทางที่ดีขึ้นให้กับพนักงานขายที่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ส่งผลลูกค้าที่ใช้บริการเกิดความพึงพอใจมากกว่าพนักงานขายที่ ไม่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ อาจกล่าวได้ว่าชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีประสิทธิภาพในการเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการปฏิบัติงานเพิ่มยอดขายให้กับพนักงานขายได้



บทที่ 5

ต้นแบบชิ้นงาน

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อพัฒนาชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ประกอบด้วย (1) รายละเอียดชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (2) แผนผังโครงสร้างเว็บไซต์ (3) แผนการเรียน (4) ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (5) คู่มือการใช้ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์

1. รายละเอียดชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์

ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) มีรายละเอียดดังนี้

1.1 คำอธิบายชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์

บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานขายของบริษัทฯ จำเป็นต้องมียอดความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของบริษัท และเทคนิคการขาย เพื่อให้สามารถสังเกตความต้องการของลูกค้า การนำเสนอสินค้าที่เหมาะสมกับความต้องการนั้น ทำให้สามารถปิดการขายได้อย่างรวดเร็วเหมาะสม ตลอดจนสามารถทำให้ลูกค้าประทับใจพร้อมที่กลับมาซื้อสินค้าและบริการอีก

1.2 รายชื่อหน่วยการเรียนรู้ด้วยตนเอง

ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) แบ่งได้ทั้งหมด 4 หน่วยดังนี้

หน่วยที่ 1 เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน

หน่วยที่ 2 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสมาร์ตโฟน

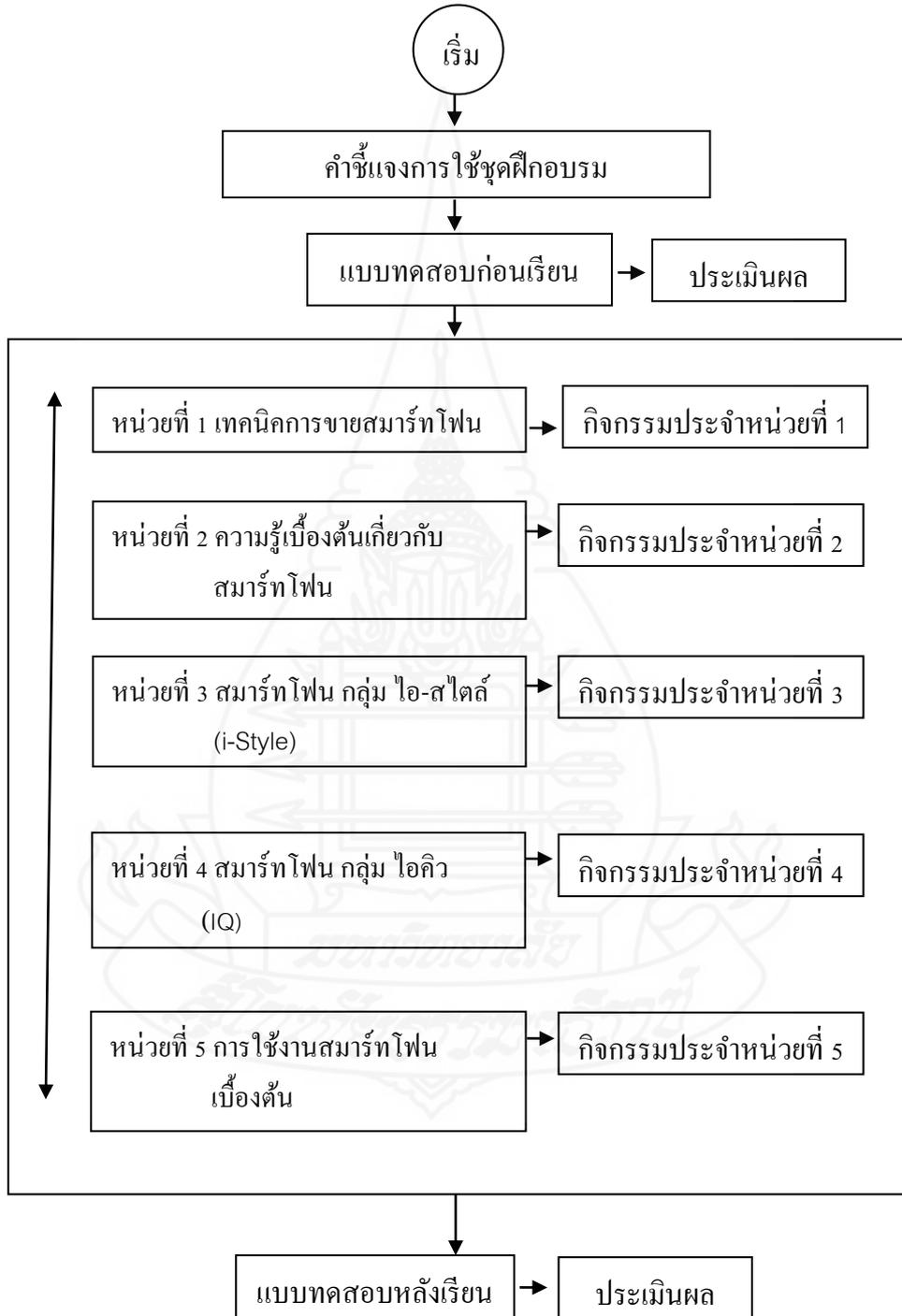
หน่วยที่ 3 สมาร์ตโฟน กลุ่ม ไอ-สไตล์ (i-Style)

หน่วยที่ 4 สมาร์ตโฟน กลุ่ม ไอคิว (IQ)

หน่วยที่ 5 การใช้งานสมาร์ตโฟนเบื้องต้น

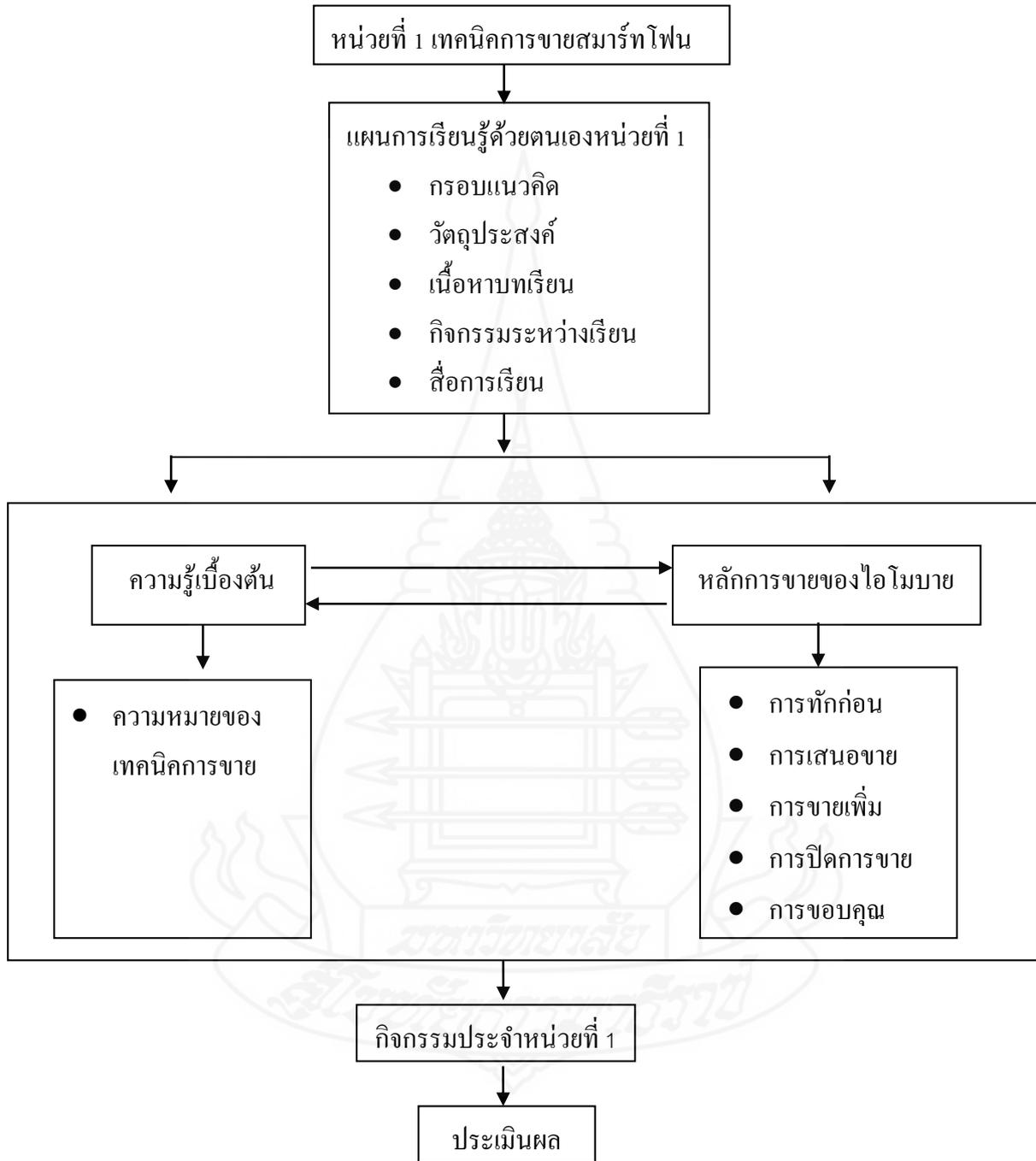
2. แผนผังโครงสร้างชุดฝึกอบรม

2.1 แผนผังโครงสร้างชุดฝึกอบรม

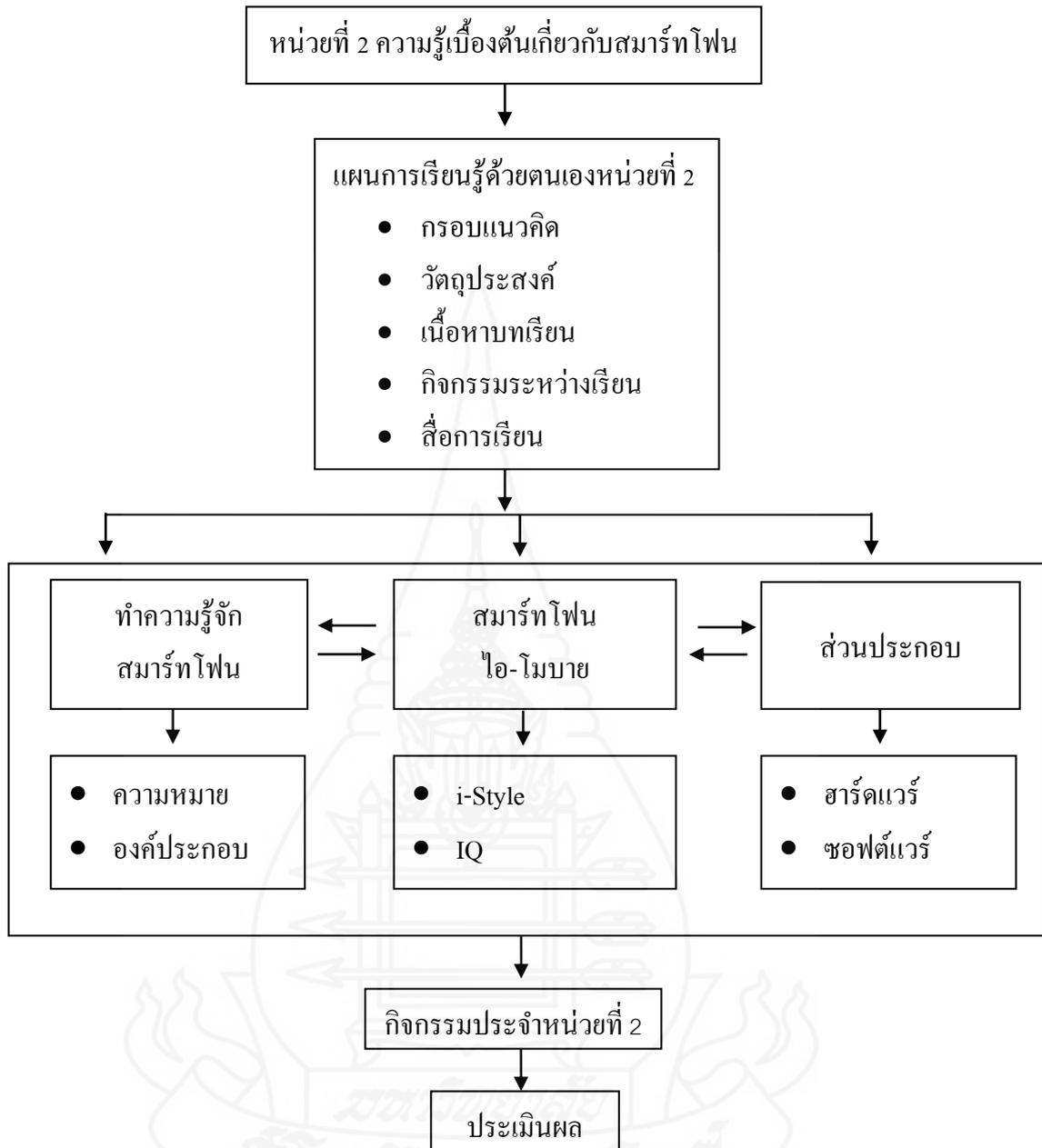


ภาพที่ 5.1 แผนผังโครงสร้างชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์

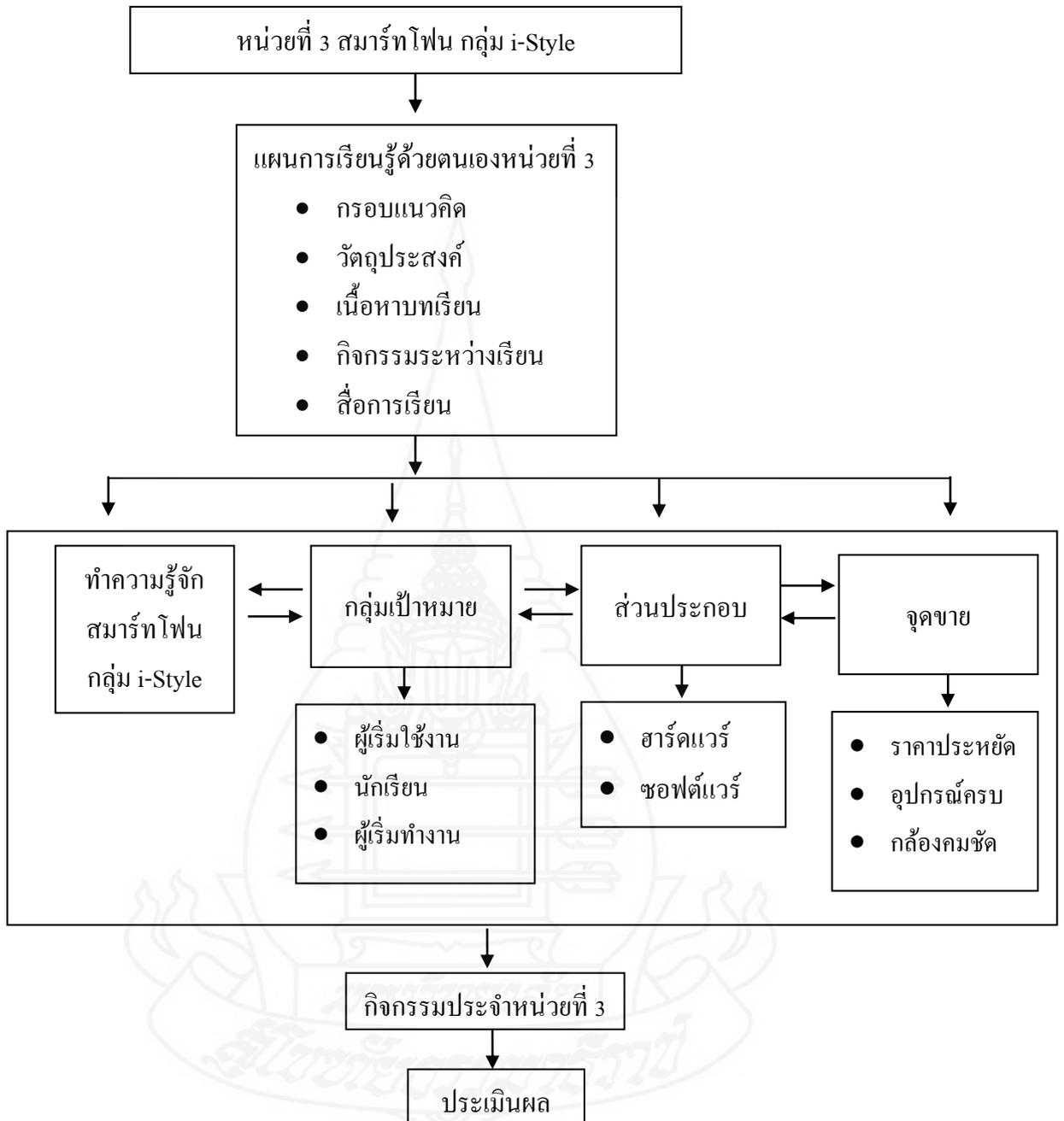
2.2 แผนผังโครงสร้างแต่ละหน่วยของชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์



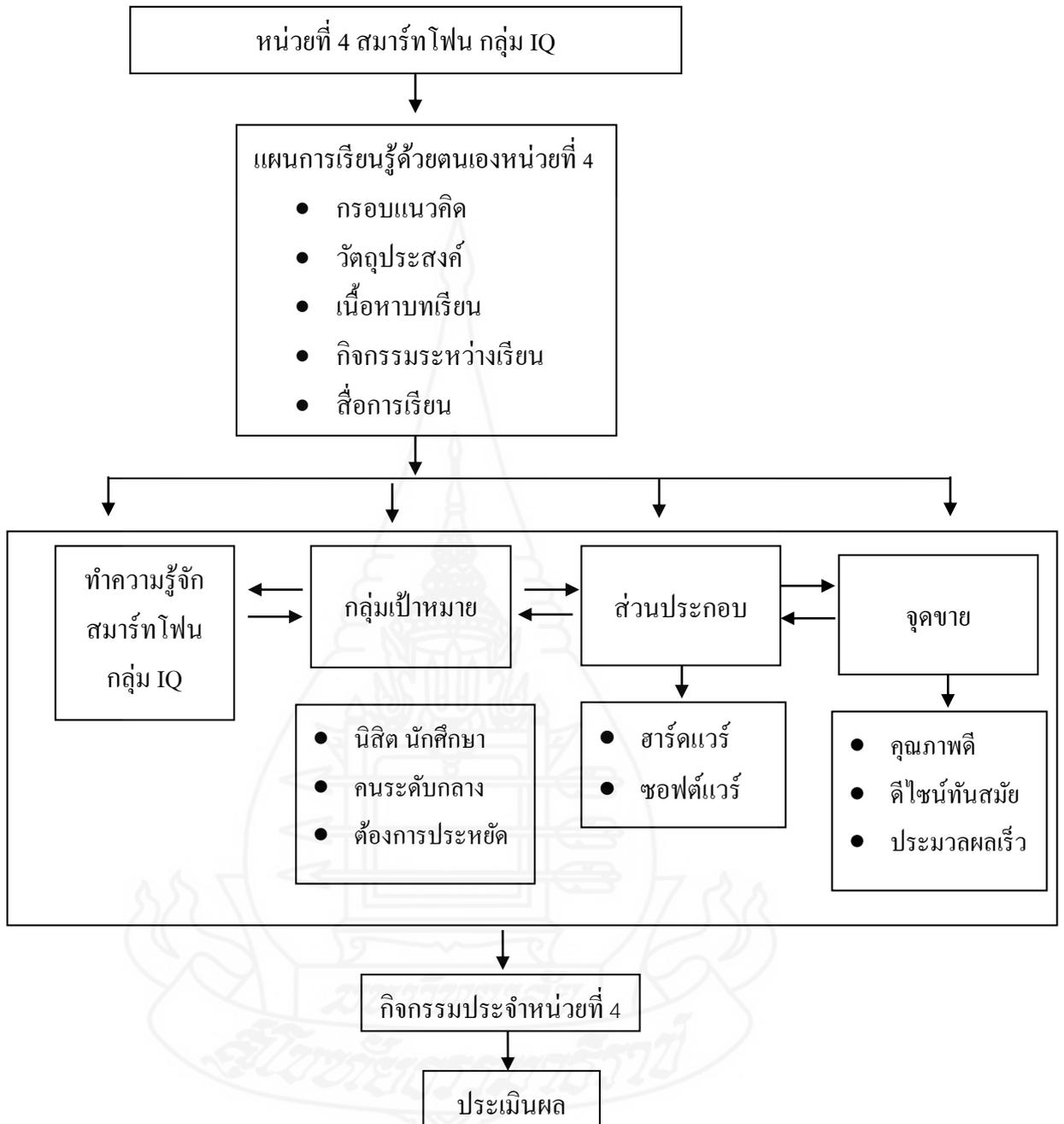
ภาพที่ 5.2 โครงสร้างหน่วยที่ 1 เทคนิคการขายสมาร์ทโฟน



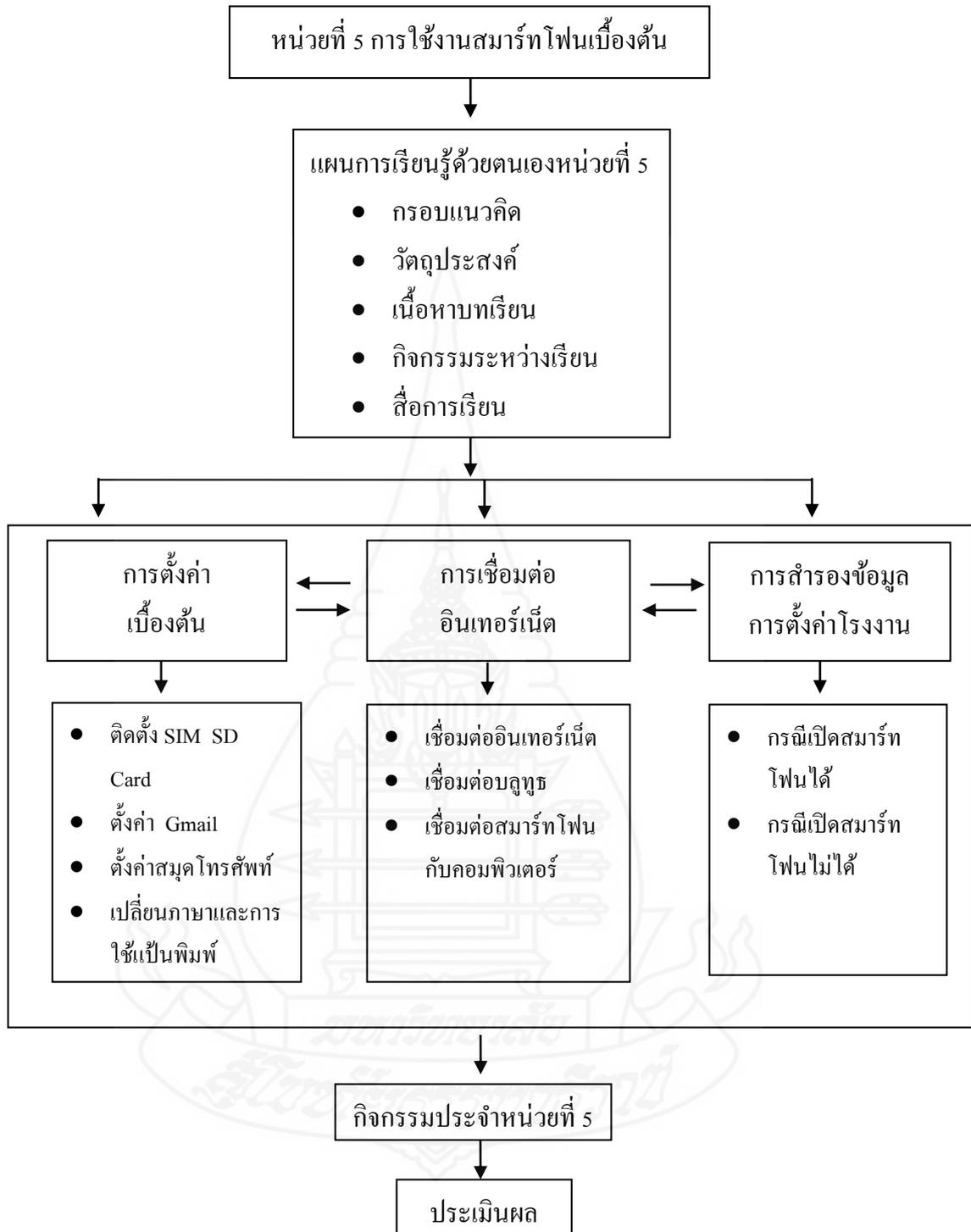
ภาพที่ 5.3 โครงสร้างหน่วยที่ 2 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสมาร์ทโฟน



ภาพที่ 5.4 โครงสร้างหน่วยที่ 3 สมาร์ทโฟนกลุ่ม i-Style

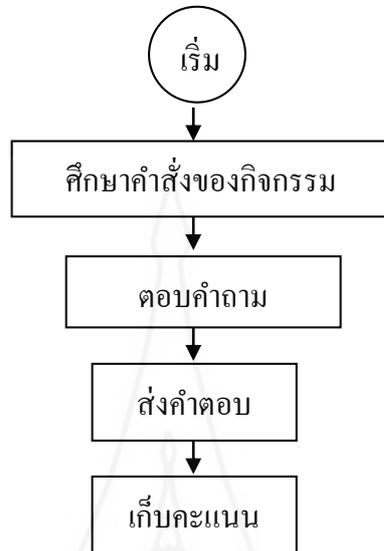


ภาพที่ 5.5 โครงสร้างหน่วยที่ 4 สมาร์ทโฟนกลุ่ม IQ



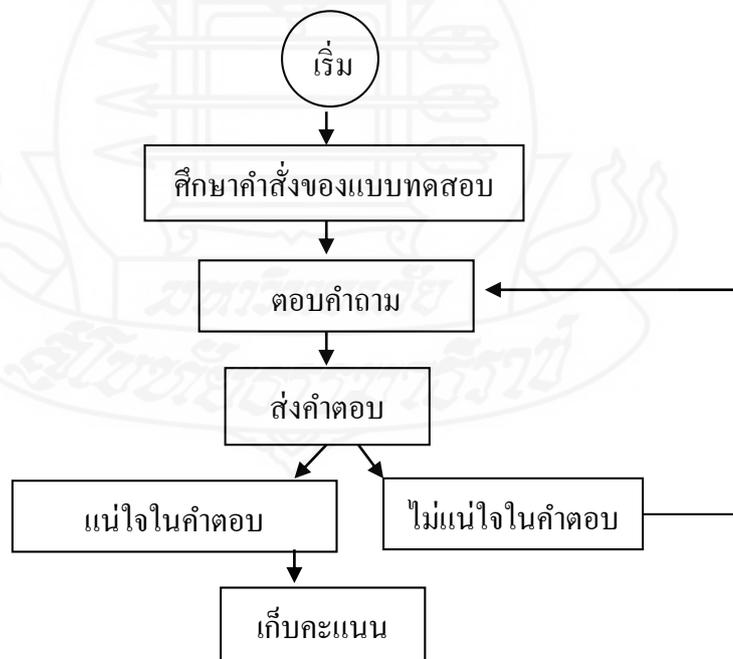
ภาพที่ 5.6 โครงสร้างหน่วยที่ 5 การใช้งานสมาร์ทโฟนเบื้องต้น

1.3 แผนผังโครงสร้างของกิจกรรม



ภาพที่ 5.7 แผนผังโครงสร้างของกิจกรรม

1.4 แผนผังโครงสร้างของแบบทดสอบ



ภาพที่ 5.8 แผนผังโครงสร้างของแบบทดสอบ

3. แผนการเรียนรู้

แผนการเรียนรู้ในชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ประกอบไปด้วย 5 หน่วยดังนี้

3.1 หน่วยที่ 1 เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน

3.1.1 กรอบแนวคิด

เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน คือ กลวิธีที่พนักงานขายโน้มน้าวใจให้ลูกค้า ด้วยวิธีการต่าง ๆ โดยอาศัยหลักทางจิตวิทยา โดยมีจุดมุ่งหมายคือให้ลูกค้าซื้อสมาร์ตโฟนของตน และปิดการขายได้เร็ว ดีและตรงตามที่ต้องการ เทคนิคการขายเป็นทักษะการขายทักษะหนึ่ง ที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ในยุคที่มีผู้บริโภคหรือลูกค้ามีทางเลือกมากมาย และที่สำคัญ การพัฒนานักขายไม่ควรหลุดกระแสการเปลี่ยนแปลง และ Trend ของลูกค้า พนักงานขาย หรือผู้แทนการขายในปัจจุบันมักทำหน้าที่ขายอย่างเดียวไม่ได้แล้ว แต่ต้องทำหน้าที่เป็นผู้สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า (Customer Relationships) และเป็นหน้าเป็นตาให้องค์กรด้วย ยอดขายก็ต้องได้ มัดใจลูกค้าก็สำคัญ

3.1.2 วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อให้พนักงานขายมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคนิคการขายสมาร์ตโฟน
- 2) เพื่อให้พนักงานขายนำเทคนิคการขายของบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) สามารถนำขั้นตอนต่างๆ ไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง

3.1.3 เนื้อหาบทเรียน ได้แก่

- 1) เทคนิคการขาย
 - 1.1 ความหมาย
 - 1.2 สรุป
- 2) ขั้นตอนและหลักการขายของบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน)
 - 2.1 ทักก่อน
 - 2.2 การเสนอขายสินค้า
 - 2.3 การขายเพิ่ม
 - 2.4 การปิดการขาย
 - 2.5 ขอบคุณลูกค้า

3.1.4 กิจกรรมระหว่างฝึกอบรม

3.1.5 สื่อการเรียนรู้ ได้แก่ ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หน่วยที่ 1 และกิจกรรมประจำหน่วย

3.1.6 การประเมินผล คือคะแนนเปรียบเทียบที่ได้จากแบบทดสอบก่อนและหลังเรียน

3.2 หน่วยที่ 2 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสมาร์ทโฟน

3.2.1 กรอบแนวคิด

สมาร์ทโฟน หมายถึง โทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือ โทรศัพท์มือถือที่มีความสามารถเพิ่มเติมนอกเหนือจากโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือโทรศัพท์มือถือทั่วไป สมาร์ทโฟนถูกมองว่าเป็นคอมพิวเตอร์พกพาที่ทำงานในลักษณะของโทรศัพท์เคลื่อนที่ สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต รวมถึงการใช้แอปพลิเคชันต่างๆ ในโทรศัพท์ และสมาร์ทโฟนสามารถให้ผู้ใช้งานติดตั้งโปรแกรมเสริมสำหรับเพิ่มความสามารถของโทรศัพท์เอง โดยรูปแบบนั้นขึ้นอยู่กับแพลตฟอร์มของโทรศัพท์และระบบปฏิบัติการ

3.2.2 วัตถุประสงค์ พนักงานขายสามารถ

- 1) บอกความหมายของสมาร์ทโฟนได้
- 2) อธิบายส่วนประกอบของสมาร์ทโฟนได้
- 3) อธิบายความแตกต่างของฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ได้

3.2.3 เนื้อหาบทเรียน ได้แก่

- 1) ทำความรู้จักสมาร์ทโฟน
- 2) สมาร์ทโฟน ไอ-โมบาย
- 3) ส่วนประกอบสมาร์ทโฟน

3.2.4 กิจกรรมระหว่างเรียน

3.2.5 สื่อการเรียนรู้ ได้แก่ ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หน่วยที่ 2 และกิจกรรมประจำหน่วย

3.2.6 การประเมินผล คือคะแนนเปรียบเทียบที่ได้จากแบบทดสอบก่อนและหลังเรียน

3.3 หน่วยที่ 3 สมาร์ทโฟนกลุ่ม i-Style

3.3.1 กรอบแนวคิด

สมาร์ทโฟน i-Style เป็นสมาร์ทโฟน ราคาประหยัดซึ่งมีราคาสูงกว่าฟีเจอร์โฟนไม่มากนัก เหมาะสำหรับผู้เริ่มต้นใช้งานสมาร์ทโฟน 3G เป็นเครื่องแรก กลุ่มสมาร์ทโฟน ไอ-สไตล์ (i-Style) 3G แอนดรอยด์ สำหรับผู้ที่ต้องการใช้งานแอปพลิเคชันต่างๆ ของแอนดรอยด์

รวมทั้งฟังก์ชันมัลติมีเดีย เช่น สองซิม ดูทีวี และวิดีโอคอล เจาะกลุ่มผู้ใช้แอนดรอยด์ที่มีประสิทธิภาพสูง ฟังก์ชันครบครัน แตกต่างด้วยแอปพลิเคชัน โซเชียลแชตที่ใช้งานได้ทันที ภายใต้แนวคิด “value for money”

3.3.2 วัตถุประสงค์ พนักงานขายสามารถ

- 1) บอกความหมายของสมาร์ตโฟน i-Style ได้
- 2) อธิบายกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดของสมาร์ตโฟน i-Style ได้
- 3) อธิบายส่วนประกอบภายในสมาร์ตโฟน i-Style ได้
- 4) แนะนำจุดขายสมาร์ตโฟน i-Style ได้

3.3.3 เนื้อหาบทเรียน ได้แก่

- 1) ทำความรู้จัก i-Style
- 2) กลุ่มเป้าหมาย
 - 2.1 ผู้เริ่มใช้งาน
 - 2.2 นักเรียน
 - 2.3 ผู้เริ่มทำงาน
- 3) ส่วนประกอบภายใน
 - 3.1 ฮาร์ดแวร์
 - 3.2 ซอฟต์แวร์
- 4) จุดขาย
 - 4.1 ราคาประหยัด คุ่มค่า ดีไซน์ทันสมัย
 - 4.2 อุปกรณ์ครบ
 - 4.3 สมาร์ตโฟนพื้นฐานกล้องคมชัด

3.3.4 กิจกรรมระหว่างเรียน

3.3.5 สื่อการเรียน ได้แก่ ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หน่วยที่ 3 และกิจกรรมประจำหน่วย

3.3.6 การประเมินผล คือคะแนนเปรียบเทียบที่ได้จากแบบทดสอบก่อนและหลังเรียน

3.4 หน่วยที่ 3 สมาร์ตโฟนกลุ่ม IQ

3.4.1 กรอบแนวคิด

สมาร์ตโฟน ไอ-คิว (IQ) เป็นสมาร์ตโฟน ราคาระดับกลาง สำหรับผู้ใช้งานทั่วไปที่ต้องการใช้งานสมาร์ตโฟนคุณภาพดีโดดเด่นด้วยฟังก์ชันใดฟังก์ชันหนึ่งและมีราคา

สมเหตุสมผล และสามารถใช้อุปพลีเคชั่นหลักบนสมาร์ตโฟนได้อย่างครบถ้วน ที่ใช้ชื่อว่า ไอคิว ความหมายก็คือ คนที่ซื้อสินค้าเป็นคนฉลาดเพราะสินค้าของ ไอคิว คุ่มค่าในเรื่องการใช้งานและราคา นอกจากนี้เราวางโพสิชันนิงสินค้า คือ "ฉลาดที่จะเปลี่ยนกับฟังก์ชันอัจฉริยะ (Intelligence of change)"

3.4.2 วัตถุประสงค์ พนักงานขายสามารถ

- 1) บอกความหมายของสมาร์ตโฟน IQ ได้
- 2) อธิบายกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดของสมาร์ตโฟน IQ ได้
- 3) อธิบายส่วนประกอบภายในสมาร์ตโฟน IQ ได้
- 4) แนะนำจุดขายสมาร์ตโฟน IQ ได้

3.4.3 เนื้อหาบทเรียน ได้แก่

- 1) ทำความรู้จัก i-Style
- 2) กลุ่มเป้าหมาย
 - 2.1 นิสิต นักศึกษา
 - 2.2 คนทำงานระดับกลาง
 - 2.3 ผู้ที่ต้องการประหยัดค่าใช้จ่าย
- 3) ส่วนประกอบภายใน
 - 3.1 ฮาร์ดแวร์
 - 3.2 ซอฟต์แวร์
- 4) จุดขาย
 - 4.1 สมาร์ตโฟนคุณภาพดี ดีไซน์ทันสมัย
 - 4.2 เทคโนโลยีใหม่ๆ
 - 4.3 หน่วยประมวลผลที่มีความเร็วสูง

3.4.4 กิจกรรมระหว่างเรียน

3.4.5 สื่อการเรียน ได้แก่ ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หน่วยที่ 4 และกิจกรรมประจำหน่วย

3.4.6 การประเมินผล คือคะแนนเปรียบเทียบที่ได้จากแบบทดสอบก่อนและหลังเรียน

3.5 หน่วยที่ 5 การใช้งานสมาร์ตโฟนเบื้องต้น

3.5.1 กรอบแนวคิด

การตั้งค่าการใช้งานและการแก้ไขปัญหาเบื้องต้นนี้ สำหรับผู้ที่ใช้งานอาจจะ มีหลากหลายกลุ่มที่ใช้งาน ซึ่งจะมีกลุ่มที่เริ่มใช้งานสมาร์ทโฟนเป็นครั้งแรก จึงต้องมีการตั้งค่าการ ใช้งานในเบื้องต้นต่างๆ ซึ่งเป็นการเริ่มต้นการใช้งาน ในส่วนของการแก้ไขปัญหาเบื้องต้น จะมีทั้ง การแก้ไขปัญหาในเบื้องต้นครั้งแรก

3.5.2 วัตถุประสงค์ พนักงานขาย สามารถ

- 1) อธิบายการใช้งานสมาร์ทโฟนเบื้องต้นได้
- 2) ตั้งค่าการใช้งานสมาร์ทโฟนเบื้องต้นได้
- 3) แก้ไขปัญหาการใช้งานสมาร์ทโฟนเบื้องต้นได้

3.5.3 เนื้อหาบทเรียน ได้แก่

- 1) การตั้งค่าเบื้องต้น
- 2) การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต
- 3) การสำรองข้อมูลและการตั้งค่าโรงงาน

3.5.4 กิจกรรมระหว่างเรียน

3.5.5 สื่อการเรียนรู้ ได้แก่ ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หน่วยที่ 4 และกิจกรรม

ประจำหน่วย

3.5.6 การประเมินผล คือคะแนนเปรียบเทียบที่ได้จากแบบทดสอบก่อนและหลัง

เรียน



4. ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์

เข้าสู่หน้าของชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ทโฟน” สำหรับพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) โดยเปิดโปรแกรม Internet Explorer หรือ Google Chrome



ภาพที่ 5.9 การเข้าสู่ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์



ภาพที่ 5.10 วิดีทัศน์ ชี้แจงการใช้ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และสรุปเนื้อหา

VDO เข้าสู่บทเรียน

บทเรียน

ตอนที่ 1
ทำความรู้จักสมาร์ทโฟน

ตอนที่ 2
สมาร์ทโฟน โอ-โมบาย

ตอนที่ 3
ส่วนประกอบสมาร์ทโฟน

VDO สรุปเนื้อหา

แบบทดสอบหลังเรียน

[กลับสู่เมนูหลัก](#)

Question 1 of 16 ▾ Point Value: 10 | Total Points: 0 out of 160

ข้อใดต่อไปนี้เป็นผู้ใช้คุณสมบัติของสมาร์ทโฟน



- ไม่สามารถเพิ่มเติมโปรแกรมเพื่อใช้งานต่างๆเข้าไปได้
- สามารถรองรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่าน 3G, WiFi
- โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่รองรับระบบปฏิบัติการต่างๆ ที่ยกเอาคุณสมบัติ PDA และคอมพิวเตอร์มาไว้ในโทรศัพท์
- อุปกรณ์ที่ใช้โทรออก เล่นวีดีโอ ถ่ายภาพ และอีกมากมาย

Submit

ภาพที่ 5.11 แบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน

VDO เข้าสู่บทเรียน

บทเรียน

ตอนที่ 1
ทำความรู้จักสมาร์ทโฟน

ตอนที่ 2
สมาร์ทโฟน โอ-โมบาย

ตอนที่ 3
ส่วนประกอบสมาร์ทโฟน

VDO สรุปเนื้อหา

แบบทดสอบหลังเรียน

[กลับสู่เมนูหลัก](#)

Question 2 of 10 ▾ Point Value: 10 | Total Points: 10 out of 100

ข้อใดต่อไปนี้เป็นคุณสมบัติของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของ สมาร์ทโฟน ไอ-คิว (IQ)

- เป็นผู้ที่ชอบการด
- เป็นกลุ่มลูกค้าที่
- ต้องการใช้งานล
- มีความต้องการเล่นอินเทอร์เน็ตและการเกมบนอนคบนง

Submit

Please choose an answer to the question

OK
Postpone

ภาพที่ 5.12 ระบบจะไม่อนุญาตให้ผู้ใช้ไม่ตอบคำถามแบบทดสอบ

VDO เข้าสู่บทเรียน

บทเรียน

ตอนที่ 1
ทำความรู้จักสมาร์ทโฟน

ตอนที่ 2
สมาร์ทโฟน โอ-โมบาย

ตอนที่ 3
ส่วนประกอบสมาร์ทโฟน

VDO สรุปเนื้อหา

แบบทดสอบหลังเรียน

กลับสู่เมนูหลัก

Print Results

✖ You did not pass

Quiz Result

Your Score: 12.5% (20 points)
Passing Score: 80% (128 points)

Review Quiz Finish

ภาพที่ 5.13 ระบบจะกีดคะแนนเมื่อทำแบบทดสอบเสร็จ

VDO เข้าสู่บทเรียน

บทเรียน

ตอนที่ 1
ทำความรู้จักสมาร์ทโฟน

ตอนที่ 2
สมาร์ทโฟน โอ-โมบาย

ตอนที่ 3
ส่วนประกอบสมาร์ทโฟน

VDO สรุปเนื้อหา

แบบทดสอบหลังเรียน

กลับสู่เมนูหลัก

Question 1 of 16

ข้อใดต่อไปนี้เป็นไม่ใช่คุณสมบัติของสมาร์ทโฟน

i-mobile JUMP PACK

ไม่สามารถเพิ่มเติมโปรแกรมเพื่อใช้งานต่างๆเข้าไปได้

สามารถรองรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่าน 3G, WIFI

โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่รองรับระบบปฏิบัติการต่างๆ ที่ยกเอาคุณสมบัติ PDA และคอมพิวเตอร์มาไว้ในโทรศัพท์

✖ Incorrect

Results Previous Next

ภาพที่ 5.14 หากต้องการดูเฉลยคำตอบก็สามารถทำได้โดยกดปุ่ม Review Quiz

VDO เข้าสู่บทเรียน	หน่วยที่ 2 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสมาร์ทโฟน
บทเรียน	ตอนที่ 1 ทำความรู้จักสมาร์ทโฟน
ตอนที่ 1 ทำความรู้จักสมาร์ทโฟน	สมาร์ทโฟน คือ โทรศัพท์มือถือที่นอกเหนือจากใช้โทรออก-รับสาย มีแอปพลิเคชันให้ใช้งานมากมาย สามารถรองรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านซิม หรือ WiFi และสามารถใช้งานแอปพลิเคชันสนทนายอดนิยม
ตอนที่ 2 สมาร์ทโฟน โอ-โมบาย	
ตอนที่ 3 ส่วนประกอบสมาร์ทโฟน	หน่วยประมวลผลกลาง หรือที่เรียกกันว่า “ซีพียู” (Central Processing Unit – CPU) ทำหน้าที่ในการคำนวณและประมวลผล ซึ่งถือว่าเป็นส่วนสำคัญที่สุด มีหน้าที่ควบคุมระบบและคำนวณลักษณะการทำงานเปรียบเสมือนสมองของมนุษย์ที่ทำหน้าที่ควบคุมการทำงานร่างกาย
VDO สรุปเนื้อหา	
แบบทดสอบหลังเรียน	
กลับสู่เมนูหลัก	

ภาพที่ 5.15 เนื้อหาเกี่ยวกับบทเรียน

บทที่ 6

สรุปการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อพัฒนาชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ทโฟน” สำหรับพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ซึ่งผู้วิจัยได้ค้นคว้า สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะดังนี้

1. สรุปการวิจัย

จากการวิจัยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ทโฟน” สำหรับพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) สรุปผลได้ดังนี้

1. ผลการสัมภาษณ์พบว่า พนักงานขายมีความต้องการเนื้อหาเกี่ยวกับ 1) เทคนิคการขาย 2) ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสมาร์ทโฟน 3) ความรู้เกี่ยวกับสมาร์ทโฟนของบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) และ 4) ความรู้เกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาเบื้องต้น เพื่อเป็นการแก้ปัญหาและสนองความต้องการดังกล่าว

ผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์ที่ได้ไปจัดทำชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ทโฟน” เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้เพิ่มพูนประสิทธิภาพให้กับพนักงานขาย โดยใช้หลักการของ ADDIE Model เป็นกรอบการพัฒนา ประกอบด้วย 5 หน่วย ได้แก่

หน่วยที่ 1 เทคนิคการขายสมาร์ทโฟน

หน่วยที่ 2 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสมาร์ทโฟน

หน่วยที่ 3 สมาร์ทโฟน กลุ่ม ไอ-สไตล์ (i-Style)

หน่วยที่ 4 สมาร์ทโฟน กลุ่ม ไอคิว (IQ)

หน่วยที่ 5 การใช้งานสมาร์ทโฟนเบื้องต้น

2. ผลการประเมินประสิทธิภาพของชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ทโฟน” สำหรับพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นพบว่า มีประสิทธิภาพ E_1/E_2 เท่ากับ 87.60/87.29 สูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่ตั้งไว้ 80/80

3. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความรู้ของพนักงานขายที่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ทโฟน” สำหรับพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ทำให้ผู้เข้าอบรมมีผลการ

เรียนรู้เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่า $t \text{ test} = 8.23$ ค่าดัชนีประสิทธิผลของการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมมีค่าเท่ากับ 0.32 แสดงว่าพนักงานชายมีความรู้เพิ่มขึ้นร้อยละ 32

4. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของพนักงานชายที่มีต่อชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานชาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) พบว่า โดยภาพรวม พนักงานชายที่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีความพึงพอใจระดับมากที่สุด

5. ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของพนักงานชายพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการบริการของพนักงานชายที่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมอิเล็กทรอนิกส์ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุดในขณะที่ลูกค้าที่ใช้บริการของพนักงานชายที่ไม่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความพึงพอใจมาก ค่า $t = 5.347$ และค่า Sig. ต่ำกว่า .05 (.010) แสดงว่าความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อพนักงานชายที่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และพนักงานชายที่ไม่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05

1.3.5 ความสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย

1) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ของพนักงานชายที่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมอิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานชายบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) มีความก้าวหน้าทางเทคนิคการขายสมาร์ตโฟนเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตรงตามสมมติฐานข้อที่ 2 แสดงให้เห็นว่า การฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ช่วยให้พนักงานชายผู้เข้าอบรมมีความรู้เพิ่มขึ้น

2) การประเมินความพึงพอใจของพนักงานชายที่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมอิเล็กทรอนิกส์ มีความพึงพอใจต่อชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ในระดับพึงพอใจในมากที่สุด ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดทุกรายการ ($\bar{X} = 4.94, SD = .51$) ตรงตามสมมติฐานข้อที่ 3 แสดงให้เห็นว่า ชุดฝึกอบรมที่พัฒนาขึ้นมีการใช้ภาพ เสียงบรรยายและตัวอักษรที่เหมาะสม

3) ลูกค้ามีความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการของพนักงานชายที่ไม่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18, SD = .53$) ส่วนพนักงานชายที่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับความพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.64, SD = .26$) ตรงตามสมมติฐานข้อที่ 4

2. อภิปรายผล

จากการพัฒนาชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลและ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

2.1 ผลการศึกษาความต้องการด้านเนื้อหา ในการพัฒนาชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการเนื้อหาเกี่ยวกับเทคนิคการขายสมาร์ตโฟน สามารถแบ่งเป็นด้านต่างๆ ได้ดังต่อไปนี้

2.1.1 ด้านความรู้เกี่ยวกับสมาร์ตโฟน ไอ-โมบาย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ไม่ทราบถึงการแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์สมาร์ตโฟนที่ผลิตและจัดจำหน่ายโดยบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ว่าแบ่งออกเป็นอะไรบ้าง จากการสัมภาษณ์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานขายส่วนใหญ่ไม่สามารถระบุถึงกลุ่มผลิตภัณฑ์ และไม่เข้าใจถึงส่วนแบ่งการตลาด กลุ่มเป้าหมาย และ ตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์นั้นๆ ส่งผลให้พนักงานขายขาดความรู้ ทำให้ไม่มีความกล้า ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์นั้นๆ แก่ลูกค้าเป้าหมาย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็วส่งผลให้ กลุ่มผลิตภัณฑ์สมาร์ตโฟน ไอ-โมบาย ต้องปรับเปลี่ยนตามวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้กลุ่มสินค้าที่เคยเป็นสินค้าระดับล่าง ได้แก่ ไอ-สไตล์ (i-Style) มีคุณสมบัติ เช่น สองซิม ดูทีวี และวิดีโอคอล เจาะกลุ่มผู้ใช้ แอนดรอยด์ที่มีประสิทธิภาพสูง ฟังก์ชันครบครัน แตกต่างด้วยแอปพลิเคชัน โซเชียลแชตที่ใช้งานได้ทันที ภายใต้นวัตกรรม “value-for-money” (ไอที่คอตคอม, 2555) ซึ่งคล้ายคลึงกับกลุ่มสินค้าระดับกลางถึงระดับบน เช่น ไอคิว (IQ) ในช่วงเวลาไม่นานนัก เมื่อพนักงานขายนำรุ่นของสินค้าในปัจจุบันไปเปรียบเทียบกับรุ่นของสินค้าในกลุ่มสินค้าระดับกลางในรุ่น 3-4 เดือนที่ผ่านมา ทำให้เกิดการสับสนว่า เป็นกลุ่มสินค้าใดกันแน่ ถึงแม้ว่าจะมีการระบุว่าเป็นกลุ่มสมาร์ตโฟน i-Style หรือ IQ แล้วก็ตาม ซึ่งถ้าสามารถทำให้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานขายรู้และเข้าใจเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี และคุณสมบัติที่แตกต่างอย่างชัดเจนของผลิตภัณฑ์แต่ละกลุ่ม จะทำให้พนักงานขายสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็ว ถูกต้อง แม่นยำ

2.1.2 ด้านความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการขาย จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการด้านเนื้อหาเกี่ยวกับเทคนิคการขายเพื่อเพิ่มทักษะหรือความสามารถเฉพาะตนของตนเองที่จะต้องฝึกฝนและเข้าใจถึงหลักจิตวิทยาในการเปิดขายสินค้า นำเสนอสินค้าและบริการ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ กลุ่มตัวอย่างไม่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ดีเพียงพอจึงทำให้ขาดความมั่นใจ

ในการเสนอขาย หรือ นำเสนอสินค้า ซึ่งลักษณะเช่นนี้มักจะเกิดขึ้นกับพนักงานขายที่เพิ่งเริ่มปฏิบัติงาน ขาดการฝึกอบรม หรือ ขาดการฝึกฝน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องปรับปรุงทัศนคติที่ถูกต้อง หรือให้ความรู้แก่พนักงานขาย สอดคล้องกับแนวคิดของ ดำรงค์ดี ชัยสนธิ (2548, น. 22-33) ได้กล่าวถึงเทคนิคการขาย ว่า พนักงานขายต้องมีทัศนคติที่ถูกต้อง 6 ประการ ของพนักงานขายทุกสาขางานการขายจะต้องปรับปรุงและพัฒนา และหนึ่งในทัศนคตินั้นก็คือ ผลิตภัณฑ์หรือบริการ กล่าวคือ พนักงานขายต้องมีความรู้และทัศนคติที่ดีกับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่จัดจำหน่าย

2.1.3 ด้านการแก้ไขปัญหาเบื้องต้น จากผลการวิจัยพบว่า ต้องการให้ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์สอนการแก้ไขปัญหาเบื้องต้น เช่น เมื่อลูกค้ามีปัญหาเกี่ยวกับสมาร์ตโฟน เปิดไม่ติด พนักงานขายควรรู้วิธีการกระตุ้นแบตเตอรี่ หรือ โปรแกรมหรือแอปพลิเคชันพื้นฐานหายจากสมาร์ตโฟน พนักงานขายควรมีความรู้ในการทำกินค่าโรงงานเพื่อเป็นการกู้ระบบที่ติดตั้งมาตั้งแต่ผลิต เป็นต้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ หลักการตลาด 4Ps อันประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และ การส่งเสริมการตลาด ไม่เพียงพอต่อการมัดใจ หรือ การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของลูกค้า หากมีการบริการหลังการขายคอยช่วยเหลือลูกค้าเมื่อลูกค้าต้องการความช่วยเหลือ จึงเป็นสิ่งสำคัญต่อการขายในครั้งต่อไปด้วย หากพนักงานขายสามารถแก้ไขปัญหาเบื้องต้นให้กับลูกค้าได้ ก็ย่อมสร้างความประทับใจได้เช่นกัน สอดคล้องกับแนวคิดของบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (2555, น. 33-35) ที่ให้พนักงานขายแจ้งหมายเลขโทรศัพท์สาขา หรือ Call Center หรือให้คำแนะนำแก่ลูกค้า ในกรณีลูกค้าต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม และสอดคล้องกับแนวคิดของ อุไรวรรณ บุญอาจ (2545, น. 86) ที่กล่าวว่า การติดตามผลและบริการหลังการขาย (after sales activities) การติดตามผลการขาย (follow up) คือ การบริการ (service) เป็นการสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า และถือเป็นหัวใจสำคัญของการซื้อ – ขายในยุคปัจจุบันที่มีการแข่งขันสูง โดยเฉพาะธุรกิจที่ขายสินค้าราคาสูงหรือสินค้าอุตสาหกรรม การบริการหลังการขาย (after sales activities) คือ ความรับผิดชอบของผู้ขายสินค้าและบริการที่จะดูแล ตรวจสอบ แก้ไข หรือบำรุงรักษา ตามเงื่อนไขกิจกรรมเหล่านี้ช่วยกระจายชื่อเสียงและสร้างภาพพจน์ที่ดีให้กับกิจการ

2.1.4 ด้านความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสมาร์ตโฟน จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับสมาร์ตโฟน เช่น สมาร์ตโฟนหมายถึงอะไร มีลักษณะอย่างไร องค์ประกอบที่สำคัญของสมาร์ตโฟน ระบบปฏิบัติการสมาร์ตโฟนที่นิยมในประเทศไทย ฯลฯ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสมาร์ตโฟน เป็นพื้นฐานที่สำคัญในการต่อยอดเรียนรู้กลุ่มผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้ง่าย เนื่องจากสมาร์ตโฟนในปัจจุบันมีหลากหลายค่าย หลายยี่ห้อ ที่ใช้อุปกรณ์ที่แตกต่างกัน หรือเหมือนกัน หากพนักงานขายมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสมาร์ตโฟนแล้ว ย่อมเป็นผลดีต่อการต่อยอดความรู้ อีกประการหนึ่งคือ พนักงานขายบางกลุ่มอาจ

ไม่มีพื้นฐานทางด้านคอมพิวเตอร์หรือเทคโนโลยีการสื่อสาร ทำให้เกิดความต้องการด้านเนื้อหาที่เกี่ยวกับความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสมาร์ทโฟน สอดคล้องกับแนวคิดของ อธิปัทม์ โขติชนประสิทธิ์ (2557) ที่กล่าวว่า สมาร์ทโฟน คือ โทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือ โทรศัพท์มือถือที่นอกเหนือจากใช้โทรออก-รับสายแล้วยังมีแอปพลิเคชันให้ใช้งานมากมาย สามารถรองรับการใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่าน 3G, WiFi และสามารถใช้งานโซเชียลเน็ตเวิร์คและแอปพลิเคชันสนทนาชั้นนำ เช่น LINE, Youtube, Facebook, Twitter ฯลฯ โดยที่ผู้ใช้สามารถปรับแต่งลูกเล่นการใช้งานสมาร์ทโฟนให้ตรงกับความต้องการได้มากกว่าโทรศัพท์เคลื่อนที่ธรรมดา ผู้ผลิตสมาร์ทโฟนรุ่นใหม่ ๆ นิยมผลิตสมาร์ทโฟนที่มีหน้าจอสัมผัส สักล่องถ่ายรูปที่มีความละเอียดสูง ออกแบบดีไซน์ให้สวยงามทันสมัย มีแอปพลิเคชันและลูกเล่นที่น่าสนใจและเพื่อให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจว่าโทรศัพท์เคลื่อนที่เครื่องใด จัดอยู่ในหมวดหมู่ของสมาร์ทโฟน ก็ควรจะพิจารณาจากคุณลักษณะสำคัญบางประการที่อยู่ในสมาร์ทโฟนทุกเครื่อง

2.1.5 ความต้องการด้านอื่นๆ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการให้ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่จะพัฒนาขึ้นนั้นทำจุดเชื่อมโยง (Link) ไปยังแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับสมาร์ทโฟนที่พนักงานขายสามารถศึกษาหาความรู้ได้ด้วยตนเอง พร้อมทั้งอยากให้มีการสนทนาเพื่อเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนความรู้ และสอบถามปัญหาที่เผชิญ เพื่อเป็นแหล่งรวบรวมแนวทางการแก้ไขปัญหาอีกทางหนึ่ง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสาร เช่น เทคโนโลยี 3G ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ และมีราคาค่าบริการถูกลง ทำให้พนักงานขายสามารถใช้สมาร์ทโฟนของตนเข้าถึงแหล่งข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการค้นหาข้อมูลเพื่อนำมาแก้ไขปัญหาเบื้องต้นให้กับตนเองและลูกค้าได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ อธิปัทม์ โขติชนประสิทธิ์ (2557) ที่กล่าวว่า ถึงแม้ว่าสมาร์ทโฟนจะไม่ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่เพียงกลุ่มเดียวที่สามารถเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าใช้งานเว็บไซต์ต่างๆ ได้แต่สิ่งที่เป็นจุดเด่นของสมาร์ทโฟนก็คือ ความรวดเร็วในการเข้าใช้งานเว็บไซต์โดยโทรศัพท์เคลื่อนที่ สมาร์ทโฟนรุ่นใหม่ ๆ จะถูกพัฒนาให้ สามารถเข้าใช้งานเว็บไซต์ได้ด้วยความเร็วในระดับสูงและหลากหลายวิธี เมื่อเปรียบเทียบกับโทรศัพท์เคลื่อนที่กลุ่มอื่น ๆ อีกทั้งยังรองรับการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านเครือข่ายไร้สายอย่าง EDGE, GPRS, Wi-Fi, 3G และ 4G ในขณะที่โทรศัพท์เคลื่อนที่กลุ่มอื่น ๆ จะรองรับแค่การเชื่อมต่อผ่าน EDGE และ GPRS เท่านั้น

2.2 ผลการทดสอบประสิทธิภาพของชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ทโฟน” สำหรับพนักงานขายบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน 80/80 ผลการวิจัยพบว่า ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ทโฟน” ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น มีประสิทธิภาพ 87.60/87.29 สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด

แสดงให้เห็นว่าแบบทดสอบท้ายหน่วยระหว่างการฝึกอบรม และแบบทดสอบหลังเรียนมีความยากง่ายใกล้เคียงกัน และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ของพนักงานขายที่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมอิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานขายบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) มีความก้าวหน้าทางเทคนิคการขายสมาร์ตโฟนเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($t = 8.23, df = 47$) แสดงให้เห็นว่า การฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ช่วยให้พนักงานขายผู้เข้าอบรมมีความรู้เพิ่มขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทวีวัฒน์ วัฒนกุลเจริญ (2557) ที่พบว่า สื่ออิเล็กทรอนิกส์สำหรับครูทั้ง 3 หน่วยที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพ 82.14/81.11, 80.79/80.28 และ 81.7/80.93 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ 80/80 โดยผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีผลสัมฤทธิ์เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ การแบ่งเนื้อหาออกเป็นแต่ละหน่วยการเรียนรู้สั้นๆ การมีกิจกรรมภายหลังจากการศึกษาหน่วยการเรียนรู้ที่สามารถย้อนกลับไปทำได้ทุกเมื่อ ทำให้พนักงานขายมีความเข้าใจในเนื้อหาและสามารถจดจำได้ง่ายมากยิ่งขึ้นเป็นตัวกระตุ้นทำให้พนักงานขายเกิดความกระตือรือร้นและตั้งใจที่จะศึกษาเนื้อหาภายในหน่วยการเรียนรู้ เมื่อพนักงานขายเกิดความเข้าใจในเนื้อหาแล้วก็จะสามารถตอบคำถามต่างๆ ซึ่งมีผลต่อความก้าวหน้าทางการเรียน ดังปรากฏจากคะแนนแบบทดสอบหลังเรียนที่เพิ่มมากขึ้นมากกว่าแบบทดสอบก่อนเรียน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยศศิธร กนิษฐสวัสดิ์ (2553, น. 109–115) ได้กล่าวว่ารูปแบบการเรียนรู้ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ช่วยให้ผู้เรียนมีความสนใจ กระตุ้นการเรียนรู้ของผู้เรียนได้ดี เนื้อหาสื่อประกอบผลิตในรูปแบบมัลติมีเดียมีตัวอักษร ภาพประกอบ ภาพเคลื่อนไหว ดึงดูดความสนใจของผู้เรียน และมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สอนและผู้เรียนผ่านทางกระดานข่าวและอีเมล ส่งเสริมการอภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ทั้งนี้ผลการวิจัยยังคงสอดคล้องกับงานวิจัยของนุชชานาญ ใจคำรงค์ (2553) พบว่าการฝึกอบรมตามรูปแบบ e-Training มีผลสัมฤทธิ์ในการฝึกอบรมหลังจากฝึกอบรมสูงขึ้นกว่า ก่อนฝึกอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกจากนี้งานวิจัยของเมธิ ปิยะคุณ และ สุรัชย์ เลิศธนาผล (2551) พบว่า e-Training การสอนงานที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้บุคลากรทำงานได้อย่างถูกต้องและผลงานมีประสิทธิภาพ จะพบความก้าวหน้าจากการเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างชัดเจน ทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สโตรเทอร์ (Strother, 2002, p. 1-17) พบว่า การทำ e-Learning ในการให้ความรู้กับพนักงานโดยอบรมผ่านระบบเครือข่ายนั้นสะดวกสบาย มีประสิทธิภาพในการให้ความรู้ อีกทั้ง ยังเป็นการใช้งบประมาณได้คุ้มค่า ซึ่งตอบสนองความต้องการทั้ง ขององค์กร พนักงาน รวมถึงลูกค้า และ สอดคล้องกับแนวคิดของถนอมพร เลาหจรัสแสง (2545, น.16-17) ที่กล่าวว่า ประโยชน์ของการอบรมทางอิเล็กทรอนิกส์ที่เป็นสื่อหลัก หมายถึง การนำ e-Training ไปใช้ในลักษณะทดแทนการบรรยายในห้องเรียน โดยผู้เรียนจะต้องศึกษาเนื้อหาทั้งหมดบนสื่อออนไลน์ ในปัจจุบัน e-Training

ส่วนใหญ่ในต่างประเทศจะได้รับการพัฒนาขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการใช้เป็นตัวหลักสำหรับแทนครูในการสอนทางไกล

2.3 ผลการเปรียบเทียบความรู้ของพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด

(มหาชน) ด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” ก่อนฝึกอบรมและหลังฝึกอบรม ดัชนีประสิทธิผลของชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีค่าเท่ากับ 0.32 หมายความว่าหลังจากฝึกอบรม พนักงานขายได้เรียนและฝึกโดยใช้ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” พนักงานขายมีความรู้เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 32 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” มีการออกแบบหน้าจอการแสดงผลให้เหมาะสม โดยมีภาพประกอบทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว ทำให้พนักงานขายมีความเข้าใจง่ายขึ้น อีกทั้งเป็นการนำเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนช่วยในสร้างแรงจูงใจ ทำให้พนักงานขายเกิดความสนใจในหน่วยการเรียนรู้มากขึ้นมีความน่าสนใจ การดำเนินเรื่องน่าสนใจ และตรงกับความต้องการของพนักงานขาย สอดคล้องกับ สมหมาย ห้อยมาลา (2550, น. 15) กล่าวถึงการจัดทำบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน การออกแบบหน้าจอ จึงเป็นประเด็นสำคัญด้วย เพื่อดึงดูดความสนใจ และช่วยให้จัดรูปแบบการนำเสนอที่สมดุลกันขององค์ประกอบต่างๆ บนจอภาพ เพราะถ้าเนื้อหาถึงจะดีเพียงใดก็ตามหากหน้าจอไม่ดี หรือไม่ดึงดูด จะส่งผลต่อการใช้โปรแกรมได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ฌอนอมพร เลหาจรัสแสง (2545, น. 160) ได้กล่าวถึง การออกแบบหน้าจอ และการออกแบบส่วนต่อประสานผู้ใช้ ที่มีประสิทธิภาพจะทำให้ผู้เรียนหรือผู้อบรมอ่านและติดตามเนื้อหาได้ง่ายยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยไม่ให้อ่านหลงทาง รวมทั้งความรู้สึกที่ดีต่อการเรียนหรือการอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์มีการออกแบบที่สวยงามจะมีผลทำให้ผู้รับการฝึกอบรมมีความสนใจที่จะมีการปฏิบัติกับเนื้อหาและกิจกรรมต่างๆ ภายในชุดการเรียนรู้ที่ปรากฏบนหน้าจอคอมพิวเตอร์และจะทำให้ผู้เรียนหรือผู้อบรมต้องการกลับมาเรียนซ้ำอีก และสอดคล้องกับแนวคิดของ เดอรูน, ฟริทซ์เชอร์ และซาลาส (DeRouin; Fritzsche; & Salas. 2004, p. 147-162) ได้กล่าวถึงรูปแบบการให้ผู้อบรมควบคุมการเรียนรู้ของตนเองผ่านระบบเครือข่ายผู้เรียนจะสามารถพัฒนาตนเองให้กลายเป็นผู้เชี่ยวชาญได้ อีกทั้งยังช่วยในการควบคุมค่าใช้จ่ายช่วยให้พนักงานปรับเปลี่ยนรูปแบบการอบรมจากที่ต้องรอให้องค์กรป้อนความรู้ให้ มาเป็นการเรียนรู้ด้วยตนเอง การค้นคว้าหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานของตนเอง

2.4 ผลการวัดความพึงพอใจของพนักงานขายบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด

(มหาชน) ที่ฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” ในภาพรวม และรายด้านทุกด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด จึงมีประเด็นที่ควรนำมาอภิปรายผล ดังนี้

2.4.1 ความพึงพอใจโดยรวมต่อชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หน่วยที่มีระดับคะแนนความพึงพอใจมากที่สุด 3 อันดับ ได้แก่ 1) หน่วยการเรียนรู้ “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” 2) หน่วยการเรียนรู้ “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ”สมาร์ตโฟน” และ 3) หน่วยการเรียนรู้ “ความรู้เกี่ยวกับสมาร์ตโฟน i-Style” ทั้งนี้อาจเป็นเพราะทั้ง 3 หน่วยการเรียนรู้ดังกล่าว เป็นหน่วยการเรียนรู้ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนมากให้สัมภาษณ์ว่ามีความต้องการด้านเนื้อความรู้เกี่ยวกับสิ่งเหล่านี้ ดังนั้นเมื่อผู้วิจัยนำมาจัดทำชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ จึงทำให้มีความพึงพอใจมากที่สุด

2.4.2 ความพึงพอใจต่อชุดฝึกอบรมด้านต่างๆ พบว่า ด้านที่มีคะแนนเฉลี่ย 5.0 ประกอบด้วย ผู้เรียนสามารถนำไปปฏิบัติได้ ระยะเวลาในการใช้ชุดฝึกอบรมมีความเหมาะสม สามารถเลือกเรียนได้ตามต้องการ ความต่อเนื่องของบทเรียน การออกแบบและที่น่าสนใจ ความเหมาะสมของตัวอักษร

2.4.3 ความพึงพอใจต่อประโยชน์ที่ได้รับจากชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น พบว่า ความพึงพอใจต่อประโยชน์ที่ได้รับของพนักงานขายโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทั้งทางด้านสามารถฝึกปฏิบัติได้ด้วยตนเอง และเป็นการทบทวนความรู้เรื่องเทคนิคการขาย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเนื้อหาของชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์นั้นสร้างขึ้นมาจากความต้องการตามที่สัมภาษณ์พนักงานขาย ซึ่งสิ่งเหล่านี้หากพนักงานขายนำไปฝึกฝนก็จะเป็ประโยชน์อย่างยิ่งต่อพนักงานขายเอง อีกทั้งเป็นสื่อการฝึกอบรมแบบใหม่ที่บริษัทฯไม่เคยใช้เป็นเครื่องมือในการฝึกอบรม พนักงานขายจึงให้ความสนใจเป็นพิเศษ สอดคล้องกับแนวคิดของ กู๊ด (Good, 1973, pp. 161) ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจ เป็นผลมาจากความสนใจและเจตคติของบุคคลที่มีต่อการเรียน และสอดคล้องกับแนวคิดของ อัครรัตน์ พูลกระจ่าง (2550, น. 53) ที่กล่าวว่า ชุดฝึกอบรมเป็นการรวบรวมทรัพยากรที่ใช้ในการฝึกอบรมทั้งหลักสูตร อุปกรณ์ วิธีการ เนื้อหา สื่อ และการประเมินเข้าไว้ด้วยกัน เพื่อความสะดวกในการใช้สำหรับการฝึกอบรม เรื่องใดเรื่องหนึ่งที่มีวัตถุประสงค์เฉพาะ ทั้งใช้ฝึกอบรมด้วยตนเองและใช้ฝึกอบรมทั่วไป และสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริพรรณ สายหงส์, สมประสงค์ วิทย์เกียรติ (2534, น. 705) ที่กล่าวว่า การจัดทำชุดฝึกอบรมเป็นการส่งเสริมให้เกิดเครื่องช่วยในการฝึกอบรม ส่งผลให้ผู้เข้ารับการอบรมได้รับประสบการณ์ตรงหรือประสบการณ์ที่ใกล้เคียงจากชุดฝึกอบรมที่เป็นสื่อประสม ซึ่งไม่จำกัดเวลาและสถานที่ฝึกอบรม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิธร กนิษฐสวัสดิ์ (2553, น. 109-115) ที่พบว่า ความพึงพอใจของชุดฝึกอบรมอยู่ในระดับดีมากทุกด้าน ที่เป็นเช่นนี้เพราะ ความน่าสนใจ น่าติดตามชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ความรู้ความเข้าใจและสามารถย้อนกลับมาทบทวนเนื้อหาได้อีก ไม่น่าเบื่อ มีภาพเคลื่อนไหวช่วยสร้างความสนใจในการเรียน และงานวิจัยของ อุไรวรรณ โสภา (2553) พบว่า ผู้ที่เรียนด้วยบทเรียนออนไลน์แบบฝึกปฏิบัติ เรื่องการสร้างเว็บเพจ ใช้งานอยู่ในเกณฑ์ดี

ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในเกณฑ์ความพึงพอใจดีมาก เนื่องจากบทเรียนมีการออกแบบ และสร้างขึ้นตามความต้องการของผู้เรียน และในตัวบทเรียนมีกิจกรรมส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ และฝึกปฏิบัติ

2.5 ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อความสามารถของ พนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ที่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่อ อิเล็กทรอนิกส์ และได้รับการฝึกอบรมด้วยวิธีปกติ

พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการบริการของพนักงานขายที่ได้รับการฝึกอบรม ด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ฯ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ที่สุด ($\bar{X} = 4.64$, $SD = 0.26$) ในขณะที่ลูกค้ำที่ใช้บริการของพนักงานขายที่ไม่ได้รับการฝึกอบรม ด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับความพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.18$, $SD = 0.53$) ค่า $t = 5.347$ และค่า Sig. ต่ำกว่า .05 (.010) แสดงว่าความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อพนักงาน ขายที่ได้รับการฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และพนักงานขายที่ไม่ได้รับการ ฝึกอบรมด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ นัยสำคัญ .05 นั้นแสดงให้เห็นว่า ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นนั้นมี ประสิทธิภาพ ทำให้พนักงานเข้าใจ มีความรู้ และสามารถนำไปปฏิบัติจนสร้างความพึงพอใจด้าน การบริการให้กับลูกค้ำได้ เมื่อพิจารณาความพึงพอใจของลูกค้ำที่มีต่อการบริการ พบว่า พนักงาน ขายที่ได้รับการฝึกด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีคะแนนเฉลี่ยสูงกว่า พนักงานที่ไม่ได้รับการ ฝึกด้วยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ สำหรับประเด็นที่ควรนำมาอภิปรายซึ่งผู้วิจัยพิจารณาจากค่า ความพึงพอใจที่น้อยที่สุด 3 อันดับ แต่สามารถมีค่าเฉลี่ยสูงขึ้น ได้แก่ การเสนอขายสินค้าอื่น ๆ เช่น บลูทูธ (จาก $\bar{X} = 3.92$ เป็น $\bar{X} = 4.77$) การแจ้งเบอร์โทรศัพท์ และเวลาทำการของ call center กรณี ลูกค้ำต้องการสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม (จาก $\bar{X} = 4.06$ เพิ่มขึ้นเป็น $\bar{X} = 4.75$) และ การแจ้งรายการ ส่งเสริมการขายต่างๆ ของ ไอ-โมบาย ($\bar{X} = 4.13$ เป็น $\bar{X} = 4.27$) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพนักงานที่ ได้รับการอบรมในรูปแบบเดิมนั้นได้รับการอบรมมานานแล้ว หรือ อาจเป็นเพราะพนักงานที่ ได้รับ การฝึกอบรมกับสื่ออิเล็กทรอนิกส์นั้นให้ความสนใจเป็นพิเศษเพราะเป็นชุดฝึกที่มีภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียงประกอบ และมีปฏิสัมพันธ์กับพนักงานขายตลอดเวลา และพนักงานขาย สามารถเลือกเรียนได้ตามความต้องการของตนเอง ทำให้เกิดแรงจูงใจในการเรียนรู้และนำไปปฏิบัติ ได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับแนวคิดของ ฌอนอมพร เลาฮอร์สแสง (2541) ที่ได้กล่าวถึงหลักการ ออกแบบคอมพิวเตอร์ช่วยสอน หรือ ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ จะช่วยตอบสนองความ แตกต่างระหว่างบุคคล แรงจูงใจ ความกระตือรือร้นในการเรียน เหมาะสำหรับกลุ่มที่มีความ แตกต่างกัน

3. ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยและพัฒนาชุดการเรียนรู้ด้วยตนเองในการค้นและเข้าถึงสารสนเทศของนักศึกษาใหม่ระดับปริญญาโท บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ผู้วิจัยพบข้อควรปรับปรุงแก้ไขให้มีความเหมาะสม สรุปแนวคิดเป็นข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้และข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้

3.1.1 ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการของพนักงานขายในระดับมากที่สุด ดังนั้นควรนำชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ไปใช้ในการฝึกอบรมกับพนักงานขายใหม่ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อพนักงานขายใหม่ที่จะนำความรู้ที่ได้จากชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ฯ ไปเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานต่อไป

3.1.2 สำหรับพนักงานขายที่ปฏิบัติงานกับบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) สามารถนำชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ไปใช้ได้เพื่อทบทวนองค์ความรู้และฝึกทักษะด้านต่างๆ เพื่อประโยชน์ต่อตนเองและบริษัทฯ

3.1.3 ควรจัดทำแผ่นบันทึกชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” แจกจ่ายไปตามร้านจำหน่ายของบริษัทฯ เพื่อพนักงานขายจะได้ทบทวนและฝึกทักษะของตน

3.1.4 ควรนำชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” นำขึ้นไว้บน www.youtube.com โดยการกำหนดสิทธิ์ผู้เข้าชม เป็นการชั่วคราว ก่อนที่จะนำขึ้นเว็บไซต์ เพื่อให้พนักงานขายสามารถใช้สมาร์ตโฟนของตนเข้าไปศึกษาหาความรู้ได้ทุกที่ทุกเวลา

3.1.5 บริษัทฯ จัดทำห้องฝึกอบรมที่สำนักงานใหญ่ให้เหมาะสมกับการใช้สื่อฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยการจัดเครื่องคอมพิวเตอร์และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการใช้งานสื่ออิเล็กทรอนิกส์ของพนักงานขาย และควรเชื่อมโยงระบบอินเทอร์เน็ตให้พนักงานขายสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองต่อไป

3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

3.2.1 ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์มีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อพนักงานขาย ตลอดจนเจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาดที่เกี่ยวข้องเพื่อเพิ่มพูนด้านผลิตภัณฑ์ของบริษัทด้วยตนเอง ดังนั้นควรมีการพัฒนาชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เน้นผลิตภัณฑ์เฉพาะรุ่น เช่น IQZ, IQX-Pro เพื่อช่วยให้พนักงานขายสามารถเรียนรู้ได้ง่าย ทำให้สามารถศึกษาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ได้ด้วยตนเองอย่างสะดวก รวดเร็วและตรงกับความต้องการของพนักงานขายมากที่สุด

3.2.2 ควรมีการจัดทำสื่ออิเล็กทรอนิกส์แบบออนไลน์ เพราะชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์แบบออนไลน์สามารถเชื่อมโยงไว้บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต พนักงานขายสามารถเข้าเรียนรู้ได้ทุกที่ทุกเวลา และจะทำให้มีความรู้ความเข้าใจมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ยังช่วยแบ่งเบาภาระเจ้าหน้าที่ฝ่ายฝึกอบรมในการเดินทางไปจัดฝึกอบรมตามจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศ

3.2.3 ควรเพิ่มรูปแบบการนำเสนอให้พนักงานขายเกิดความสนใจบทเรียนมากขึ้น ควรเพิ่มแบบฝึกหัดหรือใบงาน และเน้นกิจกรรมการมีปฏิสัมพันธ์กับพนักงานขายระหว่างเรียน





บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กรณีการ์ อัฐมโนลาภ. (ม.ป.ป.). *การขาย 1*. กรุงเทพมหานคร: เอมพันธ์.
- จิรดา บุญอารยะกุล. (2542). *การนำเสนอลักษณะของบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนบนเครือข่าย อินเทอร์เน็ต* (วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- จิรนนท์ ป้อมพิมพ์. (2550). *การพัฒนาชุดฝึกอบรมสำหรับพยาบาล เรื่อง การซักประวัติสุขภาพ* (วิทยานิพนธ์ ค.อ.ม. (เทคโนโลยีการศึกษา)). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, กรุงเทพมหานคร.
- ชัยงค์ พนมวงศ์. (2536). "การศึกษาทางไกลกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์" ใน *ประมวลสาระชุดวิชาเทคโนโลยีและการสื่อสารการศึกษากับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์* หน้าที่ 12 หน้า 191-237 นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชาศึกษาศาสตร์.
- _____. (2537). "การทดสอบประสิทธิภาพชุดการสอน" ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาเทคโนโลยีและการสื่อสารการศึกษา* หน้าที่ 1 หน้า 37 นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชาศึกษาศาสตร์.
- _____. (2545). "การจัดการเรียนการสอน" ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาเทคโนโลยีการศึกษา* หน้าที่ 10 (หน้า 494-497). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชาศึกษาศาสตร์.
- _____. (2546). *การผลิตชุดการเรียนทางอิเล็กทรอนิกส์*. กรุงเทพมหานคร: เอมพันธ์.
- ชาญชัย โยธาสุทธิ. (2554). *ผลของการใช้ชุดฝึกอบรมมัลติมีเดียด้วยกระบวนการ MIAP เรื่องกฎเหล็กความปลอดภัย ในโรงงานอุตสาหกรรม ของบริษัทปูนซีเมนต์ไทย (ท่าหลวง) จำกัด* (วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, กรุงเทพมหานคร.
- ไชยยศ เรืองสุวรรณ. (2526). *เทคโนโลยีทางการศึกษา: หลักการและแนวปฏิบัติ*. กรุงเทพมหานคร: วัฒนาพานิช.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท. (2548). *การจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ*. กรุงเทพมหานคร: วังอักษร.
- ถนอมพร เลาหจรัสแสง. (2545). *หลักการออกแบบสร้างเว็บเพื่อการเรียนการสอน*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- ทวีวัฒน์ วัฒนกุล. (2557) "การพัฒนาชุดฝึกอบรมทางไกล เรื่องการศึกษาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ สำหรับครูสังกัดเขตพื้นที่การศึกษานครปฐม เขต 1" *วารสารวิชาการ Veridian E-Journal*. 7,3 (กันยายน-ธันวาคม): 407.
- ชญัญชลิตา สิทธิภูรินท์กุล. (2552). *การสร้างสื่อมัลติมีเดีย โดยใช้กระบวนการสอนแบบซินเนติกส์ (Synectics) เรื่องการถ่ายภาพเชิงพาณิชย์ สำหรับนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยอาชีวศึกษาธนบุรี (วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรบัณฑิต สาขาศึกษาศาสตร์)*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า, กรุงเทพมหานคร.
- ธีระนาถ ทีปะปาล. (2554). *การสร้างบทเรียนออนไลน์ เพื่อส่งเสริมการอ่านอย่างมีวิจารณญาณ โดยใช้ยุทธศาสตร์เมตาคอกนิชัน วิชาภาษาอังกฤษพื้นฐาน ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 (วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรบัณฑิต สาขาศึกษาศาสตร์)*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า, กรุงเทพมหานคร.
- นิคม ทาแดง. (2537). "การออกแบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์และโทรคมนาคมเพื่อการสอน" ใน *ประมวลสาระชววิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการสอน* หน้าที่ 11 หน้า 133-185 นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชาศึกษาศาสตร์.
- นิพนธ์ ไทยพานิช. (2535). *เทคนิคการนิเทศการศึกษา*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นุชนาฏ ใจดำรงค์. (2553). *การพัฒนารูปแบบ e-Training สำหรับบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษา (คุณิพนธ์ปริญญาปรัชญาคุษฎีบัณฑิต (เทคโนโลยีเทคนิคศึกษา))*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า พระนครเหนือ, กรุงเทพมหานคร.
- บุญเกื้อ ควรรหาเวช. (2542). *นวัตกรรมการศึกษา*. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- บุญชม ศรีสะอาด. (2537). *การพัฒนาการสอน*. กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.
- บุษรา สังวาลเพ็ชร. (2548). *การพัฒนาชุดฝึกอบรม เรื่อง ไอซีทีเพื่อการเรียนการสอนสำหรับครูโรงเรียนท่าม่วงราษฎร์บำรุง จังหวัดกาญจนบุรี (วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตร์ สาขาศึกษาศาสตร์)*. มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพมหานคร.
- ประสาท อิศรปริดา. (2541). *สารัตถะจิตวิทยาการศึกษา*. มหาสารคาม : คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2539). *จิตวิทยาการศึกษา*. กรุงเทพฯ : สหมิตรออฟเซต.
- _____. (2544). *จิตวิทยาการศึกษา*. กรุงเทพฯ : ศูนย์สื่อเสริมสุขภาพ.

- ปวีณา รัตนันท์. (2538). *สีและขนาดของตัวอักษรสีพื้นที่มีต่อความเข้าใจในการอ่านบนจอคอมพิวเตอร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6* (วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (โสตทัศนศึกษา)). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- พชรพร บุระยาตร์. (2547). *การพัฒนาครูในการวิจัยเพื่อปรับปรุงและพัฒนาผู้เรียน*. มหาสารคาม : คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- เมธิ ปิยะคุณ และ สุรัชย์ เลิศธนาผล. (2551). *การพัฒนาชุดฝึกอบรมแบบ e-Training เพื่อทักษะการสอนสำหรับหัวหน้างาน* (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.
- ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2543). *การวัดด้านจิตพิสัย*. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- วารินทร์ ลินสูงสุด. (2545). *ศิลปะการขาย*. (พิมพ์ครั้งที่ 13). กรุงเทพมหานคร: สายใจ.
- วาโร เฟื่องสวัสดิ์. (2546). *การวิจัยในชั้นเรียน*. กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.
- ศศิธร กนิษฐสวัสดิ์. (2553). *ผลการจัดการเรียนรู้โดยชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ผ่านเครือข่ายวิชาคอมพิวเตอร์ เรื่องการใช้งาน โปรแกรมคำนวณ 2007 สำหรับนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ* (วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต (หลักสูตรและการสอน)). มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, กรุงเทพมหานคร.
- ศศิธร จ๋วนพันธ์. (2544). *เทคนิคการขาย*. กรุงเทพมหานคร: เอ็มพันธ์.
- ศิริพรรณ สายหงษ์ และสมประสงค์ วิทย์เกียรติ. (2534). "การผลิตและการใช้ชุดฝึกอบรมเพื่อการศึกษานอกระบบ" ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการพัฒนาสื่อและการใช้สื่อการศึกษานอกระบบ* หน่วยที่ 9-15 หน้า 669-766. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชาศึกษาศาสตร์
- ศุภชัย สุชะนินท์. (2545). *เปิดโลก e-learning การเรียนการสอนแบบอินเทอร์เน็ต*. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ศุภรัตน์ แดงน้อย. (2550). *ชุดฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะในการดำเนินธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการโดยใช้กระบวนการกลุ่มสัมพันธ์ สำหรับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 3 สาขาวิชาพาณิชยการ* (วิทยานิพนธ์ ค.ม. (หลักสูตรและการสอน)). มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์, อุตรดิตถ์.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2558, 26 มีนาคม). *ปี'58 สมาร์ทโฟนระดับกลางถึงบน...ดันมูลค่าตลาดสมาร์ทโฟนแต่ละระดับ 9 หมื่นล้านบาท กระแสทรศน์ สืบค้นจาก*
<https://www.kasikornresearch.com/th/econanalysis/pages/ViewSummary.aspx?docid=33828>

- สมหมาย ห้อยมาลา. (2550). *การออกแบบหน้าจอบทเรียน*. กรุงเทพมหานคร: ม.ป.ท..
- สามารถ ไอ-โมบาย. (2556). *แบบแสดงรายงานข้อมูลประจำปี 2556*. นนทบุรี: สามารถ ไอ-โมบาย.
- _____. (2555). *คู่มือมาตรฐานร้านไอ-โมบาย*. นนทบุรี: สามารถ ไอ-โมบาย.
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2557). *สรุปผลการสำรวจตลาดสื่อสารของประเทศไทย ประจำปี 2555, 2556 และ ประเมินการปี 2557*. กรุงเทพมหานคร: ฝ่ายวิจัยนโยบาย สำนักงานพัฒนา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ.
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2557). *สรุปผลการสำรวจตลาดสื่อสารของ ประเทศไทย ประจำปี 2555, 2556 และประเมินการปี 2555*. กรุงเทพฯ: ฝ่ายวิจัย นโยบาย.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2556). *สำรวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน พ.ศ.2556*. กรุงเทพมหานคร: สำนักสถิติพยากรณ์ สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- สุกรี รอดโพธิ์ทอง. (2535). การออกแบบบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน. *วารสารรามคำแหง* 15(3), 40 - 49.
- สุเทพ หุ่นสวัสดิ์. (2540). *การพัฒนาชุดฝึกอบรมเกี่ยวกับการป้องกันและควบคุมโรคเอดส์สำหรับ นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพในวิทยาลัยเทคนิค*. (ปริญญาานิพนธ์ กศ.ค. ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.
- สุชา จันทร์เอม. (2542). *จิตวิทยาวัยรุ่นคณะสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุภาภรณ์ ราชจินดา. (2554). *การผลิตสื่อวีดิทัศน์การสอนแบบสาธิตบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ เรื่อง การจัดเตรียมห้องพัก* (วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า, กรุงเทพมหานคร.
- สุรเชษฐ เวชชพิทักษ์ และบุญเลิศ อรุณพิบูลย์. (2546). *การพัฒนาสื่อคอมพิวเตอร์ช่วยสอนและ เว็บไซต์เพื่อการเรียนรู้ที่มีคุณภาพ*. กรุงเทพมหานคร: องค์กรรับส่งสินค้าและ พัสดุภัณฑ์.
- อชิปลักษณ์ โชติชนประสิทธิ์. (2557). *สมาร์ตโฟนคืออะไร? แท็บเล็ต-แพ็บเล็ต ต่างกันอย่างไร?* ค้นคืนเมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2557 จาก <http://news.siamphone.com/news-14121.html>
- อภิเชษฐ วุฒิบรณ. (2554). *ชุดฝึกอบรมวิชาชีพแบบฝึกปฏิบัติด้านคอมพิวเตอร์ เรื่อง ประกอบติดตั้ง ระบบปฏิบัติการและซ่อมบำรุง ในพื้นที่ประสบกรณีภัยพิบัติตาม โครงการพระราชดำริ*

- ของสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี (วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตร์
 อดสาหกรรมมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า, กรุงเทพมหานคร.
 อัครรัตน์ พูลกระจ่าง. (2550). การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมหัวหน้างานเพื่อพัฒนาหลักสูตรการ
 สอนงานปฏิบัติในสถานประกอบการ (วิทยานิพนธ์ ค.อ.ด. ไม่ได้ตีพิมพ์).
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, กรุงเทพมหานคร.
- อัจฉรา อูร์ชโนประการ. (2552). การสร้างบทเรียนออนไลน์แบบกิจกรรมกลุ่มโดยวิธีการเรียน
 แบบผสมผสาน เรื่องการสื่อสารข้อมูลและเครือข่ายคอมพิวเตอร์ของนักเรียนชั้น
 มัธยมศึกษาปีที่ 3 (วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตร์ อดสาหกรรมมหาบัณฑิต ไม่ได้
 ตีพิมพ์). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า, กรุงเทพมหานคร.
- อุไรวรรณ บุญอาจ. (2545). ศิลปะการขาย. นนทบุรี: เอมพันธ์.
- อุไรวรรณ โสภา. (2553). การสร้างบทเรียนออนไลน์แบบฝึกปฏิบัติ เรื่อง การสร้างเว็บเพจ
 โครงการงาน (วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตร์อดสาหกรรมมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์).
 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า, กรุงเทพมหานคร.
- อุษณีย์ จิตตะปาโล. (2541). การขาย 2. กรุงเทพมหานคร: จิตรวัฒน์.
- _____. (2547). เทคนิคการนำเสนอ. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์ตำรา อาจารย์นิมิต.
- โสภาส กิจกำแหง. (2556). "เทคนิคการขาย" ใน การจัดการการขายและศิลปะการขาย หน่วย 10
 10-1 – 10-9 นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชาวิทยาการจัดการ.
- ไอยูทีคอตคอม. (2555). "ไอ-โมบายแตกไลน์ 'ไอ-คิด' เจาะกลุ่มพรีเมียม" ฐานเศรษฐกิจ คืบคืบเมื่อ
 วันที่ 7 มกราคม 2558 จาก
http://www.thannews.th.com/index.php?option=com_content&view=article&id=155681:2012-11-23-03-26-16&catid=123:2009-02-08-11-44-33&Itemid=491
- Davis, K. (1981). *Human behavior at work : organizational behavior*. New York : McGraw
 Hill.
- DeRouin, Renée E.; Fritzsche, Barbara A.;& Salas, Eduardo. (2004). Optimizing e-
 Learning:research-based guidelines for learner-controlled training. In *Human
 Resource Management, V.43*. pp.147-162. Delaware: Wiley Periodicals.
- Good, C. V. (1973). *Dictionary of education*. 3rd ed. New York : McGraw-Hill.

- Gunawardana, Kenedy G. (2008). The Impact of Corporate Leaders Attitudes on E-Learning in Sri Lanka. In *The proceedings of international e-learning conference 2008 (IEC2008)*. Bangkok: Commission on Higher Education.
- Herzberg, et al. (1959). *The motivation to work*. New York : Wiley, Sons.
- Maslow, A. H. (1970). *Motivation and personality*. New York : Harper & Row.
- Mobile Magazine. (2553). *สมาร์ตโฟน คืออะไร*. ค้นคืนเมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2557 จาก <http://www.softwaresiam.com/webboard/thread-618-1-1.html>
- Pareek, Udai; & Roa T. Venkateswere. (1980). *Training of Education Marages; A draft Hardbook for Trainer in Planning and Management of education*. Bangkok: Unesco.
- Samsung. (2554). *สิ่งที่ทำให้สมาร์ตโฟนเป็นอัจฉริยะ*. ค้นคืนเมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2557 จาก <http://www.samsung.com/th/article/what-makes-smart-phones-smart>
- Scott, M. M. (1970). *Every employer a manager : more meaningful work through job environment*. New York : McGraw-Hill.
- Seels, B., and Glasgrov, Z.. (1988). *Making Instruction Design Decision*. 2nd. Columbus, Ohio: Prentice-Hall.
- Strother, Judith. (2002). An Assessment of the Effectiveness of e-learning in Corporate Training Programs. In *International Review of Research in Open and Distance Learning V.3*. pp.1-17. Florida: Florida Institute of Technology.



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสัมภาษณ์ความต้องการด้านเนื้อหาเกี่ยวกับ “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน”



แบบสัมภาษณ์พนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน)

เรื่องเทคนิคการขายสมาร์ตโฟน

ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ สัมภาษณ์เมื่อวันที่

ผู้ให้สัมภาษณ์

เพศ โทรศัพท์เคลื่อนที่ อีเมล

ระดับการศึกษา

1. ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น
2. มัธยมศึกษาตอนต้น
3. มัธยมศึกษาตอนปลาย
4. ปริญญาตรี
5. สูงกว่าปริญญาตรี

ระยะเวลาการเป็นพนักงาน ไอ-โมบาย

1. ไม่เกิน 6 เดือน
2. มากกว่า 6 เดือนแต่น้อยกว่า 1 ปี
3. มากกว่า 1 ปีแต่น้อยกว่า 2 ปี
4. มากกว่า 2 ปีแต่น้อยกว่า 3 ปี
5. 3 ปีขึ้นไป

ปฏิบัติงานในตำแหน่ง

1. พนักงานขายหน้าร้าน
2. พนักงานส่งเสริมการขาย
3. พนักงานขายหน่วยแทน

ทักษะทางด้านคอมพิวเตอร์

1. ไม่มีเลย
2. น้อย
3. ปานกลาง
4. สูง
5. สูงมาก

ทักษะการใช้อินเทอร์เน็ต

1. ไม่มีเลย
2. น้อย
3. ปานกลาง
4. สูง
5. สูงมาก

ทักษะการใช้สมาร์ตโฟน

1. ไม่มีเลย
2. น้อย
3. ปานกลาง
4. สูง
5. สูงมาก

ทักษะทางด้านภาษาอังกฤษ

1. ไม่มีเลย
2. น้อย
3. ปานกลาง
4. สูง
5. สูงมาก

1) คุณมีวิธีสังเกตว่าใครคือลูกค้าเป้าหมายอย่างไร?

.....

2) คุณเริ่มต้นสนทนากับลูกค้าเป้าหมายเพื่อเปิดการขายอย่างไร?

.....

3) คุณมีกลวิธีสอบถามความต้องการของลูกค้าเป้าหมายต่อสินค้าอย่างไร?

.....

4) เมื่อคุณทราบความต้องการของลูกค้าแล้ว คุณมีกลวิธีในการนำเสนอสินค้าที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างไร?

.....

5) คุณทราบวิธีการแนะนำสินค้าโดยใช้หลักการขาย FAB หรือไม่

ทราบ คุณดำเนินการตามขั้นตอนอย่างไรบ้าง

คุณต้องการทราบอะไรบ้าง

ไม่ทราบ.....

6) คุณมีวิธีปิดการขายอย่างไร

.....

7) หากคุณมีปัญหาเกี่ยวกับสมาร์ตโฟนเกี่ยวกับเรื่องเทคนิค คุณสมบัติและอื่นๆ คุณแก้ปัญหาอย่างไร

.....

8) คุณมีปัญหาเกี่ยวกับการขายสมาร์ตโฟนบ้างหรือไม่ อย่างไร

.....

9) เพื่อการขายอย่างมีประสิทธิภาพ คุณต้องการเพิ่มพูนความรู้หรือทักษะเกี่ยวกับสิ่งเหล่านี้หรือไม่

เทคนิคการขายเบื้องต้น

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสมาร์ตโฟน

ความรู้เกี่ยวกับสมาร์ตโฟนของบริษัท

เทคนิคการขายสมาร์ตโฟนของบริษัทในแต่ละรุ่น

.....

10) หากบริษัทจะพัฒนาชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เกี่ยวกับ “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” เพื่อให้คุณสามารถเรียนรู้ได้ทุกที่ ทุกเวลา คุณต้องการให้ชุดฝึกอบรมนั้นประกอบด้วยอะไรบ้าง เพื่อคุณจะได้เข้าใจในเทคนิคการขาย และ ตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อนำไปเป็นประโยชน์ต่อการขาย

.....

11) คุณคิดว่า คุณสมบัติข้อใดของสมาร์ตโฟน หรือ สิทธิประโยชน์อะไรมีประโยชน์ต่อการขายของคุณมากที่สุด กล่าวคือเมื่อนำเสนอคุณสมบัติข้อนี้แล้ว ลูกค้าย่อมเป้าหมายจะให้ความสนใจเป็นพิเศษ

.....

12) คุณคิดว่า หากบริษัทพัฒนาชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ คุณจะเข้าฝึกอบรมได้ด้วยอุปกรณ์ใด และผ่านช่องทางใด

.....

13) เท่าที่ผ่านมากคุณประสบปัญหาเกี่ยวกับเทคนิคการขายอย่างไรบ้าง และมีทางแก้ไขปัญหาเหล่านั้นอย่างไร

.....



แบบสัมภาษณ์ผู้จัดการฝ่าย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน)
เรื่องเทคนิคการขายสมาร์ทโฟน

ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ สัมภาษณ์เมื่อวันที่

ผู้ให้สัมภาษณ์

เพศ โทรศัพท์เคลื่อนที่ อีเมล

1. ที่ผ่านมามีความคิดว่าพนักงานขายมีปัญหาเกี่ยวกับเทคนิคการขายสมาร์ทโฟนของพนักงานขายหรือไม่ อย่างไร และท่านมีแนวทางแก้ไขอย่างไร
2. ท่านคิดว่าการฝึกอบรมเกี่ยวกับเทคนิคการขายสมาร์ทโฟนของพนักงานขาย ควรเพิ่มพูนความรู้หรือทักษะเกี่ยวกับสิ่งเหล่านี้หรือไม่ อย่างไร

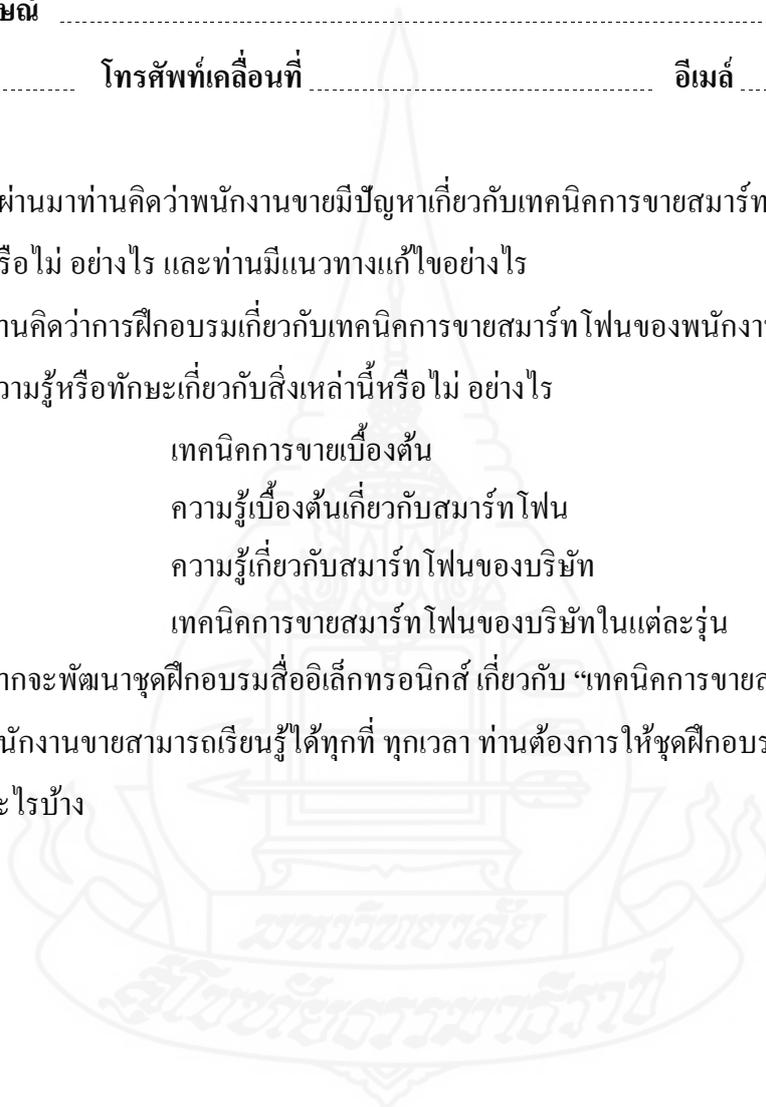
เทคนิคการขายเบื้องต้น

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสมาร์ทโฟน

ความรู้เกี่ยวกับสมาร์ทโฟนของบริษัท

เทคนิคการขายสมาร์ทโฟนของบริษัทในแต่ละรุ่น

3. หากจะพัฒนาชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เกี่ยวกับ “เทคนิคการขายสมาร์ทโฟน” เพื่อให้พนักงานขายสามารถเรียนรู้ได้ทุกที่ ทุกเวลา ท่านต้องการให้ชุดฝึกอบรมนั้นประกอบด้วยอะไรบ้าง



แบบสัมภาษณ์ฝ่ายฝึกอบรม บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน)
เรื่องเทคนิคการขายสมาร์ตโฟน

ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

สัมภาษณ์เมื่อวันที่

ผู้ให้สัมภาษณ์

เพศ

โทรศัพท์เคลื่อนที่

อีเมล

1. จากประสบการณ์การฝึกอบรมพนักงานขายเกี่ยวกับเทคนิคการขายสมาร์ตโฟน คุณคิดว่าพนักงานขายมีจุดอ่อนหรือสิ่งที่จะต้องพัฒนาเป็นพิเศษหรือไม่อย่างไร
2. คุณมีแนวทางฝึกอบรมพนักงานขายเกี่ยวกับเทคนิคการขายสมาร์ตโฟนอย่างไร (ให้อธิบายขั้นตอน)
3. ตามความเห็นของคุณ พนักงานขาย ควรมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับเทคนิคการขายสมาร์ตโฟน อะไรบ้างนอกเหนือจากเทคนิคการขายที่บริษัทฯ กำหนด
4. คุณคิดว่าการฝึกอบรมเกี่ยวกับเทคนิคการขายสมาร์ตโฟนของพนักงานขาย ควรเพิ่มพูนความรู้หรือทักษะเกี่ยวกับสิ่งเหล่านี้หรือไม่ อย่างไร
 - เทคนิคการขายเบื้องต้น
 - ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสมาร์ตโฟน
 - ความรู้เกี่ยวกับสมาร์ตโฟนของบริษัท
 - เทคนิคการขายสมาร์ตโฟนของบริษัทในแต่ละรุ่น
5. หากจะพัฒนาชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เกี่ยวกับ “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” เพื่อให้พนักงานขายสามารถเรียนรู้ได้ทุกที่ ทุกเวลา คุณต้องการให้ชุดฝึกอบรมนั้นประกอบด้วยอะไรบ้าง

**แบบสัมภาษณ์ลูกค้าที่ซื้อโทรศัพท์สมาร์ทโฟน
ของบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) เรื่องเทคนิคการขายสมาร์ทโฟน**

ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ สัมภาษณ์เมื่อวันที่

ผู้ให้สัมภาษณ์

เพศ..... โทรศัพท์เคลื่อนที่..... อีเมล.....

1. ท่านคิดว่าพนักงานขายควรนำเสนอเรื่องใดบ้างเกี่ยวกับโทรศัพท์สมาร์ทโฟน
2. ท่านคิดว่าพนักงานขายของบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) ควรพัฒนาปรับปรุงเรื่องใดบ้าง
 - ก. ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
 - ข. การตอบข้อซักถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
 - ค. การนำเสนอสิทธิประโยชน์แก่ลูกค้า
 - ง. บุคลิกท่าทางในการนำเสนอ
 - จ. คำพูดที่อธิบาย ยก หรือ ถ่ายต่อการเข้าใจ
 - ฉ. เรื่องอื่นๆ
3. ท่านคิดว่าคุณลักษณะที่พึงประสงค์ที่พนักงานขายควรมีประกอบด้วยอะไรบ้าง

ภาคผนวก ข
แบบประเมินคุณภาพด้านเนื้อหา



**แบบประเมินเนื้อหาของชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์เรื่อง “สมาร์ตโฟน”
สำหรับพนักงานขายของบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน)**

คำชี้แจง

1. เอกสารนี้เป็นแบบประเมินคุณภาพของเครื่องมือวิจัย ได้แก่ “เนื้อหาเกี่ยวกับชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์เรื่อง “เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานขายของบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน)

2. ขอความกรุณาผู้เชี่ยวชาญพิจารณาคุณภาพของเครื่องมือแล้วทำเครื่องหมาย **X** ลงในช่องหรือแสดงความคิดเห็นของท่าน

รายการประเมิน

เนื้อหา	เหมาะสม	ควรปรับปรุง
คำชี้แจง		
หน่วยที่ 1 เทคนิคการขายสมาร์ตโฟน		
1. วัตถุประสงค์		
2. เนื้อหา		
- ความหมายของเทคนิคการขาย		
- ขั้นตอนและหลักการขายของบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย		
3. กิจกรรมประจำหน่วย		
หน่วยที่ 2 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสมาร์ตโฟน		
1. วัตถุประสงค์		
2. เนื้อหา		
- ทำความรู้จักสมาร์ตโฟน		
- สมาร์ตโฟน ไอ-โมบาย		
- ส่วนประกอบ		
3. กิจกรรมประจำหน่วย		
1. วัตถุประสงค์		

เนื้อหา	เหมาะสม	ควรปรับปรุง
2. เนื้อหา		
- ทำความรู้จัก i-Style		
- กลุ่มเป้าหมาย		
- ส่วนประกอบ		
- จุดขาย		
3. กิจกรรมประจำหน่วย		
หน่วยที่ 4 สมาร์ทโฟน IQ		
1. วัตถุประสงค์		
2. เนื้อหา		
- ทำความรู้จัก IQ		
- กลุ่มเป้าหมาย		
- ส่วนประกอบ		
- จุดขาย		
3. กิจกรรมประจำหน่วย		
หน่วยที่ 5 การใช้งานสมาร์ทโฟนเบื้องต้น		
1. วัตถุประสงค์		
2. เนื้อหา		
- การตั้งค่าเบื้องต้น		
- การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต		
- การสำรองข้อมูลและการตั้งค่าโรงงาน		
3. กิจกรรมประจำหน่วย		
แบบทดสอบก่อนเรียน		
แบบทดสอบหลังเรียน		

ลงชื่อ ผู้ประเมิน

()

วันที่ เดือน พ.ศ.

ภาคผนวก ค
จดหมายเชิญผู้ทรงคุณวุฒิด้านเนื้อหา





ที่ ศธ 0522.17/บ 490

สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด
จังหวัดนนทบุรี 11120

๑ กรกฎาคม 2558

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผู้จัดการส่วนงานขาย (Dealer/Wholesale)
คุณสุธา พิพัฒน์ภากร

- สิ่งที่ส่งมาด้วย
1. เนื้อหาเกี่ยวกับชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์เรื่อง “สมาร์ทโฟน” จำนวน 1 ชุด
 2. แบบประเมินสำหรับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 1 ชุด

เนื่องด้วย นายกฤษณะ หลีกคองคา นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แขนงวิชาการตลาด สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การพัฒนาชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “สมาร์ทโฟน” สำหรับพนักงานขายบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน)” ตามโครงการวิทยานิพนธ์ที่ส่งมาพร้อมนี้

การจัดทำเรื่องดังกล่าว นักศึกษาได้จัดทำเครื่องมือที่เก็บรวบรวมข้อมูลและได้รับความเห็นชอบเบื้องต้นจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์แล้ว แต่เพื่อให้เครื่องมือที่จัดทำนั้นมีความครอบคลุมเนื้อหาการใช้ภาษา และสอดคล้องกับหลักการและกระบวนการวิจัย สาขาวิชาวิทยาการจัดการจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในฐานะผู้ทรงคุณวุฒิด้าน “สมาร์ทโฟน” ได้โปรดพิจารณาตรวจสอบคุณภาพ และให้ความเห็นเพื่อการปรับปรุงเครื่องมือการวิจัยของนักศึกษาดังกล่าวด้วย หากต้องการสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมโปรดติดต่อกับนักศึกษาโดยตรงได้ที่หมายเลขโทรศัพท์ 081-304-8658

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษา และขอขอบพระคุณล่วงหน้ามา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์ เข้มทอง)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ

โทร. 02-504-8184

โทรสาร. 02-503-3612



ที่ ศธ 0522.17/บ 490

สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด
จังหวัดนนทบุรี 11120

๑ กรกฎาคม 2558

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผู้จัดการส่วนงานฝึกอบรมผลิตภัณฑ์
คุณพิมพ์ชนก วิมลสถิตย์

สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. เนื้อหาเกี่ยวกับชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์เรื่อง “สมาร์ทโฟน” จำนวน 1 ชุด
2. แบบประเมินสำหรับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 1 ชุด

เนื่องด้วย นายกฤษณะ หลักคงคา นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แขนงวิชาการตลาด สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การพัฒนาชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “สมาร์ทโฟน” สำหรับพนักงานขายบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน)” ตามโครงการวิทยานิพนธ์ที่ส่งมาพร้อมนี้

การจัดทำเรื่องดังกล่าว นักศึกษาได้จัดทำเครื่องมือที่เก็บรวบรวมข้อมูลและได้รับความเห็นชอบเบื้องต้นจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์แล้ว แต่เพื่อให้เครื่องมือที่จัดทำนั้นมีความครอบคลุมเนื้อหาการใช้ภาษา และสอดคล้องกับหลักการและกระบวนการวิจัย สาขาวิชาวิทยาการจัดการจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในฐานะผู้ทรงคุณวุฒิด้าน “สมาร์ทโฟน” ได้โปรดพิจารณาตรวจสอบคุณภาพ และให้ความเห็นเพื่อการปรับปรุงเครื่องมือการวิจัยของนักศึกษาดังกล่าวด้วย หากต้องการสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมโปรดติดต่อกับนักศึกษาโดยตรงได้ที่หมายเลขโทรศัพท์ 081-304-8658

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษา และขอขอบพระคุณล่วงหน้ามา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์ เข้มทอง)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ

โทร. 02-5048184

โทรสาร. 02-5033612



ที่ ศธ 0522.17/บ 490

สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด
จังหวัดนนทบุรี 11120

9 กรกฎาคม 2558

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัย

เรียน คุณนรวิญญ์ ศรีคุณชัย

- สิ่งที่ส่งมาด้วย
1. เนื้อหาเกี่ยวกับชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์เรื่อง “สมาร์ทโฟน” จำนวน 1 ชุด
 2. แบบประเมินสำหรับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 1 ชุด

เนื่องด้วย นายภฤณะ หลักคงคา นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แขนงวิชาการตลาด สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การพัฒนาชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “สมาร์ทโฟน” สำหรับพนักงานขายบริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน)” ตามโครงการวิทยานิพนธ์ที่ส่งมาพร้อมนี้

การจัดทำเรื่องดังกล่าว นักศึกษาได้จัดทำเครื่องมือที่เก็บรวบรวมข้อมูลและได้รับความเห็นชอบเบื้องต้นจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์แล้ว แต่เพื่อให้เครื่องมือที่จัดทำนั้นมีความครอบคลุมเนื้อหาการใช้ภาษา และสอดคล้องกับหลักการและกระบวนการวิจัย สาขาวิชาวิทยาการจัดการจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในฐานะผู้ทรงคุณวุฒิด้าน “สมาร์ทโฟน” ได้โปรดพิจารณาตรวจสอบคุณภาพ และให้ความเห็นเพื่อการปรับปรุงเครื่องมือการวิจัยของนักศึกษาดังกล่าวด้วย หากต้องการสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมโปรดติดต่อกับนักศึกษาโดยตรงได้ที่หมายเลขโทรศัพท์ 081-304-8658

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษา และขอขอบพระคุณล่วงหน้ามา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์ เข้มทอง)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ

โทร. 02-504-8184

โทรสาร. 02-503-3612

ภาคผนวก ง

จดหมายเชิญผู้ทรงคุณวุฒิด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์





ที่ ศธ 0522.17/บ 561

สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด
จังหวัดนนทบุรี 11120

๕ สิงหาคม 2558

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัย

เรียน คุณนริชญา รัตนกรเมธา

- สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. โครงการวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ชุด
2. ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “สมาร์ทโฟน” จำนวน 1 ชุด

เนื่องด้วย นายกฤษณะ หลักคงคา นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอก การตลาด สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การพัฒนาชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “สมาร์ทโฟน” สำหรับพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน)” โดยมี อาจารย์ ดร.อโณทัย งามวิชัยกิจ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และ ผศ.ดร.นิรัชรินทร์ ชำนาญกิจ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

การจัดทำวิทยานิพนธ์เรื่องดังกล่าว นักศึกษาได้จัดทำเครื่องมือที่เก็บรวบรวมข้อมูลและได้รับความเห็นชอบเบื้องต้นจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์แล้ว แต่เพื่อให้เครื่องมือที่จัดทำนั้นมีความครอบคลุมเนื้อหา การใช้ภาษา และสอดคล้องกับหลักการและกระบวนการวิจัย สาขาวิชาวิทยาการจัดการจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในฐานะผู้ทรงคุณวุฒิด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์คอมพิวเตอร์ ได้โปรดพิจารณาตรวจสอบคุณภาพ และให้ความเห็นเพื่อการปรับปรุงเครื่องมือการวิจัยของนักศึกษาดังกล่าวด้วย สำหรับรายละเอียดอื่นๆ นักศึกษาจะเป็นผู้ติดต่อให้รายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษา และขอขอบพระคุณล่วงหน้ามา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์ เข็มทอง)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ

โทร. 02-5048184

โทรสาร. 02-5033612



ที่ ศธ 0522.17/บ 561

สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด
จังหวัดนนทบุรี 11120

๕ สิงหาคม 2558

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาเครื่องมือการวิจัย

เรียน ผู้อำนวยการส่วนสารสนเทศ สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา
คุณพรเพ็ญ คำคุณวัฒน์

- สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. โครงการวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ชุด
2. ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “สมาร์ทโฟน” จำนวน 1 ชุด

เนื่องด้วย นายกฤษณะ หลัคคงคา นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอก การตลาด สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การพัฒนา ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “สมาร์ทโฟน” สำหรับพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน)” โดยมี อาจารย์ ดร.อโณทัย งามวิชัยกิจ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และ ผศ.ดร.นิรัชรินทร์ ชำนาญกิจ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

การจัดทำวิทยานิพนธ์เรื่องดังกล่าว นักศึกษาได้จัดทำเครื่องมือที่เก็บรวบรวมข้อมูลและได้รับความเห็นชอบเบื้องต้นจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์แล้ว แต่เพื่อให้เครื่องมือที่จัดทำนั้นมีความครอบคลุมเนื้อหา การใช้ภาษา และสอดคล้องกับหลักการและกระบวนการวิจัย สาขาวิชาวิทยาการจัดการจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในฐานะผู้ทรงคุณวุฒิด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์คอมพิวเตอร์ ได้โปรดพิจารณาตรวจสอบคุณภาพ และให้ความเห็นเพื่อการปรับปรุงเครื่องมือการวิจัยของนักศึกษาดังกล่าวด้วย สำหรับรายละเอียดอื่นๆ นักศึกษาจะเป็นผู้ติดต่อให้รายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษา และขอขอบพระคุณล่วงหน้ามา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์ เข็มทอง)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ

โทร. 02-5048184

โทรสาร. 02-5033612



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ โทร. 8184

ที่ ศธ 0522.17/บ 561

วันที่ 5 สิงหาคม 2558

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเครื่องมือวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ชำนาญ เขาวงกิตพิงศ์ (ภาควิชาศิลปศึกษา)

เนื่องด้วย นายฤกษ์ หลีกคองคา นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอก การตลาด สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การพัฒนา ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “สมาร์ตโฟน” สำหรับพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน)” โดยมี อาจารย์ ดร.อโณทัย งามวิชัยกิจ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และ ผศ.ดร.นิรัชรินทร์ ชำนาญกิจ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

การจัดทำวิทยานิพนธ์เรื่องดังกล่าว นักศึกษาได้จัดทำเครื่องมือที่เก็บรวบรวมข้อมูลและได้รับความเห็นชอบเบื้องต้นจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์แล้ว แต่เพื่อให้เครื่องมือที่จัดทำนั้นมีความครอบคลุมเนื้อหา การใช้ภาษา และสอดคล้องกับหลักการและกระบวนการวิจัย สาขาวิชาวิทยาการจัดการจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในฐานะผู้ทรงคุณวุฒิด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ คอมพิวเตอร์ ได้โปรดพิจารณาตรวจสอบคุณภาพ และให้ความเห็นเพื่อการปรับปรุงเครื่องมือการวิจัยของนักศึกษาดังกล่าวด้วย สำหรับรายละเอียดอื่นๆ นักศึกษาจะเป็นผู้ติดต่อให้รายละเอียดต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษา และขอขอบพระคุณล่วงหน้ามา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์ เข็มทอง)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาวิทยาการจัดการ

โทร. 02-5048184

โทรสาร. 02-5033612

ภาคผนวก จ

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย



รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

- | | |
|--------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. คุณพิมพ์ชนก วิมลสถิตย์ | ผู้จัดการส่วนงานฝึกอบรมผลิตภัณฑ์
Manager Product Training – ฝ่าย Marketing Product
เชี่ยวชาญด้านการฝึกอบรม |
| 2. คุณสุธา พิพัฒน์ภากร | ผู้จัดการอาวุโส ส่วนงานขาย (Dealer / Wholesale)
เชี่ยวชาญด้านสมาร์ตโฟน และเทคนิคการขาย |
| 3. คุณนรวิษญ์ (ศรีคุณชัย) รัตนกรเมธา | บริษัทปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน)
เชี่ยวชาญด้านสมาร์ตโฟน และเป็นบล็อกเกอร์ที่
เชี่ยวชาญโทรศัพท์ ไอ-โมบาย |
| 4. รองศาสตราจารย์ชำนาญ เชาวศิริพิงศ์ | อาจารย์ประจำสาขาศิลปศาสตร์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
เชี่ยวชาญด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ |
| 5. คุณพรเพ็ญ คำบุญวัฒน์ | ผู้อำนวยการส่วนสารสนเทศ
สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา
เชี่ยวชาญด้านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ |

ภาคผนวก ฉ

ผลการหาประสิทธิภาพของกระบวนการ ชั้นทดลองแบบเดียว



ตารางที่ 1 การหาประสิทธิภาพของกระบวนการ (E_1) ประสิทธิภาพของผลลัพธ์ (E_2) ขึ้นทดลอง
แบบหนึ่งต่อหนึ่ง จำนวน 3 คน

คนที่	คะแนนจากการวัดระหว่างเรียน (คะแนนเต็ม 63 คะแนน)	คะแนนสอบหลังเรียน (คะแนนเต็ม 30 คะแนน)
1	43	21
2	46	22
3	43	21
รวม	132	64

การหาประสิทธิภาพของกระบวนการ (E_1) ใช้สูตรดังนี้

$$E_1 = \frac{\sum X}{N} \times 100$$

เมื่อ E_1 คือ ค่าประสิทธิภาพของกระบวนการคิดเป็นร้อยละ

$\sum X$ คือ คะแนนรวมจากการทำแบบฝึกหัด หรือแบบทดสอบย่อยทุกชุด

N คือ จำนวนผู้เรียน

A คือ คะแนนเต็มของแบบฝึกหัดทุกชุดรวมกัน

$$\text{แทนค่า } E_1 = \frac{\sum X}{N} \times 100$$

$$E_1 = \frac{132}{3} \times 100$$

$$E_1 = 69.84$$

การหาค่าประสิทธิภาพของผลลัพ์ (E_2)

$$E_2 = \frac{\frac{\sum X}{N} \times 100}{B}$$

เมื่อ E_2 คือ ค่าประสิทธิภาพของผลลัพ์

$\sum X$ คือ คะแนนรวมจากการทำแบบทดสอบหลังเรียน

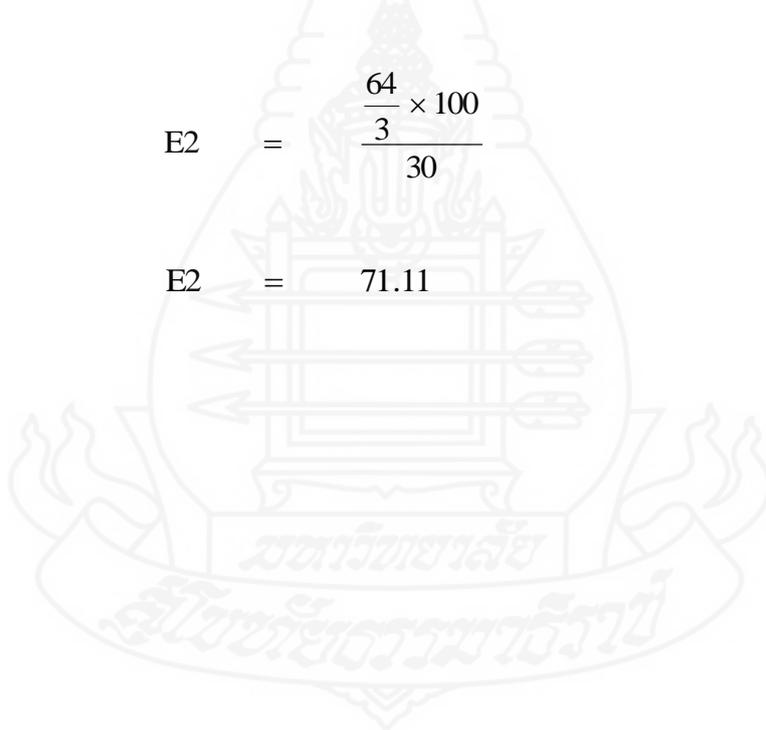
N คือ จำนวนผู้เรียนทั้งหมด

B คือ คะแนนเต็มของแบบทดสอบหลังเรียน

$$\text{แทนค่า } E_2 = \frac{\frac{\sum X}{N} \times 100}{B}$$

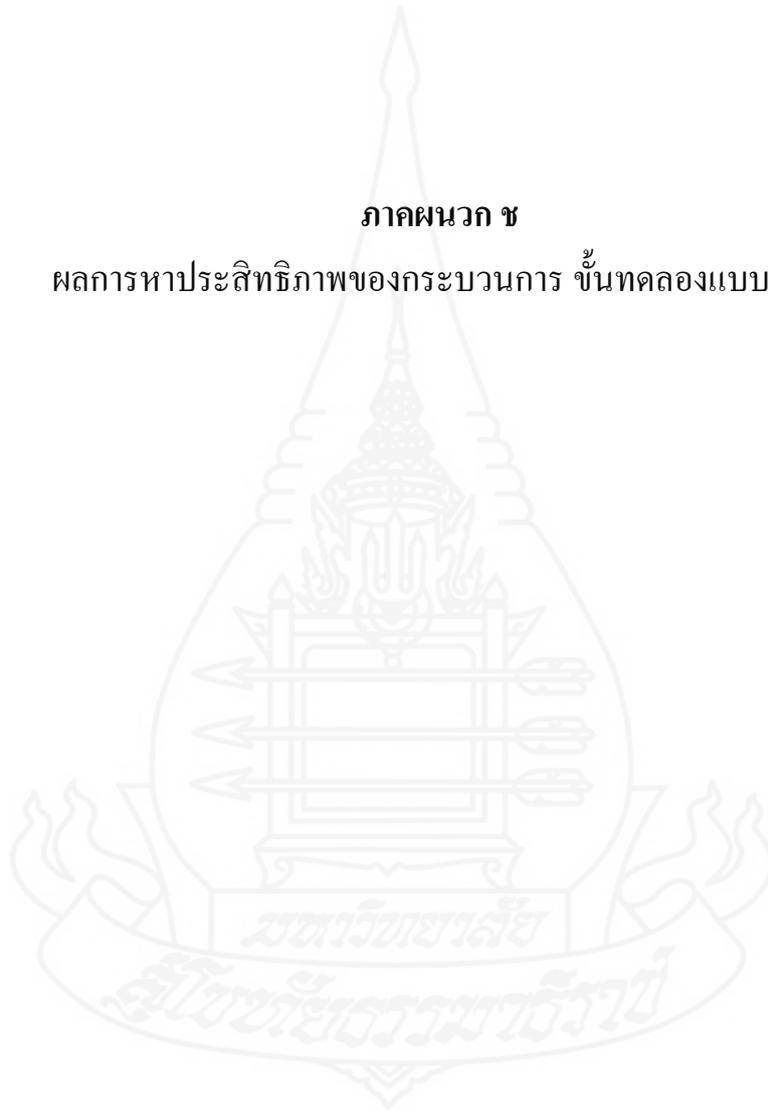
$$E_2 = \frac{\frac{64}{3} \times 100}{30}$$

$$E_2 = 71.11$$



ภาคผนวก ช

ผลการหาประสิทธิภาพของกระบวนการ ชั้นทดลองแบบกลุ่ม



ตารางที่ 2 การหาประสิทธิภาพของกระบวนการ (E_1) ประสิทธิภาพของผลลัพธ์ (E_2) ชั้นทดลอง
แบบ 1:10 จำนวน 10 คน

คนที่	คะแนนจากการวัดระหว่างเรียน (คะแนนเต็ม 63 คะแนน)	คะแนนสอบหลังเรียน (คะแนนเต็ม 30 คะแนน)
1	50	22
2	48	23
3	53	23
4	50	25
5	48	24
6	49	23
7	51	22
8	49	24
9	47	22
10	47	25
รวม	492	233

การหาประสิทธิภาพของกระบวนการ (E_1) ใช้สูตรดังนี้

$$E_1 = \frac{\sum X}{N} \times 100$$

- เมื่อ E_1 คือ ค่าประสิทธิภาพของกระบวนการคิดเป็นร้อยละ
 $\sum X$ คือ คะแนนรวมจากการทำแบบฝึกหัด หรือแบบทดสอบย่อยทุกชุด
 N คือ จำนวนผู้เรียน
 A คือ คะแนนเต็มของแบบฝึกหัดทุกชุดรวมกัน

$$\text{แทนค่า } E_1 = \frac{\sum X}{N} \times 100$$

$$E1 = \frac{\frac{492}{10} \times 100}{63}$$

$$E1 = 78.10$$

การหาค่าประสิทธิภาพของผลลัพ์ (E_2)

$$E2 = \frac{\frac{\sum X}{N} \times 100}{B}$$

เมื่อ E_2 คือ ค่าประสิทธิภาพของผลลัพ์

$\sum X$ คือ คะแนนรวมจากการทำแบบทดสอบหลังเรียน

N คือ จำนวนผู้เรียนทั้งหมด

B คือ คะแนนเต็มของแบบทดสอบหลังเรียน

$$\text{แทนค่า } E2 = \frac{\frac{\sum X}{N} \times 100}{B}$$

$$E2 = \frac{\frac{233}{10} \times 100}{30}$$

$$E2 = 77.67$$

ภาคผนวก ข

ผลการหาประสิทธิภาพของกระบวนการ ชั้นทดลองภาคสนาม



ตารางที่ 3 การหาประสิทธิภาพของกระบวนการ (E_1) ประสิทธิภาพของผลลัพธ์ (E_2) ชั้นทดลอง
แบบ 1:100 จำนวน 48 คน

พนักงานคนที่	คะแนนแบบทดสอบรายหน่วย					รวมคะแนน ท้ายหน่วย (คะแนนเต็ม 63)	ร้อยละ (%)
	หน่วยที่	หน่วยที่	หน่วยที่	หน่วยที่	หน่วยที่		
	1	2	3	4	5		
	(คะแนน เต็ม 16)	(คะแนน เต็ม 16)	(คะแนน เต็ม 11)	(คะแนน เต็ม 10)	(คะแนน เต็ม 10)		
1	14	14	9	9	9	55	87.30
2	13	15	9	9	9	55	87.30
3	13	13	9	9	9	53	84.13
4	13	13	9	9	9	53	84.13
5	14	15	9	8	9	55	87.30
6	13	13	9	9	9	53	84.13
7	13	14	7	7	9	50	79.37
8	15	15	9	9	9	57	90.48
9	15	14	9	10	9	57	90.48
10	13	13	9	9	9	53	84.13
11	15	14	9	8	9	55	87.30
12	12	13	9	9	9	52	82.54
13	13	14	8	9	7	51	80.95
14	15	14	9	9	9	56	88.89
15	14	15	10	9	9	57	90.48
16	15	14	8	9	9	55	87.30
17	14	14	10	9	9	56	88.89
18	15	15	9	9	9	57	90.48
19	15	13	9	9	9	55	87.30
20	15	15	10	9	9	58	92.06
21	15	14	9	9	9	56	88.89

ตารางที่ 3 (ต่อ)

พนักงานคนที่	คะแนนแบบทดสอบรายหน่วย					รวมคะแนน ท้ายหน่วย (คะแนนเต็ม 63)	ร้อยละ (%)
	หน่วยที่	หน่วยที่	หน่วยที่	หน่วยที่	หน่วยที่		
	1 (คะแนน เต็ม 16)	2 (คะแนน เต็ม 16)	3 (คะแนน เต็ม 11)	4 (คะแนน เต็ม 10)	5 (คะแนน เต็ม 10)		
22	13	14	9	9	9	54	85.71
23	12	14	8	9	9	52	82.54
24	12	14	9	9	9	53	84.13
25	13	15	9	9	9	55	87.30
26	15	13	9	9	9	55	87.30
27	15	15	9	9	9	57	90.48
28	13	13	9	9	9	53	84.13
29	13	14	10	9	9	55	87.30
30	15	15	10	9	9	58	92.06
31	13	15	8	9	9	54	85.71
32	15	14	9	9	9	56	88.89
33	15	13	10	9	9	56	88.89
34	15	12	9	9	9	54	85.71
35	15	15	9	9	9	57	90.48
36	16	16	10	9	9	60	95.24
37	16	15	9	9	9	58	92.06
38	15	14	8	9	9	55	87.30
39	14	14	10	9	9	56	88.89
40	13	14	9	9	9	54	85.71
41	13	14	9	9	9	54	85.71
42	13	13	9	9	9	53	84.13
43	14	14	9	9	9	55	87.30
44	15	15	9	9	9	57	90.48

ตารางที่ 3 (ต่อ)

พนักงานคนที่	คะแนนแบบทดสอบรายหน่วย					รวมคะแนน ท้ายหน่วย (คะแนนเต็ม 63)	ร้อยละ (%)
	หน่วยที่	หน่วยที่	หน่วยที่	หน่วยที่	หน่วยที่		
	1 (คะแนน เต็ม 16)	2 (คะแนน เต็ม 16)	3 (คะแนน เต็ม 11)	4 (คะแนน เต็ม 10)	5 (คะแนน เต็ม 10)		
45	15	15	9	9	9	57	90.48
46	14	15	9	9	9	56	88.89
47	16	15	10	9	9	59	93.65
48	15	15	9	9	9	57	90.48
รวม	677	679	434	429	430	2649	4204.76
ค่าร้อยละแต่ละ							
หน่วย	88.15	88.41	82.20	89.38	89.58	87.60	87.60
คะแนนเฉลี่ย							
\bar{X}	14.10	14.15	9.04	8.94	8.96	55.19	87.60
ส่วนเบี่ยงเบน							
มาตรฐาน (S.D.)	1.1155	0.8503	0.6174	0.3807	0.2887	2.0696	3.2851



ภาคผนวก ฅ
การหาค่า t-test

ตารางที่ 4 หาค่า t-test ของโดยใช้ชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่อง “เทคนิคการขาย
 สมาร์ทโฟน” สำหรับพนักงานขาย บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน)

พนักงานขาย คนที่	ก่อนเรียน (คะแนน 30 คะแนน)	หลังเรียน (คะแนน 30 คะแนน)	ผลต่าง	
			(D)	(D ²)
1	23	27	4	16
2	25	27	2	4
3	26	26	0	0
4	25	26	1	1
5	24	28	4	16
6	28	26	-2	4
7	23	26	3	9
8	25	25	0	0
9	26	26	0	0
10	23	27	4	16
11	24	27	3	9
12	22	25	3	9
13	23	26	3	9
14	24	27	3	9
15	22	25	3	9
16	24	27	3	9
17	25	27	2	4
18	23	27	4	16
19	25	26	1	1
20	24	27	3	9
21	25	27	2	4
22	25	27	2	4
23	24	28	4	16
24	25	26	1	1

ตารางที่ 4 (ต่อ)

พนักงานขาย คนที่	ก่อนเรียน (คะแนน 30 คะแนน)	หลังเรียน (คะแนน 30 คะแนน)	ผลต่าง	
			(D)	(D ²)
25	23	27	4	16
26	25	26	1	1
27	24	27	3	9
28	25	25	0	0
29	25	25	0	0
30	25	25	0	0
31	24	26	2	4
32	25	25	0	0
33	23	26	3	9
34	25	25	0	0
35	24	26	2	4
36	25	27	2	4
37	25	27	2	4
38	24	27	3	9
39	25	27	2	4
40	23	27	4	16
41	25	26	1	1
42	24	26	2	4
43	25	26	1	1
44	25	26	1	1
45	25	24	-1	1
46	25	25	0	0
47	25	25	0	0
48	23	25	2	4

ตารางที่ 4 (ต่อ)

พนักงานขาย คนที่	ก่อนเรียน (คะแนน 30 คะแนน)	หลังเรียน (คะแนน 30 คะแนน)	ผลต่าง	
			(D)	(D ²)
รวม	1170	1257	87	267
เฉลี่ย	24.375	26.1875	1.8125	5.5625
SD	1.1037	0.9146	1.5251	5.435

การวิเคราะห์ความแตกต่างของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ก่อนเรียนและหลังเรียน ใช้สูตรดังนี้

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

เมื่อ

t คือ t-test

N คือ จำนวนนักเรียน

D คือ ผลต่างคะแนนสอบก่อนเรียนและหลังเรียน

 $\sum D$ คือ ค่าผลรวมของคะแนนความแตกต่างการทดสอบ
ก่อนเรียนและหลังเรียน

 $\sum D^2$ คือ ค่าผลรวมของคะแนนความแตกต่างยกกำลังสอง
ของทุกคน

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

$$t = \frac{87}{\sqrt{\frac{(48)(267) - (87)^2}{48-1}}}$$

$$t = 8.23$$

ผลการหาค่า t-test ที่ได้จากการคำนวณ คือ นำค่า t คำนวณ ไปเปรียบเทียบกับค่า t ตารางโดยใช้ค่าความเป็นอิสระ (df) = n - 1 = 47 แล้วแปลค่าตามนัยสำคัญที่ระดับ .05 และ .01

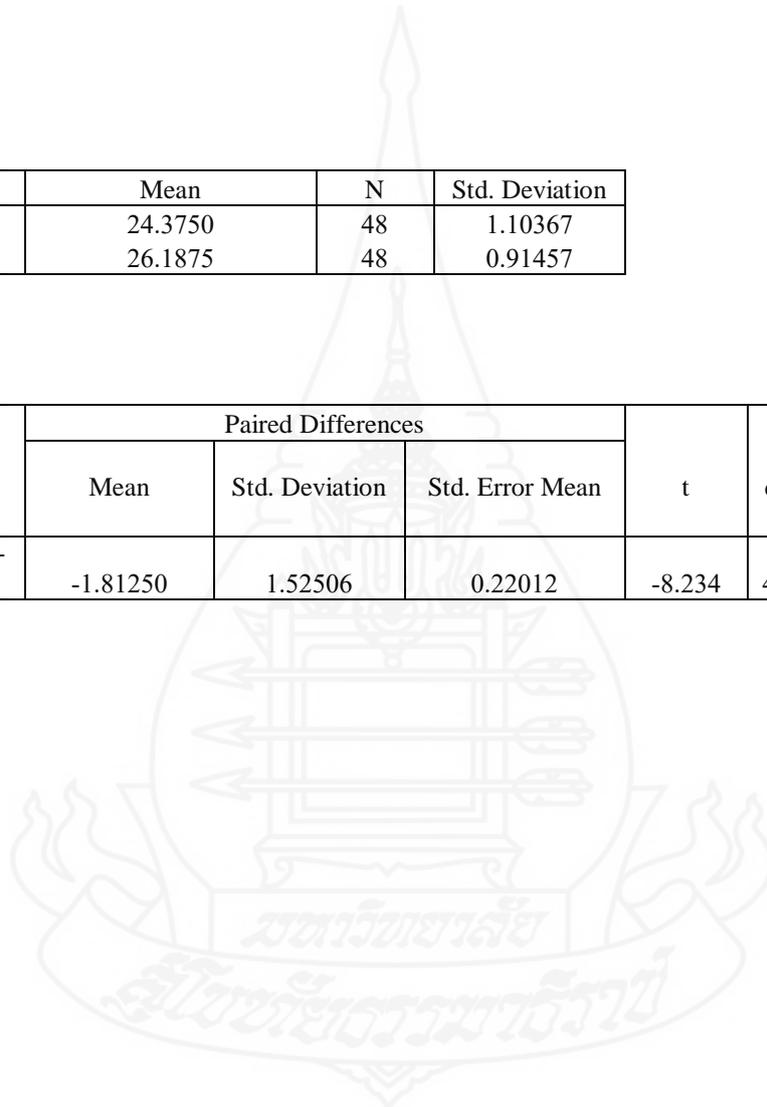
t-test

Paired Samples Statistics

		Mean	N	Std. Deviation
Pair 1	Pre-test	24.3750	48	1.10367
	Posttest	26.1875	48	0.91457

Paired Samples Test

		Paired Differences			t	df	Sig.(2-tailed)	Sig.(1-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean				
Pair 1	Posttest - Pretest	-1.81250	1.52506	0.22012	-8.234	47	0.0000	0.0000





ภาคผนวก ญ

การคำนวณหากลุ่มตัวอย่างโดยใช้ G*Power

[1] -- Wednesday, September 23, 2015 -- 17:10:01

t tests – Means: Difference between two independent means (two groups)

Analysis: A priori: Compute required sample size

Input: Tail(s) = One
 Effect size d = 0.5
 α err prob = 0.05
 Power (1- β err prob) = 0.95
 Allocation ratio N2/N1 = 1

Output: Noncentrality parameter δ = 3.3166248
 Critical t = 1.6536580
 Df = 174
 Sample size group 1 = 88
 Sample size group 2 = 88
 Total sample size = 176
 Actual power = 0.9514254

Central and noncentral distributions Protocol of power analyses

[2] -- Wednesday, September 23, 2015 -- 17:12:41

t tests – Means: Difference between two independent means (two groups)

Analysis: A priori: Compute required sample size

Input: Tail(s) = One
 Effect size d = 0.5
 α err prob = 0.05
 Power (1- β err prob) = 0.95
 Allocation ratio N2/N1 = 1

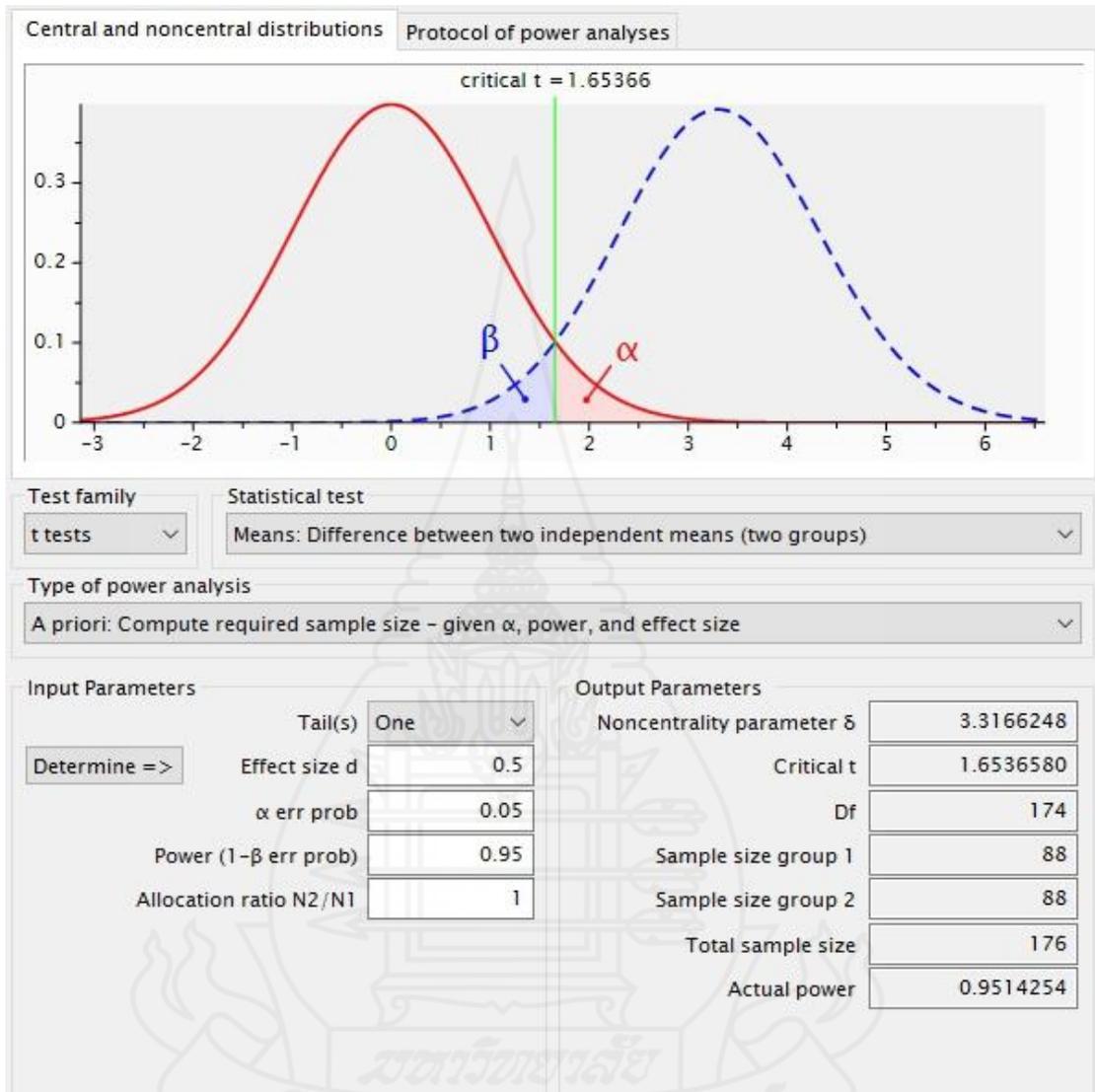
Output: Noncentrality parameter δ = 3.3166248
 Critical t = 1.6536580
 Df = 174
 Sample size group 1 = 88
 Sample size group 2 = 88
 Total sample size = 176

Test family: t tests

Statistical test: Means: Difference between two independent means (two groups)

Type of power analysis: A priori: Compute required sample size - given α , power, and effect size

Input Parameters		Output Parameters	
Determine =>	Tail(s)	Noncentrality parameter δ	3.3166248
	Effect size d	Critical t	1.6536580
	α err prob	Df	174
	Power (1- β err prob)	Sample size group 1	88
	Allocation ratio N2/N1	Sample size group 2	88
		Total sample size	176
		Actual power	0.9514254



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นายกฤษณะ หลักคงคา
วัน เดือน ปีเกิด	20 มกราคม 2520
สถานที่เกิด	อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี
ประวัติการศึกษา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา) 2552
สถานที่ทำงาน	บริษัทสามารถ ไอ-โมบาย จำกัด (มหาชน) อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
ตำแหน่ง	เจ้าหน้าที่อบรมผลิตภัณฑ์

