

**A STUDY OF TRAINING PROCESS  
IN DIRECT SELLING BUSINESS**

**NASSARA HONGRON**

**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT  
OF THE REQUIREMENTS FOR  
THE DEGREE OF MASTER OF EDUCATION  
(ADULT AND CONTINUING EDUCATION)  
FACULTY OF GRADUATE STUDIES  
MAHIDOL UNIVERSITY  
2005**

**ISBN 974-04-6335-5  
COPYRIGHT OF MAHIDOL UNIVERSITY**

การศึกษากระบวนการฝึกอบรมในธุรกิจขายตรง (A STUDY OF TRAINING PROCESS IN DIRECT SELLING BUSINESS)

นัสสรุ หงษ์ร่อน 4337043 SHAC/M

ศษ.ม. (การศึกษาผู้ใหญ่และการศึกษาต่อเนื่อง)

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ : นฤนันท์ สุริยมณี, Ed. D., ประภาพรรณ อุ๋นอบ, ศษ.ด.,

วาทีตต์ คุริยอังกูร, ศษ.บ.

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาลักษณะของกระบวนการฝึกอบรมในธุรกิจขายตรง และเปรียบเทียบกระบวนการฝึกอบรมของธุรกิจขายตรงที่มีสาขาติเจ้าของธุรกิจ ประเภทสินค้าและแผนการตลาดแตกต่างกัน ประชากรที่ศึกษาเป็นบริษัทขายตรงที่เป็นสมาชิกของสมาคมการขายตรงไทยจำนวน 24 บริษัทใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ การทดสอบค่าที (t-test) และการวิเคราะห์เนื้อเรื่อง (Content Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า บริษัทขายตรงส่วนใหญ่มีการดำเนินงานในกระบวนการฝึกอบรมทั้ง 4 ขั้นตอน โดยการสำรวจและวิเคราะห์หาความจำเป็นในการฝึกอบรม ใช้การประเมินผลการปฏิบัติงานในการรวบรวมข้อมูล มีการวิเคราะห์องค์การและกำหนดความจำเป็นจากประโยชน์สูงสุดที่องค์กรจะได้รับ สำหรับการวางแผนโครงการฝึกอบรมและพัฒนาหลักสูตรมีหน่วยงานฝึกอบรมรับผิดชอบโดยตรง เน้นวัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน โดยกำหนดเนื้อหาหลักสูตรสอดคล้องกับสภาพการทำงานจริงและจัดลำดับเนื้อหาวิชาตามความจำเป็นที่ต้องการฝึกอบรมก่อน-หลัง เนื้อหาวิชาเน้นความรู้เกี่ยวกับสินค้า สัดส่วนการจัดฝึกอบรมระหว่างการจัดภายในและภายนอกองค์กรเป็น 90:10 เช่นเดียวกับสัดส่วนระหว่างวิทยากรภายในและภายนอกเทคนิคที่ใช้อบรมพนักงานขายระดับต้นคือ การบรรยาย ส่วนระดับบริหารใช้การระดมสมอง ในขั้นตอนการดำเนินการฝึกอบรมมีหน่วยงานที่รับผิดชอบอยู่ภายใต้ฝ่ายขาย โดยมีรูปแบบการบริหารโครงการฝึกอบรมแบบรวมอยู่ที่ศูนย์กลางและให้ความสำคัญกับบทบาทเจ้าหน้าที่ฝึกอบรมในฐานะนักวิชาการหรือผู้สอน สำหรับการประเมินและติดตามผลการฝึกอบรมส่วนใหญ่ใช้การประเมินผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับองค์การ ส่วนการเปรียบเทียบกระบวนการฝึกอบรมของธุรกิจขายตรงที่มีสาขาติเจ้าของธุรกิจ ประเภทสินค้าและแผนการตลาดแตกต่างกัน ไม่พบความแตกต่างใดๆทางสถิติ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยนี้ ควรเน้นบทบาทเจ้าหน้าที่ฝึกอบรมในฐานะนักจัดฝึกอบรม เพื่อให้สามารถจัดทำโครงการฝึกอบรมได้อย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในการประเมินผลการฝึกอบรมที่พบว่า เจ้าหน้าที่ยังขาดความรู้ ทักษะในการดำเนินงานขั้นตอนดังกล่าว

**A STUDY OF TRAINING PROCESS IN DIRECT SELLING BUSINESS****NASSARA HONGRON 4337043 SHAC/M****M.Ed.(ADULT AND CONTINUING EDUCATION)****THESIS ADVISORS : NARANAN SURİYAMANEE, Ed.D.,  
PRAPHAPHAN UN-OB, Ed.D., VATIT DURIYAUNGGOON, B.Ed.****ABSTRACT**

The objectives of this research were to study and compare training process in direct selling business with business owners of different nationalities, different product types and different marketing plans. Structured interviews were used to collect data from 24 companies which were members of the Thai Direct Selling Association (TDSA). The content analysis and t-test were utilized to analyze the data.

The study findings revealed that most companies carried out the four steps of the training process. Training needs analysis was based on job performance evaluation. Person and organization analyses were employed for data collection and training needs was based on maximum benefits of the organization. Training agencies were in charge of training program planning and curriculum development, with an aim of equipping trainees with job-related knowledge. Course content was in line with actual working situations and they focused on product knowledge, selling skills, business aspects and benefits. The proportion of in-house to external training was 90:10. The techniques mostly used for training operational or low-level direct salespersons were lecture, and brain storming for executive-level salespersons. Training was the responsibility of sales departments and a centralized training approach was used as the pattern of training management. The expected role of training staff was that of a learning specialist. When the training process of direct selling business with different nationalities of business owners, product types and marketing plans was compared, there was no statistical difference.

It is recommended that direct selling companies should have training agencies directly in charge of the entire training process and should emphasize the role of training staff as training organizers so that training can be carried out more systematically and efficiently.

**KEY WORDS : TRAINING / TRAINING PROCESS / DIRECT SALES / DIRECT  
SELLING BUSINESS / HUMAN RESOURCE DEVELOPMENT****159 P. ISBN 974-04-6335-5**