

49257901 : สาขาหลักสูตรและการสอน

คำสำคัญ : การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ / การฝึกอบรมแบบผสมผสาน / การเรียนรู้เป็นทีม

รณภาส อยู่ไวยื่น : การพัฒนารูปแบบการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการฝึกอบรมแบบผสมผสานตามแนวคิดการเรียนรู้เป็นทีมเพื่อพัฒนาวัฒนธรรมด้านการตลาดและพฤติกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้สำหรับพนักงานบริษัทประกันชีวิต อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ : ผศ.ดร.ฐาปนีย์ ธรรมเมธา , รศ.ดร.อรจิรัช ณะ กว๋าทุง , และ อ.ดร.จิรัชมา วิเชียรปัญญา. 451 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการฝึกอบรมแบบผสมผสานตามแนวคิดการเรียนรู้เป็นทีมเพื่อพัฒนาวัฒนธรรมด้านการตลาดและพฤติกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้สำหรับพนักงานบริษัทประกันชีวิต เป็นการวิจัยและพัฒนา โดยดำเนินการ 5 ขั้นตอน คือ 1) ศึกษาความคิดเห็นของของพนักงานบริษัทประกันชีวิต เกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การเรียนรู้เป็นทีม และการฝึกอบรมแบบผสมผสาน ด้วยแบบสอบถามความคิดเห็นฯ กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานบริษัทประกันชีวิต ที่รับผิดชอบงานด้านการตลาดที่ปฏิบัติงานอยู่ในปีพ.ศ. 2553 ที่คัดเลือกด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 133 คน 2) สร้างรูปแบบการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการฝึกอบรมแบบผสมผสานตามแนวคิดการเรียนรู้เป็นทีมฯจากการสังเคราะห์หลักการ แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง 3) ศึกษาความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการความรู้และการเรียนรู้เป็นทีม ด้านการฝึกอบรมแบบผสมผสาน ด้านการบริหารองค์กรประกันชีวิตจำนวน 7 คน เกี่ยวกับองค์ประกอบและขั้นตอนของรูปแบบการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการฝึกอบรมแบบผสมผสานตามแนวคิดการเรียนรู้เป็นทีมฯ 4) ทดลองใช้รูปแบบการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการฝึกอบรมแบบผสมผสานตามแนวคิดการเรียนรู้เป็นทีมฯ กลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานบริษัทประกันชีวิตที่รับผิดชอบงานด้านการตลาด จำนวน 16 คนแบ่งเป็น 4 ทีมๆละ 4 คน และ 5) รับรองรูปแบบการฝึกอบรมฯ โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน

ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการฝึกอบรมแบบผสมผสานตามแนวคิดการเรียนรู้เป็นทีมฯ ที่พัฒนาขึ้นมีองค์ประกอบและขั้นตอน คือ 1. องค์ประกอบ ประกอบด้วย (1) กลุ่มบุคคล (2) เทคโนโลยีสารสนเทศ (3) วัฒนธรรมองค์กร (4) การประเมินผล ทั้งนี้ผู้เข้ารับการอบรมมีการเรียนรู้เป็นทีมโดยแบ่งสมาชิกออกเป็นกลุ่มละ 4 คนเพื่อร่วมกันแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทั้งความรู้ที่ฝังลึกและความรู้ที่ชัดเจนในห้องฝึกอบรมและผ่านระบบอีเทรนนิงโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเผยแพร่และถ่ายโอนความรู้ สร้างบรรยากาศในการสื่อสาร และระบบฐานข้อมูล เพื่อสนับสนุนการนำวัฒนธรรมด้านการตลาดตามขั้นตอนการฝึกอบรมแบบผสมผสานตามแนวคิดการเรียนรู้เป็นทีม 2.ขั้นตอน ประกอบด้วย การฝึกอบรมบนเครือข่ายผ่านระบบอีเทรนนิงและการฝึกอบรมในห้องฝึกอบรมตามขั้นตอนย่อย (1) การปฐมนิเทศเชิงปฏิบัติการ (2) การดำเนินกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการฝึกอบรมแบบผสมผสานตามแนวคิดการเรียนรู้เป็นทีม มีขั้นตอน คือ 1)การกำหนดประเด็นความรู้ที่ต้องการ ซึ่งประกอบด้วย การนำเสนอประเด็นความรู้ที่ต้องการ การคัดเลือกประเด็นความรู้ที่ต้องการ และการสรุปประเด็นความรู้ที่ต้องการ 2)การตั้งทีมสร้างความรู้ ซึ่งประกอบด้วย จัดกลุ่มสมาชิกเป็นกลุ่มย่อย การแต่งตั้งผู้นำทีม การกำหนดบทบาทของผู้นำ สมาชิกทีม และการตั้งกฎ กติกา และมรรยาทของทีม 3)แสวงหาความรู้ร่วมกันผ่านระบบอีเทรนนิง ซึ่งประกอบด้วย การระดมสมองร่วมกันกับทีม การอภิปรายร่วมกันระหว่างกลุ่ม และการตรวจสอบความถูกต้องของแนวคิดกับผู้เชี่ยวชาญ 4) พบปะแลกเปลี่ยน แบบพบหน้า ซึ่งประกอบด้วย การระดมสมองร่วมกันกับทีม การอภิปรายร่วมกันระหว่างกลุ่ม และการตรวจสอบความถูกต้องของแนวคิดกับผู้เชี่ยวชาญ 5) สร้างผลงานร่วมกันผ่านระบบอีเทรนนิง ซึ่งประกอบด้วย การระดมสมองร่วมกันกับทีม การอภิปรายร่วมกัน ระหว่างกลุ่ม และการตรวจสอบความถูกต้องของแนวคิดกับผู้เชี่ยวชาญ 6) ประเมินผลงานร่วมกัน ซึ่งประกอบด้วยการระดมสมองร่วมกันกับทีม การอภิปรายร่วมกันระหว่างกลุ่ม และ การตรวจสอบความถูกต้องของแนวคิดกับผู้เชี่ยวชาญ และขั้นตอนสุดท้าย คือ (3) การสรุปผลการฝึกอบรม คือ การสรุปผลที่ได้รับจากการดำเนินการตลอดทั้งกระบวนการ การประเมินผลงานและการวัดพฤติกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ จากผลการทดลองใช้รูปแบบ พบว่าพนักงานการตลาดที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง มีคะแนนเฉลี่ยพฤติกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้หลังการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการฝึกอบรมแบบผสมผสาน ( $\bar{x} = 2.53$ ) สูงกว่าก่อนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการฝึกอบรมแบบผสมผสาน ( $\bar{x} = 1.99$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และผลงานวัฒนธรรมด้านการตลาดมีคุณภาพตามเกณฑ์อยู่ในระดับดี ( $\bar{x} = 2.62$ )

ภาควิชา หลักสูตรและวิธีสอน

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2553

ลายมือชื่อผู้ศึกษา .....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ 1. .... 2. .... 3. ....

K 49257901 : MAJOR : CURRICULUM AND INSTRUCTION

KEY WORD : KNOWLEDGE SHARING / BLENDED TRAINING / TEAM LEARNING

TANAPAS YOUJAIYEN : THE DEVELOPMENT OF KNOWLEDGE SHARING IN BLENDED TRAINING MODEL BASED ON TEAM LEARNING TO DEVELOP A MARKETING INNOVATIONS AND KNOWLEDGE SHARING BEHAVIORS FOR LIFE INSURANCE PERSONNEL. THESIS ADVISORS : ASST.PROF. THAPANEE THAMMETAR ,Ph.D., ASSO.PROF. ONJAREE NA TAKUATOONG, Ph.D., AND JIRATCHA WICHEANPANYA, Ph.D. 451 pp.

The purposes of this research were to develop a knowledge sharing in blended training model based on team learning to develop a marketing innovations and knowledge sharing behaviors for life insurance personnel. This research used research and development method. It was divided into five phases: 1) study life insurance personnel opinions, knowledge sharing, team learning and blended training by a questionnaire. The sample is one hundred and thirty three life insurance personnel who are responsible of marketing area in 2010 by purposive sampling technique ; 2) create a knowledge sharing in blended training model by analysis and synthesis a related principle and theory ;3) study seven experts' opinions in knowledge management and team learning , blended training and life insurance organization on components and process of a knowledge sharing in blended training model ; 4) try out a model with 16 life insurance personnel who are responsible of marketing. They were divided into four groups with four members; and 4) validate a knowledge sharing in blended training model by five experts.

The results were as follows: This model comprises two main parts: component and procedures. 1. The components of the knowledge sharing in blended training model: included four aspects; (1) people, (2) the information technology, (3) the organization culture, (4) the evaluation. The trainees were divided into four persons per team learning group in order to share a tacit and explicit knowledge by face to face and e training with ICT for distribution and transfer knowledge. The e training supported a communication and database for marketing innovations according to steps of blended training model based on team learning. 2. The procedures were training on network via e training system and training in meeting room on three training development steps: (1) orientation (2) knowledge sharing in blended training based on team learning activities were: 1) specifying a knowledge identification requirement ; presenting a requirement knowledge , selecting a requirement knowledge , concluding requirement knowledge. 2) building a knowledge creation team was done by setting member into group, establishing a team leader, defining a role for leader, members, define rule, agreement, manners. 3) acquisition a knowledge via e training was done by brainstorming with team, discussion between group, improve a idea with expert. 4) sharing a knowledge by face to face was done by brainstorming with team, discussing between group and improving an idea with expert. 5) building a marketing innovation project via e training were brainstorming with team, discussion between group, improve a idea with expert. 6) evaluate a marketing innovation project brain storming with team was conducted discussing between group, improving an idea with expert. (3) training summary was the conclusion of the whole process, marketing innovation project evaluation , and the evaluation of knowledge sharing behaviors themselves. From the try out model it was found that the samples evaluated knowledge sharing behaviors themselves. The posttest score were significantly higher than knowledge sharing behaviors themselves pretest scores at the .05 level. The quality of marketing innovation was good. ( $\bar{x} = 2.62$ )

---

Department of Curriculum and Instruction

Graduate School, Silpakorn University

Academic Year 2010

Student's signature.....

Thesis Advisors' signature 1. .... 2. .... 3. ....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความสามารถอย่างยิ่งของ ผศ.ดร.ฐาปนีย์ ธรรมเมธา ท่านอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ซึ่งได้กรุณาให้คำแนะนำ ปรึกษา ชี้แนะแนวทางและข้อคิดเห็นต่างๆ ตลอดจนได้กรุณาสละเวลา ในการตรวจสอบแก้ไข และปรับปรุงข้อบกพร่องต่างๆ ของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จนแล้วเสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณในความกรุณาของท่านเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

ขอกราบขอบพระคุณ รศ.ดร.วิสาข์ จิตวิวัฒน์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รศ.ดร.อรจรรย์ ณ ตะกั่วทุ่ง และอาจารย์ ดร.จิรัชฌา วิเชียรปัญญา อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ที่กรุณาให้คำปรึกษาทางวิชาการที่เป็นประโยชน์ยิ่ง ผศ.ดร.ณมน จิรังสุวรรณ ผู้ทรงคุณวุฒิ และ ผศ.ดร.ประศักดิ์ หอมสนิท ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำเพิ่มเติม จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และขอขอบคุณ ดร.นภาพรณัฐ ยอดสิน ที่ได้ชี้แนะแนวทางการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้แก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด

ขอกราบขอบพระคุณ คุณ โชน โสภณพนิช กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท กรุงเทพประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) คุณลือพงศ์ เลอเลิศวิชา ผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายฝึกอบรมและวิชาการ และคุณอุษณีย์ สุนทโรทก ผู้อำนวยการ ฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคล รวมถึงผู้บริหารระดับสูงที่ให้ความกรุณาและคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ทางวิชาการอย่างยิ่ง ตลอดจนพี่น้องฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคลทุกท่าน น้องๆเจ้าหน้าที่พัฒนาการตลาดทุกท่านเป็นอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือและให้กำลังใจตลอดการดำเนินการ

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผู้เกี่ยวข้องทุกท่านและครอบครัวของผู้วิจัย ที่เป็นกำลังใจ และให้การสนับสนุนการศึกษาและการวิจัยด้วยดีตลอดมา