

## การพัฒนาทักษะนักการตลาดด้วยระบบการเรียนรู้เชิงการขาย Improving Marketeer Player with Sale Learning System

วิลาวัลย์ พรพัชรพงศ์<sup>1</sup>

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาระบบการเรียนรู้เชิงการขายเพื่อพัฒนาทักษะนักการตลาด 2) ศึกษาผลการทดลองใช้ระบบการเรียนรู้เชิงการขายเพื่อพัฒนาทักษะนักการตลาด และ 3) ศึกษาความพึงพอใจต่อระบบการเรียนรู้เชิงการขายเพื่อพัฒนาทักษะนักการตลาด

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระบบการเรียนรู้เชิงการขายเพื่อพัฒนาทักษะนักการตลาด ประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ส่วน ได้แก่ 1) ปัจจัยนำเข้า ได้แก่ เนื้อหาที่ส่งเสริมแนวคิดนักการตลาดและการขาย 2) กระบวนการ ได้แก่ การผลิตงานเชิงการตลาดผสมผสานกับการขาย 3) ปัจจัยส่งออก ได้แก่ การประเมินผลทักษะนักการตลาด โดยผู้เรียนจะสามารถเข้าใช้ระบบการเรียนการสอนอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโดเมน <https://www.wbi.msu.ac.th> 2) ผลการทดลองใช้ระบบการเรียนรู้เชิงการขายเพื่อพัฒนาทักษะนักการตลาดพบว่า ผู้เรียนที่เรียนด้วยระบบการเรียนรู้เชิงการขายเพื่อพัฒนาทักษะนักการตลาดมีผลงานออกแบบที่แสดงถึงการมีแนวคิดนักการตลาดและการขายในระดับดี 3) ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อระบบการเรียนรู้เชิงการขายเพื่อพัฒนาทักษะนักการตลาด พบว่า ผู้เรียนมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.88$ )

**คำสำคัญ:** การเรียนการสอนผ่านเว็บ, ทักษะนักการตลาด, การขาย, นักการตลาด

<sup>1</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณະวิททยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

## ABSTRACT

The purpose of this research was to: 1) develop the Sale Learning System to improve marketing player skill 2) study the results of the Sale Learning System to improve marketing player skill and 3) study the satisfaction of the Sale Learning System to improve marketing player skill.

The results of the research were as follows: 1) the Sale Learning System to improve marketing player skill consists of 3 components, 1) input factors that promotes the content of marketing and sale concepts 2) Processes including marketing creative work production. 3) Export factors, including assessment of marketing skills. The learners will be able to access the system through the domain. <https://www.wbi.msu.ac.th> 2) The results of the experiment using the Sale Learning System to improve marketing player skill found that learners shows the concept of marketing and sale at a good level. 3) Results of overall satisfaction on the Sale Learning System to improve marketing player skill is at high level ( $\bar{x} = 3.88$ )

**Keywords:** web-based instruction, marketing skills, sale, marketer

## บทนำ

ประเทศไทยได้รับการจัดอันดับเป็นประเทศที่เริ่มต้นธุรกิจง่ายเป็นอันดับ 36 ของโลก ใช้เวลาเฉลี่ย 4.5 วันในการเริ่มธุรกิจ อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยยังประสบปัญหาการมี ‘โอกาส’ แต่ขาด ‘องค์ความรู้การประกอบธุรกิจ’ รวมทั้งความเหลื่อมล้ำทางฐานะทางครอบครัว เพราะเด็กที่เกิดมาในครอบครัวชนชั้นกลางถึงล่าง อาจไม่มีประสบการณ์ด้านผู้ประกอบการเท่าลูกหลานนักธุรกิจ ดังนั้น การเรียนการสอนทักษะผู้ประกอบการที่มีความรู้การขยายและนักการตลาดจึงเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือสำคัญในการช่วยผลักดันเศรษฐกิจไทยให้เติบโตขึ้น (Sahatorn Petvirojchai, 2562)

ในระหว่างเดือนธันวาคม 2560 – มกราคม 2561 ที่สำนักงานสถิติแห่งชาติได้รายงานว่ามีผู้ว่างงานเพิ่มขึ้นถึง 110,700 คน นอกจากนี้ การศึกษาไทยยังประสบปัญหาเด็กจบปริญญาตรีมีอัตราว่างงานสูงสุด โดย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการพัฒนาระบบการเรียนรู้เชิงการขายเพื่อพัฒนาทักษะนักการตลาด ตลอดจนเป็นกลไกที่ช่วยลดช่องว่างของระบบการศึกษาไทยที่มุ่งสอนแต่องค์ความรู้ทางวิชาการเป็นหลัก เพราะการขาย (Selling) ถือว่าเป็นงานทางการตลาดที่มีความสำคัญ ดังคำโบราณกล่าวไว้ว่า “สิ่งต่างๆ จะไม่สามารถเกิดขึ้นได้เลย จนกว่าการขายจะเกิดขึ้น” ในอดีตคนทั่วไปมักจะคิดว่านักการตลาดต้องเป็นนักขายที่พูดเก่ง ชอบตีสันทิ พูดจาเชื่อถือไม่ได้ แต่ปัจจุบันนักการตลาดเป็นมากกว่าผู้รับคำสั่งซื้อ (Order Taker) โดยต้องค้นหาความต้องการของลูกค้า และมีความสามารถในการตอบสนองความต้องการนั้นๆ ได้ (The matter, 2562)

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาระบบการเรียนรู้เชิงการขายเพื่อพัฒนาทักษะนักการตลาด
2. เพื่อทดลองใช้ระบบการเรียนรู้เชิงการขายเพื่อพัฒนาทักษะนักการตลาด
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อระบบการเรียนรู้เชิงการขายเพื่อพัฒนาทักษะนักการตลาด

## วิธีดำเนินการวิจัย

### 1. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้

- 1.1 ศึกษาความเป็นไปได้ และกำหนดปัญหาของระบบการเรียนรู้เชิงการขายเพื่อพัฒนาทักษะนักการตลาด
- 1.2 วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในขั้นที่ 1 โดยวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนาทักษะผู้ประกอบการด้วยเทคโนโลยี
- 1.3 ออกแบบระบบการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาทักษะผู้ประกอบการ
- 1.4 พัฒนาระบบการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาทักษะผู้ประกอบการ
- 1.5 เก็บรวบรวมข้อมูล สรุป วิเคราะห์การใช้งานระบบ

### 2. เครื่องมือการวิจัย

- 2.1 ระบบการเรียนรู้เชิงการขายเพื่อพัฒนาทักษะนักการตลาด
- 2.2 แบบวัดผลการเรียนรู้ที่ทักษะนักการตลาด
- 2.3 แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้เรียน

### 3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

- 3.1 ประชากร คือ ผู้เรียนระดับปริญญาตรี ที่ลงทะเบียนรายวิชา เทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 10 ห้องเรียน
- 3.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้เรียนระดับปริญญาตรี ที่ลงทะเบียนรายวิชา เทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 1 ห้องเรียน มีผู้เรียน 164 คน ได้มาโดยการสุ่มอย่างง่าย

### 4. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

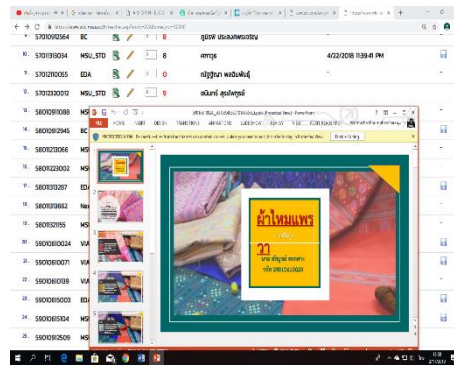
ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปรียบเทียบค่าสถิติ (Dependent t - test) โดยนำผลที่ได้เทียบกับเกณฑ์การประเมิน ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545)

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 – 5.00 หมายความว่า ระดับมากที่สุด  
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 – 4.50 หมายความว่า ระดับมาก  
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.51 – 3.50 หมายความว่า ระดับปานกลาง  
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.51 – 2.50 หมายความว่า ระดับน้อย  
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.00 – 1.50 หมายความว่า ระดับน้อยที่สุด

## ผลการวิจัยและอภิปรายผล

### 1. ผลการพัฒนากระบวนการเรียนรู้เชิงการขยายเพื่อพัฒนาทักษะนักการตลาด

ผู้วิจัยได้ดำเนินการพัฒนาระบบการเรียนรู้เชิงการขยายเพื่อพัฒนาทักษะนักการตลาด โดยนำข้อมูลจากการศึกษา และวิเคราะห์ มาจัดทำระบบ แสดงดังภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 ระบบการเรียนรู้เชิงการขยายเพื่อพัฒนาทักษะนักการตลาด

ภาพประกอบ 1 ระบบการเรียนรู้เชิงการขยายเพื่อพัฒนาทักษะนักการตลาด ประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ส่วน ได้แก่ 1) ปัจจัยนำเข้า ได้แก่ เนื้อหาที่ส่งเสริมแนวคิดนักการตลาดและการขาย 2) กระบวนการ ได้แก่ กิจกรรมการผลิตงานการตลาดเชิงการขยาย 3) ปัจจัยส่งออก ได้แก่ การประเมินผลทักษะการเป็นนักการตลาด โดยผู้เรียนจะสามารถเข้าใช้ระบบการเรียนการสอนอิเล็กทรอนิกส์ผ่านโดเมน <https://www.wbi.msu.ac.th> ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมใจ สืบเสาะ และพัลลภ พิริยะสุรวงศ์ (2556) ได้วิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์เชิงธรรมชาติบนเว็บเพื่อส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาบัณฑิต โดยพบว่าเป็นงานวิจัยที่มีการใช้เทคโนโลยีเว็บเพื่อส่งเสริมการเรียนการสอนในสถาบันอุดมศึกษาและมี 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ปัจจัยนำเข้า (Input factors) 2) กระบวนการจัดการเรียนแบบสร้างสรรค์เชิงธรรมชาติบนเว็บ (Process) 3) การควบคุม (Control) 4) ผลผลิต (Output) 5) ข้อมูลป้อนกลับ (Feedback)

### 2. ผลการทดลองใช้ระบบการเรียนรู้เชิงการขยายเพื่อพัฒนาทักษะนักการตลาด

ผู้วิจัยดำเนินการทดลองใช้ระบบการเรียนรู้เชิงการขยายเพื่อพัฒนาทักษะนักการตลาดกับผู้เรียนระดับปริญญาตรี ที่ลงทะเบียนรายวิชา เทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 1 ห้องเรียน จำนวนผู้เรียน 164 คน ดังตารางที่ 1

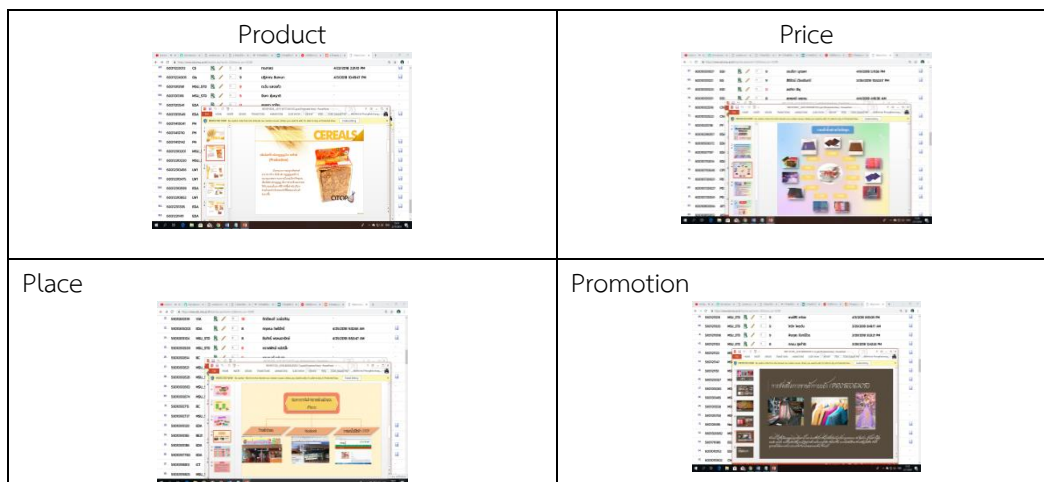
**ตารางที่ 1** การประเมินผลงานตามแนวคิดการตลาดเชิงการขยาย

ระดับการประเมิน	จำนวน	ร้อยละ
1. การนำเสนอผลงานที่มีแนวคิดการตลาดเชิงการขยายในระดับดี (10 คะแนน)	7	4.27
2. การนำเสนอผลงานที่มีแนวคิดการตลาดเชิงการขยายในระดับปานกลาง (9 คะแนน)	132	80.49
3. การนำเสนอผลงานที่มีแนวคิดการตลาดเชิงการขยายในระดับน้อย (8 คะแนน)	25	15.24
โดยรวม	164	100.00

จากตารางที่ 1 ผู้เรียนที่เรียนด้วยระบบการเรียนรู้เชิงการขยายเพื่อพัฒนาทักษะนักการตลาด มีการประเมินทักษะการเรียนรู้โดยมีคะแนนการนำเสนอผลงานที่มีแนวคิดการตลาดเชิงสร้างสรรค์ใน 3 ระดับ ได้แก่ ระดับดี ปานกลาง และน้อย โดยแบ่งการประเมิน 2 ด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหาการตลาดและด้านการออกแบบ ซึ่งในด้านการตลาดเชิงการขยายที่นำเสนอ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) แหล่งจำหน่าย (Place)

การส่งเสริมการขาย (Promotion) ในด้านการออกแบบจะพิจารณามลคมก่ลินของการใช้สี การจัดองค์ประกอบภาพ การกำหนดขนาดตัวอักษร เป็นต้น ผลการทดลองพบว่า ผู้เรียนมีแนวคิดการตลาดเชิงสร้างสรรค์ใน 3 ระดับ ได้แก่ ระดับดี ปานกลาง และน้อย โดยผู้เรียนส่วนใหญ่มีคะแนนในระดับปานกลาง (9 คะแนน) จำนวน 132 คน (ร้อยละ 80.49) รองลงมา คือ ระดับน้อย และระดับดี สอดคล้องกับ สมใจ สืบเสาะ และพัลลภ พิริยะสุวรรณค์ (2556) ได้วิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการเรียนแบบสร้างสรรค์เชิงสหวิชาชีพเพื่อส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์สำหรับ นักศึกษาระดับปริญญาบัณฑิต พบว่า การตรวจผลงานเป็นการประเมินผลความคิดสร้างสรรค์

ตัวอย่างผลงานตามแนวคิดการตลาดเชิงการขาย ภาพประกอบ 2



จากภาพประกอบ 2 ตัวอย่างผลงานตามแนวคิดการตลาดเชิงการขายพบว่า ผู้เรียนจะนำเสนอการขายผลิตภัณฑ์ชุมชนจำนวน 1 ผลงาน โดยนำเสนอแนวคิดทางการตลาดครบ 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา แหล่งจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย

3. ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้เรียนต่อระบบการเรียนรู้เชิงการขายเพื่อพัฒนาทักษะนักการตลาด ผู้วิจัยดำเนินการสอบถามความพึงพอใจของผู้เรียนต่อระบบการเรียนรู้เชิงการขายเพื่อพัฒนาทักษะนักการตลาด จากนั้นนำมาวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติพื้นฐานเทียบกับเกณฑ์และสรุปผล ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ความพึงพอใจต่อระบบการเรียนรู้เชิงการขายเพื่อพัฒนาทักษะนักการตลาด

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ทักษะตกแต่งภาพประกอบ (Photo Editing)	3.90	0.76	มาก
2. ทักษะการเล่าเรื่องผลิตภัณฑ์ (Writing and Copywriting)	4.00	0.83	มาก
3. ทักษะการวิเคราะห์และวางแผน (Critical Thinking and Planning)	3.74	0.96	มาก
โดยรวม	3.88	0.85	มาก

จากตารางที่ 3 ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อระบบการเรียนรู้แบบสองภาษาเพื่อพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษธุรกิจ พบว่า ผู้เรียนมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ( $\bar{X}$  =3.88) โดยมีความพึงพอใจในด้านทักษะการเล่าเรื่องผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X}$  =4.00) รองลงมา ได้แก่ ทักษะตกแต่งภาพประกอบ  $\bar{X}$  =3.90) และทักษะการวิเคราะห์และวางแผน ( $\bar{X}$  =3.74) สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพงศ์ ศิริสุขเจริญพร (2560) ได้วิจัยเรื่อง การพัฒนาการเรียนการสอนผ่านเว็บ วิชาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในงานอุตสาหกรรม พบว่า นักศึกษาพึงพอใจต่อการเรียนการสอนผ่านเว็บอยู่ในระดับดี และสอดคล้องกับแนวคิดของนักวิชาการที่กล่าวถึงคุณลักษณะสำคัญของนักการตลาด

**ตารางที่ 3** ความพึงพอใจต่อระบบการเรียนรู้เชิงการขายเพื่อพัฒนาทักษะนักการตลาด

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ทักษะตกแต่งภาพประกอบ (Photo Editing)	3.90	0.76	มาก
2. ทักษะการเล่าเรื่องผลิตภัณฑ์ (Writing and Copywriting)	4.00	0.83	มาก
3. ทักษะการวิเคราะห์และวางแผน (Critical Thinking and Planning)	3.74	0.96	มาก
โดยรวม	3.88	0.85	มาก

จากตารางที่ 3 ผลการศึกษาความพึงพอใจต่อระบบการเรียนรู้แบบสองภาษาเพื่อพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษธุรกิจ พบว่า ผู้เรียนมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.88$ ) โดยมีความพึงพอใจในด้านทักษะการเล่าเรื่องผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 4.00$ ) รองลงมา ได้แก่ ทักษะตกแต่งภาพประกอบ ( $\bar{X} = 3.90$ ) และทักษะการวิเคราะห์และวางแผน ( $\bar{X} = 3.74$ ) สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรพงศ์ ศิริสุขเจริญพร (2560) ได้วิจัยเรื่องการพัฒนาการเรียนการสอนผ่านเว็บ วิชาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในงานอุตสาหกรรม พบว่า นักศึกษาพึงพอใจต่อการเรียนการสอนผ่านเว็บอยู่ในระดับดี และสอดคล้องกับแนวคิดของนักวิชาการที่กล่าวถึงคุณลักษณะสำคัญของนักการตลาด (Nuttachit, 2562; JobsDB., 2562)

**เอกสารอ้างอิง**

- พรพงศ์ ศิริสุขเจริญพร. (2560). การพัฒนาการเรียนการสอนผ่านเว็บ วิชาเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในงานอุตสาหกรรม. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี*, 11(26), หน้า 24 - 30.
- เพ็ญศรี ศรีสวัสดิ์, กฤษมันต์ วัฒนานรงค์ และกานดา พูนลาภทวี. (2558). การพัฒนาระบบการแลกเปลี่ยนเรียนรู้บนโทรศัพท์เคลื่อนที่. *วารสาร Technical Education Journal King Mongkut's University of Technology North Bangkok*, 6(1), หน้า 78-87.
- สมใจ สืบเสาะ และพัลลภ พิริยะสุวรรณค์. (2556). การพัฒนารูปแบบการเรียนแบบสร้างสรรค์เชิงธรรมชาติบนเว็บเพื่อส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาบัณฑิต. *วารสารวิทยบริการ*, 24(3), หน้า 181-194.
- Nuttachit. (2562). 3 ทักษะ ที่นักการตลาดรุ่นใหม่ต้องมี. กรุงเทพฯ: marketeer.co.th.
- JobsDB. (2562). 5 ทักษะที่จำเป็นในงาน Marketing. กรุงเทพฯ: JobsDB.co.th.
- Sahatorn Petvirojchai. (2562). ทักษะการเป็นผู้ประกอบการที่การศึกษาไทยไม่ค่อยสอน. กรุงเทพฯ: The matter.
- The matter. (2562). พนักงานขาย. นนทบุรี: The matter.