

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการฝึกอบรมโครงการคอมพิวเตอร์ลิทเทอเรซี
กรณีศึกษา นักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่
Factors Relating Decision Making to Use Computer Literacy Training Service
Case Study Student of Prince of Songkla University Hat Yai Campus

เนาวรัตน์ ทองไทย^{1*}
Naowarat Thongthai^{1*}

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการฝึกอบรมโครงการคอมพิวเตอร์ลิทเทอเรซี ของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี 450 คน เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบไค-สแควร์ ผลวิจัยพบว่า 1) ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่มีผลมากที่สุด คือ เนื้อหาของหลักสูตรสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ $\bar{X}=4.47$, S.D.=0.49 2) ด้านราคา ปัจจัยที่มีผลมากที่สุด คือ มีราคาให้เลือกตามระดับความยากง่ายของหลักสูตร $\bar{X}=4.69$, S.D.=0.61 3) ด้านบุคลากร ปัจจัยที่มีผลมากที่สุด คือ วิทยากรมีความรู้ความสามารถ และเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลถูกต้องรวดเร็ว $\bar{X}=4.52$, S.D.=0.59 และ $\bar{X}=4.52$, S.D.=0.69 ตามลำดับ 4) ด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยที่มีผลมากที่สุด คือ การจัดอบรมฟรีในบางหลักสูตร $\bar{X}=4.48$, S.D.=0.69 5) ด้านกระบวนการ ปัจจัยที่มีผลมากที่สุด คือ ระบบรับสมัครไม่ยุ่งยากซับซ้อน $\bar{X}=4.16$, S.D.=0.82 6) ด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยที่มีผลมากที่สุด คือ การประชาสัมพันธ์เนื้อหาหลักสูตรที่ชัดเจน $\bar{X}=4.00$, S.D.=0.89 7) ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดคือ ห้องอบรมมีอุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์เพียงพอและทันสมัย $\bar{X}=3.65$, S.D.=0.84 และพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการฝึกอบรมโครงการคอมพิวเตอร์ลิทเทอเรซี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คำสำคัญ: โครงการคอมพิวเตอร์ลิทเทอเรซี การฝึกอบรมคอมพิวเตอร์ นักศึกษา

Abstract

The purpose of this research is study factors affecting the student decision to practice to practice computer literacy training program for students of Prince of Songkla University, Hat Yai Campus. The sample was 450 undergraduate students at Prince of Songkla University, Hat Yai Campus. The instrument used in collecting the data was questionnaire. The statistics used study consisted of frequency, percentage, standard deviation and Pearson chi-square. The study found that the factors that most affect the decision making to practice computer literacy training programs were as follow 1) Product factors that mean the contents of the training course could be applied = 4.47. 2) Price factors that mean there were various prices = 4.69. 3) People factors that mean the speakers were knowledgeable and competent and staff gave correct information = 4.52. 4) Promotion factors that mean some free training courses were provided = 4.48. 5) Process factors that mean there was an easy-to-use recruitment system. = 4.16. 6) Sale factors that mean there were clear publicity of the content = 4.00. 7) Physical image factors that mean the training room have adequate and modern audio-visual equipment = 3.65. Furthermore, product factors, price factors, people factors and process factors affect the students' decision to use computer literacy training service.

Keywords: computer literacy program, computer training, undergraduate students

¹ สำนักนวัตกรรมการดิจิทัลและระบบอัจฉริยะ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ สงขลา 90110

¹ Office of Digital Innovation and Intelligent Systems, Prince of Songkla University, Songkhla, 90110

*Corresponding author: e-mail: naowarat.t@psu.ac.th

Received: March 30, 2021, Accepted: April 18, 2021, Published: May 25, 2021



บทนำ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เป็นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา และเป็นศูนย์กลางของเทคโนโลยีสารสนเทศในภาคใต้ของประเทศไทย นับเป็นหน่วยงานที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อประเทศในการผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถเพื่อออกไปเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศให้เจริญรุดหน้า สามารถแข่งขันกับนานาชาติ โดยมหาวิทยาลัยได้กำหนดคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ระดับบัณฑิตศึกษาไว้ 13 คุณลักษณะ คุณลักษณะหนึ่ง คือ มีความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี และได้มอบนโยบายให้ สำนักนวัตกรรมการดิจิทัลและระบบอัจฉริยะ ดำเนินการส่งเสริมความรู้ด้านคอมพิวเตอร์ให้แก่นักศึกษา สำนักนวัตกรรมการดิจิทัลและระบบอัจฉริยะ จึงได้นำนโยบายของมหาวิทยาลัยฯ มาดำเนินการโครงการคอมพิวเตอร์ ในรูปแบบโครงการฝึกอบรม เน้นการเรียนนอกเวลาเรียนปกติ และคิดอัตราค่าบริการที่ถูก โดยเปิดอบรมให้แก่ นักศึกษา วิทยาเขตหาดใหญ่เป็นหลัก แต่ก็ไม่ได้เปิดโอกาสสำหรับนักศึกษาวิทยาเขตอื่น หรือผู้สนใจทั่วไปที่จะเข้ามาเรียนรู้ด้วยได้ จากผลการให้บริการตั้งแต่ปี 2558 จนถึงปี 2563 พบว่า จากจำนวนนักศึกษา วิทยาเขตหาดใหญ่ นักศึกษาเคยมาอบรมเฉลี่ยปีละ 948 คน คิดเป็นร้อยละ 26.16 และในแต่ละปีจำนวนต่ำกว่าร้อยละ 50 ของจำนวนนักศึกษา (ตารางที่ 1) ประกอบกับเมื่อพิจารณาจำนวนการให้บริการของนักศึกษาแต่ละคณะ พบว่า มีนักศึกษาบางคณะเลือกใช้บริการและนักศึกษาบางคณะไม่เคยเลือกใช้บริการ (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบจำนวนนักศึกษาและจำนวนผู้เข้ารับการอบรม ปีการศึกษา 2558 - 2563

ปีการศึกษา	จำนวนนักศึกษา (คน)	ผู้เข้าอบรม	
		จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปี 2558	3,548	1,400	39.46
ปี 2559	3,492	1,145	32.79
ปี 2560	3,371	347	10.29
ปี 2561	3,367	611	18.15
ปี 2562	3,751	708	18.87
ปี 2563	4,209	1,475	35.04

ตารางที่ 2 จำนวนนักศึกษาเข้ารับการฝึกอบรมโครงการคอมพิวเตอร์ลิทเทอร์เรซี ของคณะต่าง ๆ ในมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ ปีงบประมาณ 2558 – 2563

คณะ	จำนวนนักศึกษาเข้าอบรม (คน)					
	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560	ปี 2561	ปี 2562	ปี 2563
คณะทรัพยากรธรรมชาติ	809	401	41	98	-	-
คณะนิติศาสตร์	-	169	-	-	-	64
คณะพยาบาลศาสตร์	564	-	-	-	-	-
คณะวิทยาการจัดการ	-	394	240	113	79	20
คณะวิทยาศาสตร์	27	-	32	300	485	761
คณะศิลปศาสตร์	-	-	-	100	50	60
คณะเศรษฐศาสตร์	-	-	-	-	94	65
คณะอุตสาหกรรมเกษตร	-	182	34	-	-	505
รวม	1,400	1,145	347	611	708	1,475

จากข้อมูลที่น่ามาแสดง จะเห็นได้ว่าจำนวนนักศึกษาที่เข้าใช้บริการมีจำนวนน้อย เมื่อเทียบกับจำนวนนักศึกษาทั้งหมด อีกทั้งไม่ได้รับความสนใจจากนักศึกษาทุกคณะเท่าที่ควร โดยนักศึกษาจากคณะ การแพทย์แผนไทย คณะทันตแพทยศาสตร์ คณะเทคนิคการแพทย์ คณะแพทยศาสตร์ คณะเภสัชศาสตร์ คณะสัตวแพทยศาสตร์ และคณะวิศวกรรมศาสตร์ ซึ่งนักศึกษาจากคณะเหล่านี้ไม่เคยมาฝึกอบรมโครงการคอมพิวเตอร์ลิทเทอร์เรซี ดังนั้นเพื่อให้บรรลุภารกิจตามที่มหาวิทยาลัยฯ มอบหมาย และตอบสนอง ยุทธศาสตร์ แผนแม่บทการขับเคลื่อนด้านดิจิทัลสู่ PSU System ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 ผลิตบัณฑิต คุณภาพสูงระดับสากลและสร้างทรัพยากรมนุษย์ที่ตรงกับบริบทของสังคม กลยุทธ์ที่ 1 ถ่ายทอดความรู้ด้าน

เทคโนโลยีสารสนเทศแก่นักศึกษา บุคลากร และชุมชน ช้อย่อยที่ 1 จัดฝึกอบรมเพื่อพัฒนานักศึกษาให้มีความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (ศูนย์คอมพิวเตอร์, 2561) ของสำนักนวัตกรรมการศึกษาและระบบอัจฉริยะ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฝึกอบรมโครงการคอมพิวเตอร์ลิทเทอร์เรซี ของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงการบริการฝึกอบรมโครงการคอมพิวเตอร์ลิทเทอร์เรซี ของสำนักนวัตกรรมการศึกษาและระบบอัจฉริยะให้ดียิ่งขึ้น และตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของนักศึกษาในการพัฒนาความรู้ ความสามารถด้านคอมพิวเตอร์อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยสำคัญที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการฝึกอบรมโครงการคอมพิวเตอร์ลิทเทอร์เรซีของนักศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1-6 ประจำปีการศึกษา 2558-2563 จำนวน 21,738 คน ขนาดกลุ่มตัวอย่าง (sample size) คำนวณโดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคาดเคลื่อนหรือความผิดพลาดที่ยอมรับได้ไม่เกิน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (ศิริรัตน์, 2546) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 393 คน แต่ทั้งนี้ ผู้วิจัยมีความประสงค์เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาให้ได้มากที่สุด เพื่อให้สามารถอ้างอิงกลุ่มประชากรให้ได้ใกล้เคียงมากยิ่งขึ้น และให้เกิดความคลาดเคลื่อนของการวิเคราะห์ข้อมูลน้อยที่สุด ซึ่งผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามมาได้ 450 คน

เครื่องมือที่ใช้ในวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยนี้เป็นการสร้างแบบสอบถาม และนำแบบสอบถามเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ตรวจสอบเนื้อหา การใช้ภาษา รวมทั้งความชัดเจนของข้อความ ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาของแต่ละข้อคำถาม และนำไปทดลองใช้กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย แล้วนำผลมาทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เท่ากับ 0.87 โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ครอนบาค (สมบัติ, 2551) จากนั้นนำแบบสอบถามจากการทดลองดังกล่าว มาปรับปรุงแก้ไขให้เป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้งานจริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามออนไลน์ ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (simple random sampling) และประชาสัมพันธ์ทางอีเมลให้เจ้าหน้าที่ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบงานกิจการนักศึกษา จำนวน 15 คณะ ภายในวิทยาเขตหาดใหญ่ ทราบถึงวัตถุประสงค์การวิจัย และรูปแบบของการตอบแบบสอบถามออนไลน์ เพื่อเป็นข้อมูลให้เจ้าหน้าที่ของคณะเป็นผู้ประชาสัมพันธ์ให้นักศึกษาภายในคณะ ทราบ ซึ่งแบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอบรมโครงการคอมพิวเตอร์ลิทเทอร์เรซี

ส่วนที่ 3 เหตุผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยและไม่เคยเข้ารับการอบรมโครงการคอมพิวเตอร์ลิทเทอร์เรซี

ส่วนที่ 4 สาระหลักสูตรและรูปแบบที่ต้องการของบริการฝึกอบรมโครงการคอมพิวเตอร์ลิทเทอร์เรซี

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์วิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

1) ข้อมูลทั่วไป วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ใช้การแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบไคสแควร์

2) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา และสรุปเป็นเรียงความหรือแยกเป็นประเด็นหัวข้อตามเรื่อง

2. สถิติที่ใช้ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบไคว-สแควร์

การแปลผลแบบสอบถาม

ความหมายของตัวเลขในแบบสอบถามระดับความคิดเห็นใช้เกณฑ์ประมาณค่า 5 ระดับ ตามมาตรวัดเจตคติแบบลิเคิร์ต (อารยา, 2530) ในการให้คะแนน โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้ 5, 4, 3, 2 และ 1 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ตามลำดับ สำหรับเกณฑ์การแปลความหมายระดับคะแนนความสำคัญ ได้แบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้ คะแนน 4.20-5.00, 3.40-4.19, 2.60-3.39, 1.80-2.59 และ 1.00-1.79 หมายถึง มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ตามลำดับ

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ จำนวน 450 คน พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ ร้อยละ 69.1 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 36.2 กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 1 ร้อยละ 97.3 สังกัดคณะวิทยาการจัดการ เป็นผู้ที่เคยเข้าฝึกอบรมโครงการคอมพิวเตอร์ลิทเทอร์เรซี ร้อยละ 42.2 และไม่เคยเข้าฝึกอบรมโครงการคอมพิวเตอร์ลิทเทอร์เรซี ร้อยละ 57.8 ซึ่งผู้ที่ไม่เคยเข้าอบรม ให้เหตุผล 5 อันดับแรก คือ ลำดับที่ 1 นักศึกษาไม่ทราบข่าวสารการประชาสัมพันธ์อบรม ร้อยละ 31.48 ลำดับที่ 2 นักศึกษาติดเรียน/ไม่มีเวลา/ไม่ค่อยว่าง ร้อยละ 25.96 ลำดับที่ 3 นักศึกษาเรียนรู้ได้เองผ่านอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 6.94 ลำดับที่ 4 นักศึกษามีเวลาเรียนตรงกับวันหยุดราชการ ร้อยละ 6.02 และลำดับที่ 5 เนื่องจากคณะมีการจัดอบรมเอง ร้อยละ 5.56 ตามลำดับ (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 ร้อยละเหตุผลของผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยเข้าฝึกอบรมโครงการคอมพิวเตอร์ลิทเทอร์เรซี

เหตุผล	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับ
ไม่ทราบข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์	68	31.48	1
ติดเรียน/ไม่มีเวลา/ไม่ค่อยว่าง	56	25.96	2
เรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ตด้วยตัวเอง	15	6.94	3
มีเวลาเรียนตรงกับวันหยุดราชการ	13	6.02	4
คณะมีการจัดอบรม	12	5.56	5

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการฝึกอบรมโครงการคอมพิวเตอร์ลิทเทอร์เรซี

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการฝึกอบรมโครงการคอมพิวเตอร์ลิทเทอร์เรซี ของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีค่าสูงสุด 4 ลำดับ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 4.25 อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 อยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกัน ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการฝึกอบรมโครงการคอมพิวเตอร์ลิทเทอร์เรซี ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P's) ต่อการตัดสินใจใช้บริการฝึกอบรมโครงการคอมพิวเตอร์ลิทเทอร์เรซี (n=450)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	ระดับความเห็น			ผลการทดสอบ	
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	χ^2	α
ด้านผลิตภัณฑ์	4.42	0.35	มากที่สุด	10.984	0.004*
ด้านราคา	4.25	0.51	มากที่สุด	17.303	0.000*
ด้านบุคลากร	4.32	0.37	มากที่สุด	41.006	0.000*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.21	0.48	มากที่สุด	1.526	0.466
ด้านกระบวนการ	4.14	0.83	มาก	56.761	0.000*
ด้านการจัดจำหน่าย	3.84	0.77	มาก	0.905	0.824
ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ	3.63	0.80	มาก	0.303	0.960

* ผลการทดสอบตัวแปรที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฝึกอบรมโครงการคอมพิวเตอร์ลิทเทอร์เรซี

ผลจากการพิจารณาในภาพรวมของปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการฝึกอบรม โครงการคอมพิวเตอร์ลิทเทอร์เรซีเมื่อนำมาทดสอบแยกแต่ละด้าน (ตารางที่ 5) จึงได้ผลสรุป ดังนี้

1. ข้อมูลปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ เนื้อหาของหลักสูตรสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.74 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา รูปแบบการให้บริการมีความหลากหลายทั้งแบบ Online และ แบบ Onsite มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 อยู่ในระดับมากที่สุด และ เนื้อหาหลักสูตรสอดคล้องกับความต้องการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 อยู่ในระดับมากที่สุดตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการฝึกอบรมโครงการคอมพิวเตอร์ลิทเทอร์เรซี ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 คือ เนื้อหาหลักสูตรสอดคล้องกับความต้องการ เนื้อหาหลักสูตรสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ รูปแบบการให้บริการอบรมมีความหลากหลายทั้งแบบ Online และแบบ Onsite และเอกสารประกอบการอบรมอ่านง่ายและมีคุณภาพ

2. ข้อมูลปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีราคาให้เลือกตามระดับความยากง่ายของหลักสูตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการฝึกอบรมโครงการคอมพิวเตอร์ลิทเทอร์เรซี ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 คือ ราคาให้เลือกตามระดับความยากง่ายของหลักสูตร

3. ข้อมูลปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านบุคลากรที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 ลำดับแรก คือ วิทยากรเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ และเจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา วิทยากรเป็นผู้ที่มีเทคนิคและวิธีการที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 อยู่ในระดับมากที่สุด และ เจ้าหน้าที่กระตือรือร้นในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 อยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกัน ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการฝึกอบรมโครงการคอมพิวเตอร์ลิทเทอร์เรซี ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 คือ วิทยากรเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ เจ้าหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นกันเอง เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว และเจ้าหน้าที่กระตือรือร้นในการให้บริการ

4. ข้อมูลปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การจัดอบรมฟรีในบางหลักสูตร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการฝึกอบรมโครงการคอมพิวเตอร์ลิทเทอร์เรซี ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 คือ การจัดอบรมฟรีในบางหลักสูตร

5. ข้อมูลปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านกระบวนการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ระบบรับสมัครไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการฝึกอบรมโครงการคอมพิวเตอร์ลิทเทอร์เรซี ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 คือ วิธีชำระค่าลงทะเบียนสะดวกและรวดเร็ว

6. ข้อมูลปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การประชาสัมพันธ์เนื้อหาหลักสูตรที่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการฝึกอบรมโครงการคอมพิวเตอร์ลิทเทอร์เรซี ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ไม่พบว่ามีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอบรมโครงการคอมพิวเตอร์ลิทเทอร์เรซี

7. ข้อมูลปัจจัยด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ห้องอบรมมีอุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์เพียงพอและทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการฝึกอบรมโครงการคอมพิวเตอร์ลิทเทอร์เรซี ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ไม่พบว่ามีปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฝึกอบรมโครงการคอมพิวเตอร์ลิทเทอร์เรซี

ส่วนที่ 3 เปรียบเทียบความต้องการรูปแบบการฝึกอบรม

ผลการเปรียบเทียบความต้องการรูปแบบการจัดอบรม จำแนกตามลักษณะการมาอบรม ที่เคยมาอบรมและไม่เคยมาอบรม พบว่า นักศึกษาที่เคยมาอบรม ส่วนใหญ่ ร้อยละ 50.5 ต้องการอบรมในรูปแบบเรียน Onsite ส่วนนักศึกษาที่ไม่เคยมาอบรม ส่วนใหญ่ ร้อยละ 66.2 ต้องการอบรมในรูปแบบเรียน Online ผลการทดสอบค่า Pearson Chi-square สำหรับความสัมพันธ์ของความต้องการรูปแบบของการจัดอบรมกับลักษณะการมาอบรม ที่เคยมาอบรมและไม่เคยมาอบรม พบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการฝึกอบรมโครงการคอมพิวเตอร์ลิทเทอร์เรซี (n=450)

ปัจจัยของผลิตภัณฑ์	ระดับความคิดเห็น			ผลการทดสอบ	
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	χ^2	α
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์					
เนื้อหาหลักสูตรสอดคล้องกับความต้องการ	4.39	0.72	มากที่สุด	12.729	0.002*
เนื้อหาของหลักสูตรสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้	4.74	0.49	มากที่สุด	13.894	0.001*
รูปแบบการให้บริการอบรมมีความหลากหลายทั้งแบบ Online และแบบ Onsite	4.54	0.73	มากที่สุด	57.744	0.000*
เอกสารประกอบการอบรมอ่านง่ายและมีคุณภาพ	4.02	0.89	มาก	12.138	0.002*
ค่าเฉลี่ยรวม	4.42	0.35	มากที่สุด		
ปัจจัยด้านราคา					
อัตราค่าลงทะเบียนมีความเหมาะสม	3.97	0.85	มาก	1.302	0.729
มีราคาให้เลือกตามระดับความยากง่ายของหลักสูตร	4.69	0.61	มากที่สุด	21.146	0.000*
มีกำหนดราคาแต่ละหลักสูตรชัดเจน	4.07	0.76	มาก	5.173	0.160
ค่าเฉลี่ยรวม	4.25	0.51	มากที่สุด		
ปัจจัยด้านบุคลากร					
วิทยากรเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ	4.52	0.59	มากที่สุด	16.534	0.000*
วิทยากรเป็นผู้ที่มีเทคนิคและวิธีการที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้	4.51	0.73	มากที่สุด	4.019	0.134
วิทยากรเปิดโอกาสให้แลกเปลี่ยนเรียนรู้	3.69	0.77	มาก	2.023	0.568
เจ้าหน้าที่อ้อมยิ้มแจ่มใส เป็นกันเอง	4.21	0.85	มากที่สุด	155.917	0.000*
เจ้าหน้าที่ให้ข้อมูลได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว	4.52	0.69	มากที่สุด	42.380	0.000*
เจ้าหน้าที่กระตือรือร้นในการให้บริการ	4.46	0.61	มากที่สุด	2.682	0.262*
ค่าเฉลี่ยรวม	4.32	0.37	มากที่สุด		
ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด					
การให้ส่วนลดราคา	4.07	0.76	มาก	1.847	0.397
เข้าอบรมฟรี 1 ครั้ง หากอบรมครบ 5 ครั้ง	4.19	0.79	มาก	3.095	0.377
การจัดให้มีอัตราบริการสำหรับสมาชิก	4.09	0.78	มาก	3.446	0.179
การจัดอบรมฟรีในบางหลักสูตร	4.48	0.69	มากที่สุด	12.034	0.007*
ค่าเฉลี่ยรวม	4.21	0.48	มากที่สุด		
ปัจจัยด้านกระบวนการ					
ระบบรับสมัครไม่ยุ่งยากซับซ้อน	4.16	0.82	มาก	0.412	0.938
วิธีการชำระค่าลงทะเบียนสะดวกและรวดเร็ว	4.13	0.85	มาก	125.357	0.000*
ค่าเฉลี่ยรวม	4.14	0.83	มาก		
ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย					
การประชาสัมพันธ์เนื้อหาหลักสูตรที่ชัดเจน	4.00	0.89	มาก	3.140	0.371
การรับข่าวสารการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง	3.70	0.90	มาก	1.401	0.705
การประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าประมาณ 2 เดือน	3.82	1.00	มาก	1.920	0.589
ค่าเฉลี่ยรวม	3.84	0.77	มาก		
ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ					
ห้องอบรมมีอุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์เพียงพอและทันสมัย	3.65	0.84	มาก	0.342	0.952
สถานที่สะอาดสบาย	3.63	0.85	มาก	0.468	0.926
มีห้องน้ำสะอาดและเพียงพอแก่ผู้เข้าอบรม	3.62	0.82	มาก	0.501	0.919
ค่าเฉลี่ยรวม	3.63	0.80	มาก		

* ผลการทดสอบตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านกระบวนการ

โดยความต้องการอบรมช่วงเวลาวันเวลาราชการ จำแนกลักษณะการมาอบรม ที่เคยมาอบรมและไม่เคยมาอบรม พบว่า นักศึกษาที่เคยมาอบรม ส่วนใหญ่ ร้อยละ 51.6 ต้องการอบรมเวลา 17.00-18.00 น. ส่วนนักศึกษาที่ไม่เคยมาอบรม ส่วนใหญ่ ร้อยละ 59.2 ต้องการอบรมเวลา 17.00-19.00 น. ผลการทดสอบค่า Pearson Chi-square สำหรับความสัมพันธ์ของช่วงเวลาอบรมวันราชการกับลักษณะการมาอบรม ที่เคยมาอบรมและไม่เคยมาอบรม พบว่า มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (ตารางที่ 6)

ขณะที่ความต้องการอบรมช่วงเวลาวันหยุด จำแนกตามลักษณะการมาอบรม ที่เคยมาอบรมและไม่เคยมาอบรม พบว่า นักศึกษาที่เคยมาอบรม ส่วนใหญ่ ร้อยละ 49.5 ต้องการอบรมเวลา 09.00-12.00 น. และนักศึกษาที่ไม่เคยใช้บริการ ส่วนใหญ่ ร้อยละ 44.2 ต้องการอบรมเวลา 09.00-12.00 น. เช่นเดียวกัน ผลการทดสอบค่า Pearson Chi-square สำหรับความสัมพันธ์ของช่วงเวลาอบรมวันหยุดกับลักษณะการมาอบรม ที่เคยมาอบรมและไม่เคยมาอบรม พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 เปรียบเทียบจำนวน ร้อยละ ของรูปแบบการอบรมคอมพิวเตอร์ที่สนใจ จำแนกตามลักษณะการมาอบรม ที่เคยมาอบรมและไม่เคยมาอบรม (n=450)

การอบรม	นักศึกษา			
	เคยมาอบรม		ไม่เคยมาอบรม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รูปแบบการมาอบรม				
เรียนแบบ Onsite	96	50.5	88	33.8
เรียนแบบ Online	94	49.5	172	66.2
รวม	190	100.0	260	100.0
Pearson Chi-square		Value=12.637	df=1	Sig.=0.000
ช่วงเวลาอบรมในวันราชการ				
อบรมเวลา 17.00-18.00 น.	98	51.6	81	31.2
อบรมเวลา 17.00-19.00 น.	68	35.8	154	59.2
อบรมเวลา 17.00-20.00 น.	24	12.6	25	9.6
รวม	190	100.0	260	100.0
Pearson Chi-square		Value=24.658	df=2	Sig.=0.000
ของช่วงเวลาอบรมวันหยุดราชการ				
อบรมเวลา 09.00-12.00 น.	94	49.5	115	44.2
อบรมเวลา 09.00-16.00 น.	81	42.6	114	43.8
อบรมเวลา 13.00-16.00 น.	15	7.9	31	11.9
รวม	190	100.0	260	100.0
Pearson Chi-square		Value=2.430	df=2	Sig.=0.297

ส่วนที่ 4 หลักสูตรที่ต้องการฝึกอบรมโครงการคอมพิวเตอร์ลิทเทอร์เรซี

4.1 หลักสูตรขั้นพื้นฐาน พบว่า นักศึกษาให้ความสนใจ 5 หลักสูตรแรก โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ 1) หลักสูตร Basic Photoshop คิดเป็นร้อยละ 10.5 2) หลักสูตร เทคนิคการแต่งรูปและวิดีโอด้วย Smartphone คิดเป็นร้อยละ 9.7 3) หลักสูตร การออกแบบ CV and Resume ด้วย Illustrator คิดเป็นร้อยละ 7.9 4) หลักสูตร PowerPoint Template & Presentation คิดเป็นร้อยละ 7.2 และ 5) หลักสูตร Infographic with PowerPoint คิดเป็นร้อยละ 6.9

4.2 หลักสูตรขั้นสูง พบว่า นักศึกษาให้ความสนใจ 5 หลักสูตรแรก โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ 1) หลักสูตร เทคนิคการจัดรูปเล่มรายงาน/โครงการด้วย Word คิดเป็นร้อยละ 9.5 2) หลักสูตร สร้าง Portfolio ด้วย Photoshop คิดเป็นร้อยละ 8.8 3) หลักสูตร Advance Photoshop คิดเป็นร้อยละ 7.7 4) หลักสูตร Animation with Animate คิดเป็นร้อยละ 7.5 และ 5) หลักสูตร Laptop/Notebook Care and Maintenance คิดเป็นร้อยละ 7.2 (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 จำนวน ร้อยละของหลักสูตรฝึกอบรมระดับพื้นฐานและระดับสูง ที่นักศึกษาสนใจอบรม

หลักสูตร ¹	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับ
ระดับพื้นฐาน			
Basic Photoshop	319	10.5	1
เทคนิคการแต่งรูปและวิดีโอด้วย Smartphone	293	9.7	2
การออกแบบ CV and Resume ด้วย Illustrator	238	7.9	3
PowerPoint Template & Presentation	218	7.2	4
Infographic with PowerPoint	208	6.9	5
ระดับสูง			
เทคนิคการจัดรูปเล่มรายงาน/โครงการด้วย Word	251	9.5	1
สร้าง Portfolio ด้วย Photoshop	232	8.8	2
Advance Photoshop	204	7.7	3
Animation with Animate	197	7.5	4
Laptop/Notebook Care and Maintenance	191	7.2	5

¹ เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ จำนวน 450 คน พบว่า กลุ่มนักศึกษาส่วนใหญ่ ร้อยละ 69.1 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 36.2 กำลังศึกษาอยู่ชั้นปีที่ 1 ร้อยละ 97.3 สังกัดคณะวิทยาการจัดการ เป็นผู้ที่เคยมาฝึกอบรมโครงการคอมพิวเตอร์ลิทเทอร์เรซี ร้อยละ 42.2 และเป็นผู้ที่ไม่เคยมาฝึกอบรมโครงการคอมพิวเตอร์ลิทเทอร์เรซี ร้อยละ 57.8

สรุป 5 เหตุผลหลักจากความคิดเห็นของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ ที่ไม่เคยเข้าใช้บริการฝึกอบรมโครงการคอมพิวเตอร์ลิทเทอร์เรซี 1) ไม่ทราบข้อมูลข่าวสารการประชาสัมพันธ์ 2) ติดเรียน/ไม่มีเวลา/ไม่ค่อว่าง 3) เรียนรู้ผ่านอินเทอร์เน็ตด้วยตัวเอง 4) มีเวลาเรียนตรงกับวันหยุดราชการ 5) คณะมีการจัดอบรม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการฝึกอบรมโครงการคอมพิวเตอร์ลิทเทอร์เรซี ของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ แบ่งออกได้เป็น 7 ปัจจัย ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ \bar{X} = 4.42 มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด 2) ปัจจัยด้านราคา \bar{X} = 4.25 มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด 3) ปัจจัยด้านบุคลากร \bar{X} = 4.32 มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด 4) ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด \bar{X} = 4.21 มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด 5) ปัจจัยด้านกระบวนการ \bar{X} = 4.14 มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด 6) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย \bar{X} = 3.84 มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด 7) ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ \bar{X} = 3.63 มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด

เปรียบเทียบความต้องการรูปแบบการฝึกอบรม จำแนกตามลักษณะการมาอบรม ที่เคยมาอบรมและไม่เคยมาอบรม สามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. รูปแบบการอบรมมีความสัมพันธ์กับลักษณะการมาอบรม ที่เคยมาอบรมและไม่เคยมาอบรม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยนักศึกษาที่เคยมาอบรม ต้องการอบรมแบบ Onsite ส่วนนักศึกษาที่ไม่เคยมาอบรม ต้องการอบรมแบบ Online
2. การจัดอบรมช่วงวันราชการมีความสัมพันธ์กับลักษณะการมาอบรม ที่เคยมาอบรมและไม่เคยมาอบรม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยนักศึกษาที่เคยมาอบรม สนใจที่จะอบรมวันราชการในช่วงเวลา 17.00-18.00 น. ส่วนนักศึกษาที่ไม่เคยมาอบรม ให้ความสนใจอบรมในช่วงเวลา 17.00-19.00 น.
3. การจัดอบรมช่วงวันหยุดไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะการมาอบรม ที่เคยมาอบรมและไม่เคยมาอบรม อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยนักศึกษาที่เคยมาอบรม และนักศึกษาที่ไม่เคยมาอบรม มีความต้องการเหมือนกันที่จะอบรมวันหยุดในช่วงเวลา 09.00-12.00 น.

ความต้องการหลักสูตรฝึกอบรมโครงการคอมพิวเตอร์ลิทเทอร์เรซี หลักสูตรระดับพื้นฐาน นักศึกษาให้ความสนใจสูงสุด 3 ลำดับ ได้แก่ 1) Basic Photoshop 2) เทคนิคการตกแต่งรูปและวิดีโอด้วย Smartphone 3) การออกแบบ CV and Resume ด้วย Illustrator และหลักสูตรระดับสูง 3 อันดับ ได้แก่ 1) เทคนิคการจัดรูปเล่มรายงาน/โครงการด้วย Word 2) สร้าง Portfolio ด้วย Photoshop และ 3) Advance Photoshop

อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจใช้บริการฝึกอบรมโครงการคอมพิวเตอร์ลิทเทอร์เรซี กรณีศึกษานักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการโครงการคอมพิวเตอร์ลิทเทอร์เรซี ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ กล่าวคือ เนื้อหาหลักสูตรต้องสอดคล้องกับความต้องการที่สามารถที่จะนำไปประยุกต์ใช้งานได้ รูปแบบการอบรมเป็นได้ทั้งแบบ Online และ Onsite ด้านราคาต้องมีให้เลือกตามระดับความยากง่ายของหลักสูตร วิทยาการต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถ เจ้าหน้าที่ต้องเป็นกันเองให้ข้อมูลได้รวดเร็วและถูกต้อง รวมทั้งมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ หรืออาจกล่าวได้ว่า สิ่งกระตุ้นทางการตลาดเป็นมูลเหตุจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler and Keller (2016) ที่อธิบายว่า ธุรกิจต้องวิเคราะห์ทิศทางหรือมองย้อนกลับจากผู้บริโภคมายังองค์กรด้วย เพื่อค้นหาความสอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค ซึ่งควรพิจารณาคุณค่าที่ผู้บริโภคควรจะได้รับ ต้นทุนที่ต้องจ่าย ความสะดวกสบาย การติดต่อสื่อสาร การเอาใจใส่ดูแล และการตอบสนองความต้องการ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ กิตติยาภรณ์ และคณะ (2552) ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการวิชาการประเภทการฝึกอบรมสัมมนาของคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ผลการวิจัยพบว่า ทั้งผู้ที่เคยรับบริการวิชาการด้านการฝึกอบรมจากคณะวิศวกรรมศาสตร์มาแล้วและผู้ที่ยังไม่เคยรับบริการวิชาการด้านการฝึกอบรมจากคณะวิศวกรรมศาสตร์มาก่อน มีความเห็นเหมือนกันเกี่ยวกับปัจจัยทางการตลาดโดยให้ความสำคัญกับหลักสูตรอบรม ความเหมาะสมของเนื้อหาหลักสูตรและรูปแบบการอบรม และความสามารถของบุคลากรผู้ให้บริการในระดับมากที่สุด

ส่วนปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ ถึงแม้ว่ามีระดับความคิดเห็นที่อยู่ในระดับมาก แต่ไม่พบว่ามีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการฝึกอบรมโครงการคอมพิวเตอร์ลิทเทอร์เรซีเป็นเพราะว่าในการตัดสินใจเข้ารับบริการศึกษามีความต้องการการประชาสัมพันธ์ที่มีความชัดเจนของเนื้อหาหลักสูตรเพื่อประกอบการตัดสินใจ และการประชาสัมพันธ์ข่าวสารควรมีอย่างต่อเนื่อง และต้องมีการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้า และเมื่อมีการอบรมแบบ Onsite ห้องอบรมต้องทันสมัย สะดวกสบายและมีอุปกรณ์เพียงพอ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. นำไปปรับปรุงให้รูปแบบการอบรมมีความสอดคล้องกับพฤติกรรมของนักศึกษา เพื่อส่งผลให้นักศึกษาเข้าอบรมโครงการคอมพิวเตอร์ลิทเทอร์เรซี มีจำนวนเพิ่มมากยิ่งขึ้น

2. นำไปปรับปรุงช่องทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร กิจกรรมอบรมของสำนักนวัตกรรมการศึกษาและระบบอัจฉริยะให้เข้าถึงนักศึกษา เพิ่มมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. สำนักนวัตกรรมการศึกษาและระบบอัจฉริยะควรที่จะทำการศึกษาหาปัญหา และข้อบกพร่องจากการให้บริการที่มีอยู่เพิ่มเติมจากที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ และดำเนินการขจัดปัญหา และปรับปรุงข้อบกพร่องที่มีอยู่ให้ดียิ่งขึ้นเพื่อเพิ่มความพึงพอใจในการให้บริการ และรักษาความจงรักภักดีในการใช้บริการของลูกค้าเดิม

2. ควรมีการศึกษาเชิงลึกถึงความต้องการด้านหลักสูตรของลูกค้าแต่ละกลุ่ม เพื่อให้ได้มาซึ่งความต้องการที่แท้จริง และนำข้อมูลนั้นไปเป็นปัจจัยของกระบวนการสร้างหลักสูตรต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กิตติยาภรณ์ สิ้นสุกเสวต กนกรัตน์ ไชยวงศ์ และอรุณรัตน์ หิมชุต. 2552. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการวิชาการประเภทการฝึกอบรมสัมมนาของคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ ประจำปีงบประมาณ 2552.

คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. 825 หน้า.

ศิริรัตน์ ชุนทดคล้าย. 2546. ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับรัฐประศาสนศาสตร์. ออฟเซ็กเพรส. กรุงเทพมหานคร. 405 หน้า.

ศูนย์คอมพิวเตอร์. 2561. แผนกลยุทธ์ พ.ศ. 2561-2566. [Online]. Available: <https://www.cc.psu.ac.th/pdf/strategicplan2561.pdf>. (สืบค้นเมื่อ เมษายน 2564).

สมบัติ ท้ายเรือคำ. 2551. ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. ประสานการพิมพ์. ภาพลันจู้. 289 หน้า.

อารยา ตั้งคนิวาส. 2530. การเปรียบเทียบค่าความเที่ยงตรงของมาตรวัดทัศนคติ แบบลิเคอร์ที่มีสัดส่วนจำนวนข้อกระทงที่เป็น
นิเสธต่างกัน. วิทยานิพนธ์บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร.

Kotler, P.and K. Keller. 2016. Marketing Management. 15th edition. Pearson Education. Edinburgh. 840 p.