

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ความต้องการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปในพื้นที่ภาคกลางต่อหลักสูตรการฝึกอบรมของสถาบันอาหาร

ผู้เขียน นางสาวยุวภา ใจบุญ

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

| | | |
|----------------------------|-------------|---------------|
| รองศาสตราจารย์นภาพร | ณ เชียงใหม่ | ประธานกรรมการ |
| อาจารย์พิชญลักษณ์ | พิชญกุล | กรรมการ |
| รองศาสตราจารย์ ดร.นัยทัศน์ | ภูศรีณย์ | กรรมการ |

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปในพื้นที่ภาคกลางต่อหลักสูตรการฝึกอบรมของสถาบันอาหาร

การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามผู้จัดการฝ่ายบุคคลหรือผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจในการส่งบุคลากรในองค์กรเข้ารับการฝึกอบรมในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปในพื้นที่ภาคกลางจำนวน 363 ราย และนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลทางสถิติ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยเลขคณิต

ส่วนใหญ่ของผลการส่งบุคลากรเข้ารับการฝึกอบรมกับสถาบันอาหาร และหลักสูตรที่เลือกส่งเข้ารับการฝึกอบรมมากที่สุด ได้แก่หลักสูตรด้าน GMP&HACCP

ด้านความต้องการเข้ารับการฝึกอบรม จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความต้องการในการรับการฝึกอบรมหรือส่งบุคลากรในองค์กรเข้ารับการฝึกอบรมกับสถาบันอาหาร โดยหลักสูตรที่ความต้องการมากที่สุดคือหลักสูตรด้าน GMP &HACCP ระดับของบุคลากรที่มีความต้องการเข้ารับการฝึกอบรมมากที่สุดได้แก่ระดับหัวหน้างาน ค่าใช้จ่ายต่อหนึ่งหลักสูตรในการรับเข้าฝึกอบรมที่ต้องการอยู่ระหว่าง 2,000 – 4,000 บาทต่อหนึ่งหลักสูตร ช่วงเวลาที่ต้องการเข้ารับการฝึกอบรมมากที่สุดได้แก่ไตรมาสที่ 2 (เดือนเมษายน- เดือนมิถุนายน)

ระยะเวลาที่ต้องการรับการฝึกอบรมคือ 1 – 3 วันต่อหนึ่งหลักสูตร วันที่ต้องการเข้ารับการฝึกอบรมมากที่สุดคือวันศุกร์ ช่วงเวลา 9.00 – 17.00 น. ลักษณะการฝึกอบรมที่ต้องการคือการฝึกอบรมในลักษณะมีการเรียน การสอนพร้อมภาคปฏิบัติ(Public and Practice Course Training) สถานที่ที่ต้องการให้จัดฝึกอบรมมากที่สุดคือ โรงแรม ด้านวิทยาการที่ต้องการมากที่สุด ได้แก่ผู้เชี่ยวชาญจากในประเทศ ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้สถาบันอาหารติดต่อไปยังองค์การ โดยวิธีจดหมายลงทะเบียนมากที่สุด ด้านสื่อในการจัดการประชาสัมพันธ์ในการจัดฝึกอบรมที่ต้องการอันดับหนึ่งมากที่สุด ได้แก่จดหมายข่าวและอินเทอร์เน็ตเท่ากัน

ปัจจัยทางด้านส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าค่าเฉลี่ยโดยรวมทุกปัจจัยอยู่ในระดับสำคัญมาก โดยเรียงลำดับความสำคัญมากที่สุดไปน้อยที่สุดดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านวิทยาการและหน่วยงานที่จัดฝึกอบรม ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการกระบวนกรให้บริการ ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด วัสดุสื่อสาร และสื่อโฆษณาและปัจจัยด้านการบริการแก่ลูกค้า และหากพิจารณาลงไปในแต่ละปัจจัยแล้วพบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ความน่าเชื่อถือและความสามารถของวิทยาการ การได้รับการฝึกอบรมและปฏิบัติงานจากสถานที่และอุปกรณ์จริง และ ได้รับใบรับรอง(Certificate) แล้วสามารถนำไปใช้งานได้

ปัจจัยด้านราคาของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ค่าใช้จ่ายต่อหลักสูตร มีส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก และค่าเอกสาร/อุปกรณ์เสริมอื่นๆนอกเหนือจากค่าหลักสูตร

ปัจจัยด้านสถานที่ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ สถานที่จัดฝึกอบรมอยู่ในทำเลเดินทางสะดวก มีห้องปฏิบัติการเพื่อสำหรับฝึกอบรมให้ทำได้จริง และสถานที่ฝึกอบรมสะอาด และทันสมัย

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด วัสดุสื่อสารและสื่อโฆษณาที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่มีการแจกเอกสาร/หนังสือฟรี นอกเหนือจากที่อบรมในหลักสูตร มีส่วนลดพิเศษหากมีการเข้ารับการฝึกอบรมครั้งต่อไป และ มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต

ปัจจัยด้านวิทยาการและหน่วยงานที่จัดฝึกอบรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่วิทยาการสามารถสร้างความเข้าใจในหัวข้อที่สอนเป็นอย่างดี วิทยาการเป็นผู้มีประสบการณ์ในการปฏิบัติ และวิทยาการสนใจ และ มีความกระตือรือร้นในการสอน

ปัจจัยด้านการกระบวนกรให้บริการผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่เจ้าหน้าที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เต็มใจให้บริการ การให้ข้อมูลด้านรายละเอียดของหลักสูตรต่างๆแก่ผู้ที่สนใจ และการตอบปัญหาและข้อเสนอแนะแก่ผู้ที่เข้ารับการฝึกอบรม

ปัจจัยอื่นๆผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่เพื่อพัฒนาทักษะการทำงานของตนเอง เพื่อนำไปพัฒนาระบบการทำงานในองค์การให้ดีขึ้นและเพื่อเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆเพื่อติดตามสถานการณ์

Independent Study Title Employee Training Needs of Food Industries SMEs
Entrepreneurs Towards National Food Institutes Training
Course

Author Miss Yuwapha Jaiboon

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

| | | |
|-----------------------------|---------------|-------------|
| Associate Prof. Napaporn | Na Chiang Mai | Chairperson |
| Lecturer Pichayalug | Pichayakol | Member |
| Associate Prof. Dr.Naiyatat | Poosaran | Member |

ABSTRACT

The purpose of this independent study was to study the Employee Training Needs of Food Industries SMEs Entrepreneurs Towards National Food Institutes Training Course.

The data were collected by structured questionnaires. The sampling units were human resource managers or the persons who could make decisions in sending staff to training. The samples were 363 small and medium food-industrial enterprises in central region of Thailand. The collected data were statistically analyzed using frequency, percentage and arithmetic mean.

The results showed that most firms used to send their staffs to attend at least one training course from National Food Institute (NFI). The course about GMP & HACCP was the most popular one.

Regarding training need, it was found that most respondents wanted to be trained with NFI. The course they needed most was about GMP & HACCP. Head level of the employees was the level which had the most training need. The training fee should be between 2,000 to 4,000 baht per course. Training period should be in the second quarter (which was April to June). Training duration should be 1 to 3 days per course. Training time should be on Friday at 9.00 a.m. to 5.00 p.m. The public and practice course training was the most needed training type. The

to 5.00 p.m. The public and practice course training was the most needed training type. The places that they needed to use were hotels. The most desirous instructors were Thai experts. The channels that they needed NFI to contact them were registered letters. The media used for publicity about training course were newsletter and the Internet.

Regarding the service marketing mix, it was found that the respondents gave importance of all factors at high level mean. The importance of factors was considered in order as follow: product, instructor and organization who set up the training, price, process of the service, place, promotion including communication materials and advertising media and customer service as the last factor. The details of all factors were as follow:

Regarding product factors, the top three important sub-factors were reliability of the instructors, training in real places with real equipments and certificate which was referable.

Regarding instructor factors, the top three important sub-factors were that the instructors should have good teaching skills, should have practical experiences and should be interesting and eager in training.

Regarding price factors, the top three important sub-factors were training fee per course, special discount for NFI member and additional expense about supplementary documents or other equipments.

Regarding process of the service factors, the top three important sub-factors were that training staffs should have good human-relation skills and willingness to service, there were detailed information about the courses and they should give good answers and advices about the courses to the trainees.

Regarding place factors, the top three important sub-factors were convenience of training location, ready-to-use training laboratory and clean and modern training room.

Regarding promotion factors, the top three important sub-factors were free complementary documents, special discount for the other courses and public relations on the Internet.

Regarding miscellaneous factors, the top three important sub-factors were about benefits of the training which were to develop their working skills, to improve systems in their organizations and to learn new technologies.