



การพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน
Development of Short Course Training for Enhancement in
Competitive

ณัฐภณ สุเมธอติคม
ฉันทนา ปาปัดถา

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนงบประมาณเงินรายได้ ประจำปี พ.ศ. 2562
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ชื่อเรื่อง : การพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน
ผู้วิจัย : ญัฐภณ สุเมธธิตคม
 ฉันทนา ปาปัตถา
พ.ศ. : 2562

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์หลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน 2) ศึกษาความต้องการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน 3) ศึกษาแรงจูงใจในการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน 4) ศึกษาช่องทางการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น และ 5) กำหนดแนวทางพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า

1) คุณลักษณะหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน พบว่า ส่วนใหญ่สนใจเรียนในวันเสาร์-อาทิตย์ ระหว่าง 09.00-16.00 น. ร้อยละ 68.75 สนใจเรียน 3-6 ชั่วโมง หรือ 1 วัน ร้อยละ 47.25 สนใจฝึกอบรมแบบออนไลน์ 50% ปฏิบัติ 50% ร้อยละ 53.00 สนใจเรียนหลักสูตรที่จบใน 1 หลักสูตร ร้อยละ 82.00 ต้องการได้รับใบประกาศนียบัตร ร้อยละ 87.00 และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยอยู่ที่ 4,962.17 บาท

2) ความต้องการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน 20 หลักสูตร ได้แก่ 1) การถ่ายวิดีโอและตัดต่อคลิปด้วยโทรศัพท์มือถือเพื่อการนำเสนอการขายออนไลน์ 2) การถ่ายภาพเพื่อการเล่าเรื่องด้วยโทรศัพท์มือถือ 3) การตลาดออนไลน์ 4) การออกแบบกราฟิกเพื่อการสื่อสารตราสินค้า 5) การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อการสื่อสารตราสินค้าชุมชน 6) เทคนิคการตกแต่งภาพ 7) การใช้สมาร์ทโฟนสร้างยอดขาย 8) การจัดกิจกรรมทางการตลาดออนไลน์ 9) การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการขายสินค้า 10) การใช้แอปพลิเคชันเพื่อการสอนออนไลน์ 11) การตัดต่อภาพและเสียง 12) การสร้างสรรค์ภูมิปัญญาไทยสู่ผลิตภัณฑ์ชุมชน 13) การพูดและการสื่อสารในที่ชุมชน 14) การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน 15) การคิดสร้างสรรค์เพื่อการสร้างแบรนด์ 16) การออกแบบกราฟิกเพื่อการ

เล่าเรื่อง 17) การออกแบบทางคอมพิวเตอร์กราฟิก 18) การถ่ายภาพเพื่อสื่อดิจิทัล 19) การสร้างเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และ 20) คอมพิวเตอร์สำหรับผู้สูงอายุ

3) แรงจูงใจในการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.01 ประกอบด้วย แรงจูงใจส่วนตัว อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.14 แรงจูงใจด้านอาชีพ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.06 และแรงจูงใจด้านสังคม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.79

4) ช่องทางการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.15 ได้แก่ เฟซบุ๊ก อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.34 เว็บไซต์หน่วยงานที่จัด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.57 โทรทัศน์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.56 คนรู้จัก อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.35 วิทยุกระจายเสียง อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.82 และหนังสือพิมพ์ อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.82

5) แนวทางพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน พบว่า

- 1) คุณลักษณะหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ได้แก่ (1) เปิดสอนเสาร์-อาทิตย์ (09.00-16.00 น.) (2) ระยะเวลา 3-6 ชั่วโมง (1 วัน) และ 9-12 ชั่วโมง (2 วัน) (3) รูปแบบการฝึกอบรม แบบออนไลน์ 50% ปฏิบัติ 50% และปฏิบัติ 100% (4) ลักษณะหลักสูตรระยะสั้นเป็นหลักสูตรที่จบใน 1 หลักสูตร (5) รับมอบใบประกาศนียบัตรหลังฝึกอบรม และ (6) ค่าใช้จ่ายต่อหลักสูตรไม่เกิน 5,000 บาท โดยส่วนใหญ่สามารถจ่ายค่าใช้จ่ายต่อ 1 หลักสูตรที่ 1,000 บาท
- 2) ช่องทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น ควรใช้ช่องทางการประชาสัมพันธ์ผ่านทางช่องทางเฟซบุ๊ก และเว็บไซต์ของหน่วยงานเป็นหลัก และ 3) หลักสูตรระยะสั้นที่คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนควรเปิดสอน 14 หลักสูตร ได้แก่ 1) การถ่ายวิดีโอและตัดต่อคลิปด้วยโทรศัพท์มือถือ เพื่อการนำเสนอการขายออนไลน์ 2) การถ่ายภาพเพื่อการเล่าเรื่องด้วยโทรศัพท์มือถือ 3) การตลาดออนไลน์ 4) การออกแบบกราฟิกเพื่อการสื่อสารตราสินค้า 5) การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อการสื่อสารตราสินค้าชุมชน 6) เทคนิคการตกแต่งภาพ 7) การใช้สมาร์ทโฟนสร้างยอดขาย 8) การจัดการกิจกรรมทางการตลาดออนไลน์ 9) การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการขายสินค้า 10) การใช้แอปพลิเคชันเพื่อการสอนออนไลน์ 11) การตัดต่อภาพและเสียง 12) การสร้างสรรค์ภูมิปัญญาไทยสู่ผลิตภัณฑ์ชุมชน 13) การพูดและการสื่อสารในที่ชุมชน และ 14) การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน

คำสำคัญ: หลักสูตรระยะสั้น, ขีดความสามารถในการแข่งขัน

Title : Development of Short Course Training for Enhancement in Competitive
Researchers : Nattapol Sumataticom
Chantana Papattha
Year : 2019

ABSTRACT

The objectives of the research were to 1) study the desirable characteristics of a short course, 2) study the need for short course training, 3) study motivation for short course training, 4) study media exposure channels about short course training in mass communication technology, and 5) guidelines of short course Training development for enhancement in competitive of Faculty of Mass Communication Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon. Data were collected from 400 samples by using questionnaire. Data was analyzed by mean, standard deviation (S.D.). The results showed as follows:

1) Desirable characteristics of a short course in mass communication technology found that most of them were interested in studying on Saturday–Sunday between 09.00–16.00 (68.75%), studying 3–6 hours or 1 day (47.25%), online training 50% and practice 50% (53.00%), completing a course (82.00%), requires a certificate after study (87.00%), and the average cost was 4,962.17 baht.

2) The need for short course training in mass communication technology was 20 courses including 1) shooting and editing video with mobile phone for online sales, 2) photography for storytelling on mobile phone, 3) online marketing, 4) graphic design for brand communication, 5) Website development for community brand communication, 6) photo retouching techniques, 7) making sales with smartphones, 8) offline marketing campaign, 9) online selling via social network, 10) application for online teaching, 11) video and audio editing, 12) creating Thai wisdom for community products, 13) speaking and communication in the community, 14) packaging design for community products, 15) creative thinking to brand building 16) graphic design for storytelling, 17) computer graphics design, 18) photography for digital media, 19) e-commerce website creation, and 20) computers for the elderly.

3) Motivation for short course training in mass communication technology was at high level (\bar{x} =4.01) including self-motivation was at high level (\bar{x} =4.14), career motivation was at high level (\bar{x} =4.06), and social motivation was at high level (\bar{x} =3.79).

4) media exposure channels about short course training in mass communication technology was at middle level (\bar{x} =3.15) including Facebook was at a high level (\bar{x} =4.34), website was at a high level (\bar{x} =3.57), Television was at a high level (\bar{x} =3.56), acquaintances were at a moderate level (\bar{x} =3.35), radio broadcasting was at a moderate level (\bar{x} =2.82), and newspapers were at a moderate level (\bar{x} =2.82),

5) Guidelines for developing short course training to increase competitiveness found that desirable characteristics of short course training on Saturday–Sunday between 09.00–16.00 (68.75%), studying 3–6 hours or 1 day (47.25%), online training 50% and practice 50% (53.00%), completing a course (82.00%), requires a certificate after study (87.00%), and the average cost was 5,000 baht that the most of them can pay the cost 1,000 bath. The public relations channels via Facebook and agency website. The short courses of the Faculty of Mass Communication Technology consisted of 14 courses including 1) shooting and editing video with mobile phone for online sales, 2) photography for storytelling on mobile phone, 3) online marketing, 4) graphic design for brand communication, 5) Website development for community brand communication, 6) photo retouching techniques, 7) making sales with smartphones, 8) offline marketing campaign, 9) online selling via social network, 10) application for online teaching, 11) video and audio editing, 12) creating Thai wisdom for community products, 13) speaking and communication in the community, 14) packaging design for community products.

Keywords: Short Course Training, Enhancement in Competitive

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยเรื่อง การพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ได้รับทุนสนับสนุนทุนวิจัยงบประมาณเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่ให้การสนับสนุนทุนวิจัย และบุคลากรคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือจากบุคคลต่าง ๆ เป็นอย่างดี และขอขอบคุณกลุ่มตัวอย่างทุกคนที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม จึงทำให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ผู้วิจัยหวังว่าผลงานวิจัยนี้คงเป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้ประโยชน์เพื่อพัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษาให้เกิดประโยชน์ต่อไป

คณะผู้วิจัย



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	2
1.3 ขอบเขตการวิจัย	3
1.4 กรอบแนวคิดการวิจัย	4
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.1 หลักสูตรระยะสั้นและการฝึกอบรม	7
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน	9
2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ	11
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาตลอดชีวิต	12
2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร	19
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	21
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	27
3.1 วิธีดำเนินการวิจัย	27
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	27
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	28
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	29
3.5 สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล	30

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	32
4.1 ข้อมูลพื้นฐานผู้ให้ข้อมูล	32
4.2 ผลการศึกษาคูณลักษณะหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยี สื่อสารมวลชน	35
4.3 ผลการศึกษาความต้องการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นทาง เทคโนโลยีสื่อสารมวลชน	37
4.4 ผลการศึกษาแรงจูงใจในการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น	41
4.5 ผลการศึกษาช่องทางการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการ ฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น	43
4.6 แนวทางการพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถใน การแข่งขันของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	44
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	46
5.1 สรุปผลการวิจัย	46
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	51
5.3 ข้อเสนอแนะ	53
รายการอ้างอิง	55
ภาคผนวก	59
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	60
ประวัติผู้วิจัย	68

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูล	32
4.2	จำนวนและร้อยละของคุณลักษณะหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยี สื่อสารมวลชน	35
4.3	คุณลักษณะหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน จำแนกตาม ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมต่อครั้ง	37
4.4	ความต้องการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน	37
4.5	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจในการฝึกอบรม หลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน	41
4.6	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจในการฝึกอบรม หลักสูตรระยะสั้น ทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน	44



สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	กรอบแนวคิดการวิจัย	4
3.1	QR-Cord แบบสอบถามออนไลน์	30
5.1	QR-Cord แบบสอบถามออนไลน์	48



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี รวมทั้งวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้คนสังคมจึงต้องมีการปรับตัวเพื่อเตรียมรับการเปลี่ยนแปลง (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2551: 2-29) ปัจจัยที่เกิดขึ้นจากกระแสโลกาภิวัตน์อันเป็นผลที่เกิดขึ้นจากแรงผลักดันจากการเมืองภายนอกประเทศ ส่งผลให้เกิดการเปิดเสรีทางการค้า (Free Trade Organization: FTA) และทำให้เกิดการแข่งขันทางการค้าทุกด้าน ไม่เว้นแม้กระทั่งในวงการการศึกษา มีการลงทุนในธุรกิจการศึกษามากขึ้น และเมื่อสภาพสังคมเศรษฐกิจของโลกได้มีการเปลี่ยนแปลง อันเป็นผลมาจากปัจจัยภายนอกที่กระทบมาถึง จึงทำให้ทุกองค์กรต้องเผชิญกับปัญหาความซับซ้อนในการทำงานกับการแข่งขันที่รุนแรง ความจำเป็นในการสร้างความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ได้กลายเป็นภารกิจที่จำเป็นเร่งด่วนที่ต้องมีการให้น้ำหนักความสำคัญในทันที ทั้งนี้เพื่อให้สามารถรองรับการทำงานตามกลยุทธ์ที่จัดวางขึ้นมาใหม่ให้ได้ผลจริง (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2550: 8-13 – 8-14) ซึ่งการแข่งขันทางธุรกิจในปัจจุบันมีปัจจัยสำคัญ 2 ประการที่ช่วยให้ประสบผลสำเร็จ ได้แก่ 1) ความสามารถในการปรับตัว 2) ความสามารถในการคิดสร้างสรรค์ที่องค์กรจะตอบสนองความต้องการของลูกค้าและผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย (พิมลพรรณ เชื้อบางแก้ว, 2554: 153-154)

สถาบันอุดมศึกษาต่าง ๆ ประสบปัญหาวิกฤตผู้เรียนน้อยกว่าที่นั่งที่มี ซึ่งตั้งแต่ปี 2558 เป็นต้นมาสถาบันอุดมศึกษาประสบกับวิกฤตมหาวิทยาลัยล้ม ห้องเรียนร้าง ซึ่งแต่ละมหาวิทยาลัยมีที่นั่งว่าง ซึ่งมีตัวเลขที่สะท้อนว่าผู้เรียนมีน้อยกว่าที่นั่งเรียน จากสถาบันอุดมศึกษา 170 แห่ง 802 คณะ 4,114 สาขาวิชา รวมที่นั่งที่เปิดรับทั้งสิ้น 1.51 แสนคน แต่มีผู้เข้ารับการศึกษาต่อเพียง 91,813 คน (โพสดีทุเดย์, 2559) ในขณะที่ปี 2560 มหาวิทยาลัยมีที่นั่งไว้สำรอง 109,129 คน แต่มียอดสมัครแอดมิชชัน 81,230 คน (Thematter, 2560) และในปี 2561 มีที่นั่งสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี 150,000 คน แต่มีเด็กเข้าเรียนเพียง 80,000 คน ซึ่งช่องโหว่ของจำนวนหายไปนี้ ทำให้จำนวนนักศึกษาที่มหาวิทยาลัยเปิดรับ และเด็กที่เข้าเรียนไม่สมดุลกัน (Thematter, 2561)

เมื่อประเทศไทยประสบวิกฤตเศรษฐกิจเมื่อปี 2541 จึงได้กำหนดนโยบายการออกนอกระบบ โดยผลักดันให้มหาวิทยาลัยของรัฐหรือคณะที่จัดตั้งขึ้นใหม่ออกนอกระบบราชการ

ตั้งแต่ปี 2542 และมีการหยุดรับข้าราชการเข้ามาในมหาวิทยาลัยรัฐเดิมทั้งหมด โดยบรรจุเข้าใหม่เรียกว่า พนักงานในสถาบันอุดมศึกษา ซึ่งมีกรอบเงินเดือนและสวัสดิการแตกต่างจากข้าราชการเดิม ซึ่งมหาวิทยาลัยนอกระบบ คือสถาบันอุดมศึกษาของรัฐที่มีการบริหารจัดการแยกจากระบบราชการ แต่ยังได้รับเงินอุดหนุนทั่วไปที่รัฐจัดสรรให้เป็นรายปีโดยตรง เพื่อใช้จ่ายตามความจำเป็นในการดำเนินการตามวัตถุประสงค์ของมหาวิทยาลัย และเพื่อประกันคุณภาพการศึกษา ดังนั้น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยรัฐที่ถูกผลักดันให้ออกนอกระบบ โดยมหาวิทยาลัยมีแผนที่จะออกนอกระบบในปี พ.ศ. 2564 ดังนั้น ทุกหน่วยงานของมหาวิทยาลัย จะต้องเร่งสร้างรายได้เพื่อเลี้ยงตัวเองเมื่อคราวที่จะต้องออกนอกระบบ ซึ่งคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นหน่วยงานภายในที่ทำหน้าที่จัดการศึกษาจะมีรายได้หลักมาจากการเก็บค่าบำรุงการศึกษาเป็นหลัก แต่ด้วยวิกฤตด้านจำนวนผู้เข้าศึกษาต่อน้อยกว่าที่นั่งที่มีอยู่ ย่อมส่งผลกระทบต่อรายได้ของหน่วยงาน เมื่อจะต้องออกนอกระบบตามที่มหาวิทยาลัยกำหนดไว้ มหาวิทยาลัยและคณะอาจไม่มีรายได้เพียงพอต่อการเลี้ยงตัวเอง คณะจะต้องเพิ่มช่องทางการหารายได้จากเดิมให้มีความหลากหลายมากขึ้น จึงทำให้เกิดการแข่งขันและช่วงชิงช่องทางการหารายได้ของสถาบันอุดมศึกษาที่จะต้องออกนอกระบบเช่นเดียวกัน

จากสภาพปัญหาดังกล่าว ทำให้คณะผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยศึกษาความเป็นไปได้ของหลักสูตรระยะสั้น ด้วยการวิเคราะห์หาช่องทาง และสำรวจความต้องการของคนในสังคมที่ต้องการพัฒนาความรู้เพิ่มเติม เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้พัฒนาเป็นหลักสูตรระยะสั้นของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อการหารายได้ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาคูณลักษณะที่พึงประสงค์หลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสารสนเทศ

1.2.2 เพื่อศึกษาความต้องการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสารสนเทศ

1.2.3 เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสารสนเทศ

1.2.4 เพื่อศึกษาช่องทางการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น

1.2.5 เพื่อกำหนดแนวทางพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

1.3 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยมุ่งเน้นการพัฒนาหลักสูตรของ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1.3.1 ด้านเนื้อหา

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการดำเนินการวิจัยในลักษณะการวิจัยและพัฒนา โดยหลักสูตรระยะสั้นและการฝึกอบรม แนวคิดเกี่ยวกับการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาตลอดชีวิต และแนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาตลอดชีวิต

1.3.2 ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การสำรวจความต้องการจากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนทั่วไปในวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน สำหรับศึกษาความต้องการ คุณลักษณะที่พึงประสงค์ และแรงจูงใจในการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น

การวิเคราะห์และสังเคราะห์หาช่องว่างทางการตลาด โดยการวิเคราะห์และสังเคราะห์เอกสารจากนโยบายต่าง ๆ ของรัฐบาล และของสถาบันฝึกอบรมต่าง ๆ รวมถึงของสถาบันการศึกษาต่าง ๆ

1.3.3 ด้านตัวแปร

ตัวแปรอิสระ ได้แก่

- ข้อมูลพื้นฐาน ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพ รายได้

ตัวแปรตาม ได้แก่

- คุณลักษณะหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน
- ความต้องการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน
- แรงจูงใจในการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น
- ช่องทางการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น

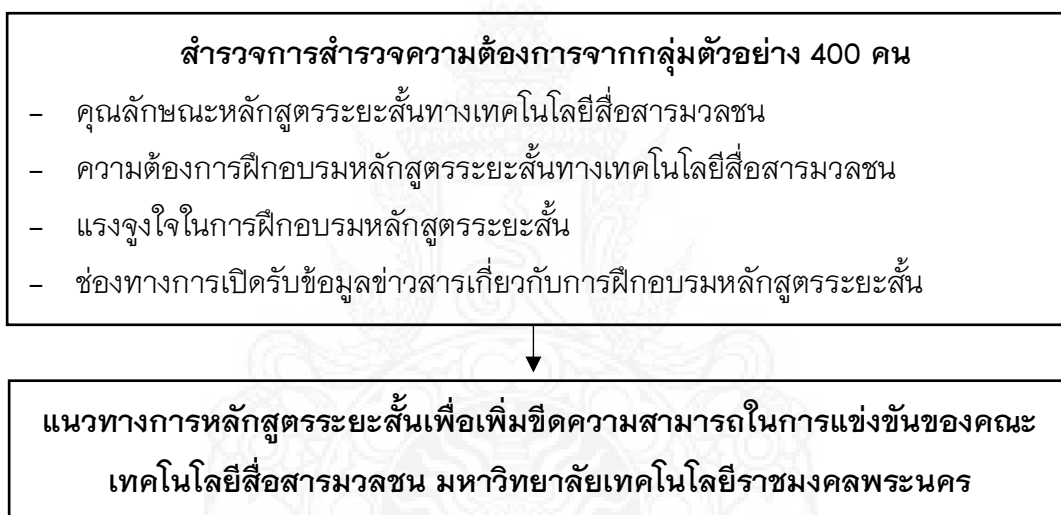
1.3.4 ด้านเวลา

ใช้เวลาในการดำเนินการวิจัย – ปี 11 เดือน

โดยดำเนินการระหว่าง มกราคม วันที่เริ่มต้น 1 กุมภาพันธ์ 2562 วันสิ้นสุด 30 กันยายน 2562 และขอขยายเวลาเพิ่มเติมอีก 3 เดือน ระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม

1.4 กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.5.1 หลักสูตรระยะสั้น หมายถึง หลักสูตรที่พัฒนาขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์การเรียนรู้ให้มีความรู้ ทักษะ ความสามารถในการงานเฉพาะอย่างที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะ ลักษณะการจัดการเรียนการสอนแบบเฉพาะ มีการประเมินผลเรียนรู้ทันที เป็นหลักสูตรที่เน้นการสร้างเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิต การทำงาน และเสริมสร้างสมรรถภาพคนวัยทำงาน อาชีพ และการเพิ่มคุณค่าให้กับตนเอง ดังนั้น ในการวิจัยนี้มุ่งเน้นการพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะด้านวิชาชีพสารสนเทศและนิเทศศาสตร์

1.5.2 คุณลักษณะหลักสูตรระยะสั้น หมายถึง ลักษณะของหลักสูตรระยะสั้นที่พัฒนาขึ้น เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรให้เหมาะสมและเป็นไปตามความต้องการของผู้เรียน ได้แก่ ค่าใช้จ่ายตลอดหลักสูตร ช่วงเวลาเรียน ระยะเวลาเรียน (ชั่วโมง) รูปแบบการฝึกอบรม ลักษณะของหลักสูตร และความต้องการหลังฝึกอบรม

1.5.3 ความต้องการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น หมายถึง ความต้องการหรือความสนใจศึกษาหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนของบุคคลทั่วไป และบุคคลที่ทำงานด้านสื่อสารมวลชน ซึ่งมีขอบเขตครอบคลุมด้านสื่อสารมวลชน ได้แก่ วิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อมัลติมีเดีย และสื่อดิจิทัล รวมถึงการผลิตสื่อเพื่อชุมชน

1.5.4 แรงจูงใจในการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น หมายถึง แรงผลักดันที่จะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ โดยจะใช้ความพยายามในการกระทำที่จะนำไปสู่เป้าหมายที่ต้องการ ได้แก่ แรงจูงใจส่วนตัว แรงจูงใจด้านอาชีพ และแรงจูงใจด้านสังคม

1.5.5 ช่องทางการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร หมายถึง สื่อที่เป็นช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น ได้แก่ วิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ เว็บไซต์หน่วยงาน Facebook คนรู้จัก และช่องทางอื่น

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ประโยชน์ด้านวิชาการ

- 1) ได้ข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับความต้องการพัฒนาตนเองของบุคคลในสังคม และช่องว่างทางการตลาดเกี่ยวกับหลักสูตรระยะสั้น
- 2) ได้หลักสูตรระยะสั้นที่สามารถนำไปเปิดสอนและหารายได้ได้อย่างเป็นรูปธรรม
- 3) เป็นข้อมูลสารสนเทศเพื่อการศึกษาต่อของคณาจารย์

1.6.2 ประโยชน์ด้านนโยบาย

ประชาสัมพันธ์การเปิดสอนหลักสูตรระยะสั้นของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

1.6.3 ประโยชน์ด้านสังคมและชุมชน

นำไปพัฒนาเป็นหลักสูตรระยะสั้นเพื่อพัฒนาชุมชน หรือจัดทำเป็นหลักสูตรเฉพาะกลุ่มตามความต้องการของชุมชน

1.6.4 การเผยแพร่ในวารสาร

การวิจัยนี้จะนำเสนอผลการวิจัยและพัฒนาไปเผยแพร่ด้วยการนำเสนอผลงานในการประชุมระดับชาติ (National Conference) หรือตีพิมพ์ในวารสารระดับประเทศที่อยู่ในฐาน TCI หรือการนำเสนอในระดับวารสารระดับนานาชาติ (International Conference) หรือการตีพิมพ์ในงานวารสารนานาชาติ

1.6.5 การจดสิทธิบัตร/ลิขสิทธิ์

การวิจัยนี้จะนำรายงานผลการวิจัยไปจดลิขสิทธิ์ทรัพย์สินทางปัญญาเมื่อเสร็จสิ้นโครงการวิจัย



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังนี้

- 2.1 หลักสูตรระยะสั้นและการฝึกอบรม
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน
- 2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาตลอดชีวิต
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 หลักสูตรระยะสั้นและการฝึกอบรม

หลักสูตรระยะสั้น เป็นหลักสูตรที่มีวัตถุประสงค์การเรียนรู้ให้มีความรู้ ทักษะ ความสามารถในงานหรือกิจกรรมเฉพาะอย่าง ที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะ มีผลการเรียนรู้ที่ชัดเจน ประเมินผลการเรียนรู้ได้ทันที เป็นหลักสูตรที่มีลักษณะเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต การทำงาน เสริมสร้างสรรรสภาพของคนวัยทำงานและอาชีพ สร้างคุณค่าเพิ่มให้กับตนเอง และสังคมได้ และได้รับความเห็นชอบจากสภามหาวิทยาลัย (สำนักส่งเสริมและงานทะเบียน, 2561)

การฝึกอบรม หมายถึง การทำให้บุคคลมีความรู้ความเชี่ยวชาญที่แท้จริง และสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ปราโมทย์ จันทรเรือง, 2548)

การฝึกอบรม หมายถึง กระบวนการเรียนรู้ที่จัดขึ้น เพื่อเพิ่มพูนทักษะให้แก่ผู้เข้ารับการอบรม และผู้เข้าอบรมนำความรู้และทักษะที่ได้รับไปใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลต่อองค์กร (พรธณงาม เสาะแสวง, 2545)

การฝึกอบรม (Training) คือกระบวนการจัดการเรียนรู้อย่างเป็นระบบเพื่อสร้างหรือเพิ่มพูนความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) ความสามารถ (Ability) และเจตคติ (Attitude) ของบุคลากรอันช่วยปรับปรุงให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพสูงขึ้น (ชูชัย สมมติไกร, 2544)

กรอบการพัฒนาหลักสูตรวิชาชีพระยะสั้น แนบท้ายระเบียบสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ว่าด้วยการจัดการศึกษาและการประเมินผลการเรียนตามหลักสูตรวิชาชีพระยะสั้น พ.ศ. 2558 ดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา, 2558)

1) สถานศึกษาต้องแต่งตั้งคณะกรรมการสำรวจวิเคราะห์ความต้องการกำลังคน ความต้องการอาชีพ และความพร้อมของสถานศึกษา ประกอบด้วย หัวหน้างานพัฒนา หลักสูตรการเรียนการสอน หัวหน้าแผนกวิชา และครูผู้สอน เพื่อสำรวจวิเคราะห์ความต้องการ อาชีพ ความต้องการกำลังคนในท้องถิ่น รวมทั้งความพร้อมของสถานศึกษา และกฎ ระเบียบ ข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับงานอาชีพ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจเลือกอาชีพที่จะพัฒนา หลักสูตร

2) สถานศึกษาแต่งตั้งคณะกรรมการการพัฒนาหลักสูตรวิชาชีพระยะสั้น ซึ่ง ประกอบด้วยหัวหน้าพัฒนาหลักสูตรและการเรียนการสอน หัวหน้าแผนกวิชา ครูผู้สอนและ ผู้เชี่ยวชาญด้านอาชีพ ดำเนินการพัฒนาหลักสูตรวิชาชีพระยะสั้นให้สอดคล้องกับลักษณะของ งานอาชีพ และสมรรถนะของผู้ปฏิบัติงานอาชีพนั้นต้องการตามแบบการพัฒนาหลักสูตร วิชาชีพระยะสั้น

3) สถานศึกษาแต่งตั้งคณะกรรมการพิจารณาหลักสูตรวิชาชีพระยะสั้น ประกอบด้วยรองผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญด้านหลักสูตร ผู้เชี่ยวชาญด้านอาชีพ ผู้แทนสมาคมหรือองค์กรวิชาชีพ ผู้แทนชุมชนและผู้แทนคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตร 7-10 คน เพื่อดำเนินการทวนสอบความถูกต้องเหมาะสมของหลักสูตรและรายละเอียดที่เกี่ยวข้อง หากเห็นว่าควรปรับปรุงแก้ไข ให้ส่งกลับคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตรเพื่อพิจารณาปรับปรุง แก้ไข หากเห็นว่าถูกต้องเหมาะสมแล้วให้นำเสนอผู้อำนวยการสถานศึกษาเพื่ออนุมัติหลักสูตร

4) สถานศึกษาจัดทำทะเบียนหลักสูตรที่ผ่านการอนุมัติ และรายงานให้สำนักงาน คณะกรรมการอาชีวศึกษาทราบ

5) สถานศึกษาติดตามประเมินผลการนำหลักสูตรไปใช้เพื่อการประกันคุณภาพ การศึกษาหลักสูตร อย่างน้อยใน 4 ประเด็น สำหรับใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาหลักสูตร รวมทั้งการปรับปรุงและพัฒนามาตรฐานและคุณภาพการจัดการศึกษาให้สอดคล้องกับ มาตรฐานอาชีพหรือมาตรฐานสมรรถนะ ได้แก่

- (1) คุณภาพของผู้สำเร็จการศึกษา
- (2) การบริหารหลักสูตร
- (3) ทรัพยากรประกอบการจัดการศึกษา
- (4) ความต้องการของตลาดแรงงาน สังคม และชุมชน

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

2.2.1 ความหมายของขีดความสามารถ (competency)

วัฒนา พัฒนพงศ์ (2546: 84 – 85) ให้ความหมายขีดความสามารถ (competency) หมายถึง ระดับของความสามารถในการปรับและใช้กระบวนทัศน์ (paradigm) ทัศนคติ พฤติกรรมความรู้ และทักษะ เพื่อการปฏิบัติงานให้เกิดคุณภาพ ประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (2548: 10) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับขีดความสามารถ (competency) ว่าหมายถึง กลุ่มของคุณลักษณะที่บุคคลพึงมี เพื่อที่จะปฏิบัติงานให้ประสบความสำเร็จ บรรลุวิสัยทัศน์และพันธกิจที่กำหนดไว้ ประกอบด้วย ความรู้ (knowledge) ทักษะ (skill) และแรงจูงใจ (motivation) ทั้งนี้ขีดความสามารถของบุคคลนั้นจะมีส่วนช่วยในการคาดการณ์ถึงผลการปฏิบัติงานของบุคคลในบทบาทและสถานการณ์ต่างๆ

2.2.2 องค์ประกอบของขีดความสามารถ

จากการศึกษาของแมคเคลแลนด์ (McClelland) ได้ให้แนวความคิดในส่วนที่เกี่ยวกับขีดความสามารถ (competency) ว่าเป็นบุคลิกลักษณะของบุคคลที่ประกอบขึ้นด้วยองค์ประกอบที่มีความสำคัญ ได้แก่ (สุกัญญา รัศมีธรรมโชติ, 2549: 14 – 15)

- 1) ความรู้เฉพาะด้านของบุคคล (knowledge)
- 2) ทักษะ (skill) เป็นสิ่งที่บุคคลกระทำได้ดีมีการฝึกปฏิบัติเป็นประจำจนเกิดความชำนาญ
- 3) บุคลิกลักษณะประจำตัวของบุคคล (trait) เป็นสิ่งที่อธิบายถึงบุคคลผู้นั้น
- 4) แรงจูงใจหรือแรงขับภายใน (motives) เป็นสิ่งที่ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมที่มุ่งไปสู่สิ่งที่เป็นเป้าหมาย

2.2.3 ความสำคัญของขีดความสามารถ

ในโลกการแข่งขันทางธุรกิจ มีนักวิจัยได้ทำการวิจัยแล้วพบว่าการพัฒนาคนคู่แข่งสามารถตามทันได้นั้นต้องใช้เวลา 7 ปี ในขณะที่เทคโนโลยีคู่แข่งสามารถใช้เวลาเพียง 1 ปี ก็สามารถตามทันได้ ดังนั้นขีดความสามารถ (competency) จึงมีความสำคัญต่อการปฏิบัติงานของพนักงานและองค์กรดังนี้ (การบริการทรัพยากรมนุษย์เพื่อระบบราชการไทยใสสะอาด, ออนไลน์, 2549)

- 1) ช่วยให้การคัดเลือกบุคคลที่มีลักษณะดีทั้งความรู้ ทักษะ และความสามารถตลอดจนพฤติกรรมที่เหมาะสมกับงานเพื่อปฏิบัติงานให้สำเร็จตามความต้องการขององค์กรอย่างแท้จริง
- 2) ช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานทราบระดับขีดความสามารถของตัวเองว่าอยู่ระดับใด และจะต้องพัฒนาในเรื่องใดช่วยให้เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองมากขึ้น
- 3) ใช้ประโยชน์ในการพัฒนาฝึกอบรมแก่พนักงานในองค์กร
- 4) ช่วยสนับสนุนตัวชี้วัดหลักของผลงาน (KPIs) บรรลุเป้าหมาย เพราะขีดความสามารถ (Competency) จะเป็นตัวบ่งบอกให้ได้ว่าถ้าต้องการให้บรรลุเป้าหมายตาม KPIs แล้วจะต้องใช้ขีดความสามารถ (Competency) ตัวไหนบ้าง
- 5) ป้องกันไม่ให้งานเกิดจากโชคชะตาเพียงอย่างเดียว เช่น ยอดขายของพนักงานเพิ่มสูงขึ้นกว่าเป้าหมายที่กำหนดต่างๆ ที่พนักงานขายคนนั้นไม่ค่อยตั้งใจทำงานมากนัก แต่เนื่องจากความต้องการของตลาดสูง จึงทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นเองโดยไม่ต้องลงแรงอะไรมาก แต่ถ้ามีการวัดทัศนคติ ค่านิยม และความเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของตนเอง (self – concepts) เป็นสิ่งที่บุคคลเชื่อว่าตนเองเป็นขีดความสามารถ (competency) แล้ว จะทำให้สามารถตรวจสอบได้ว่าพนักงานคนนั้นประสบความสำเร็จ เพราะโชคช่วยหรือด้วยขีดความสามารถของเขาเอง
6. ช่วยให้เกิดการหล่อหลอมไปสู่ขีดความสามารถขององค์กรที่ดีขึ้น เพราะถ้าทุกคนปรับขีดความสามารถ (Competency) ของตัวเองให้เข้ากับผลงานที่องค์กรต้องการอยู่ตลอดเวลาแล้ว ในระยะยาวก็จะส่งผลให้เกิดเป็นขีดความสามารถ (Competency) เฉพาะขององค์กรนั้นๆ สรุปแนวคิดเกี่ยวกับขีดความสามารถ (Competency) จะเห็นว่าขีดความสามารถนั้นเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญยิ่งของบุคลากรในการปฏิบัติงาน เนื่องจากขีดความสามารถเป็นองค์ประกอบที่ประกอบด้วย ความรู้ ทักษะ พฤติกรรม บุคลิกลักษณะและทัศนคติ เป็นสิ่งที่บุคลากรจำเป็นต้องมี ทั้งนี้เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานในตำแหน่งหน้าที่ของตนตามที่ได้รับมอบหมายหรือองค์กรกำหนดได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร

2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

แรงจูงใจ (Motives) หมายถึง แรงที่ใช้พลังงานกระตุ้นร่างกายให้เกิดพฤติกรรม เป็นแรงกระตุ้นที่มีการกำหนดทิศทางไว้ว่า จะกระทำพฤติกรรมออกไปอย่างไร แบบใด และเป็นแรงกระตุ้นให้บุคคลรักษาพฤติกรรมนั้นเอาไว้ โดยทั่วไปนั้นแรงจูงใจ ได้แก่ ความต้องการ ความปรารถนา หรือความมุ่งหวัง (Mowday, Steers & Porter, 1976; สิทธิโชค วรานุสันติกุล, 2546)

Lovell (1980) กล่าวว่า แรงจูงใจ เป็นกระบวนการที่ชักนำใ้มน้ำวให้บุคคลเกิดความพยายามเพื่อที่จะสนองตอบความต้องการบางประการให้บรรลุผลสำเร็จ

Domjan (1996) กล่าวว่า การจูงใจเป็นภาวะในการเพิ่มพฤติกรรมการกระทำกิจกรรมของบุคคลโดยบุคคลจูงใจกระทำพฤติกรรมนั้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

คัตนางศ์ มณีศรี (2555) กล่าวว่า แรงจูงใจ เป็นที่มาของพฤติกรรมมนุษย์ ประกอบด้วยแรงจูงใจพื้นฐาน ได้แก่ การควบคุมอุณหภูมิของร่างกาย ความหิว ความกระหาย และการนอนหลับ จัดเป็นแรงจูงใจที่ทำให้มนุษย์สามารถมีชีวิตรอด แรงจูงใจเหล่านี้มีกลไกการทำงานที่แตกต่างกัน คือ เวลาที่แรงจูงใจใดถูกกระตุ้น และมีแนวโน้มที่ตอบสนองต่อแรงจูงใจนั้นๆ มากกว่าทำพฤติกรรมอื่น พฤติกรรมของมนุษย์และสัตว์ ส่วนมากเป็นพฤติกรรมที่มีทิศทางไปยังเป้าหมายที่ต้องการ ไปยังจุดที่ต้องการหรือจ้องมองสิ่งที่สนใจ จึงกล่าวได้ว่าแรงจูงใจเป็นการแสดงพฤติกรรมอย่างมีเป้าหมาย

แรงจูงใจต่อพฤติกรรมของบุคคลในแต่ละสถานการณ์ แต่ละบุคคลเลือกพฤติกรรมเพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่เหมาะสมที่สุดในแต่ละสถานการณ์ที่แตกต่างกันออกไป พฤติกรรมที่เลือกแสดงนี้ เป็นผลจากลักษณะในตัวบุคคลสภาพแวดล้อมดังนี้

- 1) ถ้าบุคคลมีความสนใจในสิ่งใดก็จะเลือกแสดงพฤติกรรม และมีความพอใจที่จะทำกิจกรรมนั้นๆ รวมทั้งพยายามทำให้เกิดผลเร็วที่สุด
- 2) ความต้องการจะเป็นแรงกระตุ้นที่ทำให้ทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการนั้น
- 3) ค่านิยมที่เป็นคุณค่าของสิ่งต่างๆ เช่นค่านิยมทางเศรษฐกิจ สังคม ความงาม จริยธรรม วิชาการ เหล่านี้จะเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดแรงขับของพฤติกรรมตามค่านิยมนั้น
- 4) ทักษะที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งก็มีผลต่อพฤติกรรมนั้น เช่น ถ้ามีทักษะที่ดีต่อการทำงาน ก็ทำงานด้วยความทุ่มเท
- 5) ความมุ่งหวังที่ต่างระดับกัน ก็เกิดแรงกระตุ้นที่ต่างระดับกันด้วย คนที่ตั้งระดับความมุ่งหวังไว้สูงจะพยายามมากกว่าผู้ที่ตั้งระดับความมุ่งหวังไว้ต่ำ

6) การแสดงออกของความต้องการในแต่ละสังคมจะแตกต่างกันออกไป ตามขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมของสังคมของตน ยิ่งไปกว่านั้นคนในสังคมเดียวกัน ยังมีพฤติกรรมในการแสดงความต้องการที่ต่างกันอีกด้วยเพราะสิ่งเหล่านี้เกิดจากการเรียนรู้ของตน

7) ความต้องการอย่างเดียวกัน ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันได้

8) แรงจูงใจที่แตกต่างกัน ทำให้การแสดงออกของพฤติกรรมที่เหมือนกันได้

9) พฤติกรรมอาจสนองความต้องการได้หลายๆทางและมากกว่าหนึ่งอย่างในเวลาเดียวกัน เช่นตั้งใจทำงาน เพื่อไ้ขึ้นเงินเดือนและได้ชื่อเสียงเกียรติยศ ความยกย่องและยอมรับจากผู้อื่น

ลักษณะของแรงจูงใจ มี 2 ลักษณะ ได้แก่

1) แรงจูงใจภายใน (intrinsic motives) เป็นสิ่งผลักดันจากภายในตัวบุคคลซึ่งอาจจะเป็นเจตคติ ความคิด ความสนใจ ความตั้งใจ การมองเห็นคุณค่า ความพอใจ ความต้องการ ฯลฯ สิ่งต่างๆดังกล่าวนี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมก่อนข้างถาวรเช่นคนงานที่เห็นองค์กรคือสถานที่ให้ชีวิตแก่เขาและครอบครัวเขาก็จะจงรักภักดีต่อองค์กร และองค์กรบางแห่งขาดทุนในการดำเนินการก็ไม่ได้จ่ายค่าตอบแทนที่ดีแต่ด้วยความผูกพันพนักงานก็ร่วมกันลดค่าใช้จ่ายและช่วยกันทำงานอย่างเต็มที่

2) แรงจูงใจภายนอก (extrinsic motives) แรงจูงใจภายนอกเป็นสิ่งผลักดันภายนอกตัวบุคคลที่มากกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมอาจจะเป็นการได้รับรางวัล เกียรติยศชื่อเสียง คำชมหรือยกย่อง แรงจูงใจนี้ไม่คงทนถาวร บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อตอบสนองสิ่งจูงใจดังกล่าวเฉพาะกรณีที่ต้องการสิ่งตอบแทนเท่านั้นที่มาของแรงจูงใจ

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาตลอดชีวิต

2.4.1 ความหมายของการศึกษาตลอดชีวิต

การศึกษาตลอดชีวิต หมายถึง กระบวนการจัดการศึกษาทุกรูปแบบ ทั้งการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนสามารถเรียนรู้ได้ทุกสถานการณ์ เวลาและสถานที่อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต ตามความต้องการและความสนใจเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเอง ครอบครัว ชุมชน และสังคม (พิศมัย ศรีอำไพ และอนันต์ ศรีอำไพ, 2549)

ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ได้กล่าวไว้ว่า การศึกษาตลอดชีวิต หมายถึง การศึกษาที่เกิดจากการผสมผสานระหว่างการศึกษาในระบบ นอกระบบ

และการศึกษาตามอัธยาศัย เพื่อให้สามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตได้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต (สำนักนายกรัฐมนตรี, 2553)

2.4.2 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการศึกษาตลอดชีวิต

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ได้กำหนดบทบาทบัญญัติในการจัดการศึกษาให้ยึดหลักการศึกษาตลอดชีวิตสำหรับประชาชน ให้สังคมมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา และพัฒนาสาระและกระบวนการเรียนรู้ให้เป็นไปอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นแนวคิดในการจัดการศึกษาตลอดชีวิต มีดังนี้

1) หลักการ

(1) เพิ่มโอกาสและความเสมอภาคทางการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิตที่มีคุณภาพให้กับประชาชนอย่างทั่วถึง

(2) สนองความจำเป็นและความต้องการในการเรียนรู้ของบุคคลและชุมชน

(3) พัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการศึกษาตลอดชีวิตอย่างต่อเนื่อง

(4) ส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนของสังคมเป็นภาคีเครือข่ายมีส่วนร่วมในการดำเนินงานการศึกษาตลอดชีวิต

2) จุดมุ่งหมาย

(1) บุคคลต้องได้รับโอกาสในการรับการศึกษาตลอดชีวิตที่มีคุณภาพเท่าเทียม และเสมอภาค จากการศึกษาในรูปแบบ ต่างๆ ที่เหมาะสม และสอดคล้องกับความต้องการของตนเอง

(2) จัดการศึกษาที่ครอบคลุมทั่วถึงทุกคนในแต่ละช่วงวัยตลอดชีวิต

(3) บุคคลได้รับการพัฒนาเต็มตามศักยภาพในการเรียนรู้เพื่อเป็นสมาชิกที่ดีของสังคม

3) แนวทางในการจัดการศึกษา

(1) การจัดการศึกษาสอดคล้องกับวิถีชีวิต ความถนัด ความสนใจ ความแตกต่างของบุคคล และมีรูปแบบที่เหมาะสม ตามสภาพและความจำเป็นของกลุ่มเป้าหมาย

(2) การจัดการศึกษาต้องสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาประเทศ

(3) ภาคีเครือข่ายการศึกษาตลอดชีวิต มีส่วนร่วมในการเสนอแนะในการจัดการศึกษา รวมทั้งกำหนดมาตรฐาน การศึกษา

(4) ผู้เรียน/ผู้รับบริการสามารถนำความรู้ไปใช้ในการดำเนินชีวิต และปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก และ อยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้อย่างมีความสุข

4) เป้าหมายของการจัดการศึกษา

(1) ผู้เรียน/ผู้รับบริการ มีเจตคติ ทักษะและความรู้พื้นฐานที่จำเป็นใช้ เป็นเครื่องมือ ในการดำเนินชีวิตและ ประกอบอาชีพ สามารถเรียนรู้เพื่อพัฒนา ตนเองได้อย่าง ต่อเนื่องตลอดชีวิต

(2) ชุมชนเกิดการเรียนรู้ที่ สอดคล้องกับสภาพสังคม เศรษฐกิจ การเมือง สิ่งแวดล้อมและเทคโนโลยี เพื่อให้เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ สังคม แห่งการ สร้างสรรค์และพัฒนาการที่ยั่งยืน

การจัดการศึกษาตลอดชีวิตใน ปัจจุบัน สำนักงานส่งเสริมการศึกษา นอก ระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย สังกัดสำนักงานปลัดกระทรวง กระทรวง ศึกษาธิการ เป็น หน่วยงานหลักในการ ส่งเสริม สนับสนุน และประสานงานการ จัดการศึกษาในระบบและ การศึกษาตามอัธยาศัย โดยมีพระราชบัญญัติ ส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการ ศึกษาตาม อัธยาศัย พ.ศ. 2551 เป็นกฎหมายในการขับเคลื่อนการจัดการศึกษาให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ แห่ง พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ซึ่งได้กำหนดบทบัญญัติ ในการจัด การศึกษาให้ยึดหลักการศึกษตลอดชีวิตสำหรับประชาชน ให้สังคมมีส่วนร่วมในการจัด การศึกษาและการพัฒนาสาระและกระบวนการเรียนรู้ให้เป็นไปอย่างต่อเนื่อง แต่กลไกดังกล่าว ยังไม่สามารถขับเคลื่อนให้เกิดการศึกษตลอดชีวิตที่บรรลุตามหลักการ และเจตนารมณ์ใน การจัดการศึกษาตลอดชีวิตเป็นวิถีชีวิตของประชาชนในชาติได้อย่างแท้จริง เนื่องจากการจัด การศึกษาตลอดชีวิตจะต้องมีองค์การที่รับ ผิดชอบโดยตรง ถึงแม้ว่าการศึกษตลอดชีวิตจะเป็น งานที่ทุกฝ่ายร่วมแรง ร่วมใจ แต่ก็จำเป็นต้องมีหน่วยงานกลางรับผิดชอบดูแลโดยตรง เพื่อ ทำหน้าที่ประสานและส่งเสริมทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องในการจัดการศึกษาตลอดชีวิต ควรจะมี หน่วยงานกลางนี้ในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับชาติจนถึงระดับท้องถิ่น อันจะเป็นหลักประกันได้ว่า ประชาชนไทย ทุกคนจะได้รับการศึกษาอย่างเท่าเทียมกัน และมีการพัฒนาคุณภาพชีวิตอย่าง แท้จริง เพื่อให้การศึกษตลอดชีวิตเป็นวิถีชีวิตของคนในชาติอย่างแท้จริงและคนไทยได้เรียนรู้ ตลอดชีวิตอย่างมีคุณภาพ และสามารถพัฒนาตนเองให้เป็นพลเมืองที่มีคุณภาพ มีโอกาส เรียนรู้ และสามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตได้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต อันจะนำไปสู่สังคมแห่งการ เรียนรู้และภูมิปัญญา ตลอดจนการเพิ่มขีดความสามารถใน การแข่งขันของประเทศ จึงมีความ จำเป็นจะต้องมีพระราชบัญญัติการศึกษาตลอดชีวิต เพื่อเป็นแนวทางในการจัดการศึกษาให้ สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม

2.4.3 นโยบายการศึกษาตลอดชีวิต เป็นนโยบายสำคัญในปีงบประมาณ 2555 มีดังนี้ (การศึกษานอกโรงเรียน, 2555)

1. เสนอให้มีการตรากฎหมายว่าด้วยการศึกษาตลอดชีวิต เพื่อเป็นกลไกในการจัดและส่งเสริม สนับสนุนการจัดการศึกษาตลอดชีวิตให้กับประชาชน คือพระราชบัญญัติการศึกษาตลอดชีวิต เพื่อให้เป็นกฎหมาย ว่าด้วยการศึกษาแห่งชาติกำหนดหลักการจัดการศึกษาตลอดชีวิตสำหรับประชาชน และให้ทุกภาคส่วนของสังคมมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา

2. การยกระดับการศึกษาประชาชนจบ ม.6 ใน 8 เดือนอย่างมีคุณภาพ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความรู้ ความสามารถเพื่อให้ประชาชนสามารถอยู่ในโลกได้อย่างมีความสุขด้วยกระบวนการของการเรียนรู้ตลอดชีวิตให้มี ประสบการณ์จากการทำงาน เกิดความเชี่ยวชาญ ความชำนาญ สามารถนำไปปรับใช้กับตนเองและสังคมได้อย่างสร้างสรรค์ และสอดคล้องกับการเตรียมประชาชนในระดับผู้ใช้แรงงานในชุมชนเมืองและชนบท เข้าเป็นสมาชิกประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) และตลาดแรงงานอาเซียน (ASEAN Market)

3. การจัดตั้งศูนย์ฝึกอาชีพชุมชนให้เป็นองค์กรในชุมชน ทำหน้าที่ในการจัดการเรียนการสอนอาชีพ เพื่อการมีงานทำ ทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของผู้เรียน และเป็นศูนย์กลางในการประสานการจัดจำหน่าย การบริหารจัดการ ศูนย์ฝึกอาชีพชุมชน จะใช้ศักยภาพของทุกภาคส่วนในการขับเคลื่อนการ ดำเนินการตามนโยบายให้เป็นรูปธรรม ในรูปของคณะกรรมการ วิชาที่เปิดสอนแบ่งออกเป็น กลุ่มอาชีพ ได้แก่ กลุ่มอาชีพเกษตรกรรม อุตสาหกรรม พาณิชยกรรม ความคิดสร้างสรรค์ และกลุ่มอาชีพด้าน อำนวยการ และอาชีพเฉพาะทาง เพื่อให้ประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับอาชีพ ทักษะการประกอบอาชีพ เพื่อสร้างอาชีพ สร้างรายได้ของประชาชนให้ยั่งยืน

4. การจัดการเรียนการสอนหลักสูตร OTOP Mini MBA เป็นหลักสูตร เกี่ยวกับการบริหารจัดการทางธุรกิจ และดำเนินธุรกิจเพื่อการส่งออก ให้สถานศึกษานำไปใช้จัดการศึกษาให้แก่ผู้เรียนทางด้านอาชีพ หรือจัดการศึกษาให้กับประชาชนที่พัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ในระดับต่างๆ เพื่อให้มีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการการผลิต หรือสินค้าที่พัฒนาขึ้นให้สามารถจำหน่ายในตลาดทั้ง ภายในประเทศและต่างประเทศ อันเป็นการสร้างฐานทางเศรษฐกิจของประเทศ และเป็นการพัฒนาขีดความสามารถของผู้ผลิตให้สามารถก้าวสู่ตลาด ASEAN

5. ครอบงำส่งเสริมอัจฉริยะ เป็นการสร้างอัจฉริยะ ให้แก่เด็ก โดยแจกคู่มือ ให้แก่เด็กเพื่อนำไปซื้อหนังสืออ่าน ด้วยตนเองตามความต้องการและความสนใจจริงๆ เพื่อ

ปลูกฝังให้เด็กมีนิสัยรักการอ่าน ใฝ่เรียน ใฝ่รู้ และเป็นการพัฒนา คุณภาพการเรียนการสอน อีกทางหนึ่ง มีเป้าหมายที่จะแจกคู่มือให้กับเด็กด้อยโอกาสทุกคนในทุกจังหวัด ที่เรียนในระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1-6 ซึ่งมีประมาณ 2,500,000 คน แจกให้คนละ 300 บาท ซึ่งจะต้องใช้งบประมาณ ปีละ 500-600 ล้านบาท จะเป็นนโยบายต่อเนื่อง 3 ปี ได้มอบให้สำนักงาน กศน. ตั้งงบประมาณปี 2556 และหาแนวทาง ในการดำเนินการ เชื่อว่าจะทำให้เด็กมีนิสัยรักการอ่าน และคุณภาพการศึกษาจะดีขึ้น นโยบายการศึกษาตลอดชีวิตดังกล่าว สอดคล้องกับ แนวคิดของ พ.ต.ท. ดร.ทักษิณ ชินวัตร ได้กล่าวถึงการศึกษาไว้ว่า “การศึกษาจะนำไปสู่การสร้างเสริมความเข้มแข็งของประชาชน ประชาชนที่เข้มแข็งและมีความรู้คือทุนที่มีพลังในการต่อสู้กับความยากจน” “ต้องมุ่งการกระจายประโยชน์อย่างเท่าเทียม และต้องมองประชาชนที่ลำบากเพื่อจัดการศึกษาที่มีคุณภาพ” “การศึกษาคือกุญแจสำคัญ เป็นจุดเริ่มต้นที่จำเป็นในการ ทำให้ความยากจนกลายเป็นอดีต”

2.4.4 ความจำเป็นในการจัดการศึกษาตลอดชีวิต การจัดการศึกษาตลอดชีวิตจึงมีความจำเป็น อย่างยิ่งต่อสังคมไทยด้วยเหตุผล ดังต่อไปนี้ (การศึกษานอกโรงเรียน, 2555)

1) พัฒนาการของบุคคล บุคคลจะมีการเจริญเติบโตและมีพัฒนาการในด้านต่างๆ ทุกช่วงชีวิตตั้งแต่วัยทารก วัยเด็ก วัยรุ่น วัยผู้ใหญ่และวัยสูงอายุ ซึ่งจะมีการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านร่างกาย สติปัญญา อารมณ์ และสังคม การศึกษาจะช่วยให้บุคคลสามารถปรับตัวได้อย่างเหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงตามพัฒนาการทุกช่วงชีวิต ตั้งแต่วัยทารกจนถึงวัยสูงอายุ

2) การเปลี่ยนแปลงบทบาทหน้าที่ของบุคคล มนุษย์ทุกคนจะต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงบทบาททางสังคมทุกช่วงอายุ การศึกษาจะช่วยให้บุคคลสามารถปฏิบัติตนตามบทบาทในแต่ละช่วงชีวิตได้อย่างเหมาะสม และสมบูรณ์ เช่นวัยเด็กจะมีบทบาทในการศึกษาเล่าเรียน เมื่อวัยผู้ใหญ่จะมีบทบาทในการประกอบอาชีพการงาน การมีครอบครัว เป็นสามี ภรรยา เป็นพ่อแม่ เป็นสมาชิกที่ดีของสังคม เมื่อวัยสูงอายุจะมีบทบาทเป็นปู่ย่า ตายาย เป็น ผู้ให้คำแนะนำปรึกษาแก่บุตรหลาน การศึกษาจะช่วยให้ บุคคลดำเนินตามบทบาทในแต่ละบทบาทได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

3) ความเปลี่ยนแปลงของสังคม ในสภาวะปัจจุบัน ความเปลี่ยนแปลงทางสังคมเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วมาก ปัญหาสังคมมีความซับซ้อนมากขึ้น สังคมชนบทมีการเปลี่ยนแปลง มาเป็นสังคมเมืองมากขึ้น สภาพความเป็นอยู่ สภาพการดำเนินชีวิตของบุคคลเปลี่ยนแปลงไปจากการพึ่งพาอาศัย เอื้อเพื่อช่วยเหลือกันมาเป็นลักษณะต่างคนต่างอยู่ เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนมากกว่าประโยชน์ส่วนรวม มีการอพยพย้ายถิ่นจากเมืองเล็กมาสู่เมืองใหญ่

มากขึ้น ขนบธรรมเนียมประเพณีดั้งเดิมถูกรอบงำด้วยวัฒนธรรมใหม่ ซึ่งเผยแพร่จากสังคมอื่นมาสู่วิถีชีวิตโดยผ่านช่องทางต่างๆ ความเชื่อ และค่านิยมในสังคมเปลี่ยนแปลงไป พ่อแม่ไม่มีเวลาให้ กับลูก ครอบครัวแตกแยก เด็กกลายเป็นเด็กมีปัญหา ปัญหาในสังคมมีความซับซ้อนและหลากหลายมากขึ้น เช่น ปัญหาความเป็นอยู่ ปัญหาชุมชนแออัด ความยากจน การด้อยโอกาสทางการศึกษา อาชญากรรม ยาเสพติด ครอบครัวแตกแยก เด็กเร่ร่อน ปัญหาสุขภาพ

4) ความเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ สภาพเศรษฐกิจของโลกและประเทศเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจมีผลกระทบอย่างมากต่อ ความเป็นอยู่ การดำรงชีวิตของประชาชน เพราะเศรษฐกิจเป็นปัจจัยหลักในการดำเนินชีวิต เช่น ด้านอุตสาหกรรม มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิตเพื่อเพิ่มผลผลิต ดังนั้น จึงมีความต้องการบุคลากรที่มีความรู้ทักษะที่ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ทางด้านเกษตรกรรมมีการเปลี่ยนแปลงจาก สังคมเกษตรกรรมเป็นสังคมอุตสาหกรรมมากขึ้น ลักษณะการทำงานและทักษะที่ใช้ในการทำงานต้องเปลี่ยนไป เพราะฉะนั้นตลาดแรงงานจึงต้องการบุคลากรและแรงงานที่มีความรู้ความสามารถ และทักษะเพียงพอกับกิจการอุตสาหกรรม นอกจากนั้น การติดต่อในเชิงธุรกิจ การซื้อในประเทศและระหว่างประเทศมีการขยายตัวอย่างกว้างขวาง มากขึ้น ทำให้ผู้ผลิตต้องพยายามผลิตสินค้าและปรับปรุงรูปแบบ ของผลผลิตของสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อมากขึ้น ทำให้ตลาดแรงงานต้องการแรงงานที่มีความรู้ และทักษะในการทำงานในลักษณะเฉพาะมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงในทางเศรษฐกิจดังกล่าวทำให้ต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบ และวิธีการจัดการศึกษาเพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้และทักษะทางด้านวิชาการและวิชาชีพเพียงพอ และสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน นอกจากนี้ยังต้องให้ความรู้ และทักษะที่ช่วยให้บุคคลสามารถพึ่งตนเองได้ สามารถสร้างงานของ ตนเองได้ สามารถเลือกพัฒนาอาชีพได้อย่างเหมาะสมกับสภาพท้องถิ่นและสังคม จึงจำเป็นที่บุคคลจะต้องเพิ่มพูนความรู้อยู่ตลอดเวลา

5) ความก้าวหน้าของวิทยาการและเทคโนโลยี ความรู้วิทยาการและเทคโนโลยีมีพัฒนาการที่ก้าวหน้า และรวดเร็วมาก มีการศึกษาค้นคว้าวิจัยเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ในสาขาวิชาต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ทั้งความรู้ในด้านอุตสาหกรรม สถาปัตยกรรม วิทยาศาสตร์ เกษตร สาธารณสุข การสื่อสาร การคมนาคม ฯลฯ ความเจริญก้าวหน้าของวิทยาการ และเทคโนโลยีดังกล่าวมีผลกระทบต่อสภาพความเป็นอยู่ของประชาชนเป็นอย่างมาก เช่นในการประกอบอาชีพ การคมนาคม การติดต่อสื่อสาร การแพทย์ มีการพัฒนาไม่หยุดยั้ง ซึ่งประชาชนจะต้องติดตามข่าวสารข้อมูลในด้านต่างๆ

6) การแพร่กระจายและการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของข้อมูลข่าวสาร ปัจจุบันมีแหล่งที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารมากมาย และข้อมูลข่าวสารนี้สามารถเผยแพร่ ด้วยสื่อประเภทต่างๆ ไปยังประชาชนอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะ Internet นับวันจะมีบทบาทมากขึ้น นอกจากนั้นความรู้ ชาวสารยังมีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เนื่องจากผลจากการศึกษาค้นคว้าวิจัย มีการเผยแพร่ความรู้ ข้อมูล ข่าวสารอย่างมากมาย เช่นความรู้ข้อมูลเกี่ยวข้องกับชีวิต ความเป็นอยู่ เช่น การประกอบอาชีพ สุขภาพ พละนาามัย อาหาร ครบครัน ที่อยู่อาศัย สิ่งแวดล้อม ศิลปวัฒนธรรมตลอดจนความรู้ในสาขาวิชาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรง และทางอ้อม เพราะฉะนั้นบุคคลจะต้องแสวงหาความรู้เหล่านี้ และควรมีทักษะที่จะเข้าถึงความรู้ เพื่อให้รู้เท่าทัน และนำมาใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่ และประการสำคัญข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่อยู่มากมายนั้นมีทั้งข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ไม่เป็นประโยชน์ และเป็นโทษ ประชาชนจะต้องสามารถวิเคราะห์และคัดสรรข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อตนเองให้มากที่สุด

7) ความเปลี่ยนแปลงด้านโครงสร้างประชากรของประเทศไทย กำลังเผชิญหน้ากับภาวะการณื เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของประชากรสูงอายุ (อายุ 60 ปี หรือมากกว่า) ทั้งนี้เป็นผลมาจากการลดลงอย่างต่อเนื่องของอัตราเจริญพันธุ์ และการเพิ่มขึ้นของอายุคือประชากร มีอายุยืนยาวของชีวิต อันเนื่องมาจากความเจริญทางด้าน วิทยาการและเทคโนโลยีต่างๆ เช่น ด้านโภชนาการ ด้านสาธารณสุข ด้านการแพทย์ ดังนั้นจึงต้องมีการเตรียมการรองรับการดูแลผู้สูงอายุที่จะเพิ่มขึ้น ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี เช่นการออกกำลังกาย การรับประทานอาหาร การดูแลสุขภาพ การทำงานอดิเรก หรืออาชีพสำหรับผู้สูงอายุ การศึกษาตลอดชีวิตจึงมีบทบาทสำคัญในพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ

8) ความเปลี่ยนแปลงทางการเมือง ประเทศไทยปกครองในระบอบประชาธิปไตย โดยให้ประชาชนมีสิทธิ เสรีภาพ มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น มีส่วนร่วมในการปกครองประเทศ มีสิทธิเสรีภาพในการศึกษาหาความรู้ รัฐบาลได้ตระหนักถึงความสำคัญของการศึกษาที่มีต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และพัฒนาประเทศชาติ ดังนั้น จึงมีนโยบายในการจัดการศึกษาที่มุ่งเน้นให้ประชาชนได้รับการศึกษาอย่างทั่วถึง มีสิทธิได้รับการศึกษาอย่างเสมอภาค การศึกษาจึงถือเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานของประชาชน โดยมีนโยบายในการขยายโอกาสทางการศึกษา 4 ด้าน คือ 1) โอกาสในการเข้าถึงทรัพยากร สิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อ ได้รับการศึกษาอย่างเท่าเทียมกัน 2) โอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อการศึกษา 3) โอกาสในการเพิ่มพูนและฝึกฝนทักษะ และ 4) โอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิต

9) การจัดการศึกษาในปัจจุบันยังไม่เอื้อให้บุคคล ได้รับการศึกษาตลอดชีวิต การจัดการศึกษาเน้นการศึกษาในระบบโรงเรียน ซึ่งเป็นการศึกษาในช่วงชีวิตตอนต้นเท่านั้น รัฐ

ทุ่มเทงบประมาณ บุคลากร และทรัพยากรจำนวนมาก เพื่อปรับปรุงและพัฒนาการศึกษาในระบบ โดยให้ความสำคัญในการจัดการศึกษาให้กับบุคคลในวัยเรียน ในขณะที่การจัดการศึกษาสำหรับช่วงวัยอื่นๆ ก็มีความสำคัญเช่นกัน คือการจัดการศึกษาต่อเนื่องให้กับบุคคลหลังวัยเรียน จัดการศึกษาให้แก่ ผู้พลาดโอกาสในวัยเรียนและผู้ที่ยุบในระบบโรงเรียนมาแล้ว และการศึกษาตามอัธยาศัยเป็นการศึกษาอีกรูปแบบหนึ่ง ที่จะส่งเสริมโอกาสทางการศึกษาแก่ประชาชน แต่ยังไม่ทำได้ดีไม่มากนักเมื่อเทียบกับการศึกษาในระบบโรงเรียน และจำนวนกลุ่มเป้าหมาย

10) ความไม่เท่าเทียมกันของโอกาสทางการศึกษา แม้จะมีการพัฒนาการศึกษาในระบบเป็นอย่างมาก แต่ยังคงพบว่า ประชาชนที่อยู่ในชนบทห่างไกล มีฐานะยากจน ได้รับการศึกษาเพียงการศึกษาภาคบังคับ ต้องออกมาช่วยครอบครัวประกอบ อาชีพ หรือต้องอพยพตามครอบครัวไปหาอาชีพตามที่ต่างๆ ความไม่เท่าเทียมกันโอกาสทางการศึกษาเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ เกิดความไม่เท่าเทียมกันในสังคม คือคนที่ได้รับการศึกษาสูงจะมีงานทำที่ดีกว่ามีรายได้สูง มีฐานะทางเศรษฐกิจและสถานภาพ ทางสังคมที่ดีกว่าและสภาพการณ์จะเป็นเช่นนี้ตลอดไป ถ้าประชาชนที่ยากจนที่อยู่ในชนบทจะไม่มีโอกาสของชีวิตในการยกฐานะของตนเองได้เลยตราบดีที่สภาพการจัดการศึกษายังไม่ส่งเสริมให้ประชาชนได้เรียนรู้ตลอดชีวิต

2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร

การติดต่อสื่อสารจะได้ผลเพียงใด ขึ้นอยู่กับความเข้าใจจากการรับรู้ข่าวสารของผู้รับสาร และในทำนองเดียวกัน ความเข้าใจจากการรับรู้ข่าวสารของผู้รับสารจะเป็นอย่างไร ขึ้นอยู่กับ การติดต่อสื่อสารด้วย การที่คนเรารับเรื่องต่างๆ เข้ามาทางประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ การมองเห็นด้วยตา การได้ยินด้วยหู การลิ้มรสด้วยลิ้น การสูดดมกลิ่นด้วยจมูก และการสัมผัสด้วย กายนั้นเป็นเพียงข้อเท็จจริง (Facts) เท่านั้น ปัจจัยที่ทำให้ผู้รับสารเลือกรับรู้ข่าวสาร หรือมีความเข้าใจจากการรับรู้ข่าวสารแตกต่างกันไปมี 2 ประการ คือ (ธงชัย สันติวงษ์ และชัยยศ สันติวงษ์, 2542)

1) ปัจจัยภายนอก (External Attention Factors) หมายถึง ปัจจัยที่อยู่นอกตัวผู้รับสาร ซึ่งสามารถดึงดูดความสนใจได้แตกต่างกัน ปัจจัยภายนอกแบ่งออกเป็น 7 ประเภท ดังนี้

1.1) ความเข้ม (Intensity) หมายถึง ความเข้มของสี แสง เสียง หรือรส ความเข้มมากจะสามารถดึงดูดความสนใจของคนได้ดีกว่าความเข้มน้อย ในการโฆษณาเขาจึงมักเน้น สีฉูดฉาดหรือสีเข้มๆ มากกว่าเพราะจะช่วยดึงดูดความสนใจได้ดีกว่า

- 1.2) ขนาด (Size) หมายถึง สิ่งของขนาดใหญ่จะดึงดูดความสนใจได้ดีกว่าขนาดเล็ก
- 1.3) ความแปลกใหม่และตรงกันข้าม (Novelty and Contrast) การเปลี่ยนแปลงให้ต่างไปจากเดิม หรือมีลักษณะตรงกันข้ามจะช่วยให้เกิดความสนใจได้
- 1.4) ตำแหน่งที่ตั้ง (Position) สิ่งของที่ตั้งอยู่ในระดับที่เหมาะสมจะดึงดูดความสนใจได้ดีกว่าสิ่งของที่ตั้งอยู่ในระดับที่ไม่เหมาะสม
- 1.5) การเคลื่อนไหว (Movement) สิ่งที่เคลื่อนไหวจะดึงดูดความสนใจแก่ผู้ดูมากกว่าสิ่งที่อยู่กับที่
- 1.6) ความโดดเดี่ยว (Isolation) หมายถึง การแสดงให้เด่นในลักษณะโดดเดี่ยว จะช่วยดึงดูดความสนใจให้ได้ดีกว่า
- 1.7) ระยะทาง (Distance) สิ่งของที่มองเห็นระยะใกล้ไกลที่ชัดเจน เช่น ภาพ 3 มิติ จะดึงดูดความสนใจแก่ผู้ดูมากขึ้น
- 2) ปัจจัยภายใน (Internal Attention Factors) หมายถึง ปัจจัยที่อยู่ภายในตัวผู้รับสาร ที่มีผลต่อการเลือกรับรู้ข่าวสารแตกต่างกัน ปัจจัยภายในแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่
 - 2.1) การจูงใจ (Motivation) แต่ละคนจะเลือกรับรู้ข่าวสาร หรือให้ความสนใจต่อข่าวสารแตกต่างกันไปตามสิ่งจูงใจที่อยู่ในตัวเขา
 - 2.2) บุคลิกภาพ (Personality) บุคคลมักจะเลือกรับรู้ในสิ่งที่สอดคล้องกับบุคลิกภาพของตนเอง
 - 2.3) การเรียนรู้ (Learning) ตามปกติคนเรามักจะเลือกรับรู้ในสิ่งที่ตนได้เรียนรู้มา แม้ว่าบางครั้งข้อมูลที่ได้รับอาจไม่เพียงพอ แต่ผลจากการเรียนรู้ก็ทำให้คนๆ นั้นสามารถรับรู้ข่าวสารได้อย่างถูกต้อง การคาดหวัง (Expectation) คนเรามักจะเลือกรับรู้ตามความคาดหวังของตน

องค์ประกอบอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับสาร ดังนี้ (Wilbur Schramm, 1962)

 - 1) ประสบการณ์ ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ของตน
 - 2) การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อตอบสนองจุดประสงค์ของตน
 - 3) ภูมิหลัง ผู้รับสารที่มีภูมิหลังแตกต่างกัน จะให้ความสนใจต่อเนื้อหาของสารต่างกัน
 - 4) การศึกษาและสภาพแวดล้อม มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับสื่อ และเนื้อหาของสารที่ต่างกัน
 - 5) ความสามารถในการรับสารเป็นเรื่องเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจของผู้รับสารที่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสารที่ต่างกัน

- 6) บุคลิกภาพ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจ และพฤติกรรมของผู้รับสาร
- 7) อารมณ์ สถานภาพทางอารมณ์ อาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของสาร
- 8) ทัศนคติ เป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับ และการตอบสนองต่อข่าวสารที่เปิดรับ

อภิชาต พุกสวัสดิ์ และกุลทิพย์ ศาสตราวุจิ (2556) ได้นำเสนอเป็นบทความวิชาการ เรื่อง การประชาสัมพันธ์ภายใต้กระแสสื่อสังคมออนไลน์ โดยสื่อสังคมออนไลน์เป็นรูปแบบการสื่อสารที่เข้าถึง กลุ่มเป้าหมายทุกระดับในปัจจุบัน สื่อสังคมออนไลน์เป็น สื่อที่ได้รับความนิยมในงานประชาสัมพันธ์ และมีความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังมีแนวโน้มว่าจะได้รับความนิยมสูงขึ้นในอนาคต องค์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์องค์กร สินค้าและบริการเพื่อช่วยเสริม สื่อประชาสัมพันธ์แบบดั้งเดิมให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น การประชาสัมพันธ์ภายใต้กระแสสื่อสังคมออนไลน์ควรให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ การสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์รวมทั้งประเด็นเนื้อหาที่นำเสนอ ตลอดจนรูปแบบของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อการประชาสัมพันธ์ เพื่อนำมาซึ่งชื่อเสียง ภาพลักษณ์ และการสนับสนุนขององค์กร และจากรายงานของเว็บไซต์ Emarket.com รายงานผลการศึกษาเครือข่ายสังคมออนไลน์ทั่วโลก โดยใช้ข้อมูลจาก Globalwebindex ในช่วงไตรมาสที่ 1 ในปี ค.ศ.2013 พบว่า Facebook ยังเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์อันดับ 1 ของโลก คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมา ได้แก่ Google+ และ YouTube คิดเป็น ร้อยละ 26.0 และ 25.0 ตามลำดับ (www.emarketer.com) และสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทยที่ได้รับความนิยมอันดับหนึ่ง คือ Facebook คิดเป็นร้อยละ 92.20 รองลงมาได้แก่ Google+ และ Line คิดเป็นร้อยละ 63.70 และ 61.10 ตามลำดับ ซึ่งจากรายงานข้อมูลของเว็บไซต์ Socialbackrs.com (2556) การใช้บริการ Facebook ในประเทศไทยมียอดถึง 19.20 ล้านคน

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สันต์ ศุภย์กลาง (2551) การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างทักษะการปฏิบัติวิชาชีพเพื่อพัฒนาผู้เรียนแบบองค์รวม สำหรับครูระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ผลการศึกษาพบว่า กระบวนการพัฒนาหลักสูตรประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ การกำหนดข้อมูลพื้นฐาน การออกแบบหลักสูตร การทดลองใช้และหาประสิทธิภาพ และการประเมินและปรับปรุงหลักสูตร

กิตติ รัตนราช (2554) การพัฒนาหลักสูตรฐานสมรรถนะเพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียนที่ตรงตามความต้องการของสถานประกอบการ สรุปได้ว่า วิธีปฏิบัติที่เป็นแบบอย่างที่ดีเยี่ยมได้แก่

- 1) ร่วมมือกับสถานประกอบการในการวิเคราะห์มาตรฐานอาชีพหรือมาตรฐานการปฏิบัติงานของพนักงานแต่ละระดับ
- 2) วิเคราะห์โครงสร้างหลักสูตร แผนการเรียน จุดประสงค์และมาตรฐานรายวิชาแต่ละรายวิชาของนักเรียนแต่ละ ระดับชั้นปี
- 3) จัดทำความสัมพันธ์และความสอดคล้องระหว่างมาตรฐานอาชีพและมาตรฐานรายวิชา
- 4) พัฒนาหลักสูตรและแผนการสอนให้สอดคล้องมาตรฐานการปฏิบัติงานของพนักงานแต่ละระดับตำแหน่งงาน
- 5) จัดทำสมรรถนะผู้เรียนโดยยึดตามมาตรฐานการปฏิบัติงานของพนักงานจากสถานประกอบการ
- 6) ดำเนินการพัฒนาภายใต้การกำกับดูแลจากผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาการและความร่วมมือของผู้เชี่ยวชาญที่เป็นตัวแทนจากสถานประกอบการ

จินตนา ไทธานี (2557) ศึกษาแรงจูงใจในการเข้าศึกษาหลักสูตรวิชาชีพระยะสั้นของนักเรียนศูนย์ฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร พบว่า นักศึกษามีแรงจูงใจในการเข้าเรียนฝึกอาชีพในศูนย์ฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก โดยมีแรงจูงใจส่วนตัวเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ แรงจูงใจด้านสังคม และแรงจูงใจด้านอาชีพ และเมื่อทำการทดสอบสมมติฐานพบว่า

- 1) อายุต่างกันมีแรงจูงใจเข้ารับการฝึกอบรมไม่แตกต่างกัน แต่มีแรงจูงใจด้านอาชีพในการเข้ารับการฝึกอาชีพแตกต่างกัน
- 2) การศึกษาต่างกันมีแรงจูงใจเข้ารับการฝึกอบรมแตกต่างกัน และมีแรงจูงใจด้านอาชีพ และด้านสังคมในการเข้ารับการฝึกอาชีพแตกต่างกัน
- 3) อาชีพต่างกันมีแรงจูงใจเข้ารับการฝึกอบรมไม่แตกต่างกัน แต่มีแรงจูงใจด้านสังคมในการเข้ารับการฝึกอาชีพแตกต่างกัน
- 4) รายได้ต่างกันมีแรงจูงใจเข้ารับการฝึกอบรมแตกต่างกัน และมีแรงจูงใจด้านอาชีพในการเข้ารับการฝึกอาชีพแตกต่างกัน
- 5) เพศ หมวดวิชาชีพที่เรียน และเวลาเรียนต่างกันมีแรงจูงใจเข้ารับการฝึกอบรมไม่แตกต่างกัน ทั้งในภาพรวมและรายด้าน

พิมพ์ชนก สืบสิทธิ์ ตรีัญญา นาหนือ และละภัสลดา หอมคำ (2560) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการเข้าฝึกอบรมหลักสูตรการพัฒนาฝีมือแรงงานสำนักงานพัฒนาฝีมือแรงงาน สุรินทร์ พบว่า แรงจูงใจในการเข้าฝึกอบรมหลักสูตรการพัฒนาฝีมือแรงงาน ของสำนักงานพัฒนาฝีมือแรงงานสุรินทร์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านความก้าวหน้าในสายงาน ($\bar{X} = 4.22$) ด้านการยอมรับนับถือทางสังคม ($\bar{X} = 4.20$) ด้านประสิทธิภาพการทำงานขององค์กร ($\bar{X} = 4.18$) ด้านส่วนบุคคล ($\bar{X} = 4.09$) และด้านข้อมูลข่าวสาร ($\bar{X} = 3.99$) ตามลำดับ การเปรียบเทียบแรงจูงใจในการเข้าฝึกอบรมหลักสูตรการพัฒนาฝีมือแรงงาน ของสำนักงานพัฒนาฝีมือแรงงานสุรินทร์ เมื่อจำแนกตามเพศ อายุ และจำแนกตามหลักสูตรที่ฝึกอบรม พบว่า ผู้เข้าฝึกอบรมที่มีเพศต่างกันมีแรงจูงใจในการเข้าฝึกอบรมหลักสูตรการพัฒนาฝีมือแรงงานของสำนักงานพัฒนาฝีมือแรงงานสุรินทร์ในภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนผู้เข้าฝึกอบรมที่มีอายุต่างกัน มีแรงจูงใจในการเข้าฝึกอบรมหลักสูตรการพัฒนาฝีมือแรงงานของสำนักงานพัฒนาฝีมือแรงงานสุรินทร์ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และหลักสูตรที่ฝึกอบรมต่างกันมีแรงจูงใจในการเข้าฝึกอบรมหลักสูตรการพัฒนาฝีมือแรงงานของสำนักงานพัฒนาฝีมือแรงงานสุรินทร์ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ศุภาพิชญ์ ณ นรงค์ (2559) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อ ความคาดหวัง ความพึงพอใจ ที่มีต่อการอบรมในหลักสูตร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับสื่อการอบรมในหลักสูตร Customer Centric Excellence ผ่านโปรสเตอร์แนะนำหลักสูตร รองลงมาคือการประชาสัมพันธ์ภายในของธนาคาร โดยทั้งสองช่องทางมีความถี่ในการเปิดรับสื่อ 1-3 ครั้ง/เดือน ความคาดหวังที่มีต่อการอบรมในหลักสูตร Customer Centric Excellence โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.16 โดยด้านที่พนักงานธนาคารมีความคาดหวังสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ด้านเนื้อหา ค่าเฉลี่ย 4.31 ด้านวิทยากร ค่าเฉลี่ย 4.24 และด้านผู้ช่วยวิทยากร ค่าเฉลี่ย 4.20 ตามลำดับ ส่วนความพึงพอใจ ต่อการอบรมในหลักสูตร Customer Centric Excellence โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.64 โดยด้านที่พนักงานธนาคารมีความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ด้านเนื้อหา ค่าเฉลี่ย 4.75 ด้านวิทยากร ค่าเฉลี่ย 4.74 และด้านเอกสารประกอบการอบรม (ค่าเฉลี่ย 4.67) ตามลำดับ แนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อการอบรมในหลักสูตร Customer Centric Excellence โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.73 โดยพบว่า พนักงานธนาคารที่เข้ารับการอบรมมีความ ตั้งใจที่จะบอกต่อให้คนรู้จักเข้ารับการอบรมในหลักสูตร Customer Centric Excellence มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.78 รองลงมาคือ มีความตั้งใจใน

การเปิดรับข่าวสารในการอบรมในหลักสูตร Customer Centric Excellence ค่าเฉลี่ย 4.71 และมีความตั้งใจในการเข้ารับการอบรมในหลักสูตร Customer Centric Excellence ครั้งต่อไป ค่าเฉลี่ย 4.71 ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความพึงพอใจของพนักงานธนาคาร มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเข้าอบรมหลักสูตร Customer Centric Excellence อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์กันทางบวกในระดับปานกลาง ($r = 0.67$) ส่วนพฤติกรรมด้าน ความถี่ในการเข้าอบรมของพนักงานธนาคารไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังที่มีต่อหลักสูตร Customer Centric Excellence ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

มาลาตี ส่งศรี และอุไร สุทธิแย้ม (2562) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการเข้าฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นของนักศึกษาคุนยพิภพอาชีพรุงเทพมหานคร สวณลุมพินี ผลการวิจัยพบว่า

1) สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.1) เพศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 67.20 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 32.80

1.2) อาชีพ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอาชีพรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมา มีอาชีพอื่นๆ ร้อยละ 28.80 ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 19.10 เป็นนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 9.4 และรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 7.8

1.3) ระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป ร้อยละ 52.2 รองลงมา มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ร้อยละ 19.40 มีการศึกษาในระดับอนุปริญญา/ ปวส. ร้อยละ 14.10 มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 10.00 และมีการศึกษาในระดับประถมศึกษา ร้อยละ 4.40

1.4) รายได้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท ร้อยละ 39.10 รองลงมา มีรายได้ 10,000 – 20,000 บาท ร้อยละ 33.80 ไม่มีรายได้ ร้อยละ 18.80 และน้อยที่สุดมีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 8.40

1.5) หมวอดวิชาชีพที่เรียน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ หมวอดวิชาชีพคหกรรม ร้อยละ 64.70 รองลงมา หมวอดวิชาชีพอุตสาหกรรม ร้อยละ 15.00 หมวอดวิชาชีพศิลปกรรม ร้อยละ 14.10 และ น้อยที่สุดหมวอดวิชาชีพพาณิชยกรรม ร้อยละ 6.30

1.6) เวลาเรียน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เรียนวันเสาร์ถึงวันอาทิตย์ ร้อยละ 40.00 รองลงมา เรียนวันจันทร์ถึงวันศุกร์ ร้อยละ 38.01 และวันเสาร์หรืออาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 21.90

2) การศึกษาแรงจูงใจในการเข้าฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นของนักศึกษาศูนย์ฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร สวณลุมพินี แบ่งเป็น 5 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านครอบครัวของนักศึกษา (2) ด้านสภาพสังคม (3) ด้านสภาพเศรษฐกิจ (4) ด้านเหตุผลส่วนตัวของนักศึกษา (5) ด้านความคาดหวังในการประกอบอาชีพ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยสูง 3 อันดับ ได้แก่ ด้านเหตุผลส่วนตัวของนักศึกษายู่ในระดับมาก สภาพเศรษฐกิจอยู่ในระดับมาก ด้านสภาพสังคมอยู่ในระดับมาก และข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยแรงจูงใจต่ำที่สุด ได้แก่ ด้านครอบครัวของนักศึกษายู่ในระดับปานกลาง

3) ผลการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการเข้าฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นของนักศึกษา ศูนย์ฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร สวณลุมพินี โดยรวมและรายด้าน จำแนกตาม เพศ อาชีพ การศึกษา รายได้ หมวดวิชาชีพที่เรียนและเวลาเรียน มีดังนี้

3.1) เพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีแรงจูงใจโดยรวมในการเข้าฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มี 1 ด้าน ได้แก่ ด้านความคาดหวังในการประกอบอาชีพแตกต่างกันอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านครอบครัวของนักศึกษา ด้านสภาพสังคม ด้านสภาพเศรษฐกิจ ด้านเหตุผลส่วนตัวของนักศึกษาไม่แตกต่างกัน

3.2) อาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน มีแรงจูงใจโดยรวมในการเข้าฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มี 1 ด้าน ที่มีความแตกต่างกัน ได้แก่ ด้านสภาพเศรษฐกิจ แตกต่างกันอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงนำไปสู่การเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการของเชฟเฟ้ Scheffé ส่วนด้านครอบครัวของนักศึกษา ด้านสภาพสังคม ด้านเหตุผลส่วนตัวของนักศึกษา ด้านความคาดหวังในการประกอบอาชีพ ไม่พบความแตกต่าง

3.3) ระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีแรงจูงใจโดยรวมในการเข้าศึกษาฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ไม่มีด้านใดพบความแตกต่าง

3.4) รายได้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่างกัน มีแรงจูงใจในการเข้าฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มี 2 ด้าน ที่แตกต่างกัน ได้แก่ ด้านครอบครัวของนักศึกษา ด้านความคาดหวังในการประกอบอาชีพ จึงทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีการของเชฟเฟ้ Scheffé ส่วนด้านสภาพสังคม สภาพเศรษฐกิจ ด้านเหตุผลส่วนตัวของนักศึกษา พบว่า ไม่แตกต่างกัน

3.5) หมวดวิชาชีพที่เรียน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เรียนหมวดวิชาชีพต่างกัน มีแรงจูงใจโดยรวมในการ

เข้าศึกษาฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ไม่มีด้านใดพบความแตกต่าง

3.6) เวลาเรียน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเวลาเรียนต่างกัน มีแรงจูงใจโดยรวมในการเข้าศึกษาฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น ไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ไม่มีด้านใดพบความแตกต่าง



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง จากนั้นนำมากำหนดเป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัย ดังนี้

- 3.1 วิธีดำเนินการวิจัย
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยเรื่อง การพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจข้อมูล ได้แก่ คุณลักษณะที่พึงประสงค์หลักสูตรระยะสั้น ความต้องการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น แรงจูงใจในการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสารสนเทศ และช่องทางการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามทั้งแบบแจกเอกสารและแบบออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ประชาชนทั่วไปในวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ประชาชนทั่วไปในวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทำการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม G*Power ในการคำนวณตามตามสถิติ Linear Multiple Regression ทำให้ได้ขนาดตัวอย่างขั้นต่ำ 74 คน แต่เนื่องจากเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้เครื่องมือออนไลน์ เพื่อให้ผลการวิจัยมีความน่าเชื่อถือสูงสุด คณะผู้วิจัยจึงใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นระยะเวลา 2 เดือน ทำให้ได้

ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ที่ให้ข้อมูลด้วยความสมัครใจด้วยการตอบแบบสอบถามออนไลน์

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3.1 ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยและพัฒนาเรื่อง การพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวชิราวุธวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร มีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ แบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรของผู้ให้ข้อมูล เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง มีลักษณะข้อคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 คุณลักษณะหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับลักษณะการจัดฝึกอบรมของหลักสูตรระยะสั้น ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ได้แก่

- ค่าใช้จ่ายที่จ่ายได้สำหรับหลักสูตรระยะสั้นต่อ 1 หลักสูตร
- ระยะเวลาที่เหมาะสม
- รูปแบบการฝึกอบรม
- ลักษณะของหลักสูตรที่สนใจ
- ความต้องการหลังฝึกอบรม

ส่วนที่ 3 ความต้องการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับหลักสูตรต่างๆ ทางเทคโนโลยีสารสนเทศที่ผู้ให้ข้อมูลต้องการเข้ารับการฝึกอบรมเป็นหลักสูตรระยะสั้น ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ประกอบด้วย 55 หลักสูตร

ส่วนที่ 4 แรงจูงใจในการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเข้ารับการฝึกอบรมของหลักสูตรระยะสั้น ประกอบด้วยแรงจูงใจ 3 ด้าน ได้แก่ แรงจูงใจส่วนตัว มี 10 คำถาม แรงจูงใจด้านอาชีพ มี 10 คำถาม และแรงจูงใจด้านสังคม มี 8 คำถาม ซึ่งลักษณะข้อคำถามเป็นการวัดคะแนนแบบมาตราวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ ได้แก่

- | | | |
|---|---------|-----------|
| 5 | หมายถึง | มากที่สุด |
| 4 | หมายถึง | มาก |

- 3 หมายถึง ปานกลาง
- 2 หมายถึง น้อย
- 1 หมายถึง น้อยที่สุด

ส่วนที่ 5 ช่องทางการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับระดับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการฝึกอบรมระยะสั้นผ่านช่องทางต่างๆ ประกอบด้วย โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ เว็บไซต์หน่วยงานที่จัด คนรู้จัก และอื่นๆ ซึ่งลักษณะข้อคำถามเป็นการวัดคะแนนแบบมาตราวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ ได้แก่

- 5 หมายถึง มากที่สุด
- 4 หมายถึง มาก
- 3 หมายถึง ปานกลาง
- 2 หมายถึง น้อย
- 1 หมายถึง น้อยที่สุด

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นข้อคำถามปลายเปิดเพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มตัวอย่างเสนอข้อคิดเห็นเพิ่มเติมในประเด็นต่างๆ

3.3.2 การหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

คณะผู้วิจัยทำการหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย ด้วยการประชุมตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ก่อนนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน เพื่อหาความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามโดยกำหนดไว้ที่ .750 ขึ้นไป ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า แบบสอบถามส่วนของแรงจูงใจในการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มีความน่าเชื่อถือที่ .896 และส่วนของช่องทางการเปิดรับข้อมูลข่าวสารมีความน่าเชื่อถือที่ .765 ซึ่งแบบสอบถามที่เป็นแบบมาตราวัดถือว่ามีความน่าเชื่อถืออยู่ในระดับสูง สามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน คณะผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 รูปแบบได้แก่ การแจกเอกสาร และแบบสอบถามออนไลน์ โดยกำหนดสัดส่วนการเก็บข้อมูลไว้ในสัดส่วนที่เท่ากัน มีขั้นตอนดังนี้

1) แจกแบบสอบถามการพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับประชากรกลุ่มวัยทำงานที่เต็มใจให้ข้อมูล จำนวน 200 คน

2) ส่งลิงค์แบบสอบถามการพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน คือ <https://qr.go.page.link/MSsnp> หรือ หรือส่ง QR-Cord เพื่อรวบรวมข้อมูลให้ได้ 200 คน



ภาพที่ 3.1 QR-Cord แบบสอบถามออนไลน์

3) ติดตามการทำแบบประเมินจากกลุ่มตัวอย่าง โดยรวบรวมข้อครบตามตามจำนวนที่กำหนดไว้ โดยแบ่งเป็นแบบแจกเอกสาร 200 คน และแบบออนไลน์ 200 คน รวม 400 คน ตามที่ได้กำหนดไว้

4) ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบประเมิน โดยทำการบันทึกข้อมูลในโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำหรับแบบสอบถามที่แจกเป็นเอกสาร และดาวน์โหลดข้อมูลจากแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์

5) รวบรวมข้อมูลที่บันทึกและดาวน์โหลดจากแบบสอบถามออนไลน์ แล้วทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

3.5 สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสถิติเพื่อการวิจัย และทำการกำหนดสถิติที่เพื่อวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การแจกแจงความถี่ และร้อยละ

3.5.2 การวิเคราะห์คุณลักษณะหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ และร้อยละ

3.5.3 ความต้องการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ และร้อยละ

3.5.4 การวิเคราะห์แรงจูงใจในการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาระดับแรงจูงใจในการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ดังนี้ (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ, 2540)

ค่าเฉลี่ยระหว่าง	4.50-5.00	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	3.50-4.49	มาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	2.50-3.49	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.50-2.49	น้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	0.00-1.49	น้อยที่สุด

3.5.5 การวิเคราะห์ช่องทางการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น โดยศึกษาระดับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการฝึกอบรมระยะสั้นผ่านช่องทางต่างๆ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาระดับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการฝึกอบรมระยะสั้น ดังนี้ (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ, 2540)

ค่าเฉลี่ยระหว่าง	4.50-5.00	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	3.50-4.49	มาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	2.50-3.49	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.50-2.49	สมน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	0.00-1.49	น้อยที่สุด

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการตามกระบวนการพัฒนาและการวิจัย สามารถนำเสนอผลการดำเนินการ ดังนี้

- 4.1 ข้อมูลพื้นฐานผู้ให้ข้อมูล
- 4.2 ผลการศึกษาคุณลักษณะหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน
- 4.3 ผลการศึกษาคำความต้องการการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน
- 4.4 ผลการศึกษาแรงจูงใจในการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น
- 4.5 ผลการศึกษาช่องทางการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น
- 4.6 แนวทางการพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

4.1 ข้อมูลพื้นฐานผู้ให้ข้อมูล

การศึกษาข้อมูลพื้นฐาน ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน ทำการสำรวจข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูล จำนวน 400 คน และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ และร้อยละ สามารถนำเสนอผลการศึกษา ดังนี้

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูล

ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	400	100.00
เพศ		
- ชาย	126	31.50
- หญิง	274	68.50
อายุ		
- น้อยกว่า 20 ปี	47	11.75

ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน	ร้อยละ
- 20-30 ปี	143	35.75
- 31-40 ปี	125	31.25
- 41-50 ปี	64	16.00
- 51 ปีขึ้นไป	21	5.25
การศึกษา		
- ประถมศึกษา	10	2.50
- มัธยมศึกษาตอนต้น	6	1.50
- มัธยมศึกษาตอนปลาย	57	14.25
- ปวช.	20	5.00
- ปวส.	38	9.50
-ปริญญาตรี	224	56.00
- สูงกว่าปริญญาตรี	45	11.25
อาชีพ		
- รับราชการ	61	15.25
- รัฐวิสาหกิจ	8	2.00
- พนักงานบริษัท	132	33.00
- อาชีพอิสระ	29	7.25
- รับจ้างทั่วไป	25	6.25
- แม่บ้าน	18	4.50
- นักศึกษา	39	9.75
สถานภาพ		
- โสด	290	72.50
- สมรส	110	27.50
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
- น้อยกว่า 15,000 บาท	118	29.50
- 15,000-30,000 บาท	199	49.75
- 30,001-45,000 บาท	58	14.50
- มากกว่า 45,000 บาท	25	6.25

จากตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลลักษณะประชากร ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สรุปได้ดังนี้

เพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 68.50 และเพศชาย ร้อยละ 31.50 ตามลำดับ

อายุ พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ร้อยละ 35.75 รองลงมา มีอายุ 30-40 ปี ร้อยละ 31.25 มีอายุ ระหว่าง 41.50 ปี ร้อยละ 16.00 มีอายุน้อยกว่า 20 ร้อยละ 11.75 และมีอายุ 51 ปีขึ้นไป ร้อยละ 5.25 ตามลำดับ

การศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 56.00 รองลงมา มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 14.25 มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 11.25 มีการศึกษาระดับ ปวส. ร้อยละ 9.50 มีการศึกษาระดับ ปวช. ร้อยละ 5.00 มีการศึกษาระดับประถมศึกษา ร้อยละ 2.50 และมัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 1.50 ตามลำดับ

อาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท ร้อยละ 33.00 รองลงมา ประกอบอาชีพรับราชการ ร้อยละ 15.25 เป็นนักศึกษา ร้อยละ 9.75 ประกอบอาชีพอิสระ ร้อยละ 7.25 ประกอบอาชีพ รับจ้างทั่วไป ร้อยละ 6.25 และประกอบอาชีพรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

สถานภาพ พบว่า ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 72.50 และสมรส ร้อยละ 27.50 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 15,000-30,000 บาท ร้อยละ 49.75 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 15,000 บาท ร้อยละ 29.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 30,001-45,000 บาท ร้อยละ 14.50 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 45,000 บาท ร้อยละ 6.25

4.2 ผลการศึกษาคุณลักษณะหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

การศึกษาคูณลักษณะหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน เป็นการศึกษาคูณลักษณะหลักสูตรที่ตอบสนองความต้องการพัฒนาตนเองเพื่อนำไปใช้ประกอบการทำงานและการประกอบอาชีพ และช่วงเวลาที่เหมาะสมกับการเรียน ทำการวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ และร้อยละ สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของคุณลักษณะหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

คุณลักษณะหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	400	100.00
ช่วงเวลาเรียน		
- จันทร์-ศุกร์ เวลาราชการ	62	15.50
- จันทร์-ศุกร์ (18.00-21.00 น.)	51	12.75
- เสาร์-อาทิตย์ (09.00-16.00 น.)	275	68.75
- เสาร์-อาทิตย์ (8.00-12.00)	1	0.25
- อาทิตย์	7	1.75
- เสาร์	1	0.25
- ช่วงปิดเทอม	1	0.25
- ศุกร์ 19.00-22.00	1	0.25
- แล้วยแต่ตาราง	1	0.25
ระยะเวลาที่เหมาะสม		
- 3-6 ชั่วโมง (1 วัน)	189	47.25
- 9-12 ชั่วโมง (2 วัน)	159	39.75
- 15-18 ชั่วโมง (3 วัน)	45	11.25
- ขึ้นอยู่กับเนื้อหาที่ทำการเปิดหลักสูตรอบรม	2	0.50
- 1 ชั่วโมงต่อวัน	5	1.25
รูปแบบการฝึกอบรม		
- ออนไลน์ 100%	74	18.50
- ออนไลน์ 50% ปฏิบัติ 50%	212	53.00
- ปฏิบัติ 100%	112	28.00

คุณลักษณะหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน	จำนวน	ร้อยละ
- ออนไลน์ 30% ปฏิบัติ 70%	1	0.25
- ยืดหยุ่นตามความเหมาะสม	1	0.25
ลักษณะของหลักสูตรที่สนใจ		
- เป็นหลักสูตรที่จบใน 1 หลักสูตร	328	82.00
- เป็นหลักสูตรแบบต่อเนื่อง	54	13.50
- เป็นหลักสูตรแบบสะสมชั่วโมง	18	4.50
ความต้องการหลังฝึกอบรม		
- ได้รับใบประกาศนียบัตร	348	87.00
- เก็บสะสมชั่วโมงเพื่อเทียบโอนหน่วยกิต	46	11.50
- พัฒนาความรู้	6	1.50

จากตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของคุณลักษณะหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน สรุปได้ดังนี้

ช่วงเวลาเรียน พบว่า ส่วนใหญ่สนใจเรียนในวันเสาร์-อาทิตย์ (09.00-16.00 น.) ร้อยละ 68.75 รองลงมาคือ จันทร์-ศุกร์ เวลาราชการ ร้อยละ 15.50 เรียนจันทร์-ศุกร์ (18.00-21.00 น.) ร้อยละ 12.75 เรียนวันอาทิตย์ ร้อยละ 1.75 และช่วงเวลาที่อื่น ๆ ได้แก่ เสาร์-อาทิตย์ (8.00-12.00) วันเสาร์ ช่วงปิดเทอม ศุกร์ 19.00-22.00 และแล้วแต่ตาราง

ระยะเวลาที่เหมาะสม พบว่า ส่วนใหญ่สนใจเรียน 3-6 ชั่วโมง (1 วัน) ร้อยละ 47.25 รองลงมา คือ 9-12 ชั่วโมง (2 วัน) ร้อยละ 39.75 เรียน 15-18 ชั่วโมง (3 วัน) ร้อยละ 11.25 เรียน 1 ชั่วโมงต่อวัน ร้อยละ 1.25 และขึ้นอยู่กับเนื้อหาที่ทำการเปิดหลักสูตรอบรม ร้อยละ 0.50 ตามลำดับ

รูปแบบภาคฝึกอบรม พบว่า ส่วนใหญ่สนใจฝึกอบรมแบบออนไลน์ 50% ปฏิบัติ 50% ร้อยละ 53.00 รองลงมาคือ เรียนแบบปฏิบัติ 100% ร้อยละ 28.00 เรียนแบบออนไลน์ 100% ร้อยละ 18.50 เรียนแบบออนไลน์ 30% ปฏิบัติ 70% ร้อยละ 0.25 และยืดหยุ่นตามความเหมาะสม ร้อยละ 0.25 ตามลำดับ

ลักษณะของหลักสูตรที่สนใจ พบว่า ส่วนใหญ่สนใจเรียนหลักสูตรที่จบใน 1 หลักสูตร ร้อยละ 82.00 รองลงมาคือ หลักสูตรแบบต่อเนื่อง ร้อยละ 13.50 และหลักสูตรแบบสะสมชั่วโมง ร้อยละ 4.50 ตามลำดับ

ความต้องการหลังฝึกอบรม พบว่า ส่วนใหญ่ต้องการได้รับใบประกาศนียบัตร ร้อยละ 87.00 รองลงมาคือ เก็บสะสมชั่วโมงเพื่อเทียบโอนหน่วยกิต ร้อยละ 11.50 และพัฒนาความรู้ ร้อยละ 1.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 คุณลักษณะหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสารสนเทศ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมต่อครั้ง

คุณลักษณะหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสารสนเทศ	\bar{X}	S.D.	F	Min	Max
ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมต่อครั้ง	4,962.17	9,761.26	1,000	100	100,000

จากตารางที่ 4.3 คุณลักษณะหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสารสนเทศ จำแนกตามค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมต่อครั้ง พบว่า ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยอยู่ที่ 4,962.17 บาท โดยส่วนใหญ่สามารถจ่ายค่าใช้จ่ายต่อ 1 หลักสูตรที่ 1,000 บาท สามารถจ่ายต่ำสุดอยู่ที่ 100 บาท และสามารถจ่ายสูงสุดที่ 100,000 บาท

4.3 ผลการศึกษาความต้องการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสารสนเทศ

การศึกษาดูความต้องการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสารสนเทศ การสำรวจความต้องการพัฒนาตนเองเพื่อนำไปใช้ประกอบการทำงาน และการประกอบอาชีพ โดยการเรียนหลักสูตรระยะสั้น โดยการสำรวจจากผู้ให้ข้อมูล 400 คน และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ และร้อยละ สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังนี้

ตารางที่ 4.4 ความต้องการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสารสนเทศ

ความต้องการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสารสนเทศ	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม	400	100.00
1. การถ่ายวีดิโอและตัดต่อคลิปด้วยโทรศัพท์มือถือ เพื่อการนำเสนอการขายออนไลน์	165	41.25
2. การถ่ายภาพเพื่อการเล่าเรื่องด้วยโทรศัพท์มือถือ	134	33.50

ความต้องการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น ทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน	จำนวน	ร้อยละ
3. การตลาดออนไลน์	116	29.00
4. การออกแบบกราฟิกเพื่อการสื่อสารตราสินค้า	115	28.75
5. การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อการสื่อสารตราสินค้าชุมชน	112	28.00
6. เทคนิคการตกแต่งภาพ	109	27.25
7. การใช้สมาร์ทโฟนสร้างยอดขาย	109	27.25
8. การจัดการกิจกรรมทางการตลาดออฟไลน์	102	25.50
9. การสร้างเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และการใช้เครือข่าย สังคมออนไลน์ในการขายสินค้า	95	23.75
10. การใช้แอปพลิเคชันเพื่อการสอนออนไลน์	95	23.75
11. การตัดต่อภาพและเสียง	93	23.25
12. การสร้างสรรค์ภูมิปัญญาไทยสู่ผลิตภัณฑ์ชุมชน	91	22.75
13. การพูดและการสื่อสารในที่ชุมชน	87	21.75
14. การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน	83	20.75
15. การคิดสร้างสรรค์เพื่อการสร้างแบรนด์	76	19.00
16. การออกแบบกราฟิกเพื่อการเล่าเรื่อง	74	18.50
17. การออกแบบทางคอมพิวเตอร์กราฟิก	73	18.25
18. การถ่ายภาพเพื่อสื่อดิจิทัล	72	18.00
19. การสร้างเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	71	17.75
20. คอมพิวเตอร์สำหรับผู้สูงอายุ	71	17.75
21. การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	69	17.25
22. การออกแบบตราสินค้าชุมชน	68	17.00
23. การสร้างภาพเคลื่อนไหว 2	67	16.75
24. การสร้างแบรนด์ให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน	66	16.50
25. การวางแผนสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์	65	16.25
26. เทคนิควางขายในร้านค้า Pop up Shop	64	16.00
27. กฎหมาย พรบ. คอมพิวเตอร์	63	15.75
28. การออกแบบเชิงสร้างสรรค์	63	15.75
29. การพัฒนาบุคลิกภาพเพื่อการนำเสนอสินค้า	62	15.50

ความต้องการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น ทางเทคโนโลยีสารสนเทศ	จำนวน	ร้อยละ
30. เทคนิคการจัดสัมมนา และการออกบู๊ทขายของ	59	14.75
31. การเขียนเพื่อการแนะนำผลิตภัณฑ์ชุมชน	57	14.25
32. การออกแบบป้ายโฆษณาสำหรับชุมชน	57	14.25
33. สื่อสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์	57	14.25
34. การถ่ายภาพสำหรับผู้สูงอายุ	55	13.75
35. การผลิตภาพยนตร์โฆษณา	55	13.75
36. การสร้างภาพเคลื่อนไหว 3 ชั้นสูง	55	13.75
37. การออกแบบและผลิตเกมเบื้องต้น	55	13.75
38. รู้เท่าทันสื่อ (เนื้อหาปรับตามกลุ่มผู้เรียน)	53	13.25
39. การวาดภาพและองค์ประกอบศิลป์	53	13.25
40. การสร้างภาพเคลื่อนไหว 3 เบื้องต้น	53	13.25
41. การวิเคราะห์เจาะลึกความต้องการของผู้บริโภค	52	13.00
42. การเขียนบทเพื่องานมัลติมีเดีย	52	13.00
43. การออกแบบและผลิตเกมขั้นสูง	51	12.75
44. การพัฒนาผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรมรุ่นใหม่	48	12.00
45. การออกแบบเทคนิคภาพพิเศษ	46	11.50
46. เครื่องมือการออกแบบธุรกิจออนไลน์เชิงวัฒนธรรม	45	11.25
47. การเขียนบทวิทยุโทรทัศน์	45	11.25
48. การผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์	45	11.25
49. เทคนิคการประกาศทางวิทยุโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง	44	11.00
50. การต่อยอดธุรกิจผู้ประกอบการด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล	43	10.75
51. เทคนิคพิเศษสำหรับภาพยนตร์	43	10.75
52. การพัฒนาผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนเข้าสู่ธุรกิจ	42	10.50
53. การเขียนบทวิทยุกระจายเสียง	40	10.00
54. การผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง	39	9.75
55. การใช้สกุลเงินต่างประเทศและสกุลเงินอิเล็กทรอนิกส์	36	9.00

จากตารางที่ 4.4 แสดงความต้องการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ซึ่ง 20 หลักสูตรผู้ให้ข้อมูลมีความสนใจมากที่สุด ได้แก่

1. การถ่ายวีดีโอและตัดต่อคลิปด้วยโทรศัพท์มือถือ เพื่อการนำเสนอการขายนอนไลน์ ร้อยละ 41.25
2. การถ่ายภาพเพื่อการเล่าเรื่องด้วยโทรศัพท์มือถือ ร้อยละ 33.50
3. การตลาดออนไลน์ ร้อยละ 29.00
4. การออกแบบกราฟิกเพื่อการสื่อสารตราสินค้า ร้อยละ 28.75
5. การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อการสื่อสารตราสินค้าชุมชน ร้อยละ 28.00
6. เทคนิคการตกแต่งภาพ ร้อยละ 27.25
7. การใช้สมาร์ตโฟนสร้างยอดขาย ร้อยละ 27.25
8. การจัดการกิจกรรมทางการตลาดออนไลน์ ร้อยละ 25.50
9. การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการขายสินค้า ร้อยละ 23.75
10. การใช้แอปพลิเคชันเพื่อการสอนออนไลน์ ร้อยละ 23.75
11. การตัดต่อภาพและเสียง ร้อยละ 23.25
12. การสร้างสรรค์ภูมิปัญญาไทยสู่ผลิตภัณฑ์ชุมชน ร้อยละ 22.75
13. การพูดและการสื่อสารในที่ชุมชน ร้อยละ 21.75
14. การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน ร้อยละ 20.75
15. การคิดสร้างสรรค์เพื่อการสร้างแบรนด์ ร้อยละ 19.00
16. การออกแบบกราฟิกเพื่อการเล่าเรื่อง ร้อยละ 18.50
17. การออกแบบทางคอมพิวเตอร์กราฟิก ร้อยละ 18.25
18. การถ่ายภาพเพื่อสื่อดิจิทัล ร้อยละ 18.00
19. การสร้างเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ร้อยละ 17.75
20. คอมพิวเตอร์สำหรับผู้สูงอายุ ร้อยละ 17.75

4.3 ผลการศึกษาศึกษาแรงจูงใจในการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

การศึกษาแรงจูงใจในการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน โดยการสำรวจจากผู้ให้ข้อมูล 400 คน และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สามารถนำเสนอผลการศึกษา ดังนี้

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจในการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

รายการ	การแปลผล		
	\bar{X}	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
แรงจูงใจส่วนตัว	4.14	0.47	มาก
1. มีความชอบในหลักสูตรที่เลือกเรียน	3.89	0.85	มาก
2. ต้องการพัฒนาศักยภาพของตน	4.51	0.60	มากที่สุด
3. ต้องการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ที่ยังไม่เคยเรียน	4.45	0.67	มาก
4. ต้องการพัฒนาพื้นฐานต่อการทำงานในอนาคต	3.89	0.82	มาก
5. ต้องการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	4.55	0.63	มากที่สุด
6. ต้องการพัฒนาตนเองให้มีความชำนาญเฉพาะด้าน	4.17	0.72	มาก
7. ต้องการนำความรู้ที่ได้ไปใช้ในชีวิตประจำวัน	4.22	0.70	มาก
8. ต้องการใช้เวลาว่างบางส่วนเพื่อการเรียนรู้	3.70	0.96	มาก
9. ต้องการหาเพื่อนใหม่ผ่านการเรียน	3.99	0.80	มาก
10. ต้องการพัฒนาความสามารถเฉพาะด้านตามหลักสูตรที่เลือกเรียน	4.09	0.76	มาก
แรงจูงใจด้านอาชีพ	4.06	0.50	มาก
1. ต้องการนำความรู้ที่ได้รับไปพัฒนาอาชีพ	3.92	0.83	มาก
2. ต้องการหาความรู้เพิ่มเติมสำหรับการทำงาน	3.99	0.73	มาก
3. ต้องการนำความรู้ที่ได้ไปหารายได้เพิ่มเติม	4.03	0.67	มาก
4. ต้องการหาประสบการณ์เพื่อประกอบอาชีพใหม่ๆ	4.26	0.65	มาก
5. ต้องการนำไปเพิ่มโอกาสความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	4.24	0.69	มาก

รายการ	การแปลผล		
	\bar{x}	S.D.	ระดับ แรงจูงใจ
6. ต้องการเพิ่มทักษะความชำนาญในอาชีพ	3.99	0.74	มาก
7. ต้องการนำใบประกาศนียบัตรไปประกอบการ ประเมินหรือสมัครงานใหม่	4.14	0.69	มาก
8. ต้องการเปลี่ยนอาชีพใหม่	4.09	0.70	มาก
9. ต้องการเพิ่มโอกาสในการประกอบอาชีพที่ หลากหลาย	4.15	0.88	มาก
10. ต้องการเพิ่มโอกาสในการเลือกอาชีพมากขึ้น	3.80	0.93	มาก
แรงจูงใจด้านสังคม	3.79	0.72	มาก
1. ต้องการเรียนรู้ในสภาพแวดล้อมใหม่ๆ	4.12	0.71	มาก
2. ต้องการสร้างมิตรภาพใหม่ๆ	4.17	0.90	มาก
3. ต้องการโอกาสในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับ ผู้อื่น	3.83	0.96	มาก
4. ต้องการประสบการณ์การปรับตัวให้เข้ากับผู้อื่น	3.69	1.00	มาก
5. ต้องการรู้จักบุคคลจากหลายหลายอาชีพและสังคม	3.68	1.03	มาก
6. ต้องการนำความรู้ไปพัฒนาสังคม	3.66	1.03	มาก
7. ต้องการเปลี่ยนบทบาททางสังคม	3.80	1.05	มาก
8. ความจำเป็นจากบทบาท ภาระ หน้าที่ทางสังคม	3.40	1.09	ปานกลาง
ภาพรวมแรงจูงใจในการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น	4.01	0.48	มาก

จากตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจในการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน พบว่า ในภาพรวมแรงจูงใจในการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสรุปได้ดังนี้

แรงจูงใจส่วนตัว พบว่า ในภาพรวมแรงจูงใจในการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.14 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ต้องการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.55 รองลงมาคือ ต้องการพัฒนาศักยภาพของตน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.51 และต้องการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ที่ยังไม่เคยเรียน อยู่ใน

ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.45 ส่วนข้อที่มีแรงจูงใจน้อยที่สุด คือ ต้องการใช้เวลาว่างบางส่วนเพื่อ การเรียนรู้ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.70

แรงจูงใจด้านอาชีพ พบว่า ในภาพรวมแรงจูงใจในการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น อยู่ใน ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.06 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ต้องการหา ประสบการณ์เพื่อประกอบอาชีพใหม่ ๆ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.26 รองลงมาคือ ต้องการ นำไปเพิ่มโอกาสความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.24 และต้องการ เพิ่มโอกาสในการประกอบอาชีพที่หลากหลาย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.15 ส่วนข้อที่มี แรงจูงใจน้อยที่สุด คือ ต้องการเพิ่มโอกาสในการเลือกอาชีพมากขึ้น อยู่ในระดับมาก มี ค่าเฉลี่ย 3.80

แรงจูงใจด้านสังคม พบว่า ในภาพรวมแรงจูงใจในการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น อยู่ใน ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.79 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ต้องการสร้างมิตรภาพ ใหม่ ๆ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.17 รองลงมาคือ ต้องการเรียนรู้ในสภาพแวดล้อมใหม่ ๆ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.12 และต้องการโอกาสในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น อยู่ ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.83 ส่วนข้อที่มีแรงจูงใจน้อยที่สุด คือ ความจำเป็นจากบทบาท ภาระ หน้าที่ทางสังคม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 4.01

4.4 ช่องทางการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการฝึกอบรมหลักสูตร ระยะสั้น

การศึกษาช่องทางการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น โดยการสำรวจจากผู้ให้ข้อมูล 400 คน และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สามารถนำเสนอผลการศึกษา ดังนี้

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจในการฝึกอบรมหลักสูตร ระยะสั้น ทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

รายการ	การแปลผล		
	\bar{x}	S.D.	ระดับการเปิดรับ ข้อมูลข่าวสาร
1. โทรทัศน์	3.56	1.00	มาก
2. วิทยุกระจายเสียง	2.82	1.00	ปานกลาง
3. หนังสือพิมพ์	2.75	0.96	ปานกลาง

รายการ	การแปลผล		
	\bar{x}	S.D.	ระดับการเปิดรับ ข้อมูลข่าวสาร
4. เว็บไซต์หน่วยงานที่จัด	3.57	1.05	มาก
5. Facebook	4.34	0.77	มาก
6. คนรู้จัก	3.35	0.89	ปานกลาง
ภาพรวม	3.15	0.93	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับแรงจูงใจในการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น ทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน พบว่า ในภาพรวมมีระดับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการฝึกอบรมหลักสูตร อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.15 เมื่อพิจารณาตามช่องทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร พบว่า ส่วนใหญ่เปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านทางเฟซบุ๊ก อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.34 รองลงมาเปิดรับข่าวสารผ่านทางเว็บไซต์หน่วยงานที่จัด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.57 ช่องทางโทรทัศน์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.56 ช่องทางคนรู้จัก อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.35 ช่องทางวิทยุกระจายเสียง อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.82 และช่องทางหนังสือพิมพ์ อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.82 ตามลำดับ

4.6 แนวทางพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

จากการศึกษาผลการศึกษาคูณลักษณะหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ความต้องการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน แรงจูงใจในการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น และช่องทางการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น สามารถนำเสนอแนวทางการพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ซึ่งคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ควรพัฒนาหลักสูตรที่มีผู้สนใจร้อยละ 20 ขึ้นไป พบว่าประกอบด้วย 14 หลักสูตร ได้แก่

1. การถ่ายวิดีโอและตัดต่อคลิปด้วยโทรศัพท์มือถือ เพื่อการนำเสนอการขายออนไลน์
2. การถ่ายภาพเพื่อการเล่าเรื่องด้วยโทรศัพท์มือถือ
3. การตลาดออนไลน์

4. การออกแบบกราฟิกเพื่อการสื่อสารตราสินค้า
5. การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อการสื่อสารตราสินค้าชุมชน
6. เทคนิคการตกแต่งภาพ
7. การใช้สมาร์ทโฟนสร้างยอดขาย
8. การจัดการกิจกรรมทางการตลาดออฟไลน์
9. การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการขายสินค้า
10. การใช้แอปพลิเคชันเพื่อการสอนออนไลน์
11. การตัดต่อภาพและเสียง
12. การสร้างสรรค์ภูมิปัญญาไทยสู่ผลิตภัณฑ์ชุมชน
13. การพูดและการสื่อสารในที่ชุมชน
14. การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน

คุณลักษณะหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มีรายละเอียดดังนี้

1. เปิดสอนเสาร์-อาทิตย์ (09.00-16.00 น.)
2. ระยะเวลา 3-6 ชั่วโมง (1 วัน) และ 9-12 ชั่วโมง (2 วัน)
3. รูปแบบการฝึกอบรม แบบออนไลน์ 50% ปฏิบัติ 50% และปฏิบัติ 100%
4. ลักษณะหลักสูตรระยะสั้นเป็นหลักสูตรที่จบใน 1 หลักสูตร
5. มอบรับใบประกาศนียบัตรหลังฝึกอบรม
6. ค่าใช้จ่ายต่อหลักสูตรไม่เกิน 5,000 บาท

ช่องทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น ควรใช้ช่องทางการประชาสัมพันธ์

ผ่านทางช่องทางเฟซบุ๊ก และเว็บไซต์ของหน่วยงานเป็นหลัก

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยตามระเบียบวิธีวิจัยที่ได้กำหนดไว้ โดยทำการนำเสนอผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย และสามารถสรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.3 อภิปรายผลการวิจัย

5.3 ข้อเสนอแนะการวิจัย

5.1 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนาระบบการพัฒนาาระบบส่งบทความออนไลน์ของวารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร สรุปได้ดังนี้

5.1.1 วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์หลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน
- 2) เพื่อศึกษาความต้องการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน
- 3) เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน
- 4) เพื่อศึกษาช่องทางการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น
- 5) เพื่อกำหนดแนวทางพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

5.1.2 ระเบียบวิธีวิจัย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยกำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยไว้ดังนี้

- 1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ประชาชนทั่วไปในวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทำการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม G*Power ในการคำนวณตามสถิติ Linear Multiple Regression ทำให้ได้ขนาดตัวอย่างขั้นต่ำ

74 คน แต่เนื่องจากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้เครื่องมือออนไลน์ เพื่อให้ผลการวิจัยมีความน่าเชื่อถือสูงสุด คณะผู้วิจัยจึงใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นระยะเวลา 2 เดือน ทำให้ได้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ที่ให้ข้อมูลด้วยความสมัครใจด้วยการตอบแบบสอบถามออนไลน์

2) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ แบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

- 2.1) ลักษณะประชากรของผู้ให้ข้อมูล
- 2.2) คุณลักษณะหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน
- 2.3) ความต้องการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน
- 2.4) แรงจูงใจในการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน
- 2.5) ช่องทางการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น
- 2.6) ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

3) การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการกำหนดการเก็บรวบรวมข้อมูลไว้ 2 รูปแบบได้แก่ การแจกเอกสาร และแบบสอบถามออนไลน์ ดังนี้

- 3.1) แจกแบบสอบถามการพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับประชากรกลุ่มวัยทำงานที่เต็มใจให้ข้อมูล จำนวน 200 คน
- 3.2) ส่งลิงค์แบบสอบถามการพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน คือ <https://qr.go.page.link/MSsnp> หรือ หรือส่ง QR-Cord เพื่อรวบรวมข้อมูลให้ได้ 200 คน



ภาพที่ 5.1 QR-code แบบประเมินออนไลน์

4) สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยกำหนดสถิติเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาระดับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการฝึกอบรมระยะสั้น ดังนี้ (ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ, 2540)

ค่าเฉลี่ยระหว่าง	4.50–5.00	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	3.50–4.49	มาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	2.50–3.49	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	1.50–2.49	สมน้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง	0.00–1.49	น้อยที่สุด

5.1.3 ผลการวิจัย สามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1) ข้อมูลลักษณะประชากร พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 68.50 มีอายุระหว่าง 20–30 ปี ร้อยละ 35.75 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 56.00 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท ร้อยละ 33.00 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 72.50 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 15,000–30,000 บาท ร้อยละ 49.75

2) คุณลักษณะหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน พบว่า ส่วนใหญ่สนใจเรียนในวันเสาร์-อาทิตย์ (09.00–16.00 น.) ร้อยละ 68.75 สนใจเรียน 3–6 ชั่วโมง (1 วัน) ร้อยละ 47.25 สนใจฝึกอบรมแบบออนไลน์ 50% ปฏิบัติ 50% ร้อยละ 53.00 สนใจเรียนหลักสูตรที่จบใน 1 หลักสูตร ร้อยละ 82.00 ต้องการได้รับใบประกาศนียบัตร ร้อยละ 87.00 และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยอยู่ที่ 4,962.17 บาท

3) ความต้องการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน 20 หลักสูตรแรก ดังนี้

3.1) การถ่ายวิดีโอและตัดต่อคลิปด้วยโทรศัพท์มือถือ เพื่อการนำเสนอ การขายออนไลน์ ร้อยละ 41.25

3.2) การถ่ายภาพเพื่อการเล่าเรื่องด้วยโทรศัพท์มือถือ ร้อยละ 33.50

3.3) การตลาดออนไลน์ ร้อยละ 29.00

3.4) การออกแบบกราฟิกเพื่อการสื่อสารตราสินค้า ร้อยละ 28.75

3.5) การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อการสื่อสารตราสินค้าชุมชน ร้อยละ 28.00

3.6) เทคนิคการตกแต่งภาพ ร้อยละ 27.25

3.7) การใช้สมาร์ทโฟนสร้างยอดขาย ร้อยละ 27.25

3.8) การจัดการกิจกรรมทางการตลาดออนไลน์ 25.50

- 3.9) การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการขายสินค้า ร้อยละ 23.75
- 3.10) การใช้แอปพลิเคชันเพื่อการสอนออนไลน์ ร้อยละ 23.75
- 3.11) การตัดต่อภาพและเสียง ร้อยละ 23.25
- 3.12) การสร้างสรรค์ภูมิปัญญาไทยสู่ผลิตภัณฑ์ชุมชน ร้อยละ 22.75
- 3.13) การพูดและการสื่อสารในที่ชุมชน ร้อยละ 21.75
- 3.14) การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน ร้อยละ 20.75
- 3.15) การคิดสร้างสรรค์เพื่อการสร้างแบรนด์ ร้อยละ 19.00
- 3.16) การออกแบบกราฟิกเพื่อการเล่าเรื่อง ร้อยละ 18.50
- 3.17) การออกแบบทางคอมพิวเตอร์กราฟิก ร้อยละ 18.25
- 3.18) การถ่ายภาพเพื่อสื่อดิจิทัล ร้อยละ 18.00
- 3.19) การสร้างเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ร้อยละ 17.75
- 3.20) คอมพิวเตอร์สำหรับผู้สูงอายุ ร้อยละ 17.75
- 4) แรงจูงใจในการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สรุปได้ดังนี้
- 4.1) แรงจูงใจส่วนตัว พบว่า ในภาพรวมแรงจูงใจในการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.14 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ต้องการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.55 รองลงมาคือ ต้องการพัฒนาศักยภาพของตน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.51 และต้องการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยเรียน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.45 ส่วนข้อที่มีแรงจูงใจน้อยที่สุด คือ ต้องการใช้เวลาว่างบางส่วนเพื่อการเรียนรู้ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.70
- 4.2) แรงจูงใจด้านอาชีพ พบว่า ในภาพรวมแรงจูงใจในการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.06 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ต้องการหาประสบการณ์เพื่อประกอบอาชีพใหม่ๆ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.26 รองลงมาคือ ต้องการนำไปเพิ่มโอกาสความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.24 และต้องการเพิ่มโอกาสในการประกอบอาชีพที่หลากหลาย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.15 ส่วนข้อที่มีแรงจูงใจน้อยที่สุด คือ ต้องการเพิ่มโอกาสในการเลือกอาชีพมากขึ้น อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.80
- 4.3) แรงจูงใจด้านสังคม พบว่า ในภาพรวมแรงจูงใจในการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.79 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ 3 ลำดับแรก ได้แก่ ต้องการสร้างมิตรภาพใหม่ๆ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.17 รองลงมาคือ ต้องการ

เรียนรู้ในสภาพแวดล้อมใหม่ๆ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.12 และต้องการโอกาสในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.83 ส่วนข้อที่มีแรงจูงใจน้อยที่สุด คือ ความจำเป็นจากบทบาท ภาระ หน้าที่ทางสังคม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 4.01

5) ช่องทางการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นพบว่า ในภาพรวมมีระดับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการฝึกอบรมหลักสูตร อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.15 เมื่อพิจารณาตามช่องทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร พบว่า ส่วนใหญ่เปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านทางเฟซบุ๊ก อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.34 รองลงมาเปิดรับข่าวสารผ่านทางเว็บไซต์หน่วยงานที่จัด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.57 ช่องทางโทรทัศน์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.56 ช่องทางคนรู้จัก อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.35 ช่องทางวิทยุกระจายเสียง อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.82 และช่องทางหนังสือพิมพ์ อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.82 ตามลำดับ

6) แนวทางพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พบว่า

6.1) หลักสูตรระยะสั้นที่คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนควรเปิดสอน 14 หลักสูตร ได้แก่

1. การถ่ายวีดีโอและตัดต่อคลิปด้วยโทรศัพท์มือถือเพื่อการนำเสนอการขายออนไลน์
2. การถ่ายภาพเพื่อการเล่าเรื่องด้วยโทรศัพท์มือถือ
3. การตลาดออนไลน์
4. การออกแบบกราฟิกเพื่อการสื่อสารตราสินค้า
5. การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อการสื่อสารตราสินค้าชุมชน
6. เทคนิคการตกแต่งภาพ
7. การใช้สมาร์ทโฟนสร้างยอดขาย
8. การจัดการกิจกรรมทางการตลาดออฟไลน์
9. การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการขายสินค้า
10. การใช้แอปพลิเคชันเพื่อการสอนออนไลน์
11. การตัดต่อภาพและเสียง
12. การสร้างสรรค์ภูมิปัญญาไทยสู่ผลิตภัณฑ์ชุมชน
13. การพูดและการสื่อสารในที่ชุมชน

14. การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน

6.2) คุณลักษณะหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มีรายละเอียดดังนี้

1. เปิดสอนเสาร์-อาทิตย์ (09.00-16.00 น.)
2. ระยะเวลา 3-6 ชั่วโมง (1 วัน) และ 9-12 ชั่วโมง (2 วัน)
3. รูปแบบการฝึกอบรม แบบออนไลน์ 50% ปฏิบัติ 50% และปฏิบัติ 100%
4. ลักษณะหลักสูตรระยะสั้นเป็นหลักสูตรที่จบใน 1 หลักสูตร
5. มอบรับใบประกาศนียบัตรหลังฝึกอบรม
6. ค่าใช้จ่ายต่อหลักสูตรไม่เกิน 5,000 บาท โดยส่วนใหญ่

สามารถจ่ายค่าใช้จ่ายต่อ 1 หลักสูตรที่ 1,000 บาท

6.3) ช่องทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น ควรใช้ช่องทางการประชาสัมพันธ์ผ่านทางผ่านทางเฟซบุ๊ก และเว็บไซต์ของหน่วยงานเป็นหลัก

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เป็น การวิจัยเพื่อศึกษาข้อมูลเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นของคณะเทคโนโลยี สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร สามารถนำผลการวิจัยมาอภิปราย ผลตามวัตถุประสงค์การ ดังนี้

คุณลักษณะหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน พบว่า ส่วนใหญ่สนใจเรียน ในวันเสาร์-อาทิตย์ (09.00-16.00 น.) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากคนส่วนใหญ่จะทำงานในวันเวลา ราชการคือวันจันทร์ถึงวันศุกร์ ดังนั้น การเปิดสอนหลักสูตรระยะสั้นในวันเสาร์-อาทิตย์ จะทำให้ผู้ที่สนใจเข้ารับการฝึกอบรมสามารถลงทะเบียนเรียนได้ สอดคล้องกับมาลาตี สังศรี และ อูไร สุทธิแย้ม (2562) ที่พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างต้องการเรียนหลักสูตรระยะสั้นในวันเสาร์ ถึงวันอาทิตย์ และส่วนใหญ่สนใจฝึกอบรมหลักสูตร 3-6 ชั่วโมง (1 วัน) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก การฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น ควรสามารถเรียนจบในระยะเวลาอันสั้น เนื่องจากผู้เข้ารับการ ฝึกอบรมส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงาน ดังนั้น จึงมีเวลาค่อนข้างจำกัดในการเข้ารับการฝึกอบรม ประกอบกับส่วนใหญ่ต้องการฝึกอบรมเนื่องจากการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ และส่วน ใหญ่สนใจฝึกอบรมแบบออนไลน์ 50% ปฏิบัติ 50% เนื่องจากการฝึกอบรมส่วนใหญ่จะมีเนื้อหา ภาคทฤษฎี และฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ดังนั้น การจัดหลักสูตรระยะสั้นแบบออนไลน์

ผสมผสานกับการฝึกปฏิบัติในห้องปฏิบัติการทำให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความสนใจมากกว่า ซึ่งอาจจัดเป็นหลักสูตรเรียนทฤษฎีออนไลน์ และภาคปฏิบัติในห้องปฏิบัติการ จะเป็นการลดภาระในการเข้ารับการฝึกอบรมของผู้ที่สนใจได้มากกว่าการเข้ารับการฝึกอบรมแบบปฏิบัติการแบบ 100 เปอร์เซ็นต์ นอกจากนี้ ส่วนใหญ่ยังสนใจเรียนหลักสูตรที่จบใน 1 หลักสูตร เนื่องจาก การฝึกอบรมระยะสั้นจะมีเนื้อหาไม่เยอะ แต่เป็นการฝึกอบรมเฉพาะเรื่องสำหรับผู้เข้ารับการ ฝึกอบรมต้องการ และส่วนใหญ่ต้องการได้รับใบประกาศนียบัตร เพื่อแสดงถึงความสำเร็จหรือ เรียนสำเร็จตามหลักสูตรระยะสั้น ซึ่งผู้เข้ารับการฝึกอบรมสามารถนำไปประกาศนียบัตรไป ประกอบการประเมินผลงาน หรือใช้ประโยชน์อื่น ๆ ตามความจำเป็น ในขณะที่ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่ ผู้เข้ารับการฝึกอบรมสามารถจ่ายได้ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4,962.17 บาท หรือไม่เกิน 5,000 บาท โดยส่วนใหญ่สามารถจ่ายค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมอยู่ที่ 1,000 บาทต่อ 1 หลักสูตร ทั้งนี้อาจ เนื่องมาจากการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น เป็นเนื้อหาเสริมที่ผู้เข้าฝึกอบรมต้องการเรียนรู้เพื่อ นำไปพัฒนาตนเองในการทำงาน และเนื่องจากภาระค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่กลุ่มคนวัยทำงานต้อง รับผิดชอบมีค่อนข้างมาก ส่งผลทำให้กำลังการจ่ายเงินเพื่อฝึกอบรมมีจำนวนน้อย นอกจากนี้ ยังมีหลักสูตรฝึกอบรมแบบออนไลน์ที่ให้บริการฟรี รวมหน่วยงานภาครัฐส่วนใหญ่ก็จะมี โครงการฝึกอบรมที่มีไว้สำหรับบริการฟรีให้ประชาชนที่มีความต้องการ ยังมีวิทยาลัยสารพัด ช่างที่เปิดสอนหลักสูตรระยะสั้นราคาถูก และศูนย์ฝึกวิชาชีพต่าง ๆ ที่เปิดให้บริการฝึกอบรมฟรี อีกด้วย

แรงจูงใจในการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน พบว่า ใน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องมาจากความต้องการพัฒนาตนเองของกลุ่มคนวัยทำงานที่ ต้องการพัฒนาตนเองเพื่อการประกอบอาชีพ หรือเพื่อเปิดโอกาสให้กับตนเองได้เรียนรู้สังคมที่ กว้างขึ้น ดังนั้น เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่ แรงจูงใจส่วนตัว อยู่ในระดับมาก โดยส่วน ใหญ่ต้องการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ ซึ่งอาจจะส่งผลต่อการไปใช้ในการทำงานในอนาคตได้ ส่วนแรงจูงใจด้านอาชีพ อยู่ในระดับมาก โดยส่วนใหญ่ต้องการหาประสบการณ์เพื่อประกอบ อาชีพใหม่ๆ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และการเปลี่ยนของตามบริบท ของสังคม รวมถึงรูปแบบการทำงานต่าง ๆ ส่งผลให้มีการแข่งขันกันมากขึ้น ดังนั้น ประชากร วัยทำงานจะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ มีทักษะที่หลากหลาย สามารถทำงานได้หลากหลายรูปแบบ ซึ่งการเลือกฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นจะเป็นการพัฒนาศักยภาพของตนเองได้เป็นอย่างดี และแรงจูงใจด้านสังคม อยู่ในระดับมาก โดยส่วนใหญ่ต้องการสร้างมิตรภาพใหม่ๆ อยู่ในระดับ มาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากบริบทของสังคมที่เปลี่ยนไป การทำงานให้ประสบความสำเร็จไม่ สามารถทำงานได้เพียงคนเดียว แต่ต้องมีการติดต่อสื่อสารการประสานงานกับบุคคลอื่น ๆ

เพื่อสร้างความร่วมมือในการทำงานร่วมกัน รวมถึงเป็นการสร้างเครือข่าย และการขยาย ขอบเขตงานให้กว้างขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของจินตนา ไทธานี (2557) ที่พบว่า นักศึกษามี แรงจูงใจในการเข้าเรียนฝึกอาชีพในศูนย์ฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก โดยมี แรงจูงใจส่วนตัวเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ แรงจูงใจด้านสังคม และแรงจูงใจด้านอาชีพ และ สอดคล้องกับมาลาตี สังศรี และอุไร สุทธิแย้ม (2562) ที่พบว่า แรงจูงใจในภาพรวมอยู่ใน ระดับมาก และด้านสภาพสังคม ด้านเหตุผลส่วนตัว และด้านความคาดหวังในการประกอบ อาชีพ อยู่ในระดับมาก

ช่องทางการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น พบว่า มีระดับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการฝึกอบรมหลักสูตร อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อ พิจารณาตามช่องทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร พบว่า ส่วนใหญ่เปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่าน ทางเฟซบุ๊ก และเว็บไซต์หน่วยงานที่จัด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ทำให้ปัจจุบันคนนิยมใช้สื่อประเภทโซเชียลมีเดียมากกว่าสื่อกระแสหลัก ดังนั้นความสำเร็จของ การทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ได้เปลี่ยนรูปแบบไปอยู่บนแพลตฟอร์มออนไลน์มาก ยิ่งขึ้น สอดคล้องกับอภิชาจ พุกสวัสดิ์ และกุลทิพย์ ศาสตรระรุจิ (2556) ที่นำเสนอเกี่ยวกับ การ ประชาสัมพันธ์ภายใต้กระแสสังคมออนไลน์ พบว่า เฟซบุ๊ก เครือข่ายสังคมออนไลน์อันดับ หนึ่งของโลกที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

แนวทางพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พบว่า หลักสูตร ระยะสั้นที่คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนควรเปิดสอน 14 หลักสูตร ได้แก่ 1) การถ่ายวิดีโอและ ตัดต่อคลิปด้วยโทรศัพท์มือถือ เพื่อการนำเสนอการขายออนไลน์ 2) การถ่ายภาพเพื่อการเล่า เรื่องด้วยโทรศัพท์มือถือ 3) การตลาดออนไลน์ 4) การออกแบบกราฟิกเพื่อการสื่อสารตรา ลินค้า 5) การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อการสื่อสารตราสินค้าชุมชน 6) เทคนิคการตกแต่งภาพ 7) การ ใช้สมาร์ทโฟนสร้างยอดขาย 8) การจัดการกิจกรรมทางการตลาดออฟไลน์ 9) การสร้าง เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการขายสินค้า 10) การใช้ แอปพลิเคชันเพื่อการสอนออนไลน์ 11) การตัดต่อภาพและเสียง 12) การสร้างสรรค์ภูมิปัญญา ไทยสู่ผลิตภัณฑ์ชุมชน 13) การพูดและการสื่อสารในที่ชุมชน และ 14) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน ดังนั้น คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชม

มงคลพระนคร ควรนำหลักสูตรทั้ง 14 หลักสูตรไปพัฒนาเป็นหลักสูตรระยะสั้นของคณะ เพื่อให้สามารถจัดเป็นหลักสูตรที่เปิดสอนตลอดทั้งปี ซึ่งจะเป็นหลักสูตรหารายได้ของคณะ ต่อไป

ส่วนผลการศึกษาคณะลักษณะหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ได้แก่ (1) เปิดสอนเสาร์-อาทิตย์ (09.00-16.00 น.) (2) ระยะเวลา 3-6 ชั่วโมง (1 วัน) และ 9-12 ชั่วโมง (2 วัน) (3) รูปแบบการฝึกอบรม แบบออนไลน์ 50% ปฏิบัติ 50% และปฏิบัติ 100% (4) ลักษณะหลักสูตรระยะสั้นเป็นหลักสูตรที่จบใน 1 หลักสูตร (5) มอบรับใบประกาศนียบัตร หลังฝึกอบรม และ (6) ค่าใช้จ่ายต่อหลักสูตรไม่เกิน 5,000 บาท โดยส่วนใหญ่สามารถจ่าย ค่าใช้จ่ายต่อ 1 หลักสูตรที่ 1,000 บาท คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร สามารถนำไปเป็นข้อมูลประกอบการการออกแบบหลักสูตรของคณะให้ ตรงตามความต้องการของผู้รับบริการได้

ช่องทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรระยะสั้น ควรใช้ช่องทางการ ประชาสัมพันธ์ผ่านทางผ่านทางเฟซบุ๊ก และเว็บไซต์ของหน่วยงานเป็นหลัก คณะเทคโนโลยี สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร สามารถนำไปกำหนดเป็นกลยุทธ์ การประชาสัมพันธ์หลักสูตรให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด ซึ่งสื่อประเภทโซเชียลมีเดียใน ปัจจุบันกำลังได้รับความนิยม ดังนั้นคณะควรนำไปใช้เป็นเครื่องมือหลักในการประชาสัมพันธ์ หลักสูตรต่าง ๆ รวมไปถึงกิจกรรมอื่น ๆ ของคณะได้

5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาหลักสูตรวิชาชีพ ระยะสั้นสำหรับผู้สูงอายุ เนื่องจากแนวโน้มในอนาคต และสภาพสังคมไทยกำลังก้าวเข้าสู่ สังคมผู้สูงอายุแบบเต็มตัว และผู้สูงอายุยังมีศักยภาพในการเรียนหลักสูตรระยะสั้นเพื่อการ พัฒนาตนเองได้

เอกสารอ้างอิง

- การบริการทรัพยากรมนุษย์เพื่อระบบราชการไทยใสสะอาด. (2549, 3 เมษายน). สืบค้นจาก <http://www.songkhla.go.th/sunsonkhla/data04.htm>.
- การศึกษานอกโรงเรียน. (2555). นโยบายการศึกษาตลอดชีวิต. กรุงเทพมหานคร : นำทองการพิมพ์.
- กิตติ รัตนราชสี. (2554). การพัฒนาหลักสูตรฐานสมรรถนะเพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียนที่ตรงตามความต้องการของสถานประกอบการ. สืบค้นจาก http://www.ftqm.or.th/images/document/symposium/2011-12/fullpaper/Proceeding%20TQM%20PART%2012_Panyapiwat_DevelopmentCourse.pdf
- คัตนางค์ มณีศรี. (2555). จิตวิทยาทั่วไป. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : ช่อระกาการพิมพ์.
- จินตนา ไทธานี. (2557). แรงจูงใจในการเข้าศึกษาหลักสูตรวิชาชีพระยะสั้นของนักเรียนศูนย์ฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร. ปริญญานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษา ผู้ใหญ่ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ชูชัย สมितिไกร. (2544). กลยุทธ์ในการฝึกอบรม. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธงชัย สันติวงษ์ และชัยยศ สันติวงษ์. (2542). พฤติกรรมบุคคลในองค์การ. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช.
- ปราโมทย์ จันทรเรือง. (2548). หลักการและแนวทางการพัฒนาหลักสูตร. สาขาหลักสูตรและการสอน คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.
- พรธณงาม เสาะแสวง. (2545). การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมผู้ประเมินคุณภาพภายในสถาบันศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา. วชิยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พิมพ์ชนก สืบสิทธิ์ ศรัญญา นาหนือ และลักส์ลดา หอมคำ. (2560). แรงจูงใจในการเข้าฝึกอบรมหลักสูตรการพัฒนาฝีมือแรงงานสำนักงานพัฒนาฝีมือแรงงานสุรินทร์. วารสารวิชาการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. ปีที่ 2 ฉบับที่ 4 กรกฎาคม-ธันวาคม 2560. หน้า 25-40.
- พิมพ์พรธณ เชื้อบางแก้ว. (2554). การบริหารทรัพยากรมนุษย์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- พิศมัย ศรีอำไพ และอนันต์ ศรีอำไพ. (2549). การเรียนรู้ตลอดชีวิต. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา.
- โพสต์ทูเดย์. (2559). มหาวิทยาลัยสิ้น ห้องเรียนร้าง วิกฤตอุดมศึกษาไทย. สืบค้นจาก <https://www.posttoday.com/politic/report/427241>
- มาลาตี สังศรี และอุไร สุทธิแย้ม. (2562). แรงจูงใจในการเข้าฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นของนักศึกษาศุนย์ฝึกอาชีพกรุงเทพมหานคร สวนลุมพินี. ในการประชุม National and International Research Conference “Smart Society Development” (NICS 2019) วันเสาร์ที่ 9 กุมภาพันธ์ 2562 มหาวิทยาลัยปทุมธานี จังหวัดปทุมธานี.
- ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2540). สถิติวิทยาการวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.
- วัฒนา พัฒนพงศ์. (2546). BSC และ KPI เพื่อการเติบโตขององค์กรอย่างยั่งยืน. กรุงเทพมหานคร: แปซิฟิค.
- วิกิพีเดีย. (2561). สถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ. สืบค้นจาก https://th.wikipedia.org/wiki/ศุภาพิชญ์_ณ_นรงค์. (2559). การเปิดรับสื่อ ความคาดหวัง ความพึงพอใจ ที่มีต่อการอบรมในหลักสูตร. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สันต์ ศูนย์กลาง. (2551). การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างทักษะการปฏิบัติวิชาชีพ เพื่อพัฒนาผู้เรียนแบบองค์รวม สำหรับครูระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. (2558). ระเบียบสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ว่าด้วยการจัดการศึกษาและการประเมินผลการเรียนตามหลักสูตรวิชาชีพ ระยะสั้น พ.ศ. 2558. สืบค้นจาก http://bsq2.vec.go.th/crouse_manage/ระยะสั้น1.pdf
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2550). แม่บทการบริหารอุดมศึกษาไทย ภายใต้โครงการพัฒนาผู้บริหารมหาวิทยาลัย สายสนับสนุนและช่วยวิชาการ (นบก.) รุ่นที่ 10. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ.
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2551). แม่บทการบริหารอุดมศึกษาไทย ภายใต้โครงการพัฒนาผู้บริหารมหาวิทยาลัย สายสนับสนุนและช่วยวิชาการ (นบก.) รุ่นที่ 12. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ.

- สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2548). การปรับใช้สมรรถนะในการบริหารทรัพยากรมนุษย์. เอกสารประกอบการสัมมนา เรื่อง สมรรถนะข้าราชการ. 31 มกราคม 2548.
- สำนักนายกรัฐมนตรี. (2553). พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 และ (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2553. สืบค้นจาก <https://person.mwit.ac.th/01-Statutes/NationalEducation.pdf>
- สำนักส่งเสริมและงานทะเบียน. (2561). แนวทางการพัฒนาหลักสูตรระยะสั้น. สืบค้นจาก http://nurse.sru.ac.th/wp-content/uploads/2018/08/25610814_แนวทางการพัฒนาหลักสูตรระยะสั้น.pdf
- สิทธิโชค วรานุสันติกุล. (2546). จิตวิทยาสังคม: ทฤษฎีและการประยุกต์. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- สุกัญญา รัตมิตร์มโชติ. (2549). แนวทางการพัฒนาศักยภาพมนุษย์ด้วย Competency Based Learning. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: ศิริวัฒนาอินเตอร์พริ้นท์.สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2548). การศึกษาภาพรวม ผลการประเมินสมรรถนะหลักทางการบริหาร ปี พ.ศ. 2547. นนทบุรี: สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน สำนักงาน ก.พ.
- อภิชาต พุกสวัสดิ์ และกุลทิพย์ ศาสตรระรุจิ (2556). การประชาสัมพันธ์ภายใต้กระแสสื่อสังคมออนไลน์. วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา. ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม. หน้า 24-38.
- Socialbackrs.com. (2556). การใช้บริการ Facebook ในประเทศไทย. สืบค้นจาก <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/Thailand> อ้างใน อภิชาต พุกสวัสดิ์ และกุลทิพย์ ศาสตรระรุจิ (2556).
- Thematter. (2560). วิกฤติมหาวิทยาลัยไทย เมื่อสถาบันการศึกษาทำสงครามแย่งชิงนักเรียนเพื่อการอยู่รอด. สืบค้นจาก <https://thematter.co/pulse/war-of-thai-university/25611>
- Thematter. (2561). ทางออก และอนาคตของการศึกษา ในวันที่มหาวิทยาลัยกำลังจะไปไม่รอด? สืบค้นจาก <https://thematter.co/pulse/future-of-university/43895>
- Domjan, M. (1996). The Principles of Learning and Behavior. Belmont, California: Thomson Wadsworth.
- Lovell, R. B. (1980). Adult Learning. New York: Halsted Press Wiley & Son.

McClelland, D.C. (1975). A Competency model for human resource management specialists to be used in the delivery of the human resource management cycle.

Boston: Mcber.

Mowday, R. T., Steers, R. M., & Porter, L. W. (1979). The Measurement of Organizational Commitment. Journal of Vocational Behavior, 14, 224–247.

Schramm, W. (1962). Studies of Innovation and Communication to the Public. California:

Stanford University Institute for Communication Research.



ภาคผนวก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย



แบบสอบถาม
การพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเรื่อง การพัฒนาหลักสูตรระยะสั้นเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน แบบสอบถามมี 6 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูล
- ส่วนที่ 2 คุณลักษณะหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสารสนเทศ
- ส่วนที่ 3 ความต้องการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสารสนเทศ
- ส่วนที่ 4 แรงจูงใจในการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสารสนเทศ
- ส่วนที่ 5 ช่องทางการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น
- ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ขอความกรุณาในการตอบแบบสอบถามตามความคิดเห็นของท่าน โดยความคิดเห็นต่างๆ ของท่านจะไม่มีผลต่อผู้ใดและต่อตัวท่านในอนาคต ซึ่งผลการศึกษานี้จะนำไปวิเคราะห์เพื่อรายงานผลการวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้ทางวิชาการและการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในอนาคต

ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรของผู้ให้ข้อมูล

- | | | ตัวแปร |
|-------------|---|---------------|
| 1. เพศ | <input type="checkbox"/> 1. ชาย <input type="checkbox"/> 2. หญิง |gender |
| 2. อายุ | |age |
| 3. การศึกษา | <input type="checkbox"/> 1. ประถมศึกษา
<input type="checkbox"/> 2. มัธยมศึกษาตอนต้น
<input type="checkbox"/> 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย
<input type="checkbox"/> 4. ปวช.
<input type="checkbox"/> 5. ปวส.
<input type="checkbox"/> 6.ปริญญาตรี
<input type="checkbox"/> 7. สูงกว่าปริญญาตรี |edu |

4. อาชีพ 1. ข้าราชการOCC
 2. พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 3. พนักงานบริษัท (สำนักงาน)
 4. พนักงานบริษัท (สายผลิต)
 5. รับจ้าง
 6. ค้าขาย
 7. ประกอบอาชีพอิสระ
 8. แม่บ้าน
 9. เกษตรกร
 10. กำลังศึกษา
 11. อื่นๆ (ระบุ).....
5. สถานภาพ 1. โสด 2. สมรสstatus
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 1. น้อยกว่า 15,000 บาทincome
 2. 15,000-30,000 บาท
 3. 30,001-45,000 บาท
 4. มากกว่า 45,000 บาท

ส่วนที่ 2 คุณลักษณะหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

1. ค่าใช้จ่ายที่จ่ายได้สำหรับหลักสูตรระยะสั้นต่อ 1 หลักสูตรcpay
2. ช่วงเวลาเวลาเรียนctime
 1. จันทร์-ศุกร์ เวลาราชการ
 2. จันทร์-ศุกร์ (18.00-21.00 น.)
 3. เสาร์-อาทิตย์ (09.00-16.00 น.)
3. ระยะเวลาที่เหมาะสมcptime
 1. 3-6 ชั่วโมง (1 วัน)
 2. 9-12 ชั่วโมง (2 วัน)
 3. 15-18 ชั่วโมง (3 วัน)
 4. อื่นๆ (ระบุ)

4. รูปแบบการฝึกอบรมctrain
1. ออนไลน์ 100%
2. ออนไลน์ 50% ปฏิบัติ 50%
3. ปฏิบัติ 100%
4. อื่นๆ (ระบุ)
5. ลักษณะของหลักสูตรที่สนใจ ccharec
1. เป็นหลักสูตรที่จบใน 1 หลักสูตร
2. เป็นหลักสูตรแบบต่อเนื่อง
3. เป็นหลักสูตรแบบสะสมชั่วโมง
4. อื่นๆ (ระบุ)
6. ความต้องการหลังฝึกอบรม cafter
1. ได้รับใบประกาศนียบัตร
2. เก็บสะสมชั่วโมงเพื่อเทียบโอนหน่วยกิต
4. อื่นๆ (ระบุ)

**ส่วนที่ 3 ความต้องการหรือความสนใจฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยี
สื่อสารมวลชน**

หลักสูตรระยะสั้น	สนใจ	ไม่สนใจ	ตัวแปร
1. การพัฒนาเว็บไซต์เพื่อการสื่อสารตราสินค้าชุมชน		need1
2. การสร้างสรรค์ภูมิปัญญาไทยสู่ผลิตภัณฑ์ชุมชน		need2
3. การออกแบบกราฟิกเพื่อการสื่อสารตราสินค้า		need3
4. การจัดการกิจกรรมทางการตลาดออนไลน์		need4
5. การออกแบบตราสินค้าชุมชน		need5
6. การถ่ายวิดีโอและตัดต่อคลิปด้วยโทรศัพท์มือถือเพื่อการนำเสนอการขายออนไลน์		need6
7. การถ่ายภาพเพื่อการเล่าเรื่องด้วยโทรศัพท์มือถือ		need7
8. การเขียนเพื่อการแนะนำผลิตภัณฑ์ชุมชน		need8
9. เทคนิคการจัดสัมมนา และการออกบู๊ทขายของ		need9

หลักสูตรระยะสั้น	สนใจ	ไม่สนใจ	ตัวแปร
10. การพูดและการสื่อสารในที่ชุมชน		need10
11. การสร้างเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการขายสินค้า		need11
12. การสร้างเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์		need12
13. คอมพิวเตอร์สำหรับผู้สูงอายุ		need13
14. การถ่ายภาพสำหรับผู้สูงอายุ		need14
15. การสร้างแบรนด์ให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน		need15
16. การใช้สกุลเงินต่างประเทศและสกุลเงินอิเล็กทรอนิกส์		need16
17. เทคนิควางขายในร้านค้า Pop up Shop		need17
18. รู้เท่าทันสื่อ (เนื้อหารปรับตามกลุ่มผู้เรียน)		need18
19. การพัฒนาบุคลิกภาพเพื่อการนำเสนอสินค้า		need19
20. การออกแบบ Packaging สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน		need20
21. การออกแบบป้ายโฆษณาสำหรับชุมชน		need21
22. เทคนิคการตกแต่งภาพ		need22
23. การใช้แอปพลิเคชันเพื่อการสอนออนไลน์		need23
24. การตลาดออนไลน์		need24
25. กฎหมาย พรบ. คอมพิวเตอร์		need25
26. การคิดสร้างสรรค์เพื่อการสร้างแบรนด์		need26
27. การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม		need27
28. การใช้สมาร์ทโฟนสร้างยอดขาย		need28
29. การพัฒนาผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรมรุ่นใหม่		need29
30. การพัฒนาผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนเข้าสู่ธุรกิจ		need30
31. การต่อยอดธุรกิจผู้ประกอบการด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล		need31

หลักสูตรระยะสั้น	สนใจ	ไม่สนใจ	ตัวแปร
32. เครื่องมือการออกแบบธุรกิจออนไลน์เชิงวัฒนธรรม		need32
33. การวิเคราะห์เจาะลึกความต้องการของผู้บริโภค		need33
34. การวางแผนสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์		need34
35. การผลิตภาพยนตร์โฆษณา		need35
36. การเขียนบทวิทยุโทรทัศน์		need36
37. การเขียนบทวิทยุกระจายเสียง		need37
38. เทคนิคการประกาศทางวิทยุโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง		need38
39. การผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง		need39
40. การผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์		need40
41. การวาดภาพและองค์ประกอบศิลป์		need41
42. การออกแบบเชิงสร้างสรรค์		need12
43. การเขียนบทเพื่อนานมัลติมีเดีย		need13
44. การตัดต่อภาพและเสียง		need44
45. การสร้างภาพเคลื่อนไหว 2		need45
46. การออกแบบทางคอมพิวเตอร์กราฟิก		need46
47. การสร้างภาพเคลื่อนไหว 3 เบื้องต้น		need47
48. การสร้างภาพเคลื่อนไหว 3 ขั้นสูง		need48
49. การออกแบบและผลิตเกมเบื้องต้น		need49
50. การออกแบบและผลิตเกมขั้นสูง		need50
51. เทคนิคพิเศษสำหรับภาพยนตร์		need51
52. การออกแบบเทคนิคภาพพิเศษ		need52
53. สื่อสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์		need53
54. การถ่ายภาพเพื่อสื่อดิจิทัล		need54
55. การออกแบบกราฟิกเพื่อการเล่าเรื่อง		need55

ส่วนที่ 4 แรงจูงใจในการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นทางเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน
แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่

5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง
2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

รายการ	ระดับความคิดเห็น					ตัวแปร
	5	4	3	2	1	
แรงจูงใจส่วนตัว					SMoself
1. มีความชอบในหลักสูตรที่เลือกเรียน					Moself1
2. ต้องการพัฒนาศักยภาพของตน					Moself2
3. ต้องการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ที่ยังไม่เคยเรียน					Moself3
4. ต้องการพัฒนาพื้นฐานต่อการทำงานในอนาคต					Moself4
5. ต้องการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์					Moself5
6. ต้องการพัฒนาตนเองให้มีความชำนาญเฉพาะด้าน					Moself6
7. ต้องการนำความรู้ที่ได้ไปใช้ในชีวิตประจำวัน					Moself7
8. ต้องการใช้เวลาว่างบางส่วนเพื่อการเรียนรู้					Moself8
9. ต้องการหาเพื่อนใหม่ผ่านการเรียน					Moself9
10. ต้องการพัฒนาความสามารถเฉพาะด้านตามหลักสูตรที่เลือกเรียน					Moself10
แรงจูงใจด้านอาชีพ					SMoocc
1. ต้องการนำความรู้ที่ได้รับไปพัฒนาอาชีพ					Moocc1
2. ต้องการหาความรู้เพิ่มเติมสำหรับการทำงาน					Moocc2
3. ต้องการนำความรู้ที่ได้ไปหารายได้เพิ่มเติม					Moocc3
4. ต้องการหาประสบการณ์เพื่อประกอบอาชีพใหม่ๆ					Moocc4
5. ต้องการนำไปเพิ่มโอกาสความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน					Moocc5
6. ต้องการเพิ่มทักษะความชำนาญในอาชีพ					Moocc6
7. ต้องการนำไปประกาศนียบัตรไปประกอบการประเมินหรือสมัครงานใหม่					Moocc7
8. ต้องการเปลี่ยนอาชีพใหม่					Moocc8

รายการ	ระดับความคิดเห็น					ตัวแปร
	5	4	3	2	1	
9. ต้องการเพิ่มโอกาสในการประกอบอาชีพที่หลากหลาย					Moocc9
10. ต้องการเพิ่มโอกาสในการเลือกอาชีพมากขึ้น					Moocc10
แรงจูงใจด้านสังคม						
1. ต้องการเรียนรู้ในสภาพแวดล้อมใหม่ๆ					Moocc1
2. ต้องการสร้างมิตรภาพใหม่ๆ					Moocc2
3. ต้องการโอกาสในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น					Moocc3
4. ต้องการประสบการณ์การปรับตัวให้เข้ากับผู้อื่น					Moocc4
5. ต้องการรู้จักบุคคลจากหลากหลายอาชีพและสังคม					Moocc5
6. ต้องการนำความรู้ไปพัฒนาสังคม					Moocc6
7. ต้องการเปลี่ยนบทบาททางสังคม					Moocc7
8. ความจำเป็นจากบทบาท ภาระ หน้าที่ทางสังคม					Moocc8

ส่วนที่ 5 ช่องทางการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้น โดยพิจารณาจากประสบการณ์และความต้องการในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของท่านผ่านช่องทางต่างๆ โดยกำหนดระดับการพิจารณาออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่

5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง
2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

รายการ	ระดับความคิดเห็น					ตัวแปร
	5	4	3	2	1	
1. โทรทัศน์					TV
2. วิทยุกระจายเสียง					Radio
3. หนังสือพิมพ์					Newspaper
4. เว็บไซต์หน่วยงานที่จัด					Website
5. เฟซบุ๊ก					Facebook
6. คนรู้จัก					Human
7. อื่น ๆ (ระบุ)Others

ส่วนที่ 6 ความคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้วิจัย

ผู้วิจัยร่วม

1. ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) นายณัฐภณ สุเมธอติคม
2. ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ ระดับ 6
3. หน่วยงานและสถานที่อยู่ที่ติดต่อได้สะดวก พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ โทรสาร และไปรษณีย์
อีเล็คทรอนิกส์ (e-mail) nattapon.s@rmutp.ac.th, tourtor@hotmail.com

คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

โทร. 0-2665-3777 ต่อ 6864-65 โทรสาร. 0-2628-5204

4. ประวัติการศึกษา

ปริญญาโท : กศ.ม. (เทคโนโลยีการศึกษา)

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปริญญาตรี : คบ. (เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการศึกษา)

มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

5. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ

6. ผลงานวิจัย

ฉันทนา ปาปัดธา ณัฐพล สุเมธอติคม และปิติพงศ์ พิพิมพ์พิเศษ. (ธันวาคม 2556). “ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร.” วารสารวิชาการสมาคมสถานอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.). ปีที่ 19 ฉบับที่ 2 : 92-100.

Papattha, C. & Sumataticom, N. (June 2015). Media Exposure toward Social Responsibility of Students in Government Universities in Bangkok Metropolitan. Proceeding of The 5th Rajamangala University of Technology International Conference, 2014. : 359-365.

ประวัติผู้วิจัย

หัวหน้าโครงการวิจัย

1. ชื่อ - นามสกุล นางสาวฉันทนา ปาปัดถา
2. ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์
3. หน่วยงานและสถานที่อยู่ที่ติดต่อได้สะดวก
คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
โทร. 02-282-9009 ต่อ 6830 โทรสาร. 02-628-5204
e-mail: chantana.p@rmutp.ac.th
4. ประวัติการศึกษา
ปริญญาเอก : ป.ร.ด. (เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการศึกษา)
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
ปริญญาโท : ค.อ.ม. (เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์)
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
ปริญญาตรี : คบ. (คอมพิวเตอร์ศึกษา)
มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
ศศ.บ. (เอก วารสารศาสตร์สื่อประสม โท การสื่อสารบูรณาการ)
มหาวิทยาลัยรามคำแหง
5. ผลงานวิจัย
ฉันทนา ปาปัดถา. (2560, กรกฎาคม-ธันวาคม). ตัวบ่งชี้สมรรถนะวิชาชีพนักสื่อสารมวลชนในยุคดิจิทัล. วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร สาขามนุษย์ศาสตร์และสังคมศาสตร์. ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 : 27-40.
ฉันทนา ปาปัดถา และอรรถการ สัตยพานิชย์. (2559, มกราคม-มิถุนายน). การสังเคราะห์สมรรถนะของหลักสูตรเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนเพื่อพัฒนามาตรฐานสมรรถนะบัณฑิตตามอัตลักษณ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต. ปีที่ 10 ฉบับที่ 1 : 59-76.