

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล ข้อค้นพบและข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าความต้องการของผู้ประกอบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปในพื้นที่ภาคกลางต่อหลักสูตรการฝึกอบรมของสถาบันอาหาร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความต้องการของผู้ประกอบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปในพื้นที่ภาคกลางที่มีต่อหลักสูตรของสถาบันอาหาร การศึกษาได้แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็นดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 สรุปผลการศึกษาประกอบด้วย

- ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและทัศนคติเกี่ยวกับการฝึกอบรม
- ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกการรับเข้าฝึกอบรม
- ปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้ตอบ

ส่วนที่ 2 การอภิปรายผลการศึกษา

ส่วนที่ 3 ข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษา

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 สรุปผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 35.8 และเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 64.2 ส่วนมากมีอายุ 21 -30 ปี คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมามีอายุ 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 24.2 มีอายุ 41 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.8 มีอายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 0.8 และมีอายุมากกว่า 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 0.6 ส่วนมากเป็นผู้บริหารระดับต้นคิดเป็นร้อยละ 36.4 รองลงมาได้แก่พนักงานระดับปฏิบัติการคิดเป็นร้อยละ 29.5 ผู้บริหารระดับกลางคิดเป็นร้อยละ 24.8 ที่ปรึกษารายบริษัท คิดเป็นร้อยละ 5.0 และ ผู้บริหารระดับสูงคิดเป็นร้อยละ 4.0 ระยะเวลาดำเนินกิจการขององค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีอายุ 10 ปีขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 49.3 รองลงมาได้แก่ระยะเวลา 5 - 7 ปีคิดเป็นร้อยละ 15.7 ระยะเวลา 8- 10 ปีคิดเป็นร้อยละ 14.9 ระยะเวลา 2 - 4 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.7 และ ระยะเวลาน้อยกว่า 2 ปีคิดเป็นร้อยละ 7.4 มูลค่าโดยประมาณสินทรัพย์ถาวร

ขององค์การของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีมูลค่า 50.1 – 200 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 38.8 รองลงมาได้แก่น้อยกว่า 50 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 34.7 และ มากกว่า 200 ล้านบาทคิดเป็นร้อยละ 26.4 จำนวนการจ้างงานรวมขององค์การของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีจำนวนการจ้างงานจำนวน 51 – 200 คนคิดเป็นร้อยละ 43.2 รองลงมาได้แก่ มากกว่า 200 คนคิดเป็นร้อยละ 33.9 และน้อยกว่า 50 คน คิดเป็นร้อยละ 22.9 ยอดขายต่อปีโดยประมาณขององค์การของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมียอดขาย มากกว่า 200 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 30.6 รองลงมาได้แก่ 50.1 – 100 ล้านบาทและ น้อยกว่า 50 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 22.3 เท่ากัน 100.1 – 150 ล้านบาทคิดเป็นร้อยละ 13.2 และ 150.1 – 200 ล้านบาทคิดเป็นร้อยละ 11.6

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและทัศนคติเกี่ยวกับการฝึกอบรม

ผลการศึกษาพบว่าองค์การของผู้ตอบแบบสอบถามเคยส่งบุคลากรเข้ารับการฝึกอบรมกับสถาบันอาหารคิดเป็นร้อยละ 82.9 และไม่เคยส่งคิดเป็นร้อยละ 17.1

ผู้ตอบแบบสอบถามเคยส่งบุคลากรเข้ารับการฝึกอบรมกับสถาบันอาหารมากที่สุดคือหลักสูตรด้าน GMP & HACCP คิดเป็นร้อยละ 61.4 รองลงมาได้แก่หลักสูตร ISO 9001:2000 คิดเป็นร้อยละ 28.7 อันดับที่ 3 ได้แก่หลักสูตรด้านอาหารที่มีความเป็นกรดต่ำคิดเป็นร้อยละ 23.7 อันดับที่ 4 หลักสูตรด้านความปลอดภัยในอาหารคิดเป็นร้อยละ 22.0 และ อันดับที่ 5 ได้แก่หลักสูตรด้านห้องปฏิบัติการ ทางจุลชีววิทยาคิดเป็นร้อยละ 19.6 อันดับที่ 6 หลักสูตรด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์คิดเป็นร้อยละ 19.0 อันดับที่ 7 หลักสูตรด้านการสอบเทียบเครื่องมือและหลักสูตรด้านห้องปฏิบัติการทดสอบคิดเป็นร้อยละ 15.7 เท่ากัน อันดับที่ 8 หลักสูตรด้านบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารคิดเป็นร้อยละ 14.9 อันดับที่ 9 หลักสูตร ISO / IEC 17025 คิดเป็นร้อยละ 14.6 อันดับที่ 10 หลักสูตรด้านห้องปฏิบัติการเคมีคิดเป็นร้อยละ 13.8 อันดับที่ 11 หลักสูตรด้านวัตถุเจือปน / สารเคมีในอุตสาหกรรมอาหารคิดเป็นร้อยละ 13.5 อันดับที่ 12 หลักสูตรด้านกฎหมายอาหาร คิดเป็นร้อยละ 12.1 อันดับที่ 13 หลักสูตรเทคโนโลยีการผลิตและการแปรรูปอาหาร คิดเป็นร้อยละ 11.0 อันดับที่ 14 หลักสูตรด้านหลักการถนอมอาหารคิดเป็นร้อยละ 8.5 อันดับที่ 15 หลักสูตรด้านระบบคุณภาพสิ่งแวดล้อม คิดเป็นร้อยละ 4.7 อันดับที่ 16 หลักสูตรด้านการจัดการ Logistic และ Supply Chain (โซ่อุปทาน) ในอุตสาหกรรมอาหารคิดเป็นร้อยละ 4.4 และหลักสูตรอื่นๆ ได้แก่ หลักสูตร Better Process Control School คิดเป็นร้อยละ 0.8 หลักสูตร Freezing หลักสูตร Process Deviation หลักสูตร Aseptic Technique และหลักสูตรการวิเคราะห์ความเสี่ยงในอาหารคิดเป็นร้อยละ 0.6 เท่ากัน

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการเข้ารับการฝึกอบรมหรือส่งบุคลากรในองค์การเข้ารับการฝึกอบรมกับสถาบันอาหารคิดเป็นร้อยละ 97.5 และไม่ต้องการคิดเป็นร้อยละ 2.5 ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการเข้าฝึกอบรมและส่งบุคลากรในองค์การเข้ารับการฝึกอบรมกับสถาบันอาหารมากที่สุดคือ หลักสูตรด้านGMP&HACCP คิดเป็นร้อยละ 56.2 รองลงมาได้แก่หลักสูตรด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์คิดเป็นร้อยละ 44.1 อันดับที่ 3 หลักสูตรด้านกฎหมายอาหารคิดเป็นร้อยละ 41.0 อันดับที่ 4 หลักสูตรด้านความปลอดภัยในอาหารและหลักสูตรเทคโนโลยีการผลิตและการแปรรูปอาหารคิดเป็นร้อยละ 39.1 อันดับที่ 5 หลักสูตรเทคโนโลยีการผลิตและการแปรรูปอาหารคิดเป็นร้อยละ 38.8 อันดับที่ 6 หลักสูตรด้านบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารคิดเป็นร้อยละ 35.5 อันดับที่ 7 หลักสูตร ISO 9001:2000 คิดเป็นร้อยละ 31.7 อันดับที่ 8 หลักสูตรด้านวัตถุเจือปน/สารเคมีในอุตสาหกรรมอาหารคิดเป็นร้อยละ 27.3 อันดับที่ 9 หลักสูตร ISO / IEC 17025 คิดเป็นร้อยละ 25.9 อันดับที่ 10 หลักสูตรด้านการสอบเทียบเครื่องมือคิดเป็นร้อยละ 24.0 อันดับที่ 11 หลักสูตรด้านห้องปฏิบัติการทางจุลชีววิทยาคิดเป็นร้อยละ 23.4 อันดับที่ 12 หลักสูตรด้านการจัดการ Logistic และ Supply Chain (โซ่อุปทาน) ในอุตสาหกรรมอาหาร คิดเป็นร้อยละ 22.0 อันดับที่ 13 หลักสูตรด้านห้องปฏิบัติการทดสอบคิดเป็นร้อยละ 21.5 อันดับที่ 14 หลักสูตรด้านอาหารที่มีความเป็นกรดต่ำคิดเป็นร้อยละ 20.7 อันดับที่ 15 หลักสูตรด้านห้องปฏิบัติการเคมี คิดเป็นร้อยละ 17.9 อันดับที่ 16 หลักสูตรด้านหลักการถนอมอาหารและหลักสูตรด้านระบบคุณภาพสิ่งแวดล้อม คิดเป็นร้อยละ 17.1 เท่ากัน และอื่นๆประกอบด้วยหลักสูตร Better Process Control School คิดเป็นร้อยละ หลักสูตรBRC / EFSIS คิดเป็นร้อยละ 1.1 และ หลักสูตรการทำงานเป็นทีม หลักสูตรสถิติสำหรับวิเคราะห์และวิจัย หลักสูตร BRC (Issue ใหม่ๆ) หลักสูตร Freezing หลักสูตร Process Deviation และหลักสูตร Aseptic Technique คิดเป็นหลักสูตรละร้อยละ 0.3 เท่ากัน

บุคลากรที่ต้องการเข้ารับการฝึกอบรมกับสถาบันอาหารส่วนมากที่สุดคือระดับหัวหน้างานคิดเป็นร้อยละ 86 รองลงมาพนักงานระดับปฏิบัติการได้แก่ คิดเป็นร้อยละ 62.8 อันดับที่ 3 ระดับผู้จัดการ คิดเป็นร้อยละ 50.7 อันดับที่ 4 ผู้บริหารระดับกลางคิดเป็นร้อยละ 21.5 และผู้บริหารระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 8.8

ค่าใช้จ่ายในการเข้ารับการฝึกอบรมต่อหนึ่งหลักสูตรที่ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าเหมาะสมมากที่สุด คือ อยู่ช่วง 2,000 – 4,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 57.9 รองลงมาได้แก่น้อยกว่า 2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33.1 อันดับที่ 3 ให้ช่วง 4,001 – 6,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.6 อันดับที่ 4 ให้ช่วงมากกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.1 อันดับที่ 5 ให้ช่วง 8,001 – 10,000 บาทและอันดับ 6 ให้ช่วง 6,001 – 8,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 0.5

ระยะเวลาในการเข้าฝึกอบรมต่อหนึ่งหลักสูตรที่ผู้ตอบแบบสอบถามคิดว่าเหมาะสมมากที่สุดได้แก่ช่วงเวลา 1 - 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 84.3 รองลงมาได้แก่ช่วงเวลาไม่เกิน 1 วัน คิดเป็นร้อยละ 8.8 อันดับที่ 3 และ ช่วงเวลา 4 - 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 6.9

วันที่ผู้ประกอบการสะดวกเข้ารับการฝึกอบรมหรือส่งบุคลากรในองค์การเข้าฝึกอบรมมากที่สุดได้แก่วันศุกร์ คิดเป็นร้อยละ 57.3 รองลงมาได้แก่ วันพฤหัสบดี คิดเป็นร้อยละ 48.2 อันดับที่ 3 วันเสาร์ คิดเป็นร้อยละ 47.7 อันดับที่ 4 วันพุธ คิดเป็นร้อยละ 41.6 อันดับ 5 วันอังคาร คิดเป็นร้อยละ 28.7 อันดับที่ 6 วันอาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 22.3 และอันดับที่ 7 วันจันทร์ คิดเป็นร้อยละ 19.8

ช่วงเวลาที่ผู้ประกอบคิดว่าเหมาะสมเข้ารับฝึกอบรมหรือส่งบุคลากรในองค์การเข้าฝึกอบรมมากที่สุดได้แก่ช่วงเวลา 9.00 – 17.00 น. คิดเป็นร้อยละ 56.7 รองลงมาได้แก่ ช่วงเวลา 8.30 – 16.30 น. คิดเป็นร้อยละ 26.2 ช่วงเวลา 9.30 – 17.30 น. คิดเป็นร้อยละ 13.2 และ ช่วงเวลา 9.00 – 16.00 น. คิดเป็นร้อยละ 3.9

ช่วงเวลาที่ผู้ประกอบคิดว่าเหมาะสมเข้ารับฝึกอบรมหรือส่งบุคลากรในองค์การเข้าฝึกอบรมมากที่สุดได้แก่ ไตรมาสที่ 2 (เดือนเมษายน – มิถุนายน) คิดเป็นร้อยละ 30.3 รองลงมาได้แก่ ไตรมาสที่ 3 (เดือนกรกฎาคม – กันยายน) ได้ทุกไตรมาสคิดเป็นร้อยละ 16.5 ไตรมาสที่ 4 (เดือนตุลาคม – ธันวาคม)คิดเป็นร้อยละ 14.6 ไตรมาสที่ 1 (เดือนมกราคม - มีนาคม) คิดเป็นร้อยละ 13.5 และแล้วแต่ละหลักสูตรว่าช่วงใดเหมาะสมคิดเป็นร้อยละ 1.9

ลักษณะรูปแบบของการฝึกอบรมที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการมากที่สุดได้แก่การฝึกอบรมในลักษณะมีการเรียน การสอนพร้อมภาคปฏิบัติ (Public and Practice Course Training) คิดเป็นร้อยละ 59.0 รองลงมาได้แก่การฝึกอบรมในลักษณะการเรียน การสอนในลักษณะปฏิบัติการ (Practice Course Training) คิดเป็นร้อยละ 17.6 การฝึกอบรมในงาน ณ สถานประกอบการ (On the Job Training) คิดเป็นร้อยละ 16.0 และการฝึกอบรมในลักษณะการเรียน การสอนในห้องเรียน (Public Course Training) คิดเป็นร้อยละ 16.0

สถานที่ ที่ผู้ประกอบคิดว่าเหมาะสมเข้ารับฝึกอบรมหรือส่งบุคลากรในองค์การเข้าฝึกอบรมมากที่สุดคือ โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 70.5 รองลงมาได้แก่ในสถานที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 36.9 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 6.9 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยคิดเป็นร้อยละ 3.3 พระจอมเกล้าธนบุรีคิดเป็นร้อยละ 2.2 ในสมาคมคิดเป็นร้อยละ 1.7 และตามความเหมาะสมในแต่ละหลักสูตรและเดินทางง่าย คิดเป็นร้อยละ 1.1

ลักษณะของวิทยากรที่ผู้ประกอบการต้องการให้สอนในหลักสูตรฝึกอบรมมากที่สุดได้แก่ผู้เชี่ยวชาญจากในประเทศ/อาจารย์มหาวิทยาลัย คิดเป็นร้อยละ 74.4 รองลงมาได้แก่ผู้ที่

ปฏิบัติงานให้อุตสาหกรรมคิดเป็นร้อยละ 46.0 บุคลากรในองค์กร คิดเป็นร้อยละ 14.0 ผู้เชี่ยวชาญต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 13.5 ไม่เจาะจง (แต่ที่ที่มีความรู้และความสามารถนำเสนอให้ความรู้แก่ผู้อบรมเข้าใจง่าย) คิดเป็นร้อยละ 1.4 และตามความเหมาะสมในแต่ละหลักสูตรคิดเป็นร้อยละ 0.3

ตามความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามให้สถาบันอาหารติดต่อกับทางผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุดได้แก่จดหมายลงทะเบียน คิดเป็นร้อยละ 38.8 รองลงมาได้แก่โทรศัพท์หรือโทรสารคิดเป็นร้อยละ 34.7 และอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 26.5

ตามความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามให้สถาบันอาหารจัดการประชาสัมพันธ์ในการจัดฝึกอบรมลำดับที่ 1 มากที่สุดคือทางอินเทอร์เน็ตและจดหมายข่าวคิดเป็นร้อยละ 55.2 รองลงมาได้แก่ทางวารสารคิดเป็นร้อยละ 13.3 ทางโทรทัศน์คิดเป็นร้อยละ 6.5 ทางวิทยุคิดเป็นร้อยละ 1.1 และทางโทรศัพท์/โทรสาร คิดเป็นร้อยละ 0.8 ความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามให้สถาบันอาหารจัดการประชาสัมพันธ์ในการจัดฝึกอบรมลำดับที่ 2 มากที่สุดคือวารสารคิดเป็นร้อยละ 36.9 รองลงมาได้แก่ ทางอินเทอร์เน็ตคิดเป็นร้อยละ 27.2 จดหมายข่าวคิดเป็นร้อยละ 23.7 ทางวิทยุคิดเป็นร้อยละ 6.3 ทางโทรทัศน์คิดเป็นร้อยละ 4.2 และทางโทรศัพท์/โทรสารคิดเป็นร้อยละ 1.7 ความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามให้สถาบันอาหารจัดการประชาสัมพันธ์ในการจัดฝึกอบรมลำดับที่ 3 มากที่สุดคือทางวารสารคิดเป็นร้อยละ 30.7 รองลงมาได้แก่ทางอินเทอร์เน็ตคิดเป็นร้อยละ 23.3 ทางจดหมายข่าวคิดเป็นร้อยละ 20.7 ทางโทรทัศน์คิดเป็นร้อยละ 13.3 ทางวิทยุคิดเป็นร้อยละ 10.0 และทางโทรศัพท์/โทรสาร คิดเป็นร้อยละ 2.0 ความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามให้สถาบันอาหารจัดการประชาสัมพันธ์ในการจัดฝึกอบรมลำดับที่ 4 มากที่สุดคือทางโทรทัศน์คิดเป็นร้อยละ 47.8 รองลงมาได้แก่ทางจดหมายข่าวคิดเป็นร้อยละ 21.7 ทางอินเทอร์เน็ตคิดเป็นร้อยละ 17.4 ทางวิทยุคิดเป็นร้อยละ 8.7 และทางวารสารคิดเป็นร้อยละ 4.3 ความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามให้สถาบันอาหารจัดการประชาสัมพันธ์ในการจัดฝึกอบรมลำดับที่ 5 มากที่สุดคือทางวิทยุคิดเป็นร้อยละ 63.6 รองลงมาได้แก่ทางจดหมายข่าวและวารสารคิดเป็นร้อยละ 18.2 เท่ากัน

ข้อมูลปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกการรับเข้าฝึกอบรม

ปัจจัยโดยรวมที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้ารับการฝึกอบรมกับสถาบันอาหารพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เช่น หลักสูตรน่าสนใจ ทันสมัย และหลากหลาย ปัจจัยด้านราคา เช่น ค่าใช้จ่ายต่อหลักสูตร ค่าเอกสาร/อุปกรณ์เสริมอื่นๆ ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ เช่น ท่ารถที่จัดเดินทางสะดวกติดต่อง่าย มีอุปกรณ์โสตทัศนศึกษาที่ทันสมัย ปัจจัยทางด้านส่งเสริมการตลาด วัสดุสื่อสารและสื่อโฆษณา เช่น การมี

ส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก การรับรู้ข่าวสารการจัดฝึกอบรมในแต่ละหลักสูตร ปัจจัยทางด้านส่งเสริมการตลาด วัสดุสื่อสารและสื่อโฆษณา เช่น การมีส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก การรับรู้ข่าวสารการจัดฝึกอบรมในแต่ละหลักสูตร ปัจจัยด้านวิทยากรและสถาบันที่จัดฝึกอบรม เช่น ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของผู้สอบ เป็นสถาบันที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ ปัจจัยทางด้านทางด้านการให้บริการของสถาบันที่ให้บริการฝึกอบรม เช่น ขั้นตอนในการติดต่อขอรับการฝึกอบรม ระยะเวลาในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการฝึกอบรม ปัจจัยด้านการบริการให้แก่ลูกค้า เช่น มีศูนย์ร้องเรียนและข้อเสนอแนะ การให้ข้อมูลรายละเอียดของหลักสูตรต่างๆแก่ผู้ที่สนใจ

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เช่น หลักสูตรน่าสนใจ ทันสมัย และหลากหลายมากกว่าปัจจัยอื่นๆ และให้ระดับความสำคัญมากที่สุด

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เช่น หลักสูตรน่าสนใจ ทันสมัย และหลากหลายมากกว่าปัจจัยอื่นๆ และให้ระดับความสำคัญมากที่สุด

เมื่อจำแนกตามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกสถานภาพให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เช่น หลักสูตรน่าสนใจ ทันสมัย และหลากหลายมากกว่าปัจจัยอื่นๆ และให้ระดับความสำคัญมากที่สุด

เมื่อจำแนกตามระยะเวลาการดำเนินการขององค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เช่น หลักสูตรน่าสนใจ ทันสมัย และหลากหลายมากกว่าปัจจัยอื่นๆ และให้ระดับความสำคัญมากที่สุด

เมื่อจำแนกตามยอดขายขององค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เช่น หลักสูตรน่าสนใจ ทันสมัย และหลากหลายมากกว่าปัจจัยอื่นๆ เช่นกันและให้ระดับความสำคัญมากที่สุด

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการเลือกเข้ารับการฝึกอบรมของสถาบันอาหารพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ หัวข้อหลักสูตรน่าสนใจ ทันสมัย และทันต่อเหตุการณ์ มีระบบการเรียนการสอนที่ทันสมัย ไม่จำเจ ความหลากหลายของหลักสูตร ความต่อเนื่องของหลักสูตรต่างๆ ที่จัดอบรม ระยะเวลาฝึกอบรมต่อหลักสูตร วันและเวลาที่จัดฝึกอบรม ความน่าเชื่อถือและความสามารถของวิทยากร ได้รับการฝึกอบรมและปฏิบัติงานจาก

สถานที่และอุปกรณ์จริง ได้รับใบรับรอง (Certificate) แล้วสามารถนำไปใช้งานได้ อื่น ๆ คือ ครอบระบุคุณสมบัติผู้เข้าฝึกอบรมในแต่ละหลักสูตรและขึ้นกับความสามารถของวิทยากรทำให้ผู้เข้าฝึกอบรมสนใจไม่น่าเบื่อ

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญหัวข้อหลักสูตรน่าสนใจ ทันท่วงที และทันต่อเหตุการณ์มากกว่าปัจจัยอื่นๆ และให้ระดับความสำคัญมากที่สุด

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าทุกช่วงอายุให้ความสำคัญหัวข้อหลักสูตรน่าสนใจ ทันท่วงที และทันต่อเหตุการณ์มากกว่าปัจจัยอื่นๆ และให้ระดับความสำคัญมากที่สุด

เมื่อจำแนกตามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าทุกสถานภาพให้ความสำคัญหัวข้อหลักสูตรน่าสนใจ ทันท่วงที และทันต่อเหตุการณ์มากกว่าปัจจัยอื่นๆและให้ระดับความสำคัญมากที่สุด

เมื่อจำแนกตามระยะเวลาการดำเนินการขององค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าทุกระยะเวลาการดำเนินการให้ความสำคัญหัวข้อหลักสูตรน่าสนใจ ทันท่วงที และทันต่อเหตุการณ์มากกว่าปัจจัยอื่นๆและให้ระดับความสำคัญมากที่สุด

เมื่อจำแนกตามยอดขายของกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าทุกยอดขายให้ความสำคัญหัวข้อหลักสูตรน่าสนใจ ทันท่วงที และทันต่อเหตุการณ์มากกว่าปัจจัยอื่นๆและให้ระดับความสำคัญมากที่สุด

ปัจจัยด้านราคา

ปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้ารับการฝึกอบรมกับสถาบันอาหาร โดยรวมให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้ารับการฝึกอบรมกับสถาบันอาหารแล้วพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ค่าใช้จ่ายต่อหลักสูตร ค่าเอกสาร / อุปกรณ์เสริมอื่นๆ นอกเหนือจากค่าหลักสูตร มีส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิก และอื่น ๆ คือ ความคุ้มค่าหลังจากการอบรม ราคาควรขึ้นกับระยะเวลาการเดินทางและ เนื้อหาที่ได้รับต้องสัมพันธ์กับราคา

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญปัจจัยค่าใช้จ่ายต่อหลักสูตรมากกว่าปัจจัยอื่นๆ

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเกือบทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยค่าใช้จ่ายต่อหลักสูตรมากกว่าปัจจัยอื่นๆ และให้ระดับความสำคัญมาก ยกเว้นผู้ตอบ

แบบสอบถามที่มีอายุช่วงมากกว่า 50 ปีที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านมีส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิกมากกว่าปัจจัยอื่นๆ และให้ระดับความสำคัญมากที่สุด

เมื่อจำแนกตามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกสถานภาพให้ความสำคัญในปัจจัยค่าใช้จ่ายต่อหลักสูตรมากกว่าปัจจัยอื่นๆ และให้ระดับความสำคัญมาก

เมื่อจำแนกตามระยะเวลาการดำเนินการขององค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่องค์กรดำเนินการทุกช่วงระยะเวลาให้ความสำคัญกับปัจจัยค่าใช้จ่ายต่อหลักสูตรและให้ระดับสำคัญมาก

เมื่อจำแนกตามยอดขายขององค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่องค์กรมียอดขายทุกระดับให้ความสำคัญต่อปัจจัยค่าใช้จ่ายต่อหลักสูตรมากกว่าปัจจัยอื่นๆ และให้ระดับสำคัญมาก

ปัจจัยด้านสถานที่

ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้ารับการฝึกอบรมกับสถาบันอาหาร โดยรวมให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของปัจจัยด้านสถานที่ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้ารับการฝึกอบรมกับสถาบันอาหารแล้วพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ สถานที่จัดฝึกอบรมให้ทำเลเดินทางสะดวก สถานที่จอดรถสะดวก ปลอดภัย และเพียงพอ สถานที่ฝึกอบรมกว้างขวางสะดวก มีห้องปฏิบัติการเพื่อสำหรับฝึกอบรมให้ทำได้จริง อุปกรณ์โสตทัศนศึกษาทันสมัย สถานที่ฝึกอบรมสะอาด และทันสมัย และ อื่นๆคืออาหารต้องอร่อย สะอาดบรรยากาศของสถานที่เข้าอบรม

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญสถานที่จัดฝึกอบรมให้ทำเลเดินทางสะดวกมากกว่าปัจจัยอื่นๆ

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีและมีอายุช่วง 31 – 40 ปีให้ความสำคัญต่อปัจจัยมีห้องปฏิบัติการเพื่อสำหรับฝึกอบรมให้ทำได้จริงมากกว่าปัจจัยอื่นๆและให้ระดับความสำคัญมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุช่วง 21 – 30 ปีให้ความสำคัญต่อปัจจัยสถานที่จัดฝึกอบรมให้ทำเลเดินทางสะดวกและมีห้อง Lab ปฏิบัติการสำหรับฝึกอบรมให้ทำได้จริงเท่ากัน และให้ระดับความสำคัญมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุช่วง 41 – 50 ปีให้ความสำคัญต่อปัจจัยสถานที่จัดฝึกอบรมให้ทำเลเดินทางสะดวกมากกว่าปัจจัยอื่นๆ และให้ระดับความสำคัญมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 50 ปีให้ความสำคัญเกือบทุกปัจจัยเท่ากันและให้ระดับความสำคัญมากที่สุด

เมื่อจำแนกตามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญแก่ปัจจัยมีห้องปฏิบัติการเพื่อสำหรับฝึกอบรมให้ทำได้จริงมากกว่าปัจจัยอื่น และมีระดับความสำคัญมาก ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามในระดับผู้บริหารระดับกลาง ผู้บริหารระดับต้น พนักงานปฏิบัติการและที่ปรึกษาบริษัทให้ความสำคัญต่อปัจจัยสถานที่จัดฝึกอบรมให้ทำเลเดินทางสะดวกมากกว่าปัจจัยอื่นๆ และมีระดับความสำคัญมาก

เมื่อจำแนกตามระยะเวลาการดำเนินการขององค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่องค์กรดำเนินกิจการน้อยกว่า 2 ปี ในองค์กรดำเนินกิจการ 5 - 7 ปี ในองค์กรดำเนินกิจการ 8 - 10 ปี และในองค์กรดำเนินกิจการมากกว่า 10 ปีให้ความสำคัญต่อปัจจัยสถานที่จัดฝึกอบรมให้ทำเลเดินทางสะดวกมากกว่าปัจจัยอื่นๆ และให้ระดับสำคัญมาก ส่วนในองค์กรดำเนินกิจการ 2 - 4 ปีให้ความสำคัญต่อปัจจัยมีห้องปฏิบัติการเพื่อสำหรับฝึกอบรมให้ทำได้จริงมากกว่าปัจจัยอื่นๆ และให้ระดับความสำคัญมาก

เมื่อจำแนกตามยอดขายขององค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่ายอดขายน้อยกว่า 50 ล้านบาท ยอดขาย 50.1 - 100 ล้านบาท ยอดขาย 100.1 - 150 ล้านบาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยสถานที่จัดฝึกอบรมให้ทำเลเดินทางสะดวกมากกว่าปัจจัยอื่นและให้ระดับสำคัญมาก และมียอดขาย 150.1 - 200 ล้านบาทและ มากกว่า 200 ล้านบาทให้ความสำคัญแก่ปัจจัยมีห้องปฏิบัติการเพื่อสำหรับฝึกอบรมให้ทำได้จริงและให้ระดับสำคัญมาก

ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด วัสดุสื่อสาร และโฆษณา

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด วัสดุสื่อสาร และโฆษณาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้ารับการฝึกอบรมกับสถาบันอาหาร โดยรวมให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด วัสดุสื่อสาร และโฆษณาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้ารับการฝึกอบรมกับสถาบันอาหารแล้วพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากได้แก่ มีส่วนลดสำหรับสมาชิกและเข้ารับการฝึกมากกว่า 1 ท่าน มีส่วนลดพิเศษหากมีการเข้ารับการฝึกอบรมครั้งต่อไป มีการแจกเอกสาร / หนังสือฟรี นอกเหนือจากที่อบรมในหลักสูตร มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อนิตยสาร / วารสาร มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเตอร์เน็ต ได้รับการแนะนำจากบุคคลหรือหน่วยงานอื่นๆ ส่วนปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุ

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายให้ความสำคัญต่อการมีส่วนลดพิเศษหากมีการเข้ารับการฝึกอบรมครั้งต่อไปมากกว่าปัจจัยอื่นๆ และเพศหญิงให้ความสำคัญการมีเอกสาร/หนังสือฟรี นอกเหนือจากที่อบรมในหลักสูตรมากกว่าปัจจัยอื่นๆ

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อปัจจัยมีการแจกเอกสาร / หนังสือฟรี นอกเหนือจากที่อบรมในหลักสูตรมากกว่าปัจจัยอื่นๆและให้ระดับความสำคัญมาก และมากที่สุด ยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ 41- 50 ปีที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยมีส่วนลดพิเศษหากมีการเข้ารับการฝึกอบรมครั้งต่อไปมากกว่าปัจจัยอื่นๆและให้ระดับความสำคัญมาก

เมื่อจำแนกตามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในระดับผู้บริหารระดับสูง พนักงานปฏิบัติการและที่ปรึกษาบริษัทให้ความสำคัญต่อปัจจัยมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่าปัจจัยอื่นๆและมีระดับความสำคัญมาก ผู้ตอบแบบสอบถามในระดับผู้บริหารระดับกลางและระดับต้นให้ความสำคัญต่อปัจจัยมีการแจกเอกสาร / หนังสือฟรี นอกเหนือจากที่อบรมในหลักสูตรมากกว่าปัจจัยอื่นๆ และมีระดับความสำคัญมาก

เมื่อจำแนกตามระยะเวลาการดำเนินการขององค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่องค์กรดำเนินการน้อยกว่า 2 ปีให้ความสำคัญต่อปัจจัยมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่าปัจจัยอื่นๆและให้ระดับความสำคัญมาก ในองค์กรดำเนินการ 2 - 4 ปี ในองค์กรดำเนินการ 5 - 7 ปี ในองค์กรดำเนินการ 8 - 10 ปีให้ความสำคัญต่อปัจจัยมีส่วนลดพิเศษหากมีการเข้ารับการฝึกอบรมครั้งต่อไปมากกว่าปัจจัยอื่นๆและให้ระดับความสำคัญมาก และองค์กรดำเนินการมากกว่า 10 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยมีการแจกเอกสาร / หนังสือฟรี นอกเหนือจากที่อบรมในหลักสูตร และให้ระดับความสำคัญมาก

เมื่อจำแนกตามยอดขายขององค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่องค์กรยอดขายน้อยกว่า 50 ล้านบาทให้ความสำคัญต่อปัจจัยมีส่วนลดพิเศษหากมีการเข้ารับการฝึกอบรมครั้งต่อไปและมีการแจกเอกสาร / หนังสือฟรี นอกเหนือจากที่อบรมในหลักสูตรเท่ากันมากกว่าปัจจัยอื่นและให้ระดับสำคัญมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่องค์กรมียอดขาย 50.1 - 100 ล้านบาทและมียอดขายมากกว่า 200 ล้านบาทให้ความสำคัญแก่ปัจจัยมีการแจกเอกสาร / หนังสือฟรี นอกเหนือจากที่อบรมในหลักสูตรมากกว่าปัจจัยอื่นและให้ระดับสำคัญมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่องค์กรมียอดขาย 100.1 - 150 ล้านบาทให้ความสำคัญแก่ปัจจัยมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่าปัจจัยอื่นและให้ระดับสำคัญมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่องค์กรมียอดขาย 150.1 - 200 ล้านบาทให้ความสำคัญแก่ปัจจัยปัจจัยมีส่วนลดพิเศษหากมีการเข้ารับการฝึกอบรมครั้งต่อไปมากกว่าปัจจัยอื่นและให้ระดับสำคัญมาก

ปัจจัยด้านวิทยาการและหน่วยงานที่จัดฝึกอบรม

ปัจจัยด้านวิทยาการและหน่วยงานที่จัดฝึกอบรมที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้ารับการฝึกอบรมกับสถาบันอาหาร โดยรวมให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของปัจจัยด้านวิทยาการและหน่วยงานที่จัดฝึกอบรมที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้ารับการฝึกอบรมกับสถาบันอาหาร แล้วพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ วิทยากรมีความรู้และมีชื่อเสียงในหัวข้อที่สอน วิทยากรสนใจ และมีความกระตือรือร้นในการสอน วิทยากรสามารถสร้างความเชื่อมั่นและไว้วางใจให้กับผู้เรียน สถาบันที่จัดมีความน่าเชื่อถือ เป็นสถาบันที่ได้รับการยอมรับจากองค์กรซึ่งเป็นที่ยอมรับ ส่วนปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ วิทยากรสามารถสร้างความเข้าใจในหัวข้อที่สอนเป็นอย่างดี และ วิทยากรเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการปฏิบัติ และอื่นๆคือวิทยากรมีเทคนิคในการนำเสนอที่ดี มีลูกเล่น

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญ วิทยากรสามารถสร้างความเข้าใจในหัวข้อที่สอน ได้เป็นอย่างดีมากกว่าปัจจัยอื่นๆ

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยวิทยากรมีความรู้และมีชื่อเสียงในหัวข้อที่สอน ปัจจัยวิทยากรสนใจ และมีความกระตือรือร้นในการสอน ปัจจัยวิทยากรสามารถสร้างความเชื่อมั่นและไว้วางใจให้กับผู้เรียนและปัจจัยวิทยากรเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการปฏิบัติมากกว่าปัจจัยอื่นๆ และให้ระดับความสำคัญมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุช่วง 21 – 30 ปีและอายุช่วง 31 – 40 ปีให้ความสำคัญต่อปัจจัยวิทยากรสามารถสร้างความเข้าใจในหัวข้อที่สอนเป็นอย่างดีมากกว่าปัจจัยอื่นๆ และให้ระดับความสำคัญมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุช่วง 41 – 50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยวิทยากรมีความรู้และมีชื่อเสียงในหัวข้อที่สอนและปัจจัยวิทยากรสามารถสร้างความเข้าใจในหัวข้อที่สอนเป็นอย่างดีมากกว่าปัจจัยอื่นๆและให้ระดับความสำคัญมากที่สุด ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญต่อทุกปัจจัยในระดับความสำคัญมากที่สุด

เมื่อจำแนกตามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในระดับผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญต่อปัจจัยวิทยากรสนใจ และมีความกระตือรือร้นในการสอนมากกว่าปัจจัยอื่นๆและให้ระดับความสำคัญมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามในระดับผู้บริหารระดับกลาง ในระดับผู้บริหารระดับต้น พนักงานระดับปฏิบัติการและที่ปรึกษาบริษัทให้ความสำคัญต่อปัจจัย วิทยากรสามารถสร้างความเข้าใจในหัวข้อที่สอนเป็นอย่างดีมากกว่าปัจจัยอื่นๆ และให้ระดับความสำคัญมากที่สุดเหมือนกัน

เมื่อจำแนกตามระยะเวลาการดำเนินการขององค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่องค์กรดำเนินกิจการน้อยกว่า 2 ปี องค์กรดำเนินกิจการ 8 - 10 ปี องค์กรดำเนินกิจการมากกว่า 10 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อปัจจัยวิทยาการสามารถสร้างความเข้าใจในหัวข้อที่สอนเป็นอย่างคิมากกว่าปัจจัยอื่นๆและให้ระดับสำคัญมากที่สุด ใน้องค์การดำเนินกิจการ 5-7 ปีให้ความสำคัญต่อปัจจัยวิทยาการสามารถสร้างความเข้าใจในหัวข้อที่สอนเป็นอย่างคิมากกว่าปัจจัยอื่นๆและให้ระดับสำคัญมาก และใน้องค์การดำเนินกิจการ 2-4 ปีให้ความสำคัญต่อปัจจัยวิทยาการมีความรู้และมีชื่อเสียงในหัวข้อที่สอนมากกว่าปัจจัยอื่นๆและให้ระดับสำคัญมากที่สุด

เมื่อจำแนกตามยอดขายขององค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่องค์กรมียอดขายน้อยกว่า 50 ล้านบาทและ ยอดขาย 150.1 - 200 ล้านบาทให้ความสำคัญต่อวิทยาการสามารถสร้างความเข้าใจในหัวข้อที่สอนเป็นอย่างคิมากกว่าปัจจัยอื่นและให้ระดับสำคัญมากที่สุด ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่องค์กรยอดขาย 50.1 - 100 ล้านบาทให้ความสำคัญต่อวิทยาการสามารถสร้างความเข้าใจในหัวข้อที่สอนเป็นอย่างคิมากกว่าปัจจัยอื่นและให้ระดับสำคัญมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่องค์กรมียอดขาย 100.1 - 150 ล้านบาทให้ความสำคัญต่อวิทยาการสนใจ และมีความกระตือรือร้นในการสอนมากกว่าปัจจัยอื่นและให้ระดับสำคัญมาก และผู้ตอบแบบสอบถามที่องค์กรมียอดขายมากกว่า 200 ล้านบาทให้ความสำคัญต่อวิทยาการเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการปฏิบัติมากกว่าปัจจัยอื่นและให้ระดับสำคัญมากที่สุด

ปัจจัยด้านการกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยด้านการกระบวนการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้ารับการฝึกอบรมกับสถาบันอาหาร โดยรวมให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของปัจจัยด้านการกระบวนการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้ารับการฝึกอบรมกับสถาบันอาหาร แล้วพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่ ขั้นตอนในการสมัครเข้ารับการฝึกอบรมสะดวก ไม่ยุ่งยาก ขั้นตอนในการชำระเงินสะดวก ไม่ยุ่งยาก เจ้าหน้าที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เต็มใจให้บริการ ขั้นตอนในการติดต่อขอแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ระหว่างรับการฝึกอบรมสะดวก ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ การให้ข้อมูลด้านรายละเอียดของหลักสูตรต่าง ๆ แก่ผู้ที่สนใจ การตอบปัญหาและข้อเสนอแนะแก่ผู้ที่จะเข้ารับการฝึกอบรม และการมีศูนย์รับข้อร้องเรียนและข้อเสนอแนะแก่ผู้ที่เข้ารับการฝึกอบรม

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญต่อเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เต็มใจให้บริการมากกว่าปัจจัยอื่นๆ และนอกจากนี้เพศ

หญิงยังให้ความสำคัญต่อปัจจัยการให้ข้อมูลด้านรายละเอียดของหลักสูตรต่างๆแก่ผู้ที่สนใจมากเท่ากันอีกหนึ่งปัจจัย

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีให้ความสำคัญต่อปัจจัยการให้ข้อมูลด้านรายละเอียดของหลักสูตรต่าง ๆ แก่ผู้ที่สนใจและปัจจัยการตอบปัญหาและข้อเสนอแนะแก่ผู้ที่จะเข้ารับการฝึกอบรมมากกว่าปัจจัยอื่นๆและให้ระดับสำคัญมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุช่วง 21 - 30 ปีให้ความสำคัญต่อปัจจัยการให้ข้อมูลด้านรายละเอียดของหลักสูตรต่าง ๆ แก่ผู้ที่สนใจมากกว่าปัจจัยอื่นๆ และให้ระดับสำคัญมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 31 - 40 ปีและช่วงอายุ 41 - 50 ปีให้ความสำคัญต่อปัจจัยเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เต็มใจให้บริการมากกว่าปัจจัยอื่นๆและให้ระดับสำคัญมาก และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 50 ปีให้ความสำคัญต่อปัจจัยขั้นตอนในการสมัครเข้ารับการฝึกอบรมสะดวก ไม่ยุ่งยาก ปัจจัยขั้นตอนในการชำระเงินสะดวกไม่ยุ่งยาก ปัจจัยเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เต็มใจให้บริการ ปัจจัยความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการและปัจจัยการให้ข้อมูลด้านรายละเอียดของหลักสูตรต่าง ๆ แก่ผู้ที่สนใจมากกว่าปัจจัยอื่นๆ และให้ระดับสำคัญมากที่สุด

เมื่อจำแนกตามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญในปัจจัยเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เต็มใจให้บริการมากกว่าปัจจัยอื่นๆ ให้ระดับความสำคัญมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้บริหารระดับกลางให้ความสำคัญในปัจจัยเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เต็มใจให้บริการมากกว่าปัจจัยอื่นๆ ให้ระดับความสำคัญมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้บริหารระดับต้นให้ความสำคัญในปัจจัยการให้ข้อมูลด้านรายละเอียดของหลักสูตรต่าง ๆ แก่ผู้ที่สนใจมากกว่าปัจจัยอื่นๆ ให้ระดับสำคัญมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นพนักงานปฏิบัติการให้ความสำคัญในปัจจัยการตอบปัญหาและข้อเสนอแนะแก่ผู้ที่จะเข้ารับการฝึกอบรมมากกว่าปัจจัยอื่นๆ ให้ระดับสำคัญมาก และที่ปรึกษาบริษัทให้ความสำคัญในปัจจัยความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการมากกว่าปัจจัยอื่นๆ และให้ระดับสำคัญมากที่สุด

เมื่อจำแนกตามระยะเวลาการดำเนินการขององค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่องค์กรดำเนินการน้อยกว่า 2 ปีให้ความสำคัญต่อปัจจัยเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เต็มใจให้บริการและการให้ข้อมูลด้านรายละเอียดของหลักสูตรต่าง ๆ แก่ผู้ที่สนใจเท่ากัน มากกว่าปัจจัยอื่นๆ และให้ระดับสำคัญมาก พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่องค์กรดำเนินการ 2 - 4 ปี และมากกว่า 10 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญต่อปัจจัยเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เต็มใจให้บริการมากกว่าปัจจัยอื่นๆและให้ระดับสำคัญมาก ผู้ตอบแบบสอบถามที่องค์กรดำเนินการ 5 - 7 ปีให้ความสำคัญต่อปัจจัยขั้นตอนในการสมัครเข้ารับ

การฝึกอบรมสะดวก ไม่ยุ่งยากและให้ระดับสำคัญมาก และผู้ตอบแบบสอบถามที่องค์กรดำเนินกิจการ 8 - 10 ปีให้ความสำคัญต่อปัจจัยการให้ข้อมูลด้านรายละเอียดของหลักสูตรต่าง ๆ แก่ผู้ที่สนใจมากกว่าปัจจัยอื่นๆและให้ระดับสำคัญมาก

เมื่อจำแนกตามขอคขายขององค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่องค์กรมีขอคขายน้อยกว่า 50 ล้านบาทให้ความสำคัญต่อเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เต็มใจให้บริการให้ความสำคัญมากกว่าปัจจัยอื่นและให้ระดับสำคัญมากที่สุด มีขอคขายระดับ 50.1 - 100 ล้านบาทและ มีขอคขาย 150.1 - 200 ล้านบาทให้ความสำคัญต่อการให้ข้อมูลด้านรายละเอียดของหลักสูตรต่าง ๆ แก่ผู้ที่สนใจให้ความสำคัญกว่าปัจจัยอื่นและให้ระดับสำคัญมาก

ปัจจัยอื่น ๆ

ปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้ารับการฝึกอบรมกับสถาบันอาหาร โดยรวมให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้ารับการฝึกอบรมกับสถาบันอาหารแล้วพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ได้แก่เพื่อการเลื่อนตำแหน่งงานของตนเองเพื่อการเลื่อนตำแหน่งงานของตนเอง เพื่อเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อติดตามสถานการณ์ เพื่อเสริมสร้างภาพพจน์ที่ดีต่อองค์กร เพื่อป้องกันความเสี่ยงและนำไปแก้ไขปัญหาในองค์กร และเป็นโอกาสที่จะได้รู้จักกับบุคคลอื่น ๆ ในแวดวงธุรกิจเดียวกัน ส่วนปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่เพื่อพัฒนาทักษะการทำงานของตนเองและเพื่อนำไปพัฒนาระบบการทำงานในองค์กรให้ดีขึ้น

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการทำงานของตนเองมากกว่าปัจจัยอื่นๆ

เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปีให้ความสำคัญต่อปัจจัยเพื่อพัฒนาทักษะการทำงานของตนเอง เพื่อเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อติดตามสถานการณ์ เพื่อป้องกันความเสี่ยงและนำไปแก้ไขปัญหาในองค์กรและเพื่อนำไปพัฒนาระบบการทำงานในองค์กรให้ดีขึ้นมากกว่าปัจจัยอื่นๆและให้ระดับความสำคัญมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุช่วง 21 -30 ปี และช่วงอายุ 31 - 40 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยเพื่อพัฒนาทักษะการทำงานของตนเอง มากกว่าปัจจัยอื่นๆและให้ระดับความสำคัญมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 41 - 50 ปี ให้ความสำคัญต่อปัจจัยเพื่อนำไปพัฒนาระบบการทำงานในองค์กรให้ดีขึ้นมากกว่าปัจจัยอื่นๆและให้ระดับความสำคัญมากที่สุด ส่วนอายุมากกว่า 50 ปีให้ความสำคัญต่อปัจจัยเพื่อเรียนรู้

เทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อติดตามสถานการณ์และปัจจัยเพื่อนำไปพัฒนาระบบการทำงานในองค์กรให้ดีขึ้นมากกว่าปัจจัยอื่นๆ และให้ระดับความสำคัญมากที่สุด

เมื่อจำแนกตามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกสถานภาพให้ความสำคัญกับปัจจัยเพื่อพัฒนาทักษะการทำงานของตนเองและให้ระดับความสำคัญมากที่สุดเหมือนกัน

เมื่อจำแนกตามระยะเวลาการดำเนินการขององค์กรของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่องค์กรดำเนินกิจการ น้อยกว่า 2 ปี องค์กรดำเนินกิจการ 2 - 4 ปี และองค์กรที่ดำเนินกิจการ 8 - 10 ปีให้ความสำคัญกับปัจจัยเพื่อพัฒนาทักษะการทำงานของตนเองมากกว่าปัจจัยอื่นๆ และให้ระดับความสำคัญมากที่สุด ให้้องค์กรดำเนินกิจการ 2 - 4 ปีให้ความสำคัญกับปัจจัยเพื่อพัฒนาทักษะการทำงานของตนเองมากกว่าปัจจัยอื่นๆเช่นกันแต่ให้ระดับความสำคัญมากที่สุด และให้้องค์กรดำเนินกิจการมากกว่า 10 ปีขึ้นไปให้ความสำคัญกับปัจจัยเพื่อการเลื่อนตำแหน่งงานของตนเองมากกว่าปัจจัยอื่นและให้ระดับความสำคัญมากที่สุด

เมื่อจำแนกตามยอดขายขององค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่องค์กรมียอดขายน้อยกว่า 50 ล้านบาท มียอดขาย 50.1 - 100 ล้านบาทและมากกว่า 200 ล้านบาทให้ความสำคัญในการเข้ารับฝึกอบรมกับสถาบันอาหารเพื่อพัฒนาทักษะการทำงานของตนเองมากกว่าปัจจัยอื่นและให้ระดับความสำคัญมากที่สุด มียอดขาย 100.1 - 150 ล้านบาทให้ความสำคัญในการเข้ารับฝึกอบรมกับสถาบันอาหารเพื่อพัฒนาทักษะการทำงานของตนเองมากกว่าปัจจัยอื่นและให้ระดับความสำคัญมากที่สุด และมียอดขาย 150.1 - 200 ล้านบาทให้ความสำคัญในการเข้ารับฝึกอบรมกับสถาบันอาหารเพื่อพัฒนาทักษะการทำงานของตนเองและเพื่อนำไปพัฒนาระบบการทำงานในองค์กรให้ดีขึ้นให้ความสำคัญมากกว่าปัจจัยอื่นและให้ระดับความสำคัญมากที่สุดเท่ากัน

ปัญหาในการเข้ารับฝึกอบรมและข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัญหาในการขอรับบริการฝึกอบรมจากสถาบันอาหารผู้ตอบแบบสอบถาม เคยประสบปัญหาในการขอรับบริการฝึกอบรมจากสถาบันอาหารสามารถแบ่งได้ 3 ประเด็น ได้แก่

- 1 หลักฐานการสมัครเข้ารับการฝึกอบรมหายไปไม่ได้รับการยืนยัน
- 2.ใบตอบรับกลับมาช้าบางที่กระชั้นชิดเกินไป
- 3 เปลี่ยนสถานที่อบรม โดยไม่ทราบล่วงหน้า ทำให้เข้าอบรมไม่ทัน ซึ่งอาจส่งผลให้ได้รับความรู้ไม่ครบถ้วนได้

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการให้สถาบันอาหารปรับปรุงในการจัดฝึกอบรม มากที่สุด คือ การประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 31.0 รองลงมาได้แก่ต้องการให้ปรับปรุงด้านสถานที่ในการ

จัดฝึกอบรมคิดเป็นร้อยละ 18.7 ด้านการประสานงาน คิดเป็นร้อยละ 17.7 ด้านรูปแบบในการจัดฝึกอบรมคิดเป็นร้อยละ 16.4 ด้านเนื้อหาหลักสูตรปรับเป็นเชิงลึก คิดเป็นร้อยละ 9.0 และด้านวิทยากรคิดเป็นร้อยละ 7.2 ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้ปรับปรุงเนื้อหาสูตรที่สถาบันอาหารมีอยู่ให้เนื้อหาและหลักสูตรให้ทันกับเหตุการณ์ปัจจุบันและเป็นด้านเชิงลึกมากขึ้นเช่นหลักสูตร Sensory Evaluation ควรจัดให้มีสอนการคำนวณ Anova โดยใช้ program สำเร็จ รูปและนอกจากนี้ และสถาบันอาหารควรจัดหลักสูตรที่มีเนื้อหาหลักสูตรใหม่ๆ ที่มีแนวโน้มจะนำมาใช้กับอุตสาหกรรมอาหารเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อเสนอแนะในการจัดหลักสูตรฝึกอบรมของสถาบันอาหารไว้เป็น 7 ประเด็นดังต่อไปนี้

1. ราคาต่อหลักสูตรของสถาบันอาหารสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) น่าจะถูกลงกว่าราคาในปัจจุบันนี้
2. ควรจัดให้มีการฝึกอบรมที่สถานที่ปฏิบัติงานจริงเช่นในโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร
3. ควรมีการจัดการฝึกอบรมกระจายตามภูมิภาคหรือต่างจังหวัด
4. สถาบันอาหารควรปรับปรุงด้านอาหารสำหรับผู้เข้าร่วมสัมมนาในบางครั้ง
5. ควรจัดแสดงแผนที่ในการเดินทางไปเข้ารับการฝึกอบรมให้ชัดเจน
6. ไม่ควรมีการเปลี่ยนแปลงสถานที่และเวลาในการจัดฝึกอบรมในภายหลังที่กำหนดไว้

แล้ว

7. ควรเพิ่มความหลากหลายของวิทยากร เพื่อให้ผู้เข้าร่วมรับการฝึกอบรมได้รับความรู้ที่หลากหลายจากวิทยากร

ส่วนที่ 2 อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่องความต้องการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปในพื้นที่ภาคกลางต่อหลักสูตรการฝึกอบรมของสถาบันอาหารสามารถอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

ผลการศึกษาสอดคล้องกับแนวความคิดของสมชาติ กิจยรรยง และ อรรถิย์ ณ ตะกั่วทุ่ง (2539: 31-65 อ้างถึง Stanley 1987 และ Watson 1988) กล่าวถึงการหาความต้องการจำเป็นในการฝึกอบรม (Training need assessment: TNA) ไว้ว่าการหาความต้องการจำเป็นในการฝึกอบรมเป็นส่วนหนึ่งของการระบุความต้องการจำเป็นในการฝึกอบรม (Training need identification :TNI)

และความต้องการจำเป็นในการฝึกอบรมจะเกิดขึ้นเมื่อบุคลากรขาดความรู้ ทักษะ ความเข้าใจ หรือทัศนคติในการปฏิบัติงานในหน้าที่ของตนให้ได้ตามเกณฑ์ที่กำหนด ในการปฏิบัติงานเราอาจพบว่าบุคลากรปฏิบัติงานต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน จากสาเหตุต่อไปนี้เป็นวิธีการปฏิบัติงานที่ไม่ถูกต้องและขาดทักษะในการทำงาน ที่สามารถแก้ไขได้ด้วยการฝึกอบรม ในการหาความจำเป็นฝึกอบรมนั้นต้องทำการวิเคราะห์สิ่งต่อไปนี้เป็นคือองค์การ งาน และ คน และสอดคล้องกับทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7 ประการ (The Service Marketing Mix) ของ Philip Kotler

ผลการศึกษาค้นคว้าความต้องการของผู้ประกอบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปในพื้นที่ภาคกลางต่อหลักสูตรการฝึกอบรมของสถาบันอาหารมีผลการศึกษาค้นคว้าที่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อภิชา วิทยาชนสิน (2539) ได้ศึกษาความต้องการในการฝึกอบรมขององค์กร กรณีศึกษา จากกลุ่มองค์กรที่เคยเข้าอบรมสัมมนาที่สถาบันพัฒนาตนเองและนักบริหาร โดยแยกเป็นประเด็นดังนี้

1. ผลการศึกษาของผู้เขียนพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริษัทอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้ารับการฝึกอบรมกับสถาบันอาหารที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดได้แก่เพื่อพัฒนาทักษะการทำงานของตนเองและเพื่อนำไปพัฒนาระบบการทำงานในองค์กรให้ดีขึ้น ผลการศึกษาของอภิชาพบว่าผู้เข้ารับการฝึกอบรมเกิดความพอใจในการจัดฝึกอบรมของสถาบันพัฒนาตนเองและนักบริหารในเรื่องของความรู้ที่ได้รับจากการฝึกอบรมสามารถนำไปปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานการปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมการทำงานหลังการอบรม

2. ผลการศึกษาของผู้เขียนยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบริษัทด้านผลิตภัณฑ์เช่นหลักสูตรน่าสนใจ ทันสมัยและหลากหลาย ปัจจัยด้านสถานที่ที่ใช้ในการจัดฝึกอบรมอยู่ควรมีความสะดวกติดต่อง่าย ปัจจัยด้านวิทยากรและหน่วยงานที่จัดฝึกอบรมมีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของผู้สอน เป็นสถาบันที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จัก ปัจจัยทางด้านกระบวนการบริการให้แก่ลูกค้าโดยเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เต็มใจให้บริการ ในระดับสำคัญมาก ผลการศึกษาของอภิชาพบว่าผู้เข้ารับการฝึกอบรมเกิดความพอใจในด้านของวิทยากร เนื้อหาการฝึกอบรม ความสมบูรณ์ของเอกสาร ความสะดวกในการเดินทาง ผู้สถานที่ฝึกอบรมอุปกรณ์ประกอบการฝึกอบรม เทคนิค และบรรยากาศในการฝึกอบรม การบริการด้านอาหารและการให้บริการของพนักงานของสถาบันพัฒนาตนเองและนักบริหาร

และนอกจากนี้ผลการศึกษาสอดคล้องกับผลการศึกษากำพล จิรายุเจริญศักดิ์ (2545) ซึ่งศึกษาความต้องการในการเข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นทางการบริหารธุรกิจ โดยสามารถแยกเป็นประเด็นดังนี้

1. ผลการศึกษาของผู้เขียนพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อบังคับจ้ออื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้ารับบริการฝึกอบรมกับสถาบันอาหารที่มีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุด ได้แก่ เพื่อพัฒนาทักษะการทำงานของตนเองและเพื่อนำไปพัฒนาระบบการทำงานในองค์กรให้ดีขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 และ 4.52 ตามลำดับ ผลการศึกษาของคำถามพบว่าวัตถุประสงค์ของการเข้าฝึกอบรมคือเพื่อพัฒนาทักษะการทำงานของตนเองคิดเป็นร้อยละ 28.1

2. ผลการศึกษาของผู้เขียนพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการวิทยากรที่เป็นผู้เชี่ยวชาญในประเทศ/อาจารย์มหาวิทยาลัยคิดเป็นร้อยละ 74.4 ผลการศึกษาของคำถามพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามต้องการวิทยากรที่ต้องการคือผู้เชี่ยวชาญในประเทศคิดเป็นร้อยละ 40.0

3. ผลการศึกษาของผู้เขียนพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการให้สถาบันอาหารจัดฝึกอบรมในโรงแรมมากที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 70.5 ผลการศึกษาของคำถามพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการด้านสถานที่ที่ต้องการเข้าฝึกอบรมเป็นโรงแรมคิดเป็นร้อยละ 34.3

แต่ผลการศึกษาของผู้เขียนต่างจากผลการศึกษาของคำถาม จิรายุเจริญศักดิ์ (2545) ซึ่งศึกษาความต้องการในการเข้ารับบริการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นทางด้านการบริหารธุรกิจ โดยแยกเป็นประเด็นดังนี้

1. ผลการศึกษาของผู้เขียนพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการให้สถาบันอาหารจัดฝึกอบรมหลักสูตรด้าน GMP & HACCP ซึ่งเป็นหลักสูตรด้านการจัดทำมาตรฐานในการผลิตอาหารให้ปลอดภัยมากที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 56.2 ผลการศึกษาของคำถามพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการทางด้านการตลาดมากที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 23.1

2. ผลการศึกษาของผู้เขียนพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการค่าใช้จ่ายต่อหลักสูตรมากที่สุดคือ 2,000 – 4,000 บาท โดยคิดเป็นร้อยละ 57.9 ผลการศึกษาของคำถามพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการค่าใช้จ่ายต่อหลักสูตรมากที่สุดคือ น้อยกว่า 2,500 บาท โดยคิดเป็นร้อยละ 38.1

3. ผลการศึกษาของผู้เขียนพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความสะดวกในการส่งบุคลากรเข้ารับบริการฝึกอบรมมากที่สุดคือ ไตรมาสที่ 2 (เดือนเมษายน – มิถุนายน) โดยคิดเป็นร้อยละ 30.3 ผลการศึกษาของคำถามพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการเข้ารับบริการฝึกอบรมในช่วงไตรมาสที่ 3 (เดือนกรกฎาคม – กันยายน) มากที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 38.1

4. ผลการศึกษาของผู้เขียนพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการระยะเวลาการเข้ารับบริการฝึกอบรมต่อหลักสูตรคือ 1 – 3 วัน โดยคิดเป็นร้อยละ 84.3 วันที่ต้องการ 3 อันดับแรกคือวันพฤหัสบดี – เสาร์ คิดเป็นร้อยละ 47.7 – 57.3 ส่วนช่วงเวลาที่ต้องการมากที่สุดคือ 9.00 – 17.00 น. คิดเป็นร้อยละ 56.7 ผลการศึกษาของคำถามพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการระยะเวลาการ

เข้ารับการฝึกอบรมต่อหลักสูตรคือ 1 – 2 สัปดาห์โดยคิดเป็นร้อยละ 42.9 วันที่ต้องการเข้ารับการฝึกอบรมคือวันเสาร์ – อาทิตย์คิดเป็นร้อยละ 63.8 ส่วนช่วงเวลาที่ต้องการมากที่สุดคือ 9.00 – 12.00 น. คิดเป็นร้อยละ 58.6

ส่วนที่ 3 ข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษา

จากการศึกษาครั้งนี้สามารถสรุปข้อค้นพบออกเป็นประเด็นได้ 5 ประเด็นดังต่อไปนี้

1. ประเด็นด้านหลักสูตร จากผลการศึกษาพบว่าจุดเด่นของหลักสูตรที่สถาบันอาหารจัดฝึกอบรมและผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการหลักสูตรด้าน GMP&HACCP ซึ่งเป็นหลักสูตรด้าน Food Safety มีผู้ตอบแบบสอบถามต้องการเข้าฝึกอบรมมากที่สุด จะเห็นได้ว่าหลักสูตรดังกล่าวหากพิจารณาแล้วอาจเป็นเพราะข้อบังคับทางกฎหมายที่กระทรวงสาธารณสุขได้ประกาศตั้งแต่ 24 กรกฎาคม 2544 เป็นวันที่กระทรวงสาธารณสุขโดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กำหนดให้ธุรกิจอาหารรวมถึงธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวดเป็นหนึ่งในสินค้าที่ต้องกำหนดวิธีการผลิต เครื่องมือเครื่องใช้ในการผลิต และการเก็บรักษาสินค้าตามหลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิตน้ำดื่ม หรือจีเอ็มพี (Good Manufacturing Practice : GMP) ซึ่งหลักเกณฑ์ของจีเอ็มพีจะเป็นมาตรฐานในการปฏิบัติที่ใช้เป็นแนวทางในการประกอบการพิจารณาว่าสถานที่ผลิตสินค้านั้นมีระบบการดำเนินการที่ดีเกี่ยวกับสถานที่ผลิต เครื่องมือเครื่องจักรอุปกรณ์ วัสดุคิป์ กระบวนการผลิต รวมไปถึงสุขอนามัยของพนักงาน ทั้งนี้เพื่อประกันคุณภาพของสินค้าที่ผลิตว่ามีคุณภาพมาตรฐานและปลอดภัยต่อผู้บริโภค ซึ่งทุกขั้นตอนต้องเน้นความสะอาดเป็นหลักเพื่อนำไปสู่การผลิตอาหารและน้ำดื่มบรรจุขวดที่มีคุณภาพและมีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค ซึ่งมาตรฐานดังกล่าวนี้สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้มีการนำเอามาตรฐานระหว่างประเทศ (FAO/WHO) หรือโคเด็กซ์ (Codex) รวมทั้งกฎหมายจากประเทศสหรัฐอเมริกา (USFDA) ซึ่งเป็นที่ยอมรับในระดับสากลมาปรับใช้กับสินค้าไทย โดยข้อกำหนดดังกล่าวจะมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 24 กรกฎาคม 2544 โดยผู้ประกอบการรายใหม่จะต้องเข้าหลักเกณฑ์ GMP โดยทันที แต่สำหรับผู้ผลิตน้ำดื่มรายเดิมมีเวลาในการปรับปรุงแก้ไข 2 ปีนับจากวันที่ประกาศนี้มีผลบังคับใช้หรือเริ่มบังคับใช้วันที่ 24 กรกฎาคม 2546 ซึ่งคาดว่าเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการให้ความสนใจในหลักสูตรนี้มากเป็นพิเศษ

ส่วนหลักสูตรที่มีอยู่ในแผนฝึกอบรมของสถาบันอาหารคือหลักสูตรด้านระบบคุณภาพสิ่งแวดล้อมและหลักสูตรด้านหลักการถนอมอาหาร ที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการเข้าฝึกอบรมน้อยที่สุด ข้อสังเกตของทั้งสองหลักสูตรจะเห็นได้ว่าหลักสูตรด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมนั้นสำหรับโรงงานที่มีขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ค่อนข้างให้ความสนใจน้อยเนื่องจากยังไม่ต้องการภาพพจน์ที่ต้องรับผิดชอบต่อสาธารณชนมากนักนอกจากมุ่งแสวงหาผลกำไรและพัฒนา

ผลิตภัณฑ์ของกิจการเอง ส่วนหลักสูตรด้านหลักการถนอมอาหารนั้นอาจเป็นเพราะหลักสูตรมีเนื้อหาที่กว้างไป ไม่ได้จำเพาะเจาะจงลงไปว่าเป็นเนื้อหาใดด้านหนึ่งโดยเฉพาะจึงทำให้มีผู้สนใจน้อยกว่าหลักสูตรอื่นๆ

และนอกจากนี้ยังมีหลักสูตร International เช่นหลักสูตรหลักสูตร Better Process Control School หลักสูตร British Retailing Consortium (BRC) หลักสูตร Freezing หลักสูตร Process Deviation และหลักสูตร Aseptic Technique ที่มีแนวโน้มที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการเข้ารับการศึกษาเพิ่มขึ้นถึงแม้จะมีระดับความสำคัญแบบไม่มีนัยสำคัญแต่เป็นข้อคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่เขียนแสดงความต้องการรับการศึกษาเพิ่มเติมจากหลักสูตรประจำปีของสถาบันอาหารจากการสอบถามผู้เกี่ยวข้องกับการจัดหลักสูตรดังกล่าวทราบว่า เป็นหลักสูตรที่หน่วยงานในสถาบันอาหารมีการจัดร่วมกับองค์กรอื่นของภาครัฐและองค์การอาหารจากต่างประเทศทำการจัดหลักสูตรเฉพาะด้านขึ้นมา ซึ่งมีได้เป็นแผนหลักสูตรประจำปีของสถาบันอาหารแต่จะมีการจัดตามความร่วมมือและความต้องการของผู้ประกอบการในภาวะต่างๆและ นอกจากนี้หลักสูตรด้านการจัดการและการวิเคราะห์วิจัยเช่นหลักสูตรการทำงานเป็นทีม หลักสูตรสถิติสำหรับวิเคราะห์และวิจัยก็เป็นหลักสูตรที่ผู้ประกอบการมีความต้องการที่จะเข้ารับการศึกษาอบรมกับสถาบันอาหาร

2. ประเด็นด้านการติดต่อสื่อสาร จากผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้สถาบันอาหารติดต่อด้วยมากที่สุดคือทางจดหมายลงทะเบียน ซึ่งจะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมอาหารที่มีขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs)นั้นยังคงต้องการวิธีการที่ต้องการความแน่นอนและมั่นใจว่าข่าวสารถึงองค์กรแน่นอนแบบเป็นลายลักษณ์อักษร แต่ก็มีแนวโน้มมีความต้องการให้สถาบันอาหารติดต่อโดยทางอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น ดังสังเกตจากความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้สถาบันอาหารใช้สื่อประชาสัมพันธ์อันดับหนึ่งมากที่สุดคือ จดหมายข่าวและอินเทอร์เน็ตเท่ากัน

3. ประเด็นจากผลการศึกษาวิจัยส่วนผสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน

3.1 พิจารณาผลการศึกษาวิจัยส่วนผสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้านกับอายุ ผลการศึกษาพบว่าทุกปัจจัยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเท่ากันทั้งเพศชายและหญิง

3.1.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์แล้วหัวข้อหลักสูตรน่าสนใจ ทันสมัย และทันต่อเหตุการณ์ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดทั้งเพศชายและหญิง

3.1.2 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด วัสดุสื่อสารและสื่อโฆษณาผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิงให้ความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุน้อย

3.1.3 ปัจจัยด้านวิทยากรและหน่วยงานที่จัดฝึกอบรมมีอิทธิพลต่อการคัดเลือกเข้ารับการอบรมกับสถาบันอาหารผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าเพศชายให้ความสำคัญต่อวิทยากรในระดับสำคัญมากมี 2 ปัจจัยคือวิทยากรความรู้และมีชื่อเสียงในหัวข้อที่สอนและ วิทยากรสามารถสร้างความเข้าใจในหัวข้อที่สอนได้เป็นอย่างดี ส่วนเพศหญิงให้ความสำคัญมากถึง 4 ปัจจัยในระดับสำคัญมากคือวิทยากรสามารถสร้างความเข้าใจในหัวข้อที่สอนได้เป็นอย่างดี วิทยากรสนใจและมีความกระตือรือร้นในการสอน วิทยากรสามารถสร้างความเชื่อมั่นและไว้วางใจให้กับผู้เรียน และวิทยากรเป็นผู้มีประสบการณ์ในการปฏิบัติ และ

3.1.4 ปัจจัยอื่นๆที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้ารับการฝึกอบรมกับสถาบันอาหารพบว่าเพศชายให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดเพียงปัจจัยเดียวคือ เพื่อพัฒนาทักษะการทำงานของตนเอง ส่วนเพศหญิงให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดถึง 2 ปัจจัยคือ เพื่อพัฒนาทักษะการทำงานของตนเองและเพื่อนำไปพัฒนาระบบการทำงานในองค์กรให้ดีขึ้น

3.2 พิจารณาผลการศึกษานี้ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้านกับอายุของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น หลักสูตรน่าสนใจ ทันสมัยและหลากหลาย และปัจจัยด้านวิทยากรและสถาบันที่จัดฝึกอบรมเช่นชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของผู้สอน เป็นสถาบันที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักในระดับสำคัญมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 50 ปีให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น หลักสูตรน่าสนใจ ทันสมัยและหลากหลาย ปัจจัยด้านสถานที่ให้บริการ เช่น ท่าเลที่ตั้งเดินทางสะดวกติดต่อง่าย มีอุปกรณ์โสตทัศนศึกษาที่ทันสมัย และปัจจัยด้านวิทยากรและสถาบันที่จัดฝึกอบรมเช่นชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของผู้สอน เป็นสถาบันที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักในระดับสำคัญมากที่สุด หากพิจารณาลงไปในแต่ละปัจจัยพบว่า

3.2.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ทุกช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อหัวข้อหลักสูตรน่าสนใจ ทันสมัย และทันต่อเหตุการณ์ และนอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 50 ปียังให้ความสำคัญต่อมีระบบการเรียนการสอนที่ทันสมัย ไม่จำเจ ความน่าเชื่อถือและความสามารถของวิทยากรและได้รับการฝึกอบรมและปฏิบัติงานจากสถานที่และอุปกรณ์จริงในระดับมากที่สุดมากกว่าช่วงอายุอื่นๆ

3.2.2 ปัจจัยด้านราคาผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 50 ปียังให้ความสำคัญต่อค่าใช้จ่ายต่อหลักสูตร ค่าเอกสาร/อุปกรณ์เสริมอื่นๆนอกเหนือจากค่าหลักสูตรและมีส่วนลดพิเศษในระดับมากที่สุด

3.2.3 ปัจจัยด้านสถานที่ที่จัดฝึกอบรมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 50 ปียังให้ความสำคัญต่อทุกด้านในระดับมากที่สุด และนอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี

อายุต่ำกว่า 20 ปีให้ความสำคัญต่อการมีห้องปฏิบัติการเพื่อสำหรับฝึกอบรมให้ทำได้จริงในระดับมากที่สุด

3.2.4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมด้านการตลาด วัสดุสื่อสารและสื่อวิทยุที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้าฝึกอบรมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกช่วงอายุให้ความสำคัญต่อสื่อโทรทัศน์และวิทยุในระดับสำคัญน้อย และนอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุ 31-40 ปีให้ความสำคัญต่อการได้รับการแนะนำจากบุคคลหรือหน่วยงานอื่นๆในระดับสำคัญน้อย ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 50 ปีไม่ให้ความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตในระดับสำคัญน้อย แต่ให้ความสำคัญต่อการมีแจกเอกสาร/หนังสือฟรีนอกเหนือจากที่อบรมในหลักสูตรในระดับความสำคัญมากที่สุด

3.2.5 ปัจจัยด้านกระบวนการผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีให้ความสำคัญต่อความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ การให้ข้อมูลด้านรายละเอียดของหลักสูตรต่าง ๆ แก่ผู้ที่สนใจและการตอบปัญหาและข้อเสนอแนะแก่ผู้ที่จะเข้ารับการฝึกอบรมในระดับสำคัญมาก และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุมากกว่า 50 ปีให้ความสำคัญต่อขั้นตอนในการสมัครเข้ารับการฝึกอบรมสะดวก ไม่ยุ่งยาก ขั้นตอนในการชำระเงินสะดวก ไม่ยุ่งยาก เจ้าหน้าที่ที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เต็มใจให้บริการ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการและการให้ข้อมูลด้านรายละเอียดของหลักสูตรต่าง ๆ แก่ผู้ที่สนใจในระดับสำคัญมากที่สุด และ

3.2.6 ปัจจัยอื่นๆที่มีอิทธิพลพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 40 ปีลงมาให้ความสำคัญเพื่อพัฒนาทักษะการทำงานของตนเองในระดับสำคัญมากที่สุด เพื่อเรียนรู้เทคโนโลยีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีและมากกว่า 50 ปีให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด เพื่อป้องกันความเสี่ยงในองค์กรผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปีให้ความสำคัญมากที่สุด ส่วนเพื่อนำไปพัฒนาระดับการทำงานให้ดีขึ้นนั้นเกือบทุกช่วงอายุที่ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุช่วง 31-40 ปี

3.3 พิจารณาผลการศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้านกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามระดับผู้บริหารระดับสูงและที่ปรึกษาบริษัทให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เช่น หลักสูตรน่าสนใจ ทันสมัย และหลากหลายในระดับสำคัญมากที่สุด เมื่อพิจารณาเจาะลึกลงไปในแต่ละปัจจัยพบว่า

3.3.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์นั้น ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกระดับให้ความสำคัญต่อหัวข้อหลักสูตรน่าสนใจ ทันสมัย และทันต่อเหตุการณ์ในระดับมากที่สุดยกเว้นระดับพนักงานปฏิบัติการที่ให้ความสำคัญเพียงระดับสำคัญมาก และนอกจากนี้ที่ปรึกษาบริษัทยังให้ความสำคัญต่อมีระบบการเรียนการสอนที่ทันสมัย ไม่จำเจในระดับสำคัญมากอีกปัจจัย และ

ผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญต่อความน่าเชื่อถือและความสามารถของวิทยากรในระดับสำคัญมากที่สุดเช่นกัน

3.3.2 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด วัสดุสื่อสารและสื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้าฝึกอบรมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับให้ความสำคัญต่อการสื่อสารผ่านสื่อโทรทัศน์และวิทยุในระดับสำคัญน้อย และผู้บริหารระดับกลางและที่ปรึกษาบริษัทให้ความสำคัญต่อการได้รับการแนะนำจากบุคคลหรือหน่วยงานอื่นๆในระดับสำคัญน้อย

3.3.3 ปัจจัยด้านวิทยากรและหน่วยงานที่จัดฝึกอบรม ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้ารับการฝึก อบรมกับสถาบันอาหารพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับให้ความสำคัญต่อวิทยากรสามารถสร้างความเข้าใจในหัวข้อที่สอนเป็นอย่างดีในระดับสำคัญมากที่สุด และผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกระดับให้ความสำคัญต่อวิทยากรเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการปฏิบัติในระดับสำคัญมากยกเว้นผู้บริหารระดับกลาง ผู้บริหารระดับสูงและผู้บริหารระดับต้นให้ความสำคัญต่อวิทยากรมีความรู้และมีชื่อเสียงในหัวข้อที่สอนในระดับมากที่สุด และนอกจากนี้ผู้บริหารระดับสูงและที่ปรึกษาบริษัทยังให้ความสำคัญต่อวิทยากรสนใจ และมีความกระตือรือร้นในการสอนและวิทยากรสามารถสร้างความเชื่อมั่นและไว้วางใจให้กับผู้เรียนในระดับสำคัญมากที่สุดเพิ่มจากด้านอื่นๆ

3.3.4 ปัจจัยด้านกระบวนการ ให้บริการพบว่าผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญต่อเจ้าหน้าที่ที่ให้ บริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เต็มใจให้บริการในระดับสูงมาก ส่วนที่ปรึกษาบริษัทให้ความสำคัญต่อเจ้าหน้าที่ที่ให้ บริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เต็มใจให้บริการ ขึ้นตอนในการติดต่อขอแก้ไขปัญหาด่าง ๆ ระหว่างรับการฝึกอบรมสะดวก ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ การให้ข้อมูลด้านรายละเอียดของหลักสูตรต่าง ๆ แก่ผู้ที่สนใจและการตอบปัญหาและข้อเสนอแนะแก่ผู้ที่จะเข้ารับการฝึกอบรมในระดับสำคัญมากที่สุด

3.3.5 ปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้ารับการฝึกอบรมกับสถาบันอาหารนั้นพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับให้ความสำคัญต่อเพื่อพัฒนาทักษะการทำงานของตนเองในระดับสำคัญมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทุกระดับให้ความสำคัญต่อเพื่อนำไปพัฒนาระบบการทำงานในองค์กรให้ดีขึ้นในระดับสำคัญมากที่สุดยกเว้นผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริหารระดับกลาง ส่วนบริหารระดับสูงและที่ปรึกษาบริษัทให้ความสำคัญต่อเพื่อเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อติดตามสถานการณ์ในระดับสำคัญมากที่สุด และนอกจากนั้นยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้บริหารระดับสูง ระดับกลาง และที่ปรึกษาบริษัทให้ความสำคัญต่อการเลื่อนตำแหน่งงานของตนเองในระดับสำคัญน้อย

3.4 พิจารณาผลการศึกษายิงจัยส่วนผสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้านกับระยะเวลาการดำเนินงานขององค์การผู้ตอบแบบสอบถามแล้วพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีองค์การที่ดำเนินงานมาในระยะ 2- 4 ปีและ ระยะ 8 – 10 ปี ให้ความสำคัญในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เช่น หลักสูตร น่าสนใจ ทันสมัย และหลากหลายในระดับความสำคัญมากที่สุด และถ้าหากพิจารณาเจาะลึกลงไป ในแต่ละปัจจัยแล้วพบว่า

3.4.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์นั้นผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการดำเนินการขององค์การทุกระยะให้ความสำคัญในหัวข้อหลักสูตรน่าสนใจ ทันสมัย และทันต่อเหตุการณ์ในระดับความสำคัญมากที่สุด

3.4.2 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด วัสดุสื่อสาร และสื่อโฆษณาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการดำเนินงานขององค์การน้อยกว่า 2 ปี ระยะเวลา 5 – 7 ปี และ 10 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญในด้านมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ในระดับสำคัญน้อยและผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการดำเนินการขององค์การทุกระยะให้ความสำคัญในมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุในระดับสำคัญน้อย

3.4.3 ปัจจัยด้านวิทยากรและหน่วยงานที่จัดฝึกอบรม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีองค์การดำเนินงานในระยะ 2 - 4 ปี ระยะเวลา 8 – 10 ปีและระยะเวลามากกว่า 10 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญต่อวิทยากรมีความรู้และมีชื่อเสียงในหัวข้อที่สอนในระดับสำคัญมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีองค์การดำเนินงานในระยะน้อยกว่า 2 ปี ระยะเวลา 2 – 4 ปี ระยะเวลา 8-10 ปีและระยะเวลา 10 ปีให้ความสำคัญแก่วิทยากรสามารถสร้างความเข้าใจในหัวข้อที่สอนเป็นอย่างดี วิทยากรสนใจและมีความกระตือรือร้นในการสอนและวิทยากรเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการปฏิบัติในระดับสำคัญมากที่สุด และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการดำเนินงาน 2- 4 ปี และมากกว่า 10 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญวิทยากรสามารถสร้างความเชื่อมั่นและไว้วางใจให้กับผู้เรียนในระดับสำคัญมากที่สุดและ

3.4.4 ปัจจัยอื่นๆที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้ารับการอบรมกับสถาบันอาหารพบว่าผู้ตอบแบบ สอบถามที่มีระยะเวลาการดำเนินงานขององค์การเกือบทุกระยะ เวลายุ่งวัน 5 – 7 ปีที่ให้ความสำคัญต่อเพื่อพัฒนาทักษะการทำงานของตนเองในระดับสำคัญมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการดำเนินงานมากกว่า 10 ปีให้ความสำคัญต่อการเลื่อนตำแหน่งงานของตนเองในระดับสำคัญมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการดำเนินงานน้อยกว่า 2 ปีให้ความสำคัญต่อเพื่อเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อติดตามสถานการณ์ในระดับสำคัญที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการดำเนินงาน 2-4 ปีให้ความสำคัญต่อเพื่อป้องกันความเสี่ยงและนำไปแก้ไขปัญหาลูกค้าในองค์การในระดับความสำคัญมากที่สุด และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาการดำเนินงาน น้อย

กว่า 2 ปี ระยะเวลา 2 – 4 ปี และระยะ 8–10 ปีให้ความสำคัญต่อเพื่อนำไปพัฒนาระบบการทำงานในองค์กรให้ดีขึ้นในระดับความสำคัญมากที่สุด

3.5 พิจารณาผลการศึกษาปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้านกับยอดขายทั้งปีของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทุกระดับให้ความสำคัญในทุกปัจจัยเท่ากันคือในระดับสำคัญมากที่สุดเท่ากัน แต่ถ้าหากพิจารณาลึกลงไปในแต่ละปัจจัยแล้ว

3.5.1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายทุกระดับให้ความสำคัญต่อหัวข้อหลักสูตรน่าสนใจ ทันสมัย และทันต่อเหตุการณ์ในระดับสำคัญมากที่สุด

3.5.2 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด วัสดุสื่อสาร และสื่อโฆษณาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่องค์กรมียอดขายทุกยอดขายกวันมียอดขาย 150.1 – 200 ล้านบาทให้ความสำคัญต่อมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์และมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุในระดับความสำคัญน้อย

3.5.3 ปัจจัยด้านวิทยากร และหน่วยงานที่จัดอบรมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่องค์กรมียอดขายน้อยกว่า 50 ล้านบาทให้ความสำคัญต่อวิทยากรมีความรู้และมีชื่อเสียงในหัวข้อที่สอนในระดับสำคัญมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามที่องค์กรมียอดขายน้อยกว่า 50 ล้านบาท มียอดขาย 150.1 -200 ล้านบาท มียอดขายมากกว่า 200 ล้านบาทต่อปีให้ความสำคัญต่อวิทยากรสามารถสร้างความเข้าใจในหัวข้อที่สอนเป็นอย่างดี วิทยากรสนใจ และมีความกระตือรือร้นในการสอน วิทยากรสามารถสร้างความเชื่อมั่นและไว้วางใจให้กับผู้เรียนและวิทยากรเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการปฏิบัติในระดับความสำคัญมากที่สุด

3.5.4 ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่องค์กรมียอดขายน้อยกว่า 50 ล้านบาทให้ความสำคัญต่อขั้นตอนในการสมัครเข้ารับการศึกษาอบรมสะดวก ไม่ยุ่งยากและเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เต็มใจให้บริการในระดับความสำคัญมากที่สุด และ

3.5.5 ปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเข้ารับการอบรมกับสถาบันอาหารพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายทุกระดับกวันมียอดขาย 100.1 – 150 ล้านบาทต่อปีให้ความสำคัญต่อเพื่อพัฒนาทักษะการทำงานของตนเองในระดับความสำคัญมากที่สุด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มียอดขายขององค์กรน้อยกว่า 50 ล้านบาทให้ความสำคัญต่อเพื่อเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อติดตามสถานการณ์ เพื่อป้องกันความเสี่ยงและนำไปแก้ไขปัญหาในองค์กรและเพื่อนำไปพัฒนาระบบการทำงานในองค์กรให้ดีขึ้นในระดับสำคัญมากที่สุด และนอกจากนั้นยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่องค์กรมียอดขาย 150.1 ล้านบาทเป็นต้นไปให้ความสำคัญต่อเพื่อนำไปพัฒนาระบบการทำงานในองค์กรให้ดีขึ้นในระดับสำคัญมากที่สุดเช่นเดียวกัน

4. ประเด็นด้านปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบได้แก่

4.1 ปัญหาด้านหลักฐานด้านการสมัครเข้ารับการฝึกอบรมหายไปไม่ได้รับการยืนยัน

4.2 ปัญหาในการได้รับใบตอบรับจากสถาบันอาหารกลับมาข้างบางที่กระชั้นชิดเกินไป ทำให้ผู้เข้าร่วมรับการฝึกอบรมเตรียมตัวไม่ทัน

4.3 ปัญหาด้านการเปลี่ยนแปลงสถานที่อบรม โดยไม่ทราบล่วงหน้า ทำให้เข้าอบรมไม่ทัน ซึ่งอาจส่งผลให้ผู้เข้าร่วมรับการฝึกอบรมได้รับความรู้ไม่ครบถ้วนได้

5. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้เสนอแนะให้แก่สถาบันอาหารพบว่าสามารถแบ่งได้เป็น 7 ข้อเสนอแนะดังนี้

5.1 ปัจจัยด้านราคามีผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วนได้เสนอแนะไว้ว่าราคาสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) น่าจะมีราคาที่ถูกลงกว่าปัจจุบันนี้

5.2 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการอยากให้สถาบันอาหารจัดให้มีการฝึกอบรมในสถานที่ปฏิบัติงานจริงเช่นในโรงงานอุตสาหกรรมอาหาร

5.3 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการอยากให้สถาบันอาหารจัดให้มีการฝึกอบรมกระจายไปจัดตามภูมิภาคหรือต่างจังหวัดบ้าง

5.4 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการอยากให้สถาบันอาหารมีการปรับปรุงอาหารสำหรับผู้เข้าร่วมสัมมนาให้มีคุณภาพดีขึ้น

5.5 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการอยากให้สถาบันอาหารจัดแสดงแผนในการเดินทาง เข้าร่วมรับการฝึกอบรมควรมีความชัดเจน

5.6 สถาบันอาหารไม่ควรมีการเปลี่ยนแปลงสถานที่และเวลาในการจัดฝึกอบรมภายหลังเพราะจะทำให้ผู้เข้าร่วมรับการฝึกอบรมสับสน

5.7 สถาบันอาหารควรเพิ่มความหลากหลายของวิทยากร เพื่อให้ผู้เข้าร่วมรับการฝึกอบรมได้รับความรู้ที่หลากหลายจากวิทยากร

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาความต้องการของผู้ประกอบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปในพื้นที่ภาคกลางต่อหลักสูตรการฝึกอบรมของสถาบันอาหารมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการของผู้ประกอบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปในพื้นที่ภาคกลางต่อหลักสูตรการฝึกอบรมของสถาบันอาหาร สามารถ

นำข้อมูลมาใช้ให้เป็นประโยชน์และเสนอแนะแนวทางในการวางแผนการดำเนินงานและผู้สนใจทั่วไปจึงขอสรุปข้อเสนอแนะไว้ดังนี้

จากการศึกษาพบว่าปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามพบในการเข้ารับการศึกษาฝึกอบรบกับสถาบันอาหารปัญหาที่พบยังอยู่ในระดับต่ำคือร้อยละ 6.1 แต่ควรให้ความสำคัญในการแก้ไขปัญหาดังนี้

1. ในด้านกระบวนการให้บริการแก่ลูกค้า
2. ในด้านสถานที่ที่จัดฝึกอบรม ควร สะดวกและไม่มี การเปลี่ยนแปลงหากมีการแจ้งล่วงหน้าให้ลูกค้าทราบแล้ว

และควรรักษาและพัฒนาในส่วนที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในหลักสูตรและการบริการของสถาบันอาหารอยู่แล้วเช่นปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายและทันสมัย ปัจจัยด้านวิทยากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน และมีความน่าเชื่อถือ เป็นต้น

จากผลการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้สถาบันอาหารปรับปรุงในด้านการประชาสัมพันธ์มากที่สุด แสดงให้เห็นว่า การจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ขององค์กร ควรมีการปรับปรุงแก้ไขและควรจัดหาช่องทางในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์หลายๆด้าน ประเด็นถัดมาที่ควรมีการพัฒนาปรับปรุงแก้ไขคือด้านการประสานงานและการให้บริการแก่ผู้ประกอบการ โดยสถาบันอาหารควรจัดให้เจ้าหน้าที่ทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานคอยรับเรื่องและแก้ไขปัญหาที่ผู้ที่มีความต้องการเข้ารับการศึกษาฝึกอบรบกับสถาบันอาหาร โดยเฉพาะ ส่วนประเด็นด้านวิทยากรและเนื้อหาหลักสูตรถึงแม้ผู้ตอบแบบสอบถามจะให้ความสำคัญน้อยแต่เป็นประเด็นที่ไม่ควรมองข้ามและสถาบันอาหารควรมีการนำมา พิจารณาเป็นประเด็นเพื่อนำไปพัฒนาหลักสูตรให้ตรงกับความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามต่อไป

จากผู้ตอบแบบสอบถามต้องการมีความต้องการต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด วัสดุสื่อสารและ โฆษณาให้มีการแจกเอกสาร/หนังสือฟรีนอกเหนือจากอบรบในหลักสูตร ดังนั้นสถาบันอาหารอาจใช้วิธีการรวมค่าใช้จ่ายของเอกสาร/หนังสือที่ผู้เข้าฝึกอบรมต้องฟรี เข้าไปในค่าลงทะเบียน โดยจัดให้เป็นลักษณะของการขายเป็นแพ็คเกจ

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป ผู้ที่จะทำการศึกษาเรื่องความต้องการในการฝึกอบรมในครั้งถัดไปควรทำการศึกษาในหลักสูตรจัดฝึกอบรมในด้านอื่นๆหรือหลักสูตรที่หน่วยงานของราชการหรือเอกชนจัดขึ้นในหลายๆแห่งเพื่อเป็นการเปรียบเทียบผลการศึกษาที่ผู้ทำการศึกษาได้ทำไว้และการศึกษาดังกล่าว จะทำให้ทราบความต้องการของผู้ประกอบการวิสาหกิจที่มีขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ได้ชัดเจนขึ้น และเกิดประโยชน์แก่ผู้จัดทำหลักสูตร

ในการฝึกอบรมด้านต่างๆสามารถนำผลไปพัฒนาหลักสูตรให้ตรงกับความต้องการของผู้เข้า
ฝึกอบรมมากที่สุด



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University—
All rights reserved