

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาความต้องการในการเข้ารับการศึกษาต่อระดับอุดมศึกษาของประชากรวัยมัธยมศึกษาตอนปลายและขนาดย่อม ในจังหวัดเชียงใหม่ และลำพูน ในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดและทฤษฎีมาปรับใช้ รวมทั้งได้ทำการศึกษาเอกสาร รายงานการวิจัย ตลอดจนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งเป็นเนื้อหา ดังนี้ คือ

2.1 แนวความคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการฝึกอบรม

เป็นการนำแนวความคิดของระบบมาประยุกต์กับการฝึกอบรม สิ่งที่ใส่เข้าไป ก็คือ คนที่มีพฤติกรรมอย่างหนึ่ง เมื่อผ่านระบบการฝึกอบรมแล้ว ก็จะได้คนๆ เดียวกันนั่นเอง แต่มีพฤติกรรมอีกแบบหนึ่ง ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่ตรงกับจุดมุ่งหมายของการฝึกอบรม นอกจากจะมีสิ่งที่ใส่เข้าไปก่อนจะมีการฝึกอบรมแล้ว ระหว่างการดำเนินงานฝึกอบรมก็อาจจะต้องมีสิ่งอื่นๆ ที่ใส่เข้าไปด้วย เช่น ตำรา อุปกรณ์ในการฝึกอบรม และสิ่งประกอบอื่นๆ ที่จะอำนวยความสะดวกให้ระบบการฝึกอบรมดำเนินไปอย่างสะดวกราบรื่น แนวความคิดนี้จะแสดงให้เห็นว่าความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมก่อนและพฤติกรรมหลังฝึกอบรมของคนๆ หนึ่งก็คือ ผลลัพธ์ของการฝึกอบรม (กำพล จิรายุเจริญศักดิ์, 2545)

2.1.1 ความหมายของการฝึกอบรม

สมคิด บางโม (2544) ได้ให้ความหมายของการฝึกอบรมไว้ดังนี้ คือ กระบวนการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของบุคคลโดยมุ่งเพิ่มพูนความรู้ (knowledge) ทักษะ (skill) และทัศนคติ (attitude) อันจะนำไปสู่ การยกมาตรฐานการทำงานให้สูงขึ้น ทำให้บุคคลมีความเจริญก้าวหน้าในหน้าที่การงาน และองค์การบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาบุคคลต่อไป

ชูชัย สมิทธิโกร (2544) ได้ให้ความหมายของการฝึกอบรมไว้ดังนี้ คือ กระบวนการจัดการเรียนรู้อย่างเป็นระบบ เพื่อสร้างหรือเพิ่มพูนความรู้ (knowledge) ทักษะ (skill) ความสามารถ (ability) และเจตคติ (attitude) ของบุคลากรอันจะช่วยปรับปรุงให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพสูงขึ้น

วีระ ประवालพฤกษ์ (2538) ให้ความหมายของการฝึกอบรมไว้ดังนี้ คือ กระบวนการเสริมสมรรถภาพบุคลากรอย่างหนึ่งในงานพัฒนาบุคคลขององค์การเพื่อให้สามารถปฏิบัติงานเฉพาะทางที่อยู่ในความรับผิดชอบหรืองานที่องค์การมอบหมายให้สำเร็จและเกิดผลตามที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้ อย่างมีคุณภาพ

พยอม วงศ์สารศรี อ้างถึงใน ชูชัย สมितिไกร (2544) ได้ให้ความหมายของการฝึกอบรมไว้ดังนี้ คือ กระบวนการซึ่งบุคคลได้เรียนเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ และทัศนคติ ซึ่งจะช่วยให้สามารถปฏิบัติหน้าที่ในฐานะเป็นองค์ประกอบขององค์การให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

สมพงษ์ เกษมสิน อ้างถึงใน พัฒนา สุขประเสริฐ (2540) ได้ให้ความหมายของการฝึกอบรมไว้ดังนี้ คือ กรรมวิธีต่างๆ ที่จะมุ่งเพิ่มพูนความรู้ความชำนาญและประสบการณ์ เพื่อให้ทุกคนในหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งสามารถปฏิบัติหน้าที่ที่อยู่ในความรับผิดชอบได้ดียิ่งขึ้น

พัฒนา สุขประเสริฐ (2540) ได้ให้ความหมายของการฝึกอบรมไว้ดังนี้ คือ กิจกรรมที่สำคัญประการหนึ่งในกระบวนการบริหารงานบุคคลเป็นกิจกรรมที่สามารถช่วยให้องค์การเพิ่มพูนประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จในการบริหาร เป็นกิจกรรมที่จะนำไปสู่แนวทางแก้ปัญหาขององค์การที่เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การอบรมจึงหมายถึง กระบวนการสำคัญที่จะช่วยพัฒนาหรือฝึกฝนบุคลากรใหม่ที่จะเข้าทำงาน หรือที่ปฏิบัติงานประจำอยู่แล้วในหน่วยงาน ให้มีความรู้ความสามารถ ทักษะหรือความชำนาญ ทัศนคติ ตลอดจนประสบการณ์ให้เหมาะสมกับการทำงาน รวมถึงก่อให้เกิดความรู้สึกร่วมกันจะส่งผลให้บุคลากรแต่ละคนในหน่วยงานหรือองค์การมีความสามารถเฉพาะตัวสูงขึ้น มีประสิทธิภาพในการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี ทำให้หน่วยงานหรือองค์กรมีประสิทธิผลและประสิทธิภาพที่ดีขึ้น

2.1.2 จุดมุ่งหมายของการอบรม

สมคิด บางโม (2544) ได้จำแนกวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรมเป็น 4 ประการ ดังนี้

1. เพื่อเพิ่มพูนความรู้ (knowledge) ซึ่งจะเป็พื้นฐานในการนำไปสู่ความเข้าใจ เพื่อให้มีความสามารถในการปฏิบัติงานอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะได้ดี
2. เพื่อเพิ่มพูนความเข้าใจ (understand) เป็นลักษณะที่ต่อเนื่องจากความรู้ ซึ่งจะสามารถตีความ แปลความ ขยายความ และอธิบายให้คนอื่นทราบได้ รวมทั้งสามารถนำไปประยุกต์ได้
3. เพื่อเพิ่มพูนทักษะ และความชำนาญ (skill) ในการปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งโดยอัตโนมัติ เช่น การใช้เครื่องมือต่างๆ การขับรถ การชี้จักรยาน เป็นต้น
4. เพื่อเปลี่ยนแปลงเจตคติ (attitude) ให้เป็นไปในทางที่ดีที่พึงปรารถนา ซึ่งเป็นพื้นฐานทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคล

2.1.3 รูปแบบการจัดฝึกอบรม

ชูชัย สมितिไกร (2544) ได้แบ่งรูปแบบของการจัดฝึกอบรมได้เป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. วิธีการฝึกอบรมซึ่งมุ่งเน้นความรู้และการเรียนรู้เป็นกลุ่ม

การบรรยาย (Lecture) คือ การบรรยายสาระความรู้ต่างๆ โดยวิทยากรเป็นการสื่อสารแบบทางเดียว (One-way communication) จากวิทยากรสู่ผู้รับการอบรม ดังนั้น วิทยากรจะเป็นผู้ที่มีบทบาทมากที่สุดในการฝึกอบรม วิทยากรจะเป็นผู้จัดเตรียมเนื้อหาสำหรับการบรรยาย รวมทั้งสื่อที่ใช้ประกอบการบรรยาย เช่น แผ่นใส สไลด์ รูปภาพ เป็นต้น

การอภิปรายเป็นคณะ (Panel discussion) คือ การอภิปรายร่วมกันโดยกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ ประมาณ 3 – 5 คน โดยมีพิธีกร (Moderator) เป็นผู้ดำเนินรายการ ผู้ทรงคุณวุฒิแต่ละท่านจะอภิปรายประเด็นต่างๆ ตามที่ได้รับมอบหมายและเปิดโอกาสให้ผู้รับการอบรมซักถามปัญหาได้ โดยปกติแล้วการอภิปรายมักใช้เวลาประมาณ 3 ชั่วโมง และมักแบ่งการอภิปรายออกเป็นสองรอบ

การระดมสมอง (Brainstorming) คือ การประชุมกลุ่มซึ่งเปิดโอกาสและกระตุ้นให้สมาชิกทุกคนได้แสดงความคิดเห็นอย่างเสรี โดยปราศจากข้อจำกัด การวิพากษ์วิจารณ์ หรือการตัดสินคุณค่าใดๆ

2. วิธีการฝึกอบรมซึ่งมุ่งเน้นความรู้และการเรียนรู้เป็นรายบุคคล

โปรแกรมการเรียนรู้ด้วยตนเอง (Programmed instruction) คือ แบบเรียนสำหรับการเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยผู้เรียนจะต้องศึกษาเนื้อหาตามลำดับที่ได้จัดวางไว้เรียบร้อยแล้ว ระหว่างการเรียนรู้ ผู้เรียนจะต้องตอบคำถามต่างๆ ซึ่งได้แทรกอยู่ในแบบเรียนเป็นระยะๆ

การสอนโดยใช้คอมพิวเตอร์ (Computer – assisted instruction) คือ การเรียนรู้ซึ่งผู้เรียนจะต้องมีปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับคอมพิวเตอร์ ซึ่งได้เก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ ที่จำเป็นสำหรับการเรียนรู้ไว้แล้ว

3. วิธีการฝึกอบรมซึ่งมุ่งเน้นทักษะและความสามารถและการเรียนรู้เป็นกลุ่ม

การสาธิต (Demonstration) คือ การแสดงให้ผู้รับอบรมเห็นถึงการปฏิบัติจริง และเปิดโอกาสให้ผู้รับการอบรมได้ทดลองปฏิบัติตามและซักถามปัญหา

กลุ่มฝึกแก้ปัญหา (Task force exercise) คือ การมอบหมายให้สมาชิกตั้งแต่ 3 – 8 คน ร่วมกันทำงานเพื่อแก้ไขปัญหาใดปัญหาหนึ่ง และเสนอหนทางแก้ไขปัญหาให้แก่ที่ประชุม

กรณีศึกษา (Case studies) คือ การบรรยายถึงสถานการณ์ในรูปของงานเขียน เทปบันทึกเสียง หรือ วิดีทัศน์ เพื่อให้ผู้รับการอบรมศึกษาและอภิปรายภายใต้การแนะนำของวิทยากร

การจำลองสถานการณ์ (Simulation) คือ แบบฝึกหัดซึ่งจำลองสถานการณ์ในการทำงาน และเปิดโอกาสให้ผู้รับการอบรมได้ฝึกฝนทักษะและประยุกต์ความรู้ภายในระยะเวลาอันจำกัด และภายใต้สภาพการณ์ที่ไม่มีความเสี่ยง

เกมเชิงธุรกิจ (Business games) คือ สถานการณ์จำลองด้านธุรกิจ ซึ่งกำหนดให้ผู้รับการอบรมต้องทำการตัดสินใจเป็นระยะๆ และการตัดสินใจแต่ละครั้งจะส่งผลกระทบต่อสภาพการณ์ภายหลัง

การแสดงบทบาทสมมติ (Role playing) คือ กิจกรรมซึ่งกำหนดให้ผู้รับการอบรมแสดงบทบาทตามสถานการณ์ที่ได้กำหนดไว้ จากนั้นมีการอภิปรายและการวิเคราะห์ เพื่อพิจารณาว่ามีสิ่งใดเกิดขึ้นบ้างและเพราะอะไร

การแสดงแบบพฤติกรรม (Behavior modeling) คือ การแสดงแบบพฤติกรรมซึ่งใช้ในการจัดการกับสถานการณ์ต่างๆ อย่างเป็นขั้นตอนทีละขั้น และเปิดโอกาสให้ผู้รับการอบรมได้ฝึกปฏิบัติตามขั้นตอนที่ได้แสดง พร้อมทั้งมีการให้ความคิดเห็นหรือวิจารณ์การเลียนแบบนั้นด้วย

4. วิธีการฝึกอบรมซึ่งมุ่งเน้นทักษะและความสามารถและการเรียนรู้เป็นรายบุคคล

การฝึกอบรมในงาน (On-the-job-training) คือ การเรียนรู้งาน โดยการสังเกตการณ์ทำงานของพนักงานที่มีความชำนาญ และลงมือปฏิบัติจริงตามคำแนะนำของพนักงานเหล่านั้น สำหรับขั้นตอนของการฝึกอบรมในงาน

แบบฝึกหัดรายบุคคล (Individual exercise) คือ การมอบหมายงานให้ผู้เรียนแต่ละคนกระทำ เพื่อประยุกต์ความรู้ไปใช้ในสถานการณ์เฉพาะของตนเอง

การฝึกโดยใช้อุปกรณ์จำลอง (Machine simulator) คือ การฝึกอบรมโดยอาศัยอุปกรณ์ซึ่งจำลองการทำงานจริงของเครื่องจักรหรือรถยนต์ เช่น เครื่องฝึกบิน เป็นต้น

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการการฝึกอบรม

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช (2531) ได้ให้ความหมายคำว่า ความต้องการการฝึกอบรม หมายถึง สภาพการณ์หรือปัญหาที่เกี่ยวข้องกับองค์กรและบุคคลภายในองค์กร ซึ่งสามารถแก้ไขปัญหานั้นได้ด้วยวิธีการฝึกอบรม

Rolf P. Lynton อ้างถึงใน มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช (2531) ได้อธิบายว่า ความต้องการการฝึกอบรม หมายถึง อุปสรรค ปัญหาหรือข้อขัดข้องใดๆ ที่อาจแก้ไขได้ด้วยการฝึกอบรม ถ้าหากว่าการฝึกอบรมไม่อาจแก้ไขปัญหานั้นๆ ในองค์กรได้ ไม่เรียกว่า ความต้องการการฝึกอบรม แต่อาจเป็นความต้องการที่ต้องแก้ไขปัญหานั้นด้วยวิธีอื่น

สมชาย กิจธรรม และ อรรถวิทย์ วัฒนกุล (2539) กล่าวว่า ความต้องการจำเป็นในการฝึกอบรมเกิดขึ้นเมื่อบุคลากรขาดความรู้ ทักษะ ความเข้าใจหรือทัศนคติในการปฏิบัติงานในหน้าที่ของตนได้ตามเกณฑ์ที่หน่วยงานกำหนด

จากความหมายข้างต้น เห็นว่า ความต้องการการฝึกอบรม หมายถึง สภาพการณ์หรือปัญหาที่เกี่ยวข้องกับองค์กร บุคคลในองค์กร รวมทั้งปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอกองค์กร และสภาพการณ์หรือปัญหาเหล่านี้สามารถแก้ไขได้ด้วยการฝึกอบรมเพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินไปสู่วัตถุประสงค์ขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ฉะนั้น ผู้จัดการฝึกอบรมต้องวิเคราะห์หาความต้องการการฝึกอบรมก่อนการจัดฝึกอบรมใดๆ เพื่อให้แน่ใจว่าการฝึกอบรม คือ แนวทางที่เหมาะสมที่สุดในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น (ชูชัย สมितिไกร, 2544) และได้้นำการฝึกอบรมมาใช้ที่เหมาะสมกับสภาพการณ์ ทั้งพิจารณาว่า จัดฝึกอบรมให้ใคร เมื่อใดและสถานที่ใด การหาความต้องการการฝึกอบรมเป็นขั้นแรกของการจัดฝึกอบรมที่ช่วยให้การกำหนดเป้าหมายการฝึกอบรมชัดเจนยิ่งขึ้น ซึ่งผลที่ได้จากการหาความต้องการการฝึกอบรมสามารถนำไปจัดทำโครงการฝึกอบรม โดยการสร้างหลักสูตร กำหนดวิธีการฝึกอบรมที่ตรงกับความต้องการและความสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น หรือคาดว่าจะเกิดขึ้นได้ตรงจุด เพราะฉะนั้น ผู้จัดการฝึกอบรมต้องกำหนดให้แน่ชัดว่าจะอะไร คือ ปัญหาหรือสภาพการณ์ที่ทำให้เกิดการฝึกอบรม ซึ่งต้องค้นหา สืบหาหรือวิเคราะห์หาความต้องการการฝึกอบรม โดยการค้นหาและศึกษา ปัญหาหรือสภาพการณ์ขององค์กร หรือบุคคล อันนำไปสู่การจัดฝึกอบรมเพื่อการแก้ไขปัญหาต่างๆ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2531)

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการฝึกอบรมที่มีประสิทธิผล

ชาญ สวัสดิ์สาตี (2545) สรุปองค์ประกอบที่สำคัญที่จะช่วยให้การจัดดำเนินการฝึกอบรมมีประสิทธิภาพได้ ดังต่อไปนี้

1. ผู้บริหารของหน่วยงานที่จัดฝึกอบรม ซึ่งจะต้องให้การสนับสนุน และให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมนั้นๆ ทุกด้าน โดยควรกำหนดนโยบายอย่างชัดเจน โดยเน้นการพัฒนาฝึกอบรมบุคคลทุกระดับอย่างเป็นระบบ ต่อเนื่อง ท้าวมถึง และให้ความช่วยเหลือ สนับสนุนทุกด้าน ที่จะช่วยให้การฝึกอบรมนั้นมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลที่สุด

2. หลักสูตรฝึกอบรม จะต้องเป็นหลักสูตรที่ดี ถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ และได้มาตรฐาน กล่าวคือ หลักสูตรฝึกอบรมจะต้องถูกสร้างหรือพัฒนาขึ้นมาให้สอดคล้องกับความจำเป็นในการฝึกอบรมที่ได้วิเคราะห์อย่างเป็นระบบมาแล้ว และจะต้องถูกสร้างหรือพัฒนาขึ้นมาอย่างถูกต้องตามหลักการของการสร้างหลักสูตรฝึกอบรมจริงๆ โดยมีรายละเอียดส่วนประกอบของหลักสูตรฝึกอบรมที่ถูกต้องสมบูรณ์

3. ผู้เข้ารับการฝึกอบรม จะต้องมีความสมบัติตรงตามที่กำหนดไว้ในหลักสูตรฝึกอบรมนั้นทุกประการ และมีจำนวนที่เหมาะสมกับเรื่องจัดฝึกอบรม และลักษณะหรือประเภทของการจัด

ฝึกอบรมตามที่ได้ระบุไว้ในหลักสูตรฝึกอบรมนั้นเช่นกัน นอกจากนี้ในระหว่างเข้ารับการฝึกอบรม ผู้เข้ารับการฝึกอบรมจะต้องเข้ารับการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอทุกวัน ที่สำคัญคือ จะต้องให้ความสนใจ ตั้งใจ และให้ความร่วมมือทำแบบฝึกหัดหรือฝึกปฏิบัติ รวมทั้งมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของหลักสูตรฝึกอบรมนั้นทุกอย่าง จึงจะเกิดการเรียนรู้ในเนื้อหาวิชาต่างๆ ในหลักสูตรฝึกอบรมนั้นอย่างแท้จริง และจะสามารถเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถ ทักษะหรือปรับเปลี่ยนทัศนคติไปตามแนวทางที่กำหนดไว้ในหลักสูตรฝึกอบรมนั้นได้

4. วิทยากร จะต้องมีความรู้ตรงตามที่ต้องการทุกประการ เช่น มีความรอบรู้ และประสบการณ์ในเนื้อหาวิชาที่จะบรรยายเป็นอย่างดี มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก และได้รับการยอมรับกันโดยทั่วไปในเรื่องที่จะบรรยายนั้น และมีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ในเรื่องที่จะบรรยายได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ในระหว่างการฝึกอบรมหัวข้อวิชาดังกล่าว วิทยากรจะต้องนำเสนอเนื้อหาสาระต่างๆ ให้ตรงกับวัตถุประสงค์ และขอบเขตของหัวข้อวิชานั้น ตามที่ได้กำหนดไว้ในหลักสูตรฝึกอบรมนั้น และสามารถถ่ายทอดความรู้ และประสบการณ์โดยใช้เทคนิคการฝึกอบรมต่างๆ ที่ดีและเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของหลักสูตรนั้น และที่สำคัญ คือ วิทยากรจะต้องเตรียมตัวสำหรับการบรรยายหรือการนำเสนอหัวข้อวิชาดังกล่าวเป็นอย่างดี เพื่อให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรมนั้น

5. เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบโครงการฝึกอบรม จะต้องมีความรู้ของเจ้าหน้าที่ฝึกอบรมที่ดี เช่น มีความรู้ทางหลักวิชาการต่างๆ ด้านการฝึกอบรมและวิชาที่เกี่ยวข้อง มีทัศนคติที่ดีต่อการฝึกอบรม มีความรับผิดชอบ มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีศิลปะในการพูด การติดต่อสื่อสาร และการโน้มน้าวใจ นอกจากนี้เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบโครงการฝึกอบรมยังจะต้องสามารถใช้ทั้ง ศาสตร์ คือ ความรู้ทางหลักวิชาการต่างๆ ด้านการฝึกอบรมผสมผสานกับความรู้ในวิชาที่เกี่ยวข้อง และ ศิลปะในการประสานงานติดต่อสื่อสารกับบุคคลหรือฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และบริหารงานฝึกอบรมที่มีรายละเอียดหลักเกณฑ์และขั้นตอนต่างๆ มากมาย เพื่อให้การดำเนินการทุกอย่างเป็นไปด้วยความเรียบร้อยราบรื่นด้วยดี และบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรมที่กำหนดไว้ทุกประการ

6. สถานที่อุปกรณ์ จะต้องมีความเหมาะสม อยู่ในสภาพที่สามารถใช้งานได้ดี เหมาะสม และสอดคล้องกับเทคนิคหรือวิธีการฝึกอบรมแต่ละหัวข้อวิชา ขนาดของกลุ่มผู้เข้ารับการฝึกอบรมและเหมาะสมกับลักษณะ และขนาดของห้องฝึกอบรมนั้นด้วย

7. อุปกรณ์การฝึกอบรม จะต้องจัดเตรียมไว้อย่างครบถ้วน เพียงพอสำหรับการใช้ในการฝึกอบรมตลอดทั้งหลักสูตร และให้เหมาะสมสำหรับผู้เข้ารับการฝึกอบรม และการฝึกอบรมแต่ละวิชาตามความต้องการของวิทยากรในแต่ละหัวข้อวิชาในหลักสูตรฝึกอบรมนั้น

8. เอกสารการฝึกอบรม จะต้องจัดทำให้ถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์ และทันสมัย โดยรวบรวมเนื้อหาสาระของวิชาต่างๆ ในหลักสูตรฝึกอบรมนั้นเข้าไว้ด้วยกัน ซึ่งถ้าจัดทำเป็นรูปเล่มได้ก็

ยิ่งดี เพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีเอกสารการฝึกอบรมในหลักสูตรฝึกอบรมดังกล่าวที่ถูกต้อง สมบูรณ์ และสะดวกในการเก็บรักษา เพื่อใช้ทบทวน อ้างอิง และเป็นแนวทางในการนำเอาความรู้ไปปรับใช้ในการปฏิบัติงาน ที่สำคัญจะต้องพิจารณาถึงช่วงเวลาที่เหมาะสม สำหรับการแจกเอกสารการฝึกอบรมดังกล่าวว่า ควรจะแจกให้ช่วงเวลาก่อนการฝึกอบรม ระหว่างการฝึกอบรม หรือหลังการฝึกอบรม จึงจะเหมาะสมและเป็นประโยชน์แก่ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมากที่สุด

9. สถานที่จัดฝึกอบรม จะต้องพิจารณาเลือกให้เหมาะสม และสอดคล้องกับการจัดฝึกอบรมหลักสูตรนั้นๆ โดยพิจารณาจาก หลักสูตรฝึกอบรม ลักษณะของการฝึกอบรม วัตถุประสงค์ของหลักสูตร จำนวนผู้เข้ารับการอบรม ระดับและตำแหน่งของผู้เข้ารับการฝึกอบรม ระยะเวลาการฝึกอบรม และงบประมาณของการฝึกอบรม เป็นต้น

10. การศึกษาดูงาน จะต้องพิจารณาเลือกให้เหมาะสม และสอดคล้องกับเรื่องที่จะศึกษาดูงาน และสถานที่ศึกษาดูงานด้วย โดยจะต้องกำหนดระยะเวลาในการศึกษาดูงานให้เพียงพอ เพื่อให้การศึกษาดูงานนั้น ได้สาระครบถ้วนตามที่ได้กำหนดไว้ในหลักสูตรฝึกอบรมนั้น (ถ้ามี)

11. ลักษณะของการฝึกอบรมที่ใช้ จะต้องพิจารณาว่า ควรเป็นแบบอยู่ประจำ ตลอดหลักสูตรฝึกอบรม หรือแบบเข้าไป-เย็นกลับแต่ละวัน เพื่อให้เหมาะสมและสอดคล้องกับหลักสูตร วัตถุประสงค์ ระดับและตำแหน่งของผู้รับการอบรม จำนวนผู้อบรม ระยะเวลาการอบรม และงบประมาณการฝึกอบรมในหลักสูตรนั้นๆ

12. วิธีการฝึกอบรมที่ใช้ จะต้องพิจารณาเลือกใช้วิธีการฝึกอบรมให้เหมาะสม และสอดคล้องกับเรื่องที่จัดฝึกอบรม วัตถุประสงค์ ขอบเขตเนื้อหาการฝึกอบรม จำนวนผู้เข้าอบรม ระดับและตำแหน่งผู้อบรม ความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ในการทำงานของผู้เข้ารับการฝึกอบรม

13. ระยะเวลาของการฝึกอบรม จะต้องกำหนดให้เหมาะสม และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และเนื้อหารายวิชาและการฝึกอบรมตลอดทั้งหลักสูตรด้วย

2.4 ทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix)

ส่วนผสมทางการตลาด หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) (อดิศักดิ์ พงษ์โยธา และคณะ, 2546)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ประกอบด้วย สินค้า (Goods) บริการ (Services) ความคิด (Ideas) สถานที่ (Places) องค์กร (Organizations) หรือบุคคล (Persons) โดยที่ผลิตภัณฑ์ต้องมีสรรพประโยชน์และมีมูลค่า (Utility and Value) ในสายตาลูกค้า จึงจะมีผลให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์

ผลิตภัณฑ์ต้องคำนึงถึงความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ การแข่งขัน องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ ประกอบกับประโยชน์พื้นฐาน การมีสินค้าให้เลือก ขนาด รูปร่างลักษณะ คุณภาพสินค้า การออกแบบ ตราสินค้า การบรรจุหีบห่อ บริการ การรับประกัน และการรับคืน เป็นต้น

2. ราคา (Price) หมายถึง สิ่งที่บุคคลต้องจ่ายสำหรับสิ่งที่ได้มา ซึ่งแสดงถึงมูลค่าในรูปเงินตรา หรืออาจหมายถึงจำนวนเงิน หรือสิ่งอื่นที่จำเป็นต้องใช้เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์หรือบริการ ราคาคือต้นทุนของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์กับราคาของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ถ้ามูลค่าสูงกว่าราคา ผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นธุรกิจต้องทำการตัดสินใจเรื่องราคาสินค้าในรายการส่วนลด ส่วนยอมให้ ระยะเวลาการชำระเงิน ระยะเวลาการให้สินเชื่อ ตลอดจนการปรับปรุงราคา เพื่อให้เกิดมูลค่าในตัวสินค้าที่ส่งมอบให้ลูกค้ามากกว่าราคาสินค้านั้น การกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึงการยอมรับของลูกค้าในมูลค่าของผลิตภัณฑ์ ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงภาวะการแข่งขันด้วย

3. สถานที่ / ช่องทางการจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันการตลาด และกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากสถานที่ผลิตไปยังตลาด ทำให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการสามารถหาได้ง่ายและสะดวกสำหรับการบริโภค สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายก็คือสถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายสินค้าประกอบด้วย การขนส่ง การคลัง และการเก็บรักษาสินค้า การตัดสินใจเกี่ยวกับเรื่องช่องทางการจัดจำหน่าย ต้องสามารถครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด และคำนึงถึงทำเลที่ตั้งของคู่แข่งด้วย

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขายหรือการติดต่อสื่อสาร โดยใช้สื่อ เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการ อาจเลือกใช้หนึ่งอย่างหรือใช้ประสมประสานกัน โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือส่งเสริมการตลาดที่สำคัญ คือ การโฆษณา (Advertising) การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) และการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion)

4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์กร ผลิตภัณฑ์ บริการ และ/หรือ ความคิด ที่ต้องมีการจ่ายเงินโดยผู้อุปถัมภ์รายการ เป็นรูปแบบหนึ่งในการติดต่อสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ในบริการ เป็นวิธีการที่ทำให้ลูกค้ารู้จักสินค้าและบริการ และเห็นความแตกต่างระหว่างบริการของกิจการกับของคู่แข่ง การโฆษณาเป็นการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า โดยไม่ใช้บุคคล โฆษณาจะต้องคำนึงถึงวัตถุประสงค์ในการโฆษณา การกำหนดงบประมาณและการเลือกใช้สื่อในการโฆษณาโดยสื่อที่ใช้ อาจจะเป็นหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร โฆษณาตามยานพาหนะ หรือป้ายโฆษณา เพื่อให้ได้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าและแสดงให้เห็นถึงความเหนือกว่าคู่แข่ง

4.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับองค์กร ผลิตภัณฑ์ บริการ และ/หรือ ความคิด และจุดใจโดยใช้บุคคล มีรูปแบบการติดต่อสื่อสารจากผู้ส่งข่าวสารไปยังผู้รับข่าวสารโดยตรง ผู้ส่งข่าวสารจะสามารถรับรู้และประเมินผลจากผู้รับข่าวสารได้ทันที

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในระยะเวลาสั้นๆ เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดการตอบสนองอย่างรวดเร็ว หรือเกิดการซื้อสินค้าและบริการมากขึ้น โดยเครื่องมือที่ใช้จะรวมถึงการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค รูปแบบการส่งเสริมการขาย ได้แก่

การกระตุ้นผู้บริโภค คือ มุ่งส่งเสริมการขายไปยังผู้บริโภคโดยตรง เช่น ของตัวอย่าง คุปอง การคืนเงิน การลดราคา การแจกของแถม เงินรางวัล ของรางวัล ทดลองใช้ฟรี การรับประกัน การจัดแสดงสินค้า ณ จุดซื้อ และการสาธิต

การกระตุ้นคนกลาง คือ มุ่งส่งเสริมการขายไปยังคนกลาง หรือตัวแทนจำหน่าย เช่น การส่งเสริมการตลาดกับห้างร้านต่างๆ ให้ส่วนลดการค้ากับตัวแทนจำหน่าย การแถมสินค้า เป็นต้น

การกระตุ้นพนักงานขาย คือ มุ่งส่งเสริมการขายไปยังพนักงานขาย เช่น มีการให้ผลตอบแทนหรือเงินรางวัลกับพนักงานขายที่สามารถทำยอดขายได้ตามที่ผู้ให้บริการกำหนด

การให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) คือ การให้ข่าวสารเป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับสินค้าและบริการ โดยผ่านสื่อซึ่งอาจมีหรือไม่มีค่าใช้จ่ายก็ได้ ส่วนการประชาสัมพันธ์หมายถึง ความพยายามขององค์กรหนึ่งที่ต้องการสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กรให้เกิดขึ้นกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง โดยการให้ข่าวถือเป็นกิจกรรมหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

การตลาดทางตรง (Direct Marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารหรือวิธีการต่างๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงต่อกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนองในทันที เช่น การตลาดโดยใช้จดหมายตรง แคตตาล็อก การขายทางโทรศัพท์ การขายทางโทรทัศน์ หรือหนังสือพิมพ์

2.5 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

วินิจ วีรยางกูร ได้ให้ความหมายของธุรกิจขนาดย่อม ว่าหมายถึง ธุรกิจที่เป็นอิสระ มีเอกชนเป็นเจ้าของ ดำเนินการโดยเจ้าของ ไม่เป็นเครื่องมือของธุรกิจใด และไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของบุคคลอื่นหรือธุรกิจอื่น (วินิจ วีรยางกูร 2528 อ้างในชนินทร์ ชุนหพันธ์, 2541)

ชนินทร์ ชุนหพันธ์ (2541) กล่าวว่าธุรกิจขนาดย่อม คือ ธุรกิจที่มีพนักงานจำนวนน้อย มียอดขายต่ำ เงินลงทุนใช้ไม่มาก และที่สำคัญเจ้าของธุรกิจจะต้องบริหารงานด้วยตนเอง

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า วิสาหกิจขนาดย่อมไว้ คือ ธุรกิจที่มีมูลค่าทรัพย์สินถาวรสุทธิซึ่งไม่รวมที่ดิน และจำนวนการจ้างงาน ดังต่อไปนี้

กิจการประเภทการผลิต มีทรัพย์สินถาวรสุทธิไม่เกิน 50 ล้านบาท และมีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน

กิจการประเภทบริการ มีทรัพย์สินถาวรสุทธิไม่เกิน 50 ล้านบาท และมีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน

กิจการประเภทค้าส่ง มีทรัพย์สินถาวรสุทธิไม่เกิน 50 ล้านบาท และมีการจ้างงานไม่เกิน 25 คน

กิจการประเภทค้าปลีก มีทรัพย์สินถาวรสุทธิไม่เกิน 30 ล้านบาท และมีการจ้างงานไม่เกิน 15 คน (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2543)

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า วิสาหกิจขนาดกลางไว้ คือ ธุรกิจที่มีมูลค่าทรัพย์สินถาวรสุทธิซึ่งไม่รวมที่ดิน และจำนวนการจ้างงาน ดังต่อไปนี้

กิจการประเภทการผลิต มีทรัพย์สินถาวรสุทธิเกินกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท และมีการจ้างงานมากกว่า 50 คน แต่ไม่เกิน 200 คน

กิจการประเภทบริการ มีทรัพย์สินถาวรสุทธิเกินกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท และมีการจ้างงานมากกว่า 50 คน แต่ไม่เกิน 200 คน

กิจการประเภทค้าส่ง มีทรัพย์สินถาวรสุทธิเกินกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 100 ล้านบาท และมีการจ้างงานมากกว่า 25 คน แต่ไม่เกิน 50 คน

กิจการประเภทค้าปลีก มีทรัพย์สินถาวรสุทธิเกินกว่า 30 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 60 ล้านบาท และมีการจ้างงานมากกว่า 15 คน แต่ไม่เกิน 30 คน(กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2543)

2.5.1 ความสำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เนื่องจากกิจการที่มีอยู่ในประเทศกว่าร้อยละ 90 เป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จึงนับว่ามีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยรวมของประเทศหลายประการ กล่าวคือ (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2544)

1. เป็นจุดเริ่มต้นของการลงทุนเพื่อเชื่อมโยงกับกิจการขนาดใหญ่ทั้งภาคเกษตรและอุตสาหกรรมที่สำคัญ
2. สามารถผลิตสินค้าและบริการเพื่อการส่งออกนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศได้เป็นจำนวนมาก
3. ช่วยสร้างงาน กระจายรายได้ไปทั่วประเทศ
4. สามารถผลิตสินค้าทดแทนการนำเข้า ทำให้ประหยัดเงินตราต่างประเทศเป็นจำนวนมาก

2.5.2 ลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

มุสตี รุมาคม (2540) กล่าวถึง ลักษณะของธุรกิจขนาดย่อม ที่แตกต่างจากธุรกิจขนาดใหญ่ ดังนี้

1. ยอดขายน้อย ธุรกิจขนาดใหญ่ไม่ต้องการที่จะแข่งขันกับธุรกิจขนาดย่อม เนื่องจากยอดขายไม่มากพอจะตอบสนองธุรกิจขนาดใหญ่ได้ แต่ก็มีจำนวนมากพอที่จะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมสามารถอยู่รอดได้ตามสมควร
2. ใช้ฝีมือบริการลูกค้า ช่างตัดเสื้อ นักออกแบบภายในและร้านซ่อมแซมต่างๆ สามารถแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่ได้อย่างประสบผลสำเร็จ เนื่องจากเจ้าของซึ่งเป็นผู้บริหารงานเองใช้ความสามารถส่วนตัวในการดำเนินงาน
3. ธุรกิจที่ให้บริการเป็นการส่วนตัวนั้นจะต้องขึ้นอยู่กับความสามารถและบุคลิกภาพของผู้ประกอบธุรกิจเป็นสำคัญ ซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะหาได้จากบุคคลที่ประกอบธุรกิจขนาดย่อม ข้อได้เปรียบของธุรกิจขนาดใหญ่ด้านการโฆษณาและความมั่นคงทางการเงินไม่ได้มีความสำคัญในเรื่องนี้แต่อย่างใด
4. ความสะดวกสบาย ธุรกิจขนาดย่อมสามารถแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่ได้โดยการเสนอความสะดวกสบายที่ธุรกิจขนาดใหญ่ซึ่งเป็นคู่แข่งไม่สามารถให้ได้
5. สามารถปรับตัวให้เข้ากับความต้องการของท้องถิ่น ธุรกิจขนาดใหญ่มักจะตัดสินใจเกี่ยวกับนโยบาย ณ สำนักงานใหญ่ ผู้ประกอบธุรกิจขนาดย่อมในท้องถิ่นที่ตัดสินใจด้วยตัวเองโดยใช้ความรู้เรื่องความต้องการและความพอใจของท้องถิ่นจึงได้เปรียบกว่า เพราะสามารถปรับธุรกิจให้เข้ากับรสนิยมเฉพาะของท้องถิ่น ธุรกิจขนาดใหญ่จะต้องเข้าถึงรสนิยมในขอบเขตที่กว้าง จึงไม่สามารถเจาะเข้าถึงตลาดท้องถิ่นบางแห่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อธุรกิจในพื้นที่นั้นตอบสนองลูกค้าโดยตรง
6. แรงจูงใจสูง แรงจูงใจและความปรารถนาของบุคคลที่จะเป็นเจ้าของธุรกิจเป็นสาเหตุทำให้มีการดำเนินธุรกิจของตนเอง และเมื่อประกอบธุรกิจของตนเองแล้ว เจ้าของจะต้องทำงานหนักและเสียสละมากกว่าการทำงานให้กับผู้อื่น
7. ความคล่องตัวทางการบริหาร ลักษณะประการหนึ่งของสภาพแวดล้อมของธุรกิจในปัจจุบันนี้คือ การเปลี่ยนแปลงสินค้า ตลาด เครื่องจักรและเทคโนโลยีใหม่ๆ โดยทั่วไปธุรกิจยังมีขนาดเล็กเท่าใดก็ยังสามารถปรับตัวเองให้เข้ากับความเป็นไปได้เร็วยิ่งขึ้นเท่านั้น แต่ธุรกิจขนาดใหญ่มักจะต้องปฏิบัติตามระเบียบวิธีปฏิบัติและประเพณีปฏิบัติที่สืบทอดกันมา การตัดสินใจเรื่องที่มีความสำคัญจะต้องผ่านไปตามระดับการบริหารหลายระดับก่อนที่จะมีการเปลี่ยนแปลง
8. ต้นทุนดำเนินงานต่ำกว่า ในขณะที่ธุรกิจที่มีขนาดใหญ่กว่าสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายบางรายการที่เกิดจากขนาดของธุรกิจ ธุรกิจขนาดย่อมมีต้นทุนดำเนินงานต่ำกว่าเนื่องจากเงินลงทุนในโรงงานและเครื่องมือ เครื่องใช้ต่างๆ ต้นทุนการบริหาร ตลอดจนประโยชน์และบริการที่ต้องจ่ายแก่พนักงานมีจำนวนน้อยกว่า

2.6 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

คำพล จิรายุเจริญศักดิ์ (2545) ได้ศึกษาความต้องการในการเข้ารับการอบรมหลักสูตรระยะสั้นทางด้านบริหารธุรกิจ ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่มีความต้องการในการเข้ารับการอบรมหลักสูตรระยะสั้นทางด้านบริหารธุรกิจ และหลักสูตรที่มีความต้องการในการเข้ารับการอบรมมากที่สุดคือหลักสูตรทางการตลาด โดยมีค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมต่ำกว่า 2,500 บาทต่อหลักสูตร และมีระยะเวลาในการอบรม 1-2 สัปดาห์ต่อหลักสูตร โดยต้องการเข้ารับการอบรมในวันเสาร์-อาทิตย์ ช่วงเวลา 9.00-12.00 น. และบุคคลที่ต้องการให้เป็นวิทยากรในการอบรมมากที่สุด คือ ผู้เชี่ยวชาญในประเทศ

ประนอม เงินบำรุง (2545) ได้ศึกษาการประเมินประสิทธิผลการฝึกอบรมการจัดการธุรกิจขนาดย่อม รูปแบบ CEFB หลักสูตรการพัฒนาขีดความสามารถผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในครัวเรือนจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า หลังการการอบรมผ่านไป 6 เดือน ผู้ประกอบการที่ผ่านการอบรมร้อยละ 80 เห็นว่าการฝึกอบรมเป็นประโยชน์ ทั้งในด้านความรู้ ทักษะ และทัศนคติ ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการประกอบธุรกิจได้เป็นอย่างดี และผู้ผ่านการอบรมร้อยละ 50 ได้มีการพัฒนาธุรกิจในด้านการมียอดขาย กำไร การขยายการลงทุน การจ้างงานเพิ่มขึ้น และมีการลดต้นทุนการผลิต เมื่อเปรียบเทียบกับก่อนเข้ารับการอบรม

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เครือข่ายจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2543) ได้ศึกษาความต้องการด้านการอบรมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ อุตสาหกรรมพลาสติก และอุตสาหกรรมเซรามิกมีความต้องการเข้ารับการอบรมหลักสูตรการบริหารการผลิตให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานมากที่สุด โดยเห็นว่าควรมีการจัดอบรมในวันเสาร์-อาทิตย์ และมีระยะเวลาการฝึกอบรมประมาณ 1-2 สัปดาห์

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เครือข่ายมหาวิทยาลัยขอนแก่น (2544) ได้ศึกษาความต้องการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านบริการของสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการในจังหวัดขอนแก่น อุดรธานี และสกลนคร ส่วนใหญ่สนใจที่จะเข้ารับการฝึกอบรมจากสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และมีความต้องการฝึกอบรมด้านการบริหารจัดการทางการเงินและการลงทุนมากที่สุด โดยเห็นว่าสถาบันการศึกษาในท้องถิ่นเหมาะสมที่จะใช้เป็นสถานที่ในการอบรมมากที่สุด และควรจะมีจัดให้มีการอบรมในวันเสาร์-อาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 9.00-16.00 น. โดยใช้ระยะเวลาในการอบรมเฉลี่ยประมาณ 2 วัน และเสนอแนะให้มีการประชาสัมพันธ์การอบรมผ่านทางจดหมายแจ้งข่าวมากที่สุด