



ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจสมัครเข้าอบรมหลักสูตรพิเศษ ศูนย์ฝึกอบรมหลักสูตรพิเศษ
วิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม กรณีศึกษาองค์การบริหาร
ส่วนตำบลในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม*

กวิทร์ พิมจินา**

บทคัดย่อ

การศึกษาปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจสมัครเข้าอบรมหลักสูตรพิเศษ ศูนย์ฝึกอบรมหลักสูตรพิเศษ วิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 53.72 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 43.62 ตำแหน่ง หัวหน้าส่วนงาน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 50 เจ้าหน้าที่ จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 52.66 และมีอายุการทำงานมากกว่า 5 ปี จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 65.15

เมื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ทำให้ได้แนวทางในการกำหนดแผนของศูนย์ฝึกอบรมหลักสูตรพิเศษ วิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม โดยต้องเป็นหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่เข้ารับการอบรมเพื่อเพิ่มเติมความรู้ความสามารถของตนเองในการพัฒนางานและองค์กร ซึ่งจำเป็นต้องมีการสำรวจความต้องการที่เหมาะสม มีค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจและหัวข้อที่จัด ในส่วนของสถานที่ที่ใช้ในการจัดอบรมจะต้องเป็นสถานที่ที่สามารถเดินทางได้สะดวกใกล้ที่พัก มีการประชาสัมพันธ์ให้ถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรงโดยการทำหนังสือและแผ่นพับส่งไปยังหน่วยงาน หัวหน้าส่วนงานต่างๆ และระบุวันเวลา หลักการเหตุผลค่าใช้จ่ายต่างๆ สถานที่จัดงาน การโอนชำระค่าลงทะเบียน โดยการลงทะเบียนผ่านระบบทางเว็บไซต์ เพื่อสะดวกต่อการดำเนินการของผู้ที่จะเข้าร่วมอบรมในแต่ละหลักสูตร เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อนต่อผู้ที่เข้าร่วมอบรมในหลักสูตรต่างๆ มีการเชิญวิทยากรจากหน่วยงานที่มีชื่อเสียง เพื่อถ่ายทอดประสบการณ์ต่างๆ ให้ผู้เข้ารับการอบรมได้รับความรู้ตามที่ต้องการในหลักสูตรนั้นๆ โดยในแต่ละหลักสูตรที่จัดจะมีเจ้าหน้าที่ให้บริการและจัดสถานที่ที่เหมาะสมกับจำนวนของผู้เข้าร่วมในแต่ละ

* บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย เรื่อง “ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจสมัครเข้าอบรมหลักสูตรพิเศษ ศูนย์ฝึกอบรมหลักสูตรพิเศษ วิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม” โดยงานวิจัยเรื่องนี้ได้รับทุนอุดหนุนและส่งเสริมการวิจัย จากวิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

งบประมาณปี พ.ศ. 2557

** ว่าที่ร้อยตรี, เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป ปฏิบัติการ, วิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม



หลักสูตร และมีข้อเสนอแนะในการเลือกกลุ่มเป้าหมายอื่นนอกเหนือจากกลุ่มองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และมีการขยายขอบเขตพื้นที่การศึกษาอื่นเป็นจังหวัดใกล้เคียงและในเขตพื้นที่จังหวัดอื่นในภาคอีสานเพื่อเป็นการขยายตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยควรสำรวจหลักสูตรที่เป็นที่ต้องการของผู้ที่สนใจเข้าร่วมอบรมในแต่ละพื้นที่

คำสำคัญ: ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจ/ ศูนย์ฝึกอบรมหลักสูตรพิเศษ/ องค์การบริหารส่วนตำบล

Important Factors in Deciding to Apply Special Training of Training Center of College of Politics and Governance, Mahasarakham University: A Case Study of Sub-District Administration Organizations in Mahasarakham Province^{*}

Kawin Pimjanna^{}**

Abstract

This paper aims to study about deciding factors for applying in Special Training Programme of Training Center of Collage of Politics and Governance, Mahasarakham University: A Case Study of Sub-District Administration Organizations in Mahasarakham Province. The study found that the majority of sampling group were female, total of 102 people, majority of 53.72 percent are representing those who aged between 31-40 years old, and 94 people is representing 50 percent of Senior officers, while 94 sampling have the average monthly income of 10,000 - 20,000 baht. The data analysis using statistical analysis has made an approach to the layout of a special training program. College of Politics and Governance, Mahasarakham University noted that the course that meets the needs of the target audience must be trained further to enhanced the ability of self-development. This will need to be explored reasonable requirements and to meet the demand. There is no cost for the economy and threads are organized. The place where the training will be an easily accessible place near the hotel. Is announced to the audience directly, making books and pamphlets sent to the agency. Head of Events Date, time and cost are the principle reasons. Venue Transfer of registration fee by registering through the website. For easy and convenient to carry, who are participants in each course. To comply with the requirements that do not interfere with complex medication to those who will attend training programs. Guest speakers invited as guest speakers with experience from a reputable agency. To take off in the experience of the trainees to acquire knowledge as required in the course. Each course will be

^{*} This article is a part of the research, entitled "Important Factors in Deciding to Apply Special Training of Training Center of Collage of Politics and Governance, Mahasarakham University: A Case Study of Sub-District Administration Organizations in Mahasarakham Province" under the Financial Support of Collage of Politics and Governance, Mahasarakham University

^{**} Ac.Sub.Lt., General Administration Officer, Collage of Politics and Governance, Mahasarakham University



held the following services and provide a place for the number of people who will participate in each course. The study has suggestions on how to select target groups other than the government. Moreover, expanding the scope of the study area and other nearby provinces in the northeast area of the province in order to expand the market and customers. The course should explore the needs of the interested participants in each area to meet the needs of those who wish to participate.

Keywords: Important Factors in Deciding/ Special Training/ Sub-District Administration Organizations

บทนำ

ความจำเป็นในการฝึกอบรม หมายถึง สถานการณ์ที่เป็นปัญหาต่อผลสำเร็จของงานซึ่งอาจแก้ไขได้ด้วยการฝึกอบรม นั่นคือ สาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้นนั้น เกิดจากการขาดความรู้ ความเข้าใจ ทักษะ และทัศนคติที่เหมาะสมนั่นเองจากความหมายของความจำเป็นในการฝึกอบรมดังกล่าวนี้ แสดงอย่างชัดเจนว่า สภาพการณ์ที่เป็นปัญหา ซึ่งได้เกิดขึ้นในหน่วยงานนั้น อาจมีสาเหตุมาจากหลายสาเหตุด้วยกัน และมีเพียงบางสาเหตุเท่านั้นที่สามารถแก้ไขได้ด้วยการฝึกอบรม ส่วนสาเหตุอื่นๆ อาจจำเป็นต้องแก้ไขด้วยวิธีการอื่น ๆ และการฝึกอบรมอาจเป็นเพียงส่วนประกอบหนึ่งในการแก้ปัญหาเท่านั้น การสำรวจและวิเคราะห์เพื่อแยกแยะค้นหาปัญหา ซึ่งมีสาเหตุที่แท้จริง มาจากการขาดความรู้ ความเข้าใจ ทักษะ และทัศนคติ ซึ่งก็คือการค้นหาความจำเป็นในการฝึกอบรมนั่นเอง และการหาความจำเป็นในการฝึกอบรม จึงหมายถึง" การค้นหาสถานะที่มีปัญหาเกี่ยวกับงานหรือบุคคลในองค์การ ซึ่งสามารถแก้ไข ได้ด้วยการฝึกอบรม เพื่อจะช่วยให้หน่วยงานหรือองค์การสามารถดำเนินงานไปสู่จุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ได้ดีเพิ่มขึ้น ผู้รับผิดชอบดำเนินการจึงควรจะต้องเข้าใจ ความหมายของคำว่า "ปัญหา" เสียก่อนว่า ปัญหาคือ สิ่งใดก็ตามที่เบี่ยงเบนไปจากสิ่งที่พึงประสงค์ เนื่องจากโดยปกติแล้ว ในการดำเนินงานใดๆ ก็ตาม เราควรจะต้องมีการกำหนดจุดประสงค์หรือตั้งเป้าหมายไว้ก่อน แล้วจึงหาทางดำเนินการ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์นั้น ๆ แต่การดำเนินงานอาจประสบกับอุปสรรคหรือมีข้อขัดข้องต่าง ๆ ทำให้ผลของการดำเนินงาน ไม่ตรงกับจุดประสงค์ที่ตั้งไว้ นั่นหมายถึง มีปัญหาเกิดขึ้น การสำรวจหาเพื่อหาความจำเป็นในการฝึกอบรม อาจกระทำไม่บ่อยนักนั่นคือ อาจกระทำ เมื่อต้องการ วางแผนการฝึกอบรมระยะกลาง หรือระยะยาว เช่น 1 – 3 ปี หรือ 3 – 5 ปี และเมื่อสำรวจจนสามารถกำหนดความจำเป็น ในการฝึกอบรม ได้แล้ว อาจกำหนดการฝึกอบรมไว้เป็นลำดับต่าง ๆ และโครงการฝึกอบรมประเภทต่าง ๆ แล้วนั้น เราอาจจำเป็นต้องสำรวจคร่าว ๆ อีกครั้งหนึ่ง เพื่อเป็นการตรวจสอบยืนยันว่าความจำเป็นในการฝึกอบรมนั้นยังคงมีอยู่ และอาจเป็นการหารายละเอียดข้อมูล ตามความ เป็นจริงเพิ่มเติมอีก ทั้งนี้



เพราะความจำเป็นในการฝึกอบรมนั้นย่อมสามารถเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพการณ์ และปัจจัยด้านต่าง ๆ ขององค์กรและหน่วยงาน สิ่งที่เป็นความจำเป็นในการฝึกอบรม

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาทัศนคติและปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจสมัครเข้าอบรมหลักสูตรพิเศษ ของศูนย์ฝึกอบรมหลักสูตรพิเศษวิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
2. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดแผน ของศูนย์ฝึกอบรมหลักสูตรพิเศษวิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ขอบเขตการศึกษา

ผู้ศึกษาได้กำหนดขอบเขตการศึกษาไว้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (Customer Behavior) ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป (General Environment Analysis) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis) การกำหนดกลยุทธ์ทางเลือกจากการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อม (TOWS Matrix) แนวความคิดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix : 7p's) การกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจ ข้อมูลด้านธุรกิจ ข้อมูลคู่แข่ง และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มทำงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตพื้นที่ จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 124 แห่ง สุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970) จำนวน 94 แห่ง หน่วยงานละ 2 คน ประกอบด้วย หัวหน้าส่วนงาน 1 คน และเจ้าหน้าที่ 1 คน รวม 188 คน
3. ขอบเขตด้านสถานที่พื้นที่ที่ทำการศึกษาคือ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตพื้นที่ จังหวัดมหาสารคาม
4. ขอบเขตด้านเวลา ผู้ศึกษาใช้เวลาในการศึกษาตั้งแต่ 1 ธันวาคม พ.ศ.2556 ถึง 30 กันยายน 2557

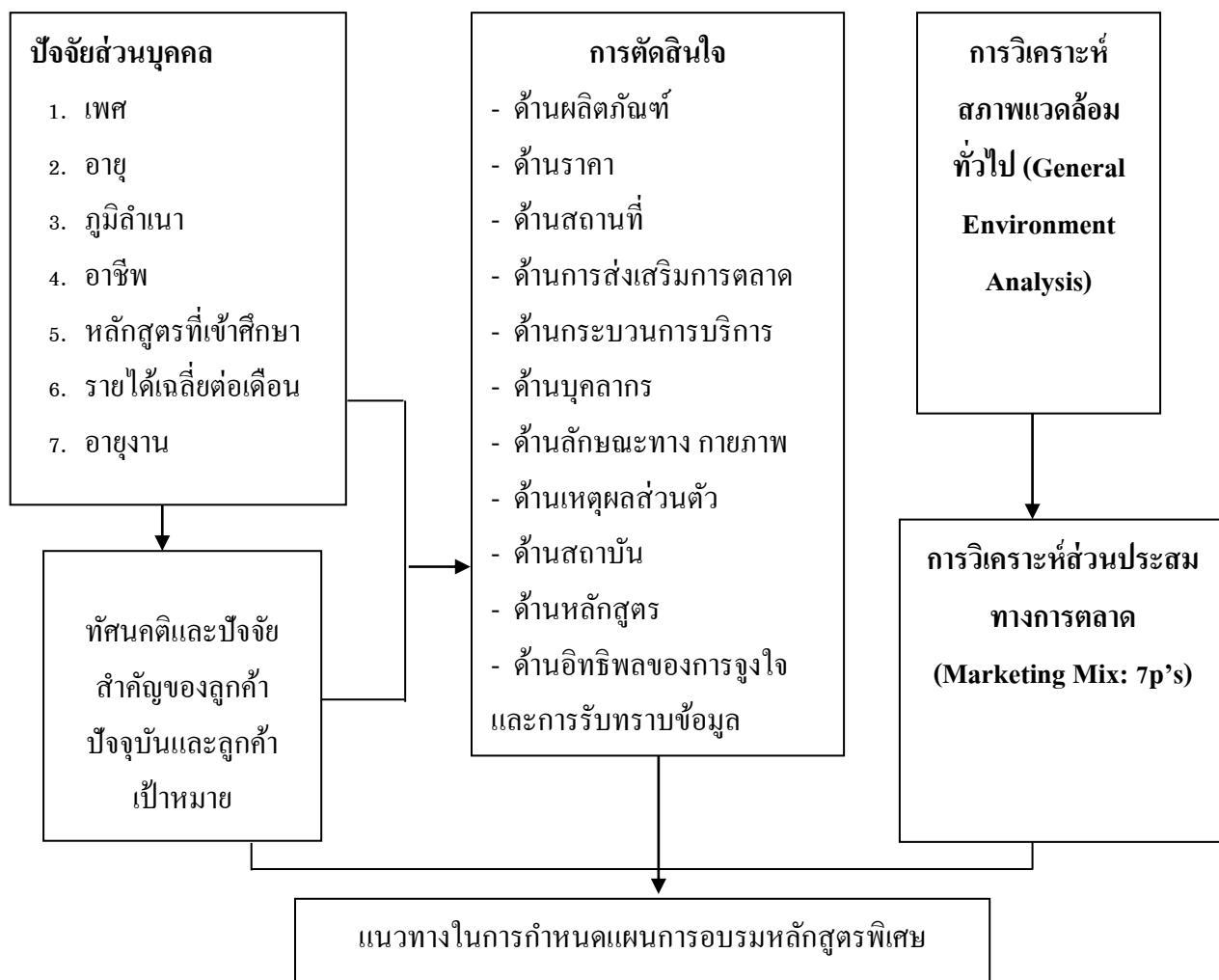
กรอบแนวคิดของการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจสมัครเข้าอบรมหลักสูตรพิเศษ ศูนย์ฝึกอบรมหลักสูตรพิเศษวิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม กรณีศึกษา องค์กรบริหารส่วนตำบลในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคามผู้ศึกษาได้อาศัยแนวทางการสร้างกรอบ



แนวคิดจากการศึกษาเอกสาร ตำรา และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มากำหนดกรอบแนวคิดเพื่อการศึกษา ดังนี้

กรอบแนวคิดการศึกษา



วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจสมัครเข้าอบรมหลักสูตรพิเศษ ศูนย์ฝึกอบรมหลักสูตรพิเศษวิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคามดำเนินการศึกษาตามลำดับขั้นตอนดังนี้



การศึกษาทัศนคติและปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจสมัครเข้าอบรมหลักสูตรพิเศษ ของศูนย์ฝึกอบรมหลักสูตรพิเศษวิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

องค์การบริหารส่วนตำบลในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 124 แห่ง แบ่งออกตามอำเภอ ดังนี้ 1) องค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอกันทรวิชัย จำนวน 8 แห่ง 2) องค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอกุฉินารายณ์ จำนวน 5 แห่ง 3) องค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอแกลง จำนวน 4 แห่ง 4) องค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอโกสุมพิสัย จำนวน 17 แห่ง 5) องค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอชื่นชม จำนวน 2 แห่ง 6) องค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอเชียงยืน จำนวน 7 แห่ง 7) องค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอนาเชือก จำนวน 10 แห่ง 8) องค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอนาคู จำนวน 7 แห่ง 9) องค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอบรบือ จำนวน 15 แห่ง 10) องค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จำนวน 14 แห่ง 11) องค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภอเมืองมหาสารคาม จำนวน 13 แห่ง 12) องค์การบริหารส่วนตำบลใน อำเภอขามเฒ่า จำนวน 7 แห่ง และ 13) องค์การบริหารส่วนตำบลในอำเภวาปีปทุม จำนวน 15 แห่ง ดังรายละเอียดในตารางที่ 1

กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 94 แห่ง และทำการสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งประเภท (Stratified Random Sampling) โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ตัวอย่างจากองค์การบริหารส่วนตำบล โดยใช้การสุ่มแบบแบ่งประเภท (Stratified Random Sampling) โดยจำแนกองค์การบริหารส่วนตำบลในแต่ละอำเภอ แล้วสุ่มมาตามสัดส่วน ได้ องค์การบริหารส่วนตำบลตัวอย่างดังนี้ อำเภอกันทรวิชัย จำนวน 6 แห่ง อำเภอกุฉินารายณ์ จำนวน 3 แห่ง อำเภอแกลง จำนวน 2 แห่ง 4 แห่ง อำเภอโกสุมพิสัย จำนวน 14 แห่ง ชื่นชม จำนวน 2 แห่ง อำเภอเชียงยืน จำนวน 5 แห่ง อำเภอนาเชือก จำนวน 8 แห่ง อำเภอนาคู จำนวน 5 แห่ง อำเภอบรบือ จำนวน 12 แห่ง อำเภอพยัคฆภูมิพิสัย จำนวน 11 แห่ง อำเภอเมืองมหาสารคาม จำนวน 9 แห่ง อำเภอขามเฒ่า จำนวน 5 แห่ง และ อำเภวาปีปทุม จำนวน 12 แห่ง ดังรายละเอียดในตารางที่ 1

2. กำหนดผู้ให้ข้อมูลองค์การบริหารส่วนตำบลละ 2 คน ประกอบด้วย หัวหน้าส่วนงาน 1 คน และเจ้าหน้าที่ 1 คน รวม 188 คน ดังรายละเอียดในตารางที่ 1



ตารางที่ 1 จำนวนประชากรและตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลขององค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัด
มหาสารคาม

อปท. อำเภอ	ประชากร	ตัวอย่าง	ผู้ให้ข้อมูล		
			หัวหน้าส่วนงาน	เจ้าหน้าที่	รวม
1. กันทรวิชัย	8	6	6	6	12
2. กุฉีรัง	5	3	3	3	6
3. แกดำ	4	2	2	2	4
4. โกสุมพิสัย	17	14	14	14	28
5. ชื่นชม	2	2	2	2	4
6. เขียงยืน	7	5	5	5	10
7. นาเชือก	10	8	8	8	16
8. นาइन	7	5	5	5	10
9. บรบือ	15	12	12	12	24
10. พยัคฆภูมิสิสัย	14	11	11	11	22
11. เมืองมหาสารคาม	13	9	9	9	18
12. ขามสืสุราช	7	5	5	5	10
13. วาปีปทุม	15	12	12	12	24
รวม	124	94	94	94	188

ที่มา : กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น (2555)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจสมัครเข้าอบรมหลักสูตรพิเศษ ของศูนย์ฝึกอบรมหลักสูตรพิเศษวิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคามโดยข้อมูลประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการตอบแบบสอบถาม
2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารอ้างอิงต่างๆ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อมาสร้างแบบสอบถาม



แบบสอใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลนี้แยกออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป สอบถามเกี่ยวกับสภาพทั่วไป เช่น เพศ อายุ อาชีพ หลักสูตรที่ต้องการสมัครเข้าศึกษา รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน อายุงาน

ส่วนที่ 2 ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจสมัครเข้าอบรมหลักสูตรพิเศษ ของศูนย์ฝึกอบรมหลักสูตรพิเศษวิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม จำแนกออกเป็น 7 ด้าน ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
2. ด้านราคา (Price)
3. ด้านสถานที่ (Place)
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)
5. ด้านกระบวนการบริการ (Process)
6. ด้านบุคลากร (People)
7. ด้านลักษณะทางกายภาพของการบริการ (Physical Evident)

ใช้มาตรวัดระดับความสำคัญ 5 ระดับโดยกำหนดค่าคะแนนดังนี้

คะแนน 5 หมายถึง	ระดับมากที่สุด
คะแนน 4 หมายถึง	ระดับมาก
คะแนน 3 หมายถึง	ระดับปานกลาง
คะแนน 2 หมายถึง	ระดับน้อย
คะแนน 1 หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด

เกณฑ์การแปรผลคะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้นใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของอัตรากษณดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2538)

$$\begin{aligned}\text{ความกว้างของอัตรากษณ} &= (\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด}-\text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด})/\text{จำนวนชั้น} \\ &= (5-1)/5 \\ &= 0.8\end{aligned}$$

ได้เกณฑ์การแปรผลคะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับชั้นดังนี้

- | | |
|-------------|--|
| 4.21 - 5.00 | คะแนน หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญมากที่สุด |
| 3.41 - 4.20 | คะแนน หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญมาก |
| 2.61 - 3.40 | คะแนน หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญปานกลาง |
| 1.81 - 2.60 | คะแนน หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญน้อย |
| 0.01 - 1.80 | คะแนน หมายถึงผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญน้อยที่สุด |



สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าร้อยละ (Percentage of Frequency) สำหรับการวิเคราะห์พรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยใช้สูตร (บุญชม ศรีสะอาด, 2543)

$$P = \frac{f}{N} \times 100$$

โดยที่ P แทน ร้อยละ

f แทน ความถี่ที่ต้องการแปลงเป็นร้อยละ

N แทน จำนวนความถี่ทั้งหมด

2. การหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) สำหรับการวิเคราะห์พรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยใช้สูตร (บุญชม ศรีสะอาด, 2543)

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{N}$$

เมื่อ $\bar{x}$ แทน ค่าเฉลี่ย

$\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดในกลุ่ม

N แทน จำนวนคะแนนในกลุ่ม

3. การหาค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับการวิเคราะห์พรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยใช้สูตร (บุญชม ศรีสะอาด, 2543)

$$S = \sqrt{\frac{N \sum x^2 - (\sum x)^2}{N(N-1)}}$$

เมื่อ S แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

x แทน คะแนนแต่ละส่วน

N แทน จำนวนคะแนนในกลุ่ม

$\sum$ แทน ผลรวม



การศึกษาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดแผน ของศูนย์ฝึกอบรมหลักสูตรพิเศษวิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป (General Environment Analysis)

วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไป (General Environment) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการดำเนินงานขององค์กรโดยรวมประกอบด้วย 4 ด้าน “PEST Analysis” ดังนี้

(1) ด้านการเมือง – กฎหมาย (Political Component: P) วิเคราะห์นโยบายและกฎเกณฑ์ต่างๆ ของภาครัฐและองค์กรของหน่วยงานกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ที่น่าจะมีผลกระทบต่อการดำเนินงานขององค์กรได้แก่ นโยบายการคุณภาพบุคลากร

(2) ด้านเศรษฐกิจ (Economic Component: E) วิเคราะห์สภาพเศรษฐกิจ ได้แก่ อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ อัตราค่าจ้าง ค่าครองชีพ อุปสรรคหรือภัยคุกคามที่เกี่ยวกับการตัดสินใจเข้ารับการฝึกอบรม

(3) ด้านสังคม วัฒนธรรม (Sociocultural Component: S) วิเคราะห์สภาวะทางสังคมและวัฒนธรรม ได้แก่ ความเชื่อ ค่านิยมและวัฒนธรรม การต้องการเพิ่มพูนความรู้เพื่อพัฒนาทักษะต่างๆซึ่งจะเป็นโอกาสในการเพิ่มจำนวนของผู้ที่จะเข้ารับการอบรม

(4) ด้านเทคโนโลยี (Technological Component: T) วิเคราะห์สภาพการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีที่มีผลต่อการดำเนินงานได้แก่ การพัฒนาสารสนเทศหรือระบบสารสนเทศต่างๆ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย การรับรู้ข่าวสารต่างๆจากสื่อสารสนเทศที่มีอยู่ในปัจจุบัน

2. การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 7p's)

วิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix : 7p's) โดยวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านสถานที่ (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านกระบวนการบริการ (Process) ด้านบุคลากร (People) ด้านลักษณะทางกายภาพของการบริการ (Physical Evident)

3. แนวทางการวางแผนการตลาด

การวางแผนการตลาดในการเพิ่มจำนวนผู้สมัครรับการอบรมหลักสูตรพิเศษ วิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคามโดยใช้ผลการวิเคราะห์จากแบบสอบถามปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป (General Environment Analysis) การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 7p's) ในการ



กำหนดแผนของศูนย์ฝึกอบรมหลักสูตรพิเศษ วิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ผลการศึกษา

ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจสมัครเข้าอบรมหลักสูตรพิเศษ ศูนย์ฝึกอบรมหลักสูตรพิเศษ วิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม

การศึกษาทัศนคติในการตัดสินใจสมัครเข้าอบรมหลักสูตรพิเศษ ศูนย์ฝึกอบรมหลักสูตรพิเศษวิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคามผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 53.72 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 43.62 ตำแหน่ง หัวหน้าส่วนงาน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 50 เจ้าหน้าที่ จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 52.66 และมีอายุการทำงานมากกว่า 5 ปี จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 65.15

ทัศนคติในการตัดสินใจสมัครเข้าอบรมหลักสูตรพิเศษ ศูนย์ฝึกอบรมหลักสูตรพิเศษ วิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับหลักสูตรตรงกับความต้องการ หลักสูตรเป็นที่รู้จัก มีเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัย และมีภาพลักษณ์ที่ดี ด้านราคา (Price) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเกี่ยวกับ การที่มีการสนับสนุนค่าใช้จ่ายจากหน่วยงาน ราคาที่มีความเหมาะสมกับเศรษฐกิจ และมีค่าใช้จ่ายอยู่ในขอบเขตที่เหมาะสม ด้านสถานที่ (Place) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ การที่มีสถานที่อบรมตั้งอยู่ใกล้ภูมิปัญญา มีสถานที่กว้างขวาง และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์หรือการโฆษณาทางป้าย แผ่นพับและทางเว็บไซต์ และการจัดผู้เชี่ยวชาญที่มีชื่อเสียงมาอบรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเรียนรู้ ด้านกระบวนการบริการ (Process) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ กระบวนการให้บริการไม่ยุ่งยากซับซ้อน การให้บริการที่สะดวกรวดเร็ว การให้บริการที่มีมาตรฐาน และการมีระบบการบริหารจัดการที่ดี ด้านบุคลากร (People) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับวิทยากรมีความรู้ความตรงตามหลักสูตร เจ้าหน้าที่ฝ่ายจัดอบรมมีความยินดีในการบริการ วิทยากรมีบุคลิกภาพที่ดี วิทยากรมีความพร้อมในการสอน วิทยากรเป็นผู้มีคุณวุฒิสูง วิทยากรมีประสบการณ์และความชำนาญในการอบรมด้านลักษณะทางกายภาพของการบริการ (Physical Evident) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้



ความสำคัญกับการตกแต่งสถานที่ที่มีความเหมาะสม มีขนาดของห้องอบรมเหมาะสมกับจำนวนผู้เข้าอบรม และการมีกำหนดการที่ชัดเจน

การกำหนดแผนของศูนย์ฝึกอบรมหลักสูตรพิเศษ วิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม เมื่อวิเคราะห์จากข้อมูลที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจเข้ารับการอบรมในหลักสูตรต่างๆของศูนย์ฝึกอบรมหลักสูตรพิเศษ วิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม พบว่าการกำหนดแผนนั้นจะต้องเป็นหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเข้ารับการอบรมเพิ่มพูนความรู้ความสามารถของตนเองในการพัฒนางานและองค์กรของตนเอง ซึ่งจะต้องมีการสำรวจความต้องการที่เหมาะสมและให้ตรงตามความต้องการ โดยจะต้องเป็นหลักสูตรที่มีค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจและหัวข้อที่จัด ในส่วนของสถานที่ที่ใช้ในการจัดอบรมจะต้องเป็นสถานที่ที่สามารถเดินทางได้สะดวกใกล้ที่พัก โดยจะมีการทำการประชาสัมพันธ์ให้ถึงกลุ่มเป้าหมายคือบุคลากรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดมหาสารคามและพื้นที่ใกล้เคียง โดยการทำหนังสือและแผ่นพับส่งไปยังหน่วยงาน หัวหน้าส่วนงานต่างๆ และระบุวันเวลาหลักการเหตุผลค่าใช้จ่ายต่างๆ สถานที่จัดการ โอนชำระค่าลงทะเบียน โดยการลงทะเบียนผ่านระบบทางเว็บไซต์เพื่อให้ง่ายและสะดวกต่อการดำเนินการของผู้ที่จะเข้าร่วมอบรมในแต่ละหลักสูตร เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อนต่อผู้ที่จะเข้าร่วมอบรมในหลักสูตรต่างๆ วิทยาการที่เชิญเป็นวิทยากรที่มีชื่อเสียง ประสบการณ์จากหน่วยงานที่มีชื่อเสียง เพื่อถ่ายทอดประสบการณ์ต่างๆทำให้ผู้ที่เข้ารับการอบรมได้รับความรู้ต่างๆตามที่ต้องการในหลักสูตรนั้นๆ โดยในแต่ละหลักสูตรที่จัดจะมีเจ้าหน้าที่ให้บริการและจัดให้มีสถานที่ที่เหมาะสมกับจำนวนของผู้เข้าร่วมในแต่ละหลักสูตร

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจสมัครเข้าอบรมหลักสูตรพิเศษ ศูนย์ฝึกอบรมหลักสูตรพิเศษ วิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ในกลุ่มเป้าหมายอื่นนอกเหนือจากกลุ่มองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น หน่วยงานที่เป็นสถานศึกษาในจังหวัดมหาสารคามและพื้นที่ใกล้เคียงในภาคอีสาน
2. ควรขยายขอบเขตพื้นที่การศึกษาและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายนอกเหนือจากกลุ่มองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เช่น หน่วยงานที่เป็นสถานศึกษา อื่นเป็นจังหวัดใกล้เคียงและในเขตพื้นที่จังหวัดอื่นในภาคอีสานเพื่อเป็นการขยายตลาดกลุ่มผู้เข้าอบรม
3. ควรมีการสำรวจหลักสูตรที่เป็นที่ต้องการของผู้ที่สนใจเข้าร่วมอบรมในแต่ละพื้นที่



บรรณานุกรม

- เจริญวิทย์ สมพงษ์ธรรม. (2554). การบริการและประเมินโครงการ = **Project Management and Evaluation**. กรุงเทพฯ: ภาควิชาบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ณัฐรดี ภูมมงคลสุริยา. (2553). การเพิ่มจำนวนนักเรียนระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพโรงเรียนเทคโนโลยีภูมิพิชัย. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เทพศักดิ์ บุญรัตพันธุ์. (2553). **TOWS Matrix**. ค้นเมื่อ 19 ธันวาคม 2555, จาก <http://www.drmanage.com/index.php?lay=show&ac=article&Id=538663926&Ntype=3>
- ธีรกิตติ นวรัตน์ ณ อุรุยา. (2549). การตลาดบริการ: แนวคิดและกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2543). วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์นการพิมพ์.
- พงษ์พันธ์ พลอยเพชร. (2552). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาในหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร. สารนิพนธ์ ศิลปศาสตรบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2540). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: สำนักทดสอบทางการศึกษาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- รัชนิวรรณ สีนะวัฒน์. (2546). การศึกษาปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจของผู้ช่วยทันตแพทย์ในการเลือกเข้าศึกษาต่อ หลักสูตรประกาศนียบัตรสาธารณสุข (ทันตสาธารณสุข) วิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร จังหวัดขอนแก่น ที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2538). ค่าเฉลี่ยกับการแปลความหมาย: เรื่องง่ายๆ ที่บางครั้งก็พลาดได้. **ข่าวสารการวิจัยการศึกษา**, 1(4), 13.
- ศิริวรรณ ชำศิริพงษ์. (2551). ปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจและความต้องการศึกษาต่อระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA). การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- สมชาย ภค ภาสน์วิวัฒน์. (2549). การบริหารเชิงกลยุทธ์. พิมพ์ครั้งที่ 16. กรุงเทพฯ: อมรินทร์.



- สุรางค์ ไคว่ตระกูล. (2544). *จิตวิทยาการศึกษา*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสรี เจริญกุล. (2548). *กลยุทธ์การเพิ่มจำนวนผู้สมัครเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรวิศวกรรมศาสตรบัณฑิตในลักษณะโครงการพิเศษ*. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- อัสมา บุญชัยยะ. (2551). *แรงจูงใจในการศึกษาต่อระดับปริญญาโท ของนิสิตสาขาวิชาการจัดการนันทนาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*. ปริญญานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต คณะพลศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เอกชัย บุญยาธิฐาน. (2553). *คู่มือวิเคราะห์ SWOT อย่างมืออาชีพ*. กรุงเทพฯ: ปัญญาชน.
- อุษณีย์ จงสุภาโส. (2545). *แรงจูงใจต่อการเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโทของนักศึกษาชั้นปีที่1 มหาวิทยาลัยมหิดล*. วิชานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต(การวัดและประเมินผลการศึกษา) คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- Blackwell, Roger D., Paul W. Miniard and James F. Engel. (2006). **Consumer Behaviour**. 10th ed. Canada: Thomson South-Western.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2012). **Marketing Management**. 14th ed. Upper Saddle River, N.J.: Pearson Prantice Hall.
- Krejcie, R.V. and D.W. Morgan. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. **Educational and Psychological Measurement**, 30(3), 607-610.
- Schiffman, Leon and Leslie Kanuk. (2007). **Consumer Behavior**. 9th ed. Upper Saddle River, N. J.: Pearson Prantice Hall.
- Sekaran, U. and R. Bougie. (2010). **Research methods for business: A skill building approach**. 5th ed. West Sussex, UK: Wiley.
- Yamane, Taro. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis**. 3rd ed. New York: Harper & Row Publishers Inc.