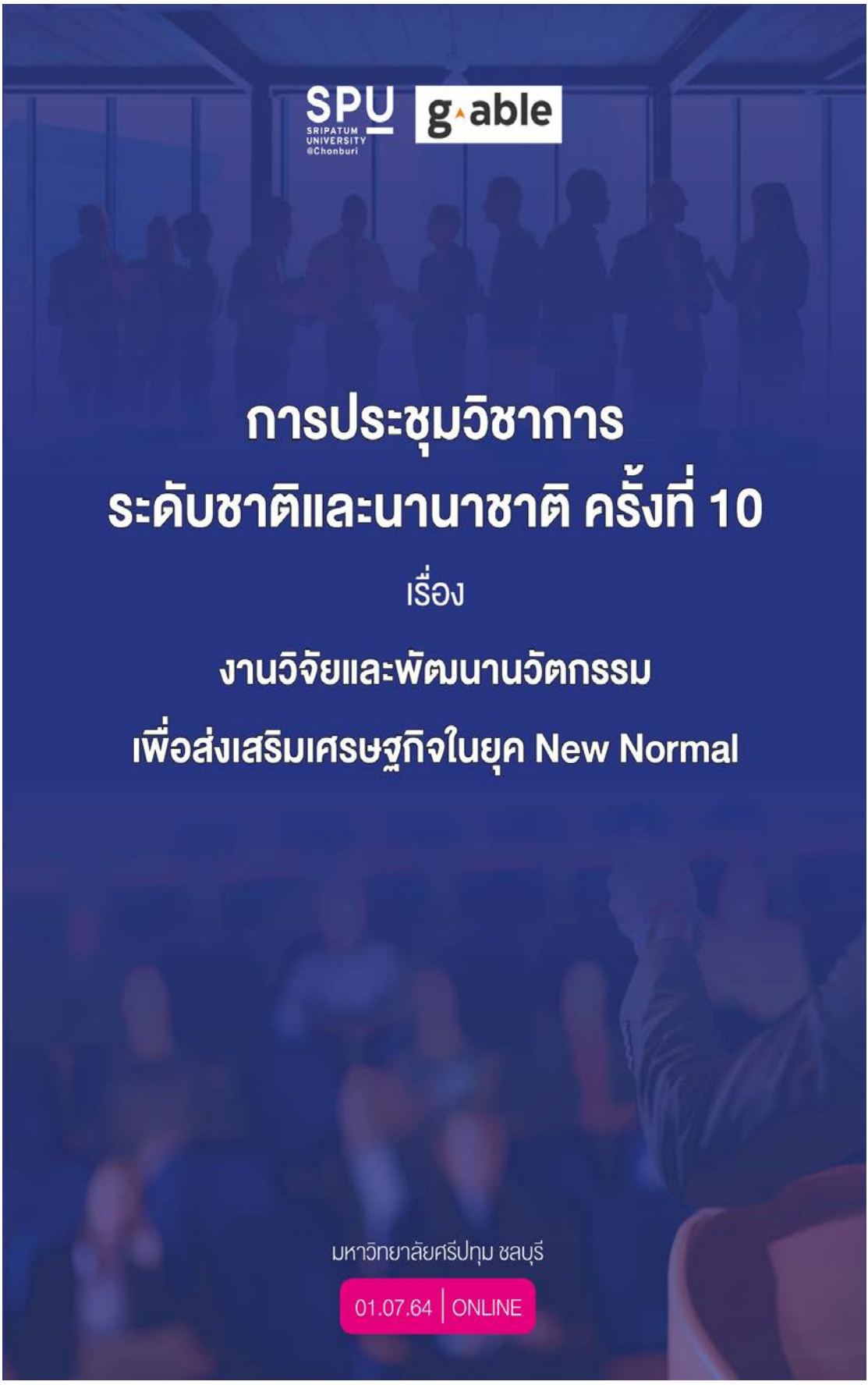




SPU
SRIPATUM
UNIVERSITY
@Chonburi

g.able

การประชุมวิชาการ ระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 10

เรื่อง

งานวิจัยและพัฒนานวัตกรรม
เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจในยุค New Normal

มหาวิทยาลัยศรีปทุม ชลบุรี

01.07.64 | ONLINE

CONTENTS / สารบัญ

Message from Vice President of Chonburi Campus

สารรองอธิการบดีมหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

Message from Organizing Committee Chairperson

สารจากประธานคณะกรรมการฝ่ายอำนวยการจัดประชุม

กำหนดการประชุมวิชาการ

กำหนดการนำเสนอผลงานวิจัย

2021 SPUC International Conference

Researcher (Oral Presentation)	Page
Maturos Mathurasai	
An investigation into new skill requirements toward enhancing international hotel management program at Stamford International University: A focus on front office operations of hotels in Thailand.....	1
Nuttanuch Munsakorn	
Vocabulary retention in a long-term memory through etymology.....	15
Passaraporn Vongchansathapat	
The efficacy and safety of 1064-nm picosecond laser for tattoo removal in Thai people.....	32
Yanisa Ratanapokasatit	
The effect of topical epidermal growth factor on wound healing and post inflammatory hyperpigmentation prevention after ablative fractional CO2 laser	41
นามนักวิจัย (นำเสนอแบบบรรยาย)	
กฤษณะ จันทร์อยู่จริง	
การพัฒนาวิชาลไลเซนซ์เพื่อบริหารจัดการอพาร์ทเมนต์.....	53
แกร์เดียร์ กะดื้อดดี	
อิทธิพลของวัฒนธรรมองค์กรที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบัญชี กรณีศึกษาบริษัทรับทำบัญชีในภาคตะวันออกของประเทศไทย....	64
ชาติศิริ ศิลางแรง	
การพัฒนาแอปพลิเคชันไลน์แชทบอท สำหรับการให้คำแนะนำแก่ผู้ที่มีความสงสัยต่อการเลี้ยงที่มีอาการเสื่อมสภาพทางเพศ.....	73

CONTENTS (CONTINUE) / สารบัญ (ต่อ)

นามนักวิจัย (นำเสนอแบบบรรยาย)	หน้า
ณัฐพร ปวิตรปก	
สิ่งแวดล้อมทางธุรกิจด้านความปลอดภัยที่มีผลต่อความผูกพันในงานของ พนักงานโรงงานในนิคมอุตสาหกรรมปิ่นทอง 3 ในจังหวัดชลบุรี.....	85
นริศรา อุ่นประเสริฐสุข	
คุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าธนาคารพาณิชย์ในจังหวัด สุพรรณบุรี.....	98
ปัทมกร ธารสุวรรณ	
ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการของบริษัทรักษาความปลอดภัยที่มีอิทธิพลต่อการ บอกต่อและความตั้งใจใช้บริการซ้ำของผู้อยู่อาศัยในจังหวัดชลบุรี.....	108
ประภัสสร คำสวัสดิ์	
ปัจจัยในการกำหนดความสุขเชิงอัตวิสัย.....	119
ภราดา สุขยิ่ง	
ระบบแนะนำการตัดสินใจเพื่อการซื้อขายหุ้น สำหรับนักลงทุนมือใหม่.....	134
มณีนุช อภิบาล	
ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของลูกค้า ศูนย์ซ่อมบำรุงรถยนต์ในจังหวัดชลบุรี.....	151
วรกานต์ เชื้อสิงห์	
การพัฒนาระบบคาวีซวลไลเซชันเพื่อสนับสนุนการวางแผนเชิงกลยุทธ์ การตลาดขององค์กรประเภทพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์.....	161
วศกร สิงห์ลอ	
ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการของนิติบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของ ผู้พักอาศัยคอนโดมิเนียมในกรุงเทพมหานคร.....	170
วันชัย จันทิบุตร	
ปัญหาและอุปสรรคทางกฎหมายเกี่ยวกับการควบคุมการดูทรายในที่ดินเอกชน...	182
ศิวายุ เลิศเสรี	
แอปพลิเคชันแชทบอทเพื่อการให้บริการข้อมูลติดตั้งสายใยแก้วนำแสง กรณีศึกษา ห้างหุ้นส่วนจำกัด เอส.ที.เอส. คอมมูนิเคชั่น.....	191
ศุภิสรา ขุนทิพย์	
ปัจจัยด้านกลยุทธ์ตราสินค้าที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้าในธุรกิจเนื้อเป็ด.....	201

CONTENTS (CONTINUE) / สารบัญ (ต่อ)

นามนักวิจัย (นำเสนอแบบบรรยาย)	หน้า
สมศักดิ์ชัย เล่าหะพันธ์	
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันฝึกอบรมของสถานประกอบการ ในภาคกลางและภาคตะวันออก.....	210
สาธิตา โปธาเจริญ	
การบริหารความขัดแย้งภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัทผลิตชิ้นส่วนยานยนต์แห่งหนึ่งในอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ.....	219
สืบสกุล ย่าหลี	
การศึกษาการจัดแสงในรูปแบบแอนิเมชัน 3 มิติ.....	231
สุดารัตน์ มรกตสระน้อย	
ปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการจัดทำรายงานการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม ตามกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ.....	237
ศุรวีร์ จิตรพิลา	
การพัฒนาการแสดงผลภาพเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องสมุนไพรในประเทศไทย....	246
เสาวลักษณ์ จินทร	
การพัฒนาแอปพลิเคชันบนมือถือเพื่อช่วยสนับสนุนในการบริหารจัดการ ทรัพยากรมนุษย์ กรณีศึกษาบริษัท ไอ ที บี ที คอร์ปอเรชั่น จำกัด.....	254
หนูลิด ศิริประสาท	
ปัจจัยด้านการงานที่มีผลต่อปัจจัยเชิงอารมณ์ของพนักงานบริษัทผลิตภัณฑ์ ทำความสะอาดบ้านและรถยนต์ในจังหวัดสมุทรปราการ.....	267
อภิรัฐ สุกิจบริหาร	
พัฒนาระบบคำศัพท์วลีไวยากรณ์เพื่อการสนับสนุนการให้บริการสุขภาพ กรณีศึกษาหน่วยงานบริการสุขภาพในประเทศ.....	278
อัญชลี บัวเมืองเก่า	
พัฒนาวิซวลไลเซชันสำหรับการวิเคราะห์และการทำงานผลความสำเร็จ ของการทำงานด้วยข้อมูลดัชนีประสิทธิภาพหลัก.....	290
โอรส เหล่าดำรงกุล	
ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน ฟู้ดแพนด้า.....	301

**ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันฝึกอบรม
ของสถานประกอบการ ในภาคกลางและภาคตะวันออก**
**FACTORS AFFECTING DECISION TO USE TRAINING
INSTITUTES OF PRIVATE ENTERPRISES IN CENTRAL AND
EASTERN REGIONS**

สมศักดิ์ชัย เล่าหะพันธ์*

Somsakchai Laohaphan

รองศาสตราจารย์ ดร. ชลธิศ ดาราวงษ์**

Assoc. Prof. Dr. Chonlatis Darawong

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้วัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันฝึกอบรมของสถานประกอบการในภาคกลางและภาคตะวันออก 2) เพื่อเปรียบเทียบความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันฝึกอบรมของสถานประกอบการ จำแนกตามปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคล และ 3) เพื่อเปรียบเทียบความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันฝึกอบรมของสถานประกอบการ จำแนกตามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการฝึกอบรมในบริษัทฯ กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้ คือ นุคตากรฝ่ายฝึกอบรม นุคตากรฝ่ายบุคคล นุคตากรฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ และผู้มีหน้าที่ ที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรมในองค์กรธุรกิจที่อยู่ในเขตภาคกลางและภาคตะวันออก จำนวน 400 ตัวอย่าง

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันฝึกอบรม ได้แก่ ด้านประสบการณ์วิทยากร ด้านหลักสูตรฝึกอบรม ด้านการให้บริการ ด้านความเหมาะสมของราคา โดยรวมอยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด 2) ปัจจัยด้านข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกันโดยนโยบายว่าจ้างการฝึกอบรม และ 3) ปัจจัยด้านพฤติกรรมกรรมการฝึกอบรมในบริษัทฯ ที่แตกต่างกันโดยหลักสูตรการฝึกอบรม และกลุ่มผู้เข้าอบรม ตามลำดับ

คำสำคัญ: สถาบันฝึกอบรม, หลักสูตรฝึกอบรม, การตัดสินใจ, การบริการ, วิทยากร

* นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี ปีการศึกษา 2564

** รองศาสตราจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี

ABSTRACT

This research has the objectives that were 1) to study the level of factors affecting decision to use training institutes of private enterprises in central and eastern regions, 2) to compare the significance of factors affecting decision to use training institutes of private enterprises classified by corporate information factors, and 3) to compare the significance of factors affecting decision to use training institutes of private enterprises classified by training behavior information in the company. The 400 examples of this group are Training People, HR People, or People who related in training function and can be decision to select training institutes within the company in the central and eastern regions.

The results of the study showed that 1) the level of factors affecting decision to use training institutes; Trainer, training course outline, service, and prices were at the highly important level, 2) the corporate information factors different by the training procurement policy, and 3) the behavior information in the company different by the training course outline and training participants group, respectively.

Keywords: training institute, training courses, decision-making, service, trainer.

บทนำ

ประเทศไทยเป็นฐานการผลิต การบริการ การส่งออกของสินค้าอุตสาหกรรมและมีส่วนแบ่งการตลาดของโลกที่สูงขึ้นจากหลากหลายประเภทอุตสาหกรรม โดยประเทศไทยมีมูลค่าการลงทุนระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยในปี พ.ศ. 2562 มีมูลค่าการลงทุนระหว่างประเทศถึง 756,104 ล้านบาท (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, 2562) จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ปัจจุบันเศรษฐกิจไทยมีการขยายตัวต่ำกว่าศักยภาพมาต่อเนื่องหลายปี ทั้งจากผลกระทบของเศรษฐกิจโลกซบเซาและข้อจำกัดภายในประเทศเองอีกทั้งเกิดวิกฤตโรคระบาดโควิด-19 (COVID-19) ที่เป็นอุปสรรคต่อการเพิ่มผลิตภาพ และขีดความสามารถในการแข่งขันรวมทั้งฐานเศรษฐกิจภายในประเทศขยายตัวช้า ใน 5 ปี ต่อจากนี้ไป จึงเป็นช่วงเวลาของการฟื้นฟูเศรษฐกิจไทยให้กลับมาขยายตัวได้สูงขึ้น โดยการใช้นวัตกรรมคุณภาพคน โดยยึด “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” มุ่งสร้างศักยภาพ และคุณภาพชีวิตเพื่อเตรียมความพร้อมบุคลากรเข้าสู่สังคมแรงงาน เพื่อขยายการผลิตและบริการใหม่ ๆ สำหรับอนาคต

องค์กรจึงมีความจำเป็นที่จะต้องให้ความรู้แก่บุคลากรเพื่อให้มีความพร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลงหรือสามารถปรับปรุงตนเองให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ “การ

ฝึกอบรม” นับได้ว่าเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญ โดยมุ่งหวังให้สามารถพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถ ทักษะ และทัศนคติเหมาะแก่การปฏิบัติงานในสภาวะแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลง และการแข่งขันสูงเช่นในปัจจุบัน อย่างไรก็ตามการฝึกอบรมบุคลากรจะต้องกระทำอย่างมีระบบและมีประสิทธิภาพ จึงจำเป็นต้องตระหนักถึงการจัดการฝึกอบรมให้ตรงกับความต้องการของบุคลากรในองค์กร เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถของบุคคลให้สามารถปฏิบัติงานในหน้าที่ของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในด้านความรู้ ความสามารถ ทักษะและทัศนคติในการปฏิบัติงาน จึงจะทำให้องค์กรได้รับผลประโยชน์สูงสุด

องค์กรหลายแห่งได้จัดให้มีการฝึกอบรมและจำเป็นต้องเลือกใช้บริการสถาบันฝึกอบรมเพื่อมาให้บริการ และมักประสบปัญหาด้านการตัดสินใจใช้บริการสถาบันฝึกอบรมอยู่บ่อยครั้ง และในขณะเดียวกันธุรกิจที่ให้บริการด้านการฝึกอบรมเองก็ประสบปัญหาการขาดข้อมูลเพื่อเป็นฐานในการดำเนินการ เพราะธุรกิจด้านการฝึกอบรมต้องแข่งขันกันที่คุณภาพเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ เชื่อถือให้แก่ลูกค้า และเพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจใช้บริการและกลับมาใช้บริการอีกในอนาคต ดังนั้นถ้าองค์กรธุรกิจใดไม่สามารถให้บริการด้านการฝึกอบรมที่มีคุณภาพได้ก็จะประสบความล้มเหลวในที่สุด ในทางกลับกันธุรกิจฝึกอบรมที่ได้รับการยอมรับ มีคุณภาพ ทำให้ธุรกิจการจัดฝึกอบรมนั้นมีการเจริญเติบโตได้อย่างรวดเร็ว และสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมั่นคงและมีประสิทธิภาพต่อไป

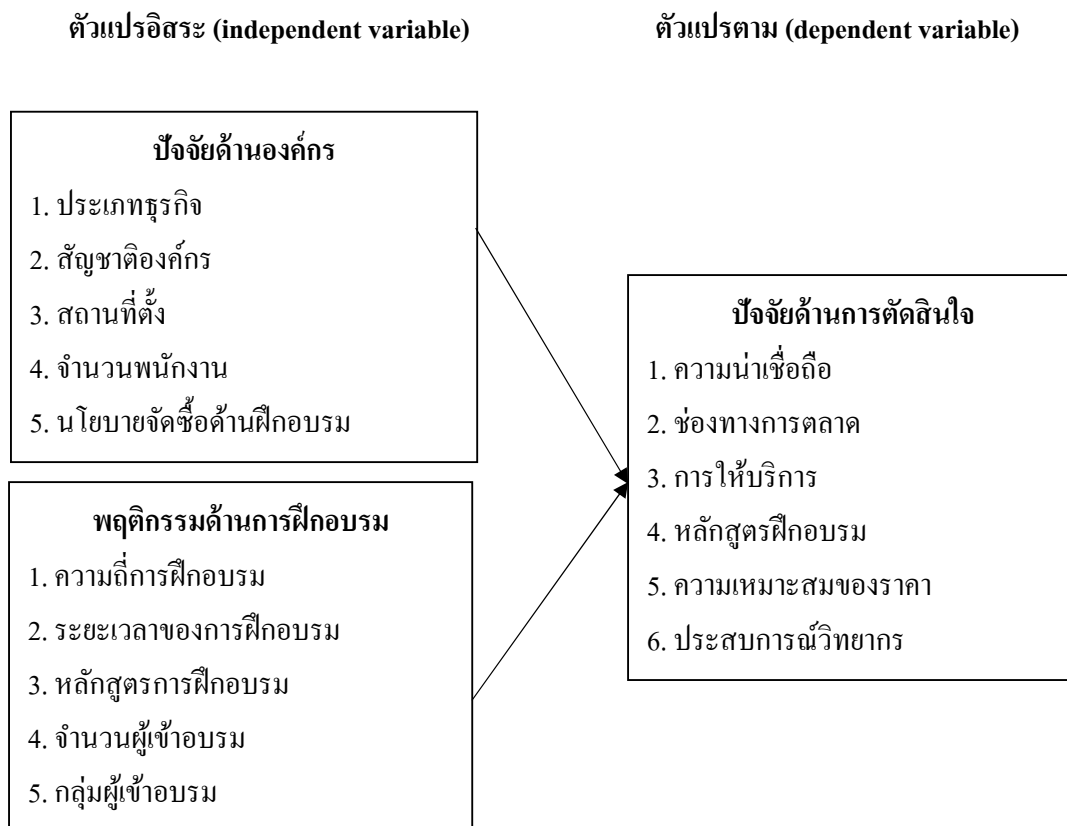
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันฝึกอบรมของสถานประกอบกิจการ ในภาคกลางและภาคตะวันออก
2. เพื่อเปรียบเทียบความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันฝึกอบรมของสถานประกอบกิจการ จำแนกตามปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคล
3. เพื่อเปรียบเทียบความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันฝึกอบรมของสถานประกอบกิจการ จำแนกตามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการฝึกอบรมในบริษัทฯ

สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันฝึกอบรมของสถานประกอบกิจการ ในภาคกลางและภาคตะวันออก มีความแตกต่างกัน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันฝึกอบรมของสถานประกอบกิจการ ในภาคกลางและภาคตะวันออก มีความแตกต่างกัน จำแนกตามปัจจัยด้านพฤติกรรมการฝึกอบรม

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ วิธีการสำรวจและการเก็บข้อมูลด้วยการใช้แบบสอบถาม โดยผู้วิจัยส่งแบบสอบถามทางระบบออนไลน์ไปยังประชากรกลุ่มตัวอย่างโดยตรง

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ บุคลากรฝ่ายฝึกอบรม บุคลากรฝ่ายบุคคล เจ้าหน้าที่ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ และผู้มีหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรมที่ทำงานในสถานประกอบการ ในภาคกลาง และภาคตะวันออก โดยใช้การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม และได้ใช้สูตรการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรของ Cochran (1977) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สังกัดในส่วนโรงงาน คิดเป็นร้อยละ 72.3 องค์กรสัญชาติไทย คิดเป็นร้อยละ 58.3 ตั้งอยู่ภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 56.8 มีจำนวนพนักงานน้อยกว่า 100 คน/101-250 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8 และไม่มีนโยบายกำหนดการว่าจ้างหน่วยงานด้านการฝึกอบรม คิดเป็นร้อยละ 50.3

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับปัจจัยด้านพฤติกรรมกรรมการฝึกอบรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความถี่ในการฝึกอบรม 1 หลักสูตร/2-3 หลักสูตร คิดเป็นร้อยละ 88.3 ใช้ระยะเวลาเฉลี่ยในการฝึกอบรมต่ำกว่า 1 วัน/1 วัน คิดเป็นร้อยละ 88.3 หลักสูตรที่จัดการฝึกอบรม 3 อันดับแรก ได้แก่ หลักสูตรด้านพัฒนาบุคลากร คิดเป็นร้อยละ 60.5 หลักสูตรด้านบริหารคุณภาพระบบ คิดเป็นร้อยละ 57.7 หลักสูตรด้านความปลอดภัย อาชีวอนามัยฯ คิดเป็นร้อยละ 57.7 จำนวนผู้เข้าอบรมแต่ละหลักสูตรมีจำนวนน้อยกว่า 10 คน/11-20 คน/21-30 คน คิดเป็นร้อยละ 79.3 กลุ่มผู้เข้าอบรม 3 กลุ่มแรก ได้แก่ กลุ่มพนักงานทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 70.0 กลุ่มเจ้าหน้าที่ คิดเป็นร้อยละ 57.0 และกลุ่มหัวหน้างาน คิดเป็นร้อยละ 30.5

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันฝึกอบรม โดยรวม

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ	N = 400		ลำดับที่
	$\bar{X}$	SD	
1. ด้านความน่าเชื่อถือ	4.07	.538	5
2. ด้านช่องทางการตลาด	4.00	.515	6
3. ด้านการให้บริการ	4.35	.558	3
4. ด้านหลักสูตรฝึกอบรม	4.41	.553	2
5. ด้านความเหมาะสมของราคา	4.27	.633	4
6. ด้านประสิทธิภาพวิทยากร	4.42	.580	1
รวม	4.25	.442	

จากตารางที่ 1 ผลการสำรวจผู้ตอบแบบสอบถามในระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันฝึกอบรม โดยรวมพบว่า กลุ่มตัวอย่างนั้นเห็นด้วยกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันฝึกอบรม โดยรวมอยู่ในระดับ สำคัญมากที่สุด ($\bar{X} = 4.25$) แล้วเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนด้านประสบการณ์วิทยากร ($\bar{X} = 4.42$) อันดับแรก รองลงมาคือ ด้านหลักสูตรฝึกอบรม ($\bar{X} = 4.41$) อันดับสามคือ ด้านการให้บริการ ($\bar{X} = 4.35$) อันดับสี่คือ ด้านความเหมาะสมของราคา ($\bar{X} = 4.27$) อันดับห้าคือ ด้านความน่าเชื่อถือ ($\bar{X} = 4.07$) และอันดับหกคือ ด้านช่องทางการตลาด ($\bar{X} = 4.00$) ตามลำดับ

อภิปรายผล

สมมุติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนข้อมูลส่วนบุคคล ที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันฝึกอบรม แตกต่างกัน

ด้านนโยบายการว่าจ้าง พบว่า องค์กรที่มีนโยบายการว่าจ้างหน่วยงานด้านการฝึกอบรมและกำหนดเปลี่ยนทุก 1 ปี ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านหลักสูตรฝึกอบรมมากกว่า องค์กรที่มีนโยบายการว่าจ้างหน่วยงานด้านการฝึกอบรม และกำหนดเปลี่ยนทุก 2 ปี และพบว่า องค์กรที่ไม่มีนโยบายการว่าจ้างหน่วยงานด้านการฝึกอบรมกำหนด ให้ความสำคัญกับปัจจัยหลักสูตรฝึกอบรมมากกว่า องค์กรที่มีนโยบายการว่าจ้างหน่วยงานด้านการฝึกอบรมและกำหนดเปลี่ยนทุก 2 ปี ส่วนด้านประเภทรูทกิจ สัญชาติองค์กร สถานที่ตั้ง จำนวนพนักงาน ด้านประสบการณ์วิทยากร ไม่มีความแตกต่างที่ส่งผลปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถาบันฝึกอบรม

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนสมรรถนะปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันฝึกอบรม จำแนกตามปัจจัยด้านองค์กร

ปัจจัยที่ส่งผลต่อ การตัดสินใจใช้บริการ	ปัจจัยด้านองค์กร		
	ประเภทรูทกิจ	สัญชาติ	นโยบายการว่าจ้าง
1. ด้านความน่าเชื่อถือ	0.18	0.86	0.59
2. ด้านช่องทางการตลาด	0.49	0.10	0.75
3. ด้านการให้บริการ	0.44	0.23	0.37
4. ด้านหลักสูตรฝึกอบรม	0.14	0.93	0.03*
5. ด้านความเหมาะสมของราคา	0.43	0.87	0.61
6. ด้านประสบการณ์วิทยากร	0.36	0.85	0.08

สมมุติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนพฤติกรรมกรรมการฝึกอบรม ที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันฝึกอบรม แตกต่างกัน

1. ด้านหลักสูตรการฝึกอบรม พบว่า 3 อันดับแรกของหลักสูตรที่จัดอบรมโดยส่วนใหญ่ ได้แก่ หลักสูตรด้านทรัพยากรมนุษย์ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ หลักสูตรด้านบริหารคุณภาพ/ระบบและอันดับสามคือ หลักสูตรด้านความปลอดภัยและอาชีวอนามัย
2. ด้านกลุ่มผู้เข้าอบรมโดยส่วนใหญ่ 3 กลุ่มแรก ได้แก่ กลุ่มพนักงานทั่วไป มากที่สุด รองลงมา คือกลุ่มเจ้าหน้าที่ และอันดับสาม คือกลุ่มหัวหน้างาน
3. ด้านความถี่ในการฝึกอบรม ด้านความน่าเชื่อถือ พบว่า ความถี่ในการอบรมมากกว่า 6 หลักสูตร และความถี่ในการอบรม 2-3 หลักสูตร ให้มีความสำคัญกับปัจจัยด้านการฝึกอบรม ด้านความน่าเชื่อถือมากกว่า ความถี่ในการอบรม 1 หลักสูตร
4. ด้านผู้เข้าอบรม ด้านประสบการณ์วิทยากร พบว่า ผู้เข้าอบรม จำนวน 31-40 คน ให้มีความสำคัญด้านความน่าเชื่อถือมากกว่า เข้าอบรม จำนวน 21-30 คน และมากกว่า จำนวนผู้เข้าอบรม น้อยกว่า จำนวน 20 คน ในส่วนปัจจัยด้านระยะเวลาของการฝึกอบรม ไม่มีความแตกต่างกัน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถาบันฝึกอบรม

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ความแปรปรวนสมรรถนะปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันฝึกอบรม จำแนกตามปัจจัยด้านพฤติกรรมกรรมการฝึกอบรม

ปัจจัยที่ส่งผลต่อ การตัดสินใจใช้บริการ	ปัจจัยด้านพฤติกรรมกรรมการอบรม			
	ความถี่ การฝึกอบรม	หลักสูตร การฝึกอบรม	จำนวน ผู้เข้าอบรม	กลุ่ม ผู้เข้าอบรม
1. ด้านความน่าเชื่อถือ	0.02*	0.34	0.02*	0.67
2. ด้านช่องทางการตลาด	0.41	0.01*	0.06	0.24
3. ด้านการให้บริการ	0.13	0.00*	0.06	0.15
4. ด้านหลักสูตรฝึกอบรม	0.67	0.02*	0.09	0.08
5. ด้านความเหมาะสมของราคา	0.90	0.03*	0.56	0.48
6. ด้านประสบการณ์วิทยากร	0.21	0.00*	0.01*	0.01*

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ผลจากการวิจัยเสนอแนะสถาบันฝึกอบรมหรือองค์กรอื่นที่เกี่ยวข้อง ในการประยุกต์ใช้ บัณฑิตในการส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกใช้บริการสถาบันฝึกอบรม

1. ด้านประสบการณ์วิทยากร ควรจะเลือกสรรวิทยากรที่มีคุณสมบัติที่เหมาะสมกับการเป็น วิทยากร มีความรู้ ความสามารถ ที่ตรงกับหลักสูตรที่บรรยาย อีกทั้งยังควรต้องมีเทคนิค กลยุทธ์ใน การเสนอ การถ่ายทอด ที่ง่ายต่อการทำความเข้าใจ และเทคนิคให้ผู้เข้าอบรมตั้งใจฟังตลอดเวลา

2. ด้านหลักสูตรการฝึกอบรม ควรออกแบบโครงสร้างเนื้อหาในการสอน ให้ตรงกับความ ต้องการขององค์กร และหัวข้อรายละเอียดที่ต้องการในการอบรมให้ครบถ้วน อีกทั้งควรระบุ workshop ประกอบการสอนให้ทราบ และเนื้อหาข้อมูลนั้น ๆ ควรทันสมัยอยู่ตลอดเวลา

3. ด้านการให้บริการ ควรมีการบริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว สะดวก มีข้อมูลให้ลูกค้าอย่าง ครบถ้วน และบริการด้วยความเต็มใจ ใส่ใจ คำพูด กิริยามารยาที่ดี และสามารถช่วยแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับ ด้านการฝึกอบรมได้เป็นอย่างดี

4. ด้านความเหมาะสมด้านราคา ควรมีการพิจารณาราคาให้สอดคล้องกับรายหลักสูตรหัวข้อ บรรยายและความยาก-ง่ายของการบรรยาย เพื่อกำหนดราคาออกมาให้เหมาะสม ไม่ถูกเกินไปจนทำ ให้เสียราคาตลาดฝึกอบรม หรือแพงเกินไปจนทำให้ลูกค้าต้องเกิดการเปรียบเทียบราคามากเกินไป และที่สำคัญควรมีการยืดหยุ่นด้านราคาเมื่อมีการต่อรองจากลูกค้า

5. ด้านช่องทางการตลาด ควรมีการสร้างช่องทางที่หลากหลายเพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงเพื่อ ขอข้อมูล รายละเอียด หรือมองเห็นข้อมูลที่สถาบันต้องการให้เห็น ช่องทางการทำการตลาดควร เข้าถึงได้ง่าย ไม่ซับซ้อน และควรต้องทำการตลาดแบบเชิงรุก (proactive) เพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงได้ง่าย อยู่ตลอดเวลา

6. ด้านความน่าเชื่อถือของสถาบันฯ ควรมีการสร้างตัวตนของสถาบันเพื่อให้ลูกค้าได้ เห็นอยู่ตลอดเวลา ผ่านช่องทางการตลาดที่สร้างขึ้น อาจเป็นการสื่อสารเรื่องผลงานที่ผ่านมาหรือการมี วิทยากรที่มีความรู้ มีประสบการณ์สังกัดในสถาบันฯ หรือการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ อยู่เป็น ประจำ เพื่อสร้างความต่อเนื่องเพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นแก่ลูกค้า

บรรณานุกรม

- โกวิท กังสนันท์. (2549). *กระบวนการตัดสินใจด้านการบริหารและกรอบความคิดทั่วไป*.
กรุงเทพฯ: บรรณสารการพัฒนา.
- ถวัลย์ วรเทพพิพิงค์. (2540). *แนวความคิด กระบวนการ และโครงสร้างการตัดสินใจ*. กรุงเทพฯ:
ไทยวัฒนาพานิช.
- ธงชัย สันติวงษ์ และชัยยศ สันติวงษ์. (2540). *พฤติกรรมบุคคลในองค์การ* (พิมพ์ครั้งที่ 5).
กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ปิยะฉัตร จารุธีรสานต์. (2558). วิธีการจัดการความรู้ในภาคอุตสาหกรรม กรณีศึกษา:
นิคมอุตสาหกรรมทั่วประเทศไทย. *วารสาร RMUTT Global Business and Economics Review*, 10(1), หน้า 61-72.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: Diamond in
business world.
- เสรี วงษ์มณฑา (2558). *Power of Word of Mouth: กลยุทธ์การตลาดปากต่อปาก* (ออนไลน์).
เข้าถึงได้จาก: <http://www.pim.ac.th/th/news/274/wow-แล้วบอกต่อ-เรื่องดีๆที่ทุกคนต้องรู้.html>.
- Herbert, H. (1983). *Personnel/Human Resource Management*. Illinois: Richard D. Irwin.
- Kotler, P. (2000). *Marketing management* (10th ed.). Hoboken, NJ: Prentice - Hall.
- Macke prang, Alan W., Jayaram, Jayanth & Xu, Kefeng. (2012). The influence of types of
training on servicesystem performance in mass service and service shop operations.
International Journal of Production Economics, 138(1), pp. 183-194.
- Schiffman, Leon G. & Kanuk, Leslie Lazar. (1994). *Consumer behavior* (5 th ed.). Englewood
Cliffs, NJ: Prentice - Hall.
- William, G. Cochran. (1977). *Sampling Techniques* (3rd ed.). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.