



ใบรับรองวิทยานิพนธ์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต (เทคโนโลยีการศึกษา)

ปริญญา

เทคโนโลยีการศึกษา

สาขา

เทคโนโลยีการศึกษา

ภาควิชา

เรื่อง สภาพปัญหาและความต้องการสื่อเพื่อการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงและ
ตลาดแบบตรง

The Status Problems and the Needs of Media Utilization for Training the Distributor
in Direct Sales and Direct Marketing

นามผู้วิจัย นางลัดดาวัลย์ บุญนันท

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จกมล แก่นเพิ่ม, คอ.ม.)

กรรมการ

(รองศาสตราจารย์สาโรช ไศภีรักษ์, กศ.ด.)

หัวหน้าภาควิชา

(อาจารย์สุวิทย์ บุตรสุวรรณ, กศ.ม.)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์รับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์วินัย อางคงหาญ, M.A.)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 28 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2549

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

สภาพปัญหาและความต้องการสื่อเพื่อการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

The Status Problems and the Needs of Media Utilization for Training the Distributor in Direct
Sales and Direct Marketing

โดย

นางลัดดาวัลย์ บุญนันท

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เทคโนโลยีการศึกษา)

พ.ศ. 2549

ISBN 974-16-1357-1

ลัดดาวัลย์ บุญนันท์ 2549: สภาพปัญหาและความต้องการสื่อเพื่อการฝึกอบรมของ
นักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง ปรินญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต
(เทคโนโลยีการศึกษา) สาขาเทคโนโลยีการศึกษา ภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา
ประธานกรรมการที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์จกมล แก่นเพิ่ม, คอ.ม. 105 หน้า
ISBN 974-16-1357-1

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา 1) สภาพปัญหาในการใช้สื่อเพื่อ
การฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง 2) ความต้องการในการใช้สื่อเพื่อ
การฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง 3) ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการใช้
สื่อเพื่อการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัย
ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จากกลุ่มนักธุรกิจขายตรง ที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับ
การฝึกอบรม จากบริษัทขายตรง 5 แห่ง ดังต่อไปนี้ บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด
บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิค จำกัด บริษัท ชูเลี่ยน จำกัด บริษัท แฮปปี้ เอ็ม พี เอ็ม
จำกัด และ บริษัท สุพรีเคิร์ม จำกัด จำนวน 250 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ
แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วย สถิติ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์

ผลการวิจัยพบว่า

1. นักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงมีสภาพปัญหาในการใช้สื่อประเภทวัสดุ
เครื่องมืออุปกรณ์ เทคนิคและวิธีการฝึกอบรม อยู่ในระดับปานกลาง
2. นักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงมีความต้องการในการใช้สื่อประเภทวัสดุ
เครื่องมืออุปกรณ์ เทคนิคและวิธีการฝึกอบรม อยู่ในระดับมาก
3. นักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการใช้สื่อเพื่อ
การฝึกอบรมประเภทวัสดุ เครื่องมืออุปกรณ์ เทคนิคและวิธีการฝึกอบรม ว่าควรมี
การฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้การฝึกอบรมในธุรกิจขายตรงมีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้น



ลายมือชื่อนิติศิต



ลายมือชื่อประธานกรรมการ

20 / 3 / 49

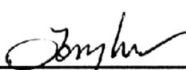
Laddawan Boonnan 2006: The Status Problems and the Needs of Media Utilization for Training the Distributor in Direct Sales and Direct Marketing. Master of Education (Educational Technology), Major Filed: Educational Technology. Department of Educational Technology. Thesis Advisor: Assistant Professor Jongkol Kanperm, M.S.Tech.Ed. 105 pages. ISBN 974-16-1357-1

The purpose of this research were to study: 1) The status problems of media utilization for training the distributor in direct sales and direct marketing 2) The Needs of media utilization for training the distributor in direct sales and direct marketing 3) The idea and the advice about the method to use media utilization for training the distributor in direct sales and direct marketing. Group population was selected by purposive sampling among 250 distributors in direct sales and direct marketing who had received duty training from 5 different companies as Amway (Thailand) Co.,Ltd. Giffarine Skyline Unity Co.,Ltd. Zulien Co.,Ltd. Happy MPM Co.,Ltd. Suprederm Co.,Ltd. Instruments used in this research were questionnaire. Gathered data were analyzed by statistical of frequency percentage mean and standard deviation with a social statistical program for windows.

Findings revealed that:

1. The status problem of media utilization for training the distributor in direct sales and direct marketing were at medium level.
2. The needs of media utilization for training the distributor in direct sales and direct marketing were at high level.
3. The distributor in direct sales and direct marketing had ideas and advice about the way to use media utilization for training in kind of media (store, equipment, technical in training) as the company ought to have training about how to use media in the best way always for better efficiency in training.


Student's signature


Thesis Advisor's signature

20 / 03 / 2006

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาเป็นอย่างมากจากผู้ช่วยศาสตราจารย์
จงกล แก่นเพิ่ม ประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์สาโรช โสภีรักษ์
กรรมการวิชาเอก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประเดิม จำเริญ ผู้แทนบัณฑิตวิทยาลัย ซึ่งกรุณา
ให้คำปรึกษาแนะนำและให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ ขอขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์อนุพร
สุวรรณวาทกสิกิจ อาจารย์พิศาล อุดสาพงษ์ และคุณยศวีร์ ยุทธะนันท์ ที่ให้ความอนุเคราะห์
ให้คำปรึกษาและตรวจคุณภาพแบบสอบถามสำหรับใช้เก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยขอขอบคุณนักธุรกิจขายตรงทั้ง 5 บริษัท คือ บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด
บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิค จำกัด บริษัท ชูเลี่ยน จำกัด บริษัท แฮปปี้ เอ็ม พี เอ็ม จำกัด
และบริษัท สุพรีเดิร์ม จำกัด ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม และขอขอบคุณ
สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค สมาคมขายตรงไทย(TDSA) สมาคมอุตสาหกรรมขายตรงไทย(TDIA)
ซึ่งกรุณาให้คำแนะนำและให้ข้อมูลในการวิจัย

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ ร่วมรุ่นทุกคน ที่เป็นกำลังใจให้แก่ผู้วิจัย

ขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อวิวัฒน์ - คุณแม่ภาณี บุญนันท์ และคุณสุกิจ - คุณอารยา
สัตย์เพริศพราย ที่สนับสนุนการวิจัยในครั้งนี้

ขอให้คุณความดีที่ได้จากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ มอบให้คุณพ่อวิวัฒน์ - คุณแม่ภาณี
บุญนันท์ คุณสุกิจ - คุณอารยา สัตย์เพริศพราย และคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชา
จนเป็นผลให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จด้วยดี

ลัดดาวัลย์ บุญนันท์

กุมภาพันธ์ 2549

สารบัญ

หน้า

สารบัญตาราง

(3)

บทที่ 1 บทนำ

1

ความสำคัญของปัญหา

1

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

4

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

4

ขอบเขตของการวิจัย

5

นิยามศัพท์

5

บทที่ 2 การตรวจเอกสาร

8

ทฤษฎีและหลักการเรียนรู้ที่เกี่ยวกับการฝึกอบรม

8

ประวัติความเป็นมาของธุรกิจขายตรง

16

สื่อการศึกษาและสื่อการฝึกอบรม

21

ทฤษฎีความต้องการ

44

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

47

บทที่ 3 วิธีการวิจัย

50

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

50

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

51

การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

52

การเก็บรวบรวมข้อมูล

53

การวิเคราะห์ข้อมูล

53

บทที่ 4 ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์

57

ผลการวิจัย

58

ข้อวิจารณ์

70

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

76

สรุปผลการวิจัย

76

ข้อเสนอแนะ

80

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
เอกสารและสิ่งอ้างอิง	82
ภาคผนวก	87
ภาคผนวก ก	88
ภาคผนวก ข	90
ภาคผนวก ค	92
ภาคผนวก ง	94
ประวัติการศึกษาและการทำงาน	105

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง เพศ อายุ คุณวุฒิการศึกษาสูงสุด อาชีพงาน ในการทำธุรกิจขายตรง เป็นนักธุรกิจของบริษัท ลักษณะการทำงาน	58
2	สภาพการใช้สื่อการฝึกอบรมในปัจจุบันประเภทวัสดุ	61
3	สภาพการใช้สื่อการฝึกอบรมในปัจจุบันประเภทเครื่องมืออุปกรณ์	62
4	สภาพการใช้สื่อการฝึกอบรมในปัจจุบันประเภทวิธีการและเทคนิคการฝึกอบรม	63
5	ปัญหาการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมด้านการเตรียมและจัดหาสื่อการฝึกอบรม	63
6	ปัญหาการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมด้านการเลือก การผลิต และการใช้สื่อเพื่อ การฝึกอบรม	64
7	ปัญหาการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมด้านคุณภาพและปริมาณของสื่อการฝึกอบรม	65
8	ปัญหาการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมด้านการให้บริการและการได้รับการสนับสนุน สื่อเพื่อการฝึกอบรม	65
9	ความต้องการใช้สื่อในการฝึกอบรมประเภทวัสดุ	66
10	ความต้องการใช้สื่อในการฝึกอบรมประเภทเครื่องมืออุปกรณ์	67
11	ความต้องการใช้สื่อในการฝึกอบรมประเภทวิธีการและเทคนิคการฝึกอบรม	68

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

สมาคมขายตรงไทย (2547) กล่าวว่า ในปัจจุบันธุรกิจขายตรงก้าวเข้ามามีบทบาทในสังคมไทยมากขึ้นเรื่อย ๆ เพราะเป็นธุรกิจที่สามารถสร้างงาน สร้างรายได้ ที่มีความมั่นคงให้ชีวิตบางคนทำเป็นรายได้เสริมและบางคนยึดเป็นอาชีพหลัก ในประเทศไทยมีนักธุรกิจขายตรงแล้วกว่า 6,500,000 คน และมียอดขายรวมในธุรกิจขายตรงกว่า 32,300 ล้านบาท ธุรกิจขายตรงเป็นธุรกิจใหญ่มีหลายรูปแบบและมีวิธีการนำเสนอสินค้าหรือบริการถึงลูกค้า ที่แตกต่างกันตามความรู้ความสามารถของตนเอง ดังนั้นจึงมีนักธุรกิจขายตรงทั้งหญิงและชายที่ประกอบธุรกิจนี้เพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ เช่น ทำเป็นอาชีพเสริม ทำเป็นอาชีพประจำ บางคนต้องการมีเพื่อนฝูงหรือสังคมมากกว่าการอยากทำเพื่อรายได้ แต่บางคนก็อยากทำเพราะเป็นอาชีพที่ทำด้วยความสามารถและเป็นหนทางเพิ่มรายได้ที่น่าพึงพอใจ ช่วยพัฒนาชีวิตความเป็นอยู่ และยังให้ความสนุกสนานในการทำธุรกิจอีกด้วย

สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค (2548) กล่าวว่า จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจขายตรงในประเทศไทยในปัจจุบันมีตัวเลขถึง 6,500,000 คน และมีบริษัทที่จดทะเบียนทำธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงถึง 462 บริษัท ซึ่งปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจขายตรงประสบความสำเร็จ นั่นคือการฝึกอบรมที่มีคุณภาพจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาการฝึกอบรมในธุรกิจขายตรง

การพัฒนานักธุรกิจขายตรงขององค์กรในธุรกิจขายตรงให้มีความรอบรู้ มีทักษะการทำงานที่ดีขึ้น ตลอดจนมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร และทำให้นักธุรกิจขายตรงเล็งเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาตนเองเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการปฏิบัติงานขายภายในองค์กรนั้นมีความสำคัญและจำเป็นยิ่งสำหรับทุก ๆ องค์กร เพราะนั่นหมายถึงองค์กรจะได้รับประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งหมายถึงการที่องค์กรจะสามารถเพิ่มกำลังการผลิตและบริการที่เพิ่มขึ้น มีขีดความสามารถในการแข่งขันในเชิงธุรกิจเพิ่มขึ้น และในทำนองเดียวกันจะส่งผลทำให้องค์กรมีบุคลากรที่ปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ ลดความผิดพลาดอันเกิดจากการปฏิบัติงาน ช่วยให้องค์กรเกิดความประหยัดทรัพยากรในด้านต่าง ๆ ทำให้บุคลากรมีทัศนคติที่ดี เกิดความจงรักภักดี

ต่อองค์กรได้อีกทางหนึ่งด้วย ซึ่งวิธีการพัฒนาองค์กรให้ได้ผลที่รวดเร็วและตรงกับประเด็นปัญหาที่ต้องการแก้ไบนั้น วิธีหนึ่งที่นิยมใช้ทั้งภาครัฐและองค์กรในธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง คือ “การฝึกอบรม”

สมชาติ (2537) กล่าวว่า ปัจจุบัน “การฝึกอบรม” มีความสำคัญและมีบทบาทต่อองค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ไม่ว่าจะเป็นองค์กรที่มีขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ เกือบจะทุกภาคธุรกิจอุตสาหกรรม ซึ่งจะเห็นได้จากการที่มีการจัดฝึกอบรมและการสัมมนา ตลอดจนการพัฒนาบุคลากรในระดับต่าง ๆ เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากการฝึกอบรมเป็นการแก้ไขปัญหาที่เร่งด่วนในการเพิ่มคุณภาพและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กรนั้น ๆ โดยแต่ละองค์กรนั้นได้เล็งเห็นความสำคัญในการที่จะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นอย่างมาก เพราะมีแนวความคิดในการพัฒนาที่ว่า “การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นการลงทุนที่คุ้มค่า” ซึ่งการแข่งขันในยุคของการบริหารการเปลี่ยนแปลงนั้น มิใช่ว่าการแข่งขันด้านการผลิตแต่เพียงอย่างเดียว ยังต้องแข่งขันในเรื่องของ “คุณภาพและคุณค่าของคน” เพื่อที่จะสามารถแข่งขันและสร้างองค์กรให้เจริญรุ่งเรืองต่อไป เพื่อความแข็งแกร่งเตรียมพร้อมสำหรับการแข่งขันกับองค์กรทั้งภายในและภายนอกประเทศได้

เนื่องจากการฝึกอบรมเป็นการจัดสถานการณ์ เหตุการณ์ หรือกิจกรรม เพื่อให้ผู้เข้าอบรมเกิดการเรียนรู้ได้โดยง่าย และเพื่อให้การอบรมบรรลุตามจุดมุ่งหมายของการฝึกอบรมวิทยากรจำเป็นจะต้องแสวงหาเทคนิคและกลวิธีต่าง ๆ ก็คือ การใช้เทคโนโลยีในการฝึกอบรมนั่นเอง เทคโนโลยีการฝึกอบรมจะช่วยให้ผู้เข้าอบรมได้ประสบการณ์ โดยอาศัยประสาทสัมผัสทั้งห้าให้มากที่สุด ผู้เข้าอบรมสามารถทำกิจกรรมได้มากยิ่งขึ้น เทคโนโลยีการฝึกอบรมจะช่วยให้ผู้สอนเป็นวิทยากรที่ประสบผลสำเร็จในการฝึกอบรมและผู้เข้าอบรมมีความพอใจและสนุก เทคโนโลยีการศึกษาจะเป็นสื่อกลางที่จะทำให้เนื้อหาวิชาที่ซับซ้อน ชัดเจน เข้าใจง่ายขึ้น

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า การนำเทคโนโลยีด้านสื่อและเทคนิควิธีการสอนแบบต่าง ๆ เข้ามามีส่วนช่วยในการฝึกอบรมนั้น มีความสำคัญเป็นอย่างมากในปัจจุบัน เนื่องจากสื่อจะเป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้เข้าอบรมได้เข้าใจถึงเนื้อหาวิชาของการฝึกอบรมได้ง่ายขึ้นและเป็นเครื่องมือนำพาไปถึงวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถบรรลุเป้าหมายตามนโยบายของหน่วยงานและขององค์กรได้ นอกจากการนำสื่อและเทคนิควิธีการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในด้านการจัดกิจกรรมการฝึกอบรมเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ที่ง่ายแล้ว สื่อยังเป็นตัวสร้างแรงกระตุ้น

เร่งรัดความสนใจของผู้เข้ารับการอบรมให้เกิดความอยากรู้และมีความสนใจในการฝึกอบรมเพิ่มขึ้น

ฉะนั้นหากต้องการที่จะพัฒนาองค์กรให้เจริญเติบโตและสามารถแข่งขันในเชิงธุรกิจได้ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพัฒนาคุณภาพของสื่อการฝึกอบรมเพื่อให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเกิดความรู้ความเข้าใจ และทำให้เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานเพื่อผลักดันภารกิจต่าง ๆ ตามที่องค์กรได้วางแผนไว้ให้สำเร็จ

บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด บริษัท ชูเลี่ยน จำกัด บริษัท แฮปปี้ เอ็ม พี เอ็ม จำกัด บริษัท สุพรีเดิร์ม จำกัด ทั้ง 5 บริษัท เป็นบริษัทที่ผ่านการจดทะเบียนจากสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรงในปี พ.ศ. 2545 มีอายุการดำเนินกิจการมากกว่า 7 ปี มีจำนวนนักธุรกิจมากกว่า 200,000 คน มีการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอ และเป็นบริษัทที่ให้ความสำคัญในการฝึกอบรม นักธุรกิจของบริษัทขายตรงทั้ง 5 บริษัทต้องการทราบถึงสภาพปัญหาและความต้องการใช้สื่อในการฝึกอบรม เพื่อเป็นการพัฒนารูปแบบและวิธีการฝึกอบรม ซึ่งจะส่งผลประโยชน์โดยตรงต่อผู้เข้ารับการอบรมและองค์กรนั้น ซึ่งสิ่งสำคัญที่จะต้องมีการศึกษา ผู้วิจัยมีความคิดเห็นและเชื่อว่า ผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องในการวางแผนและดำเนินการจัดกิจกรรมการฝึกอบรม หากสามารถนำความรู้และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีด้านสื่อมาใช้ในการฝึกอบรมให้เหมาะสมและเพียงพอกับความต้องการแล้ว การฝึกอบรมจะประสบความสำเร็จตรงตามวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรมตามที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการสื่อเพื่อการฝึกอบรมของ นักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง ซึ่งผลการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานฝึกอบรมของบริษัทขายตรง นักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง วิทยากรฝึกอบรม ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรมผู้เข้ารับการฝึกอบรมโดยตรง รวมทั้งหน่วยงานและองค์กรอื่น ๆ ทั่วไปที่มีหน้าที่ในการจัดกิจกรรมการฝึกอบรม นอกจากนี้ยังมีส่วนช่วยให้สถาบันการศึกษาหรือหน่วยงานที่มีหน้าที่ทั้งในด้านให้บริการการศึกษาและการผลิตเครื่องมืออุปกรณ์รวมทั้งซอฟต์แวร์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานการเรียนการสอนและการฝึกอบรม ในการที่จะสามารถวิเคราะห์ถึงความต้องการด้านการผลิตบุคลากรและปริมาณธุรกิจได้ ซึ่งนอกจากจะส่งผลดีด้านการพัฒนาบุคลากรองค์กรให้มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานแล้ว ยังจะส่งผลให้คุณภาพของคนในประเทศดีขึ้น ตลอดจนส่งผลดีต่อความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศด้วย

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาในการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง
2. เพื่อศึกษาความต้องการในการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง
3. เพื่อศึกษาความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะได้ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาประสิทธิภาพของสื่อทั้งด้านการผลิตและการใช้สื่อที่เหมาะสมในการฝึกอบรมและพัฒนาคุณภาพการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง
2. ผลของการวิจัยในครั้งนี้ จะสามารถกระตุ้นให้ผู้บริหารในบริษัทขายตรงและตลาดแบบตรง ตระหนักถึงความสำคัญของการใช้สื่อการฝึกอบรม และกระตุ้นให้เกิดความร่วมมือในการแก้ไขปัญหาาร่วมกันเพื่อพัฒนาการจัดการฝึกอบรมให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป
3. เพื่อเป็นแนวทางสำหรับบริษัทขายตรงใช้ในการประเมินความต้องการสื่อด้านวัสดุเครื่องมืออุปกรณ์ เทคนิคและวิธีการฝึกอบรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อในการฝึกอบรม

ขอบเขตของการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยประชากรที่ใช้ศึกษาคือ นักธุรกิจขายตรงที่ดำเนินการจัดกิจกรรมฝึกอบรมในหน่วยงานฝึกอบรมของบริษัทขายตรงและตลาดแบบตรง ที่ผ่านการจดทะเบียนจากสำนักงานคุ้มครองผู้บริโภคตามพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545 โดยเป็นบริษัทขายตรงที่ดำเนินการตลาดแบบตรง ที่มีจำนวนนักธุรกิจขายตรงมากกว่า 200,000 คน และมีอายุการดำเนินกิจการมากกว่า 7 ปี มีจำนวน 5 แห่ง ได้แก่

1. บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด
2. บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิค จำกัด
3. บริษัท ซูเลียน จำกัด
4. บริษัท แอ๊ปเปิ้ล เอ็ม พี เอ็ม จำกัด
5. บริษัท สุพรีเดิร์ม จำกัด

2. ผู้วิจัยศึกษาเฉพาะสภาพปัญหาและความต้องการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง รวมทั้งความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของนักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงเท่านั้น

นิยามศัพท์

สภาพ หมายถึง สภาพะใช้สื่อในการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง ซึ่งหมายถึง สื่อประเภทวัสดุ เครื่องมืออุปกรณ์ เทคนิคและวิธีการฝึกอบรม ในที่นี้หมายถึง สภาพการใช้สื่อในธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

ปัญหา หมายถึง ข้อขัดข้องและความไม่สะดวกในด้านการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรม ในปัจจุบัน ในช่วงระยะเวลาที่ดำเนินการวิจัย ซึ่งหมายถึง สื่อประเภทวัสดุ เครื่องมืออุปกรณ์ เทคนิคและวิธีการฝึกอบรม ประกอบด้วย สภาพการใช้สื่อฯ และปัญหาในการใช้สื่อด้านการเตรียมการและจัดหาสื่อ การผลิตและการเลือกใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรม คุณภาพและปริมาณสื่อ

การฝึกอบรม การใช้บริการและการได้รับการสนับสนุนเพื่อการฝึกอบรม ในที่นี้หมายถึง ปัญหาการใช้สื่อในการฝึกอบรมของบุคลากรในธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

ความต้องการ หมายถึง สถานะความจำเป็นและการวางแผนงานในด้านการพิจารณา เลือกใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรม ซึ่งหมายถึง สื่อประเภทวัสดุ เครื่องมืออุปกรณ์ เทคนิคและ วิธีการฝึกอบรม กิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่างรวมกันที่ผู้ให้การฝึกอบรมเลือกสรร นำไปประกอบการเรียนการสอนและการฝึกอบรม เพื่อช่วยให้ผู้เข้ารับการอบรมเกิดการเรียนรู้ อย่างมีประสิทธิภาพ ในที่นี้หมายถึง ความต้องการใช้สื่อในการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงและ ตลาดแบบตรง

สื่อเพื่อการฝึกอบรม หมายถึง สื่อทัศนูปกรณ์ หรืออุปกรณ์การฝึกอบรมต่าง ๆ ซึ่งอาจจะเป็นสื่อประเภทวัสดุ เครื่องมืออุปกรณ์ เทคนิคและวิธีการฝึกอบรม หรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่ผู้ให้การอบรมนำมาใช้ประกอบการฝึกอบรม ซึ่งมีส่วนช่วยให้ผู้เข้ารับการอบรมเกิดการเรียนรู้ อย่างมีประสิทธิภาพ อาจมีชื่อเรียกว่า สื่อการฝึกอบรม

การฝึกอบรม หมายถึง กรรมวิธีต่าง ๆ ที่มุ่งจะเพิ่มพูนความรู้ความชำนาญและ ประสบการณ์ เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในลักษณะสอดคล้องกับเป้าหมายองค์กรและ สภาพแวดล้อมโดยทั่วไป อันเป็นการช่วยให้นักธุรกิจขายตรงมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานให้ดียิ่งขึ้น

ขายตรง หมายถึง การทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการนำเสนอขายตรงแก่ ผู้บริโภคโดยตรง ณ ที่อยู่อาศัย หรือสถานที่ทำงานของผู้บริโภคหรือของผู้อื่นหรือสถานที่อื่นที่ มิใช่สถานที่ประกอบการค้าเป็นปกติธุระ โดยผ่านนักธุรกิจขายตรง ซึ่งทำการตลาดแบบตรง ชั้นเดียวหรือหลายชั้น แต่ไม่รวมถึงนิติกรรมตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

ตลาดแบบตรง หมายถึง การทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการสื่อสารข้อมูล เพื่อเสนอขายสินค้าหรือบริการโดยตรงต่อผู้บริโภคซึ่งอยู่ห่างโดยระยะทางและมุ่งหวังให้ผู้บริโภค แต่ละรายตอบกลับเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการจากนักธุรกิจขายตรง

นักธุรกิจขายตรง หมายถึง บุคคลซึ่งได้รับมอบอำนาจจากผู้ประกอบธุรกิจขายตรงให้นำสินค้าหรือบริการไปเสนอขายตรงต่อผู้บริโภคและรวมถึงได้ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรมในธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

ในการทำวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นพื้นฐานสำหรับการดำเนินการวิจัย โดยนำมาเรียบเรียงไว้ตามลำดับดังนี้

1. ทฤษฎีและหลักการการเรียนรู้ที่เกี่ยวกับการฝึกอบรม
2. ประวัติความเป็นมาของธุรกิจขายตรง
3. สื่อการศึกษาและสื่อการฝึกอบรม
4. ทฤษฎีความต้องการ
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีและหลักการการเรียนรู้ที่เกี่ยวกับการฝึกอบรม

ทฤษฎีการเรียนรู้

ประหยัด (ม.ป.ป) กล่าวว่า ในการฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพ ผู้ดำเนินการหรือวิทยากร จำเป็นต้องอาศัยหลักจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการเรียนรู้ของมนุษย์ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้เหมาะสม เพราะกระบวนการเรียนรู้เป็นเครื่องมือที่มีผลโดยตรงต่อผู้เข้ารับการอบรมที่จะเปลี่ยนพฤติกรรมด้านความรู้ ทักษะและทัศนคติ ดังนั้นการเข้าใจและรู้จักใช้ประโยชน์จากธรรมชาติการเรียนรู้ของมนุษย์ก็จะสามารถควบคุมการดำเนินการอบรมให้บรรลุเป้าหมายได้สำเร็จ

พรณี (2538) กล่าวว่า การเรียนรู้ หมายถึง การเปลี่ยนพฤติกรรม ซึ่งเป็นผลของประสบการณ์เดิม

สมบุรณ์ (2526) กล่าวว่า การฝึกปฏิบัติหรือการฝึกอบรมมีผลต่อการเรียนรู้ที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นใหม่ได้ ซึ่งหลักการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นนี้มีแนวความเชื่อที่เป็นทฤษฎีการเรียนรู้ 3 กลุ่มใหญ่ คือ

1. กลุ่มพฤติกรรมนิยม (Behaviorism) มีความเชื่อว่า พฤติกรรมของคนเกิดจากการตอบสนองต่อสิ่งเร้า เมื่อมีสิ่งเร้าจะก่อให้เกิดการตอบสนอง ถ้าไม่มีสิ่งเร้าการตอบสนองก็ไม่มี และพฤติกรรมก็ไม่เกิดขึ้น เพราะฉะนั้นถ้าจะให้เกิดการเรียนรู้ ก็จำเป็นต้องมีสิ่งเร้าที่เหมาะสม และให้มีการเสริมแรงเป็นระยะ ๆ ก็จะทำให้เกิดการเรียนรู้และการปรับพฤติกรรมได้ นักจิตวิทยาที่จัดอยู่ในกลุ่มนี้ ได้แก่ พาฟลอฟ (Pavlov) วัตสัน (Watson) ธอร์นไดค์ (Thorndikisk) และ สกินเนอร์ (Skinner)

2. กลุ่มพุทธินิยม (Cognitivism) มีความเชื่อว่า การเรียนรู้เกิดจากการหยั่งเห็นของผู้เรียน การหยั่งเห็น (Insight) คือ ความเข้าใจว่าสิ่งหนึ่งมีความสัมพันธ์กับอีกสิ่งหนึ่งได้อย่างไร กล่าวคือ ผู้เรียนจะมองดูสถานการณ์ทั้งหมด และมองเห็นความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประกอบต่าง ๆ ของสถานการณ์นั้น และคิดขึ้นได้ในทันทีว่าจะแก้ปัญหาอย่างไร ไม่ให้เกิดการลองผิดลองถูกเท่านั้น แต่ต้องเกิดจากการหยั่งเห็นด้วย นักจิตวิทยาที่จัดอยู่ในกลุ่มนี้ ได้แก่ โคห์เลอร์ (Kohler) เวอร์ทไรเมอร์ (Wertheimer) และ เลวิน (Lewin)

3. กลุ่มมนุษยนิยม (Humanism) เชื่อว่า พฤติกรรมเป็นผลมาจากจิตใจของมนุษย์ ซึ่งมีความต้องการ มีการสนใจ มีเสรีภาพ ความสามารถเลือกกระทำได้ การเรียนรู้จึงเกิดจากการเลือกสรรของผู้เรียนเอง การจัดสิ่งที่ยื่นให้ตอบสนองความต้องการของผู้เรียนจึงเป็นสิ่งจำเป็น กลุ่มนี้มีความเชื่อว่าบุคคลแต่ละคนแตกต่างกัน มีศักยภาพที่จะพัฒนาตนเอง มีเสรีภาพ และสามารถควบคุมตนเองได้ นักจิตวิทยาที่จัดอยู่ในกลุ่มนี้ ได้แก่ มาสโลว์ (Maslow) โรเจอร์ (Rogers)

จากทฤษฎีการเรียนรู้ตามความเชื่อในการเปลี่ยนพฤติกรรมของมนุษย์นั้น สามารถนำมาใช้ในกิจกรรมการฝึกอบรมนักธุรกิจขายตรงของบริษัทขายตรง ทำให้นักธุรกิจขายตรงเกิดการเรียนรู้ที่ดีเพื่อการยอมรับนำไปปฏิบัติในธุรกิจขายตรงได้นั้น จำเป็นต้องใช้หลักทฤษฎีอื่นที่เกี่ยวข้องมาประกอบการจัดฝึกอบรมด้วย เช่น ทฤษฎีแรงจูงใจของมนุษย์และทฤษฎีการเรียนรู้ของผู้ใหญ่

ทฤษฎีแรงจูงใจของมนุษย์

Maslow (n.d. อ้างถึงใน กิตติ, ม.ป.ป.) ได้เสนอทฤษฎีแรงจูงใจของมนุษย์ในลักษณะลำดับขั้นความต้องการ ซึ่งมีอยู่ 5 ขั้นที่สำคัญคือ

1. ความต้องการทางกาย เป็นความต้องการขั้นพื้นฐาน เป็นความต้องการจำเป็นสำหรับการดำรงชีวิต ได้แก่ ความต้องการอาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค เมื่อบุคคลได้รับการตอบสนองในขั้นนี้แล้ว จะกระตุ้นให้เกิดความต้องการในขั้นที่สูงกว่า
2. ความต้องการความปลอดภัย หรือความรู้สึกมั่นคง จะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการขั้นที่ 1 ได้รับการตอบสนองแล้ว มนุษย์ทุกคนมีความต้องการที่จะดำรงชีวิตอยู่โดยปราศจากภัยอันตราย มีสุขภาพจิต สุขภาพกายดี มีความมั่นคงในอาชีพ มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
3. ความต้องการความรักและการยอมรับจากผู้อื่น ทุกคนต้องการความรักจากผู้อื่น เช่น จากพ่อแม่ จากเพื่อน ต้องการการยอมรับจากสมาชิกหรือเพื่อน ๆ ในกลุ่ม
4. ความต้องการได้รับการยกย่อง มีเกียรติยศ ชื่อเสียง เป็นความต้องการที่จะเห็นคุณค่าและความสามารถของตัวเอง เป็นการประเมินผลตนเอง ได้รู้ว่าตนเองมีค่า ทุกคนในสังคมยอมรับนับถือ ให้เกียรติยกย่อง เกิดความรู้สึกเชื่อมั่น ยอมรับนับถือตนเอง
5. ความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต เป็นความต้องการในระดับสูงสุดเป็นความต้องการที่อยากจะให้เกิดความสำเร็จในทุกสิ่งทุกอย่างตามความนึกคิดของตนเองเพื่อที่จะพัฒนาตนเองให้ดีที่สุดเท่าที่จะทำได้ เป็นความต้องการพิเศษของบุคคลที่จะพยายามผลักดันชีวิตของตนเองให้เป็นไปในแนวทางที่ดีที่สุดตามตนคาดหวังเอาไว้

ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในเรื่องการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง ได้ดังนี้

1. การฝึกอบรมจะได้ผลดี เมื่อได้รับการตอบสนองหรือตรงกับความต้องการของผู้เข้าฝึกอบรม

2. การฝึกอบรมจะได้ผลดี ทำให้ผู้เข้ารับการอบรมอยากเรียนรู้ เมื่ออยู่ในบรรยากาศที่เป็นกันเอง ให้เกียรติซึ่งกันและกัน
3. ถ้าการเรียนรู้สิ่งใหม่ทำให้เกิดความพอใจ นักธุรกิจขายตรงจะต้องการเรียนรู้ต่อไปอีก

สรุปได้ว่า ความต้องการของมนุษย์นั้นเป็นเหตุให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ เพื่อให้ได้การตอบสนองในสิ่งที่ยังขาดหรือไม่ครบสมบูรณ์อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นการฝึกอบรมที่คำนึงถึงความต้องการของผู้เข้ารับการฝึกอบรมจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อตอบสนองในสิ่งที่ผู้เข้ารับการฝึกอบรมต้องการเรียนรู้

ทฤษฎีการเรียนรู้ของผู้ใหญ่

เพ็ญศรี (2533) กล่าวว่า การนำทฤษฎีการเรียนรู้ของผู้ใหญ่ตามหลักการและแนวทางของ Andragogy เพื่อจะช่วยให้การเรียนรู้ การสอน การฝึกอบรมประสบความสำเร็จต้องอยู่บนหลักการและความเชื่อพื้นฐาน 4 ประการคือ

1. มโนทัศน์ของผู้เรียน

ผู้ใหญ่มีลักษณะที่เจริญเติบโตทั้งด้านร่างกายและจิตใจ มีวุฒิภาวะสูงและยังวุฒิภาวะสูงขึ้นเท่าไร มโนทัศน์ของตนเองหรือความรู้สึกต่อตนเองจะพัฒนาจากการพึ่งพาอาศัยผู้อื่นไปเป็นการนำตนเอง เป็นตัวของตัวเอง ต้องการที่จะตัดสินใจและทำอะไร ๆ ด้วยตนเอง ต้องการให้ผู้อื่นยอมรับ เขาจะรู้สึกปฏิเสธหรือต่อต้านสถานการณ์ที่ทำให้รู้สึกว่าคุณปฏิบัติเยี่ยงเด็ก ๆ เช่น การออกคำสั่งให้ปฏิบัติตาม การดุถูก ดังนั้น แนวทางในการจัดการเรียนการสอนผู้ใหญ่ ควรสร้างบรรยากาศเพื่อการเรียนรู้ บรรยากาศการเรียนรู้ของสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของผู้ใหญ่ ต้องให้ผู้ใหญ่มีความสะดวกสบายเหมาะสมกับสภาพร่างกาย และสะดวกต่อการเรียนรู้ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ มีขนาดที่เหมาะสม แสงสว่างเพียงพอ วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ มีขนาดที่เหมาะสมและสะดวกสบาย การเรียนการสอนควรให้เกียรติ เคารพและสนับสนุนให้มีการโต้ตอบสนทนา และมีความเป็นกันเอง และการวิเคราะห์ความต้องการการเรียนรู้ นั้น ตามปกติการเรียนรู้ของเด็ก ครุมนักจะเป็นผู้บอกว่าเขาต้องการเรียนรู้อะไร แต่ในผู้ใหญ่ ผู้ใหญ่สนใจที่จะเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้ในสิ่งที่เขาเห็นว่ามิใช่ประโยชน์และมีความจำเป็นเท่านั้น

การวิเคราะห์ความต้องการในการเรียนรู้ของผู้ใหญ่ ส่วนมากมาจากความต้องการทางด้านสังคม ซึ่งจะเปลี่ยนไปตามภารกิจตามวัยของผู้ใหญ่ ความจำเป็น ความต้องการ และความสนใจที่จะต้องรับบทบาทหรือรับหน้าที่ใหม่ในแต่ละช่วงของชีวิต เพื่อจะได้ปฏิบัติตนได้ถูกต้อง ประสบความสำเร็จ และมีความสุข ฉะนั้นในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ต้องให้สามารถสนใจและตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใหญ่ได้

2. ประสบการณ์ของผู้เรียน

เมื่อบุคคลมีอายุมากขึ้นการสั่งสมประสบการณ์ต่าง ๆ ก็จะเพิ่มขึ้น ประสบการณ์เป็นสิ่งที่มีความค่าต่อการเรียนรู้ และเป็นพื้นฐานในการที่จะเชื่อมโยงไปสู่การเรียนรู้ใหม่ ๆ ได้อีก

ประสบการณ์ของผู้เรียนที่เป็นผู้ใหญ่มีความค่าต่อการเรียนการสอนในลักษณะที่สามารถนำประสบการณ์เดิมไปเชื่อมโยงหรือสัมพันธ์กับประสบการณ์ใหม่ ทำให้เกิดการเรียนรู้ใหม่ได้ดี

3. ความพร้อมที่จะเรียน

ผู้ใหญ่พร้อมที่จะเรียนและจะเรียนได้ดีที่สุดเมื่อเขามีความต้องการที่จะเรียนรู้สิ่งเหล่านั้น กล่าวคือ เมื่อเขารู้สึกว่าสิ่งนั้นจำเป็นและมีประโยชน์ต่อบทบาท ภาระหน้าที่ และสถานภาพทางสังคมของเขา เนื่องจากวัยผู้ใหญ่จะมีความเกี่ยวข้องกับหน้าที่การงาน หรือความเป็นอยู่ หรือบทบาทภารกิจตามวัยและภารกิจของแต่ละช่วงวัยนี้เองทำให้บุคคลเกิดความพร้อมที่จะเรียนและความพร้อมที่จะเรียนนี้จะเปลี่ยนแปลงไปตามภารกิจของวัยด้วย เช่น บุคคลมีบทบาทของคนทำงาน ภารกิจของเขาก็คือ การหางานทำให้ได้ ณ จุดนี้เขาก็พร้อมที่จะเรียนรู้ทุกสิ่งทุกอย่างที่จะช่วยให้เขาได้งานทำและเมื่อเขาได้งานทำแล้ว เขาจะต้องรู้งานเพื่อจะได้ไม่ให้ถูกไล่ออก และ ณ จุดนี้เขาก็พร้อมที่จะเรียนรู้ทักษะที่จำเป็นเพื่อทำงานให้ได้ดี และขณะเดียวกันก็พร้อมที่จะเรียนรู้ การทำงานร่วมกับผู้อื่น

4. แนวทางในการเรียนรู้

การเรียนรู้ของผู้ใหญ่มีความแตกต่างจากการเรียนรู้ของเด็กทั้งในด้านเนื้อหาและวิธีการ กล่าวคือ การเรียนรู้ของเด็กจะเน้นเนื้อหาวิชาการ โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะพัฒนาด้านต่าง ๆ เป็นการสร้างความพร้อมสำหรับการเรียนรู้ในระดับสูงขึ้นไป หรือเพื่อใช้ประโยชน์ในวันข้างหน้า แต่สำหรับผู้ใหญ่มุ่งที่จะนำความรู้ไปใช้ทันทีในปัจจุบัน การเรียนรู้ของผู้ใหญ่จึงมุ่งกระบวนการการแก้ปัญหา

สรุปได้ว่า การจัดให้ผู้ใหญ่ได้รับการเรียนรู้จำเป็นต้องเข้าใจหลักพื้นฐานในความเชื่อตามทฤษฎีการเรียนรู้ของผู้ใหญ่ เช่นเดียวกับการจัดฝึกอบรมนักธุรกิจขายตรงให้ประสบความสำเร็จจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเข้าใจหลักพื้นฐานของผู้เข้าฝึกอบรม และมีการเลือกวิธีการในการถ่ายทอดให้เหมาะสมด้วย

หลักการฝึกอบรม

การฝึกอบรมนั้นเป็นการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนประเภทหนึ่ง ซึ่งมีนักวิชาการได้ให้แนวคิดและความหมายของการฝึกอบรมไว้หลายท่าน ได้แก่

อรพรรณ (2539) กล่าวว่า การฝึกอบรม หมายถึง การแนะนำ การสอนเพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเกิดความรู้ ความเข้าใจหรือความชำนาญในเรื่องที่ต้องการ

วิจิตร (2540) กล่าวว่า การฝึกอบรม เป็นลักษณะกิจกรรมเฉพาะเจาะจงเฉพาะเรื่อง เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นในวงแคบ ๆ ที่มีความจำเป็นจะไม่สอนหรืออบรมวิชาต่าง ๆ กว้างขวางหรือยาวนานเหมือนวิทยาลัย มหาวิทยาลัย การฝึกอบรมจึงเป็นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีศักยภาพในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นความรู้ ความสามารถ สติปัญญา ซึ่งต้องการพัฒนาหรือฝึกฝนอบรมบุคคลให้เหมาะสมหรือเข้ากับงาน หรือการทำงาน

สุนันทา (2541) กล่าวว่า การฝึกอบรมนั้นเพื่อหลัก ดังนี้

1. เพื่อให้บุคคลมีความตระหนักและมีความสนใจต่อปฏิกิริยาทางด้านอารมณ์และการแสดงออกของทั้งของตนเองและของผู้อื่น
2. เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของบุคคล ให้มีการรับรู้และเรียนรู้ผลสืบเนื่องที่เกิดขึ้นจากการกระทำของตน โดยเข้าใจและสนใจต่อความรู้สึกรับรู้ของตนเองและผู้อื่น
3. เพื่อกระตุ้นให้มีการพัฒนาค่านิยมและเป้าหมายส่วนบุคคล ให้สอดคล้องกับวิถีและแนวทางขององค์กร
4. เพื่อพัฒนาความรู้ความเข้าใจทางด้านพฤติกรรมศาสตร์ในอันที่จะเชื่อมโยงค่านิยมเป้าหมายส่วนบุคคลให้สอดคล้องกับแนวปฏิบัติขององค์กร
5. เพื่อเร่งเร้าให้บุคคลได้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมให้เอื้ออำนวยต่อการเป็นสมาชิกขององค์กรที่มีคุณภาพ
6. เพื่อให้บุคคลได้เข้าใจความซับซ้อนของกระบวนการติดต่อสื่อสาร

นิรันดร์ (2542) กล่าวว่า การอบรม...เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อปรับปรุงและเพิ่มพูนความรู้ (Knowledge) ทักษะหรือ ความชำนาญ (Skill) และทัศนคติ (Attitude) ให้เกิดขึ้นแก่บุคลากร อันจะนำไปสู่ความเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในลักษณะที่สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร...

ขงยุทธ (2544) กล่าวว่า การฝึกอบรม หมายถึง กระบวนการ (Process) อย่างหนึ่งในการพัฒนาองค์การ โดยอาศัยการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ ขั้นตอน มีการวางแผนที่ดีและเป็นการกระทำที่ต่อเนื่อง โดยไม่ต้องหยุดยั้ง ซึ่งการกระทำทั้งหมดก็เพื่อความมุ่งหมายในการเพิ่มพูนความรู้ (Knowledge)

ลาโรช (2547) กล่าวว่า การฝึกอบรม (Training) หมายถึง ความพยายามที่จะพัฒนา เปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะ และเจตคติอย่างมีการวางแผน และเป็นระบบ การเปลี่ยนแปลง ดังกล่าว เกิดขึ้นจากการได้รับประสบการณ์การเรียนรู้ และก่อให้เกิดผลของการกระทำใน รูปกิจกรรมทั้งหลายที่เกี่ยวข้องกับงานนั้น ในลักษณะที่เป็นผลดี หรือมีประสิทธิภาพมากขึ้น จุดมุ่งหมายของการฝึกอบรมอยู่ที่การให้บุคลากรในหน่วยงานได้รับความรู้ความสามารถเพิ่มขึ้น และเพียงพอที่จะทำงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดี

Barry (1994) กล่าวว่า การฝึกอบรม เป็นกระบวนการที่จัดกระทำอย่างเป็นระบบ เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะทางด้านความรู้ ทักษะ ทักษะคิดและพฤติกรรม โดยผ่านประสบการณ์ การเรียนรู้ในอันที่จะช่วยให้บุคคลปฏิบัติงานและร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้ง เป็นการพัฒนาศักยภาพของบุคคลให้สนองตอบต่อความต้องการด้านกำลังคนขององค์กรทั้งใน ปัจจุบันและในอนาคต

Cascio (1995) กล่าวว่า การฝึกอบรมประกอบด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ที่ได้ วางแผนและออกแบบอย่างเป็นระบบ เพื่อปรับปรุงการปฏิบัติงานของพนักงานทั้งระดับบุคคล กลุ่มและองค์กร ผลการปฏิบัติงานที่ดีขึ้นแสดงให้เห็นว่า มีการเปลี่ยนแปลงที่วัดได้ทางด้าน ความรู้ ทักษะ ทักษะคิดและพฤติกรรมของผู้ปฏิบัติงาน

สรุปได้ว่า การฝึกอบรม หมายถึง กระบวนการเพิ่มพูนความรู้ ทักษะ และทัศนคติ ให้กับผู้เข้ารับการฝึกอบรมให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในทางบวกที่จะนำไปใช้ในการพัฒนา ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานหรือการดำเนินชีวิตที่ดีขึ้น โดยมีรูปแบบการฝึกอบรมและ ระยะเวลาที่เหมาะสม ทั้งนี้ในความหมายของการฝึกอบรม ก็คือ กระบวนการเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถ ทักษะ และทัศนคติ ของนักธุรกิจโดยตรงให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมใน ทางบวกที่จะนำความรู้ไปใช้ปฏิบัติในการทำธุรกิจโดยตรงและตลาดแบบตรง

ประวัติความเป็นมาของธุรกิจขายตรง

สมาคมขายตรงไทย (2547) กล่าวว่า การขายตรงเป็นวิธีการที่มีมาตั้งแต่ยุคโบราณ โดยเริ่มจากพ่อค้าเร่ที่ใช้วิธีการเดินเข้าไปหาลูกค้า เพื่อการซื้อขายหรือแลกเปลี่ยนสินค้า ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าเบ็ดเตล็ดที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น หวี เข็ม ด้าย ต่อมาเมื่อการคมนาคม มีความสะดวกสบายมากขึ้น ยกตัวอย่าง เช่น บทบาทของพ่อค้าเร่ในสหรัฐอเมริกา (Yankee Peddlers) ก็เพิ่มความสำคัญมากขึ้นเช่นกัน พ่อค้าบางคนที่มีฐานะก็เริ่มใช้เกวียนหรือม้าในการเดินทางเพื่อไปขายสินค้าและขยายไปสู่การเดินทางโดยทางเรือไปในหลาย ๆ ประเทศ การขายตรง โดยพ่อค้าตรงถึงผู้บริโภคจึง กระจายไปยังทั่วทุกภูมิภาคของโลก เช่น แอฟริกา ฝรั่งเศส อังกฤษ ยุโรป เยอรมัน อังการี และจีน

ในปี พ.ศ. 2429 เดวิด แมคคอนแนล เซลล์แมนผู้ขายสินค้าตามบ้านได้ค้นพบความจริงว่าตัวอย่างน้ำหอมที่ให้ลูกค้าผู้หญิงทดลองใช้เป็นที่นิยมมากกว่าหนังสือที่เขาเสนอขาย จึงได้ก่อตั้งบริษัท แคลิฟอร์เนีย เพอร์ฟิวม์ ขึ้นในรัฐนิวยอร์ก และในเวลาต่อมา บริษัทได้เปลี่ยนชื่อเป็นบริษัท เอวอน โปรดักส์ ในปี พ.ศ. 2482 โดยเขาต้องการยกย่องสรรเสริญนักประพันธ์ วิลเลียม เช็คสเปียร์ ในบทประพันธ์ที่เขาชื่นชอบเรื่อง Stratford Upon Avon

มิสซิส พีเอฟพี แอลบี แห่งวินเชสเตอร์ รัฐนิวแฮมเชอร์ เป็นผู้บุกเบิกระบบการขายตรงของเอวอน ซึ่งมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน เธอได้เป็นสมาชิกคนแรกของบริษัท เมื่อแมคคอนแนลจ้างเธอให้ขายน้ำหอม ลิตเติ้ล คอท เพอร์ฟิวม์ แก่เพื่อนและเพื่อนบ้าน เธอได้รับสมัครผู้หญิงอีกมากมายให้มาทำหน้าที่แบบเดียวกันและได้ขยายอาณาเขตของธุรกิจออกไปครอบคลุมภาคตะวันออกเฉียงเหนือทั้งหมด นับว่าได้สร้างกลุ่มนักบริหารธุรกิจหญิงที่ประสบความสำเร็จให้เกิดขึ้น ดังนั้นจึงถือได้ว่า เอวอนเป็นบริษัทขายตรงรายแรก ในด้านผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม และเป็นต้นแบบของการขายตรงแบบชั้นเดียว (Single – Level Marketing หรือ SLM)

จนกระทั่งปี พ.ศ. 2489 ระบบการสาธิตที่เรียกว่า “Home party” ได้เข้ามามีบทบาทในวงการขายตรงเมื่อ บริษัท ทัพเพอร์แวร์ โดย Earl Tupper ซึ่งเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนพลาสติก ส่งให้กับบริษัทผลิตเครื่องปั้นตั้งแต่สมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ภายหลังจากที่สงครามสงบจึงได้ผลิตกล่องเก็บอาหารพลาสติกซึ่งเป็นการปฏิบัติการนำพลาสติกมาใช้เพื่อเก็บอาหารแบบสูญญากาศ แล้วนำออกวางจำหน่ายบนชั้นวางสินค้าในห้างสรรพสินค้า แต่ปรากฏว่าไม่ประสบความสำเร็จ เพราะลูกค้าไม่มีความเข้าใจในวิธีการใช้

ทัฟเฟอร์แวร์จึงได้เปลี่ยนมาใช้กลยุทธ์ใหม่ในปี พ.ศ. 2491 โดยการใช้นักขายผู้หญิงและนัดหมายลูกค้าผู้หญิงกลุ่มเป้าหมายมายังบ้านของบุคคลที่เรียกว่าเป็น เจ้าภาพ ของการนัดหมายนี้ เพื่อทำการสาธิตการใช้สินค้าและเป็นการสังสรรค์ในหมู่ผู้หญิงด้วยกัน ปรากฏว่าวิธีการดังกล่าว ประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีและการสาธิตก็เข้ามามีบทบาทมากขึ้น แต่ก็ยังใช้วิธีการจ่ายผลตอบแทนให้แก่ักขายแบบขั้นเดียว

ปี พ.ศ. 2477 คาร์ล เอฟ เรห์นบอร์ก ผู้ริเริ่มค้นคว้าพัฒนาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร นิวทริไลท์ และได้เริ่มใช้ระบบการจ่ายผลตอบแทนแบบใหม่ให้แก่ักขายของนิวทริไลท์ โดยนักขายจะได้ผลตอบแทนจากยอดขายของตนและจากยอดขายของผู้ที่ตนแนะนำมาทำธุรกิจ ด้วย

ต่อมาในปี พ.ศ. 2492 เจย์ แวน แอนเดล และ ริช เคอโอส หนุ่มน้อยสองคนได้เข้ามาเป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์เสริมอาหารนิวทริไลท์ และประสบความสำเร็จในอาชีพอย่างมากมาย ดังนั้น ในปี พ.ศ. 2502 ทั้งสองคนจึงได้ตัดสินใจก่อตั้ง แอมเวย์ คอร์ปอเรชั่นขึ้น และได้ผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้นมาภายใต้ชื่อแอมเวย์ โดยเน้นที่ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนประเภทอุปโภคบริโภค และเป็นผลิตภัณฑ์ธรรมดา ๆ ที่ใคร ๆ ก็สามารถขายได้ โดยยังคงทำตลาดแบบขายตรงอยู่ และแอมเวย์ก็ได้พัฒนาระบบการตลาดแบบหลายชั้นอย่างเต็มรูปแบบ หรือที่เรียกว่าระบบ (Multi - Level Marketing หรือ MLM) ขึ้น จนต่อมาทั้งสองได้ซื้อกิจการนิวทริไลท์เข้ามารวมเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มผลิตภัณฑ์ของแอมเวย์

การพัฒนาของระบบ MLM ได้ผ่านช่วงเวลามาหลายยุคหลายสมัยด้วยกัน

Wave 1 ช่วงปี พ.ศ. 2488 - พ.ศ. 2522 เข้าสู่ยุคสร้างฐาน

Wave 2 ช่วงปี พ.ศ. 2523 - พ.ศ. 2532 การเติบโตอย่างก้าวกระโดด

Wave 3 ช่วงปี พ.ศ. 2533 - พ.ศ. 2542 เริ่มการกระจายตลาดสู่มวลชน

Wave 4 ช่วงปี พ.ศ. 2543 – ปัจจุบัน เริ่มก้าวสู่กระแสโลกาภิวัตน์ โลกทั้งโลกเชื่อมโยงไว้ด้วยกัน

ในระยะเวลา 60 ปีของการเติบโตของระบบ MLM นั้น ในช่วง 25 ปีแรกเป็นช่วงที่ไม่มีกฎหมายควบคุมและเป็นช่วงที่มีทั้งคนที่ตั้งใจทำธุรกิจด้วยเจตนาที่ดีและไม่ดีเข้ามาสู่ธุรกิจขายตรง จนกระทั่งปี พ.ศ. 2533 จึงเริ่มกระจายธุรกิจสู่มวลชน (Mass Marketing)

การใช้อินเทอร์เน็ตเริ่มเข้ามามีบทบาทในทุกวงการมากขึ้นรวมทั้งวงการขายตรง ทำให้ธุรกิจขายตรงสามารถเติบโตอย่างไม่หยุดยั้ง บริษัทผู้ประกอบการ นักขายอิสระ และผู้บริโภคสามารถติดต่อสื่อสารและทำธุรกิจกันได้อย่างอิสระบนโลกอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะนักขายตรงผู้มีส่วนสำคัญมากขึ้นทุกขณะในการปฏิบัติวิธีการซ่อปึงแบบส่งตรงถึงบ้านโดยไม่ต้องไปห้างสรรพสินค้า

ธุรกิจขายตรงในประเทศไทย เริ่มเข้ามามีบทบาทต่อวงการตลาดเมื่อราว 40 ปีที่แล้ว โดย บริษัท ทัทเพอร์แวร์ (ประเทศไทย) จำกัด ซึ่งเป็นผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์เก็บอาหารแบบสุญญากาศที่ทำจากพลาสติก ได้เป็นผู้ริเริ่มนำวิธีการที่เรียกว่า “Home party” เข้ามาใช้เป็นครั้งแรกในการขาย ซึ่งเป็นรูปแบบการขายตรงที่เปิดโอกาสทั้งด้านการขาย ความสะดวกในการซื้อ และการสร้างสังคมเฉพาะสำหรับผู้หญิงไทย ในช่วงนั้นการสาธิตเข้ามามีบทบาทในวงการขายตรงไทยมากที่สุด ในระยะเวลาต่อมา ธุรกิจขายตรงในประเทศไทยก็ขยายตัวแพร่หลายยิ่งขึ้น มีบริษัทจากต่างประเทศและในประเทศทยอยเปิดตัวและนำเสนอสินค้าใหม่ ๆ สู่อุปโภค อาภรณ์ เครื่องสำอาง หนังสือ เครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น

ต่อมาในปี พ.ศ. 2521 บริษัท เอวอน คอสเมติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้ก่อตั้งขึ้นนับเป็นสาขาที่ 22 ของเอวอน โปรดักส์ อิงค์ และเป็นต้นแบบของการขายตรงแบบชั้นเดียว (Single – Level Marketing หรือ SLM) อย่างเต็มรูปแบบในเมืองไทยที่ให้บริการลูกค้าด้านผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์เพื่อความงามด้วยระบบขายตรง โดยจัดทำผ่านผู้จำหน่ายอิสระซึ่งเป็นผู้แทนของบริษัทในการออกไปเยี่ยมเยียนลูกค้าในเขตของตนเองเพื่อแนะนำและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ถึงบ้านโดยตรง

ระบบขายตรงแบบชั้นเดียวได้รับความนิยมเรื่อยมา และในระยะเวลาเกือบ 10 ปีต่อมาก็มีบริษัทขายตรงระบบการตลาดหลายชั้นเริ่มเข้ามาดำเนินธุรกิจในประเทศไทย จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2530 บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้เข้ามาในธุรกิจขายตรงในประเทศไทย ทำการตลาดด้วยระบบการตลาดแบบหลายชั้น (Multi – Level Marketing - MLM) อย่างเต็มรูปแบบโดยจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งนอกจากมีรายได้ขายปลีกจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าแล้ว

ผู้จำหน่ายยังมีรายได้เพิ่มจากเงินอัตราส่วนจากยอดขายรวมของผู้จำหน่ายที่ตนให้การสปอนเซอร์เข้ามาในองค์กรด้วย รายได้ประเภทนี้จะมากหรือน้อยแปรผันไปกับระดับขั้นของความพยายามทั้งในการขายและการสปอนเซอร์ของผู้จำหน่ายนั้น ๆ ผู้ที่มีความขยันและทำงานมีผลงานมากจะได้รับผลตอบแทนในระดับที่สูงเป็นขั้น ๆ ไป

ธุรกิจขายตรงในเมืองไทยเติบโตอย่างรวดเร็ว มูลค่าการซื้อขายเพิ่มมากขึ้นทุก ๆ ปี มีบริษัทต่าง ๆ เกิดขึ้นอย่างมากมาย จึงได้เกิดการรวมตัวของผู้ประกอบการและก่อตั้งสมาคมการขายตรงไทย (Thai Direct Selling Association หรือ TDSA) ขึ้นเมื่อวันที่ 13 ตุลาคม 2526 และสมาคมได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกของสมาพันธ์การขายตรงโลก (World Federation of Direct Selling Associations - หรือ WFDSA) ที่มีประเทศต่าง ๆ เข้าร่วมเป็นสมาชิกมากกว่า 50 ประเทศทั่วโลก สมาคมมีบทบาทสำคัญต่อวงการขายตรงไทยเรื่อยมา ทั้งต่อภาครัฐ ผู้ประกอบการ ผู้จำหน่าย และผู้บริโภคโดยเฉพาะการมีส่วนร่วมให้ข้อมูลและสนับสนุนให้เกิดพระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง พ.ศ. 2545

ธุรกิจขายตรงในเมืองไทยเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ มีผู้คนมากมายหลั่งไหลเข้ามาสู่ธุรกิจขายตรง เพราะธุรกิจขายตรงเป็นธุรกิจที่เปิดโอกาสให้กับคนทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับการศึกษา ทุกฐานะ ทุกสังคม ได้เข้ามาอย่างมีความหวัง ไม่ว่าจะเป็นการมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น การมีอิสระทางการเงิน และเวลา โอกาสท่องเที่ยวหาประสบการณ์ทั้งในและต่างประเทศทั่วโลก และได้รับการยกย่องเชิดชูเกียรติ และธุรกิจขายตรงยังเป็นโอกาสที่เปิดกว้างสำหรับทุกคนทั่วไปที่ต้องการเป็นเจ้าของธุรกิจของตนเองด้วยการลงทุนต่ำและมีความเสี่ยงน้อยมาก จึงนับว่าเป็นธุรกิจมวลชนที่ส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้คนมีสปีริตของนักค้าขายเติบโตขึ้นได้เท่าที่ปรารถนาและลงแรงทุ่มเทความพยายาม ผลตอบแทนก็จะเกิดขึ้นมากน้อยตามความพยายามและการทุ่มเทเวลาในการทำธุรกิจของแต่ละบุคคล

ประเภทสินค้าของธุรกิจขายตรงสามารถแบ่งประเภทของสินค้าในธุรกิจขายตรง ได้ดังนี้

1. ประเภทจำหน่ายสินค้า

1.1 สินค้าอุปโภคบริโภค เช่น เครื่องสำอาง เครื่องใช้ภายในบ้าน เป็นต้น

1.2 สินค้าที่เป็นสินทรัพย์ถาวร เช่น รถยนต์ บ้าน ที่ดิน คอนโดมิเนียม
ที่פקตากอากาศ

2. ประเภทการให้บริการ ได้แก่ บัตรเครดิต บัตรสมาชิกต่าง ๆ การศึกษาต่อ การศึกษา
พิเศษ การท่องเที่ยว เป็นต้น

3. ประเภทพิเศษ ได้แก่ ประกันภัย ประกันชีวิต ธุรกิจการเงิน เป็นต้น

รูปแบบและวิธีการต่าง ๆ ในระบบขายตรงที่มีการนำเสนอสินค้าถึงผู้ใช้หรือผู้บริโภค
โดยตรง ได้แก่

1. ระบบการขายสินค้าถึงบ้าน (Knock door)

เป็นการเสนอขายสินค้าตามบ้าน ที่ทำงาน หรือร้านค้า ซึ่งพนักงานขายต้องมีการ
ขั้นตอนต่าง ๆ ในการพูดและเสนอขาย อีกทั้งยังต้องผ่านการฝึกฝน ฝึกหัดมาอย่างดี จากหัวหน้า
หรือผู้ให้การฝึกอบรม พร้อมทั้งต้องมีทัศนคติ ความเชื่อมั่น และกำลังใจที่ดีในการทำงาน เช่น
พนักงานขายสินค้าลูกซ์ เซฟท์ลิท เครื่องซักผ้าหลายยี่ห้อ เครื่องกรองน้ำ เป็นต้น

2. ระบบพิธีกร (Party plan)

ระบบพิธีกรเป็นระบบที่ใช้วิธีการสาธิตการขายที่มีการแนะนำลูกค้าต่อ ๆ กันไป โดย
ก่อนการเสนอขายมักจะมีการเล่นเกมส์ กิจกรรม และมีการสาธิตสินค้า เมื่อมีการสาธิตเสร็จสิ้นก็
จะมีกิจกรรมต่อคือ การขอรายชื่อผู้มุ่งหวังเพื่อนัดกับรายใหม่ ๆ ไปยังที่อื่น ๆ ซึ่งวิธีนี้เป็นวิธีที่ผู้ขาย
หรือพิธีกรจะต้องอาศัยความสามารถและมนุษยสัมพันธ์อย่างสูงในการขาย การนัดหมายใหม่
การปิดการขาย และการชักจูงให้ผู้มุ่งหวังซื้อเพิ่ม เช่น พิธีกรทฟเพอร์แวร์ เครื่องใช้ภายใน
ครัวเรือนต่าง ๆ เป็นต้น

3. การขายทางไปรษณีย์ (Direct mail)

วิธีนี้จะมีเอกสารการโฆษณาชักชวนเป็นหัวใจสำคัญ การจัดทำเอกสารในการนำเสนอขายจึงถือเป็นศิลปะ โดยมีข้อความ สีสัน รูปแบบที่น่าสนใจ อ่านเข้าใจง่าย มีช่องว่างให้ลูกค้าสามารถสั่งซื้อได้สะดวกโดยการทำความเข้าใจความต้องการ วิธีการหาลูกค้าทางไปรษณีย์นั้น บริษัทต่าง ๆ ที่ขายทางไปรษณีย์มักติดต่อธนาคารเพื่อฝากส่งจดหมาย เอกสาร ประชาสัมพันธ์ แนะนำสินค้าไปยังลูกค้าที่ถือเครดิตต่าง ๆ ของธนาคาร

4. การขายทางโทรศัพท์ (Tele - marketing)

การขายทางโทรศัพท์บางครั้งอาจจะต้องใช้ควบคู่ไปกับการขายทางไปรษณีย์หรือการใช้โทรศัพท์ ทำการนัดหมายกับผู้มุ่งหวังหรือลูกค้า แทนที่จะเดินออกไปเคาะประตูแทน เช่น การขายสมาชิก การขายบัตรเครดิตต่าง ๆ วิธีนี้ผู้ขายก็ควรจะมีเทคนิคในการพูดโน้มน้าวและชักจูง ตลอดจนมีเทคนิคในการสื่อสารและการปิดการขาย ซึ่งนับว่าเป็นวิธีที่กำลังได้รับความนิยม

5. การออกงานแสดงสินค้า (Exhibit seminar)

เป็นการหาลูกค้าโดยการออกงานแสดงสินค้า เช่น งานเฟอร์นิเจอร์หรืองานแสดงแบบบ้าน เป็นต้น

สื่อการศึกษาและสื่อการฝึกอบรม

ความหมายของสื่อ

ฌองส์ (2529) กล่าวว่า สื่อ มาจากภาษาอังกฤษว่า Medium (เอกพจน์) หรือ Media (พหูพจน์) ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานได้ให้ไว้ว่า สื่อเป็นกริยา มีความหมายว่า ทำการติดต่อให้ถึง ชักนำให้รู้จักกันเป็นคำนามที่มีความหมายว่า บุคคลหรือสิ่งของที่ทำให้การติดต่อให้ถึงกัน

“...สื่อ (Media) เป็นตัวกลางที่จะนำข่าวสารต่าง ๆ ไปยังผู้รับ ตัวกลางเหล่านี้อาจจะอยู่ในลักษณะของตัวหนังสือ คำพูด วัสดุ อุปกรณ์ต่าง ๆ ตลอดจนวิธีการที่ผู้ส่งหรือวิทยากรใช้เป็นสื่อในการถ่ายทอดสารไปยังผู้รับ...”

สื่อ หมายถึง ตัวกลางที่จะนำข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารได้ ในการที่ผู้ส่งสารจะส่งออกไปให้ถึงผู้รับ ผู้ส่งสารก็ต้องอาศัยสื่อที่นำข่าวสารไปยังผู้รับ และเช่นเดียวกันผู้รับเองก็อาศัยสื่อในการรับสารเช่นเดียวกัน

สรุปได้ว่า สื่อ หมายถึง ตัวกลางอันอาจจะอยู่ในลักษณะวัสดุ เครื่องมืออุปกรณ์ ตลอดจนถึงเทคนิคและวิธีการต่าง ๆ ที่ผู้ส่งสารใช้บรรจุข้อมูลเป็นสื่อในการถ่ายทอดสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารให้สามารถดำเนินการตรงตามวัตถุประสงค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งผู้ให้การอบรมและผู้รับการอบรมต้องอาศัยสื่อด้วยเช่นกัน เพื่อเป็นตัวกลางที่จะทำให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเกิดความสนใจและเข้าใจ ทำให้เกิดการเรียนรู้ที่จะทำการฝึกอบรมบรรลุจุดมุ่งหมายที่ได้ตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพ

ความหมายของเทคนิคการฝึกอบรม

วิจิตร (2537) กล่าวว่า เทคนิคการฝึกอบรม หมายถึง วิธีการสอน การอบรมในรูปแบบต่าง ๆ ที่จะทำให้ผู้เข้ารับการอบรมเกิดการเรียนรู้ เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ที่ค่อนข้างถาวรตามวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรม

คันสนีย์ (2543) กล่าวว่า เทคนิคการฝึกอบรม คือ องค์ประกอบที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากที่จะช่วยให้โครงการฝึกอบรมประสบความสำเร็จตามหลักสูตร และตามวัตถุประสงค์ของโครงการฝึกอบรม ดังนั้น ผู้ที่เกี่ยวข้องจะต้องเลือกใช้เทคนิคการฝึกอบรมให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรมแต่ละครั้ง ขณะเดียวกันเทคนิคการฝึกอบรมที่เลือกใช้จะต้องเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่เข้ารับการอบรมและสอดคล้องกับธรรมชาติของเนื้อหาวิชาด้วย นั่นหมายความว่า การฝึกอบรมจะเป็นตัวกระทำที่สำคัญที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านความรู้ ทักษะและทัศนคติ ถ้าปราศจากเทคนิคการฝึกอบรมที่เหมาะสมแล้ว การเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ดังกล่าวก็จะไม่เกิดขึ้นได้สรุปความสำคัญของเทคนิคการฝึกอบรมไว้ 5 ประการ ดังนี้

1. เป็นตัวก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ ทักษะหรือเจตคติอันพึงประสงค์ของผู้เข้ารับการอบรมตามวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรมนั้น ๆ
2. เป็นวิธีทางที่นำการฝึกอบรมนั้น ๆ ให้บรรลุจุดมุ่งหมาย
3. ช่วยกระตุ้นให้ผู้เข้ารับการอบรมเกิดความต้องการในการเรียนรู้มากขึ้น
4. ช่วยทำให้ผู้เข้ารับการอบรม ไม่รู้สึกเบื่อหน่ายแต่กลับมีความกระตือรือร้น กระฉับกระเฉงขึ้น
5. ช่วยให้ผู้เข้ารับการอบรมได้รับประสบการณ์จริง และได้รับประสบการณ์การเรียนรู้ที่สอดคล้องกับความต้องการมากขึ้น

สรุปได้ว่า เทคนิคและวิธีการฝึกอบรมเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้ให้การฝึกอบรมจะสามารถถ่ายทอด ความรู้ไปยังผู้รับการฝึกอบรมโดยการใช้เทคนิคและวิธีการฝึกอบรมต่าง ๆ ให้เหมาะสม โดยสามารถวัดได้ว่าเทคนิคและวิธีการฝึกอบรมมีประสิทธิภาพเพียงใด โดยวัดจากผู้รับการอบรมว่าจะมีความรู้ ทักษะ ทศนคติ แตกต่างจากเดิมมากน้อยเพียงใด

ความสำคัญของการสอน

สมเชาว์ (ม.ป.ป.) กล่าวว่า กระบวนการเรียนการสอน ถือจัดว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งที่ทำให้กระบวนการเรียนการสอนครบบริบูรณ์และยังอาจกล่าวได้ว่าเป็นตัวชี้ถึงประสิทธิภาพของการเรียนการสอนในครั้งนั้น ๆ อีกด้วย เพราะตัวสื่อจะเป็นตัวการสำคัญที่นำเอาความรู้และประสบการณ์เข้าไปสู่การรับรู้ของผู้เรียน ซึ่งการรับรู้ที่ครูผู้สอนต้องเลือกช่องทางให้ถูกต้อง มิฉะนั้นความรู้และประสบการณ์ทั้งหมดจะไม่สามารถเกิดขึ้นแก่ผู้เรียนได้ตามประสงค์ของครูผู้สอน ประสาทสัมผัสที่รับรู้ได้แม้มีเพียง 5 ประการ ได้แก่ การรับรู้ทางตา การรับรู้ทางเสียง การรับรู้ทางสัมผัส การรับรู้ทางรส และการรับรู้ทางกลิ่น แต่ในทางปฏิบัติแล้วพบว่า มีการเลือกใช้การรับรู้ไม่เหมาะสมกันมากอันเนื่องมาจากยึดเอาความสะดวกคุ้นเคยของผู้สอน เช่น การใช้การบรรยายในการสอนเพื่ออธิบายรูปทรงขององค์พระปฐมเจดีย์ เพื่อเปรียบเทียบลักษณะของสถาปัตยกรรมไทยกับอินเดียที่ผสมผสานมากับความเชื่อทางพุทธศาสนา เป็นต้น ซึ่งเห็นได้ว่า

ผู้เรียนจะรับรู้และเกิดผลของการเรียนรู้แตกต่างกันอย่างแน่นอน เพราะภาพนี้จากการฟังจะถูกแปลความหมายไปตามประสบการณ์เดิมของผู้เรียนซึ่งก็ย่อมแตกต่างกัน ดังนั้นจึงควรมีการนำภาพมาใช้ประกอบการบรรยายดังกล่าวด้วย จึงจะสามารถชี้ให้เห็นความเหมือนหรือความแตกต่างของสถาปัตยกรรมได้อย่างชัดเจน ประเด็นนี้ก็จะสรุปได้ว่าความสมบูรณ์ของกระบวนการเรียนการสอนจำเป็นต้องให้ความสำคัญในองค์ประกอบของแต่ละส่วน โดยเฉพาะในส่วนของการสอนนั้น ในแนวคิดด้านเทคโนโลยีการศึกษาถือว่า การสอน คือ การทำให้ความเป็นนามธรรมไปสู่ความเป็นรูปธรรม

สรุปได้ว่า การเรียนการสอนจะสัมฤทธิ์ผล โดยมีสื่อเป็นองค์ประกอบสำคัญในกระบวนการถ่ายทอดความรู้ เช่นเดียวกัน การฝึกอบรมจะได้ผลต้องมีสื่อเป็นกระบวนการถ่ายทอดความรู้ โดยต้องเลือกสื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มของผู้รับการฝึกอบรม สื่อจะทำหน้าที่ถ่ายทอดสิ่งที่ผู้อบรมต้องการถ่ายทอดไปยังผู้รับการอบรม ทำให้ผู้รับการอบรมมีความรู้และความเข้าใจมากขึ้น

คุณค่าของสื่อ

การฝึกอบรมเป็นกระบวนการถ่ายทอดประสบการณ์จากแหล่งความรู้ สภาพการปฏิบัติงานจริงในปัจจุบัน ผู้ตัวผู้เข้ารับการอบรม ดังนั้นการใช้สื่อประกอบการสอนและการฝึกอบรมจะช่วยให้ผู้เข้าอบรมเรียนรู้ได้มากขึ้น

ณรงค์ (2529) กล่าวว่า การใช้สื่อประเภทต่าง ๆ จะมีคุณค่าต่อการส่งเสริมพอสรุปได้ดังนี้

1. ช่วยให้คุณภาพของการเรียนรู้ดีขึ้น เพราะมีความจริงจังและความชัดเจนต่อผู้ได้รับการส่งเสริม
2. ช่วยให้ผู้ได้รับการส่งเสริมได้เรียนรู้ในปริมาณมากขึ้นในเวลาที่รวดเร็ว เช่น กรณีที่ผู้ส่งเสริมต้องออกไปพบปะกับชาวบ้านในเวลาที่ยากลำบาก ถ้ามีแผนภูมิหรือแผนที่เตรียมเอาไว้แล้วประกอบการพูดก็จะทำให้ชาวบ้านสามารถเรียนรู้และเข้าใจได้เร็วขึ้น

3. ช่วยให้ผู้ได้รับการส่งเสริมมีความสนใจและมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันในงานที่ส่งเสริม

4. ช่วยให้ผู้ได้รับการส่งเสริมจดจำ ประทับความรู้สึกละทำอะไรได้เร็วและดีขึ้น

5. ช่วยให้ผู้สามารถเรียนรู้ในสิ่งที่ศึกษาได้ลำบาก โดยใช้สื่อเข้าช่วย เช่น

5.1 ทำให้สิ่งซับซ้อนให้ง่ายขึ้น อาทิ ถ้าต้องการจะส่งเสริมและเผยแพร่ในด้าน การคุมกำเนิดแบบใส่ห่วง โดยใช้หุ่นจำลองสาธิตการใส่ห่วงก็จะทำให้ผู้ดูเข้าใจมากขึ้น

5.2 ทำนามธรรมให้เป็นรูปธรรมขึ้น โดยการถ่ายภาพหรือสัญลักษณ์เข้าช่วย

5.3 ทำสิ่งที่เคลื่อนไหวช้าให้ดูเร็วขึ้น เช่น ใช้ภาพยนตร์แสดงการเจริญเติบโตของ ต้นพืช หรือการบานของดอกไม้ให้เห็นอย่างชัดเจนในเวลาอันรวดเร็ว

5.4 ทำสิ่งที่เคลื่อนไหวเร็วให้ดูช้าลง

5.5 ทำสิ่งที่ใหญ่มากให้ย่อขนาดลง เช่น ใช้แผนภูมิแสดงการจัดไร่นาสวนผสม โดยย่อพื้นที่ซึ่งกว้างใหญ่มากมาไว้ในกระดาษเพียงแผ่นเดียว หรืออาจทำเป็นหุ่นจำลองก็ได้

5.6 ทำสิ่งที่เล็กมากให้ขยายใหญ่ขึ้น เช่น ใช้ภาพขยายใหญ่แสดงลักษณะของแมลง ศัตรูพืช

5.7 นำอดีตมาให้ศึกษาได้ เช่น ใช้ภาพถ่ายหรือภาพยนตร์บันทึกเหตุการณ์ หรือข้อมูลในอดีตเอาไว้ เพื่อใช้ประโยชน์ในภายหน้า

กิตติ (2544) กล่าวว่า สื่อมีคุณค่าดังนี้ คือ

1. กระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดความสนใจและติดตามบทเรียน

2. ลดการพูดของผู้สอน ทำให้ผู้เรียนได้เห็นรูปแบบและเกิดมโนภาพที่มีความหมาย

3. ช่วยให้ผู้เรียนเรียนรู้ได้เร็วและจำได้นาน
4. ช่วยการสอน
 - 4.1 ทำสิ่งที่เป็นนามธรรมให้เป็นรูปธรรม
 - 4.2 ทำเรื่องซับซ้อนให้ง่ายขึ้น
 - 4.3 ทำสิ่งที่เคลื่อนไหวเร็วให้ช้าลงและทำสิ่งที่ช้าให้เร็วขึ้น
 - 4.4 ทำสิ่งใหญ่ให้เล็กลง / ของเล็กให้ใหญ่ขึ้น
 - 4.5 นำเรื่องในอดีตมาศึกษาได้
 - 4.6 นำสิ่งที่อยู่ห่างไกลให้มาใกล้
 - 4.7 นำสิ่งที่ลืบลืมมาเรียนได้
 - 4.8 นำสิ่งที่อันตรายมาเรียนได้
5. พัฒนาความคิดได้ต่อเนื่อง
6. ช่วยให้ผู้เรียนเรียนรู้ได้มากในเวลาจำกัด
7. ช่วยผู้สอนให้สอนตรงตามวัตถุประสงค์

สรุปได้ว่า คุณค่าของสื่อต่อการฝึกอบรมนั้น คือ ช่วยถ่ายทอดข้อมูลต่าง ๆ จากผู้ให้การอบรมในรูปแบบต่าง ๆ ที่ง่ายต่อความเข้าใจ และดึงดูดใจผู้รับการอบรมทำให้ผู้รับการอบรมสามารถเข้าใจข้อมูลจากผู้ให้การอบรมต้องการที่จะถ่ายทอดได้ง่ายและเข้าใจมากขึ้น

สื่อกับผู้เรียน

กิดานันท์ (2531) กล่าวว่า คุณค่าของสื่อการสอน สามารถใช้ประโยชน์ได้ทั้งผู้เรียนและผู้สอน ดังนี้

1. เป็นสิ่งที่ช่วยให้เกิดการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ เพราะช่วยให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจเนื้อหาบทเรียนที่ยากซับซ้อนได้ง่ายในระยะเวลาอันสั้นและสามารถช่วยให้เกิดความคิดรวบยอดในเรื่องนั้นได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว
2. สื่อจะช่วยกระตุ้นและสร้างความสนใจให้กับผู้เรียน ทำให้เกิดความสนุกและไม่รู้สึกเบื่อหน่ายการเรียน
3. การใช้สื่อจะทำให้ผู้เรียนมีความเข้าใจตรงกัน และเกิดประสบการณ์ร่วมกันในวิชาที่เรียนนั้น
4. ช่วยให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนการสอนมากขึ้น ทำให้มีความรู้สึกที่ดีระหว่างผู้เรียนกับผู้สอน
5. ช่วยเสริมสร้างลักษณะที่ดีในการศึกษาค้นคว้าหาความรู้ ช่วยให้ผู้เรียนเกิดความคิดสร้างสรรค์จากการใช้สื่อเหล่านั้น
6. ช่วยแก้ปัญหาเรื่องความแตกต่างระหว่างบุคคล โดยการให้มีการใช้สื่อในการศึกษารายบุคคล

สื่อกับผู้สอน

1. การใช้สื่อวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ประกอบการเรียนการสอนเป็นการช่วยให้บรรยากาศในการสอนน่าสนใจขึ้น และเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในตนเองให้เพิ่มขึ้น
2. สื่อจะช่วยแบ่งเบาภาระของผู้สอนในด้านการเตรียมเนื้อหา เพราะบางครั้งอาจให้ผู้เรียนศึกษาเนื้อหาจากสื่อได้เอง
3. เป็นการกระตุ้นให้ผู้สอนตื่นตัวอยู่เสมอ ในการเตรียมและผลิตวัสดุใหม่ ๆ เพื่อใช้เป็นสื่อการสอน ตลอดจนคิดค้นเทคนิควิธีการต่าง ๆ เพื่อให้การเรียนรู้น่าสนใจยิ่ง
4. คุณลักษณะที่เป็นรูปธรรมและเป็นความจริงของสื่อการสอนใดก็ตาม จะช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจความหมายของสิ่งนั้นอย่างกว้างขวางและเป็นแนวทางให้ผู้เรียนเข้าใจสิ่งอื่น ๆ ได้ดียิ่งขึ้น
5. สื่อการสอนทำให้ผู้เรียนรู้สึกประทับใจได้ดียิ่งขึ้น
6. สื่อการสอนช่วยประหยัดคำพูดของครูและนักเรียน
7. สามารถช่วยนักเรียนที่เรียนช้าให้เรียนได้รวดเร็วและมากขึ้น ส่วนนักเรียนที่ฉลาดก็จะเรียนรู้ให้มีทัศนคติที่มั่นคงได้
8. ถ้าได้ใช้สื่อการสอนอย่างสม่ำเสมอแล้วจะสามารถเปลี่ยนความคิดและทัศนคติ หรือช่วยให้มีทัศนคติที่มั่นคงได้
9. สื่อการสอนช่วยส่งเสริมความคิดในการแก้ปัญหา

สรุปได้ว่า สื่อกับผู้เรียน และสื่อกับผู้สอน สื่อเป็นเครื่องมือที่เชื่อมระหว่างผู้เรียนกับผู้สอนให้สามารถสื่อสารได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้มากที่สุด และ ยังก่อให้เกิดความคิดรวบยอดอย่างเดียวกัน ช่วยพัฒนาคุณค่าของการเรียนรู้ เพิ่มความเข้าใจเร้าความสนใจจากความจริง เกิดแรงกระตุ้นที่ท้าทายและอยากเรียนรู้ จนกระทั่งการเกิดทักษะ

ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้สอนต้องการ เช่นเดียวกับการฝึกอบรมจะทำให้ผู้ให้การอบรมและผู้รับการอบรมสื่อสารกันที่มีสื่อเป็นเครื่องมือเชื่อมโยงในการสื่อสาร เพื่อให้เพิ่มความเข้าใจและบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้มากที่สุด

ประเภทของสื่อ

ณรงค์ (2529) กล่าวว่า ประเภทของสื่อเป็นแบ่งเป็น 2 แบบ พอสรุปได้ ดังนี้ คือ

1. แบ่งตามลักษณะของสื่อ แบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ

1.1 เครื่องมือหรืออุปกรณ์ (Hardware) ได้แก่ สื่อประเภทที่ประกอบไปด้วยกลไกไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ เช่น เครื่องฉายทั้งหลาย เครื่องเสียง วิทยุ โทรทัศน์ รวมทั้งเครื่องสอนและคอมพิวเตอร์ บางทีเรียกว่า สื่อประเภทหนัก สื่อประเภทนี้เป็นตัวกลางหรือทางผ่านของความรู้ที่จะถ่ายทอดไปสู่ผู้รับโดยตัวของมันเองไม่สามารถสื่อความหมายได้ต้องอาศัยสื่ออื่นมาช่วย เช่น เครื่องฉายภาพยนตร์ต้องการฟิล์มภาพยนตร์ วิทยุและโทรทัศน์ต้องการรายการ เป็นต้น

1.2 วัสดุ (Software) ได้แก่ สื่อประเภทที่บรรจุเนื้อหาและรายการต่าง ๆ เอาไว้บางชนิดสามารถใช้ได้โดยตัวของมันเองโดยเอกเทศ เช่น ของจริง หุ่นจำลอง รูปภาพ ป้ายนิเทศ เป็นต้น แต่บางชนิดต้องอาศัยสื่อประเภทหนักมาช่วย เช่น ฟิล์มภาพยนตร์ แผ่นสไลด์ ม้วนเทปบันทึกเสียง เป็นต้น บางทีเราเรียกว่า สื่อประเภทเบา สิ่งสำคัญสำหรับสื่อประเภทนี้ คือ เป็นตัวอุ้มหรือตัวเก็บความรู้ในลักษณะของภาพ เสียง ตัวอักษร และสัญลักษณ์ในรูปแบบต่าง ๆ เอาไว้เป็นตัวที่ทำให้เกิดการเรียนรู้ที่สำคัญ ประเทศไทยยังขาดแคลนสื่อประเภทนี้มาก เนื่องจากยังไม่ค่อยมีหน่วยงานใดได้ผลิตกันอย่างจริงจัง

1.3 เทคนิคหรือวิธีการ (Techniques or Methods) การสื่อสารหรือการถ่ายทอดประสบการณ์หรือความหมายในรูปของกิจกรรม คือ การรวมเอาทั้งเครื่องมือ วัสดุและวิธีการเข้าด้วยกัน แต่เน้นเทคนิคหรือวิธีการเป็นสำคัญ เช่น ต้องการสอนวิธีตอนต้นไม้ให้กับเกษตรกร อาจต้องใช้ทั้งแผนภูมิแสดงขั้นตอนในการทำ ใช้เทคนิคของการสาธิตให้เกษตรกรได้เห็นวิธีการที่

ถูกต้องในการสอนตั้งแต่ต้นจนจบ เทคนิคหรือวิธีการนี้มีหลายอย่าง เช่น การสาธิต การจัดศึกษา
นอกสถานที่ การจัดนิทรรศการ การจัดประกวด เป็นต้น

2. แบ่งสื่อตามวิธีการใช้ แบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ

2.1 สื่อกระตุ้น (Motivation media) เป็นสื่อที่ออกแบบและพัฒนาขึ้นเพื่อสร้าง
ความตื่นตัว ความสนใจ หรือกระตุ้นให้มีความต้องการทราบข้อมูลและความคิดเพิ่มมากขึ้น
ได้แก่

2.1.1 วัสดุสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ แผ่นปลิว จดหมายข่าว ปฏิทิน
การ์ตูน และเอกสารเผยแพร่อื่น ๆ

2.1.2 สื่อเฉพาะอย่าง เช่น หุ่นกระบอก และสื่อพื้นบ้านอื่น ๆ เป็นต้น

2.2 สื่อการสอน (Instructional media) เป็นสื่อที่ผลิตขึ้นเพื่อสื่อความหมายในเรื่อง
ความคิดรวบยอดเนื้อหาที่สำคัญ ซึ่งทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในเรื่อง
ความรู้ ทักษะความชำนาญ หรือความคิดเห็นที่ต่างไปจากเดิม ได้แก่ โสตทัศนวัสดุทุกชนิดและ
สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ที่อยู่ในรูปของวัสดุประกอบการเรียนการสอน เช่น หนังสือ คู่มือ สไลด์
ฟิล์มสตริป ฟิล์มภาพยนตร์ เทปโทรทัศน์ ชุดการเรียนรู้ ฯลฯ ซึ่งมีเนื้อหาที่เน้นหนักไปทางด้าน
การเรียนการสอน

2.3 สื่อทบทวน (Follow – up media) เป็นสื่อที่ช่วยส่งเสริมความเปลี่ยนแปลง
ทางด้านพฤติกรรมที่พึงปรารถนาให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น เพื่อให้สำเร็จตามเป้าหมายที่ได้ตั้งเอาไว้และ
พัฒนาไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางด้านอื่น ๆ ต่อไป เช่น เอกสารที่ใช้เผยแพร่แก่บุคคลที่ได้รับ
การฝึกอบรมไปแล้ว เพื่อเป็นเอกสารอ้างอิง ย้ำ เน้น หรือเตือนความจำให้กลุ่มเป้าหมายกระทำ
พฤติกรรมนั้นต่อไปอย่างต่อเนื่อง

ฉลองชัย (2536) กล่าวว่า ประเภทของสื่อการสอนในสาขาเทคโนโลยีการเรียนการสอน
ซึ่งได้แบ่งสื่อการเรียนการสอนออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. วัสดุ (Software) หรือ Small media เป็นสื่อขนาดเล็กหรือสื่อเบาหรือบางที่เรียกว่า “Materials” สื่อประเภทนี้ทำหน้าที่ที่ประการสำคัญ คือ เก็บสารในรูปแบบต่าง ๆ (เช่น ภาพ เสียง สัญลักษณ์ของความรู้ ความคิด วิธีการ ฯลฯ) เพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ เป็นแหล่งความรู้ที่ให้ผู้เรียนจะหาประสบการณ์หรือศึกษาค้นคว้าได้อย่างกว้างขวาง สื่อประเภทวัสดุนี้ บางชนิดต้องอาศัยสื่อประเภทที่ 2 คือ พกวัสดุอุปกรณ์ในการนำเสนอ เช่น แผ่นสไลด์ फिल्मภาพยนตร์ ม้วนเทปบันทึกเสียง รายการโทรทัศน์ บทเรียนที่ใช้กับเครื่องช่วยสอน ภาพหรือเนื้อหาที่ใช้กับกระดานแม่เหล็กหรือกระดานผ้าล้า หรือที่ใช้กับป้ายนิเทศ ฯลฯ เป็นต้น นอกจากนี้สื่อประเภทวัสดุบางชนิดก็เป็นตัวของมันเอง ใช้งานได้ด้วยตนเอง เช่น รูปภาพ ของจริง หุ่นจำลอง แผนภูมิ แผนที่ ลูกโลก ฯลฯ เป็นต้น

2. เครื่องมืออุปกรณ์ (Hardware) หรือ Big media ซึ่งแต่เดิมเรียกว่า “Equipment” เป็นสื่อประเภทเครื่องยนต์กลไก ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ประเภทหนึ่ง สื่อประเภทนี้ต้องอาศัยหรือเป็นที่ถ่ายทอดความรู้ไปสู่ผู้รับสื่อประเภทนี้ ได้แก่ เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ เครื่องฉายภาพทึบแสง เครื่องฉายสไลด์ เครื่องฉายฟิล์มสตริป เครื่องฉายภาพยนตร์ เครื่องเล่นวิทยุทัศน์ เครื่องบันทึกภาพ เครื่องอ่านไมโครฟิล์ม เครื่องอ่านไมโครฟิช คอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์สื่อสารโทรคมนาคม ฯลฯ และอีกชนิดหนึ่งคือเครื่องเสียง เช่น เครื่องเล่นแผ่นเสียง เครื่องเล่นและบันทึกเสียง ฯลฯ สื่อชนิดที่ไม่ใช่กลไกไฟฟ้า หรืออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ กระดานแม่เหล็ก แผ่นป้ายนิเทศ แผ่นป้ายกระดานผ้าล้า ฯลฯ เป็นต้น

3. เทคนิคและวิธีการ (Technique or Method) สื่อประเภทนี้ อาจเป็นการกระทำหรือปฏิบัติการ อาจใช้วัสดุหรือเครื่องมือและวิธีการไปด้วยกัน จะเน้นที่เทคนิควิธีเป็นสำคัญ เทคนิคและวิธีการที่จัดว่าเป็นสื่อการเรียนการสอน ได้แก่ การแสดงนาฏการ การสาธิต การบรรยาย (Lecture) การสอนแบบปัญหา (Problem solving) การสอนแบบเอกัตบุคคล (Individualize instruction) การสอนแบบศึกษาชุมชน (Community study) การศึกษานอกสถานที่ (Field trip) เทคนิคการสอนแบบฝึกฝนและปฏิบัติ (Drill and Practice) เทคนิคการเรียนรู้แบบระดมพลังความคิด (Brainstorming) การประชุมกลุ่มเล็ก (Buzz session) การจัดนิทรรศการการเรียนรู้แบบค้นพบ ฯลฯ นอกจากนี้ยังรวมถึง เทคนิคในการนำเสนอบทเรียนด้วยสื่อประเภทวัสดุและเครื่องมืออุปกรณ์ในการถ่ายทอดข่าวสารข้อมูล หรือเนื้อหาวิชาวิธีการต่าง ๆ เช่น เทคนิคการใช้เครื่องภาพโปร่งใส ฯลฯ เป็นต้น

จกกล (2537) กล่าวว่า นักผลิตและใช้สื่อ แบ่งสื่อต่าง ๆ ออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. สื่อประเภทเครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ เป็นสื่อหนัก (Hard ware) จำพวก
โสตทัศนูปกรณ์ (Audio - visual equipment) การทำงานต้องอาศัยเครื่องมือกลไกไฟฟ้า
อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งสามารถแบ่งตามลักษณะเฉพาะของอุปกรณ์แต่ละชนิด เช่น

1.1 ประเภทเครื่องฉาย (Projected equipment) ได้แก่

- เครื่องฉายภาพยนตร์
- เครื่องฉายภาพสไลด์
- เครื่องฉายฟิล์มสตริป
- เครื่องฉายภาพโปรเจกเตอร์
- เครื่องคอมพิวเตอร์
- เครื่องรับโทรทัศน์
- เครื่องเล่นเทป
- เครื่องฉายทึบแสง
- เครื่องเทปบันทึกภาพ

1.2 ประเภทเครื่องเสียง (Sound equipment) ได้แก่

- เครื่องรับวิทยุ

- เครื่องเล่นจานเสียง
- เครื่องขยายเสียง
- เครื่องเทปบันทึกเสียง

2. สื่อประเภทวัสดุ (Audio - visual materials) หรือสื่อเบา (Soft ware) มีทั้งชนิดเสนอได้ด้วยตัวเองและบางชนิดต้องอาศัยเครื่องฉายหรือสื่อหนัก (Hard ware) ในการนำเสนอ สื่อวัสดุดังกล่าว ได้แก่

- แผนภาพ (Diagrams)
- แผนภูมิ (Charts)
- แผนที่ (Maps)
- แผนสถิติ (Graphs)
- โปสเตอร์ (Poster)
- รูปภาพ (Picture)
- สไลด์ (Slides)
- แผ่นโปร่งใส (Transparencies)
- फिल्मสตริป (Filmstrips)
- फिल्मภาพยนตร์ (Films)

- ของจำลอง (Models)
- ของจริง (Object)
- กระดานนิเทศ (Bulletin board)
- แผ่นดิสก์ (Disk)
- แถบบันทึกภาพ (Videotapes)
- ไมโครฟิล์ม (Microfilms)
- ไมโครชิพ (Microchips)
- แถบบันทึกเสียง (Tapes)

3. สื่อประเภทเทคนิคและวิธีการสอน (Techniques and Methods) เป็นกระบวนการสอนทั้งหมดที่เน้นกิจกรรมและวิธีการสอนเป็นหลัก ซึ่งผู้สอนมีรูปแบบการจัดที่ตื่นเต้นเร้าใจให้ผู้เรียนได้ติดตามการสอนตลอดไป สื่อประเภทนี้ ได้แก่

- การสาธิต (Demonstration)
- การบรรยาย (Lecture)
- การแก้ปัญหา (Problem solving)
- กรณีศึกษา (Case study)
- การแสดงบทบาทสมมติ (Role playing)

- การอภิปรายกลุ่ม (Group discussion)

กิดานันท์ (2544) กล่าวว่า สื่อการสอนแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. สื่อประเภทวัสดุ (Software) หมายถึง สื่อที่เก็บความรู้ไว้ในตัวเองซึ่งจำแนกย่อยเป็น 2 ลักษณะ คือ

- 1.1 วัสดุประเภทที่สามารถถ่ายทอดความรู้ได้ด้วยตัวเอง โดยไม่จำเป็นต้องอาศัยอุปกรณ์อื่นช่วย เช่น แผนที่ ลูกโลก รูปภาพ หุ่นจำลอง ฯลฯ

- 1.2 วัสดุประเภทที่ไม่สามารถถ่ายทอดความรู้ได้ด้วยตนเองจำเป็นต้องอาศัยอุปกรณ์อื่นช่วย เช่น แผ่นซีดี फिल्मภาพยนตร์ สไลด์ ฯลฯ

2. สื่อประเภทเครื่องมืออุปกรณ์ (Hardware) หมายถึง สิ่งที่เป็นตัวกลางหรือตัวผ่าน ทำให้ข้อมูลหรือความรู้ที่บันทึกไว้ในวัสดุสามารถถ่ายทอดออกมาให้เห็นหรือได้ยิน เช่น เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ เครื่องฉายสไลด์ เครื่องฉายภาพยนตร์ เครื่องเล่นแผ่นซีดี เป็นต้น

3. สื่อประเภทเทคนิคและวิธีการ (Techniques and Methods) หมายถึง สื่อที่มีลักษณะเป็นแนวคิดหรือรูปแบบขั้นตอนในการเรียนการสอน โดยสามารถนำสื่อวัสดุและอุปกรณ์มาใช้ช่วยในการสอนได้ เช่น เกมและสถานการณ์จำลอง การสอนแบบจุลภาค การสาธิต เป็นต้น

สรุปได้ว่า สื่อสามารถที่จะแบ่งเป็นประเภทออกได้ตามลักษณะของสื่อเป็น 3 ประเภท ใหญ่ ๆ ได้แก่ ประเภทวัสดุ ประเภทเครื่องมืออุปกรณ์ และประเภทเทคนิคและวิธีการสอน ใน 2 ประเภทแรกนั้น มักต้องใช้ประกอบกันในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร เช่น แผ่นภาพโปรงแสง ต้องนำเสนอผ่านเครื่องมืออุปกรณ์ คือ เครื่องฉายภาพโปรงใส เป็นต้น ส่วนสื่อประเภทเทคนิคและวิธีการนั้น เป็นการเน้นที่กิจกรรมในการเรียนการสอนหรือการปฏิบัติ มากกว่าการใช้เครื่องมืออุปกรณ์ เช่น การบรรยาย การสาธิต การสอนแบบการแก้ปัญหา ทั้งนี้ ในการฝึกอบรมนั้น ผู้ให้การอบรมจะเป็นผู้เลือกสื่อในการฝึกอบรม โดยเลือกใช้สื่อจากทั้ง 3 ประเภทข้างต้น

การเลือก การผลิต และการใช้สื่อการสอน

ฉลองชัย (2536) กล่าวว่า ระบบผลิตสื่อการสอนมีลำดับขั้นตอนที่สำคัญ 3 ขั้นตอน ดังพอจะสรุปได้ดังนี้

1. ขั้นวางแผนดำเนินงาน (Planning)
2. ขั้นดำเนินการผลิตสื่อ (Media production process)
3. ขั้นทดสอบประเมินผล (Development testing)

การดำเนินการใช้สื่ออาจจะแยกเป็นขั้นตอนได้ 4 ขั้นตอน ดังนี้คือ

1. ขั้นสร้างความพร้อมของนักเรียน โดยให้นักเรียนทราบวัตถุประสงค์การสอนให้นักเรียนเห็นความสำคัญและความจำเป็นที่จะต้องใช้สื่อต่าง ๆ
2. ขั้นการเสนอสื่อ ครูต้องดำเนินการดังนี้
 - 2.1 ใช้เทคนิคเสนอสื่อให้เร้าความสนใจ
 - 2.2 ให้นักเรียนมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนการสอนให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้
 - 2.3 ใช้เทคนิคการเสนอสื่อให้ถูกต้องเหมาะสมในการเสนอนั้น
3. ก่อนใช้สื่อในขบวนการเรียนการสอนทุกครั้ง ครูควรทดลองใช้สื่อนั้นเสียก่อนจนแน่ใจว่า สามารถใช้ได้ถูกต้อง และได้ผลดี จึงนำไปใช้
4. ก่อนจะเสนอสื่อจะต้องมีการสร้างความพร้อมให้แก่เรียนอย่างเพียงพอเพื่อให้นักเรียนเกิดความพร้อมอย่างจริงจัง

5. ไม่อาจใช้สื่อหลายอย่างเกินความจำเป็น การใช้สื่อเสริม (Multi - media) ที่เหมาะสม จะช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจในสิ่งที่ถ่ายทอดดีขึ้น

6. ครูจะต้องแนะนำนักเรียนให้รู้จักมีปฏิริยาและการกระทำที่เหมาะสมต่อการใช้สื่อ เพื่อให้นักเรียนมีการตอบสนองต่อวัตถุประสงค์และมีส่วนร่วมในการเรียนการสอน

7. ครูควรวหาโอกาสใช้สื่อการสอนในการฝึกทักษะทางภาษา ทั้งในด้านการเขียน การอ่าน และพูดให้แก่เด็ก

8. หลังจากใช้เสร็จแล้วควรประเมินผล ทั้งตัวสื่อ และเทคนิคการใช้สื่อ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข

สรุปได้ว่า ในการฝึกอบรม การเลือก การผลิต และการใช้สื่อการสอนเป็นเรื่องสำคัญ มากที่ผู้ทำหน้าที่ให้การฝึกอบรมจะต้องเข้าใจและสามารถใช้สื่อได้อย่างถูกต้อง ตามความเหมาะสม หากผู้ทำหน้าที่ฝึกอบรมไม่เข้าใจและไม่สามารถใช้สื่อได้ถูกต้องแล้ว ถึงแม้จะมีสื่อที่ดีสักเพียงใดก็ตามก็จะไม่สามารถช่วยให้ผู้รับการฝึกอบรมเข้าใจในเรื่องที่ผู้ให้ การอบรมถ่ายทอด

สื่อในการฝึกอบรม

น้อย (2524) กล่าวว่า เครื่องมือที่ช่วยในการฝึกอบรม ผู้ทำการฝึกอบรมหรือวิทยากรมี ความผูกพันกับผู้เข้ารับการอบรมเพื่อเสริมสร้างความรู้ ความสามารถให้กับเขาตามหลักสูตรและ เนื้อหาใน การฝึกอบรมตามวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้ กลวิธีการฝึกอบรมก็เปรียบเสมือนสะพาน เชื่อมโยงถ่ายทอดเนื้อหาให้กับผู้เข้ารับการฝึกอบรมเทคนิคและเครื่องมือที่ใช้จะแสดงความสำคัญ วัตถุประสงค์ของหลักสูตรได้

ช่องว่างระหว่างการรับรู้และการฝึกอบรมมีช่วงกว้าง เพราะว่าขาดตัวเชื่อมกลาง แต่ถ้ามี สื่อมาใช้ในการติดต่อสื่อสารกัน สื่อที่ใช้สามารถแบ่งแยกแนวทางและความหมายของการรับรู้ ไปจนถึงเกิดประสบการณ์ ความรู้สึกที่มากกระทบโสตสัมผัสทั้ง 5 สามารถรับรู้ได้ เช่น ரசชาติ

ร้อนหนาวจากการสัมผัส การคมกลืน หรือแม้แต่การมองเห็น การฟัง แม้แต่การจัดโน้มน้ามนี่ก็เป็นปัจจัยต่อการเรียนรู้ ถ้าการเรียนรู้จะสามารถเข้าใจในสิ่งนั้นจริงๆ นั่นก็คือ การฝึกอบรม

ทองฟู (2531) กล่าวว่า ประสบการณ์ ความรู้สึก ไม่สามารถเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์ เพราะว่า การฝึกฝนพิจารณาและเป็นปัญหาย่อยๆ ในการปฏิบัติงานตามสถานการณ์ ผู้พัฒนาหลักสูตรและผู้ฝึกอบรมจะต้องมีการติดต่อสื่อสารถึงการวางโครงสร้างและถ้ากระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ความหมายการเรียนรู้จะยากต่อการสร้างหลักสูตรของการฝึกอบรม วิทยากรต้องมีความถนัดในการใช้เครื่องช่วยในการฝึกอบรม (สื่อในการอบรม) และมีวิธีเพื่อให้เกิดการกระตุ้นในการรับรู้การอบรมช่วยในการพัฒนาบุคลากร การเลือกสื่อเพื่อให้สัมผัสกับวัตถุประสงค์หลักที่ต้องการ

ในขบวนการฝึกอบรมนอกจากเจ้าหน้าที่รู้จักใช้เทคนิคต่าง ๆ ที่เหมาะสม เพื่อให้การดำเนินการฝึกอบรมบรรลุตามวัตถุประสงค์ ยังมีองค์ประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่งซึ่งมักจะใช้ควบคู่กับเทคนิคการฝึกอบรมแต่ละเทคนิคด้วย นั่นคือ การใช้สื่อในการฝึกอบรม ผู้บริหารโครงการฝึกอบรมจำเป็นที่จะต้องมีความรู้ในการเลือกใช้เทคนิคและโสตทัศนูปกรณ์เพื่อเป็นสื่อที่ดีในการฝึกอบรมได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม ทั้งนี้เพราะสื่อทั้งหลายจะมีบทบาทต่อผู้เข้ารับการอบรม เพื่อช่วยให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเกิดการเรียนรู้ และเกิดการเปลี่ยนแปลงไปตามวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการได้ นอกจากนี้จะเห็นว่าสื่อมีประโยชน์อย่างยิ่งต่อการฝึกอบรม เพราะเป็นตัวที่มีบทบาทในการกำหนดเทคนิคที่จะใช้ในการฝึกอบรมด้วย

สรุปได้ว่า ผู้ให้การฝึกอบรม เป็นผู้เลือกใช้สื่อเพื่อทำการฝึกอบรม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้ให้การฝึกอบรมในการเลือกใช้สื่อ เพื่อให้ผู้รับการฝึกอบรมเข้าใจมากที่สุด เปรียบเสมือนการใช้สื่อเพื่อลดช่องว่างระหว่างผู้ให้การอบรมและผู้รับการอบรม ดังนั้น ผู้ให้การฝึกอบรมจำเป็นต้องมีการฝึกฝนตนเองก่อนทำการอบรม

การใช้สื่อในการฝึกอบรม

วัสดุ เครื่องมืออุปกรณ์ เทคนิคและวิธีการ ที่นำมาใช้ประกอบการฝึกอบรม เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ในเนื้อหาหลักสูตร โดยพิจารณาใช้วิชาด้านจิตวิทยามาช่วย

นนทวัฒน์ (2543) กล่าวว่า ประสาทสัมผัสการรับรู้ของผู้เข้ารับการฝึกอบรม มีรายละเอียดดังนี้

1. ประสาทสัมผัสของผู้เข้ารับการฝึกอบรม ผู้เข้ารับการฝึกอบรมและเรียนรู้ด้วยวิธีการต่าง ๆ และรับรู้ความแตกต่าง ดังนี้

10 % - การอ่าน

20% - การได้ยิน

30 % - การได้เห็น

50% - การได้ยินและการได้เห็น

70% - การพูด

90% - การพูดและการปฏิบัติ

2. การรับรู้ของผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้จาก

- ประสบการณ์ตรง

- ใช้อุปกรณ์ประกอบ

- ใช้คำหรืออักษร

สรุปได้ว่า การใช้สื่อในการอบรมนั้น ขึ้นอยู่กับประสาทสัมผัสการรับรู้ของผู้รับการอบรม โดยแบ่งออกเป็น 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยภายในร่างกาย เช่น การอ่าน การได้ยิน การเห็น การพูด การปฏิบัติ และ ปัจจัยภายนอกร่างกาย เช่น ประสบการณ์ตรง การใช้อุปกรณ์ประกอบ และ การใช้คำหรืออักษร เป็นต้น

ความสำคัญและประโยชน์ของสื่อในการฝึกอบรม

ทองฟู (2531) กล่าวว่า ความสำคัญและประโยชน์ของสื่อ สรุปได้ดังนี้ สื่อที่มีประสิทธิภาพสามารถสื่อความหมายของวัตถุประสงค์ของหลักสูตรและช่วยให้ผู้เข้ารับการอบรม สามารถเข้าใจได้รวดเร็ว ความสำคัญของสื่อในการฝึกอบรม มีดังนี้

1. ช่วยให้การจำได้เร็ว
2. กระตุ้นและสร้างความสนใจ
3. ส่งเสริมความเข้าใจได้ดี เรียนรู้ได้ในเวลาสั้น จดจำได้นาน

สรุปได้ว่า สื่อมีความสำคัญและประโยชน์ในการฝึกอบรม เพราะช่วยให้สามารถจดจำได้รวดเร็ว กระตุ้นให้ผู้รับการฝึกอบรมมีความสนใจในเรื่องที่อบรม และทำให้เข้าใจได้ดีขึ้น เรียนรู้ได้ในเวลาที่สั้น และจดจำได้นานยิ่งขึ้น

สื่อโสตทัศนูปกรณ์

สื่อโสตทัศนูปกรณ์ (Audio - visual aids) เป็นสื่อประเภทวัสดุและอุปกรณ์ แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ตามลักษณะที่ใช้งาน ได้แก่

1. สื่อประเภทใช้เครื่องฉาย (Projected aids) เช่น สไลด์ใช้กับเครื่องฉายสไลด์
2. สื่อประเภทไม่ใช้เครื่องฉาย (Nonprojected aids) เช่น รูปภาพ แผนภูมิ แผนสถิติ ของจริง ของจำลอง เป็นต้น

3. สื่อประเภทเครื่องเสียง (Audio aids) เช่น เทปเสียง แผ่นซีดี วิดีโอ เป็นต้น

สรุปได้ว่า สื่อโสตทัศนูปกรณ์ เป็นสื่อที่ใช้ร่วมกันระหว่าง สื่อประเภทวัสดุ และ เครื่องมืออุปกรณ์

สื่อแบ่งตามลักษณะการใช้งาน

Heney and Ullmer (1980) กล่าวว่า การแบ่งสื่อตามลักษณะการใช้งานเป็นการแบ่งสื่อ วัสดุและอุปกรณ์ตามลักษณะของการใช้งาน รวมถึงเทคนิควิธีการในการนำเสนอสื่อ ได้แก่

1. สื่อเพื่อการนำเสนอ (Presentation media) เป็นสื่อที่ใช้ในการแสดงข้อมูลภาพและเสียง โดยการนำเสนอเนื้อหาจากวัสดุที่สามารถถ่ายทอดเนื้อหาได้ด้วยตัวเอง หรือวัสดุที่ถ่ายทอดเนื้อหาด้วยอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ รวมถึงอุปกรณ์ในการส่งข้อมูลทางไกล แบ่งออกเป็น 7 ประเภท ได้แก่

1.1 วัสดุสิ่งพิมพ์และกราฟิก (Printed and graphic materials) สื่อประเภทนี้เป็นสื่อที่บรรจุข้อมูลตัวอักษร ภาพกราฟิกลักษณะลายเส้น และภาพถ่าย โดยสิ่งพิมพ์เป็นสื่อที่ได้จากกระบวนการพิมพ์ ส่วนภาพกราฟิกเป็นสื่อที่ได้จากการวาดและการถ่ายภาพ สื่อเหล่านี้จัดอยู่ในสื่อประเภทเดียวกันเนื่องจากสามารถถ่ายทอดเนื้อหาได้ด้วยตัวเอง โดยอาจเป็นการนำเสนอภาพกราฟิกบนแผนภูมิภาพและข้อความบนบัตรคำ หรือการนำเสนอภาพกราฟิกทั้งภาพวาดและภาพถ่ายบรรจุในสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือตำราเรียนและแผ่นโปสเตอร์ เป็นต้น

1.2 สื่อฉายภาพนิ่ง (Still - projection media) เป็นกลุ่มของวัสดุและอุปกรณ์ในการนำเสนอภาพนิ่ง เนื่องจากสื่อวัสดุเหล่านี้ไม่สามารถถ่ายทอดเนื้อหาได้ด้วยตัวเอง จึงต้องใช้อุปกรณ์ช่วยในการนำเสนอเนื้อหา เช่น การเสนอภาพถ่ายจากสไลด์ โดยใช้เครื่องฉายสไลด์ ข้อมูลบนแผ่นโปร่งใสเสนอด้วยเครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ และภาพถ่ายขนาดเล็กเสนอด้วยเครื่องฉายภาพทึบแสง เหล่านี้เป็นต้น

1.3 สื่อเสียง (Audio media) เป็นสื่อวัสดุและอุปกรณ์ที่นำเสนอข้อมูลเสียง ได้แก่ วิดีโอ เทปบันทึกเสียง ม้วนเทป แผ่นซีดีและเครื่องเล่นแผ่นซีดี

1.4 สื่อเสียงร่วมกับสื่อภาพนิ่ง (Audio plus still - visual media) เป็นการรวมการใช้และนำเสนอสื่อเสียงร่วมกับภาพนิ่ง ได้แก่ การใช้เครื่องฉายสไลด์ในระบบเชิงโคโนซ์ (Synchronize) เพื่อเสนอภาพที่สอดคล้องกับเสียงที่บันทึกไว้ในม้วนเทป

1.5 ภาพยนตร์ เป็นการเสนอภาพเคลื่อนไหวพร้อมเสียงด้วยการบันทึกภาพและเสียงลงบนฟิล์ม ในปัจจุบันมีการใช้แถบวิดิทัศน์ แผ่นวีซีดี และแผ่นดีวีดี ในการบันทึกและนำเสนอเนื้อหาแทนการใช้ภาพยนตร์แล้วเป็นจำนวนมาก เนื่องจากมีความสะดวกมากกว่ากันทั้งในเรื่องการติดตั้งอุปกรณ์การใช้งาน รวมถึงลักษณะของวัสดุที่ใช้ด้วย

1.6 โทรทัศน์ เป็นการเสนอเนื้อหาภาพเคลื่อนไหว เสียง และตัวอักษร เช่นเดียวกับภาพยนตร์ แต่เป็นการนำข้อมูลจากสถานีส่งโดยใช้การถ่ายทอดสัญญาณระยะไกล หรืออาจเป็นการใช้โทรทัศน์วงจรปิดเพื่อเสนอเหตุการณ์ในพื้นที่เฉพาะก็ได้ เช่น ภายในห้องประชุมขนาดใหญ่ หรือภายในบริเวณสถาบันการศึกษา เป็นต้น

1.7 สื่อประสม เป็นการนำสื่อประเภทต่าง ๆ มาใช้ร่วมกัน เช่น การใช้เทปบันทึกเสียงพร้อมภาพถ่าย หรือการใช้แถบวิดิทัศน์ภายหลังการอ่านจากหนังสือเรียน นอกจากนี้ยังมีการจัดทำเป็นชุดการเรียนรู้ (Learning package) โดยการนำสื่อต่าง ๆ มาใช้อย่างเป็นระบบและขั้นตอนตามการนำเสนอเนื้อหา เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้เนื้อหาในเรื่องนั้นจากสื่อต่าง ๆ ได้อย่างครบถ้วนสมบูรณ์

2. สื่อวัตถุ (Object media) เป็นสื่อที่มีลักษณะแตกต่างไปจากสื่อเพื่อการนำเสนอ เนื่องจากสื่อวัตถุจะมีโครงสร้างทางขนาด น้ำหนัก พื้นผิว ฯลฯ ที่ประมวลกันเป็นวัตถุ 3 มิติ สื่อวัตถุแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่

2.1 วัตถุตามธรรมชาติ (Natural objects) เป็นวัตถุที่เคลื่อนไหวได้ ตัวอย่างเช่น สัตว์ต่าง ๆ จำพวก แมลง กบ นก ฯลฯ และวัตถุที่เคลื่อนไหวไม่ได้ เช่น หิน ต้นไม้ ฯลฯ

2.2 วัตถุจากการประดิษฐ์ขึ้น (Manufactural objects) เป็นวัตถุที่มนุษย์สร้างขึ้นมาใช้งาน เช่น อุปกรณ์เครื่องฉาย ระบบการสื่อสารโทรคมนาคม เป็นต้น

2.3 วัตถุเลียนแบบของจริง (Replica, Model, และ Mock up) เป็นวัตถุที่ประดิษฐ์ขึ้นมาให้มีลักษณะคล้ายของจริง ถ้าเป็นวัตถุที่ประดิษฐ์แล้วมีขนาดโครงสร้าง พื้นผิว และสีเหมือนของจริงทุกอย่างจะเรียกว่า “Replica” หากวัตถุนั้นคล้ายของจริง มีลักษณะ 3 มิติ แต่อาจเพิ่มหรือลดขนาดลง หรือจำลองระบบการทำงานจะเรียกว่า “Model” และหากเป็นการจำลองของจริงหรือจำลองระบบการทำงานที่ซับซ้อนให้เห็นเพียงบางส่วนที่สำคัญโดยตัดส่วนที่ยุ่งยากออกจะเรียกว่า “Mock up” ซึ่งใช้มากในการฝึกอบรมด้านอุตสาหกรรม

3. สื่อเชิงโต้ตอบ (Interactive media) เป็นสื่อที่มีการนำเสนอเนื้อหาเพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ โดยมีการโต้ตอบกับสื่อนั้นแบ่งออกเป็น

3.1 การโต้ตอบกับบทเรียนแบบโปรแกรมในหนังสือเรียน หรือการใช้บทเรียนแบบโปรแกรมประกอบสื่อนั้น

3.2 การโต้ตอบกับสื่ออุปกรณ์ เช่น คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ในห้องปฏิบัติการภาษา ฯลฯ

3.3 การโต้ตอบระหว่างการเรียนด้วยเกมหรือสถานการณ์จำลอง

สรุปได้ว่า ประเภทของสื่อที่ใช้ในการฝึกอบรมนั้น จากข้อมูลข้างต้นสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ สื่อทางเดียว (One - way communication) และ สื่อสองทาง (Two - way communication)

ทฤษฎีความต้องการ

Maslow (n.d. อ้างถึงใน Megginson et al. , 1983) กล่าวว่า ความต้องการของมนุษย์ที่มีความสำคัญต่อการทำงาน เป็นแรงขับให้ผู้ปฏิบัติงานได้ปฏิบัติงานด้วยความเข้มแข็งหรือด้วยความอ่อนแอ ซึ่งคนจะเลือกปฏิบัติตามความต้องการของตน และความพึงพอใจที่ตนได้รับ โดยจัดตามลำดับความต้องการขั้นต่ำไปสู่ความต้องการขั้นสูงไว้ดังนี้

1. ความต้องการทางกายภาพและชีวภาพ เป็นความต้องการระดับต่ำสุดของความต้องการขั้นพื้นฐาน เป็นความต้องการในการดำรงชีวิต คือ อากาศ น้ำ การพักผ่อน การออกกำลังกาย เครื่องนุ่งห่ม ที่พักอาศัย ความต้องการระดับนี้ถ้าไม่ได้รับการตอบสนองแล้วความต้องการระดับอื่นก็มีผลในการจูงใจน้อยมาก

2. ความต้องการความปลอดภัยและความมั่นคง เมื่อความต้องการทางกายภาพได้รับการตอบสนองอย่างดีแล้ว ความต้องการความปลอดภัยและความมั่นคงจะกลายเป็นความต้องการที่สำคัญ ความต้องการนี้เป็นการป้องกันอันตราย ความกลัว และถอยดอนจากตำแหน่ง เป็นต้น ความต้องการขั้นนี้เป็นความต้องการหาหลักประกันต่าง ๆ การป้องกันอันตรายและความมั่นคงฉะนั้นในการบริหารงานขององค์กรจึงต้องมีนโยบายที่จะส่งเสริมความมั่นคง ความปลอดภัยให้พนักงานขององค์กรด้วย

3. ความต้องการทางสังคมและความมีส่วนร่วม จะเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อความต้องการระดับต่ำได้สนองตอบแล้ว เนื่องจากมนุษย์เป็นสัตว์สังคมจึงมีความต้องการในการเป็นเจ้าของหรือการมีส่วนร่วมและการยอมรับจากกลุ่มต่าง ๆ ความต้องการทางสังคมมี 2 ลักษณะ คือ ลักษณะแรก เป็นความต้องการมีส่วนร่วม เช่น การมีความเชื่อมั่นในตนเอง ความเป็นอิสระ ความสำเร็จ ความสามารถ ความรู้ ลักษณะที่สอง เป็นความต้องการมีชื่อเสียง การยอมรับ การนับถือในความเป็นสมาชิกของกลุ่ม ดังนั้นองค์กรจะต้องจัดโอกาสให้พนักงานในองค์กรเกิดความพึงพอใจในงานของตนเพื่อสนองต่อความต้องการของสังคม

4. ความต้องการทางการยอมรับนับถือ หลังจากบุคคลพอใจในการมีส่วนร่วมแล้ว จะไม่พอใจในการเป็นสมาชิกของกลุ่มเท่านั้น ยังต้องการยอมรับนับถือ การยกย่องจากผู้อื่นด้วยการได้รับการยกย่องจะทำให้เกิดความรู้สึกเชื่อมั่นในตนเอง ชื่อเสียง อำนาจเมื่อบุคคลได้รับการยอมรับจะก่อให้เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

5. ความต้องการผลสำเร็จของงาน เป็นความต้องการแสดงความสามารถของตนเอง เป็นความปรารถนาที่จะเป็นสิ่งที่บุคคลนั้นควรเป็นได้ ความต้องการผลสำเร็จของงานขึ้นอยู่กับศักยภาพของตนและการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการสร้างสรรค์งานอย่างกว้างขวาง ซึ่งเป็นผลสำเร็จของตน

William (n.d. อ้างถึงใน สมพงษ์, 2541) กล่าวว่า ความต้องการในการปฏิบัติของผู้ทำงานทั่วไป ปรากฏว่าผู้ปฏิบัติงานส่วนใหญ่มีความต้องการในการทำงานอย่างน้อย 10 ประการ คือ

1. ความมั่นคงในการทำงาน หมายถึง ในการปฏิบัติงานจะต้องมีหลักประกันซึ่งตนต้องปฏิบัติงานอย่างเต็มความรู้ความสามารถ จนมีผลงานอย่างดีและเด่นชัดก็จะได้รับจ้างให้ปฏิบัติงานได้ตลอดไป

2. ความพอใจในการทำงาน ในการทำงานถ้าเกิดความพึงพอใจในงานก็จะเกิดความสุขในการทำงาน ผลงานก็จะดีกว่าคนที่ทำงานด้วยความจำใจหรือทำงานตามหน้าที่

3. โอกาสก้าวหน้าในการทำงาน หมายถึง งานในหน้าที่ที่ปฏิบัติอยู่นั้นเป็นงานที่มีโอกาสก้าวหน้า บุคคลย่อมมีความหวังที่จะก้าวหน้าที่ย่อมมีกำลังใจที่จะปฏิบัติงานให้ลุล่วงไปด้วยดี

4. การได้รับการยกย่องนับถือเป็นที่ยอมรับ สนับสนุนการทำการงานให้ประสบผลสำเร็จ ย่อมเป็นการเสริมสร้างขวัญกำลังใจและความมั่นใจในการทำงาน

5. การมีผู้บังคับบัญชาที่มีความสามารถ ผู้ได้บังคับบัญชาย่อมปรารถนาที่จะมีผู้นำหรือหัวหน้าที่มีความรู้ความสามารถ เพราะจะเป็นผู้ชี้แนะเป็นตัวอย่างในการทำงานและปฏิบัติตนได้

6. การได้รับค่าจ้างโดยธรรม หมายถึง การกำหนดอัตราเงินเดือน การเลื่อนขั้นเงินเดือน หรือการได้รับความดีความชอบให้เป็นไปโดยธรรม เพราะมีความสำคัญในด้านจิตใจของผู้ปฏิบัติงานอย่างมาก

7. ความเสมอภาค หมายถึง ความเท่าเทียมกันในการปฏิบัติงานไม่มีการแบ่งแยกเป็นพรรคเป็นพวก หรือลำเอียงในหน่วยงาน เพราะสิ่งเหล่านี้เป็นมูลเหตุที่ทำให้ลาชวัญในการทำงาน และทำลายความสามัคคีในหมู่คณะในองค์กร

8. ความนุ่มนวลและแนบเนียน การมีปิยะวาจาเป็นที่พอใจรักใคร่แก่ผู้วิสาสะและผู้ร่วมงานเสมอ

9. ความยอมรับนับถือมนุษย์เป็นสัตว์สังคม มีความต้องการที่เป็นที่ยอมรับว่าเป็นพวกพ้องเดียวกันกับสมาชิกส่วนใหญ่ ทำให้เกิดความสุขใจในการปฏิบัติงานส่วนบุคคลที่ถูกทอดทิ้งให้อยู่โดดเดี่ยวย่อมเกิดความวิตก เกรงกลัว และไม่สามารถปฏิบัติงานให้บังเกิดผลดีได้

10. ความพอใจในสภาพการทำงาน ในการปฏิบัติงานนอกจากมีเพื่อนร่วมงานที่ดีแล้ว สภาพแวดล้อมและสภาพของงานนับว่ามีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงานมาก

สรุปได้ว่า มนุษย์มีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป และความต้องการเป็นพื้นฐานที่จะทำให้เกิดแรงขับหรือแรงจูงใจในการทำงาน ดังนั้น ความต้องการจึงเป็นแรงขับหรือแรงจูงใจของนักธุรกิจขายตรงในการทำงาน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มีงานวิจัยในลักษณะต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง พอสรุปได้ดังนี้

งานวิจัยในประเทศ

ชูชาติ (2530) ได้ทำการวิจัยเรื่องการสำรวจสภาพปัญหาและความต้องการใช้สื่อการสอนของอาจารย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ในปี 2529 โดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นอาจารย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ผลการวิจัยพบว่า อาจารย์ส่วนมากมีความเห็นว่า สื่อการสอนมีความสำคัญต่อการเรียนการสอนที่มีเนื้อหาถูกต้อง การเลือกสื่อการสอนให้ตรงกับจุดมุ่งหมายของเรื่องที่จะสอนอาจารย์ใช้สื่อการสอนอธิบายเนื้อหาบทเรียนเท่านั้น ใช้เสริมสร้างทัศนคติของผู้เรียน และบางครั้งใช้ไม่ได้ เพราะขาดวัสดุ สื่อการสอนที่ใช้มากที่สุดคือ เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ

เศรษฐชัย (2540) ได้ทำการวิจัยเรื่องสภาพปัญหาและความต้องการการใช้สื่อฝึกอบรมของวิทยากร การสื่อสารแห่งประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า กองฝึกอบรมมีวัสดุอุปกรณ์ประกอบการสอนหลากหลายชนิด แต่ปริมาณยังจำกัดจึงเกิดปัญหาขาดแคลนในบางครั้งวิทยากรส่วนใหญ่มีความต้องการ แผ่นโปร่งใส เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ เครื่องถ่ายเอกสารและเครื่องเล่นเทปโทรทัศน์มากที่สุด สำหรับปัญหาในการใช้วัสดุอุปกรณ์ประกอบการสอนนั้น วิทยากรส่วนใหญ่ยังขาดทักษะ และต้องการความช่วยเหลือทั้งการใช้ การผลิต ส่วนข้อมูลแนวทางการจัดตั้งและการดำเนินการของศูนย์เทคโนโลยีการศึกษาที่เหมาะสม สำหรับกองฝึกอบรม ควรเป็นหน่วยงานอิสระขึ้นตรงต่อผู้อำนวยการกองฝึกอบรมและควรจัดงบประมาณของการสื่อสารแห่งประเทศไทยเพื่อใช้ดำเนินการ

อภิชาติ (2543) ได้ทำการวิจัยเรื่องสภาพและความต้องการใช้เทคโนโลยีการศึกษาเพื่อการฝึกอบรมของวิทยากรฝึกอบรมธนาคารออมสิน ผลการวิจัยพบว่า สภาพการใช้เทคโนโลยีการศึกษาเพื่อการฝึกอบรม ประเภทวัสดุที่ใช้มากที่สุด คือ แผ่นโปร่งใส ม้วนเทปบันทึกเสียง แผ่นบันทึกข้อมูล อุปกรณ์ที่ใช้มากที่สุด คือ กระดานไวท์บอร์ด วีดิทัศน์ เทคนิควิธีการที่ใช้กันมากที่สุด คือ การบรรยายและการอภิปราย การให้บริการที่ได้รับมากที่สุดคือ การผลิตกราฟิก แผนภูมิ และการเขียนภาพ

วิชัย (2543) ได้ทำการวิจัยเรื่องสถานภาพความต้องการและปัญหาการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมของหัวหน้าหน่วยพัฒนาที่ดิน กรมพัฒนาที่ดิน ผลการวิจัยพบว่า สื่อที่หัวหน้าหน่วยใช้บ่อยมาก คือ เทคนิคการบรรยาย แผ่นพับ โปสเตอร์ และเครื่องขยายเสียง สำหรับสื่อที่หัวหน้าหน่วยต้องการใช้บ่อยมากเพื่อการฝึกอบรมต่อไป คือ โปสเตอร์ แผ่นพับ เครื่องขยายเสียง เครื่องเล่นบันทึกวิทยุทัศน์ สื่อที่หัวหน้าหน่วยพบปัญหาในการใช้บ่อยมากที่สุด การใช้คอมพิวเตอร์ ส่วนสื่อที่ไม่พบปัญหาในการใช้ คือ แผ่นปลิว และกล้องถ่ายภาพนิ่ง

วันคร (2545) ได้ทำการวิจัยเรื่องสภาพปัญหาและความต้องการสื่อเพื่อการฝึกอบรมของบุคลากรการไฟฟ้านครหลวง ผลการวิจัยพบว่า ความต้องการใช้สื่อการฝึกอบรมประเภทวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องขยายเสียงและไมโครโฟนมีความต้องการมากที่สุด รองลงมา คือ คอมพิวเตอร์ ส่วนกระดานขาวและกระดานดำมีความต้องการน้อยที่สุด สำหรับสื่อประเภทเทคนิควิธีการและกิจกรรม มีความต้องการ การฝึกอบรมแบบใช้โสตทัศนูปกรณ์มากที่สุด รองลงมา คือ การฝึกอบรมแบบสาธิต ส่วนการฝึกอบรมแบบบรรยายเพียงอย่างเดียวมีความต้องการน้อยที่สุด

งานวิจัยต่างประเทศ

Yoon (1977) ได้ทำการวิจัยเรื่องความต้องการสื่อการสอนของโครงการอบรมครูประจำการในโรงเรียนมัธยมศึกษาในกรุงโซล สาธารณรัฐเกาหลีใต้ ผลการวิจัยพบว่า อาจารย์และผู้บริหารมีประสบการณ์ด้านสื่อการสอนและเรียนวิชาโสตทัศนศึกษาจากมหาวิทยาลัยที่ตนสำเร็จ ผู้บริหารอยากมีความรู้เกี่ยวกับแผ่นโปร่งใส การแสดงนิทรรศการมากที่สุด ครูผู้สอนต้องการมีความรู้เกี่ยวกับเครื่องฉายภาพทึบแสงและสนใจการผลิตแผ่นโปร่งใส ภาพถ่ายสไลด์และสื่อการสอนบทเรียนโปรแกรมผู้บริหารและครูผู้สอนมีความเห็นว่า ควรมีการจัดฝึกอบรมใช้โสตทัศนวัสดุในระหว่างปิดภาคเรียน

Henry (1987) ได้ทำการวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบที่มีผลต่อการเลือกใช้เทคโนโลยีการศึกษา ของครูระดับประถมศึกษาในรัฐเคนดักกี พบว่า ความถี่ของการใช้สื่อขึ้นอยู่กับองค์ประกอบต่าง ๆ คือ ความง่ายของอุปกรณ์ในห้องเรียน อาคาร และสถานที่ตั้ง ศูนย์บริการ สื่อ จำนวนของครูที่จะสามารถซื้อวัสดุอุปกรณ์ได้ ระดับการกระตุ้นของผู้บริหาร จำนวนครูที่เข้ารับการอบรมในการใช้สื่อแต่ละชนิด

สรุปได้ว่า สื่อมีความสำคัญต่อกระบวนการเรียนรู้ นั่นคือสื่อมีบทบาทต่อการฝึกอบรม
เช่นกัน เพราะเป็นปัจจัยที่ช่วยให้การฝึกอบรมมีความน่าสนใจ และสามารถถ่ายทอดความรู้ให้อยู่
ในรูปแบบที่สามารถเข้าใจได้ง่าย หรือสามารถมองเห็นเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) ที่มุ่งศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการเพื่อการฝึกอบรมในธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การสร้างเครื่องมือในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรเป้าหมายที่ได้ทำการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ นักธุรกิจขายตรงที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรมของธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง จำนวน 1,000 คน จากบริษัทขายตรงดังต่อไปนี้

1. บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด
2. บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด
3. บริษัท ซูเลียน จำกัด
4. บริษัท แฮปปี้ เอ็ม พี เอ็ม จำกัด

5. บริษัท สุพรีเคิร์ม จำกัด

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคัดเลือกจากนักธุรกิจขายตรงที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับ การฝึกอบรมของธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงจากบริษัทขายตรงทั้ง 5 แห่ง จำนวน 250 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญใน ธุรกิจขายตรงที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรมเสนอชื่อนักธุรกิจขายตรง ในลักษณะเครือข่าย (Net work)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามที่ผู้วิจัย สร้างขึ้น โดยอาศัยการศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย

1. แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1.1 แบบสอบถามแบบปลายปิด (Closed - ended questionnaire) เป็นแบบสอบถามที่ กำหนดให้ผู้ตอบ ตอบเฉพาะข้อความที่กำหนดให้เท่านั้น

1.2 แบบสอบถามชนิดปลายเปิด (Open - ended questionnaire) เป็นแบบสอบถามที่ เปิดโอกาสให้ผู้ตอบได้เสนอความคิดเห็นอย่างอิสระ

2. ข้อมูลในแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 สภาพปัญหาการใช้สื่อในการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงและ ตลาดแบบตรง ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจในเรื่องสภาพปัญหาของประเภทของสื่อที่ใช้ในการฝึกอบรม ของนักธุรกิจขายตรง โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale)

โดยใช้วิธีของ (Likert scale) กำหนดการให้คะแนนออกเป็น 5 ระดับของสภาพปัญหา คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ความต้องการในการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง ผู้วิจัยได้สำรวจความต้องการของนักธุรกิจขายตรงในเรื่องความต้องการใช้สื่อในการฝึกอบรมประเภทวัสดุ เครื่องมืออุปกรณ์ เทคนิคและวิธีการฝึกอบรม โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) โดยใช้วิธีของ (Likert scale) กำหนดการให้คะแนนออกเป็น 5 ระดับของความต้องการ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะสำหรับการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมและพัฒนา นักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจเกี่ยวกับสื่อที่ใช้ในการฝึกอบรมประเภท วัสดุ เครื่องมืออุปกรณ์ เทคนิคและวิธีการฝึกอบรมว่าเหมาะสม ควรปรับปรุง หรือควรยกเลิก คำถามมีลักษณะแบบปลายเปิด

การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

ในการสร้างแบบสอบถาม ได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าความต้องการของปัญหาจากตำรา เอกสาร รายงานผลการวิจัยและแบบสอบถามที่ได้มีผู้สร้างไว้แล้วในวิทยานิพนธ์ ที่เกี่ยวข้องกับ สภาพปัญหาและความต้องการใช้สื่อการฝึกอบรม
2. จัดทำแบบสอบถามฉบับร่าง
3. นำแบบสอบถามฉบับร่าง ขอคำปรึกษาและแนะนำจากคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ทั้ง 2 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity)

4. นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น ตามคำแนะนำจากคณะกรรมการที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ทั้ง 2 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญ

5. นำไปทดลองใช้กับบุคคลที่คล้ายกับกลุ่มตัวอย่างคือ กลุ่มนักธุรกิจขายตรง บริษัท แฮปปี้ เอ็ม พี เอ็ม จำกัด จำนวน 30 คน แล้วนำมาทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) สัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient of alpha) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ซึ่งผลการทดสอบได้ค่าความเชื่อมั่น 0.90

6. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขจนสมบูรณ์แล้วนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้ได้มีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ผู้วิจัยทำหนังสือแจ้งสถานประกอบการที่ประกอบธุรกิจขายตรงทั้ง 5 แห่งเพื่อที่จะขอทำการเก็บข้อมูลการใช้สื่อการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงที่หน้าที่ดำเนินการฝึกอบรมหรือผู้ที่เกี่ยวข้องซึ่งออกโดยภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2. ผู้วิจัยมีผู้ช่วยทำการวิจัย จำนวน 5 คน ที่จะทำการสำรวจแบบสอบถามเพื่อให้ได้แบบสอบถามตามจำนวนที่ต้องการ

3. นำแบบสอบถามที่ได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้ทำการสำรวจมาลงรหัส จากนั้นทำการวิเคราะห์ด้วยคอมพิวเตอร์โดยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่
หาค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 สภาพปัญหาการใช้สื่อในการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง
วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายจากการใช้
ค่าน้ำหนัก ดังนี้

มากที่สุด	เท่ากับ 5 คะแนน
มาก	เท่ากับ 4 คะแนน
ปานกลาง	เท่ากับ 3 คะแนน
น้อย	เท่ากับ 2 คะแนน
น้อยที่สุด	เท่ากับ 1 คะแนน

นำค่าเฉลี่ยที่ได้มาเปรียบเทียบกับเพื่อจัดอันดับโดยกำหนดเกณฑ์ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.80 หมายถึง	น้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81 - 2.60 หมายถึง	น้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61 - 3.40 หมายถึง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41 - 4.20 หมายถึง	มาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21 - 5.00 หมายถึง	มากที่สุด

ตอนที่ 3 ความต้องการในการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงและ
ตลาดแบบตรง วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้เกณฑ์ในการแปล
ความหมายจากการใช้ค่าน้ำหนัก ดังนี้

มากที่สุด	เท่ากับ 5 คะแนน
มาก	เท่ากับ 4 คะแนน
ปานกลาง	เท่ากับ 3 คะแนน
น้อย	เท่ากับ 2 คะแนน
น้อยที่สุด	เท่ากับ 1 คะแนน

นำค่าเฉลี่ยที่ได้มาเปรียบเทียบกับเพื่อจัดอันดับโดยกำหนดเกณฑ์ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.80 หมายถึง น้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81 - 2.60 หมายถึง น้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61 - 3.40 หมายถึง ปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41 - 4.20 หมายถึง มาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21 - 5.00 หมายถึง มากที่สุด

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะสำหรับการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมและพัฒนาของ
นักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง ผู้วิจัยทำการเรียบเรียงข้อมูลจากการสำรวจเพื่อเป็นข้อมูล
ประกอบการวิจัย

บทที่ 4

ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงสภาพปัญหาและความต้องการสื่อเพื่อการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ตามขั้นตอนต่าง ๆ โดยได้แบ่งการนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของนักธุรกิจขายตรง

ตอนที่ 2 สภาพปัญหาการใช้สื่อในการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

ตอนที่ 3 ความต้องการในการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะสำหรับการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมและพัฒนาของนักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของนักธุรกิจขายตรง

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของนักธุรกิจขายตรง เพศ อายุ คุณวุฒิการศึกษาสูงสุด อายุงานในการทำธุรกิจขายตรง เป็นนักธุรกิจขายตรงของบริษัท ลักษณะการทำงาน

ข้อมูลพื้นฐาน	นักธุรกิจขายตรง (n = 250)	
	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	112	44.80
หญิง	138	55.20
อายุ		
ต่ำกว่า 31 ปี	63	25.20
31 - 40 ปี	86	34.40
41 - 50 ปี	54	21.60
สูงกว่า 50 ปี	47	18.80
คุณวุฒิการศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	158	63.20
ปริญญาตรี	81	32.40
ปริญญาโท	10	4.00
ปริญญาเอก	1	0.40
อายุงานในการทำธุรกิจขายตรง		
ต่ำกว่า 6 เดือน	44	17.60
6 - 12 เดือน	38	15.20
1 - 3 ปี	82	32.80
3 ปี ขึ้นไป	86	34.40

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลพื้นฐาน	นักธุรกิจขายตรง (n = 250)	
	จำนวน	ร้อยละ
เป็นนักธุรกิจขายตรงของบริษัท		
บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด	52	20.80
บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิค จำกัด	53	21.20
บริษัท ชูเลี่ยน จำกัด	57	22.80
บริษัท แฮปปี้ เอ็ม พี เอ็ม จำกัด	45	18.00
บริษัท สุพรีเคิร์ม จำกัด	43	17.20
ลักษณะการทำงาน		
ทำเป็นอาชีพหลัก (เต็มเวลา)	111	44.40
ทำเป็นอาชีพเสริม	139	55.60

จากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่า นักธุรกิจขายตรงส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายคือ เพศหญิงร้อยละ 55.20 และเป็นเพศชายร้อยละ 44.80

อายุของนักธุรกิจขายตรงส่วนใหญ่ มีอายุ 31 - 40 ปี ร้อยละ 34.40 รองลงมาคือ อายุต่ำกว่า 31 ปี ร้อยละ 25.20 และ อายุ 41 - 50 ปี ร้อยละ 21.60 น้อยที่สุดคือ อายุสูงกว่า 50 ปี ร้อยละ 18.80

วุฒิการศึกษาสูงสุดของนักธุรกิจขายตรงส่วนใหญ่จบต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 63.20 จากการสำรวจพบว่าจบ ประถมศึกษาปีที่ 4 ประถมศึกษาปีที่ 6 ประถมศึกษาปีที่ 7 มัธยมศึกษาปีที่ 1 มัธยมศึกษาปีที่ 3 มัธยมศึกษาปีที่ 6 ปวช. ปวส. อนุปริญญา ปกศ. รองลงมา จบปริญญาตรี ร้อยละ 32.40 จากการสำรวจพบว่าจบการศึกษาสาขา บริหารธุรกิจ บัญชี การตลาด การจัดการ เลขานุการ แพทยศาสตร์ ศิลปศาสตร์ ภาษาอังกฤษธุรกิจ ศึกษาสาตร์ วิศวกรรมศาสตร์ สังคมศาสตร์(พัฒนาชุมชน) รัฐศาสตร์(บริหารรัฐกิจ บริหารงานบุคคล) วิทยาศาสตร์(เครื่องกล เคมี พยาบาล เกษตร พัฒนาการเกษตร อาหาร คอมพิวเตอร์) นิติศาสตร์

ทันตแพทยศาสตร์ นิเทศศาสตร์(สื่อสารมวลชน โฆษณาประชาสัมพันธ์) และ จปปริญญาโท ร้อยละ 4.00 จากการสำรวจพบว่าจบการศึกษาสาขา บริหารธุรกิจ ศิลปศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ (เทคโนโลยีการศึกษา) น้อยที่สุดคือ จปปริญญาเอก ร้อยละ 0.40 จากการศึกษาพบว่าจบ การศึกษาสาขา วิทยาศาสตร์สาขาเคมี

อายุงานในการทำธุรกิจของนักธุรกิจขายตรงส่วนใหญ่อายุงาน 3 ปี ขึ้นไป ร้อยละ 34.40 รองลงมา 1 - 3 ปี ร้อยละ 32.80 และต่ำกว่า 6 เดือน ร้อยละ 17.60 น้อยที่สุดคือ 6 - 12 เดือน ร้อยละ 15.20

ส่วนใหญ่เป็นนักธุรกิจขายตรงของ บริษัท ชูเลี่ยน จำกัด ร้อยละ 22.80 รองลงมา บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด ร้อยละ 21.20 บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ร้อยละ 20.80 และบริษัท แฮปปี้ เอ็ม พี เอ็ม จำกัด ร้อยละ 18.00 ตามลำดับ น้อยที่สุดคือ บริษัท สุพรีเคิร์ม จำกัด ร้อยละ 17.20

ลักษณะการทำงานของนักธุรกิจขายตรงส่วนใหญ่ทำเป็นอาชีพเสริมมากกว่าทำเป็นอาชีพหลัก(เต็มเวลา) คือ ทำเป็นอาชีพเสริม ร้อยละ 55.60 และทำเป็นอาชีพหลัก (เต็มเวลา) ร้อยละ 44.40

ตอนที่ 2 สภาพปัญหาการใช้สื่อการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

ตารางที่ 2 สภาพการใช้สื่อการฝึกอบรมในปัจจุบันประเภทวัสดุ

(n = 250)			
สภาพการใช้สื่อในการฝึกอบรม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ประเภทวัสดุ			
1. รูปภาพ	3.68	1.10	มาก
2. เอกสารประกอบบรรยาย	3.88	1.01	มาก
3. फिल्मสไลด์	2.82	1.26	ปานกลาง
4. เทปเสียงคาสเซ็ท	2.79	1.31	ปานกลาง
5. เทปวีดิทัศน์	3.10	1.21	ปานกลาง
6. แผ่น CD สำหรับบันทึกข้อมูล	3.55	1.23	มาก
7. แผ่น Diskette สำหรับบันทึกข้อมูล	2.76	1.27	ปานกลาง
8. Handy drive สำหรับบันทึกข้อมูล	2.83	1.34	ปานกลาง
9. แผ่นโปร่งใส	2.84	1.34	ปานกลาง
10. แผนภูมิพลิก	2.40	1.28	น้อย
11. อุปกรณ์เครื่องเขียนสำหรับฝึกอบรม	3.63	1.20	มาก

จากตารางที่ 2 จะเห็นว่าสภาพการใช้สื่อในการฝึกอบรมในปัจจุบันประเภทวัสดุที่มีระดับการใช้มาก คือ เอกสารประกอบการบรรยาย รูปภาพ อุปกรณ์เครื่องเขียนสำหรับฝึกอบรม แผ่น CD สำหรับบันทึกข้อมูล ($\bar{X} = 3.88, 3.68, 3.63, 3.55$) ตามลำดับ ระดับการใช้ปานกลาง คือ เทปวีดิทัศน์ แผ่นโปร่งใส Handy drive สำหรับบันทึกข้อมูล फिल्मสไลด์ เทปเสียงคาสเซ็ท แผ่น Diskette สำหรับบันทึกข้อมูล ($\bar{X} = 3.10, 2.84, 2.83, 2.82, 2.79, 2.76$) ตามลำดับ และระดับการใช้น้อย คือ แผนภูมิพลิก ($\bar{X} = 2.40$)

ตารางที่ 3 สภาพการใช้สื่อการฝึกอบรมในปัจจุบันประเภทเครื่องมืออุปกรณ์

(n = 250)

สภาพการใช้สื่อในการฝึกอบรม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ประเภทเครื่องมืออุปกรณ์			
1. เครื่องฉายข้ามศีรษะ	3.10	1.26	ปานกลาง
2. เครื่องฉายภาพทึบแสง	2.25	1.23	น้อย
3. เครื่องฉายสไลด์	2.73	1.30	ปานกลาง
4. เครื่องรับโทรทัศน์	3.29	1.30	ปานกลาง
5. เครื่องเล่น/บันทึกเทปวีดิทัศน์	3.12	1.22	ปานกลาง
6. กล้องถ่ายภาพด้วยฟิล์ม	2.84	1.22	ปานกลาง
7. กล้องถ่ายภาพดิจิทัล	3.33	1.32	ปานกลาง
8. เครื่องขยายเสียงพร้อมอุปกรณ์	3.80	1.27	มาก
9. เครื่องคอมพิวเตอร์	3.58	1.42	มาก

จากตารางที่ 3 จะเห็นว่าสภาพการใช้สื่อในการฝึกอบรมปัจจุบันประเภทเครื่องมืออุปกรณ์ที่มีการใช้มาก คือ เครื่องขยายเสียงพร้อมอุปกรณ์ เครื่องคอมพิวเตอร์ ($\bar{X} = 3.80, 3.58$) ตามลำดับ ระดับการใช้ปานกลาง คือ กล้องถ่ายภาพดิจิทัล เครื่องรับโทรทัศน์ เครื่องเล่น/บันทึกเทปวีดิทัศน์ เครื่องฉายข้ามศีรษะ กล้องถ่ายภาพด้วยฟิล์ม เครื่องฉายสไลด์ ($\bar{X} = 3.33, 3.29, 3.12, 3.10, 2.84, 2.73$) ตามลำดับ และระดับการใช้น้อย คือ เครื่องฉายทึบแสง ($\bar{X} = 2.25$)

ตารางที่ 4 สภาพการใช้สื่อการฝึกอบรมในปัจจุบันประเภทวิธีการและเทคนิคการฝึกอบรม

(n = 250)

สภาพการใช้สื่อในการฝึกอบรม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ประเภทวิธีการและเทคนิคการฝึกอบรม			
1. การฝึกอบรมแบบบรรยายเพียงอย่างเดียว	3.80	1.13	มาก
2. การฝึกอบรมแบบบรรยายประกอบสื่อฯ	3.83	1.03	มาก
3. การฝึกอบรมแบบทดลองปฏิบัติ	3.70	1.12	มาก
4. การฝึกอบรมแบบแสดงบทบาทสมมติ	3.31	1.18	ปานกลาง
5. การฝึกอบรมแบบสาธิต	4.07	1.05	มาก
6. การฝึกอบรมแบบประชุม/สัมมนา	4.04	1.01	มาก
7. การจัดทัศนศึกษาดูงานนอกสถานที่	3.03	0.16	ปานกลาง

จากตารางที่ 4 จะเห็นว่าสภาพการใช้สื่อในการอบรมปัจจุบันประเภทวิธีการและเทคนิคการฝึกอบรมที่มีการใช้มาก คือ การฝึกอบรมแบบสาธิต การฝึกอบรมแบบประชุม/สัมมนา การฝึกอบรมแบบบรรยายประกอบสื่อฯ การฝึกอบรมแบบบรรยายเพียงอย่างเดียว การฝึกอบรมแบบทดลองปฏิบัติ ($\bar{X} = 4.07, 4.04, 3.83, 3.80, 3.70$) ตามลำดับ และระดับการใช้ปานกลาง คือ การฝึกอบรมแบบแสดงบทบาทสมมติ การจัดทัศนศึกษาดูงานนอกสถานที่ ($\bar{X} = 3.31, 3.03$) ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ปัญหาการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมด้านการเตรียมและจัดหาสื่อการฝึกอบรม

(n = 250)

ปัญหาการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านการเตรียมและจัดหาสื่อการฝึกอบรม			
1. ระยะเวลาคิดและเตรียมใช้สื่อในการฝึกอบรม	2.84	1.72	ปานกลาง
2. ความรู้ความสามารถการใช้สื่อในการฝึกอบรม	2.82	1.14	ปานกลาง
3. ระยะเวลาในการวางแผนและเตรียมการก่อนใช้สื่อ	2.74	1.19	ปานกลาง
4. งบประมาณสำหรับการจัดหาสื่อการฝึกอบรม	2.62	1.15	ปานกลาง

จากตารางที่ 5 จะเห็นว่าปัญหาการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมด้านการเตรียมและจัดหาสื่อ การฝึกอบรมอยู่ในระดับปานกลาง คือ ระยะเวลาคิดและเตรียมสื่อในการฝึกอบรม ความรู้ความสามารถการใช้สื่อในการฝึกอบรม ระยะเวลาในการวางแผนและเตรียมการก่อนใช้สื่อ งบประมาณสำหรับการจัดหาสื่อการฝึกอบรม ($\bar{X} = 2.84, 2.82, 2.74, 2.62$) ตามลำดับ

ตารางที่ 6 ปัญหาการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมด้านการเลือก การผลิต และการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรม

(n = 250)			
ปัญหาการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านการเลือก การผลิต และการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรม			
1. การเลือกสื่อให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์การอบรม	2.75	1.20	ปานกลาง
2. ความไม่มั่นใจในสื่อๆ จะทำให้การอบรมมีประสิทธิภาพ	2.58	1.12	น้อย
3. ขาดบุคลากรที่จะช่วยในการผลิตสื่อ	2.66	1.20	ปานกลาง
4. ขาดงบประมาณและวัสดุเครื่องมือที่ใช้ในการผลิตสื่อ	2.56	1.19	น้อย
5. ขาดทักษะการใช้สื่อเกรงว่าจะเกิดการชำรุดจึงไม่ใช้	2.45	1.10	น้อย

จากตารางที่ 6 จะเห็นว่าปัญหาการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมด้านการเลือก การผลิต และ การใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมอยู่ในระดับปานกลาง คือ การเลือกสื่อให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ การอบรม ขาดบุคลากรที่จะช่วยในการผลิตสื่อ ($\bar{X} = 2.75, 2.66$) ตามลำดับ และระดับน้อย คือ ความไม่มั่นใจในสื่อๆ จะทำให้การอบรมมีประสิทธิภาพ ขาดงบประมาณและวัสดุเครื่องมือที่ใช้ในการผลิตสื่อ ขาดทักษะการใช้สื่อเกรงว่าจะเกิดการชำรุดจึงไม่ใช้ ($\bar{X} = 2.58, 2.56, 2.45$) ตามลำดับ

ตารางที่ 7 ปัญหาการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมด้านคุณภาพและปริมาณของสื่อการฝึกอบรม

(n = 250)

ปัญหาการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านคุณภาพและปริมาณของสื่อการฝึกอบรม			
1. สื่อการฝึกอบรมอยู่ในสภาพไม่สมบูรณ์	2.44	1.13	น้อย
2. สื่อการฝึกอบรมไม่สอดคล้องกับเนื้อหาการอบรม	2.28	1.11	น้อย
3. สื่อการฝึกอบรมไม่เพียงพอกับปริมาณการฝึกอบรม	2.43	1.14	น้อย
4. สื่อไม่ทันสมัย ไม่สอดคล้องกับวิธีการฝึกอบรม	2.25	1.21	น้อย

จากตารางที่ 7 จะเห็นได้ว่าปัญหาการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมด้านคุณภาพและปริมาณของสื่อเพื่อการฝึกอบรม อยู่ในระดับน้อย คือ สื่อการฝึกอบรมอยู่ในสภาพไม่สมบูรณ์ สื่อการฝึกอบรม ไม่เพียงพอกับปริมาณการฝึกอบรม สื่อการฝึกอบรมไม่สอดคล้องกับเนื้อหาการอบรม สื่อไม่ทันสมัย ไม่สอดคล้องกับวิธีการฝึกอบรม ($\bar{X} = 2.44, 2.43, 2.28, 2.25$) ตามลำดับ

ตารางที่ 8 ปัญหาการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมด้านการให้บริการและการได้รับการสนับสนุนสื่อการฝึกอบรม

(n = 250)

ปัญหาการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านการให้บริการและการได้รับการสนับสนุนสื่อการฝึกอบรม			
1. ขาดความสะดวกในการขอใช้สื่อการฝึกอบรม	2.42	1.20	น้อย
2. ขาดเจ้าหน้าที่ช่วยบริการในการใช้สื่อการฝึกอบรม	2.44	1.18	น้อย
3. ขาดหน่วยงานรับผิดชอบโดยตรงในการให้บริการสื่อฯ	2.37	1.25	น้อย

จากตารางที่ 8 จะเห็นได้ว่าปัญหาการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมด้านการให้บริการและการได้รับการสนับสนุนสื่อการฝึกอบรม อยู่ในระดับน้อยคือ ขาดเจ้าหน้าที่ช่วยบริการในการใช้สื่อการฝึกอบรม ขาดความสะดวกในการขอใช้สื่อการฝึกอบรม ขาดหน่วยงานรับผิดชอบโดยตรงในการให้บริการสื่อฯ ($\bar{X} = 2.44, 2.42, 2.37$) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ความต้องการในการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

ตารางที่ 9 ความต้องการใช้สื่อในการฝึกอบรมประเภทวัสดุ

(n = 250)			
ความต้องการใช้สื่อในการฝึกอบรม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ประเภทวัสดุ			
1. รูปภาพ	3.93	1.01	มาก
2. เอกสารประกอบการบรรยาย	4.13	0.95	มาก
3. फिल्मสไลด์	2.99	1.31	ปานกลาง
4. เทปเสียงคาสเซ็ท	2.98	1.31	ปานกลาง
5. เทปวีดิทัศน์	3.25	1.24	ปานกลาง
6. แผ่น CD สำหรับบันทึกข้อมูล	3.73	1.22	มาก
7. แผ่น Diskette สำหรับบันทึกข้อมูล	3.00	1.28	ปานกลาง
8. อุปกรณ์เครื่องเขียน	3.78	1.20	มาก

จากตารางที่ 9 จะเห็นได้ว่าความต้องการใช้สื่อในการฝึกอบรมประเภทวัสดุ อยู่ในระดับมาก คือ เอกสารประกอบการบรรยาย รูปภาพ อุปกรณ์เครื่องเขียน แผ่น CD สำหรับบันทึกข้อมูล ($\bar{X} = 4.13, 3.93, 3.78, 3.73$) ตามลำดับ และระดับปานกลาง คือ เทปวีดิทัศน์ แผ่น Diskette สำหรับบันทึกข้อมูล फिल्मสไลด์ เทปเสียงคาสเซ็ท ($\bar{X} = 3.25, 3.00, 2.99, 2.98$) ตามลำดับ

ตารางที่ 10 ความต้องการใช้สื่อในการฝึกอบรมประเภทเครื่องมืออุปกรณ์

(n = 250)

ความต้องการใช้สื่อในการฝึกอบรม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ประเภทเครื่องมืออุปกรณ์			
1. เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ	3.12	1.30	ปานกลาง
2. เครื่องฉายภาพทึบแสง	2.48	1.33	น้อย
3. เครื่องฉายสไลด์	2.90	1.38	ปานกลาง
4. เครื่อง LCD Projector	3.61	1.33	มาก
5. เครื่องเล่น/บันทึกเทปวีดิทัศน์	3.41	1.28	มาก
6. กล้องถ่ายภาพด้วยฟิล์ม	2.98	1.31	ปานกลาง
7. กล้องถ่ายภาพดิจิทัล	3.60	1.27	มาก
8. เครื่องคอมพิวเตอร์	3.80	1.32	มาก

จากตารางที่ 10 จะเห็นว่าความต้องการใช้สื่อในการฝึกอบรมประเภทเครื่องมืออุปกรณ์อยู่ในระดับมาก คือ เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่อง LCD Projector กล้องถ่ายภาพดิจิทัล เครื่องเล่น/บันทึกเทปวีดิทัศน์ ($\bar{X} = 3.80, 3.61, 3.60, 3.41$) ตามลำดับ ระดับปานกลาง คือ เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ กล้องถ่ายภาพด้วยฟิล์ม เครื่องฉายสไลด์ ($\bar{X} = 3.12, 2.98, 2.90$) ตามลำดับ และระดับน้อย คือ เครื่องฉายภาพทึบแสง ($\bar{X} = 2.48$)

ตารางที่ 11 ความต้องการใช้สื่อในการฝึกอบรมประเภทวิธีการและเทคนิคการฝึกอบรม

(n = 250)

ความต้องการใช้สื่อในการฝึกอบรม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ประเภทวิธีการและเทคนิคการฝึกอบรม			
1. การฝึกอบรมแบบบรรยายเพียงอย่างเดียว	3.23	1.10	ปานกลาง
2. การฝึกอบรมแบบบรรยายประกอบสื่อฯ	3.92	1.03	มาก
3. การฝึกอบรมแบบทดลองฝึกปฏิบัติ	3.89	1.03	มาก
4. การฝึกอบรมแบบแสดงบทบาทสมมุติ	3.58	1.12	มาก
5. การฝึกอบรมแบบสาธิต	4.02	1.09	มาก
6. การฝึกอบรมแบบประชุม/สัมมนา	3.95	1.13	มาก
7. การจัดทัศนศึกษาดูงานนอกสถานที่	3.34	1.23	ปานกลาง

จากตารางที่ 11 จะเห็นว่าความต้องการใช้สื่อในการฝึกอบรมประเภทวิธีการและเทคนิคการฝึกอบรม ระดับมาก คือ การฝึกอบรมแบบสาธิต การฝึกอบรมแบบประชุม/สัมมนา การฝึกอบรมแบบบรรยายประกอบสื่อฯ การฝึกอบรมแบบทดลองฝึกปฏิบัติ การฝึกอบรมแบบแสดงบทบาทสมมุติ ($\bar{X} = 4.02, 3.95, 3.92, 3.89, 3.58$) ตามลำดับ และระดับปานกลาง คือ การจัดทัศนศึกษาดูงานนอกสถานที่ การฝึกอบรมแบบบรรยายเพียงอย่างเดียว ($\bar{X} = 3.34, 3.23$) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะสำหรับการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมและพัฒนานักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะสำหรับการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมและพัฒนานักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงเป็นอย่างมากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในลักษณะแบบปลายเปิดเพื่อสำรวจความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากนักธุรกิจขายตรง สรุปได้ดังนี้

1. จากการสำรวจทัศนคติของนักธุรกิจขายตรงต่อการพัฒนาปรับปรุง สื่อการฝึกอบรมประเภทวัสดุ เครื่องมืออุปกรณ์ เทคนิคและวิธีการฝึกอบรม ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น นักธุรกิจขายตรงได้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะดังนี้ เทคโนโลยีของวัสดุ

เครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในการฝึกอบรมต้องทันสมัยเพื่อดึงดูดความสนใจผู้มุ่งหวังเปิดใจร่วมทำธุรกิจขายตรงได้ง่าย สะดวกต่อการฝึกอบรม ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม ส่วนเทคนิคและวิธีการควรมีการพัฒนาปรับปรุงเพื่อให้ง่ายต่อความเข้าใจ สามารถแข่งขันได้ในตลาดแบบตรง ควรมีการฝึกอบรมเรื่องเทคนิคและวิธีการฝึกอบรมโดยผู้เชี่ยวชาญมืออาชีพ และมีประสบการณ์โดยตรง เพื่อนักธุรกิจขายตรงได้เรียนรู้และพัฒนาการฝึกอบรมให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น

2. นักธุรกิจขายตรงมีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะว่าควรได้รับการฝึกอบรมและพัฒนาความรู้เพิ่มเติมในสื่อประเภท วัสดุ เครื่องมืออุปกรณ์ เทคนิคและวิธีการฝึกอบรม เพราะสามารถทำให้การฝึกอบรมเข้าใจได้ง่ายขึ้น ในปัจจุบันมีการใช้ คอมพิวเตอร์มากขึ้นในการทำธุรกิจขายตรง และนักธุรกิจขายตรงมีพื้นฐานความรู้ในเรื่องคอมพิวเตอร์ที่แตกต่างกัน เนื่องจากคอมพิวเตอร์เพิ่งเข้ามามีบทบาทในธุรกิจขายตรง จึงควรมีการฝึกอบรมการใช้คอมพิวเตอร์ในการทำธุรกิจขายตรง ควรมีการฝึกอบรมการใช้โปรแกรมพาวเวอร์พอยท์ ในการฝึกอบรมและเป็นไปในรูปแบบและทิศทางเดียวกัน และควรมีการฝึกอบรมพัฒนาด้านเทคนิคและวิธีการฝึกอบรมเพื่อให้การฝึกอบรมมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น

3. ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในปัจจุบันมีผลทำให้มีการพัฒนาสื่อเพื่อการฝึกอบรมเปลี่ยนแปลงไป จากกรณีดังกล่าว นักธุรกิจขายตรงได้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะว่า สื่อประเภท วัสดุ เครื่องมืออุปกรณ์ เทคนิคและวิธีการฝึกอบรม มีผลกระทบและเป็นปัญหาต่อการทำธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงดังนี้ จากกรณีที่โทรทัศน์และหนังสือพิมพ์มีการนำเสนอข่าวของบริษัทขายตรงที่บิดเบือนความจริงว่าเป็นการหลอกลวง ทั้งที่แท้จริงแล้วผู้ที่ทำหน้าที่สื่อสารมวลชน ขาดความรู้ความเข้าใจเรื่องธุรกิจขายตรงอย่างแท้จริง ซึ่งเป็นการนำเสนอข่าวในแง่เดียวโดยความคิดเห็นของบุคคลเป็นหลัก โดยไม่ได้ทำการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับธุรกิจขายตรงให้ดีกว่าก่อนที่จะมีการนำเสนอ ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ดีต่อนักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง จึงควรมีการให้ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง ผ่านสื่อโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ เพื่อความเข้าใจที่ถูกต้องต่อธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง และความก้าวหน้าของอินเทอร์เน็ตสามารถทำให้นักธุรกิจขายตรงสามารถทำงานได้ทุกที่ที่มีการติดตั้งระบบอินเทอร์เน็ต

4. นักธุรกิจขายตรงได้มีข้อเสนอแนะอื่น ๆ ดังนี้ ควรมีการอบรมการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมให้กับนักธุรกิจขายตรงโดยผู้เชี่ยวชาญของบริษัทเป็นประจำทุกเดือน เทคนิคและวิธีการฝึกอบรมที่ดีสามารถเปิดใจผู้มุ่งหวังได้เป็นอย่างมาก จึงควรมีการฝึกอบรมเรื่องเทคนิคและ

วิธีการฝึกอบรมให้กับนักธุรกิจขายตรงอย่างสม่ำเสมอ ควรมีเว็บไซต์ ประชาสัมพันธ์ข่าวสารของบริษัทและควรเป็นข่าวสารที่ทันสมัยอยู่เสมอ รัฐบาลควรให้ความสนับสนุนธุรกิจขายตรง และควรสนับสนุนการฝึกอบรมให้ความรู้เรื่องสื่อในการฝึกอบรมและสนับสนุนให้ธุรกิจขายตรงในประเทศไทยสู่ธุรกิจขายตรงโลก เอกสารประกอบการฝึกอบรมควรทำเป็นรูปแบบที่ง่ายต่อความเข้าใจ เพื่อให้ให้นักธุรกิจขายตรงสามารถนำกลับไปศึกษาได้เองที่บ้าน ควรมีวารสารบริษัท ประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ ภายในบริษัทและนำเสนอข่าวสารใหม่เกี่ยวกับธุรกิจขายตรง ควรจัดให้มีการประชุมระหว่างผู้บริหารกับนักธุรกิจขายตรงอย่างสม่ำเสมอ ควรมีการนำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์เพื่อความเข้าใจที่ถูกต้องว่าธุรกิจขายตรงไม่ใช่แชร์ลูกโซ่ และควรนำเสนอให้ความรู้เพิ่มเติมแก่ประชาชนทั่วไปเพื่อความเข้าใจที่ถูกต้อง บริษัทควรมีงบประมาณสนับสนุนการผลิตสื่อเพื่อการฝึกอบรมให้กับนักธุรกิจขายตรง ควรมีการฝึกอบรมเรื่องบุคลิกภาพที่ดีของนักธุรกิจขายตรง ในเรื่องการแต่งกาย การใช้คำพูดที่สุภาพ และควรมีรูปแบบที่เหมือนกันให้นักธุรกิจขายตรง เพื่อภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัท ควรนำข้อสรุปจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสนอต่อผู้บริหารของบริษัทขายตรงเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อเพื่อการฝึกอบรมในธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

ข้อวิจารณ์

จากผลการวิจัยเรื่อง สภาพปัญหาและความต้องการสื่อเพื่อการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงสามารถนำมาวิจารณ์ได้ดังนี้

1. จากการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

นักธุรกิจขายตรงส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายคือ เพศหญิงร้อยละ 55.20 และเป็นเพศชายร้อยละ 44.80 ส่วนใหญ่มีอายุ 31 - 40 ปี ร้อยละ 34.40 รองลงมา คือ อายุต่ำกว่า 31 ปี ร้อยละ 25.20 และ อายุ 41 - 50 ปี ร้อยละ 21.60 น้อยที่สุด คือ อายุสูงกว่า 50 ปี ร้อยละ 18.80 วุฒิการศึกษาสูงสุดของนักธุรกิจขายตรงส่วนใหญ่จบต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 63.20 จากการสำรวจพบว่าจบ ประถมศึกษาปีที่ 4 ประถมศึกษาปีที่ 6 ประถมศึกษาปีที่ 7 มัธยมศึกษาปีที่ 1 มัธยมศึกษาปีที่ 3 มัธยมศึกษาปีที่ 6 ปวช. ปวส. อนุปริญญา ป.กศ. รองลงมาจบปริญญาตรี ร้อยละ 32.40 จากการสำรวจพบว่าจบการศึกษาด้าน บริหารธุรกิจ(บัญชี การตลาด การจัดการ เลขานุการ) แพทยศาสตร์ ศิลปศาสตร์

(ภาษาอังกฤษธุรกิจ) ศึกษาศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์ สังคมศาสตร์(พัฒนาชุมชน) รัฐศาสตร์ (บริหารรัฐกิจ บริหารงานบุคคล) วิทยาศาสตร์(เครื่องกล เคมี พยาบาล เกษตร พัฒนาการเกษตร อาหาร คอมพิวเตอร์) นิติศาสตร์ ทันตแพทยศาสตร์ นิเทศศาสตร์(สื่อสารมวลชน โฆษณา ประชาสัมพันธ์) และ จบปริญญาโท ร้อยละ 4.00 จากการสำรวจพบว่าจบการศึกษาสาขา บริหารรัฐกิจ ศิลปศาสตร์ ศึกษาศาสตร์(เทคโนโลยีการศึกษา) น้อยที่สุดคือ จบปริญญาเอก ร้อยละ 0.40 จากการศึกษพบว่าจบการศึกษาสาขา วิทยาศาสตร์(เคมี) อายุงานในการทำธุรกิจ ของนักธุรกิจขายตรงส่วนใหญ่อายุงาน 3 ปีขึ้นไป ร้อยละ 34.40 รองลงมา 1 - 3 ปี ร้อยละ 32.80 และต่ำกว่า 6 เดือน ร้อยละ 17.60 น้อยที่สุดคือ 6 - 12 เดือน ร้อยละ 15.20 ส่วนใหญ่เป็นนักธุรกิจขายตรงของ บริษัท ชูเลี่ยน จำกัด ร้อยละ 22.80 รองลงมา บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด ร้อยละ 21.20 บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ร้อยละ 20.80 และ บริษัท แสบี้ เอ็ม พี เอ็ม จำกัด ร้อยละ 18.00 ตามลำดับ น้อยที่สุด คือ บริษัท สุพรีเดิร์ม จำกัด ร้อยละ 17.20 ลักษณะการทำงานของนักธุรกิจขายตรงส่วนใหญ่ทำเป็น อาชีพเสริมมากกว่าทำเป็นอาชีพหลัก(เต็มเวลา) คือ ทำเป็นอาชีพเสริม ร้อยละ 55.60 และทำเป็น อาชีพหลัก(เต็มเวลา) ร้อยละ 44.40

จากผลการวิจัยจะเห็นว่าเพศหญิงมากกว่าผู้ชายแต่มีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันซึ่งสามารถ กล่าวได้ว่าอาชีพนักธุรกิจขายตรงเป็นอาชีพอิสระสามารถทำได้ทั้งเพศชายและเพศหญิง นักธุรกิจขายตรง อายุ 31 - 40 ปี ซึ่งเป็นวัยทำงานและต้องการสร้างฐานะจึงเลือกทำธุรกิจขายตรง เพราะสามารถทำเป็นอาชีพเสริมได้และจากการวิจัยพบว่านักธุรกิจขายตรงนิยมทำเป็นอาชีพเสริม จบการศึกษาส่วนใหญ่ต่ำกว่าปริญญาตรีและจบการศึกษาในสาขาที่หลากหลายสาขาอาชีพ เพราะอาชีพนักธุรกิจขายตรงเป็นอาชีพที่เปิดโอกาสให้กับคนทุกระดับการศึกษาและไม่จำกัด วุฒิการศึกษาในการทำงานขึ้นอยู่กับความสามารถ อายุการทำธุรกิจส่วนใหญ่มากกว่า 3 ปี นั้นแสดงว่านักธุรกิจพึงพอใจในระบบขายตรงและการตลาดแบบตรง

2. สภาพปัญหาการใช้สื่อในการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

สภาพการใช้สื่อในการฝึกอบรมในปัจจุบันประเภทวัสดุที่มีระดับการใช้มาก คือ เอกสารประกอบการบรรยาย รูปภาพ อุปกรณ์เครื่องเขียนสำหรับฝึกอบรม แผ่น CD สำหรับ บันทึกข้อมูล ระดับการใช้ปานกลาง คือ เทปวีดิทัศน์ แผ่นโปร่งใส Handy drive สำหรับบันทึก ข้อมูล ฟลิ้มสไลด์ เทปเสียงคาสเซ็ท แผ่น Diskette สำหรับบันทึกข้อมูล และระดับการใช้น้อย

คือ แผนภูมิพลิก สอดคล้องกับงานวิจัยของ นริศพร (2541) และ วราวุธ (2542) ซึ่งพบว่า การใช้สื่อการสอนประเภทวัสดุอยู่ในระดับมาก คือ เอกสารและตำราประกอบคำบรรยาย และ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประสงค์ (2525) ซึ่งพบว่า การใช้รูปภาพเป็นทัศนวัสดุที่มีความสำคัญยิ่งต่อการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน ทั้งจัดได้ว่าเป็นสื่อที่หาได้ง่ายและราคาถูก อีกทั้งรูปภาพยังทำให้ผู้เกิดความเข้าใจมากยิ่งขึ้นกว่าการใช้คำพูดเพียงอย่างเดียวในประวัติศาสตร์พบว่าคนโบราณใช้รูปภาพเพื่อติดต่อทำความเข้าใจซึ่งกันและกัน

สภาพการใช้สื่อในการฝึกอบรมปัจจุบันประเภทเครื่องมืออุปกรณ์ที่มีการใช้มาก คือ เครื่องขยายเสียงพร้อมอุปกรณ์ เครื่องคอมพิวเตอร์ ระดับการใช้อานกลาง คือ กล้องถ่ายภาพดิจิทัล เครื่องรับโทรทัศน์ เครื่องเล่น/บันทึกเทปวีดิทัศน์ เครื่องฉายข้ามศีรษะ กล้องถ่ายภาพด้วยฟิล์ม เครื่องฉายสไลด์ และระดับการใช้น้อย คือ เครื่องฉายทึบแสง สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตนุวัฒน์ (2545) ซึ่งพบว่า สภาพการใช้สื่อประเภทเครื่องมืออุปกรณ์ที่มีระดับการใช่มากที่สุด คือ เครื่องคอมพิวเตอร์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Watson (n.d. อ้างถึงใน จิตนุวัฒน์, 2545) ซึ่งพบว่า เรื่องเจตคติของผู้บรรยายในวิทยาลัยครูประเทศจาไมกา ที่มีต่อการสอนและเทคโนโลยีที่ใหม่ ผู้บรรยายมีการยอมรับการใช้สื่อการสอนและเทคโนโลยีที่ใหม่ เช่น คอมพิวเตอร์

สภาพการใช้สื่อในการอบรมปัจจุบันประเภทวิธีการและเทคนิคการฝึกอบรมที่มีการใช้มาก คือ การฝึกอบรมแบบสาธิต การฝึกอบรมแบบประชุม/สัมมนา การฝึกอบรมแบบบรรยาย ประกอบสื่อฯ การฝึกอบรมแบบบรรยายเพียงอย่างเดียว การฝึกอบรมแบบทดลองปฏิบัติ และระดับการใช้อานกลาง คือ การฝึกอบรมแบบแสดงบทบาทสมมุติ การจัดทัศนศึกษาดูงาน นอกสถานที่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตนุวัฒน์ (2545) ซึ่งพบว่า สภาพการใช้สื่อการสอนประเภทเทคนิควิธีที่มีระดับการใช่มากที่สุด คือ การบรรยาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิโชค (2542) ซึ่งพบว่า สภาพการใช้สื่อการสอนประเภทเทคนิคและวิธีการคณาจารย์ส่วนใหญ่เลือกใช้วิธีการสอนแบบบรรยาย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วินุลย์ (2542) ซึ่งพบว่า ครู อาจารย์ส่วนใหญ่ของวิทยาลัยเทคนิคปทุมธานีใช้วิธีการบรรยายมากที่สุด สามารถใช้กับการสอนที่มีผู้เรียนจำนวนมากได้ สามารถใช้เป็นวิธีการสอนก่อนการสาธิตและฝึกปฏิบัติจริงได้ตามลำดับ ดังนั้น การฝึกปฏิบัติจริงใช้หลังการบรรยายหรือการสาธิต

ปัญหาการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมด้านการเตรียมและจัดหาสื่อการฝึกอบรมอยู่ในระดับปานกลางคือ ระยะเวลาคิดและเตรียมใช้สื่อในการฝึกอบรม ความรู้ความสามารถการใช้สื่อ

ในการฝึกอบรม ระยะเวลาในการวางแผนและเตรียมการก่อนใช้สื่อ งบประมาณสำหรับการจัดหาสื่อการฝึกอบรม สอดคล้องกับงานวิจัยของ พล (2540) ซึ่งพบว่า ปัญหาการใช้สื่อการสอนของครูผู้สอน คือ ไม่มีเวลาเตรียมตัวก่อนการใช้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทิพากร (2532) ซึ่งพบว่า เรื่องปัญหาการใช้สื่อเพื่อการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยานั้นขาดงบประมาณการผลิตและจัดซื้อ

ปัญหาการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมด้านการเลือก การผลิต และการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมอยู่ในระดับปานกลางคือ การเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์การอบรม ขาดบุคลากรที่จะช่วยในการผลิตสื่อ และระดับน้อยคือความไม่มั่นใจในสื่อๆ จะทำให้การอบรมมีประสิทธิภาพ ขาดงบประมาณและวัสดุเครื่องมือที่ใช้ในการผลิตสื่อ ขาดทักษะการใช้สื่อเกรงว่าจะเกิดการชำรุดจึงไม่ใช้ สอดคล้องกับงานวิจัยของชัชวาล (2543) ซึ่งพบว่า ปัญหาอุปสรรคในการใช้สื่อ คือ ขาดผู้ให้คำแนะนำช่วยเหลือในการผลิตสื่อการสอน ขาดผู้ให้คำแนะนำช่วยเหลือเพิ่มเติมเกี่ยวกับการใช้สื่อการสอน และสิ่งที่ควรดำเนินการ คือ โรงเรียนควรมีการส่งเสริมให้ครูผู้สอนได้รับการอบรมการใช้สื่อและเครื่องมือต่าง ๆ ตลอดจนการผลิตสื่อการสอนด้วย

ปัญหาการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมด้านคุณภาพและปริมาณของสื่อเพื่อการฝึกอบรมอยู่ในระดับน้อย คือ สื่อการฝึกอบรมอยู่ในสภาพไม่สมบูรณ์ สื่อการฝึกอบรมไม่เพียงพอกับปริมาณการฝึกอบรม สื่อการฝึกอบรมไม่สอดคล้องกับเนื้อหาการอบรม สื่อไม่ทันสมัย ไม่สอดคล้องกับวิธีการฝึกอบรม สอดคล้องกับงานวิจัยของ พล (2540) ซึ่งพบว่า ปริมาณของสื่อไม่เพียงพอกับความต้องการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชาลทอง (2542) ซึ่งพบว่า ปัญหาด้านปริมาณ คือ จำนวนโสตทัศนูปกรณ์ไม่เพียงพอ ไม่มีช่างเทคนิคซ่อมถ้าเครื่องมือเสียและ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญญานันท์ (2545) ซึ่งพบว่า ด้านปริมาณและคุณภาพของสื่อพบปัญหาเกี่ยวกับจำนวนสื่อแต่ละกลุ่มประสบการณ์มีจำนวนไม่เพียงพอและคุณภาพของสื่อที่มีอยู่ไม่สามารถใช้ได้

ปัญหาการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมด้านการให้บริการและการได้รับการสนับสนุนสื่อการฝึกอบรมอยู่ในระดับน้อย คือ ขาดเจ้าหน้าที่ช่วยบริการในการใช้สื่อการฝึกอบรม ขาดความสะดวกในการขอใช้สื่อการฝึกอบรม ขาดหน่วยงานรับผิดชอบโดยตรงในการให้บริการสื่อๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิโชค (2544) ซึ่งพบว่า ปัญหาด้านการบริการสื่อ การสอน คือ เรื่องขาดผู้ช่วยเหลือ ในการผลิตสื่อการสอนด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่าง ๆ ไม่มีการจัดหาสื่อ

การสอนที่มีประสิทธิภาพให้ผู้สอนใช้ประกอบการสอน ขาดการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ให้ทราบถึงนวัตกรรมทางด้านสื่อการสอนที่ทันสมัย ไม่มีการจัดบริการด้านการพิมพ์การจัดทำต้นฉบับเอกสารทางวิชาการ เอกสารประกอบการสอนและการบรรยาย ไม่มีการจัดทำบัญชีรายชื่อสื่อการสอนที่มีให้บริการอยู่ในวิทยาเขตฯ ให้ผู้สอนทราบ ไม่มีเจ้าหน้าที่ช่วยบริการขณะใช้สื่อการสอน

จากผลงานวิจัยจะเห็นได้ว่าสภาพการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรม สื่อทุกประเภทไม่ว่า วัสดุ เครื่องมืออุปกรณ์ เทคนิคและนักธุรกิจขายตรงให้ความสำคัญกับการใช้สื่อทุกประเภทเพื่อการฝึกอบรมเพราะสื่อ ทุกประเภทมีความสอดคล้องกัน และปัญหาการใช้สื่อฝึกอบรม นักธุรกิจขายตรงสนใจศึกษา การใช้สื่อในการอบรมเพราะเป็นอาชีพที่ต้องใช้สื่อในการฝึกอบรม แต่ยังคงขาดบุคลากรที่ทำหน้าที่เฉพาะด้านสื่อในบริษัทขายตรงในการให้ความช่วยเหลือ นักธุรกิจขายตรงด้านสื่อ ถ้ามีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับสื่อในบริษัทขายตรงโดยเฉพาะจะมี ส่วนช่วยลดปัญหาด้านสื่อในการฝึกอบรมได้มาก และสามารถช่วยให้นักธุรกิจขายตรงทำงานได้มีประสิทธิภาพได้ดีขึ้น บริษัทขายตรงควรให้ความสำคัญเรื่องสื่อในการอบรมไม่ควรให้เกิด สภาพปัญหาสื่อในการฝึกอบรมเพราะการฝึกอบรมเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจขายตรง

3. ความต้องการในการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

ความต้องการใช้สื่อในการฝึกอบรมประเภทวัสดุ อยู่ในระดับมาก คือ เอกสาร ประกอบการบรรยาย รูปภาพ อุปกรณ์เครื่องเขียน แผ่น CD สำหรับบันทึกข้อมูล และระดับปานกลาง คือ เทปวีดิทัศน์ แผ่น Diskette สำหรับบันทึกข้อมูล फिल्मสไลด์ เทปเสียงคาสเซ็ท ผลงานวิจัยของ บุญเทียม (2545) ซึ่งพบว่า ความต้องการการใช้สื่อการสอนของผู้บริหารประเภท วัสดุที่มีระดับมากที่สุด คือ แผ่นโปสเตอร์ แถบวีดิทัศน์ ที่มีระดับมาก คือ สไลด์ เอกสาร ประกอบการสอน แผ่นพับ ของตัวอย่าง/ของจริง แผ่นดิสก์ คอมพิวเตอร์ แผ่นโพลาริเซชันและแผ่นหมึกโพลาริเซชัน ภาพพลิก แถบบันทึกเสียง แผ่นภูมิ แผนที่

ความต้องการใช้สื่อในการฝึกอบรมประเภทเครื่องมืออุปกรณ์ อยู่ในระดับมาก คือ เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่อง LCD Projector กล้องถ่ายภาพดิจิทัล เครื่องเล่น/บันทึกเทปวีดิทัศน์ ระดับปานกลางคือ เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ กล้องถ่ายภาพด้วยฟิล์ม เครื่องฉายสไลด์ และระดับน้อยคือ เครื่องฉายภาพทึบแสง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัยญานันท์ (2545)

ซึ่งพบว่า ครูผู้สอนมีความต้องการสื่อการสอนประเภทอุปกรณ์การสอน อยู่ในระดับมาก คือ เครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์เครื่องถ่ายเอกสาร เครื่องโรเนียว กระดานขาวและป้ายนิเทศ

ความต้องการใช้สื่อในการฝึกอบรมประเภทวิธีการและเทคนิคในการฝึกอบรม ระดับมาก คือ การฝึกอบรมแบบสาธิต การฝึกอบรมแบบประชุม/สัมมนา การฝึกอบรมแบบบรรยายประกอบสื่อฯ การฝึกอบรมแบบทดลองฝึกปฏิบัติ การฝึกอบรมแบบแสดงบทบาทสมมติ และระดับปานกลาง คือ การจัดทัศนศึกษาดูงานนอกสถานที่ การฝึกอบรมแบบบรรยายเพียงอย่างเดียว สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธีรญาณันท์ (2545) ซึ่งพบว่า ความต้องการสื่อการสอนประเภทวิธีการสอนในระดับมาก คือ การฝึกปฏิบัติ เกม การทดลอง การสาธิต และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ บุญเทียม (2545) ซึ่งพบว่า ความต้องการใช้สื่อการสอนประเภทเทคนิควิธีระดับความต้องการมาก คือ ศึกษาจากสถานที่ การบรรยาย การสาธิต การอภิปราย

จากผลงานวิจัยจะเห็นว่าความต้องการในการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรง และตลาดแบบตรงมีความต้องการสื่อประเภท วัสดุ เครื่องมืออุปกรณ์อยู่ในระดับมาก นั้นแสดงว่าสื่อทั้ง 3 ประเภทต้องใช้ร่วมกันจึงจะทำให้การฝึกอบรมเกิดประสิทธิภาพควรมีการฝึกอบรมเกี่ยวกับสื่อทั้ง 3 ประเภทให้กับนักธุรกิจขายตรง เพื่อให้ชำนาญในการใช้สื่อทั้ง 3 ประเภทมากยิ่งขึ้น

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาในการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง
2. เพื่อศึกษาความต้องการในการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง
3. เพื่อศึกษาความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมนักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) ที่มุ่งจะศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการสื่อเพื่อการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) จำนวน 250 คน จากนักธุรกิจขายตรงที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับ การฝึกอบรมของธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง จากบริษัทขายตรง 5 แห่ง ดังต่อไปนี้

- บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด
- บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิค จำกัด
- บริษัท ซูเลียน จำกัด
- บริษัท แฮปปี้ เอ็ม พี เอ็ม จำกัด

- บริษัท สุพรีเคิร์ม จำกัด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ แบบสอบถามแบบปลายปิด (Closed - ended questionnaire) และแบบสอบถามชนิดปลายเปิด (Open - ended questionnaire) โดยข้อมูลในแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 สภาพปัญหาการใช้สื่อในการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง ตอนที่ 3 ความต้องการในการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะสำหรับการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมและพัฒนานักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง คำถามมีลักษณะแบบปลายเปิด

3. ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาครบและสมบูรณ์ทุกฉบับสามารถนำมาวิเคราะห์ข้อมูลได้เต็มจำนวน 250 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้ทำการสำรวจมาลงรหัส จากนั้นทำการวิเคราะห์ด้วยคอมพิวเตอร์ โดยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 สภาพปัญหาการใช้สื่อในการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง และ ตอนที่ 3 ความต้องการในการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะสำหรับการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมและพัฒนา นักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง ผู้วิจัยทำการเรียบเรียงข้อมูลจากการสำรวจเพื่อเป็นข้อมูลประกอบการวิจัย

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

นักธุรกิจขายตรงส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุของนักธุรกิจขายตรงส่วนใหญ่มีอายุ 31 - 40 ปี รองลงมาคือ อายุต่ำกว่า 31 ปี และ อายุ 41- 50 ปี น้อยที่สุด คือ อายุสูงกว่า 50 ปี ส่วนใหญ่จบต่ำกว่าปริญญาตรี รองลงมาจบปริญญาตรี และจบปริญญาโท น้อยที่สุด คือ จบปริญญาเอก ส่วนใหญ่อายุงาน 3 ปีขึ้นไป รองลงมา 1 - 3 ปี และต่ำกว่า 6 เดือน น้อยที่สุดคือ 6 - 12 เดือน ส่วนใหญ่เป็นนักธุรกิจขายตรงของบริษัท ชูเลี่ยน จำกัด รองลงมา บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิตี้ จำกัด บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด และ บริษัท แฮปปี้ เอ็ม พี เอ็ม จำกัด ตามลำดับ น้อยที่สุด คือ บริษัท สุพรีเดิร์ม จำกัด ส่วนใหญ่ทำเป็นอาชีพเสริมมากกว่าทำเป็นอาชีพหลัก (เต็มเวลา)

ตอนที่ 2 สภาพปัญหาการใช้สื่อการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

สภาพการใช้สื่อการฝึกอบรมในปัจจุบัน

ประเภทวัสดุที่มีระดับการใช้มาก คือ เอกสารประกอบการบรรยาย รูปภาพ อุปกรณ์เครื่องเขียนสำหรับฝึกอบรม แผ่น CD สำหรับบันทึกข้อมูล ตามลำดับ ระดับการใช้ปานกลาง คือ เทปวีดิทัศน์ แผ่นโปร่งใส Handy drive สำหรับบันทึกข้อมูล फिल्मสไลด์ เทปเสียงคาสเซ็ท แผ่น Diskette สำหรับบันทึกข้อมูล ตามลำดับ และระดับการใช้น้อยคือ แผ่นภูมิพลิก

ประเภทเครื่องมืออุปกรณ์ที่มีการใช้มาก คือ เครื่องขยายเสียงพร้อมอุปกรณ์เครื่องคอมพิวเตอร์ ตามลำดับ ระดับการใช้ปานกลาง คือ กล้องถ่ายภาพดิจิทัล เครื่องรับโทรทัศน์ เครื่องเล่น/บันทึกเทปวีดิทัศน์ เครื่องฉายข้ามศีรษะ กล้องถ่ายภาพด้วยฟิล์ม เครื่องฉายสไลด์ ตามลำดับ และระดับการใช้น้อย คือ เครื่องฉายทึบแสง

ประเภทวิธีการและเทคนิคการฝึกอบรมที่มีการใช้มาก คือ การฝึกอบรมแบบสาธิต การฝึกอบรมแบบประชุม/สัมมนา การฝึกอบรมแบบบรรยายประกอบสื่อฯ การฝึกอบรมแบบบรรยายเพียงอย่างเดียว การฝึกอบรมแบบทดลองปฏิบัติ ตามลำดับ และระดับการใช้ปานกลาง คือ การฝึกอบรมแบบแสดงบทบาทสมมติ การจัดทัศนศึกษาดูงานนอกสถานที่ ตามลำดับ

ปัญหาการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรม

ด้านการเตรียมและจัดหาสื่อการฝึกอบรมอยู่ในระดับปานกลางคือ ระยะเวลาคิดแผน และเตรียมใช้สื่อในการฝึกอบรม ความรู้ความสามารถการใช้สื่อในการฝึกอบรม ระยะเวลาในการวางแผนและเตรียมการก่อนใช้สื่อ งบประมาณสำหรับจัดหาสื่อการฝึกอบรม ตามลำดับ

ด้านการเลือก การผลิต และการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมอยู่ในระดับปานกลางคือ การเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์การอบรม ขาดบุคลากรที่จะช่วยในการผลิตสื่อ ตามลำดับ และระดับน้อยคือ ความไม่มั่นใจในสื่อฯ ที่จะทำให้การอบรมมีประสิทธิภาพ ขาดงบประมาณและวัสดุเครื่องมือที่ใช้ในการผลิตสื่อ ขาดทักษะการใช้สื่อเกรงว่าจะเกิดการชำรุด จึงไม่ใช้ ตามลำดับ

ด้านคุณภาพและปริมาณของสื่อเพื่อการฝึกอบรม อยู่ในระดับน้อย คือ สื่อการฝึกอบรมอยู่ในสภาพไม่สมบูรณ์ สื่อการฝึกอบรมไม่เพียงพอกับปริมาณการฝึกอบรม สื่อการฝึกอบรมไม่สอดคล้องกับเนื้อหาการอบรม สื่อไม่ทันสมัย ไม่สอดคล้องกับวิธีการฝึกอบรม ตามลำดับ

ด้านการให้บริการและการได้รับการสนับสนุนสื่อการฝึกอบรม อยู่ในระดับน้อย คือ ขาดเจ้าหน้าที่ช่วยบริการในการใช้สื่อการฝึกอบรม ขาดความสะดวกในการขอใช้สื่อการฝึกอบรม ขาดหน่วยงานรับผิดชอบโดยตรงในการให้บริการสื่อฯ ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ความต้องการในการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงและ
ตลาดแบบตรง

ความต้องการใช้สื่อในการฝึกอบรม

ประเภทวัสดุ อยู่ในระดับมาก คือ เอกสารประกอบการบรรยาย รูปภาพ อุปกรณ์
เครื่องเขียน แผ่น CD สำหรับบันทึกข้อมูล ตามลำดับ และระดับปานกลาง คือ เทปวีดิทัศน์
แผ่น Diskette สำหรับบันทึกข้อมูล ฟลิ้มสไลด์ เทปเสียงคาสเซ็ท ตามลำดับ

ประเภทเครื่องมืออุปกรณ์ อยู่ในระดับมาก คือ เครื่องคอมพิวเตอร์
เครื่อง LCD Projector กล้องถ่ายภาพนิ่ง เครื่องเล่น/บันทึกเทปวีดิทัศน์ ระดับปานกลาง คือ
เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ กล้องถ่ายภาพด้วยฟิล์ม เครื่องฉายสไลด์ตามลำดับ และระดับน้อย คือ
เครื่องฉายภาพทึบแสง

ประเภทวิธีการและเทคนิคในการฝึกอบรม ระดับมาก คือ การฝึกอบรมแบบสาธิต
การฝึกอบรมแบบประชุม/สัมมนา การฝึกอบรมแบบบรรยายประกอบสื่อๆ การฝึกอบรม
แบบทดลองฝึกปฏิบัติ การฝึกอบรมแบบแสดงบทบาทสมมุติ ตามลำดับ และระดับปานกลาง คือ
การจัดทัศนศึกษาดูงานนอกสถานที่ การฝึกอบรมแบบบรรยายเพียงอย่างเดียว ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. บริษัทที่ดำเนินธุรกิจขายตรงและการตลาดแบบตรง ควรมีนโยบายและแผนดำเนินงาน
ด้านการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมที่ชัดเจน และเป็นรูปธรรม ควรสนับสนุนให้นักธุรกิจขายตรง
ได้มีการฝึกการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมให้เกิดความชำนาญในการใช้ ควรให้ความรู้อย่างต่อเนื่อง
เกี่ยวกับเทคโนโลยีการศึกษา เพื่อให้ นักธุรกิจขายตรงมีการพัฒนาการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมให้มี
ประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้นและควรเป็นไปในรูปแบบเดียวกันทั้งบริษัท เพื่อเป็นเอกลักษณ์ที่ชัดเจน
ของบริษัท

2. ควรมีการฝึกอบรมสื่อประเภทเครื่องมืออุปกรณ์ เครื่อง LCD Projector เครื่องเล่น/บันทึกเทปวีดิทัศน์ กล้องถ่ายภาพดิจิทัล เครื่องคอมพิวเตอร์ ให้กับนักธุรกิจขายตรง

3. ควรมีการฝึกอบรมในการใช้สื่อทุกประเภทเพื่อการฝึกอบรมให้กับนักธุรกิจขายตรงอย่างสม่ำเสมอ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจต่อคุณภาพของสื่อการฝึกอบรมในธุรกิจขายตรง

2. ควรทำการศึกษาปัจจัยของสื่อการฝึกอบรมที่ทำให้ผู้มุ่งหวังสนใจเข้าร่วมทำธุรกิจขายตรง

3. ควรทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพของสื่อที่ใช้ในการฝึกอบรมในบริษัทขายตรง

4. ควรทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ทำให้เกิดการพัฒนาคุณภาพสื่อเพื่อการฝึกอบรมในธุรกิจขายตรง

5. ควรทำการศึกษาเรื่องความคิดเห็นของนักธุรกิจขายตรงที่มีต่อสื่อเพื่อการฝึกอบรมในธุรกิจขายตรง

เอกสารและสิ่งอ้างอิง

กิดานันท์ มลิทอง. 2531. เทคโนโลยีการศึกษาร่วมสมัย. กรุงเทพมหานคร: อรุณลาดพร้าว.

_____. 2544. สื่อการสอนและฝึกอบรมจากสื่อพื้นฐานถึงสื่อดิจิทัล. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กิตติ พชรวิชัย. ม.ป.ป. การจัดการกระบวนการเรียนการสอน. เอกสารประกอบการสอน
วิชาการศึกษาผู้ใหญ่ 177412. ภาควิชาอาชีวศึกษา, คณะศึกษาศาสตร์,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (อัดสำเนา)

จกมล แก่นเพิ่ม. 2537. สื่อเพื่อการฝึกอบรม. กรุงเทพมหานคร: คณะศึกษาศาสตร์,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

จิตนุวัฒน์ สุนทรนนท์. 2545. สภาพปัญหาและความต้องการการใช้สื่อการสอนของอาจารย์ใน
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ วิทยาเขตรังสิต. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ฉลองชัย สุวรรณบุรณ. 2536. การเลือกและการใช้สื่อการสอน. ภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา,
คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ชูชาติ แสงประทีปทอง. 2530. การสำรวจสถานภาพ ปัญหา และความต้องการในการใช้สื่อ
การสอนของอาจารย์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์
ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ณรงค์ สมพงษ์. 2529. การใช้สื่อการศึกษาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการถ่ายทอด. เอกสาร
ประกอบการฝึกอบรมหลักสูตรวิทยากรทางการส่งเสริมและพัฒนาชนบท.
กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ทองฟู ชินะโชติ. 2531. การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร. ภาควิชาบริหารธุรกิจ.
คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ทิพากร มีใจเย็น. 2533. สภาพปัญหาและความต้องการในการใช้สื่อเพื่อการเผยแพร่และ
ประชาสัมพันธ์ของบุคลากรในสังกัดคณะกรรมการอาหารและยา. กรุงเทพมหานคร:
วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

นนทวัฒน์ สุรพล. 2543. เทคนิคการฝึกอบรมอย่างมีประสิทธิภาพ. กรุงเทพมหานคร:
สำนักพิมพ์บริษัท เอ็กซ์เปอร์เนต จำกัด.

นภิสพร สังข์ทอง. 2541. สภาพความต้องการและปัญหาการใช้สื่อการสอนของวิทยาลัยพยาบาล
ทหารอากาศ. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

นิรันดร์ จุลทรัพย์. 2542. กลุ่มสัมพันธ์สำหรับการฝึกอบรม. กรุงเทพมหานคร:
มหาวิทยาลัยทักษิณ.

น้อย ศิริโชติ. 2524. เทคนิคการฝึกอบรม. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.

พล กันบุญ. 2540. สถานภาพการใช้สื่อการสอนของครูในโรงเรียนมัธยมศึกษาส่วนกลางสังกัด
กรมสามัญศึกษา. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ประสงค์ ภูมิภาค. 2525. เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการศึกษา. อุบลราชธานี:
คณะวิชาครุศาสตร์, วิทยาลัยครูอุบลราชธานี. (อัดสำเนา).

ประหยัด จิระวรพงศ์. (ม.ป.ป.). เทคนิคการฝึกอบรมเทคโนโลยีการศึกษา. กรุงเทพมหานคร:
ศิลปบรรณาการ.

พรรณี ชูทัยเจนจิต. 2538. จิตวิทยาการเรียนการสอน. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร:
บริษัทต้นอ้อแกรมมี

- พิโชค พงษ์พานิช. 2544. การศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการในการใช้สื่อการสอน
ของคณาจารย์สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลวิทยาเขตพระนครศรีอยุธยา หันตรา.
กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เพ็ญศรี วายวานนท์. 2533. การจัดการทรัพยากรบุคคลคน. กรุงเทพมหานคร:
โครงการส่งเสริมเอกสารวิชาการ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ขงยุทธ เกษสาคร. 2544. เทคนิคการฝึกอบรมและการประชุม. กรุงเทพมหานคร:
สำนักพิมพ์ เอส แอนด์ จี กราฟฟิค.
- วรารุช อ่อนขาว. 2542. สภาพปัญหาและความต้องการการใช้สื่อในสถาบันวิชาการทหารอากาศ
ชั้นสูง กองบัญชาการฝึกศึกษาทหารอากาศ. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิรันดร ตีระรัต. 2545. สภาพปัญหาและความต้องการสื่อเพื่อการฝึกอบรมของบุคลากร
การไฟฟ้านครหลวง. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิชัย มณีวงษ์. 2543. สถานภาพ ความต้องการและปัญหาการใช้สื่อ เพื่อการฝึกอบรมของหัวหน้า
หน่วยพัฒนาที่ดิน กรมพัฒนาที่ดิน. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิจิตร อาวะกุล. 2537. การฝึกอบรม. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เศรษฐชัย นวชนเศรษฐ์. 2540. สภาพปัญหาและความต้องการการใช้สื่อฝึกอบรมของวิทยาการ
การสื่อสารแห่งประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- _____. 2540. การฝึกอบรม: คู่มือฝึกอบรมและพัฒนาบุคคล. กรุงเทพมหานคร:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมาคมขายตรงไทย. 2547. ประวัติความเป็นมาของธุรกิจขายตรง. <http://www.tdsa.com>

สมชาติ กิจยรรยง. 2537. เทคนิคการจัดฝึกอบรมอย่างมีประสิทธิภาพ. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

สมเชาว์ เนตรประเสริฐ. (ม.ป.ป.). สื่อการสอน. (Online) Available:
http://www.edu.chula.ac.th/avd/vijai_Som.htm

สมพงษ์ เมฆนาวัน. 2541. ความต้องการของครูเกี่ยวกับการพัฒนางานธุรการในโรงเรียน
มัธยมศึกษา จังหวัดเพชรบุรี. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สาโรช โสภีรักษ์. 2547. เทคนิคและกระบวนการฝึกอบรม. ภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา,
คณะศึกษาศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สุนันทา เลहनันท์. 2541. การพัฒนาองค์การ. กรุงเทพมหานคร: ดี.ดี. บั๊คสโตร.

_____. 2546. การบริหารทรัพยากรมนุษย์. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด
ธนะการพิมพ์.

อภิชาติ โพธิสาร. 2543. สถานภาพและ ความต้องการใช้เทคโนโลยีการศึกษา เพื่อการฝึกอบรม
ของวิทยากรฝึกอบรมธนาคารออมสิน. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อรพรรณ พรสีมา. 2539. เทคนิคการฝึกอบรม. ภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, ประสานมิตร.

Barry Cushway. **Human Resource Management** (London: Kogan Page, 1994), p. 97

Heney, John B. and Ullmar. 1980. Eldon J. **Educational Communication and Tehnology:**
An Introduction. Boston: W.C. Brown Company.

Henry, S.A. 1987. **A Study of the Relationship among Selected Affecting Kentucky Teachers' Instruction Technology use in the Elementary Classroom.** DAI. (August 1987): 3094-3095.

Megginson, C.L., D.C. Mosley and P.H. Pietri, Jr. 1983. **Management: Concept and Application.** New York: Harper and Row Publishers, Inc.

Wayne, F. Casico. 1995. **Managing Human Resources:** Productivity, Quality of Work Life, Profits, 4th ed. (New York: McGraw-Hill, 1995): 490.

Yoon, I.S. 1977. **A Study of the need an Inservice Education Program in Educational Media for Secondary School of Seoul, Korea.** Dissertation Abstracts International. (January 1977):1830 A-1831A.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือการวิจัย

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อนุพร สุวรรณวาทกิจ

รองผู้อำนวยการสถานีวิทย์ ม.ก.

สำนักส่งเสริมฯ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2. อาจารย์พิศาล อุดสาหงษ์

กรรมการผู้จัดการ

บริษัท พิศาล โปรเฟสชั่นแนล เทรนนิง จำกัด

3. คุณยศวีร์ ยุกตะนันท์

นักวิชาการศึกษา

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ภาคผนวก ข

หนังสือขอเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย

ที่ ศธ 0513.109/



คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
50 พหลโยธิน จตุจักร กรุงเทพฯ 10900

1 มกราคม 2549

เรื่อง ขอเรียนเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการทำวิจัย

เรียน

สิ่งที่ส่งมาด้วย 1. แบบสอบถามเรื่องสภาพปัญหาและความต้องการสื่อเพื่อการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรง
และ
ตลาดแบบตรง จำนวน 1 ชุด

ด้วย นางลัดดาวัลย์ บุญนันทน์ นิสิตปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการให้ทำการวิจัยประกอบวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ
เรื่อง สภาพปัญหาและความต้องการสื่อเพื่อการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง โดยมี
คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ดังนี้

1. ผศ.จกกล แก่นเพิ่ม ประธานกรรมการ
2. รศ.ดร.สาโรช โสภีรักษ์ กรรมการวิชาเอก

ในการนี้ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ใคร่ขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญพิจารณา
เครื่องมือวิจัยดังกล่าว ทั้งนี้เพื่อให้งานวิจัยมีความถูกต้องและสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ คณะศึกษาศาสตร์หวังเป็นอย่างยิ่งว่า จะได้รับ
ความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จกกล แก่นเพิ่ม)
ภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา

คณะศึกษาศาสตร์
โทร .02-579-7142,

ภาคผนวก ค

หนังสือขออนุญาตใช้เครื่องมือ และสถานที่ในการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

ที่ ศธ 0513 .109/



คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
50 พหลโยธิน จตุจักร กรุงเทพฯ 10900

2 พฤศจิกายน 2548

เรื่อง ขออนุญาตใช้เครื่องมือ และสถานที่ในการเก็บข้อมูลเพื่อทำการวิจัย

เรียน ...ประธานกรรมการบริษัท.....

สิ่งที่ส่งมาด้วย โครงการวิทยานิพนธ์ จำนวน 1 ชุด

ด้วย...นางลัดดาวัลย์ บุญนันท...นิสิตปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการให้ทำการวิจัยประกอบวิทยานิพนธ์ในหัวข้อ เรื่องสภาพปัญหาและความต้องการสื่อเพื่อการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงภายใต้การควบคุมการทำวิทยานิพนธ์

1...ผศ.จงกล แก่นเพิ่ม, คอ.ม..... ประธานกรรมการ

2...รศ. ดร..สาโรช โสภีรักษ์, กศ.ด..... กรรมการวิชาเอก

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ด้วย คณะศึกษาศาสตร์หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จงกล แก่นเพิ่ม)

ภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษา

คณะศึกษาศาสตร์

โทร.02-579-7142, 02-942-8674

ภาคผนวก ง
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง สภาพปัญหาและความต้องการสื่อเพื่อการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

คำชี้แจง แบบสอบถามชุดนี้ เป็นการศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง รวมทั้งความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสื่อการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

แบบสอบถามนี้แบ่งเป็น 4 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 สภาพปัญหาการใช้สื่อในการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

ตอนที่ 3 ความต้องการในการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะสำหรับการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมและพัฒนา
นักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

โปรดตอบแบบสอบถามและแสดงความคิดเห็นของท่าน ข้อมูลของท่านเป็นประโยชน์ต่อการทำวิจัยเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างมาก ผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความกรุณาของท่านเป็นอย่างสูงที่สละเวลาตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

นางลัดดาวัลย์ บุญนันท์

นิสิตปริญญาโท ภาควิเศษ สาขาเทคโนโลยีการศึกษา

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง: โปรดให้รายละเอียดเกี่ยวกับตัวท่านเองและหน่วยงานของท่าน โดยทำเครื่องหมาย ✓
ลงในช่อง ☐ และเติมคำลงในช่องว่างที่กำหนดให้ตามความเป็นจริง

1. เพศ

☐

ชาย

☐

หญิง

2. อายุ

☐ ต่ำกว่า 31 ปี

☐ 31 - 40 ปี

☐ 41 - 50 ปี

☐ สูงกว่า 51 ปี

3. คุณวุฒิการศึกษาสูงสุด

☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี(โปรดระบุ).....

☐ ปริญญาตรี ระบุสาขา.....

☐ ปริญญาโท ระบุสาขา.....

☐ ปริญญาเอก ระบุสาขา.....

4. อายุงานในการทำธุรกิจขายตรง

☐ ต่ำกว่า 6 เดือน

☐ 6 - 12 เดือน

☐ 1 - 3 ปี

☐ 3 ปี ขึ้นไป

5. เป็นนักธุรกิจขายตรงของบริษัท

- ☐ บริษัท แอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด
- ☐ บริษัท กิฟฟารีน สกายไลน์ ยูนิค จำกัด
- ☐ บริษัท ชูเลี่ยน จำกัด
- ☐ บริษัท แอ๊ปเปิ้ล เอ็ม พี เอ็ม จำกัด
- ☐ บริษัท สุพรีเคิร์ม จำกัด

6. ลักษณะการทำงาน

- ☐ ทำเป็นอาชีพหลัก(เต็มเวลา)
- ☐ ทำเป็นอาชีพเสริม

ตอนที่ 2 สภาพปัญหาการใช้สื่อในการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

2.1 สภาพการใช้สื่อการฝึกอบรมในปัจจุบัน

คำชี้แจง: โปรดพิจารณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ท่านเห็นว่าตรงกับความเป็นจริงใน
บริษัทของท่านมากที่สุดเพียงหัวข้อละ 1 คำตอบตามระดับที่กำหนด

มากที่สุด	หมายถึง	ใช้สื่อทุกครั้ง
มาก	หมายถึง	ใช้สื่อเกือบทุกครั้ง
ปานกลาง	หมายถึง	ใช้สื่อบ้างไม่ใช้บ้าง
น้อย	หมายถึง	ใช้สื่อเป็นบางครั้ง
น้อยที่สุด	หมายถึง	เกือบไม่ได้ใช้หรือไม่ได้ใช้สื่อการฝึกอบรมเลย

สภาพการใช้สื่อในการฝึกอบรม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ประเภทวัสดุ					
1. รูปภาพ					
2. เอกสารประกอบการบรรยาย					
3. फिल्मสไลด์					
4. เทปเสียงคาสเซ็ท					
5. เทปวีดิทัศน์					
6. แผ่น CD สำหรับบันทึกข้อมูล					
7. แผ่น Diskette สำหรับบันทึกข้อมูล					
8. Handy drive สำหรับบันทึกข้อมูล					
9. แผ่นโปร่งใส					
10. แผนภูมิพลิก (Flip chart)					
11. อุปกรณ์เครื่องเขียนสำหรับการฝึกอบรม					

สภาพการใช้สื่อในการฝึกอบรม	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
ประเภทเครื่องมืออุปกรณ์					
1. เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ					
2. เครื่องฉายภาพ ทึบแสง					
3. เครื่องฉายสไลด์					
4. เครื่องรับโทรทัศน์					
5. เครื่องเล่น/บันทึกเทปวีดิทัศน์					
6. กล้องถ่ายภาพด้วยฟิล์ม					
7. กล้องถ่ายภาพดิจิทัล					
8. เครื่องขยายเสียงพร้อมอุปกรณ์					
9. เครื่องคอมพิวเตอร์					
ประเภทวิธีการและเทคนิควิธีการฝึกอบรม					
1. การฝึกอบรมแบบบรรยายเพียงอย่างเดียว					
2. การฝึกอบรมแบบบรรยายประกอบสื่อฯ					
3. การฝึกอบรมแบบทดลองฝึกปฏิบัติ					
4. การฝึกอบรมแบบแสดงบทบาทสมมติ					
5. การฝึกอบรมแบบสาธิต					
6. การฝึกอบรมแบบการประชุม/สัมมนา					
7. การจัดทัศนศึกษาดูงานนอกสถานที่					

2.2 เพื่อศึกษาปัญหาการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรม

คำชี้แจง: โปรดพิจารณาใต้เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ท่านเห็นว่าตรงกับความเป็นจริงใน
บริษัทของท่านมากที่สุดเพียงหัวข้อละ 1 คำตอบตามระดับที่กำหนด

ระดับความหมายที่ใช้แสดงความคิดเห็นจากคำถาม ต่อไปนี้ คือ

มากที่สุด	หมายถึง	มีปัญหาทุกครั้ง
มาก	หมายถึง	มีปัญหาเกือบทุกครั้ง
ปานกลาง	หมายถึง	มีปัญหาบ้างไม่มีปัญหาบ้าง
น้อย	หมายถึง	มีปัญหาเป็นบางครั้ง
น้อยที่สุด	หมายถึง	เกือบไม่มีปัญหาหรือไม่พบปัญหาเลย

ประเด็นปัญหาในการใช้สื่อฝึกอบรม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านการเตรียมและจัดหาสื่อการฝึกอบรม					
1. ระยะเวลาคิดและเตรียมใช้สื่อในการฝึกอบรม					
2. ความรู้ความสามารถการใช้สื่อในการฝึกอบรม					
3. ระยะเวลาในการวางแผนและเตรียมการก่อนใช้สื่อ					
4. งบประมาณสำหรับการจัดหาสื่อการฝึกอบรม					
ด้านการเลือก การผลิตและการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรม					
1. การเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์การอบรม					
2. ความไม่มั่นใจในสื่อๆ ว่าจะทำให้การอบรมมีประสิทธิภาพ					
3. ขาดบุคลากรที่จะช่วยในการผลิตสื่อ					
4. ขาดงบประมาณและวัสดุเครื่องมือที่ใช้ในการผลิตสื่อ					
5. ขาดทักษะการใช้สื่อเกรงว่าจะเกิดการชำรุดจึงไม่ใช้					

ประเด็นปัญหาในการใช้สื่อฝึกอบรม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านคุณภาพและปริมาณของสื่อการฝึกอบรม					
1. สื่อการฝึกอบรมอยู่ในสภาพไม่สมบูรณ์					
2. สื่อการฝึกอบรมไม่สอดคล้องกับเนื้อหาการอบรม					
3. สื่อการฝึกอบรมไม่เพียงพอกับปริมาณการฝึกอบรม					
4. สื่อฯไม่ทันสมัย ไม่สอดคล้องกับวิธีการฝึกอบรม					
ด้านการให้บริการและการได้รับการสนับสนุนสื่อการฝึกอบรม					
1. ขาดความสะดวกในการขอใช้สื่อการฝึกอบรม					
2. ขาดเจ้าหน้าที่ช่วยบริการในการใช้สื่อการฝึกอบรม					
3. ขาดหน่วยงานรับผิดชอบโดยตรงในการให้บริการสื่อฯ					

ตอนที่ 3 ความต้องการในการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมของนักธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรง

คำชี้แจง : โปรดให้ความเห็นเกี่ยวกับความต้องการใช้สื่อในการฝึกอบรมของบริษัทท่าน โดยใส่เครื่องหมาย ✓ หรือเติมข้อความลงในช่อง ตามสภาพความเป็นจริง ซึ่งกำหนดระดับความต้องการไว้ ดังนี้

ระดับความต้องการ

หมายถึง

มากที่สุด	เป็นสื่อการฝึกอบรมที่มีความต้องการใช้ทุกครั้ง
มาก	เป็นสื่อการฝึกอบรมที่มีความต้องการใช้เกือบทุกครั้ง
ปานกลาง	เป็นสื่อการฝึกอบรมที่มีความต้องการใช้เป็นบางครั้งบางคราว
น้อย	เป็นสื่อการฝึกอบรมที่มีความต้องการใช้นาน ๆ ครั้ง
น้อยที่สุด	เป็นสื่อการฝึกอบรมที่ไม่มีความต้องการใช้หรือไม่ใช้เลย

ความต้องการใช้สื่อในการฝึกอบรม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ประเภทวัสดุ					
1. รูปภาพ					
2. เอกสารประกอบการบรรยาย					
3. फिल्मสไลด์					
4. เทปเสียงคาสเซ็ท					
5. เทปวีดิทัศน์					
6. แผ่น CD สำหรับบันทึกข้อมูล					
7. แผ่น Diskette สำหรับบันทึกข้อมูล					
8. อุปกรณ์เครื่องเขียน					

ความต้องการใช้สื่อในการฝึกอบรม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ประเภทเครื่องมืออุปกรณ์					
1. เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะ					
2. เครื่องฉายภาพทาบแสง					
3. เครื่องฉายสไลด์					
4. เครื่อง LCD projector					
5. เครื่องเล่น/บันทึกเทปวีดิทัศน์					
6. กล้องถ่ายภาพด้วยฟิล์ม					
7. กล้องถ่ายภาพดิจิทัล					
8. เครื่องคอมพิวเตอร์					

ความต้องการใช้สื่อในการฝึกอบรม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านวิธีการและเทคนิคฝึกอบรม					
1. การฝึกอบรมแบบบรรยายเพียงอย่างเดียว					
2. การฝึกอบรมแบบบรรยายประกอบสื่อฯ					
3. การฝึกอบรมแบบทดลองฝึกปฏิบัติ					
4. การฝึกอบรมแบบแสดงบทบาทสมมติ					
5. การฝึกอบรมแบบสาธิต					
6. การฝึกอบรมแบบการประชุม/สัมมนา					
7. การจัดทัศนศึกษาดูงานนอกสถานที่					

**ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะสำหรับการใช้สื่อเพื่อการฝึกอบรมและพัฒนาข้าราชการ
ตรงและตลาดแบบตรง**

คำชี้แจง : โปรดแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสื่อในการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร
โดยเติมข้อความตามข้อที่กำหนดให้ ดังนี้

1. ทักษะคติของท่านคิดว่า สื่อในการฝึกอบรมประเภท(วัสดุ เครื่องมืออุปกรณ์ เทคนิคและวิธีการ
ฝึกอบรม) ควรจะมีการพัฒนาปรับปรุงให้เกิดประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นเพราะเหตุใด?

.....

.....

.....

2. ท่านคิดว่าข้าราชการตรงและตลาดแบบตรง ควรได้รับการฝึกอบรมและพัฒนาความรู้เพิ่มเติม
ในสื่อประเภท(วัสดุ เครื่องมืออุปกรณ์ เทคนิคและวิธีการฝึกอบรม) เพราะเหตุใด?

.....

.....

.....

3. ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในปัจจุบันมีผลทำให้มีการพัฒนาสื่อเพื่อการฝึกอบรมเปลี่ยนแปลง
ไป จากกรณีดังกล่าวท่านคิดว่าสื่อประเภทใด(วัสดุ เครื่องมืออุปกรณ์ เทคนิคและวิธีการฝึกอบรม)
มีผลกระทบและเป็นปัญหาต่อการทำธุรกิจขายตรงและตลาดแบบตรงอย่างไร?

.....

.....

.....

4. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

ผู้วิจัยขอขอบคุณที่ท่านได้สละเวลาและให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถาม

ประวัติการศึกษาและการทำงาน

ชื่อ - นามสกุล	นางลัดดาวัลย์ บุญนันท
วัน เดือน ปี ที่เกิด	1 ธันวาคม 2513
สถานที่เกิด	จังหวัดสกลนคร
ประวัติการศึกษา	ปริญญาตรี คณะศิลปศาสตร์ สาขาการบริหารทั่วไป มหาวิทยาลัยเกริก (เกียรตินิยมอันดับ 1)
สถานที่ทำงาน	บริษัท แอ๊ปเปิ้ล เอ็ม พี เอ็ม จำกัด 35/30 ชั้น G อาคารโนเบิล เฮาส์ ถ.พญาไท แขวงถนนพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร
ตำแหน่งหน้าที่	กรรมการบริหาร/ผู้อำนวยการฝ่ายฝึกอบรม