

หลักสูตรฝึกอบรมบุคลิกภาพของพนักงานบริการร้านสะดวกซื้อ ABC ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล

Training Course for Service Staff Personality of ABC Convenience Stores in Bangkok and Vicinity Areas

นันทิดา ชมภูประภต¹, ธนาสิทธิ์ เพิ่มเพียร², นิธิภัทร กมลสุข³ และ มณัสศิริ นุตยกุล⁴

Nanthida Chomphupraphet¹, Thanasit Poempian², Nitipat Kamonsuk³ and Manassiri Nuttayakul⁴

Received: 6 ก.ค. 2567

Revised: 17 พ.ย. 2567

Accepted: 23 พ.ย. 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์ เพื่อสร้างหลักสูตรฝึกอบรมบุคลิกภาพของพนักงานบริการร้านสะดวกซื้อ ABC ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล มีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 22 คน ใช้เกณฑ์คัดเลือกแบบเจาะจงจากผู้ที่มีประสบการณ์ทำงาน 3 ปี จำนวน 12 คน และผู้ที่เข้าใช้บริการร้านสะดวกซื้อเฉลี่ย 5 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 10 คน วิจัยดำเนินการวิจัย โดยใช้ ADDIE Model ซึ่งได้นำกระบวนการพัฒนามาประกอบการสร้างหลักสูตร 2 กระบวนการ คือ การวิเคราะห์และการออกแบบ ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการสร้างหลักสูตร และการพัฒนาบุคลิกภาพ การสัมภาษณ์เชิงลึกโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง การประเมินหลักสูตรใช้วิธีการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับองค์ประกอบของหลักสูตร และมีผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ จำนวน 3 คน

ผลวิจัยพบว่า หลักสูตรฝึกอบรมบุคลิกภาพของพนักงานบริการร้านสะดวกซื้อ ABC ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล โดยหลักสูตรที่สร้างขึ้น มีเนื้อหาแบ่งออกเป็น 4 หัวข้อ 1) การเสริมสร้างบุคลิกภาพสู่ความสำเร็จสำหรับงานบริการ 2) ทักษะที่ดีของพนักงานบริการในการเสริมบุคลิกภาพที่ดี 3) เทคนิคการแต่งหน้า และการแต่งกาย 4) เทคนิคการฟัง การพูด เพื่อโน้มน้าวใจ และปิดการขาย 7 ชั่วโมง วิธีการฝึกอบรมการบรรยายจากผู้เชี่ยวชาญ การปฏิบัติตามตัวอย่างกรณีศึกษา การวัดผลการฝึกอบรมจากแบบทดสอบก่อน-หลัง ฝึกอบรม และแบบประเมินพฤติกรรมการเรียนหลังฝึกอบรม หลังจากผ่านการฝึกอบรม 1 เดือน

คำสำคัญ: หลักสูตรฝึกอบรม, บุคลิกภาพ, พนักงานบริการร้านสะดวกซื้อ

Abstract

This research is a qualitative research. The objective is to create a personality training course for ABC convenience store service staff in Bangkok and its vicinity. There were 22 key informants who were specifically selected from 12 people with 3 years or more working experience and 10 people who visited convenience stores on average 5 days a week. The research method used the ADDIE Model, which incorporated two development

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ อีเมล: nanthida05031999@gmail.com

² อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ อีเมล: Thanasitpoe@pim.ac.th

³ อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ อีเมล: Nitipatkam@pim.ac.th

⁴ อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ อีเมล: manassirinut@pim.ac.th

¹ Student of MBA Program, Faculty of Management Science, Panyapiwat Institute of Management,

Email: nanthida05031999@gmail.com

² Lecturer of MBA Program, Faculty of Management Science, Panyapiwat Institute of Management, Email: Thanasitpoe@pim.ac.th

³ Lecturer of MBA Program, Faculty of Management Science, Panyapiwat Institute of Management, Email: Nitipatkam@pim.ac.th

⁴ Lecturer of MBA Program, Faculty of Management Science, Panyapiwat Institute of Management, Email: manassirinut@pim.ac.th

processes into the curriculum development process: analysis and design. The study of concepts and theories related to curriculum development and personality development was conducted. In-depth interviews were conducted using a structured interview form. The curriculum evaluation was conducted by checking the consistency between the objectives and components of the curriculum and using three experts to check the instruments.

The research results found that the personality training course for ABC convenience store service staff in Bangkok and its vicinity, the course content is divided into 4 topics: 1) Building personality for success in service work 2) Good attitudes of service staff to enhance good personality 3) Makeup and dressing techniques 4) Listening and speaking techniques to persuade and close sales 7 hours Training method Lectures from experts Practice by example Case study Evaluation of training results from pre- and post-training tests and post-training learning behavior assessments After 1 month of training.

Keyword: Training course, Personality, Convenience store service staff

บทนำ

ธุรกิจร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในปี 2567-2569 มีแนวโน้มเติบโตในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 5.0-5.5 ต่อปี จากปัจจัยหนุน ได้แก่ กำลังซื้อของคนในประเทศมีแนวโน้มฟื้นตัว อย่างค่อยเป็นค่อยไปตามทิศทางการเติบโตของเศรษฐกิจไทย การกลับมาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติโดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยว ความคืบหน้าของโครงการต่าง ๆ ของภาครัฐ และ (ร่าง) ผังเมืองรวมในกรุงเทพฯ ฉบับใหม่จะช่วยหนุนให้ร้านค้าปลีกเร่งขยายสาขาเพื่อรองรับการเติบโตของชุมชนเมือง การเติบโตของธุรกิจการค้าออนไลน์ช่วยกระตุ้นยอดขาย การเติบโตของธุรกิจเพื่อนบ้านเพิ่มโอกาสทางธุรกิจแก่ผู้ประกอบการในจังหวัดชายแดน และจังหวัดหลักในภูมิภาค ซึ่งความท้าทายของธุรกิจในระยะถัดไป คือ การแข่งขันมีแนวโน้มสูงขึ้นจากผู้ประกอบการเดิม และรายใหม่ รวมถึงคู่แข่งจากออนไลน์ทั้งใน และต่างประเทศ ส่งผลให้ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกจะต้องเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน เพื่อก้าวสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน (นรินทร์ ต้นไพบูลย์, 2567: ออนไลน์) โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้า นั้นจำเป็นอย่างยิ่ง ที่ต้องอาศัยการบริการจากพนักงาน ถือเป็นการส่งเสริมการขาย และการสร้างความประทับใจให้กับผู้ที่เข้ามาใช้บริการ

การบริการนับเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ธุรกิจสามารถสร้างผลกำไร และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยคุณภาพการบริการนั้นมีบทบาท และสำคัญเป็นอย่างมาก ในยุคปัจจุบันพบว่าอุตสาหกรรมบริการมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว และต่อเนื่อง ซึ่งสาเหตุที่สำคัญมาจากความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชน โดยประชาชนที่ได้รับการศึกษา และมีรายได้สูงขึ้น ส่งผลให้เกิดความต้องการการบริการในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อบำบัดความสับสนในการดำรงชีพ ดังนั้นคุณภาพบริการจึงจำเป็นต้องมีความหลากหลาย และมีบทบาทในสังคมมากยิ่งขึ้น จากความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลให้การบริการนั้นมีบทบาทที่สำคัญต่อการดำรงชีพของผู้บริโภคในฐานะของผู้รับบริการ และก่อให้เกิดผลดีในทางเศรษฐกิจ และสังคมต่อระบบการประกอบธุรกิจ (ภาวิณี ทองแย้ม, 2560: 221) ซึ่งการบริการที่เป็นส่วนหน้า คือ พนักงานบริการที่คอยทำหน้าที่ดูแล และให้ความสะดวกแก่ผู้ที่เข้ามาใช้บริการ ซึ่งส่วนที่ผู้เข้ามาใช้บริการจะเห็นเป็นครั้งแรก คือ บุคลิกภาพของพนักงาน โดยเฉพาะใบหน้า และการแสดงออกผ่านสีหน้า และแววตา

บุคลิกภาพของพนักงานถือเป็นสิ่งสำคัญที่ส่งผลต่อความเจริญ และก้าวหน้าของธุรกิจ หากพนักงานที่ไม่มีบุคลิกภาพที่ดี ย่อมเป็นผู้ที่ทำลายภาพพจน์ของธุรกิจ และสร้างอุปสรรคในการดำเนินงานขององค์กรซึ่งจะส่งผลให้ขาดความเชื่อถือไว้วางใจ จากลูกค้าหรือผู้ที่ได้รับบริการ และลดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจกับบริษัทอื่น ๆ ได้ ดังนั้นผู้ที่มีบุคลิกภาพไม่ดีนั้น จึงไม่เป็นที่ปรารถนาของหน่วยงานต่าง ๆ และมักจะเกิดเป็นอุปสรรคในการทำงาน โดยการที่คนเราจะเป็นผู้มีบุคลิกภาพที่ดี เปรียบเสมือนเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ตนเอง และส่งผลต่อธุรกิจ ซึ่งบุคคลทุกคนนั้นปรารถนาให้เกิดประโยชน์

และความสำเร็จในการประกอบอาชีพของตนทั้งในด้านการเงิน ตำแหน่ง และสังคม ด้วยเหตุผลนี้การศึกษาเรื่องบุคลิกภาพจึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจ เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อตนเองและธุรกิจ (เสาวพา เวศกาวิ, 2562: 3) โดยร้านสะดวกซื้อ ABC นั้นอาศัยการบริการของพนักงานเพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า โดยถือเป็นด่านแรกที่ลูกค้าสามารถมองเห็นและเกิดความรู้สึกประทับใจ โดยการบริการที่เกิดจากพนักงานนั้นยังไม่เป็นที่น่าพึงพอใจสำหรับลูกค้าบางส่วน เนื่องจากพนักงานแต่ละบุคคลได้รับการเรียนรู้จากหัวหน้างานหลายส่วน ทำให้การบริการลูกค้า และการแสดงออกทางบุคลิกภาพยังไม่มีความเป็นมาตรฐาน การศึกษาผ่านการฝึกอบรมช่วยให้การปฏิบัติงานของพนักงานมีประสิทธิภาพสูงขึ้น ลดปัญหาในการปฏิบัติงาน ลดเวลาในการเรียนรู้งานให้น้อยลง เป็นการนำไปใช้ในการพัฒนางานให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สร้างการปฏิบัติงานให้เป็นมาตรฐานเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในยุคปัจจุบัน (เชษฐิตา กุศลไสยานนท์ ปราโมช ธรรมกรณ์ และแพรชมพู ทับทิมทอง, 2565: 54)

จากการศึกษาแนวคิด และทฤษฎีในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ ADDIE Model เป็นกระบวนการพัฒนารูปแบบของการสอนที่นิยมใช้กันซึ่ง ADDIE Model มีลำดับการพัฒนาซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ประกอบด้วย 1) การวิเคราะห์ (analyze) 2) การออกแบบ (design) 3) การพัฒนา (develop) 4) การนำไปใช้ (implement) 5) การประเมินผล (evaluate) ซึ่งแต่ละขั้นตอนถือเป็นแนวทางที่มีลักษณะที่ยืดหยุ่นและสามารถนำไปสร้างเป็นเครื่องมือได้อย่างมีประสิทธิภาพ (วินชนันท์ นวลคำ และทัศนัท ชูโตศรี, 2562: 1782-1795) ผู้วิจัยจึงได้นำ ADDIE Model มาเป็นหลักในการสร้างโครงสร้างหลักสูตรในครั้งนี้

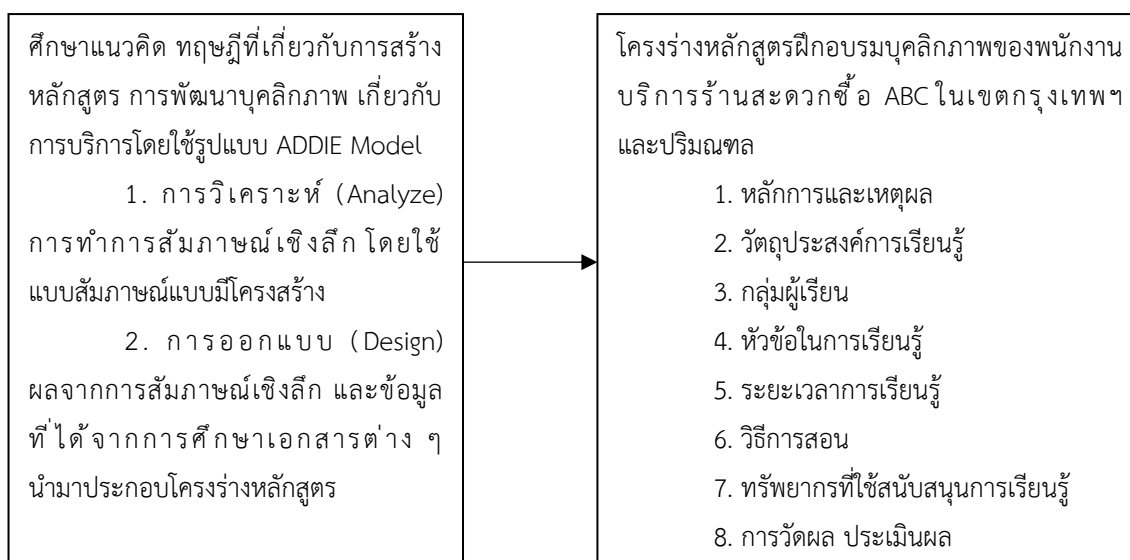
จากความสำเร็จดังกล่าวผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าบุคลิกภาพของพนักงานบริการร้านสะดวกซื้อ ABC ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล นั้นมีความสำคัญที่จะสามารถทำลูกค้าหรือผู้ที่ได้รับบริการเกิดความรู้สึกประทับใจ และเข้ามาใช้บริการที่ร้านสาขาเนื่องจากร้านสะดวกซื้อ ABC ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลต้องอาศัยการบริการลูกค้าเป็นหลักในการขายสินค้า และบริการเพื่อทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ส่งผลให้บุคลากรมีประสิทธิภาพ และได้รับการยอมรับจากลูกค้าหรือผู้ที่ได้รับบริการ ผู้วิจัยจึงศึกษาหลักสูตรฝึกอบรมบุคลิกภาพ โดยข้อค้นพบที่ได้จะนำไปสู่การสร้างหลักสูตรเพื่อพัฒนาบุคลากรให้มีบุคลิกภาพที่ดี และมีประสิทธิภาพในการทำงานมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

เพื่อสร้างหลักสูตรฝึกอบรมบุคลิกภาพของพนักงานบริการร้านสะดวกซื้อ ABC ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล

กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยแสดงกรอบแนวคิดการสร้างหลักสูตรฝึกอบรมบุคลิกภาพของพนักงานบริการร้านสะดวกซื้อ ABC ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล โดยนำแนวคิด ทฤษฎี และองค์ความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนวิธีการสร้างหลักสูตรฝึกอบรมที่เน้นสร้างการเรียนรู้ ประสบการณ์ และการปฏิบัติ ตามแนวคิดของการสร้างหลักสูตร ADDIE Model ซึ่งมีลำดับการพัฒนาซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ประกอบด้วย 1) การวิเคราะห์ (analyze) 2) การออกแบบ (design) 3) การพัฒนา (develop) 4) การนำไปใช้ (implement) 5) การประเมินผล (evaluate) และงานวิจัยของ Fiano (2021: 30), Alsaleh (2020: 751-763) และ Almelhi (2021: 35-54) พบว่ามีองค์ประกอบและขั้นตอนวิธีการสร้างหลักสูตรฝึกอบรมทั้งหมด 5 ขั้นตอน คือ การวิเคราะห์ การออกแบบ การพัฒนา การนำไปปฏิบัติ และการประเมินผล โดยผู้วิจัยได้เลือกแนวคิดการสร้างหลักสูตรจาก ADDIE Model เนื่องจาก ADDIE Model เป็นแนวคิดที่ได้รับความนิยม และมีความเหมาะสมในการสร้างหลักสูตรเพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ในองค์กร จึงใช้เพียง 2 กระบวนการเนื่องจากงานวิจัยสิ้นสุดที่ได้โครงสร้างหลักสูตร ได้แก่ การวิเคราะห์ และการออกแบบการพัฒนา มาสร้างหลักสูตรฝึกอบรมบุคลิกภาพของพนักงานบริการร้านสะดวกซื้อ ABC มีการกำหนดกรอบงานวิจัยไว้ดังภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัยหลักสูตรฝึกอบรมบุคลากรของพนักงานบริการร้านสะดวกซื้อ ABC ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล

วิธีดำเนินการวิจัย

1. กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ

ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 22 คน ใช้เกณฑ์คัดเลือกแบบเจาะจงจากผู้ที่มีประสบการณ์ทำงานมากกว่า 3 ปี จำนวน 12 คน โดยแบ่งออกเป็นตำแหน่งตามตาราง 1 ประกอบด้วยผู้บริหารในสายงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

- 1.1 ผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการ จำนวน 3 คน
- 1.2 ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการ จำนวน 3 คน
- 1.3 ผู้จัดการร้านจำนวน 3 คน มีผลงานยอดขายเทียบปีสูงขึ้นมากกว่า ร้อยละ 20
- 1.4 ผู้จัดการร้านจำนวน 3 คน มีผลงานยอดขายเทียบปีลดลงน้อยกว่า ร้อยละ 5
- 1.5 ผู้ที่เข้ารับบริการร้านสะดวกซื้อเฉลี่ย 5 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 10 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เพื่อหาความต้องการ และความจำเป็นในการจัดฝึกอบรม (Training needs) โดยมีแนวทางในการสร้างคำถามจากการทบทวนวรรณกรรม และผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) จากอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ โดยข้อคำถาม ที่ใช้ในการสัมภาษณ์มีคำถามทั้งหมด 8 ข้อ ประกอบด้วย

- 2.1 ท่านคิดว่าการบริการมีความสำคัญต่อธุรกิจร้านสะดวกซื้อ อย่างไรบ้าง
- 2.2 ท่านคิดว่าปัญหาด้านบุคลากรของพนักงานบริการ มีอะไรบ้าง
- 2.3 ท่านคิดว่าองค์ประกอบของบุคลากรของพนักงานบริการที่ดีต้องประกอบด้วยอะไรบ้าง
- 2.4 ท่านคิดว่าพนักงานบริการร้านสะดวกซื้อต้อง/ควรมีบุคลิกภาพอย่างไรเพื่อให้ลูกค้า/ผู้ใช้บริการพึงพอใจ
- 2.5 ท่านคิดว่าถ้าจะพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานร้านสะดวกซื้อ ควรพัฒนาบุคลิกภาพด้านไหนบ้าง และพัฒนาอย่างไร

2.6 ท่านคิดว่าถ้ามีการจัดการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาบุคลิกภาพของ พนักงานร้านสะดวกซื้อโดยการฝึกอบรมนี้ ต้องประกอบด้วยหัวข้อ และกิจกรรมอะไรบ้าง

2.7 ท่านคิดว่าควรจะมีวัดผลการฝึกอบรมของพนักงานบริการร้านสะดวกซื้อรูปแบบใด

2.8 ท่านคิดว่าพนักงานบริการร้านสะดวกซื้อจำเป็นต้องได้รับการฝึกอบรมบุคลิกภาพเมื่อใด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างหลักสูตรฝึกอบรมบุคลิกภาพของพนักงานบริการร้านสะดวกซื้อ ABC ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการวิจัยเป็น 3 ระยะ ตามแนวคิด ADDIE Model 2 ขั้นตอน คือ 1) การวิเคราะห์ (Analyze) 2) การออกแบบ (Design) ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1 ระยะที่ 1 การรวบรวมข้อมูลความต้องการในการฝึกอบรมเกี่ยวกับบุคลิกภาพของพนักงานพนักงานร้านสะดวกซื้อ ABC ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล

3.1.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเพื่อสร้างหลักสูตรพัฒนาบุคลิกภาพสำหรับพนักงานบริการร้านสะดวกซื้อ ABC ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เพื่อหาความต้องการ และความจำเป็นในการจัดฝึกอบรม (Training needs) การเก็บรวบรวมข้อมูล ช่วง 15 กุมภาพันธ์ – 27 พฤษภาคม 2567 ผู้วิจัยนำรายละเอียดการตอบคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึกแต่ละบุคคล ระยะการเก็บข้อมูลจำนวน 22 รอบ จากการบันทึกข้อมูล และการบันทึกเสียง นำมาวิเคราะห์และสรุปประเด็นสำคัญ โดยการถอดประเด็นหลักจากความคิดเห็น ข้อมูลสำคัญที่มีความหมายคล้ายคลึงกันมาจัดไว้ในกลุ่มเดียวกัน เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการสร้างโครงสร้างหลักสูตร

3.1.2 กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริหารในสายงานที่เกี่ยวข้อง ประสบการณ์ทำงาน 3 ปีขึ้นไป 12 คน ประกอบด้วย

ผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการ จำนวน 3 คน

ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการ จำนวน 3 คน

ผู้จัดการร้าน จำนวน 3 คน มีผลงานยอดขายสูงขึ้นมากกว่าร้อยละ 20

ผู้จัดการร้าน จำนวน 3 คน มีผลงานยอดขายลดลงน้อยกว่าร้อยละ 5

ลูกค้า 10 คน โดยใช้เกณฑ์คัดเลือกแบบเจาะจงจากผู้ที่ใช้บริการร้านสะดวกซื้อเฉลี่ย 5 วันต่อสัปดาห์ขึ้นไป

3.2 ระยะที่ 2 การจัดทำโครงสร้างหลักสูตรฝึกอบรมเกี่ยวกับบุคลิกภาพของพนักงานพนักงานร้านสะดวกซื้อ ABC ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล

ร่างหลักสูตรฝึกอบรมพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานบริการร้านสะดวกซื้อ ABC ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล จากข้อมูลพื้นฐาน ดังต่อไปนี้

3.2.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และหลักการเกี่ยวกับการสร้างหลักสูตรการฝึกอบรมพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานบริการร้านสะดวกซื้อ ABC ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล

3.2.2 นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสารต่าง ๆ มาสร้างหลักสูตรฝึกอบรมพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานบริการร้านสะดวกซื้อ ABC ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ซึ่งมีส่วนประกอบดังนี้ หลักการและเหตุผล วัตถุประสงค์การเรียนรู้ กลุ่มผู้เรียน หัวข้อการเรียนรู้ ระยะเวลาการเรียนรู้ วิธีการสอน ทรัพยากรที่ใช้สนับสนุนการเรียนรู้ การวัดผลประเมินผล และผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ

3.2.3 ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกนำมาประกอบในโครงสร้างหลักสูตร

3.3 ระยะที่ 3 การประเมินโครงสร้างหลักสูตรฝึกอบรมบุคลิกภาพของพนักงานบริการร้านสะดวกซื้อ ABC ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล

การประเมินร่างหลักสูตรการฝึกอบรมพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานบริการร้านสะดวกซื้อ ABC ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับองค์ประกอบของหลักสูตรการฝึกอบรมพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานบริการร้านสะดวกซื้อ ABC ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ผู้วิจัยได้จัดทำให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน

ประกอบด้วยนักวิชาการ 1 คนและผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการ 2 คน เพื่อประเมินองค์ประกอบของโครงสร้างหลักสูตรฝึกอบรมกับวัตถุประสงค์ในการออกแบบ และสร้างหลักสูตรฝึกอบรม มีความสอดคล้องกันมากน้อยเพียงใดแล้วดำเนินการแก้ไขปรับปรุงตามข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษา และวิจัย เพื่อสร้างหลักสูตรฝึกอบรมบุคลากรของพนักงานบริการร้านสะดวกซื้อ ABC ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล มีผลการวิจัยแสดงตามขั้นตอนการวิจัยดังนี้

4.1 ระยะเวลาที่ 1 เพื่อรวบรวมข้อมูลความต้องการในการฝึกอบรมเกี่ยวกับบุคลากรของพนักงานบริการร้านสะดวกซื้อ ABC ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเพื่อหาความต้องการ และความจำเป็นในการจัดฝึกอบรม (Training needs) โดยมีวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) กับผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 22 คน

4.2 ระยะเวลาที่ 2 ผลการจัดทำโครงสร้างหลักสูตรฝึกอบรมเกี่ยวกับบุคลากรของพนักงานบริการร้านสะดวกซื้อ ABC ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) กับผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 22 คน พบว่าเนื้อหา วิธีการเรียนรู้ และกระบวนการในการพัฒนาโดยใช้วิธีการฝึกอบรม โดยการฝึกอบรม จึงได้จัดทำหลักสูตรฝึกอบรมบุคลากรของพนักงานบริการร้านสะดวกซื้อ ABC ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ดังนี้

4.2.1 หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันธุรกิจร้านสะดวกซื้อที่มีรูปแบบการบริการที่ต้องอาศัยพนักงานเป็นหลักในการจำหน่ายสินค้า และบริการสำหรับลูกค้า โดยบุคลากรของพนักงานบริการถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้พนักงานบริการร้านสะดวกซื้อ ABC ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล มีความสำคัญที่จะสามารถทำลูกค้าหรือผู้ที่ได้รับบริการเกิดความประทับใจ และเข้ามาใช้บริการที่ร้านสาขา เพื่อให้บุคลากรมีประสิทธิภาพ และได้รับการยอมรับจากลูกค้า หรือผู้ที่ได้รับบริการจากบุคลากร ผู้วิจัยจึงศึกษาหลักสูตรฝึกอบรมบุคลากร โดยข้อค้นพบที่ได้จะนำไปสู่การสร้างหลักสูตรเพื่อพัฒนาบุคลากรให้มีบุคลิกภาพที่ดี และมีประสิทธิภาพในการทำงานมากยิ่งขึ้น

4.2.2 วัตถุประสงค์การเรียนรู้

1. เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ ความเข้าใจการเสริมสร้างบุคลิกภาพสู่ความสำเร็จสำหรับงานบริการ การแต่งหน้าและการแต่งกายให้เหมาะสมกับบุคลิกภาพของตนเอง ถูกต้องตามกฎระเบียบของบริษัท การฟัง การพูด เพื่อโน้มน้าวใจ และปิดการขาย และทัศนคติที่ดีของพนักงานบริการในการเสริมบุคลิกภาพที่ดี
2. เพื่อให้ผู้เรียนมีทักษะ และสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ด้านบุคลิกภาพ การพูด การฟัง การแต่งกายตามกฎระเบียบ เพื่อโน้มน้าวใจ การปิดการขาย และการสร้างทัศนคติที่ดีของพนักงานบริการในการเสริมบุคลิกภาพในการปฏิบัติงาน
3. เพื่อให้ผู้เรียนมีคุณธรรมจริยธรรมในการเสริมสร้างบุคลิกภาพ
4. เพื่อให้ผู้เรียนมีทัศนคติที่ดี มีความตระหนัก จรรยาบรรณต่อวิชาชีพ

4.2.3 กลุ่มผู้เรียน พนักงานบริการร้านสะดวกซื้อ ABC ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล

4.3 ระยะเวลาที่ 3 การประเมินโครงสร้างหลักสูตรฝึกอบรมบุคลากรของพนักงานบริการร้านสะดวกซื้อ ABC ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล

การประเมินโครงสร้างหลักสูตรฝึกอบรมบุคลากรของพนักงานบริการร้านสะดวกซื้อ ABC ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล เป็นการประเมินหลักสูตรฝึกอบรม ประเมินความเหมาะสม และสอดคล้องของโครงสร้างหลักสูตรฝึกอบรม โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาหลักสูตรทั่วไป จำนวน 3 คน

การประเมินความเหมาะสม และสอดคล้องของส่วนประกอบต่าง ๆ ในหลักสูตรฝึกอบรมที่สร้างขึ้นว่ามีความสอดคล้องเหมาะสมหรือไม่เพียงใด

สรุปผล

ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาข้อมูลพื้นฐาน ศึกษาแนวคิดทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก กับผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยจำนวน 22 คน ที่ใช้เกณฑ์คัดเลือกแบบเจาะจงจากผู้ที่มีประสบการณ์ทำงาน 3 ปีขึ้นไป จำนวน 12 คน และผู้ที่เข้ารับบริการร้านสะดวกซื้อเฉลี่ย 5 วันต่อสัปดาห์ขึ้นไป จำนวน 10 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และมีการประเมินความสอดคล้องของหลักสูตรจากผู้เชี่ยวชาญ 3 คน ประกอบด้วยนักวิชาการ 1 คน และผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการ 2 คน ภายในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2567 ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก สำหรับใช้เป็นแนวทาง ในการออกแบบโครงสร้างหลักสูตร

1. ผลการสร้างโครงสร้างหลักสูตรฝึกอบรมบุคลิกภาพของพนักงานบริการร้านสะดวกซื้อ ABC ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ใช้ระยะเวลาในการอบรม จำนวน 7 ชั่วโมง มีหัวข้อการเรียนรู้ 4 ข้อ ดังตาราง 1

ตาราง 1 หัวข้อการเรียนรู้

หัวข้อที่เรียน 1 การเสริมสร้างบุคลิกภาพสู่ความสำเร็จสำหรับงานบริการ เวลาในการอบรม 2 ชั่วโมง			
ผลลัพธ์การเรียนรู้	สาระการเรียนรู้	กระบวนการเรียนรู้	การประเมินผล
1. ด้านความรู้	1. การเสริมสร้างบุคลิกภาพสู่ความสำเร็จสำหรับงานบริการ	<u>วิธีสอน</u> 1. บรรยาย ความรู้ เรื่องการเสริมสร้างบุคลิกภาพสู่ความสำเร็จสำหรับงานบริการ 2. การปฏิบัติโดยการจำลองสถานการณ์แสดงออกทางพฤติกรรม	1. การสอบก่อนเรียน (Pre-test)
2. ด้านทักษะ	2. การแสดงออกทางพฤติกรรม เช่น การเดิน นั่ง ยืน ยิ้ม และมารยาท ฯลฯ		2. ถาม-ตอบ ความรู้ที่เรียนระหว่างเรียน
3. ด้านคุณธรรมและจริยธรรม	3. การแสดงออกโดยการให้เกียรติ และการปฏิบัติกับผู้รับบริการอย่างเท่าเทียม		3. การสอบหลังเรียน (Post-test)
4. ด้านคุณลักษณะเฉพาะบุคคล	4. การแสดงออกทางพฤติกรรมผ่านทัศนคติต่อบุคคล เช่น การเห็นอกเห็นใจพร้อมยื่นมือช่วยเหลือ ตัวอย่าง ลูกค้านั่งถือของหลายชิ้น พนักงานรีบนำตะกร้าไปให้ลูกค้า เพื่ออำนวยความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้า		4. การประเมินพฤติกรรมโดยหัวหน้าหลังฝึกอบรม ระยะเวลาหลังจากฝึกอบรม 1 เดือน
			รวม 25 คะแนน

ตาราง 1 (ต่อ)

หัวข้อที่เรียน 2 ทักษะที่ดีของพนักงานบริการในการเสริมบุคลิกภาพที่ดี เวลาในการอบรม 1 ชั่วโมง			
ผลลัพธ์การเรียนรู้	สาระการเรียนรู้	กระบวนการเรียนรู้	การประเมินผล
1. ด้านความรู้	1. การเสริมสร้างวิธีการสร้างทัศนคติที่ดีของพนักงานบริการ	<u>วิธีสอน</u> - บรรยายความรู้เรื่องทัศนคติที่ดีของพนักงานบริการในการเสริมบุคลิกภาพที่ดี	1.1 การสอบก่อนเรียน (Pre-test)
2. ด้านทักษะ	2. สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานในการสร้างทัศนคติที่ดีเพื่อเสริมบุคลิกภาพ	- การปฏิบัติโดยการทำแบบทดสอบจิตวิทยาเพื่อประเมินทัศนคติของแต่ละบุคคลว่ามีแนวโน้มในการมองผู้อื่นหรือมองโลกอย่างไร มีทัศนคติแบบไหน	1.2 ถาม-ตอบความรู้ที่เรียนระหว่างเรียน
3. ด้านคุณธรรมและจริยธรรม	3. การแสดงออกผ่านทัศนคติที่ดีของพนักงานบริการ		1.3 การสอบหลังเรียน (Post-test)
4. ด้านคุณลักษณะเฉพาะบุคคล	4. การแสดงออกทางพฤติกรรมผ่านทัศนคติต่อบุคคล		1.4 การประเมินพฤติกรรมโดยหัวหน้าหลังฝึกอบรมระยะเวลาหลังจากฝึกอบรม 1 เดือน
			รวม 25 คะแนน
หัวข้อที่เรียน 3 เทคนิคการแต่งหน้าและการแต่งกาย เวลาในการอบรม 2 ชั่วโมง			
ผลลัพธ์การเรียนรู้	สาระการเรียนรู้	กระบวนการเรียนรู้	การประเมินผล
1. ด้านความรู้	1. การเสริมสร้างวิธีการการแต่งหน้า และการแต่งกาย	<u>วิธีสอน</u> 1. บรรยาย ความรู้เรื่องเทคนิคการแต่งหน้าและการแต่งกาย	1. การสอบก่อนเรียน (Pre-test)
2. ด้านทักษะ	2. สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานในการแต่งหน้าและการแต่งกาย	2. การปฏิบัติโดยการฝึกแต่งหน้า จัดแต่งทรงผมและแต่งกายให้ถูกต้องตามกฎระเบียบของบริษัท	2. ถาม-ตอบ ความรู้ที่เรียนระหว่างเรียน
3. ด้านคุณธรรมและจริยธรรม	3. การแสดงออกผ่านการแต่งหน้าและการแต่งกายที่เหมาะสมกับสถานที่ปฏิบัติงาน		3. การสอบหลังเรียน (Post-test)
4. ด้านคุณลักษณะเฉพาะบุคคล	4. การแสดงออกทางพฤติกรรมผ่านทัศนคติต่อบุคคลในการแต่งหน้าและการแต่งกายถูกตามกฎระเบียบของบริษัท		4. การประเมินพฤติกรรมโดยหัวหน้าหลังฝึกอบรมระยะเวลาหลังจากฝึกอบรม 1 เดือน
			รวม 25 คะแนน

ตาราง 1 (ต่อ)

หัวข้อที่เรียน 4 เทคนิคการฟัง การพูด เพื่อโน้มน้าวใจ และปิดการขาย เวลาในการอบรม 2 ชั่วโมง			
ผลลัพธ์การเรียนรู้	สาระการเรียนรู้	กระบวนการเรียนรู้	การประเมินผล
1. ด้านความรู้	1. การเสริมสร้างความรู้เรื่องเทคนิคการฟัง การพูด เพื่อโน้มน้าวใจ และปิดการขาย	วิธีสอน 1. บรรยายความรู้เรื่องเทคนิคการฟัง การพูด เพื่อโน้มน้าวใจ และปิดการขาย	1. การสอบก่อนเรียน (Pre-test)
2. ด้านทักษะ	2. การแสดงออกผ่านการสื่อสารที่ถูกกาลเทศะ	2. การปฏิบัติโดยการจำลองสถานการณ์ และให้พนักงานได้ทดลองใช้ความรู้จากการฟังบรรยายเพื่อแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า	2. ถาม-ตอบความรู้ที่เรียนระหว่างเรียน
3. ด้านคุณธรรมและจริยธรรม	3. การแสดงออกโดยการให้เกียรติ และการปฏิบัติกับผู้รับบริการอย่างเท่าเทียม	3. การปฏิบัติโดยการจำลองสถานการณ์ และให้พนักงานได้ทดลองใช้ความรู้จากการฟังบรรยายเพื่อแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า	3. การสอบหลังเรียน (Post-test)
4. ด้านคุณลักษณะเฉพาะบุคคล	4. การแสดงออกทางพฤติกรรมผ่านทัศนคติต่อบุคคลโดยการใช้คำพูด การแสดงสีหน้าที่เหมาะสม	4. การปฏิบัติโดยการจำลองสถานการณ์ และให้พนักงานได้ทดลองใช้ความรู้จากการฟังบรรยายเพื่อแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า	4. การประเมินพฤติกรรมโดยหัวหน้าหลังฝึกอบรมระยะเวลาหลังจากฝึกอบรม 1 เดือน
			รวม 25 คะแนน

จากตาราง 1 หลักสูตรที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีการออกแบบให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ เพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพที่ดีให้กับพนักงาน เพื่อส่งมอบการบริการที่ดี มีความรู้เรื่อง การเสริมสร้างบุคลิกภาพสู่ความสำเร็จสำหรับงานบริการ ทัศนคติที่ดีของพนักงานบริการในการเสริมบุคลิกภาพที่ดี เทคนิคการแต่งหน้า และการแต่งกาย และเทคนิคการฟัง การพูดเพื่อโน้มน้าวใจ และปิดการขาย โดยมีการกำหนดหัวข้อการเรียนรู้ ระยะเวลา วัตถุประสงค์การเรียนรู้ วิธีการเรียนรู้/กิจกรรมการพัฒนา เครื่องมือ ผลลัพธ์การเรียนรู้ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ไว้อย่างชัดเจน มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย เพื่อให้พนักงานมีความรู้และทักษะในการพัฒนาตนเองเพิ่มมากยิ่งขึ้น และสามารถส่งมอบการบริการที่ดีเพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า และผู้ที่เข้ารับบริการ

2. ผลการสัมภาษณ์ความต้องการ และความจำเป็นในการจัดฝึกอบรม ดังตาราง 2

ตาราง 2 ผลการสัมภาษณ์

คำถาม	เห็นเหมือน	เห็นต่าง
1. ท่านคิดว่าการบริการมีความสำคัญต่อธุรกิจร้านสะดวกซื้อ อย่างไรบ้าง	การบริการมีความสำคัญมากต่อธุรกิจร้านสะดวกซื้อเพราะการบริการถือเป็นหัวใจสำคัญที่จะทำให้ลูกค้าประทับใจ และอยากจะเข้ามาใช้บริการในครั้งถัดไป (22 คน)	
2. ท่านคิดว่าปัญหาด้านบุคลิกภาพของพนักงานบริการมี อะไรบ้าง	บุคลิกภาพภายนอก ในการแต่งกาย แต่งหน้า การจัดการเรื่องความสะอาดภายนอกร่างกาย การสื่อสารของพนักงานที่พูดเร็ว จนไม่สามารถจับใจความได้ บุคลิกภาพภายใน การแสดงออก	การพูดคุยนอกรอบกันเองภายในร้าน (3 คน)

ตาราง 2 (ต่อ)

คำถาม	เห็นเหมือน	เห็นต่าง
	ผ่านกริยา สีหน้าแววตาที่สื่อสารออกไปให้ลูกค้ารับรู้ (19 คน)	
3. ท่านคิดว่าองค์ประกอบของบุคลิกภาพของพนักงานบริการที่ดีต้องประกอบด้วยอะไรบ้าง	การแต่งกาย การแต่งหน้า การดูแลบุคลิกภาพ การแสดงออกผ่านการสื่อสารด้วยน้ำเสียง สีหน้า แววตา ที่แสดงออกถึงความจริงใจ และเป็นมิตร (17 คน)	เทคนิคการบริการที่ดี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ให้ความเคารพลูกค้า ช่างสังเกต และพร้อมช่วยเหลือลูกค้าทันที (5 คน)
4. ท่านคิดว่าพนักงานบริการร้านสะดวกซื้อต้อง/ควรมีบุคลิกภาพอย่างไรเพื่อให้ลูกค้า/ผู้ใช้บริการพึงพอใจ	บุคลิกภาพภายนอกการแต่งกาย การแต่งหน้า การดูแลความสะอาด บุคลิกภาพภายใน เรื่อง การแสดงออกทางสีหน้าแววตา การใช้คำพูด และการใส่ใจในการบริการให้กับลูกค้า (20 คน)	มีความรู้ในการแนะนำสินค้า ให้กับลูกค้า แนะนำสิทธิประโยชน์ ให้กับลูกค้าถึงผลประโยชน์ของลูกค้าเป็นสำคัญ (2 คน)
5. ท่านคิดว่าถ้าจะพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานร้านสะดวกซื้อ ควรพัฒนาบุคลิกภาพด้านไหนบ้าง และพัฒนาอย่างไร	พัฒนาบุคลิกภาพด้าน 1. การแต่งกาย แต่งหน้า ทำผม 2. การพูดการสื่อสาร 3. บุคลิกภาพที่ดีในงานบริการ 4. การปรับทัศนคติให้เหมาะสมกับการบริการ พัฒนาโดยการอบรมโดยผู้เชี่ยวชาญ และการปฏิบัติ (19 คน)	พัฒนาบุคลิกภาพด้าน 1. การพูดจาที่ถูกต้องไม่ดูหมิ่นลูกค้า 2. จิตวิทยาการโน้มน้าวใจลูกค้า 3. หัวใจในการบริการ 4. ทักษะการขาย (3 คน)
6. ท่านคิดว่าถ้ามีการจัดการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานร้านสะดวกซื้อ โดยการฝึกอบรมนี้ต้องประกอบด้วยหัวข้อ และกิจกรรมอะไรบ้าง	การฝึกอบรมนี้ต้องประกอบด้วยหัวข้อ 1. บุคลิกภาพที่ดีสำหรับงานบริการ 2. เทคนิคการแต่งกายและการแต่งหน้า 3. การพูดการสื่อสารกับลูกค้า 4. การเสริมสร้างทัศนคติที่ดีของพนักงานบริการ โดยกิจกรรมแบ่งเป็น ทฤษฎี ร้อยละ 30 ปฏิบัติ ร้อยละ 70 (17 คน)	หัวข้อ 1. การสร้างแรงจูงใจในการทำงาน 2. พัฒนาการบริการ 3. การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า 4. โดยกิจกรรมแบ่งเป็น ทฤษฎี ร้อยละ 20 ปฏิบัติ ร้อยละ 80 (5 คน)
7. ท่านคิดว่าควรจะมีวัดผล การฝึกอบรมของพนักงานบริการร้านสะดวกซื้อรูปแบบใด	การวัดผลการฝึกอบรมของพนักงานควรมีการวัดผล 2 แบบ คือ 1. แบบทดสอบ ก่อน - หลังการอบรม 2. แบบประเมินพฤติกรรมพนักงานหลังฝึกอบรม (19 คน)	การวัดผลการฝึกอบรมของพนักงานควรมีการวัดผล 2 แบบ คือ 1. คนสอนประเมิน 2. ทำแบบประเมินให้ลูกค้า (3 คน)
8. ท่านคิดว่าพนักงานบริการร้านสะดวกซื้อจำเป็นต้องได้รับการฝึกอบรมบุคลิกภาพเมื่อใด	พนักงานใหม่ก่อนเริ่มปฏิบัติงาน เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมก่อนปฏิบัติงาน (16 คน)	พนักงานทุกระดับ จะได้ทบทวน และเรียนรู้เพิ่มเติม (6 คน)

จากตาราง 2 ตามประเด็นคำถามผู้วิจัยได้ทำการสรุปดังนี้ การบริการมีความสำคัญต่อธุรกิจร้านสะดวกซื้อเป็นอย่างมาก เพราะการบริการถือเป็นหัวใจสำคัญที่จะทำให้ลูกค้าอยากเข้ามาใช้บริการในครั้งถัดไป ซึ่งปัญหาด้านบุคลิกภาพของพนักงานบริการ นั้นมีเรื่องการแต่งกายที่ไม่สุภาพ โดยแบ่งเป็นบุคลิกภาพภายนอก ในการแต่งกาย แต่งหน้า การจัดการเรื่องความสะอาดภายนอก ร่างกาย บุคลิกภาพภายใน โดยการแสดงออกผ่านกิริยา ท่าทาง สีหน้าแววตาที่สื่อสารออกไปให้ลูกค้ารับรู้ ซึ่งองค์ประกอบของ บุคลิกภาพของพนักงานบริการที่ดีนั้นจะต้องประกอบด้วย การแต่งกาย การแต่งหน้า การดูแลบุคลิกภาพที่ดี การแสดงออก ผ่านการสื่อสารด้วยน้ำเสียง สีหน้า แววตา ที่แสดงออกถึงความจริงใจ และเป็นมิตร

ถ้าจะพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานร้านสะดวกซื้อ ควรพัฒนาบุคลิกภาพด้าน 1) การแต่งกาย แต่งหน้า ทำผม 2) การพูดการสื่อสาร 3) บุคลิกภาพที่ดีในงานบริการ 4) การปรับทัศนคติให้เหมาะสมกับการบริการพัฒนาโดยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน และการปฏิบัติตามตัวอย่าง ในการจัดการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาบุคลิกภาพของ พนักงานร้านสะดวกซื้อโดยการฝึกอบรมนี้ จะต้องประกอบด้วยหัวข้อ 1) บุคลิกภาพที่ดีสำหรับงานบริการ 2) เทคนิคการแต่งกายและการแต่งหน้า 3) การพูดการสื่อสาร กับลูกค้า และ 4) การเสริมสร้างทัศนคติที่ดีของพนักงานบริการโดยกิจกรรมแบ่งเป็น ทฤษฎีร้อยละ 30 ปฏิบัติร้อยละ 70 ในการวัดผลการฝึกอบรมของพนักงานควรมีการวัดผล 2 แบบ คือ 1) แบบทดสอบหลังการอบรม 2) แบบประเมินพฤติกรรมพนักงาน หลังฝึกอบรม และพนักงานที่จำเป็นต้องได้รับการฝึกอบรมบุคลิกภาพ คือ พนักงานใหม่ก่อนเริ่มปฏิบัติงาน เพื่อเป็นการเตรียม ความพร้อมก่อนปฏิบัติงานจริง

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเรื่อง หลักสูตรฝึกอบรมบุคลิกภาพของพนักงานบริการร้านสะดวกซื้อ ABC ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล มีข้อค้นพบที่ผู้วิจัยนำมาอภิปรายผลดังต่อไปนี้

1. หลักสูตรฝึกอบรมบุคลิกภาพของพนักงานบริการร้านสะดวกซื้อ ABC ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล จากการเก็บข้อมูล โดยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 22 คน โดยใช้ข้อคำถามในการสัมภาษณ์ทั้งหมด 8 คำถาม เพื่อนำมาวิเคราะห์ และจัดทำ หลักสูตรฝึกอบรมบุคลิกภาพของพนักงานบริการร้านสะดวกซื้อ ABC ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ซึ่งผลจากการสัมภาษณ์ ทำให้ได้หลักสูตรที่มีองค์ประกอบดังนี้คือ หัวข้อการเรียนรู้ ระยะเวลา วัตถุประสงค์การเรียนรู้ วิธีการเรียนรู้/กิจกรรมการพัฒนา เครื่องมือ ผลลัพธ์การเรียนรู้ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ได้หลักสูตรฝึกอบรมบุคลิกภาพของพนักงานบริการร้านสะดวกซื้อ ABC ใน เขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริม และพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานบริการร้านสะดวกซื้อ ABC ในเขต กรุงเทพฯ และปริมณฑล ให้มีศักยภาพด้านบุคลิกภาพที่จำเป็นต่อการบริการ และมีคุณภาพตามทิศทางของกลยุทธ์องค์กร ประกอบด้วย 4 หัวข้อการเรียนรู้ ซึ่งการฝึกอบรมของหัวข้อการเรียนรู้แต่ละหัวข้อ ประกอบด้วย 1) หัวข้อการเรียนรู้ 2) ระยะเวลา 3) วัตถุประสงค์การเรียนรู้ 4) วิธีการเรียนรู้/กิจกรรมการพัฒนา 5) เครื่องมือ 6) ผลลัพธ์การเรียนรู้ 7) ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เกวลิน สามเจริญ (2565: 103) ที่ได้พัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมพนักงานขายใหม่ ของธุรกิจฟิล์ม และกระจก กันรอยแห่งหนึ่ง พบว่าหลักสูตรที่พัฒนาขึ้นนั้นมีส่วนประกอบที่สอดคล้องกัน กับผลการวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งประกอบด้วย 1) จุดมุ่งหมาย เชิงพฤติกรรม กำหนดไว้เพื่อเป็นจุดมุ่งหมายหรือเป็นเกณฑ์ในแต่ละเรื่อง ของการฝึกอบรม ซึ่งเมื่อผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้บรรลุ จุดมุ่งหมายเชิงพฤติกรรมในทุกเรื่องแล้วย่อมส่งผลให้การฝึกอบรมบรรลุจุดมุ่งหมายของหลักสูตรฝึกอบรมที่ได้กำหนดไว้ 2) หน่วย การเรียนเป็นการกำหนดขอบเขต และวิธีการฝึกอบรม โดยยึดวัตถุประสงค์ของหน่วยการฝึกอบรมในแต่ละเรื่อง 3) เนื้อหาวิชากำหนด ไว้โดยยึดจุดมุ่งหมายเชิงพฤติกรรมในแต่ละเรื่องเป็นขอบเขต และดำเนินการจัดอันดับความสำคัญของเนื้อหาวิชา โดยพิจารณา ตามลำดับธรรมชาติของเนื้อหาวิชาความต้องการของผู้เข้ารับการฝึกอบรม 4) กิจกรรม และวิธีการฝึกอบรม กำหนดให้สอดคล้องกับ เนื้อหาวิชา จุดมุ่งหมายเชิงพฤติกรรม กิจกรรม วิธีการฝึกอบรมพื้นฐานของผู้เข้ารับการฝึกอบรม 5) สื่อประกอบการฝึกอบรม กำหนดให้สอดคล้องกับเนื้อหาวิชา จุดมุ่งหมาย เชิงพฤติกรรม กิจกรรมการฝึกอบรม 6) วิธีการวัด และประเมินผล กำหนดให้สอดคล้อง กับจุดมุ่งหมายเชิงพฤติกรรม ขอบเขต เนื้อหาวิชา กิจกรรมการเรียนการสอน และสื่อการเรียนการสอน

2. ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักให้ความสำคัญเกี่ยวกับทักษะของพนักงานในด้านการสื่อสาร เพราะในการบริการของพนักงานประกอบไปด้วยขั้นตอนที่หลากหลายส่งผลให้พนักงานเกิดความเร่งรีบในการบริการ และการพูดการสื่อสารอาจเร็วเกินไป ส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดไม่พอใจหรือไม่สามารถจับใจความได้ ส่งผลต่อภาพลักษณ์ บุคคล และองค์กร พนักงานจึงควรมีความรู้ และทักษะในการการพูด การฟัง การสื่อสาร เพื่อสามารถทำให้ผู้รับบริการพึงพอใจ และสามารถปิดการขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับแนวคิดของ Peltier and Deeter-Schmelz (2020: 195-197) ที่ได้สร้างหลักสูตรการฝึกอบรมด้านการขาย 2.0 ได้เสนอแนวคิดว่าการเปิด และปิดการขาย การวิเคราะห์การขาย การจัดการการขาย การมีส่วนร่วมอย่างมากในการทำความเข้าใจเกี่ยวกับการศึกษาด้านการขาย และการเจรจา มีผลต่อการปิดการขายสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในการเสริมสร้างบุคลิกภาพที่ดีนั้นส่งผลให้พนักงานเกิดความมั่นใจ และสามารถทำให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจ สอดคล้องกับแนวคิดของ อาทิตย์ อินต๊ะแก้ว (2562: 64) ที่ได้วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจคุณลักษณะทางวิชาชีพที่พึงประสงค์ต่อการปฏิบัติงานการบริการผู้โดยสารภาคพื้นสายการบิน ได้เสนอแนวคิดว่าคุณลักษณะที่พึงประสงค์ต่อการปฏิบัติงานประกอบด้วย บุคลิกภาพ ทักษะการบริการ และที่สำคัญคือทัศนคติที่ดี เพราะการบริการที่ดีจะต้องถูกสร้างขึ้นมาจากความคิดทัศนคติของบุคคลที่จะต้องถูกแสดงออกมาในรูปแบบของการให้บริการ สอดคล้องกับแนวคิดของ พระมหาพิชัญ สมณเมธ, วีรกาญจน์ กนกมเลิศ และไว ชีรัมย์ (2564: 265-702) ที่ได้ศึกษาการพัฒนาการสื่อสารเพื่อส่งเสริมบุคลิกภาพในองค์กร ได้เสนอแนวคิดว่ามีบุคลิกภาพที่ดีมีส่วนช่วยให้ประสบความสำเร็จผู้หนึ่งต้องพัฒนาบุคลิกภาพให้ดีขึ้นโดยการปฏิบัติตามการพัฒนาบุคลิกภาพ 4 ขั้น คือ วิเคราะห์ตนเอง การปรับปรุงแก้ไข การแสดงออก และการประเมินผล บุคลิกภาพด้านต่าง ๆ ที่ควรพัฒนาในการพูด ได้แก่ รูปร่างหน้าตา การแต่งกาย การปรากฏกาย การใช้สายตา การใช้เสียง และการใช้กิริยาท่าทาง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

ผลการวิจัยพบว่า พนักงานบริการร้านสะดวกซื้อจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาในเรื่องบุคลิกภาพเพื่อให้พนักงานมีความรู้ และทักษะในการดูแลบุคลิกภาพของตนเองเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อม สร้างความประทับใจ และพึงพอใจแก่ผู้ที่ได้รับบริการโดยแต่ละภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจร้านสะดวกซื้อสามารถนำไปใช้ประโยชน์ดังนี้

- 1.1 ผู้บริหาร จัดแผนกลยุทธ์ในการเลือกพนักงานเพื่อเข้ารับการฝึกอบรม
- 1.2 ผู้จัดการร้าน ใช้หลักสูตรดังกล่าวในการสอนงานเพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมและเพิ่มพูนความรู้ให้กับผู้อบรม
- 1.3 พนักงาน นำไปปฏิบัติเพิ่มทักษะให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งถัดไป

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเพื่อพัฒนาบุคลิกภาพสำหรับพนักงานในร้านสะดวกซื้อ แต่ความรู้ และทักษะที่จำเป็นสำหรับพนักงานตำแหน่งดังกล่าวมีมากกว่านี้ ดังนั้นควรมีการนำร่างหลักสูตรหลักฝึกอบรมบุคลิกภาพของพนักงานบริการร้านสะดวกซื้อ ABC ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลนำไปจัดฝึกอบรม และติดตามผล และเพิ่มการสัมภาษณ์กับพนักงาน เพื่อให้ทราบถึงความต้องการในการฝึกอบรม

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์อย่างสูงจากที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนาสิทธิ์ เพิ่มเพียร, อาจารย์ ดร. ชุตินันตร บัวเผื่อน และอาจารย์ ดร. นิธิภัทร กมลสุข ผู้วิจัยขอขอบพระคุณที่กรุณาให้เกียรติเป็นที่ปรึกษาในการศึกษาครั้งนี้ พร้อมทั้งช่วยเหลือ ชี้แนะ และให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ ในการแก้ไขปรับปรุงงานวิจัย ผู้วิจัยมีความรู้สึกซาบซึ้ง และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ คณะกรรมการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต อาจารย์ประจำวิชา อาจารย์พิเศษทุกท่านที่ได้ประสาทความรู้ ถ่ายทอดประสบการณ์ และให้คำแนะนำ ความช่วยเหลือเป็นอย่างดีตลอดการศึกษานี้

ขอขอบพระคุณผู้บริหาร และผู้ให้ข้อมูลหลักทุกท่านที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการศึกษาครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ บิดา มารดา เพื่อนสนิท และครอบครัว ที่คอยอบรมเลี้ยงดู ช่วยเหลือและสนับสนุนการศึกษาครั้งนี้ ด้วยกำลังใจ ความรัก ความอบอุ่น และคำแนะนำที่ดีเสมอมา

เอกสารอ้างอิง

- เกวลิน สามเจริญ. (2565). *หลักสูตรฝึกอบรมพนักงานขายใหม่ของธุรกิจฟาร์มและกระจกกันรอยแห่งหนึ่ง*. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารคนและกลยุทธ์องค์กร. นนทบุรี: สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์.
- เชษฐิดา กุศลลาไสยานนท์, ปราโมช ธรรมกรณ์ และแพรวชมพู ทับทิมทอง. (2565). การศึกษาความต้องการการฝึกอบรมและการพัฒนาอัตลักษณ์ของผู้สืบทอดตำแหน่ง กรณีศึกษา: บริษัท อมรินทร์ บิ๊ค เซ็นเตอร์ จำกัด. *วารสารพัฒนาธุรกิจ และอุตสาหกรรม*, 2(3), 46-56.
- นรินทร์ ตันไพบูลย์. (2567). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2567-2569: ธุรกิจร้านค้าปลีกสมัยใหม่. สืบค้นเมื่อ 17 ตุลาคม 2567, จาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/wholesale-retail/modern-trade/io/modern-trade-2024-2026>
- พระมหาพิชัญญ์ สุธัญเมธ, วีรกาญจน์ กนกกมลเสถ์ และไฉ ชีรัมย์. (2564). การพัฒนาการสื่อสารเพื่อส่งเสริมบุคลิกภาพในองค์กร. *วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย*, 6(1), 685-702.
- ภาวิณี ทองแถม. (2560). ความสำคัญของคุณภาพการบริการต่อความสำเร็จของธุรกิจ. *วารสารเกษมบัณฑิต*, 18(1), 221-232.
- วันชนันท์ นวลคำ และทัศนัท ชูโตศรี. (2562). การพัฒนาแอปพลิเคชันส่งเสริมการเรียนรู้เรื่องเพศศึกษาและทักษะชีวิตในนักเรียนแบบบูรณาการสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3. *การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษา ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์* (ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. 1782-1795.
- เสาวพา เวศกาวิ. (2562). *การพัฒนาบุคลิกภาพ*. นนทบุรี: ศูนย์ส่งเสริมอาชีพ.
- อาทิตย์ อินตะแก้ว. (2562). การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจคุณลักษณะทางวิชาชีพที่พึงประสงค์ต่อ การปฏิบัติงานการบริการ ผู้โดยสารภาคพื้นสายการบิน. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยว*, 14(2), 64-76.
- Almelhi, A. M. (2021). Effectiveness of the ADDIE Model within an E-Learning Environment in Developing Creative Writing in EFL Students. *English Language Teaching*, 14(2), 35-54.
- Alsaleh, N. (2020). The effectiveness of an instructional design training program to enhance teachers' perceived skills in solving educational problems. *Educational Research and Reviews*, 15(12), 751-763.
- Fiano, A. B. (2021). *Improving the Sales Training Program in the Mexican Notebook North Carolina*: Duke University.
- Peltier, j and Deeter-Schmelz, D. (2020). Sales Education and Training 2.0. *Journal of Marketing Education*, 42(3), 195-197.