

**MODEL OF TRAINING TRANSFER TO SUPPORT STRATEGIC ALIGNMENT  
IN THE SALES FUNCTION: CASE STUDY OF AN INTERNATIONAL OIL  
COMPANY AND THAI DISTRIBUTORS IN THE LUBRICANTS BUSINESS**

**KONGKIT PONGUDOM 5038673 ICMA / M**

**M.B.A. (BUSINESS MODELING AND ANALYSIS)**

**THESIS ADVISORY COMMITTEE: MALINVISA SAKDIYAKORN, Ph.D.,  
CHAIRAWEE ANAMTHAWAT-KIERIG, Ph.D.**

**ABSTRACT**

This article explores the linkage between training transfer and strategic alignment. Many studies have supported the idea that strategic alignment can be achieved through the successful transfer of training. Subsequently, many organizations have focused more attention on training transfer due to the large investment spend on employees that do not get transferred to the job. Some of the most commonly examined factors that are believed to influence training transfer are individual, motivational, and environmental. Based on this framework of the transfer process, an adaptation of a conceptual model was used to test training transfers between an International Oil Company and their Thai Distributors in the Lubricants business. Operating in several markets worldwide, the International Oil Company has created efficiencies in some markets through their local business partners which require a strong strategic alignment with the corporate headquarters to achieve consistency in operational excellence. The findings helped to suggest that there is a strong basis for strategic alignment through training. The important factors that can inhibit training transfer are (1) trainee educational backgrounds and the desire to learn (2) the suitability of the training material (3) and the organizational support.

**KEY WORDS: TRAINING TRANSFER / STRATEGIC ALIGNMENT / TRAINEE  
CHARACTERISTICS / TRAINING DESIGN / WORK  
ENVIRONMENT**

64 pages

การถ่ายโอนการเรียนรู้ในการฝึกอบรมเพื่อส่งเสริมความสอดคล้องทางกลยุทธ์ในฝ่ายขาย:  
กรณีศึกษาของบริษัทน้ำมันข้ามชาติกับผู้จัดจำหน่ายไทยในธุรกิจน้ำมันหล่อลื่น

MODEL OF TRAINING TRANSFER TO SUPPORT STRATEGIC ALIGNMENT IN THE  
SALES FUNCTION: CASE STUDY OF AN INTERNATIONAL OIL COMPANY AND THAI  
DISTRIBUTORS IN THE LUBRICANTS BUSINESS

ก้องกิตติ์ พงศ์อุดม 5038673 ICMA / M

บธ.ม. (การวิเคราะห์และการสร้างตัวแบบธุรกิจ)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : มาลินวิษา ศักดิยกร, Ph.D., ฉายรวี อนุธรรมวัช-ศิริกร, Ph.D.

#### บทคัดย่อ

บทความชิ้นนี้เป็นการศึกษาถึงความเชื่อมโยงระหว่างการถ่ายโอนการเรียนรู้ในการฝึกอบรมและความสอดคล้องทางกลยุทธ์ มีงานวิจัยจำนวนมากที่สนับสนุนว่าความสำเร็จจากการฝึกอบรมสามารถเพิ่มประสิทธิภาพความสอดคล้องทางกลยุทธ์ ในทางเดียวกันหลายองค์กรก็เพิ่มความสำคัญเรื่องการถ่ายโอนการเรียนรู้เนื่องจากเห็นว่าการลงทุนในด้านการฝึกอบรมให้แก่ลูกจ้างมักไม่ได้ถูกนำไปปฏิบัติใช้จริง ปัจจัยที่พบได้บ่อยและเชื่อว่ามีอิทธิพลต่อการถ่ายโอนการเรียนรู้ได้แก่ ปัจจัยด้านปัจเจกบุคคล แรงบันดาลใจ และ สภาพแวดล้อม จากกรอบแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการถ่ายโอนนี้ จึงได้มีการปรับรูปแบบกรอบแนวคิดเพื่อใช้ในการทดสอบการถ่ายโอนการเรียนรู้ระหว่างบริษัทน้ำมันข้ามชาติกับผู้แทนจำหน่ายไทยในธุรกิจน้ำมันหล่อลื่น ด้วยจำนวนสาขาที่อยู่ในหลายประเทศทั่วโลก จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่บริษัทน้ำมันข้ามชาติแห่งนี้ต้องพยายามสร้างความสอดคล้องทางกลยุทธ์กับผู้แทนจำหน่ายในท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน ผลการศึกษานี้พบว่าการฝึกอบรมเป็นพื้นฐานที่สำคัญของการเพิ่มประสิทธิภาพความสอดคล้องทางกลยุทธ์ และ ปัจจัยที่อาจเป็นอุปสรรคในการถ่ายโอนการเรียนรู้ได้แก่ (1) ภูมิหลังด้านการศึกษาและความต้องการในการเรียนรู้ (2) เครื่องมือและสื่อในการฝึกอบรมที่สามารถนำไปปฏิบัติใช้ได้จริง (3) การสนับสนุนจากองค์กร